

Tapahtuman järjestäminen

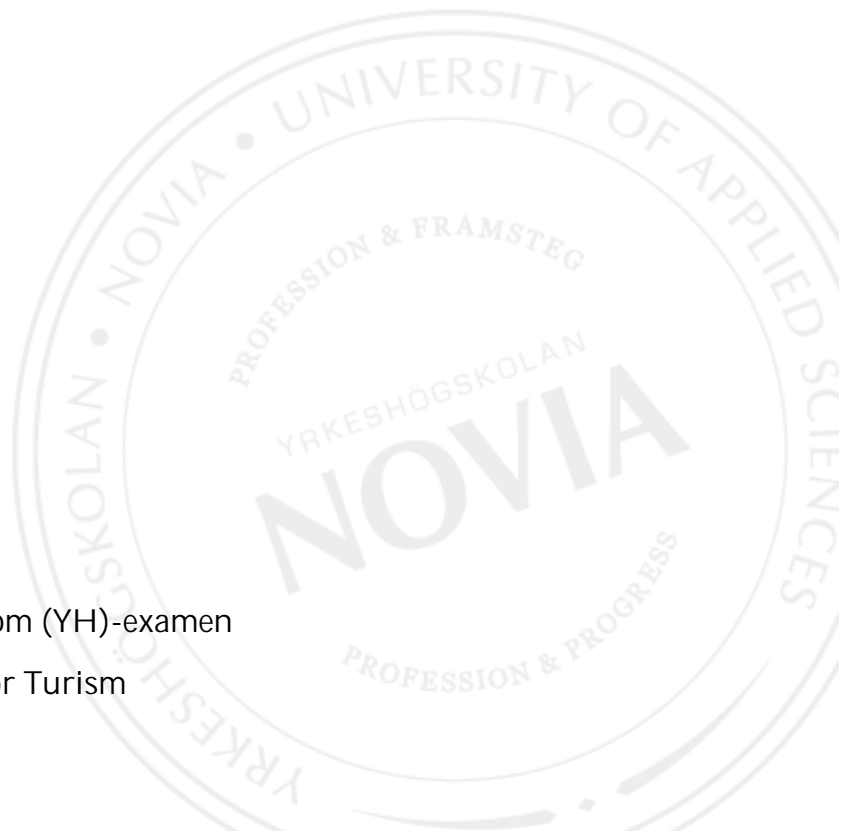
Case: Viidakkoseikkailu

Katja Marttila

Examensarbete för restonom (YH)-examen

Utbildningsprogrammet för Turism

Åbo 2013



OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Katja Marttila

Koulutusohjelma ja paikkakunta: Matkailu, Turku

Ohjaajat: Anna-Karin Abrahamsson

Nimike: Tapahtuman järjestäminen Case: Viidakkoseikkailu

Päivämäärä 24.10.2013

Sivumäärä 35

Liitteet 3

Tiivistelmä

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön aiheena on tapahtuman järjestäminen. Työn toimeksiantajana toimii Seikkailupuisto, joka on Turun kaupungin alainen lasten ja perheiden toimintakeskus. Opinnäytetyön tavoitteena on järjestää koko perheen vapaa-ajan tapahtuma Seikkailupuistossa.

Työn teoreettisessa viitekehysessä käsitellään projektityöskentelyä, sekä tapahtuman suunnittelua ja järjestämistä. Tapahtuman järjestäminen on aina projekti, sillä sen kesto, resurssit ja tavoite ovat selkeästi ennalta määriteltäviä. Tapahtuman suunnitteluun kuuluu tapahtuman lähtökohtien, kuten teeman, idean ja tavoitteen määrittely, tapahtumaprosessi, rahoitus- ja sponsorointikysymykset sekä markkinointi. Tapahtumaprosessiin kuuluu myös tapahtumapäivänä työskentely ja jälkitoimenpiteet. Opinnäytetyöni kirjallisessa osuudessa teoria ja toteutuksen esittely vuorottelevat.

Toiminnallisen osuuden tavoitteena on luoda sellainen tapahtuma, joka tarjoaa osallistujille mukavaa tekemistä ja iloista päivää yhdessä tekemisen merkeissä. Teemavaihtoehdoista valittiin viidakko, ja tapahtuma sai nimen Viidakkoseikkailu. Viidakkoseikkailu-tapahtuma järjestettiin Seikkailupuistossa sunnuntaina 15.9.2013.

Tapahtuman ohjelmistossa oli mm. satuseikkailurata, viidakkopullan paistoa ja kasvomaalausta. Tapahtumaan osallistui noin 50 lasta perheineen. Osallistujamäärä jäi täten melko pieneksi, mutta tapahtuma sai osallistujilta hyvää palautetta.

Kieli: Suomi

Avainsanat: tapahtuma, tapahtuman järjestäminen, projektityöskentely, Seikkailupuisto, tapahtuman suunnittelu

EXAMENSARBETE

Författare: Katja Marttila

Utbildningsprogram och ort: Turism, Åbo

Handledare: Anna-Karin Abrahamsson

Titel: Evenemangsplanering Case: Viidakkoseikkailu-Djungeläventyr

Datum 24.10.2013

Sidantal 35

Bilagor 3

Abstrakt

Syftet med detta examensarbete är att skapa ett evenemang. Som uppdragsgivare fungerar Äventyrsparken, som är ett aktivitetsområde i Kuppisparken i Åbo. Målgruppen för evenemanget är barnfamiljer och evenemanget kommer att arrangeras i Äventyrsparken under hösten 2013.

Den teoretiska referensramen består av projektarbete och evenemangsplanering. Evenemangsplaneringen handlar om planering, genomförande och eftermarknadsföring av ett lyckat evenemang. När man planerar ett evenemang ska man tänka på evenemangets syfte och tema. Dessutom ska evenemanget ha sponsorer och passande marknadsförings åtgärder.

På basen av detta teori har jag skapat evenemanget Viidakkoseikkailu, dvs. djungeläventyr. Syfte med evenemanget är att erbjuda en trevlig friluftsdag för barnfamiljer.

Evenemanget Viidakkoseikkailu arrangerades i Äventyrsparken på söndag 15.9.2013. Ungefär 50 barn med sina föräldrar tog del i evenemanget. På program var det bland annat ett sagaäventyr och djungelbulla i lägereld. Antal av deltagare var få, men enligt respons av deltagarna var evenemanget lyckad.

Språk: Finska

Nyckelord: evenemang, evenemangsplanering, Äventyrsparken, projektarbete

BACHELOR'S THESIS

Author: Katja Marttila

Degree Programme: Tourism

Supervisors: Anna-Karin Abrahamsson

Title: Organizing an event Case Viidakkoseikkailu-Jungle Adventure

Date 24.10.2013

Number of pages 35

Appendices 3

Summary

The aim of this Bachelor's thesis is to create and organize an event in adventure park Seikkailupuisto. The adventure park is an activity center for children and their families and is located in Kupittaa park in Turku. The target group for the event is families with small children. The aim of the event is to offer an outdoors event for families to participate together.

The theory part of this thesis consists of event planning and project work. The process of an event that is presented includes researching, designing, planning, coordination and evaluation. When planning an event one should pay attention to deciding the theme and program of the event. The theme should be based on the aim of the event. Any event also needs to be marketed in the appropriate way. Also, the acquisition of sponsors is required. The basics of project work, including project management and the stages of a project, are also presented.

As a result of this thesis the event Viidakkoseikkailu -the jungle adventure was created and held on Sunday the 15th of September 2013. About fifty children took part in the event. The program of the day consisted of among other things a fairytale adventure of a missing monkey and learning about first-aid skills. The amount of visitors was somewhat low, but the feedback from the visitors was all in all encouraging.

Language: Finnish

Key words: event planning, event organising, events, Adventure park Seikkailupuisto, project work

Sisällysluettelo

1	Johdanto.....	1
1.1	Työn rakenne.....	1
1.2	Seikkailupuisto.....	2
2	Projektina tapahtuma.....	3
2.1	Projektin vaiheet	4
2.2	Projektin organisaatio ja projektin johtaminen	5
2.2.1	Projektin johtaminen: Viidakkoseikkailu.....	6
3	Onnistuneen tapahtuman lähtökohdat.....	9
3.1	Strategiset kysymykset	9
3.1.1	Strategiset kysymykset: Viidakkoseikkailu.....	10
3.2	Operatiiviset kysymykset.....	11
3.2.1	Operatiiviset kysymykset: Viidakkoseikkailu.....	13
4	Tapahtumaprosessi.....	15
4.1	Ensimmäiset vaiheet	15
4.1.1	Ensimmäiset vaiheet: Viidakkoseikkailu.....	16
4.2	Suunnitteluvaihe	17
4.2.1	Suunnitteluvaihe: Viidakkoseikkailu.....	17
4.3	Rahoitus, budjetointi ja sponsorointi.....	19
4.3.1	Rahoitus, budjetointi ja sponsorointi: Viidakkoseikkailu	20
4.4	Markkinointi.....	20
4.4.1	Markkinointi: Viidakkoseikkailu	23
4.5	Tapahtuman toteutus ja tapahtumapäivä.....	24
4.5.1	Tapahtuman toteutus ja tapahtumapäivä: Viidakkoseikkailu	26
4.6	Tapahtuman jälkeen: Jälkimarkkinointi ja tapahtuman arviointi.....	29
4.6.1	Tapahtuman jälkeen: Jälkimarkkinointi ja tapahtuman arviointi: Viidakkoseikkailu.....	30
5	Pohdinta.....	33

Liitteet

- Liite 1. Facebook-tapahtuma
- Liite 2. Juliste
- Liite 3. Valokuvia tapahtumapaikalta

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö käsittelee tapahtuman järjestämistä. Kautta aikojen ihmiset ovat kerääntyneet yhteen erilaisiin juhliin, kirkollisiin tapahtumiin, urheilukisoihin tai vaikka katselemaan kiertävää sirkusta. Suomessa järjestetään erityisesti kesäisin satoja yleisötapahtumia pienistä kylätapahtumista suuriin musiikkifestivaaleihin. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on järjestää lapsiperheille suunnattu tapahtuma. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Seikkailupuisto ja yhteyshenkilönä Seikkailupuiston tuottaja Minna Heiniö.

Turussa asuu 16 000 perhettä, joissa on vähintään yksi alle 18-vuotias lapsi (Turun kaupunki 2013). Turun ympäristökunnissa asuu myös paljon lapsiperheitä, jotka aktiivisesti osallistuvat Turussa järjestettäviin tapahtumiin. Kaiken kaikkiaan Turun seutukunnassa asuu 48 000 alle 15-vuotiasta (Turun kaupunki 2013). Perheet, joissa on pieniä lapsia, ovat innokkaita tapahtumien kävijöitä. Lapset ovatkin siis tottuneita kulttuurin ja viihteen kuluttajia. Turussa järjestetäänkin ahkerasti erilaisia lapsiperheille suunnattuja tapahtumia.

Opintojeni aikana olen ollut mukana järjestämässä joitakin tapahtumia ja sen perusteella valitsin tapahtuman järjestämisen opinnäytetyöni aiheeksi. Mielestäni tapahtumien järjestämiseen osallistuminen on aina ollut mielenkiintoista ja haastavaa. Nyt haluan kuitenkin ottaa askeleen pidemmälle ja ottaa itse vastuun tapahtuman suunnittelusta ja järjestämisestä ja tätä myöten tapahtuman onnistumisesta. Valitsin kohderyhmäksi lapsiperheet, koska koen, että lapsille suunnatun tapahtuman suunnittelu ja järjestäminen tulisi olemaan hauskaa ja erilaista.

Tämän opinnäytetyön tuotoksena syntyi Viidakkoseikkailu-tapahtuma. Tapahtuma on nimensä mukaisesti viidakkomainen seikkailu. Tapahtuma järjestetään 15.9.2013 Turun Kupittaa puistossa sijaitsevassa Seikkailupuistossa. Tämä raportti kuvailee sitä prosessia, jonka tuotoksena Viidakkoseikkailu syntyi.

1.1 Työn rakenne

Opinnäytetyöprosessini voidaan jakaa kolmeen kokonaisuuteen. Ensimmäisessä osassa syvennyin tapahtuman järjestämisestä kertovaan kirjallisuuteen. Opiskeltuani aihetta

valitsin sopivimmat lähteet ja muodostin tämän opinnäytetyöni teoriaosuuden. Tämän kokoamani ja kirjoittamani teoriaosuuden perusteella aloin suunnitella Viidakkoseikkailu-tapahtumaa.

Toinen osa muodostui tapahtuman suunnittelusta ja itse tapahtumapäivästä. Tämä osa työstäni oli toiminnallista. Tapahtuman suunnittelu oli myös aikaa vievä prosessi, joten ajallisesti suurin panos työstäni oli tapahtuman järjestämistä. Tapahtuman suunnittelu-prosessi alkoi toukokuussa 2013, jolloin pidimme ensimmäisen palaverin toimeksiantajan kanssa. Kesäkuun alussa haastattelin joitakin tapahtuman kohderyhmään kuuluvia perheitä selvittääkseni, mitä he tapahtumalta toivoisivat. Palaverin ja haastattelun jälkeen aloin ideoida ja suunnitella tapahtumaa. Suunnitteluprosessiin kuului myös sponsoreiden hankinta ja markkinointi. Tietenkin myös itse Viidakkoseikkailu-tapahtuma kuului toiminnalliseen osuuteen.

Kolmas osa on tapahtuman suunnittelun ja tapahtumapäivän raportointia. Kuvailen sitä prosessia, jonka tuloksena Viidakkoseikkailu-tapahtuma syntyi. Raportissa esittelen myös tapahtumapäivän kulun sekä pohdin koko prosessin onnistumisia ja epäonnistumisia.

Tämä kirjallinen osa opinnäytetyöstäni muodostuukin siis ensimmäisestä ja viimeisestä osasta. Teoriaosuudessa käydään läpi projektityöskentelyn erityispiirteet, onnistuneen tapahtuman lähtökohdat sekä tapahtuman järjestämisen prosessi. Kirjallisessa työssäni teoria ja toteutus vuorottelevat: ensin esitellään teoriaosuus, jonka jälkeen raportoidaan alaotsikon alla teoriaan perustuva käytännön toteutus. Teoriaosuus on esitelty pääotsikoiden ja alaotsikoiden alla. Käytännön toteutus on esitelty kolminumeroisten otsikoiden alla ja otsikoissa on myös aina mainittu sana Viidakkoseikkailu.

1.2 Seikkailupuisto

Seikkailupuisto on Turun kaupungin Nuorisosiainkeskuksen alainen lasten ja perheiden toimintakeskus, joka sijaitsee Turun Kupittaa puistossa. Seikkailupuisto avasi ovensa jo vuonna 1982. Sen toiminnan lähtökohtia ovat luova toiminta ja mielikuviutus. Seikkailupuiston toimintaidea on yhdessä tekeminen ja kokeminen, kädentaidot sekä monipuolinen taideharrastaminen. Seikkailupuiston käyttäjiä ovat sekä perheet että koulu- ja päiväkotiryhmät. Pääasiallinen kohderyhmä on 3-10-vuotiaat. Vuosittain yli 100 000 lasta vierailee seikkailupuistossa, heistä melkein puolet osallistuu ohjattuun toimintaan. (Leikkiä, luovuutta ja yhdessäoloa 2013).

Seikkailupuisto tarjoaa vaihtuvia teatteriesityksiä, mahdollisuuden taidepajassa työskentelyyn ja harrastusryhmiin osallistumiseen. Teatteriesitykset ovat laadukasta, ammattilaisten tekemää lastenteatteria, sirkusta, tanssia, taikuutta, nukketeatteria tai lastenmusiikkikonsertteja. Harrastusryhmät tarjoavat toimintaa eri-ikäisille lapsille. Syksyn 2013 harrastusryhmiä ovat mm. vauvojen ja naperoiden värikylvyt, luovat kädet, sirkuskerho ja perheteatteri. Avoimiin kädentaitojen pajoihin ja sirkustelupajoihin voi osallistua koko perheen voimin. (Seikkailupuisto 2013b).

Kesäsesongin aikana vehreä puistoalue tarjoaa monia aktiviteetteja, kuten liikennekaupunki, kiemurteleva puro sekä suihkusieni ja kahluuallas. Unelmien Leikkipaikan jättiläispatsaspuisto on myös ainutlaatuinen elementti (Leikkiä luovuutta ja yhdessäoloa, 2013). Seikkailupuiston leikkipuistossa on keinoja, kiipeilytelineitä, pieni vajjeriliuku, linnake sekä muita leikkipuiston laitteita. Syksyn tullessa Seikkailupuiston ohjattu toiminta siirtyy kokonaan sisätiloihin. Seikkailutalossa sijaitsee ateljee, oleskelugalleria sekä isompi huone. Ateljeessa pidetään kädentaitojen pajoja, joissa tehdään mm. savi- ja huovutustöitä. Oleskelugalleria on lasten leikkeihin ja eväiden syöntiin tarkoitettu tila. Isossa huoneessa puolestaan järjestetään monenlaisia toimintoja, kuten synttäreitä. Seikkailutalon vieressä sijaitsee 120-paikkainen Timanttiteatteri. Seikkailutalon vieressä sijaitsee myös grillipaikka, jota puiston kävijät voivat käyttää. (Seikkailupuisto 2013b).

Seikkailupuistossa järjestetään myös paljon tapahtumia. Tapahtumia järjestetään eniten kesäisin ja koulujen loma-aikaan. Viidakkoseikkailua edeltäviä tapahtumia olivat mm. Musapiknik, Futispiknik, Juhannusjuhla, Seikkisrock, Kesän avajaiset ja Naamiaissynttärät. Tapahtumien koko ja osallistujamäärä vaihtelee paljonkin. Suurimpia tapahtumia kesällä 2013 olivat isot musiikkitapahtumat Musapiknik ja Seikkisrock. (Seikkailupuisto 2013a).

2 Projektina tapahtuma

Sana projekti tulee latinasta ja tarkoittaa ”heittää eteen” eli ”ehdottaa”, ”suunnitella etukäteen”. Projekti siis merkitsee sekä ideaa tai menetelmää jonkin tavoitteen saavuttamiseksi että sitä työtä, mitä tavoitteen saavuttamiseen vaaditaan. Projekti on työmuoto, jota kuvaavat aina tietyt samat ominaispiirteet. Se on kertaluonteinen ja sen tavoite on selkeästi määriteltävissä. Projektin kesto ja resurssit ovat nekin ennalta määriteltäviä. Projekteja kuvaa myös erityinen suunnitelmallisuus ja ongelmakeskeisyys. (Anttila 2001:11-13).

Kauhanen (2002:24) määrittelee projektin seuraavasti:

Projekti on selkeästi asetettuihin tavoitteisiin pyrkivä ja ajallisesti rajattu kertaluonteinen tehtäväkokonaisuus, jonka toteuttamisesta vastaa varta vasten perustettu, johtosuhteiltaan selkeä organisaatio, jolla on käytettävissään selkeästi määritellyt voimavarat ja panokset.

Projektin elinkaaren aikana voidaan selkeästi erottaa useita eri vaiheita. Projektiin osallistuvat eivät kulloinkin meneillään olevassa vaiheessa pysty varmasti tietämään, mitä seuraavassa vaiheessa tapahtuu. Projekti kokeekin usein elinkaarensa aikana useita isompia tai pienempiä muutoksia, jotka saattavat merkittävästi vaikuttaa projektin seuraavaan vaiheeseen. Osan projektin tehtävistä hoitavat yhteistyökumppanit, kuten sponsorit ja alihankkijat. Mitä isompi projekti, sitä isompi on yhteistyökumppanien osuus. Kaikkiin projekteihin liittyy riskejä ja epävarmuutta, joten riskienhallinta on tärkeä osa projektityöskentelyä. Kaikki yleisötapahtumat kuvaavat hyvin projektin yksityiskohtia. Sen takia on järkevää työskennellä projektityöskentelyn periaatteita noudattaen tapahtumaa suunniteltaessa ja toteuttaessa. (Kauhanen 2002:24-25).

2.1 Projektin vaiheet

Projekti jakaantuu yleensä useaan vaiheeseen, joiden laajuus riippuu projektin luonteesta ja suuruudesta. Esittelen opinnäytetyössäni Kauhasen (2002:26-30) projektin vaiheistusta, koska se on erityisen sopiva, kun projektina on tapahtuman järjestäminen.

Ennen projektin käynnistymistä ovat siihen osallistuvat jo pohtineet mahdollisia toteuttamiskelpoisia ideoita, joita voi olla useita. Tässä vaiheessa SWOT-analyysi on kätevä työkalu. Siinä punnitaan organisaation vahvuuksia ja heikkouksia sekä ulkoisia mahdollisuuksia ja uhkia jo esille tulleiden ideoiden suhteen. Mahdollisesti useammasta hyvästä ideasta valitaan toteuttamiskelpoisin. Yleensä valinnan tekee organisaation ylin johto. Idean ympärille kerätään projektiryhmä. (Kauhanen 2002:26-30).

Kun projekti-idea on selvä, tehdään esiselvitys. Kannattaa selvittää, pidetäänkö samaan aikaan muita tapahtumia tai lähiaikoina muita kohderyhmälle suunnattuja tapahtumia. Kannattaa myös alustavasti listata mahdollisia sponsoreita ja yhteistyökumppaneita. Esiselvitysten tarkoitus on pienentää tapahtuman toteuttamisen riskejä, ja niiden perusteella päätetään käynnistetäänkö projekti. (Kauhanen 2002:26-30).

Kun päätös projektin käynnistämisestä on tehty, projektiryhmä laatii projektisuunnitelman.

Suunnitelmassa selvitetään seikkaperäisesti tapahtuman tavoitteet ja toteutus. Suunnitelman perusteella päätetään toteutetaanko kuvailtu hanke, vai onko se mahdollisesti liian riskialtis tai muuten epäsopeva. Kun hankkeelle on näytetty vihreää valoa, voi projektiryhmä alkaa toteuttaa sitä projektisuunnitelman mukaisesti. (Kauhanen 2002:26-30).

Toteutusvaiheessa projektisuunnitelma laitetaan käytäntöön. Tällöin ongelmiin haetaan ratkaisut ja niitä koetellaan käytännössä. Toteutusvaiheessa projektiryhmä huolehtii sisäisen tiedottamisen riittävydestä. Projektin tulee edetä suunnitelmien mukaisesti, ja mahdollisiin poikkeamiin tai ongelmiin on reagoitava niiden vaatimalla tavalla. Ongelmien syyt tulee analysoida, ja sen perusteella muutetaan suunnitelmaa resurssien ja aikataulujen puitteissa. (Anttila 2001: 114-115).

Välittömästi tapahtuman jälkeen on aika ryhtyä päättämään projekti. Usein on syytä kirjoittaa loppuraportti. Yleensä jo raportissa pohditaan tapahtuman onnistumista, mutta myös projektin muut tahot, kuten sponsorit ja ylin johto, arvioivat tapahtuman onnistumista omilta tahoiltaan. (Kauhanen 2002:26-30).

Viidakkoseikkailu-projektin vaiheita käsitellään opinnäytetyön neljännessä kappaleessa: Tapahtumaprosessi.

2.2 Projektin organisaatio ja projektin johtaminen

Projektin ympärille muodostetaan organisaatio, joka pystyy toteuttamaan projektin onnistuneesti. Projektin organisaation tehtävän onnistunut toteuttaminen vaatii sopivia henkilöitä, joilla on tarvittava ammattitaito. Projektin keskeinen organisaatio muodostuu seuraavista: projektin asettaja, johtoryhmä tai ohjausryhmä, projektipäällikkö, projektisihteeri, projektiryhmä sekä tukihenkilöt ja alihankkijat. (Anttila 2001:74-75).

Projektiryhmä vastaa käytännön toteuttamisesta. Projektiryhmä tulee ottaa mukaan suunnitteluun heti projektin alusta asti. Mikäli projektiryhmän jäsenet eivät tunne toisiaan, on mahdollisesti tarpeen tutustuttaa heidät toisiinsa jollakin harkitulla tiimimenetelmällä. On erittäin tärkeää, että projektiryhmän jäsenet ymmärtävät projektin kokonaisuutena ja oman roolinsa projektissa. Se motivoi ja helpottaa ryhmän jäsenten osallistumista. (Anttila 2001:71).

Projektipäällikön rooli on usein vaativa, sillä hänelle asetetaan monia vaatimuksia

projektin aikana. Hänen tulee hallita projekti kokonaisuutena ja pitää kaikki langat käsissään. Projektipäällikön on myös hallittava kaikki projektin sisältöön liittyvät asiat. Myös hyvä kommunikaatiotaito on tärkeä, sillä projektipäällikön tulee osata keskustella ja kuunnella muita. (Anttila 2001:115).

Projektipäällikkö on vastuussa tavoitteiden mukaisesta tulosten saavuttamisesta. Hänen täytyy suunnitella, miten hyvä tulos eli onnistunut tapahtuma saavutetaan. Projektipäällikön tehtävä on pitää projektiryhmä motivoituneena sekä valvoa ja koordinoida sen toimintaa. Usein on myös tarpeellista verrata todellista asiantietoa ja projektiryhmän ennako-odotuksia ja analysoida niiden mahdollisia eroja. Projektipäällikön tehtäviin kuuluu niin ikään sisäinen ja ulkoinen tiedottaminen ja projektiryhmän tarvittavista kokouksista huolehtiminen. Hänen vastuullaan on myös se, että projektin kulku dokumentoidaan tarpeen mukaan. Hänen tehtävänä on myös huolehtia, että pysytään suunnitelluissa rajoissa niin aikataulussa kuin budjetissa. Projektipäällikön tulee myös kartoittaa riskejä ja korjata pieleen meneviä toimintoja. Lopuksi hänen tulee huolehtia loppuun saatetun projektin päättämistoimista. (Anttila 2001:116).

2.2.1 Projektin johtaminen: Viidakkoseikkailu

Tapahtuma-projektin asettajana toimii tämän opinnäytetyön toimeksiantaja eli Seikkailupuisto ja Seikkailupuiston tuottaja Minna Heiniö. Minä ja Heiniö muodostamme tapahtuman johto- tai paremminkin ohjausryhmän, sillä me yhdessä suunnittelemme ja sovimme tapahtuman päälinjoista. Toimin myös projektipäällikkönä ja -sihteerinä sekä osana projektiryhmää. Projektiryhmään kuuluu itseni lisäksi neljä henkilöä. Tukihenkilöinä ja alihankkijoina toimivat Seikkailupuisto ja sen työntekijät, sillä he osallistuvat muun muassa markkinointiin ja tapahtuman vaatimiin materiaaleihin. Myös sponsoreiden voidaan ajatella kuuluvan tähän ryhmään. Projektiorganisaatio on havainnollistettu kuviossa 1. Projektiorganisaatioon voisi vielä lisätä toisen ohjausryhmän, joka koostuisi tämän opinnäytetyön ohjaajasta Anna-Karin Abrahamssonista ja itsestäni. Päätin kuitenkin olla lisäämättä sitä projektiorganisaatioon, koska kyseinen ohjausryhmä keskittyi paremminkin tähän kirjalliseen tuotokseen, eikä niinkään itse tapahtumaan.

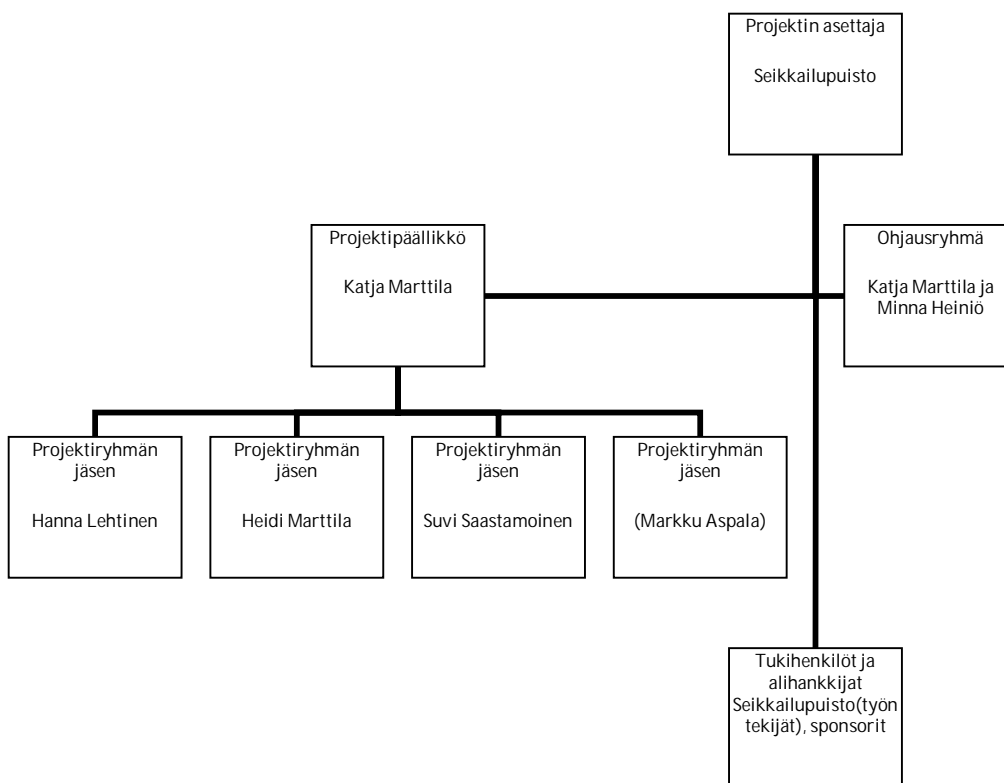
Tapahtuma on minun suunnittelemani ja koko tapahtuman järjestämisen prosessi lähti käyntiin minun aloitteestani, joten automaattisesti toimin itse projektipäällikkönä. Projektin luoneena minä pitelen koko prosessin ajan kaikkia lankoja käsissäni. Minun on myös

muistettava kaikki pienet yksityiskohdat, jotta tapahtuma onnistuisi.

Kommunikaatiotaitojen tärkeyden havaitsin useaan otteeseen projektin aikana. Projektin kuluessa tapasin monia uusia ihmisiä, joiden kanssa oli kommunikointava ja työskenneltävä. Projektin toimeksiantajan Minna Heiniön kanssa olimme yhteydessä koko prosessin ajan, ja tein myös yhteistyötä Seikkailupuiston muiden työntekijöiden kanssa. Olin myös yhteydessä sponsoreihin. Ammatillisesti mielenkiintoisinta oli mielestäni kuitenkin rekrytoida, johtaa ja organisoida tapahtumassa työskennelleitä.

Vapaaehtoisten rekrytointi osoittautui haastavaksi. Olin suunnitellut tapahtumaa luullen, että tapahtuman työntekijät olisivat ainakin suurimmaksi osaksi Seikkailupuiston omia työntekijöitä. Näin sovimme Minna Heiniön kanssa ensimmäisessä palaverissamme. Projektin aikana kuitenkin selvisi, ettei Seikkailupuiston työntekijöitä tulisi olemaan käytettävissä. Minun pitäisi siis rekrytoida tapahtumaan kaikki tarvittavat työntekijät.

Ensimmäinen jäsen projektitiimiin löytyi helpolla. Kun siskoni Heidi Marttila kuuli, että olen järjestämässä Viidakkoseikkailu-tapahtumaa, hän ehdotti heti, että voi tulla opettamaan lapsille ensiaputaitoja. Toinen vapaaehtoinen löytyi yhtä helpolla, mutta hän joutui perumaan tulonsa kaksi viikkoa ennen tapahtumaa. Kolmas vapaaehtoinen Markku Aspala lupautui myös mukaan projektiin. Saadakseni lisää työvoimaa pyysin Novian matkailun koulutusohjelman opiskelijoita avuksi. Kolmannen vuoden opiskelija Hanna Lehtinen vastasi ilmoitukseeni välittömästi. Olin toivonut opiskelijoiden lähtevän mukaan paremmin, vaikka epäilin, että palkaton viikonlopputyö ei välttämättä houkuttele. Noin kaksi viikkoa ennen tapahtumaa otin yhteyttä ystäviini ja sain vielä rekrytoitua projektiryhmän viidennen jäsenen Suvi Saastamoisen. Viidakkoseikkailu-tapahtumassa tulisivat näin työskentelemään minä, Heidi Marttila, Hanna Lehtinen, Suvi Saastamoinen ja Markku Aspala. Tapahtumapäivän aamuna Markku soitti ja ilmoitti olevansa sairas, eikä pääsisi tulemaan.



Kuvio 1. Viidakkoseikkailun projektiorganisaatio

Työntekijöiden rekrytointi on ehdottomasti osa-alue, johon tapahtumaa järjestettäessä tulee paneutua hyvin. Saatuaani ammattimaisen tiimin kasaan tiesin, että heihin voi luottaa. Työskentely projektiryhmän kanssa olikin vaivatonta. Kaikki projektiryhmäläiset olivat tottuneita työskentelemään ihmisten parissa ja vastaavanlaisissa projekteissa. Kommunikointi projektiryhmän kesken oli luontevaa ja asianmukaista, vaikka he olivatkin vieraita toisilleen. Koska tunsin työntekijät henkilökohtaisesti, Hanna Lehtistä lukuun ottamatta, luotin heidän luontevaan yhteistyöhönsä ilman erillistä tutustuttamista. Hanna on jo pitkällä matkailun opinnoissaan, joten pystyin luottamaan hänen ammattitaitoonsa.

Ennen tapahtumaa olin yhteydessä projektiryhmän jäsenten kanssa erikseen. Heidi ja Markku olivat mukana tapahtuman suunnittelussa alusta asti ja antoivat ideoita sekä palautetta koko suunnitteluprosessin ajan. Hannan kanssa olimme yhteydessä sähköpostitse ja pidimme myös palaverin tiistaina 10.9.2013. Palaverissa kävimme läpi tapahtuman luonteen ja sovimme Hannan työtehtävät tapahtumassa. Keskustelin myös Suvin kanssa puhelimesta hänen työtehtävistään tapahtumassa.

3 Onnistuneen tapahtuman lähtökohdat

Viisi W:tä ja How esitellään monen tapahtuman järjestämisestä kertovan kirjan teoriaosuudessa. Why, who, when, where, what ja how eli miksi, kuka/kenelle, koska, missä, mitä ja miten ovat kysymyksiä joihin tulee osata vastata, kun tapahtumaa lähdetään suunnittelemaan. Kauhanen (2002:35) lisää siihen vielä kysymyksen ”mielikuva?”. Sillä hän tarkoittaa järjestävän tahon ja kumppanien imagoa. Watt (2001:7) sen sijaan lisää kysymyksen “What cost?” eli ”mitä maksaa”. Mielestäni kuitenkin Häyrinen ja Vallo (2012) esittävät tapahtumajärjestämisen kysymykset erittäin onnistuneesti jäsennettyinä, joten esittelen heidän teoriansa tarkemmin.

Häyrisen & Vallon (2012:101) mukaan onnistuneen tapahtuman tunnelma on ainutkertainen, ja se herättää osallistujissa myönteisiä tunteita. He vertaavat onnistunutta tapahtumaa tähteen, joka sykkii lämpöä ja iloa. Tämä tähti muodostuu, kun kaksi kolmiota, strateginen ja operatiivinen, yhdistyvät. Katso kuvio 2. Molemmissa kolmioissa on kolme kysymystä, joihin on osattava vastata ennen tapahtuman suunnitteluun ryhtymistä.

3.1 Strategiset kysymykset

Organisaation johdon tai tapahtumaa järjestävän tahon tulee osata vastata seuraaviin strategisiin kysymyksiin. Vastaukset muodostavat tapahtuman idean eli strategisen kolmion. Katso kuvio 2 sivu 13. (Häyrinen & Vallo 2012:102-103).

Miksi?

Tapahtuman järjestäjän on osattava vastata kysymykseen: miksi tapahtuma järjestetään? Vastaus kysymykseen on tapahtuman tavoite. Tavoitteena voi olla esimerkiksi yleisön viihtyminen, varojen keruu tai uuden tuotteen lanseeraus. Usein tapahtumia järjestetään perinteen vuoksi miettimättä tavoitetta sen paremmin, jolloin riskinä on, että lopputulos jää heikoksi (Häyrinen & Vallo 2012:101-112). Goldblatt (2002:41) painottaa, että tapahtumalla tulee olla useita painavia tai mukaansatempaavia syitä, jotka vahvistavat tapahtuman toteuttamiskelpoisuutta. On myös hyvä huomioida, että tapahtumaa järjestävien tahojen on helpompi ottaa kantaa suunnitteluun ja päätöksentekoon, kun tapahtuman tavoite on selkeästi kaikkien tiedossa. (Kauhanen 2002:36).

Tapahtumaa järjestävän organisaation tulee pohtia, mitä se haluaa viestiä tapahtumassa tai tapahtumalla. Tapahtuma on hyvä tilaisuus tuoda esille organisaation arvoja. Osallistujan

on helpompi muistaa yksi selkeä pääviesti, kuin viestien sekamelska. Toki pienemmät sivuviestit voivat tukea pääviestiä. Tapahtuman viestiin vaikuttavat tavoitteen lisäksi monet muut tekijät, kuten tapahtumapaikka, ohjelma ja tarjoilu. Kuten tavoitteen, myös viestin tulee olla kaikkien suunnitteluun osallistuvien tahojen mielessä. (Häyrinen & Vallo 2012: 113-115).

Kenelle?

On mietittävä, kenelle tapahtuma järjestetään, eli ketkä ovat tapahtuman kohderyhmä? On tärkeää myös miettiä kohderyhmän kiinnostuksen kohteita ja harrastuksia. Miten kohderyhmän parhaiten tavoittaa, ja miten saada halutut viestit perille juuri tälle kohderyhmälle, ovat avainkysymyksiä tapahtuman suunnittelun alkuvaiheissa. (Häyrinen & Vallo 2012:102).

Mitä, Missä ja Milloin?

Nyt on pohdittava sitä, mitä ollaan järjestämässä. Kun tapahtuman kohderyhmä ja tavoite ovat tiedossa, on mietittävä, millainen tapahtuma on tälle kohderyhmälle ja tavoitteelle oikea. Onko mahdollista hyödyntää valmiita kattotapahtumia, kuten konsertteja, vai onko tarkoituksenmukaisempaa järjestää koko tapahtuma itse? On myös päätettävä, onko kyseessä asia-, viihde- vai yhdistelmä tapahtuma. Onko sopivin tapahtuma esimerkiksi matka tai seminaari? Tapahtuman paikka ja ajankohta on myös päätettävä. (Häyrinen & Vallo 2012:102).

3.1.1 Strategiset kysymykset: Viidakkoseikkailu

Ennen kuin aloin suunnitella tapahtumaa, pidimme palaverin Seikkailupuiston tuottajan Minna Heiniön kanssa 21.5.2013. Palaverin aikana selvitimme vastauksia tapahtuman strategiaan kysymyksiin. Minna Heiniön (haastattelu 21.5.2013) mukaan Seikkailupuiston toimintaideana on tarjota korkealaatuista kulttuuritoimintaa lapsiperheille ja järjestettävän tapahtuman tulee luonnollisesti olla toimintaidean mukainen.

Miksi?

Pohdin keväällä 2013 opinnäytetyöni aihetta, ja minulle oli selvää, että haluan järjestää tapahtuman, joka tarjoaa ihmisille hyvää mieltä ja mukavaa tekemistä. Halusin järjestää tapahtuman lapsille ja perheille, koska koin lapset mielenkiintoiseksi kohderyhmäksi. Halusin järjestää tapahtuman, jonka tavoitteena olisi tarjota osallistujille mukavaa

tekemistä ja iloista päivää. Tämän takia otin yhteyttä Seikkailupuistoon, koska sillä on hyvä maine lasten kulttuurin ja tapahtumien tuottajana. Tapahtuman tavoitteena siis onkin tarjota perheille iloinen, aktiivinen ja vuorovaikutteinen elämys. Järjestettävän tapahtuman ensisijainen tavoite on siis yleisön viihtyminen. Toisena tavoitteena on yhteisen tekemisen tarjoaminen perheille. Tavoite saavutetaan tarjoamalla yleisölle aktiviteetteja lasten kulttuurin ja taiteen sekä itse tekemisen merkeissä.

Kenelle?

Vapaa-ajallaan lapset tulevat Seikkailupuistoon vanhempiensa kanssa, joten kohderyhmäksi valittiin Turun seudun lapsiperheet, joissa on 3-10-vuotiaita lapsia.

Projektin alussa haastattelin lapsiperheitä ja sen perusteella tämä kohderyhmä on suhteellisen helppo saada liikkeelle ja osallistumaan tapahtumiin. Haastattelun perusteella erityisesti ilmaistapahtumat tuntuvat houkuttelevan osallistujia. Omien havaintojeni perusteella parhaiten perheillä on aikaa viikonloppuisin ja tällöin monet etsivät tekemistä lehdistä ja internetistä. Uskon myös, että kaikki Turun seudun lapsiperheet tuntevat Seikkailupuiston ainakin pintapuolisesti.

Mitä, Missä ja Milloin?

Minna Heiniön (haastattelu 21.5.2013) mukaan pienehköihin yksipäiväisiin tapahtumiin voidaan odottaa noin 150 kävijää ja tapahtuma-aika on ollut yleensä 10-16. Heiniön kokemuksen mukaan sunnuntai on paras päivä tapahtumalle. Tapahtumapäiväksi sovimme yhdessä 15.9.2013, jolloin on myös Turun päivä. Turun päivää juhlistaan perinteisesti erinäisin tapahtumin, ja se päättyy Aurajoen rannassa järjestettävään ilotulitukseen. Päivälle ei kuitenkaan tuolloin ollut muita, erityisesti kohderyhmälle suunnattuja, tapahtumia tiedossa. Tarkastin asian internetin tapahtumakalentereista ja Turun Päivän alustavasta ohjelmasta. Tapahtuman ideaksi muodostuikin siis tarjota paikallisille lapsiperheille mukavaa yhdessä tekemistä Turun Päivänä 15.9.2013.

3.2 Operatiiviset kysymykset

Operatiivisen kolmion kysymykset ovat tapahtuman toteuttamista. Kun vastaukset alla esiteltyihin kysymyksiin löytyvät, on selvillä myös tapahtuman teema ja operatiivinen kolmio. Katso kuvio 2. (Häyrinen & Vallo 2012:105).

Miten?

Tapahtuman järjestämisen voi jakaa kolmeen vaiheeseen: suunnittelu-, toteutus-, ja jälkimarkkinointivaihe. Näitä vaiheita kutsutaan tapahtumaprosessiksi. On pohdittava, miten tapahtuman tavoite saavutetaan, ja miten halutut viestit saadaan välitetyksi. Tulee myös miettiä, miten teema saadaan näkymään läpi koko tapahtuman. (Häyrinen & Vallo 2012: 103-104).

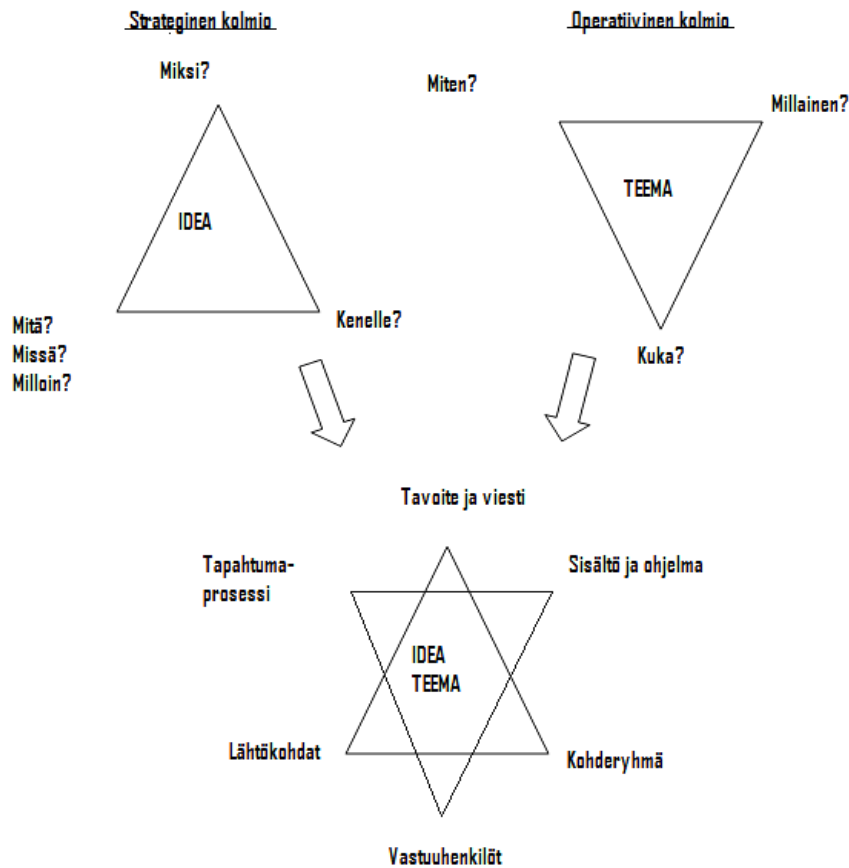
Millainen?

On erittäin tärkeää, että tapahtuman sisältö on kohderyhmälle sopiva. Se, millainen sisältö on hyvä, riippuu tapahtuman kohderyhmästä, tavoitteesta ja halutuista viesteistä. Joissakin tapahtumissa on turvaututtava ulkopuolisiin esiintyjiin tai juontajiin, toisissa tapahtumissa organisaation oma työntekijä tuo tapahtumaan enemmän lisäarvoa. Tapahtumanjärjestäjällä on suuri vastuu tuntea kohderyhmä sekä mahdolliset esiintyjät. Vain näin voidaan varmistaa, että ohjelma on kohderyhmälle sopiva. (Häyrinen & Vallo 2012: 104).

Kuka tai ketkä?

Tapahtumalla pitäisi aina olla tarvitsija, sillä sitä ei tulisi järjestää pelkän perinteen vuoksi. Näin tapahtumalla on omistaja, ja siten tapahtuman tärkein elementti, eli isäntä. Hyvä isäntä kruunaa koko tapahtuman. Tapahtuman voi kuitenkin organisoida muu henkilö tai taho. Suunnitteluvaiheessa tapahtuman avainhenkilö on projektipäällikkö. (Häyrinen & Vallo 2012: 104-105).

Kunnolla suunniteltuna strateginen ja operatiivinen kolmio muodostavat tasapainoisen tähden. Katso kuvio 2. Jos jokin kolmion kulma tai koko kolmio on toista vahvempi, tulee tuloksesta tasapainoton. Tapahtumaa suunniteltaessa on koko ajan pidettävä mielessä tapahtuman idea ja teema. Ilman ideaa tapahtuma jää helposti ontoksi teematapahtumaksi. Tapahtumaan osallistuvat pystyvät usein aistimaan tämän epätasapainon ja tapahtuman toimimattomuuden. Onnistuessaan tapahtuma siis onkin kuin iloa sykkivä tähti, kuten alla olevassa kuviossa 2 on havainnollistettu. (Häyrinen & Vallo 2012:105).



Kuvio 2. Onnistunut tapahtuma (Häyrinen & Vallo 2012:101-106)

3.2.1 Operatiiviset kysymykset: Viidakkoseikkailu

Kun tapahtuman idea oli selvillä, aloin pohtia tapahtuman teemaa. Esillä oli muutamia ehdotuksia, joista valitsin sopivimman. Valinta oli vaikea, sillä mielestäni teeman tärkeys korostuu lapsille suunnatussa tapahtumassa. Päädyin viidakkoseikkailu-teemaan, koska se tuntui parhaiten sopivalta kohderyhmää ajatellen. Lapset pitävät tunnetusti aktiivisesta ja vuorovaikutteisesta seikkailusta sekä eksoottisista eläimistä. Erittäin todennäköisesti lapset ja perheet ovat törmänneet muissa yhteyksissä viidakkoteemaan, sillä se on suhteellisen yleinen teema perheille suunnatuissa aktiviteeteissa. Viidakkoteema toistuu usein myös leluissa, kirjoissa ja elokuvissa. Viidakkoseikkailu oli siis melko varma valinta tapahtuman temaksi. Tapahtuman sisällön ja ohjelman päälinjat muodostuivat samanaikaisesti kun valitsin tapahtuman teeman. Tapahtuman ohjelma ja sisältö tukivat tapahtuman teemaa.

Miten?

Käsittelen tapahtumaprosessia sen laajuuden vuoksi erikseen opinnäytetyön 4. kappaleessa.

Millainen?

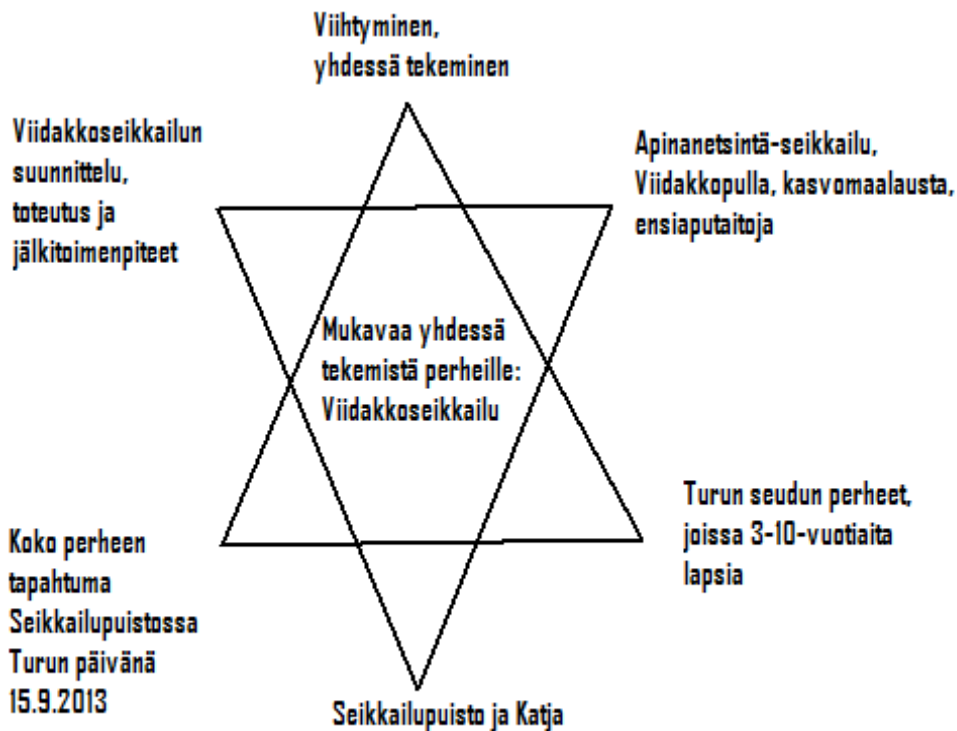
Tapahtuman ohjelmaa suunniteltaessa oli pohdittava, millaiseen tapahtumaan perheet haluavat ottaa osaa, ja mitä he haluavat tehdä tapahtumapaikalla. Tapahtuman ohjelman ja sisällön tulisi olla vuorovaikutteista, ja osallistujien tulisi saada itse ottaa osaa järjestettyyn ohjelmaan. Pohdin lasten ja perheiden mielenkiinnon kohteita, ja mitä he haluaisivat tehdä ja kokea tapahtumassa. Muistelin myös niitä onnistuneita tapahtumia, joissa olin itse ollut osallistujana, ja mitkä asiat tekivät kyseisistä tapahtumista onnistuneita. Näistä vaikutteita ottaen ja uusia ideoita hyödyntäen muodostin ohjelman Viidakkoseikkailu-tapahtumalle.

Tapahtumassa tulisi olemaan seikkailurata, jonka ideana on etsiä kadonnut apinanpoika. Lisäksi ohjelmassa olisi viidakkopullan paistoa, kasvomaalausta ja ensiaputaitojen harjoittelua.

Kuka tai ketkä?

Tapahtuman isäntänä toimin minä yhdessä Seikkailupuiston kanssa, ja itse toimin avainhenkilönä suunnitteluvaiheessa. Seikkailupuisto on erittäin sopiva isäntä ja paikka tämän tyyppiselle tapahtumalle, koska Seikkailupuistolla on hyvä maine korkealaatuisena koko perheen tapahtumien järjestäjänä.

Alla on havainnollistettu Viidakkoseikkailu-tapahtuman tähti. Katso kuvio 3. Pyrin tapahtuman suunnittelussa pitämään kaikki tähden sakarat tasapainossa keskenään, jotta lopputuloksesta eli tapahtumasta tulisi onnistunut.



Kuvio 3. Viidakkoseikkailun tähti

4 Tapahtumaprosessi

Tapahtumaprosessiin kuuluvat suunnittelu- ja toteutusvaihe, sekä jälkimarkkinointi (Vallo & Häyrynen 2012: 157). Goldblatt (2002:36-41) lisää tapahtumaprosessiin vielä kaksi vaihetta ennen suunnitteluvaihetta: research ja design.

Jotta voidaan luoda onnistunut tapahtuma, tulee sen toteutukseen varata aikaa vähintään pari kuukautta. Tarvittava aika on tietenkin sidoksissa tapahtuman ideaan, ja suurimpia tapahtumia suunnitellaan vuosia. Jos tapahtuman suunnitteluun ei ole varattu tarpeeksi aikaa, on tingittävä tapahtuman toteutuksesta ja laadusta. Kahdeksan viikon tapahtumaprosessista suunnitteluvaihe vie ajallisesti noin 75 %, ja tapahtuman toteutus noin 10 %. Tähän sisältyy tapahtuma-alueen rakennusvaihe, itse tapahtuma, ja purkuvaihe. Jälkimarkkinointiin on syytä varata vielä noin 15 % eli 1-2 viikkoa. (Vallo & Häyrynen 2012: 157).

4.1 Ensimmäiset vaiheet

Research ja design ovat ensimmäiset askeleet tapahtumaprosessissa. Ennen tarkempaa

tapahtuman suunnittelua on hyvä suorittaa alustavaa markkinatutkimusta. Hyvä markkinatutkimus ennen suunnitteluun ryhtymistä ei ainoastaan paranna tapahtuman onnistumisen mahdollisuuksia, vaan myös vähentää muihin suunnittelun vaiheisiin kuluva-aikaa. Tarpeista ja resursseista riippuen tutkimus voi olla kvalitatiivinen, kvantitatiivinen tai niiden sekamuoto. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää sekä kohderyhmän että tapahtumaa järjestävien tarpeet, toiveet ja odotukset ja havaita mahdolliset nousevat trendit. (Goldblatt 2002:36-41).

Kun jonkinasteiset vastaukset tapahtuman järjestämisen kysymyksiin ovat selvillä, on aika alkaa ideoida tapahtuman sisältöä. Tapahtuman lähtökohtia selvitetessä on käytetty loogista ja järkevää ajattelua, aivojen vasenta puolta, mutta nyt on aika käyttää luovaa oikeaa aivopuoliskoa. Pitääkseen yllä luovuutta ja saadakseen inspiraatiota parhaimmatkin tapahtumasuunnittelijat vierailevat taidenäyttelyissä, kirjastossa ja taiteellisissa tapahtumissa säännöllisesti. (Goldblatt, 2002: 45).

Brainstorming ja mind mapping ovat hyviä keinoja ideoiden tuottamiseen. Brainstorming eli aivoriihi tarkoittaa metodia, jolla tuotetaan paljon erilaisia ideoita. Aivoriihen tärkein sääntö on, että ei ole huonoja ideoita. Kaikki ideat on hyvä kirjoittaa ylös esimerkiksi lehtiötaululle. Mind map kääntyy suomeksi mielle- tai käsitekartaksi. Se on hyvin visuaalinen työkalu, jossa esimerkiksi lehtiötaululle vedetään ajatusviivoilla ideoita. Jokainen tapahtuman järjestämisen kysymys kirjoitetaan paperin keskelle, ja niiden ympärille rakennetaan miellekartta. Aivoriihessä esille tulleista ideoista kootaan yhteneväinen kokonaisuus. Kaikki mind mapissa olevat ideat tukevat vahvasti tapahtuman tavoitetta ja ideaa. Ideat, jotka eivät tue tapahtuman tavoitetta, kerätään yhteen ja säästetään mahdollista tulevaa käyttöä varten, mutta hylätään tämän tapahtuman osalta. (Goldblatt, 2002:45-46).

4.1.1 Ensimmäiset vaiheet: Viidakkoseikkailu

Saadakseni selville mitä lapsiperheet toivoisivat tapahtumalta suoritin pienimuotoisen kvalitatiivisen tutkimuksen turkulaisten vanhempien keskuudessa. Haastattelin neljää vanhempaa, joilla on 3-10-vuotiaita lapsia. Haastattelu suoritettiin ryhmähaastatteluna, jossa vastaajat voisivat jutella vapaasti. Haastattelussa paikalla oli myös 2 lasta, joten heidänkin mielipidettään kuultiin. Tärkeinä asioina pidettiin, että tapahtuma on ilmainen, ja että tapahtumassa lapsi voi tehdä jotain konkreettista, kuten esimerkiksi värittää. Myös tapahtuma-alueen toivottiin olevan rauhallinen. Tapahtuman tärkeimpänä lähtökohtana

kuitenkin pidettiin sitä, että tapahtumassa olisi kivaa tekemistä lapsille, kuten lauluja, pelejä tai leikkejä.

Jo ennen projektin käynnistymistä annoin aivojeni oikealle puolelle haastetta ja etsin inspiroivia asioita, joilla kehittää luovuutta. Vierailin taidenäyttelyissä, tapahtumissa ja kirjastoissa, luin satukirjoja sekä katselin elokuvia. Kun projekti oli käynnistetty, käytin brainstorming-metodia ja useiden ideoiden joukosta päädyin valitsemaan tapahtuman teemaksi viidakkoseikkailun. Idean ympärille olikin helppo luoda tursuileva mind map-kartta. Poimin käyttökelpoisimmat ideat ja aloin työstää niitä.

4.2 Suunnitteluvaihe

Tapahtumaprosessi alkaa projektin käynnistämällä. Suunnitteluun kannattaa mahdollisimman varhaisessa vaiheessa ottaa kaikki henkilöt, joiden panostusta tarvitaan tapahtuman toteutukseen. Näin saadaan enemmän ideoita ja erilaisia näkökulmia, ja tapahtumaa järjestävät henkilöt myös sitoutuvat paremmin projektiin. Tällöin tapahtuman onnistumisen todennäköisyys paranee. (Vallo & Häyrinen 2012: 158).

Suunnitteluvaiheessa on hyvä laatia tapahtumabrief. Se on selvitys tapahtuman niistä reunaehdoista, jotka ovat selvillä tapahtuman suunnitteluun ryhdyttäessä. Tapahtumabrief-asiakirjasta selviää ainakin tapahtuman tavoite, viesti, kohderyhmä, lähtökohdat, sekä tapahtuman sisältö, isännät ja tunnelma. Se sisältää myös tiedon siitä, miten tapahtuma toteutetaan. Tapahtuma voi olla toteutettu itse, ostettu tai hyödynnetty jo olemassa olevaa tapahtumaa, niin sanottua kattotapahtumaa. Tapahtumabrief-asiakirjasta tulee selvittää myös tapahtuman budjetti. (Vallo & Häyrinen 2012: 159).

Tapahtuman sujuvuuden suunnittelu on myös tärkeää. Sujuvuuteen vaikuttaa se, miten hyvin asiat on suunniteltu ja aikataulutettu. Mitä enemmän tapahtumassa on osallistujia, sitä enemmän tarvitaan henkilökuntaa ja muita resursseja, kuten astioita ja WC-tiloja. Tapahtumakäsikirjoitus, johon on kirjattu tapahtuman kulku, on tärkeä työkalu. Siitä selviää mitä tapahtuu, missä tapahtuu ja milloin tapahtuu. Jokaisella vastuuhenkilöllä tulee olla oma kappale tapahtumakäsikirjoituksesta. (Vallo & Häyrinen 2012: 161-163).

4.2.1 Suunnitteluvaihe: Viidakkoseikkailu

Olin toimeksiantajani Minna Heiniöön yhteydessä sähköpostitse useita kertoja tapahtumaa edeltävinä kuukausina. Sähköpostien lisäksi pidimme palaverin 21.5., 29.7. ja

11.9. Viidakkoseikkailun suunnittelun merkeissä. Vaihdoimme ajatuksia ja ideoita tapahtuman toteutuksesta. Projektiryhmän jäsenet Heidi ja Markku olivat suunnitteluvaiheessa mukana alusta asti. Heiltä sain palautetta tapahtuman suunnittelusta ja uusia ideoita. Projektiryhmän jäsenet Hanna ja Suvi tulivat mukaan projektiin sen loppupuolella ja eivät näin ollen osallistuneet tapahtuman ideointiin tai suunnitteluun.

Selvitin suunnittelun alussa tapahtuman reunaehdot. Tein tapahtumabrief-asiakirjan, johon oli kirjattu tapahtuman tavoite, viesti, kohderyhmä, lähtökohdat, sekä tapahtuman tunnelma, sisältö, isännät ja budjetti. Katso kuvio 4. Varsinaista budjettia tai suoranaista rahaa tapahtumaan ei ollut, mutta Seikkailupuistosta saisi materiaaleja ja työntekijöitä. Tapahtumabrief oli helppo tehdä, kun tapahtuman tähti oli kunnolla suunniteltu. Viidakkoseikkailun tapahtumabriefin tarkoitus oli lähinnä helpottaa ja jäsentää omaa työskentelyäni.

Tapahtumabrief -Viidakkoseikkailu

Tapahtuman tavoite: Mukavaa tekemistä perheille ja lapsille

Viesti: Seikkailupuisto on kiva paikka, joka järjestää paljon erilaisia aktiviteetteja

Kohderyhmä: Turun seudun perheet, joissa 3-10 vuotiaita lapsia

Lähtökohdat: Opiskelija Katja Marttilan ja Seikkailupuiston toteuttama tapahtuma Seikkailupuistossa 15.9.2013

Sisältö: Osallistuvaa tekemistä koko perheelle

Isännät: Seikkailupuisto ja Katja

Vastuuhenkilö/järjestäjä: Katja

Tunnelma: Vapaamuotoinen, iloinen ja rento

Budjetti: 0 €, mutta materiaaleja ja työntekijöitä

Kuvio 4. Tapahtumabrief

Tapahtuman suunnitteluvaiheessa kiinnitin huomiota tapahtuman sujuvuuteen. Sujuvuuden suunnittelu oli haasteellista, koska osallistujamäärää oli vaikea arvioida. Talkoolaisia rekrytoitiin Viidakkoseikkailuun itseni lisäksi neljä, mikä vaikutti riittävältä määrältä. Apinanetsinnän päätteeksi lapset saivat yllätyspussin. Koska osallistujamäärää oli vaikea

arvioida, oli haasteellista arvioida kuinka paljon yllätyspusseja ja viidakkopulla-aineksia tarvittaisiin. Päädyin varaamaan pulla-aineokset 120 hengelle ja yllätyspusseja 170 hengelle. Viidakkopullaa mahtui paistamaan vain 5-6 ihmistä kerrallaan, joten enempää pullaa ei olisi ehtinyt paistaa tapahtumapäivän aikana.

Tapahtuman sujuvuutta suunniteltaessa järjestin myös muuta aktiviteettia nuotiopaikalle, mikäli pullanpaistoon muodostuu jonoa ja ihmiset joutuvat odottelemaan. Nuotiopaikalla oli isoja valkoisia perhosia, joihin lapset voisivat piirtää tai värittää. Perhosten lisäksi tapahtumapaikalla oli Viidakkovisa-tietokilpailu, jonka kysymyksiä perheet voisivat yhdessä arvuutella. Lisäksi nuotiopaikalla tehtiin kasvomaalauksia ja harjoiteltiin ensiaputaitoja.

4.3 Rahoitus, budjetointi ja sponsorointi

Tapahtuman rahoitus ja siihen liittyvät riskit ovat keskeisimpiä kysymyksiä, kun tapahtumaa lähdetään suunnittelemaan. Rahoituksen lähteet voidaan jakaa kolmeen osaan: Organisaation oma rahoitus, mikä saattaa yksinäänkin riittää kattamaan tapahtumasta syntyvät kulut. Tapahtuman tuotot, jotka syntyvät pääsylipputuloista ja myyntipaikkatuloista. Usein kuitenkin tarvitaan ulkopuolisia tulonlähteitä, joita ovat erinäiset avustukset ja tuet, tappiontakaus ja sponsorit. (Kauhanen 2002:59).

Projektisuunnitelmaa laadittaessa on myös tehtävä tapahtumalle talousarvio. Talousarvion tulee olla mahdollisimman tarkka menojen ja tulojen osalta, ja myös mahdolliset pitkäkestoiset investoinnit on otettava huomioon. Talousarvio voidaan tehdä esimerkiksi Excel-ohjelmiston avulla, jolloin sen luonnostelu ja muuttaminen on helppoa. Jo arviota tehtäessä voidaan jättää tilaa tapahtuman jälkeen tehtävään toteutuman käsittelyyn. Näin arvion ja toteutuneiden tulojen ja kustannuksien vertailu on helppoa. Voidaan analysoida pieniäkin kulu- tai menolajien eroja, ja nähdä, onko ero johtunut määrä- vai yksikkökustannuksien erosta. Erityisen tärkeää tämä on silloin, kun suunnitellaan tapahtumaa järjestettäväksi uudelleen. (Kauhanen 2002:59).

Talousarvion lisäksi on tehtävä myös mahdollisimman tarkka rahoitussuunnitelma. Rahoitussuunnitelmassa selvitetään, milloin rahaa on suunniteltu tulevaksi ja milloin meneväksi, ja mikä kassan suuruus kulloinkin on. Yleistä on, että kuluja tulee ennen tuloja, ja usein jonkinlainen laina on tarpeen, mikäli organisaatiolla ei ole valmiuksia rahoitukseen. (Kauhanen 2002:59).

Lähes jokaisella isommalla tapahtumalla on sponsoreita. Sponsorit osallistuvat tapahtuman järjestämiseen lahjoituksella, joko rahalla, tavaralla tai muuten. Yleisimmin sponsoroiva taho saa vastineeksi mainontaa tapahtumapaikalla ja näkyvyyttä tapahtuman markkinoinnissa. Sponsoroinnissa ei siis ole kyse hyväntekeväisyydestä. Sponsorointiyhteistyö voi toki olla laajempaakin tai pitkäaikaista yhteistyötä. Tapahtuman järjestäjän on hyvä pohtia, minkälaisille yrityksille tapahtuman sponsorointi sopisi parhaiten ja miettiä, mitä lisäarvoa yritys saa tapahtuman sponsoroinnista. Sponsoreita etsittäessä on tärkeää esitellä asiansa selkeästi ja havainnollisesti ja muistaa, että luovat ideat saavat ihmiset innostumaan. (Kauhanen 2002:69-71).

4.3.1 Rahoitus, budjetointi ja sponsorointi: Viidakkoseikkailu

Viidakkoseikkailun varsinainen budjetti on nolla, mutta muita resursseja on kuitenkin suhteellisen paljon käytettävissä. Seikkailupuiston tilat, viidakkopullaan tarvittavat ainekset, markkinointi, julisteet, ja koristelut ovat kaikki Seikkailupuiston panosta tapahtumaan. On vaikea arvioida Seikkailupuiston panosta rahallisesti, koska Seikkailupuisto tapahtumapaikkana tuo merkittävästi lisäarvoa tapahtumaan. Sen lisäksi tapahtumasta ei tule erityisiä erillisiä työvoimakuluja, koska tapahtuman työntekijät työskentelevät talkoohengessä. Tapahtuma on ilmainen, joten osallistujamäärästä riippuvia taloudellisia riskejä ei ole.

Sponsoreiden hankinnan aloitin noin kuusi viikkoa ennen tapahtumaa. Olin sähköpostitse yhteydessä viiteen mielenkiintoisimpaan sponsoriehdokkaaseen. Yritykset lähtivät sponsorointiin mukaan hyvin. Kantola sponsoroi Ballerina Dops Strawberry Cheesecake-keksejä kaksi isoa laatikollista jaettavaksi tapahtumaan. Tapahtuman pääsponsoriksi ryhtyi Karnevaalikauppa Carnevalia. Carnevalialta tapahtumaan saatiin kasvovärit ja kiitospussien leluötökät. Sponsorointia vastaan Carnevalia sai näkyvyyttä mainonnassa. Julisteisiin lisättiin Carnevalian logo ja teksti: Seikkailussa mukana Carnevalia. Sain hankittua myös McVitie's Paavo Pesusieni- ja Hello Kitty-keksejä Arvid Nordquist Finlandilta.

4.4 Markkinointi

Markkinointi on tärkeä osa tapahtuman järjestämistä. Watt (2002:60-61) kirjoittaa, että markkinointi ei ole vain erillinen konsepti, vaan ennemminkin lähestymistapa koko tapahtuman järjestämiseen. Se sisältää paljon enemmän kuin tapahtuman mainostamista ja

promoamista tapahtuman potentiaaliselle asiakasryhmälle. Heidän lisäksi tapahtumaa tulee markkinoida myös sponsoreille, medialle, erityisvieraille, henkilökunnalle, mainostajille ja kansalle. Markkinointi on oikeastaan niin olennaista ja perustavanlaatuista, ettei sitä voi erottaa erilliseksi toiminnoksi, vaan on osa kaikkia tapahtuman järjestämisen osa-alueita.

Markkinoinnin perusteena pidetään neljää P:tä eli price (hinta), product (tuote), promotion (myynninedistäminen) ja place (sijainti ja saatavuus). Onnistuneen tapahtuman saavuttamiseksi tulee kaikkien neljän P:n olla toimivia ja tasapainossa keskenään. Tuotteen eli tapahtuman tulee tietenkin olla laadukas ja hinnaltaan sopiva. Promotion eli myynninedistäminen käsittää markkinoinnin viestinnällisen osuuden. Tapahtuman sijainnissa tulee ottaa huomioon ainakin pitopaikka ja saavutettavuus sekä tapahtumaa tukevat palvelut kuten hotellit, ravintolat tai vaikka parkkipaikat. Erilaisissa tapahtumissa nämä neljä P:tä painottuvat eri tavoin. Kun tapahtuman järjestäjänä on esimerkiksi kunta, tapahtuman taloudellinen tuotto ei ole tärkeintä, ja markkinointibudjettikin voi olla erittäin pieni. Tällöin itse tuotteen sekä sijainnin tulee olla erinomainen. Tätä voi verrata voittoa tavoittelevaan tapahtuman järjestäjään, jolle tapahtuman hinta on oleellinen ja verrannollinen tapahtuman sisältöön. Tapahtuman markkinointi on erittäin tärkeää, sen sijaan hyvä sijainti ei niin tärkeää. (Watt 2002:66-68).

Neljään P:hen on vuosien aikana lisätty useita muita tekijöitä. Tapahtuman järjestämisen kannalta tärkeitä ovat ainakin people (ihmiset), packaging (paketointi), partnership (yhteistyökumppanit) ja programming (aikataulu). Ihmiset ovat suurin vahvuus onnistuneen tapahtuman luomisessa ja sen markkinoinnissa. Paketointi on hyvä tapa tukea tapahtuman imagoa; esimerkiksi perheille suunnattuun tapahtumaan voidaan myydä perhepaketti hotelliyöpymisellä. Markkinointiyhteistyö muiden tahojen kanssa voi tuoda merkittävää lisäarvoa tapahtuman markkinointiin. Tapahtuman ajankohta on myös tärkeää markkinoinnin kannalta. (Watt 2002:67).

Kauhasen (2002:113) mukaan keskeisimpiä asioita tapahtuman markkinoinnin kannalta ovat kohderyhmä, tapahtuman imago ja sisältö, myyntikanava, pääsylipun hinta, kilpailevat asiat ja ajankohta. Käytännössä se tarkoittaa sitä, että tapahtuma markkinoidaan oikealle kohderyhmälle, oikealla imagolla, oikeaan hintaan ja aikaan, sekä otetaan huomioon kilpailevat seikat. Jo oikean kohderyhmän rajaaminen voi olla hankalaa. Ikä, tulotaso tai asuinpaikka ei välttämättä kerro potentiaalisen asiakkaan mielenkiinnon kohteista. Kun kohderyhmä on tiedossa, tulee heille välittää tieto tapahtumasta.

Kauhanen (2002:114-117) jakaa markkinoinnin ja tiedottamisen seuraaviin osa-alueisiin: myyntikanavat, henkilökohtainen myyntityö, suhdetoiminta ja julkisuus, tiedottaminen, mainonta sekä arviointi. Watt:n (2002:67-68) käyttämä termi promotion, jolle on hankala löytää suomenkielistä käännöstä, sisällyttää kaikki nämä osa-alueet. Hän lisää siihen vielä logon.

Myyntikanavien valitseminen on tärkeää, mikäli tapahtumaan myydään lippuja. Henkilökohtainen myyntityö on tärkeää, kun tapahtumaa markkinoidaan sekä yhteistyökumppaneille että potentiaalisille asiakkaille. Pelkällä mainonnalla ja tiedottamisella saadaan harvoin tarpeeksi suurta osallistujamäärää. (Kauhanen 2002:114).

Suhdetoiminta ja julkisuus ovat nekin tärkeitä. Keskeisiin tapahtuman sidosryhmiin ja julkisiin tiedotusvälineisiin tulee pitää säännöllisesti yhteyttä koko tapahtuman suunnittelun ajan. Sidoryhmän jäsenille tiedotetaan jatkuvasti tilanpäivityksiä. Tapahtuman tiedottaminen voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen tiedottamiseen. Sisäisen tiedottamisen joukkoon kuuluvat oma organisaatio, esiintyjät ja alihankkijat. Ulkoinen tiedottaminen kohdistuu potentiaalisiin asiakkaisiin, joukkotiedotusvälineisiin ja myyntikanaviin. Sisäinen tiedottaminen on yksityiskohtaisempaa ja tiedottaminen tapahtuu usein jo ennen ulkoista tiedottamista. (Kauhanen 2002:115-116).

Mainonta on lähettäjän maksamaa ja tunnistettavaa tiedottamista. Mainonta on usein näkyvin kilpailukeino. Joissakin tapahtumissa mainonnalla on ratkaiseva rooli ja joissakin tapahtumissa on maksettujen mainosten rooli erittäin vähäinen. Tapahtuman järjestäjän on mietittävä kohderyhmään vetoava mainossanoma sekä valittava oikeat mediat kohderyhmän saavuttamiseen. Usein vastuu mainonnasta on hyvä antaa ulkopuoliselle ammattilaiselle, sillä mainonnassa ei ole varaa epäonnistua. (Kauhanen 2002:116-117).

Logo on tärkeä osa minkä tahansa tahon julkisuuskuvaa. Hyvä logo on värikäs ja silmään osuva ja siitä selviää kaikki oleellinen tieto. Se siis kuvastaa koko tapahtuman imagoa. Logolla voi myös olla merkittävä osa lahjatavaroiden ja matkamuistojen myynnin kannalta. Tosin pienempien tapahtumien tulee varoa tilaamasta liikaa tuotteita, mikäli ne eivät myy hyvin. (Watt 2002:68).

Markkinointi, tiedottaminen ja mainonta ovat tärkeitä välineitä, jotta tapahtumaan saadaan tarpeeksi kävijöitä. Sen takia onkin ensisijaisen tärkeää seurata jo markkinointiprosessin aikana sen tuottamaa tulosta. Eri markkinointitoimintojen vaikutusta voi olla haasteellista seurata, mutta siihen tulee silti panostaa. Myös arviointi tapahtuman jälkeen on tärkeää ja

erityisesti silloin, kun tapahtumaa suunnitellaan järjestettäväksi uudelleen. (Kauhanen 2002:117).

4.4.1 Markkinointi: Viidakkoseikkailu

Viidakkoseikkailun 4 P:tä ovat hyvässä tasapainossa keskenään. Markkinointibudjetti on pieni, mutta myös tapahtuma on ilmainen. Sen sijaan tapahtuman sijainti on loistava, koska tapahtuma järjestetään Kupittaaan puistossa, joka on suosittu ulkoilualue Turun keskustan liepeillä. Lisäksi Seikkailupuisto on tunnettu ja pidetty tapahtumapaikka kohderyhmän keskuudessa. Uskon myös tapahtuman teeman ja idean vetoavan ihmisiin.

Markkinoinnin onnistumisessa keskeisessä osassa ovat tietenkin ihmiset ja Viidakkoseikkailun markkinoinnista vastaan minä yhdessä Minna Heiniön kanssa. Mielestäni voidaan todeta, että Viidakkoseikkailussa paketointi, yhteistyökumppanit ja aikataulu sitoutuvat kaikki toisiinsa. Viidakkoseikkailu on oma erillinen tapahtumansa, mutta toteutettu tiiviissä yhteistyössä Seikkailupuiston kanssa. Lisäksi Turun Päivä tuo lisäarvoa tapahtumaan ja luo ylimääräisen markkinointikanavan.

Tapahtuma on sen verran pienimuotoinen, että mielestäni on tarpeetonta suunnitella omaa logoa tapahtumalle. Pyrin kuitenkin visuaalisessa ilmeessä yhteneväisyyteen. Samat värit, sekä perhoset ja apinat toistuvat julisteissa, Facebook-sivulla ja tapahtumassa. Juliste, fb-tapahtuma ja kuvia tapahtumapaikalta löytyy liitteinä. Katso liitteet 1, 2, ja 3.

Pidimme Minna Heiniön kanssa palaverin 29.7.2013, jossa sovimme markkinoinnin viestinnällisistä eli mainonnan päälinjoista. Sovimme, että Heiniö huolehtii tapahtuman lisäämisestä Turun Sanomien Menovinkkeihin, Turun tapahtumakalenteriin ja Turun päivän ohjelmaan sekä luo Facebook-tapahtuman ja tapahtuman Seikkailupuiston internet-sivuille. Minä sen sijaan vastaisin julisteista.

Lopullinen mainonta jäi aavistuksen suunniteltua vähäisemmäksi, sillä tapahtumaa ei lisätty yllä mainittuihin tapahtumakalenterin eikä Turun päivän ohjelmaan. Seikkailupuiston toimesta tehtiin Facebook-tapahtuma ja tapahtuma lisättiin Seikkailupuiston internet-sivuille. Sen lisäksi minä vein noin 30 julistetta kauppojen, kirpputorien ja uimahallien seinille. Facebook-tapahtuma ja juliste löytyy liitteinä työn lopusta. Katso liitteet 1 ja 2.

Tapahtuman aikana haastattelin osallistujia muun muassa saadakseni selville, mistä he

olivat saaneet tiedon Viidakkoseikkailu-tapahtumasta. Neljä vastaajaa oli Seikkailupuistossa, kun huomasivat tapahtuman, kolme vastaajaa kuuli tapahtumasta ystäviltä Facebookin kautta, neljä vastaajaa oli löytänyt tapahtuman Seikkailupuiston internet-sivuilta ja yksi vastaaja oli nähnyt ilmoituksen uimahallin ilmoitustaululla.

Markkinointiin olisi tullut kiinnittää enemmän huomiota. Tapahtumakalentereista löytyminen olisi ollut erittäin tärkeää mainonnan kannalta, sillä Seikkailupuiston tapahtumat ilmoitetaan aina kalentereissa. Ihmiset etsivät tapahtumia näistä kalentereista, kun suunnittelevat viikonlopun ohjelmaansa. Minun olisi projektipäällikkönä pitänyt varmistaa, että Viidakkoseikkailu-tapahtuma olisi löytynyt sekä tapahtumakalentereista että Turun päivän ohjelmasta.

Puutteellinen markkinointi teki osansa, että tapahtuman osallistujamäärä jäi suhteellisen vähäiseksi. Olin varautunut yli 100 lapseen, mutta tapahtumaan osallistui vain noin 50 lasta. Osallistujamäärään vaikutti varmasti myös Turun päivän muu ohjelmisto ja tapahtumat.

4.5 Tapahtuman toteutus ja tapahtumapäivä

Tapahtuman toteutuksessa keskeinen osa on projektipäälliköllä, joka on vastuussa tapahtuman läpiviennistä. Hän pitelee käsissään lankoja onnistuneeseen tapahtumaan. Onnistuminen vaatii kuitenkin kaikkien tapahtumaa järjestävien saumatonta yhteistyötä. Jokaisen on tiedettävä oma tehtävänsä tapahtumassa. Tapahtumakäsikirjoitus on hyvä työväline tapahtumassa työskenteleville. Tapahtumakäsikirjoitukseen on eritelty mitä tapahtuu, missä tapahtuu ja milloin tapahtuu eli se on kuin näytelmän käsikirjoitus. (Vallo & Häyrinen 2012: 161-163).

Tapahtuma-alueen pystytys ja koristelu on aikaa vievin vaihe. Purku on yleensä huomattavasti nopeampi ja tehokkaammin toteutettavissa oleva kuin rakennusvaihe. Tapahtuman onnistumisen takaamiseksi on hyvä pitää kenraaliharjoitukset, johon osallistuvat vähintään esiintyjät ja tekniikasta vastaavat. Kenraaliharjoituksissa käydään läpi koko tapahtumakäsikirjoitus. Tekniikan toimivuus tarkistetaan kenraaliharjoituksissa. Käytännössä kenraaliharjoitukset on paras pitää samana päivänä. (Vallo & Häyrinen 2012: 164-165).

Onnistumisen takaamiseksi tapahtumalla on hyvä olla vahva aloitus ja selkeä loppu. Niiden välissä ohjelmat ja tauot tapahtuvat kellotetun aikataulun mukaan. Monet pienet

yksityiskohdat vaikuttavat tapahtuman tunnelmaan ja onnistumiseen, joten kaikkien palojen on loksahdettava paikoilleen. Aikatauluun vaikuttaa tapahtuman luonne. Joissain tapahtumissa on syytä varata aikaa vapaalle seurustelulle, toisissa taas keskitytään tiiviisti järjestettyyn ohjelmaan. Tapahtuman sujuvuus on osa tapahtuman laatua. Tapahtumassa tulee olla tarpeeksi henkilökuntaa, sekä toimivat tilat, etteivät jonot veny pitkiksi. Erityisen onnistuneessa tapahtumassa on myös jotain yllätyksellistä, mikä voi olla esimerkiksi yllätysesintiä tai pieni lahja. Yllätyksellisyys tuo tapahtumaan lisäarvoa, mutta toki suurien linjojen tulee olla osallistujien tiedossa. (Vallo & Häyrinen 2012: 162-168).

Somistus luo tapahtumaan tunnelmaa. Somistus on hyvä valita tapahtuman teeman mukaisesti. Sopivaa somistusta voi olla portin pielessä leimuavat ulkotulet, ilmapallot, tai värikkäät kukka-asetelmat. (Vallo & Häyrinen 2012: 174).

Oman osuutensa tapahtuman tunnelmaan tuovat musiikki ja äänimaailma. Budjetin salliessa elävä musiikki on aina miellyttävämpää kuin äänite, mutta myös tallenteilla voidaan luoda tunnelmaa. Musiikki ei ole tapahtumassa välttämätöntä, mutta antaa tapahtumaan lisäarvoa ja tekee tapahtumasta viihtyisän. Tausta- ja odotusmusiikin tulee olla tapahtuman luonteeseen sopivaa. Äänimaailma onkin siis osa somistusta. (Vallo & Häyrinen 2012: 170-171).

Tekniikalla on yleensä merkittävä osa tapahtumassa. Tapahtuman osallistujat huomaavat tekniikan tärkeyden, mikäli se ei toimi odotetusti. Ennen tapahtumaa tuleekin siis tarkistaa tekniikan toimivuus, mikä on hyvä suorittaa viimeistään kenraaliharjoituksissa. Tapahtumaa järjestettäessä on hyvä nimetä tekniikasta vastaava henkilö, joka osaa toimia mahdollisissa ongelmatilanteissa. Isoissa ammattimaisissa tapahtumissa paras vaihtoehto on palkata äänentoiston ammattilainen. (Vallo & Häyrinen 2012: 171-172).

Melkein kaikissa tapahtumissa jaetaan jotakin materiaalia. Se voi olla tapahtuman ohjelma, esitteitä, osallistujalista tai muuta vastaavaa. Joskus ohjelmaa ei tarvitse jakaa, jos informaatio välittyy muulla tavoin, ja joskus se on hyvä lähettää osallistujille jo etukäteen. Tapahtumaa kannattaa myös videoida ja valokuvata. Videoitua materiaalia tai valokuvia voi hyödyntää monin tavoin. Videokuvaa voidaan esimerkiksi lähettää suorana nettilähetyksenä ja valokuvia voidaan lähettää kiitoskorttien mukana. Jälkikäteen on myös helpompi arvioida tapahtuman onnistumista ja ottaa vinkkejä seuraavan tapahtuman järjestämiseen. Valokuvaamiseen ja videointiin on aina pyydettävä osallistujien lupa. (Vallo & Häyrinen 2012: 172-174).

4.5.1 Tapahtuman toteutus ja tapahtumapäivä: Viidakkoseikkailu

Tapahtumakäsikirjoitus jaettiin projektiryhmälle torstaina 12.9. sähköpostitse ja Facebookin kautta. Tapahtumakäsikirjoituksesta selvisi päivän kulku ja ohjelma, tapahtuman työntekijät sekä heidän työaikansa ja -tehtävänsä. Katso kuvio 5. Ohjelmassa tulisi olemaan Apinanetsintä-seikkailu, viidakkopullan paistoa, ensiaputaitojen harjoittelua ja kasvomaalauksia. Suunnitelman mukaan Hanna vastaisi Apinanetsintä-seikkailusta, Markku Viidakkopullasta, Heidi ensiaputaitojen harjoittelusta sekä minä ja Suvi kasvomaalauksista. Tapahtumakäsikirjoitukseen tuli vielä muutoksia ennen tapahtumaa ja tapahtumapäivän aikana. Edeltävänä torstaina sääennuste oli vielä huono, joten suunnitelmissa oli järjestää osa tapahtumasta sisätiloissa. Hyväksi onneksi kuitenkin tapahtumapäiväksi osui kaunis syyspäivä, joten tapahtuma voitiin pitää ulkona. Tapahtumapäivän aamuna yksi työntekijöistä sairastui, joten työtehtäviä piti jakaa uudelleen.

2013/09/12 09:54 IP

Tapahtumakäsikirjoitus

Töissä: Katja, Hanna, Heidi, Make, Suvi

Apinanetsintä klo 10-16

Kyseessä on valokuva-suunnistusrata seikkailupuiston leikkipuistossa. Siinä on noin 8 "pistettä". Jokaisella pisteellä pieni eläintarina ja vihje seuraavasta paikasta. Viimeinen rasti on seikkailutalossa (pienemmässä huoneessa), jossa lapset löytävät nukkuvan apinan ja saavat kiitokseksi yllätyspussin.

Viidakkopulla klo 10-16

Seikkailutalon viereisellä nuotiopaikalla paistetaan tikkupullaa. Nuotiopaikalla on myös viidakkovisa, jolla voi viihdyttää, mikäli kertyy jonoa.

Kasvomaalaus klo 11-15

Seikkailutalon "isossa huoneessa" tehdään poskimaalauksia.

Ensiaputaidot klo 12-14

Lääkisopiskelija Heidi esittelee ja opettaa ea-taitoja "isossa huoneessa".

Klo 10-11 Apinanetsinnästä ja viidakkopullasta vastaavat Katja, Hanna, Heidi ja Make. Asiat saadaan alkuun ja rullaamaan

Klo 11-15 Apinanetsintä Hanna, Viidakkopulla Make, (Heidi auttaa tarvittaessa klo 11-12 ja 14-15). Katja ja Suvi kasvomaalaus.

Klo 12-14 Heidi ensiaputaidoissa.

Klo 15 olisi tarkoitus lopettaa kasvomaalaus.

Klo 16 tapahtuma loppuu

Seikkailupuistossa sunnuntaina myös kädentaitopaja eli ateljee sekä sirkustelupaja, mutta näillä ei ole viidakkoseikkailutapahtuman kanssa tekemistä, vaan ne järjestetään joka sunnuntai.

Kuvio 5. Tapahtumakäsikirjoitus

Tapahtuma-alueen pystytys ja koristelu aloitettiin vasta kello yhdeksän, eli vain tuntia ennen tapahtuman alkua. Yhdeksältä alkoi ensimmäisen Seikkailupuiston työntekijän työvuoro, joten sitä ennen ei ollut mahdollista aloittaa tapahtumapaikan valmisteluja. Tapahtuman valmistelutöihin kuului apinanetsintäseikkailun rastien vieminen paikoilleen,

viidakkopullan taikinan teko ja tarvittavien astioiden ym. esille laitto, nuotion sytytys, yleinen koristelu ja kaikkea muuta pientä. Tapahtuma-alueen valmisteluista vastasin minä yhdessä Heidin ja Hannan kanssa. Suvi työskenteli vain kasvomaalauksessa klo 11-15.

Viidakkoseikkailu-tapahtuma alkoi klo 10 ja päättyi klo 16. Tapahtuman aloitus ja loppu eivät olleet erityisen vahvoja, vaan ihmisiä soljuu odotetusti pikkuhiljaa tapahtumapaikalle. Koska kyseessä oli tämänkaltainen vapaamuotoinen tapahtuma, jossa ihmiset poikkeavat, aloitus ja lopetus ovat luonnollisesti vähemmän tärkeitä. Sen sijaan tapahtuman sujuvuus oli hyvä. Jonoja ei kertynyt ja tapahtumassa oli tarpeeksi työntekijöitä. Yhteensä noin 50 lasta vanhempineen osallistui Viidakkoseikkailuun. Ruuhkahuippuja oli kaksi, ensimmäinen ennen puoltapäivää ja toinen noin kolmen aikaan.

Yllätyksellisyyttä tapahtumaan toivat kiitokseksi annetut yllätyspussit, sekä nuotiopaikalla ollut viidakkovisa. Monelle osallistujalle koko tapahtuma oli yllätys, koska he olivat Seikkailupuistossa muuten vain, tietämättä Viidakkoseikkailu-tapahtumasta.

Kymmenestä alkaen Viidakkoseikkailun ohjelmassa oli Apinanetsintä-seikkailu, jossa yhdistyvät valokuvasuunnistus ja aarteenetsintä, ja jonka tarkoituksena on löytää kadonnut apinanpoika. Seikkailu alkoi puistosta löytyneestä pullopostista, jonka viestissä apinanpoika Vilku kertoo eksyneensä (liite 3, toinen kuva). Viesti ohjaa Seikkailutalon taakse, josta löytyy seuraava viesti. Yhteensä viestejä on kahdeksalta eri eläimeltä. Pilku Pandanpentu, Lassi Laiskiainen, Hermann Hämähäkki, Pätkä-kirahvi, norsu, Markku-leijona ja Birgitta-papukaija ovat eläimiä, jotka osallistuja löytää seikkailussaan. Viimeinen viesti johtaa apinaperheen kotiin, jossa kadonnut apinanpoika jo nukkuu petissään. Siellä on myös viesti apinaperheeltä, jossa kehoitetaan ottamaan pieni yllätyspussi kiitokseksi. Pusseissa on kaksi pientä pakettia keksejä, tarra sekä leluötökkä. Lisäksi vanhemmille oli keksipaketteja kulhossa.

Koko tapahtuman ajan nuotiopaikan nuotiossa paloi tuli, jossa Viidakkoseikkailuun osallistuvat voisivat paistaa viidakkopullaa. Osallistujille annettiin pala tikkupullataikinaa, jonka he saivat pyöritellä käsissään ja kiertää tikun pään ympärille (liite 3, kolmas kuva). Tikun päässä olevaa pullaa paistettiin nuotiolla kypsäksi ja halutessaan sen päälle voisi lisätä hilloa. Ohjelman mukaan klo 11–15 nuotiopaikalla tehtäisiin myös kasvomaalauksia halukkaille osallistujille ja klo 12–14 harjoiteltaisiin ensiaputaitoja. Ohjelmassa olisi mm. painesiteen teon harjoittelua ja kuva-arvoituksia (liite 3, neljäs kuva). Suunnitelluista ajoista joustettiin luontevasti tarpeen vaatiessa tapahtuman aikana. Ensiaputaitoja

harjoiteltiin jo aamupäivällä sekä pitkälle iltapäivään. Myös kasvomaalauksia tehtiin pitkälle iltapäivään. Tämä oli mahdollista, koska tapahtumapaikalla oli suhteellisen rauhallista, joten etukäteen määritellyistä ajoista ei ollut tarpeellista pitää kiinni, vaan projektiryhmäläiset pystyivät soveltamaan tarvittaessa.

Nuotiopaikalla oli myös viidakkovisa, jossa oli viidakkoaiheisia kysymyksiä ja vastauksia. Viidakkovisan kysymyksiä voisivat perheet arvuutella omassa tahdissaan. Näiden lisäksi nuotiopaikalla oli myös suuria perhosia, joihin halukkaat voivat piirtää ja värittää. Viidakkovisan ja perhosten osittainen tarkoitus oli viihdyttää osallistujia, mikäli viidakkopullaan tai kasvomaalaukseen kertyisi paljon jonoa.

Tapahtumapaikka oli koristeltu paperikukkasin ja -lehdin. Koko päivän nuotiopaikalla kuului viidakon ääniä, kuten sademetsän lintujen ja sammakoiden ääniä. Silloin tällöin kuului leijonan karjahdus. Tapahtumapaikka sinänsä oli erittäin idyllinen, koska nuotiopaikka sijaitsi isojen puiden alla. Tunnelman kruunasi nuotiossa leimuava tuli. Viidakon ääniä soittava cd-soitin olikin kameran lisäksi ainoa tekninen laite, joten suurta huolta tekniikasta ei tarvinnut kantaa. Nuotion sytytyksessä tosin kesti hetken, sillä puut eivät olleet aivan tarpeeksi kuivia.

Viidakkoseikkailu-tapahtumassa ei ollut tarpeellista jakaa esitteitä, ohjelmia tai muuta materiaalia. Kaikki informaatio luki jo julisteissa. Tarvittava informaatio oli vähäistä, lähinnä päivän aikataulu, joten sen muistaminenkin oli vaivatonta. Seikkailupuistossa oli vielä esillä tapahtuman juliste, josta voi tarkistaa päivän aikataulun. Katso liite 3. Valokuvasin tapahtumaa jonkin verran, jotta voisin helpommin arvioida tapahtuman onnistumista jälkikäteen.

Tapahtuma-alueen purku- ja siivoustöistä vastasimme minä ja Heidi. Purkuun ja siivoukseen kului noin 45 minuuttia.

4.6 Tapahtuman jälkeen: Jälkimarkkinointi ja tapahtuman arviointi

Jälkimarkkinointia ei sovi unohtaa. Tapahtumaan osallistujille voidaan jakaa tapahtumaan liittyvää materiaalia. Heitä voidaan kiittää myös esimerkiksi kiitoskortin tai pienen giveaway-lahjan muodossa. Materiaali ja kiitokset voidaan jakaa ennen tai jälkeen tapahtuman, tai lähettää kahden viikon kuluessa tapahtumasta. Tapahtumaa järjestämässä olleet ansaitsevat myös kiitoksensa. (Vallo & Häyrinen 2012: 180-183).

Jälkimarkkinointiin kuuluu myös tapahtuman onnistumisen arviointi. Jotta voidaan ryhtyä varsinaiseen arviointiin, on sovittava arvostelukriteereistä. Perinteisiä kriteerejä ovat aikataulujen pitäminen, tapahtuman taso eli laatu sekä taloudelliset tulokset. Tapahtuman vaikutusta järjestävän tahon imagoon on myös syytä tarkastella (Kauhanen 2002:125). Watt'in (1998: 75) mukaan tapahtuman onnistumista mittaavat kriteerit voidaan jakaa koviin (hard criteria) ja pehmeisiin (soft criteria). Ensimmäiseen joukkoon kuuluvat ovat konkreettisia ja kvantitatiivisia, kuten deadlinet, taloudelliset tulokset, resurssit ja laatustandardit. Pehmeät kriteerit ovat aineettomia ja kvalitatiivisia. Näitä ovat järjestävien tahojen asenne, myönteinen imago, henkilökunnan sitoutuneisuus, eettinen menettely, lopullinen laatu.

Tapahtuman arviointi jakautuu useaan vaiheeseen. Ensimmäiseksi tapahtuman aikana, tai pian sen jälkeen, teetetään mielipidekysely joko kirjallisesti tai haastatteluina. Toinen arviointiosuus on niin sanottu kritiikkipalaveri, joka pidetään välittömästi tapahtuman jälkeen. Palaverissa käydään läpi tapahtuman kulku, sekä onnistumiset ja epäonnistumiset. Kolmannessa vaiheessa projektipäällikkö laatii kirjallisen loppuraportin, jossa on raportoitu ainakin tapahtuman tavoitteet, kulku, taloudellinen tulos, onnistumiset ja ongelmat sekä näiden arviointi. Viimeisessä vaiheessa ylin toimeenpaneva elin, kuten hallitus tai johtoryhmä, käsittelee loppuraporttia ja tekee oman johtopäätöksensä tapahtuman onnistumisesta (Kauhanen 2002: 125). Kirjallinen raportti toimii organisaatiossa myös hyvänä sisäisenä markkinointivälineenä, sillä siinä on selvitetty tapahtuman hyödyt (Vallo & Häyrinen 2012: 188).

4.6.1 Tapahtuman jälkeen: Jälkimarkkinointi ja tapahtuman arviointi: Viidakkoseikkailu

Apinanetsintä-seikkailun päätteeksi lapset saivat kiitospussit mukaan otettavaksi, ja vanhemmat voivat ottaa pienen kahden keksin maistiaispaketin esillä olleesta kulhosta. Lisäksi lapsilla oli kotiin lähtiessään kasvo- ja poskimaalauksia. Kiitospussukoita, keksejä ja kasvomaalauksia voidaan pitää myös jälkimarkkinointina, sillä ne lähtivät osallistujien mukaan. Lapsille suunnattu markkinointi herättää kuitenkin monia moraalikysymyksiä, joten kiitospussien ja kasvomaalauksien ainoa tarkoitus oli ilahduttaa lapsia. Tapahtumassa työskennelleiden talkoolaisten kiitokset olivat suullisia. Toki hekin saivat päivän aikana ruokaa ja viidakkopullaa sekä keksejä kotiinviemiseksi.

Kovien kriteerien kannalta tarkasteltuna tapahtuma oli jokseenkin onnistunut. Aikataulut

pitivät hyvin. Ainoa poikkeus oli, että kasvomaalausaikaa pidennettiin lopusta, sillä innokkaita lapsia oli vielä klo 15 jälkeenkin. Toki päätös jatkaa kasvomaalausten tekemistä oli valinnaista ja perustui paikalla olleiden muutamien lasten ilahduttamiseen. Taloudellisia tuloksia ei tarvinnut pohtia, sillä kyseessä oli ilmaistapahtuma, jonka tavoitteena oli ilahduttaa lapsia ja perheitä sekä tarjota heille mukavaa tekemistä. Viidakkoseikkailun osallistujamäärä jäi alle puoleen odotetusta, mitä voidaan pitää epäonnistumisena. Koska osallistujien määrä jäi vähäiseksi, olivat materiaalit reilusti ylimitoitettuja. Henkilökunnan määrä eli projektiryhmän koko oli sopiva ruuhkahuippuja ajatellen.

Pehmeiden kriteerien kannalta tapahtuma oli sitäkin onnistuneempi. Tunnelma tapahtumapaikalla oli rento. Työntekijät tuntuivat viihtyvän hyvin, ja he suorittivat työtehtäviään iloisen oloisesti. He olivat sitoutuneita työtehtäviinsä ja tapahtumaan. Kommunikointi minun ja Seikkailupuiston välillä tapahtumaprosessin aikana oli ajoittain katkonaista, mikä vaikutti osaltaan tapahtuman lopulliseen laatuun. Tapahtumasta kuitenkin mielestäni välittyi myönteinen tunnelma ja se sopi Seikkailupuiston imagoon.

Pehmeiden kriteerien tärkeimpänä mittarina pidän kuitenkin sitä, miten osallistuvat perheet ja lapset tapahtuman kokivat. Teetinkin siis mielipidekyselyn haastatteluina. Mielipidekyselyyn vastasi 11 perhettä. Vapaamuotoisessa haastattelussa kysyin kaikilta seuraavat neljä kysymystä. Mistä sait tiedon tapahtumasta? Ajatuksia Apinanetsintä-seikkailusta? Löytyivätkö kaikki rastit? Mitä mieltä tapahtumasta yleisesti? Vastauksista riippuen esitin myös jatkokysymyksiä.

Kokonaisuudessaan tapahtuma sai haastatelluilta vain positiivista palautetta. Kolme vastanneista sanoi, että on kiva, että järjestetään tällaisia tapahtumia. Moni tiesi, että tapahtuma oli opinnäytetyö ja kysyivät olinko minä järjestäjä. Kasvokkain suoritettava vapaamuotoinen keskustelu voi aiheuttaa sen, että vastanneet kokivat negatiivisen palautteen antamisen vaikeaksi erityisesti tapahtuman järjestäjälle. Lisäksi en erikseen kysynyt parantamishdotuksia tai negatiivista palautetta.

Apinanetsintä-seikkailu sai mielipidekyselyssä ainoastaan positiivista palautetta. Osa lapsista oli juossut koko radan ja kaikki lapset olivat silminnähdessä innoissaan viimeistään viimeisellä pisteellä, kun kadonnut apina löytyi ja he saivat kiitospussin. Olin itse positiivisesti yllätynyt siitä, miten eläytyneesti vanhemmat olivat mukana apinanetsinnässä. Apinanetsintä-seikkailuradan vaikeusaste oli osallistujien mukaan sopiva. Kolme vanhempaa sanoi, etteivät itse olisi löytäneet seuraavalle rastille, mutta

lapset osasivat. Moni perhe aloitti radan keskeltä, sillä he olivat nähneet rasteja puistossa. Useat heistä olivat siis ensimmäisellä rastilla viimeisenä, koska rastit sijaitsivat suhteellisen lähekkäin toisiaan. Tämä hämäsi joitakin, ja viimeisen rastin etsiminen oli muutamille osallistujille hämmentävää. Kaikki kuitenkin löysivät apinan pienen avustuksen avulla.

Kasvo- ja poskimaalaukset ovat lasten kestopuosikkeja, ja monet lapset niitä halusivatkin. Tapahtuman jo ollessa käynnissä minulle selvisi, että myös Seikkailutalossa tehtiin kani-kasvomaalauksia Seikkailupuiston työntekijöiden toimesta. Uskon, että monet tapahtumaan osallistuvat perheet ja lapset hämmentyivät tästä. Kaksi erillistä kasvomaalauspiirustusta teki näkyväksi osallistuneille perheille tapahtuman suunnittelussa käyneen informaatiokatkoksen. Joidenkin lasten kohdalla asia ratkaistiin tekemällä käsimaalauksia. Henkilökohtaisesti koin asian erittäin noloksi ja antoi epäammattimaisen kuvan molemmista sekä minusta tapahtumanjärjestäjänä että Seikkailupuistosta.

Viidakkopullan paistaminen oli onnistunut aktiviteetti ja se sai positiivista palautetta. Paistajia riitti melkein koko ajan, ja pienen tauon tullessa kaikki Viidakkoseikkailun työntekijätkin innostuivat paistamaan itselleen omat viidakkopullansa. Ennen tapahtumaa Seikkailupuiston työntekijä varoitti minua, että osallistujat voivat kokea pullan paistamisen liian aikaavieväksi ja olisi syytä varautua tyytymättömiin osallistujiin. Pelko osoittautui turhaksi, sillä jopa kaksivuotiaat lapset paistoivat tyytyväisinä pullansa nuotiopaikalla sen vaatimat 10-15 minuuttia. Toki suurella osalla lapsia vanhemmat auttoivat paistamisurakassa. Vain yksi vanhempi lopetti pullan paiston kesken, koska se vei liikaa aikaa ja heillä oli kiire syömään. Myös ensiaputaidot saivat osallistuneilta kiitosta. Liitteenä (3.) on valokuvia tapahtumapaikalta. Ensimmäisessä kuvassa infokyltti tapahtumapaikalle, toisessa kuvassa Apinanetsintä-seikkailun ensimmäinen rasti, kolmannessa kuvassa tikkupullan paistaja ja neljännessä kuvassa ensiaputaitojen harjoittelua.

Seikkailupuiston tuottajan Minna Heiniön mielestä tapahtuma sujui pääpiirteittäin ihan hyvin. Kritiikkinä mainittiin, että töissä olevien pitäisi pukeutua yhteneväisesti, jotta asiakkaiden olisi helppo erottaa tapahtuman työntekijät. Kysyin myös projektiryhmäläisten ajatuksia tapahtumapäivän loppupuolella. Heidän mielestään olin onnistunut projektipäällikkönä, sillä he kokivat, että heidän työtehtävänsä olivat selkeitä. Lisäksi he olivat koko ajan tietoisia siitä, mitä tapahtuu nyt ja seuraavaksi. He pitivät myös hyvänä bonuksena sitä, että olin varannut ruokaa heille.

Mielestäni eniten parantamisen varaa olisi ollut tapahtuman visuaalisessa ilmeessä eli kyltityksessä ja koristelussa. Tapahtumapaikalle ohjasi vain yksi kyltti ja koristeluun olisi voinut satsata enemmän. Koristelun ja kyltityksen vähäiseen määrään vaikutti ajanpuute, jonka aiheutti sairastumiseni tapahtumaa edeltäneellä viikolla. Lisäksi oli tylsä sattuma, että vieressä oli kovaääninen rakennustyömaa. Tapahtumapaikalla oli myös täysinäinen roskis, jonka ympärillä surisi parvi ampiaisia. Kuten Heiniö mainitsi, myös projektiryhmäläisillä olisi voinut olla yhteneväinen pukeutuminen tai muu vastaava helposti tunnistettava merkki. Tämä tuli jo tapahtumapäivän aamulla esiin, mutta kiireen vuoksi yhteneväistä pukeutumista oli siinä vaiheessa enää myöhäistä toteuttaa.

Markkinoinnin onnistumisen arviointi on myös tärkeä osa tapahtuman arviointia, mutta sitä käsittelevä jo luvussa 4.4.1. *Markkinointi: Viidakkoseikkailu* sivulla 23.

5 Pohdinta

Kuten Vallo & Häyrinen (2012:157) mainitseva, onnistuneen tapahtuman järjestäminen vaatii paljon suunnittelutyötä ja ajallisesti suuren satsauksen. Kun järjestää täysin uutta tapahtumaa, täytyy suunnitteluun paneutua erityisen hyvin. Koska samaa tapahtumaa ei ole järjestetty aikaisemmin, se luo sekä mahdollisuuksia että haasteita. On monin tavoin antoisaa saada suunnitella tapahtuma itse alusta loppuun. Tapahtuman idea, teema eikä sisältö ole sidottu aikaisempaan ja voi luoda jotain täysin uutta. Toisaalta ei ole kokemusta kyseisen tapahtuman järjestämisestä, mikä luo haastavuutta esimerkiksi markkinointiin ja sponsoroinnin hankintaan.

Projektia kuvaavat aina tietyt samat ominaispiirteet: kertaluonteisuus, tavoitteellisuus, ongelmakeskeisyys ja ennalta määritellyt resurssit (Anttila 2001:11-12). Viidakkoseikkailu-projektin aikana projektityöskentelyn erityispiirteet tulivat minulle taas kerran tutuksi. Erityisesti projektityöskentelyn erityispiirre, projektin hetkellisyys, oli koko ajan läsnä. Projektin alku ja loppu olivat selkeitä, jopa minuutilleen määriteltävissä. Projektin kussakin vaiheessa oli melkein mahdotonta tietää, mitä seuraavassa vaiheessa tapahtuu. Tämänkin ymmärsin täysin vasta jälkikäteen. Projektissa oli monenlaista epävarmuutta ja joitakin muutoksia. Epävarmuus ja muutokset muokkasivat lopputulosta juuri omanlaisekseen, ja ilman niitä koko projekti olisi ollut tylsä ja lopputuloskin mahdollisesti laimeampi.

Viidakkoseikkailu-tapahtumassa oli iloinen tunnelma ja osallistujat viihtyivät hyvin.

Parannettavaa olisi ollut markkinoinnissa sekä tapahtumapaikan koristelussa ja kyltityksessä. Nuotiopaikka oli puiston perällä talon takana, joten toinen kyltti olisi ollut paikallaan, jotta puistossa ulkoilleet perheet olisivat paremmin löytäneet tapahtumapaikalle. Myös Apinanetsintä-seikkailun ensimmäisen rastin pullopostin viereen olisi voinut laittaa vielä erillisen kyltin, mikä olisi paremmin houkutellut osallistujia. Tapahtumapaikan aktiviteetit toimivat kuitenkin odotetusti, joten tapahtumaa pidän onnistuneena.

Tapahtumaprosessin mielenkiintoisin ja haastavin osuus on ollut ihmisten välinen yhteistyö ja kommunikointi. Tällä tarkoitan sekä yhteistyötä toimeksiantajani kanssa, että projektitiimin rekrytointia ja heidän kanssaan työskentelyä. Koen, että oli hankalaa järjestää tapahtumaa toimeksiantajalle, jonka kanssa en ole ennen ollut yhteistyössä. Täten en tuntenut talon tapoja ja monet asiat olivat epäselviä prosessin aikana. Projektitiimin rekrytointi oli haastavaa, mutta loppujen lopuksi projektitiimin työskentely oli esimerkillistä.

Tapahtuman arvioinnin tärkeimpinä kriteereinä voidaan kuitenkin pitää tapahtuman lopullista laatua sekä taloudellisia tuloksia (Kauhanen 2002:125). Viidakkoseikkailun ollessa ilmaistapahtuma, joka toteutettiin talkoovoimin, ei taloudellisia tuloksia tarvitse pohtia. Viidakkoseikkailuun osallistuneiden positiivisen palautteen perusteella tapahtumaa voidaan pitää onnistuneena. Tämän perusteella vastaavilla tapahtumilla olisi tulevaisuudessakin kysyntää. Seikkailupuistossa järjestetäänkin paljon tapahtumia vaihtuvilla teemoilla ja nämä tapahtumat sijoittuvat koulujen loma-aikoihin. Tapahtumille vaikuttaisi kuitenkin olevan kysyntää myös tavallisina viikonloppuina. Saman tapahtuman järjestämistä uudelleen en koe tarpeelliseksi pohtia, sillä erilaisten teemojen ja ideoiden määrää rajoittaa vain mielikuvitus.

Lähteet:

Anttila, P. (2001) *Se on projekti – vai onko? Kulttuurialan tuotanto- ja palveluprojektien hallinta*. Hamina: Akatiimi

Goldblatt, J. (2001) *Special events: twenty-first century global event management USA*: John Wiley & Sons

Kauhanen, J. & Juurakko, A. & Kauhanen, V. (2002) *Yleisö tapahtuman suunnittelu ja toteutus*. Porvoo: WSOY

Leikkiä, luovuutta ja yhdessäoloa (2013). <http://seikkailupuisto.turku.fi/esittely.html> (haettu 1.9.2013)

Seikkailupuisto. (2013a) *Seikkailupuiston Kesä 5.6-11.18.2013*

Seikkailupuisto. (2013b) *Seikkailupuiston Syksy 2.9.-17.11.2013*

Turun kaupunki. (2013) *Turku.info*
<http://www.turku.fi/Public/default.aspx?contentid=6005> (haettu 1.9.2013)

Vallo, H. & Häyrynen, E. (2012) *Tapahtuma on tilaisuus Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen* Helsinki: Tietosanoma

Watt, D. (2001) *Event management in leisure and tourism* New York: Addison Wesley Longman Publishing

LIITE 1

s/4163096518141116/ Viidakkoseikkailu

Ohje

facebook Etsi ihmisiä, paikkoja ja asioita Etusivu



Viidakkoseikkailu
Järjestäjänä Seikkailupuisto 'Seikkis'

Julkinen
15. syyskuuta 2013, 10:00 - 16:00

Kutsu kavereita Muokkaa Osallistuu ...

Seikkailupuisto 'Seikkis'
Kupittaaankatu 2, 20520 Turku, Finland
Näytä kartta - Hae reittiohjeet

Sateen mahdollisuus 19 °C/8 °C

Seikkailupuiston valtaavat villit viidakon eläimet ja seikkailu voi alkaa. Pieni apinanpoika Viikku on joutunut eksyksiin ja tarvitsee apuasi löytääkseen takaisin kotiin. Ohjelmassa luvassa apinan etsintä-seikkailu, kasvomaalausta, viidakkopullan paistoa ja ensiaputaitojen harjoittelua. Höristä korviasi, töräytä kärsääsi ja laukkaa iloiseen joukkoomme sunnuntaina 15.9. Mikäli turkki ei kasva omast... **Näytä lisää**

Kirjoita julkaisu Lisää kuva/video Kysy kysymys

Kirjoita jotain...

Julia Vase aikoo osallistua.
viime keskiviikkona

Tykkää Kommentoi

Seikkailupuisto 'Seikkis' tykkää tästä.

Kirjoita kommentti...

OSALLISTUVAT 9 henkilöä

EHKÄ 7 henkilöä

KUTSUTUT 40 henkilöä

KUTSU KAVEREITA MI

Eliza Lehtonen Kutsu

Henna Ouramo Kutsu

Hanna Maria Mäkelä Kutsu

Näytä lisää ehdotuksia

SPONSOROITU Näytä kaikki

Scanditoys, Merirosvot..
lekmer.fi
Nyt vain 17.9 €! Vuoden 2013-lastenliike - 3-5 päivän toimitus - +16000 tuotetta.



Seikkiksessä sunnuntaina 15.9
klo 10-16

VIIDAKKOSEIKKAILU

 Tapahtuma on matkailun
koulutusohjelman opiskelijan Katja
Marttilan opinnäytetyö.

Seikkailupuiston valtaavat villit viidakon eläimet ja seikkailu voi alkaa. Pieni apinanpoika Vilku on joutunut ek-sykisiin, ja tarvitsee apuasi löytääkseen takaisin kotiin. Ohjelmassa luvassa apinan etsintä-seikkailu, kasvomaalauksia, viidakkopullan paistoa ja ensiaputaitojen harjoittelua. Höristä korviasi, töräytä kärsääsi ja laukkaa iloiseen joukkoomme sunnuntaina 15.9. Mikäli turkki ei kasva omasta takaa, muista säänmu-kainen vaatetus.

Tapahtuma on maksuton.
Apinan etsintä-seikkailu ja viidakkopulla 10-16
Kasvomaalaus 11-15
Ensiaputaitoja 12-14

Tapahtuman lisäksi Seikkailupuisto tarjoaa seuraavat toiminnot:
Sirkustelupaja 11-13 (maksuton)
Ateljee 11-16 (2,50 €)

 Seikkailussa mukana
Camevalia
www.camevalia.fi



LIITE 3



