

Kia Airola & Senni Pohjanen

TAPAHTUMAOPAS OPISKELIJAYRITYS TRAPESTILLE

Kehittämistyö Trapesti Oy:lle

TAPAHTUMAOPAS OPISKELIJAYRITYS TRAPESTILLE

Kehittämistyö Trapesti Oy:lle

Kia Airola & Senni Pohjanen
Opinnäytetyö
Kevät 2024
Liiketalouden tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden tutkinto-ohjelma, esihenkilötyö ja henkilöstöosaaminen

Tekijät: Kia Airola & Senni Pohjanen
Opinnäytetyön nimi: Tapahtumaopas opiskelijayritys Trapestillle
Työn ohjaaja: Topi Haapasalo
Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2024
Sivumäärä: 41 + 3 liitettä

Tämä opinnäytetyö luotiin tutkimuksellisena kehittämistyönä toimeksiantajayritys Trapesti Oy:lle. Työn tavoitteena oli luoda konkreettinen ja helposti sovellettava opas sisältäen muun muassa tapahtumatuotannon perusteita. Kehittämistyötä ohjaava tutkimuskysymys liittyi oppaaseen tulevaan sisältöön. Millaista sisältöä omaava tapahtumaopas tulisi palvelemaan Trapestia ja sen tarpeita parhaiten tulevilla kausilla? Olemassa olevista tapahtumiin liittyvistä teorioista tuli löytää ne, jotka vastasivat Trapestin tarpeisiin. Tietoperusta työlle muodostui tapahtumiin ja niiden järjestämiseen liittyvästä kirjallisuudesta, sekä Trapestin käsittelystä opiskelijayrityksenä.

Lähestymistavat kehittämistyölle olivat tapaustutkimus ja konstruktiiivinen tutkimus. Tapaustutkimuksen kautta tutkittiin Trapestia toimijana, sekä sen haasteita ja mahdollisuuksia tapahtumatoiminnassa kartoitettiin. Konstruktiiivinen tutkimus lähestymistapana ohjasi luomaan konkreettisen ratkaisun ongelmalle. Tämän myötä syntyi itse kehittämistyön tulos, eli tapahtumaopas.

Tutkimusaineistoa kerättiin kahdella tavalla. Opasta varten tutkittiin sekundäärisiä, eli muuta tarkoitusta varten jo olemassa olleita tapahtumaoppaita. Näitä tutkimalla työlle löydettiin sopiva rakenne, sekä kuva tapahtumaoppaille keskeisestä sisällöstä. Toinen aineistonkeruutapa opasta varten oli Trapestin työntekijöiden kanssa järjestetty ideointipaja. Pajaa varten oli määritelty valmiita kysymyksiä auttamaan keskustelua, mutta ideoinnin painopiste oli työntekijöiden tarpeiden kuuntelu. Pajasta saatu aineisto oli primääristä, sillä se kerättiin tätä kehittämistyötä varten.

Kehittämistyön tuloksena valmistui 63 sivuinen tapahtumaopas. Opas siirtyi käyttöön Trapestin tapahtumavastaavalle. Oppaan hyödyntämisen seuraaminen oli rajattu opinnäytetyön ulkopuolelle. Trapestillle annettiin oikeudet oppaan päivittämiseen tiedon muuttuessa, tai uusien sisällöntarpeiden ilmetessä.

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Business economics, Option of Management and HR

Authors: Kia Airola & Senni Pohjanen
Title of thesis: Event guide for student company Trapesti Oy
Supervisor: Topi Haapasalo
Term and year when the thesis was submitted: Spring 2024
Number of pages: 41 + 3 appendices

The aim of this thesis was to provide student company Trapesti Oy with practical tools for event planning. The project yielded an event guide and calendar, recognizing the company's need for structured event management. The creators, who had worked as event planners within Trapesti, identified this need with the company's current staff. The comprehensive 63-page event guide, divided into four sections covering pre-event, during-event, post-event, and event assistance, serves as a roadmap for organizing events. Additionally, a calendar was developed to provide a timeline and information overview for events throughout the year.

The research and development project focused on tailoring these tools for Trapesti's specific needs. By combining case study and constructive research methodologies, insights were gained into Trapesti's challenges and opportunities in event planning. Data collection involved analyzing existing event guides and conducting brainstorming workshops with Trapesti's employees, ensuring the guide addressed their requirements.

Upon completion, the event guide was handed over to Trapesti's event coordinator for implementation. The thesis did not include the monitoring of the guides usage. Trapesti was given the right to update the guide to reflect evolving information and content needs.

Keywords: Events, support material, student company, guide

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	7
2	KEHITTÄMISTYÖN MENETELMÄT JA RAJAUKSET	9
3	TRAPESTI	12
3.1	Opiskelijayrityksen toiminta ja tavoitteet	12
3.2	Opiskelijayritystoiminnan haasteet	13
3.2.1	Sitoutuminen & motivaatio	14
3.2.2	Jatkuvuus.....	14
3.3	Tapahtumien merkitys Trapestile.....	15
3.3.1	Brändin rakentaminen ja näkyvyys	16
3.3.2	Verkostoituminen & yhteisöllisyys	17
4	TAPAHTUMATUOTANNON PERUSTEET.....	18
4.1	Prosessi.....	19
4.1.1	Suunnitteluvaihe	19
4.1.2	Toteutusvaihe	21
4.1.3	Jälkivaihe	22
4.2	Tavoite	23
4.3	Sisältö	24
4.4	Kohderyhmä	25
4.5	Budjetointi.....	26
4.6	Markkinointi ja viestintä	27
5	TAPAHTUMAOPAS- JA KALENTERI	28
5.1	Tarpeiden tunnistaminen ja tavoitteet.....	28
5.2	Suunnittelu ja sisältö	29
5.2.1	Ennen tapahtumaa.....	30
5.2.2	Tapahtuman aikana	31
5.2.3	Tapahtuman jälkeen	32
5.2.4	Tapahtuman tueksi	33
5.3	Oppaan rakenne.....	34
5.4	Tapahtumakalenteri.....	35
5.5	Dokumentointi	35
6	POHDINTA	37

LÄHTEET.....	39
LIITTEET	42

1 JOHDANTO

Yritystoiminnassa vaihtuvuus nähdään yleisesti huonona asiana. Työntekijöiden vaihtuvuus rinnastetaan usein sitoutumattomuuteen työssä tai yrityksessä (Viitala 2021, 45). Työntekijän lähtiessä tiimien toiminta voi keskeytyä, ja yritys menettää osaavia tekijöitä. Lyhyellä aikavälillä toimintaan muodostuneita aukkoja voi olla vaikea täyttää, ja uusien työntekijöiden perehdytys vie resursseja muulta toiminnalta. (Ghosh, Satyawadi, Joshi & Shadman 2013, 288–289.)

Kun työntekijät vaihtuvat, kokee yritystoiminta muutoksia. Jatkuvuus nykyisessä liiketoiminnassa sekä asiakkaille tarjottavissa palveluissa tulisi huomioida näiden muutosten lomassa (Viita 2020, 159). Henkilöstöjohtaminen sisältää kyvyn johtaa muutosta ja uudistumista. Tähän sisältyy myös organisaation ja sen työntekijöiden muutoskyvykkyyden parantaminen. (Viitala & Jylhä 2013.) Työntekijöiden vaihtuvuus ei ole kuitenkaan aina huono asia. Uudet työntekijät voivat tuoda mukanaan uusia näkökulmia ja kykyjä, joista yritys voi hyötyä. (Chillakuri 2020, 1290.) Tällaiseen vaihtuvuuteen perustuu toiminta opiskelijayritys Trapestillä.

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja ja tapausyritys Trapesti Oy, (myöhemmin Trapesti tai yritys), on Oulun Ammattikorkeakoulun alaisena toimiva opiskelijayritys, jota pyörittävät tradenomiopiskelijat. Toiminta opiskelijayrityksessä tarjoaa mahdollisuuden hyödyntää opinnoista saatua osaamista käytännössä, yrityksen liiketoiminnan eri osa-alueilla. Trapestin palvelut koostuvat tradenomiopintojen koulutussuuntausten mukaisesti, ja tarjolla on esimerkiksi kirjanpidon palveluita, markkinointia, web-suunnittelua, henkilöstöhallintoa sekä tapahtumatuotantoa (Trapesti, 2024).

Opinnäytetyö rajautui tutkimukselliseksi kehittämistyöksi aiheena ”Tapahtumaopas opiskelijayritys Trapestillä”. Molemmat tämän opinnäytetyön tekijöistä ovat työskennelleet Trapestillä tapahtumatuotantojen sekä henkilöstöhallinnon parissa, ja havainneet kehittämiskohteen liittyen tukimateriaaleihin, joita ei tapahtumatuotannoille yritykseltä löydy. Tapahtumaopas auttaa ensisijaisesti henkilöstösuunnitteluun liittyvissä haasteissa, mutta pyrkii myös tukemaan liiketoiminnan kehittämisessä. Perehdytysajan ollessa Trapestillä rajallinen, ja tiimien tarvitessa usein tukea vielä sen jälkeen, ovat perehdytystä ja toimintaa tukevat materiaalit isossa arvossa.

Tapahtumat ovat opiskelijayritykselle keskeisessä roolissa, niin yrityksen sisäisen henkilöstöhallinnon, kuin ulkoisen markkinoinnin puolesta. Trapesti on myynyt tapahtumatuotannon palveluita,

sekä järjestänyt niitä itse kohderyhmilleen markkinointimielessä. Trapestin omalle henkilökunnalle tapahtumat ovat osa perehdytystä ja palkitsemista. Tapahtumat ovat tärkeä osa Trapestin brändin rakentamista, ja tapa tavoittaa kanssaopiskelijat, jotka ovat potentiaalisia työntekijöitä ja asiakkaita Trapestillle.

Opinnäytetyönä luotava konkreettinen tapahtumaopas tulee toimimaan työkaluna Trapestillle, tukien yrityksen tapahtumatuotantoa ja toiminnan jatkuvuutta. Tapahtumaopas tullaan suunnittelemaan ja toteuttamaan Trapestin tarpeisiin kohdennettuna. Trapestin tulevat työntekijät pääsevät soveltamaan omaa tietotaitoaan, ja poimimaan oppaasta vinkit omaan tarpeeseen. Käytännönläheinen ja helposti sovellettava tapahtumaopas auttaa tapahtumatuottajaa käsittelemään tapahtumaprosessin eri vaiheita tuotannon edetessä. Tapahtumaoppaan kautta mahdollistetaan se, että yrityksen resursseja voidaan hyödyntää mahdollisimman tehokkaasti.

Tässä opinnäytetyön raportissa käsitellään Trapestia, sekä tapahtumatuotannon perusteita. Tapahtumien merkitystä toimeksiantajayritykselle pohditaan, sekä tapahtumaoppaan suunnittelu- ja toteutusprosessia avataan. Valmis tapahtumaopas tulee löytymään tämän opinnäytetyöraportin liitteenä.

2 KEHITTÄMISTYÖN MENETELMÄT JA RAJAUKSET

Tämä opinnäytetyö on tutkimuksellinen kehittämistyö, jonka tuloksena luodaan tapahtumaopas Oulun ammattikorkeakoulun tiloissa toimivalle opiskelijayritys Trapestillle. Opinnäytetyöhön kuuluu oppaan suunnittelu sekä toteutus. Oppaan hyödyntämisen seuraaminen on rajattu opinnäytetyön ulkopuolelle.

Kehittämistyölle suuntaa antava ja toimintaa ohjaava tutkimuskysymys on seuraavanlainen. Millaista sisältöä omaava tapahtumaopas tulee palvelemaan Trapeestia ja sen tarpeita parhaiten tulevillla kausilla? Tämä kysymys ohjaa tutkimaan Trapeestia yrityksenä ja hahmottamaan sen tarpeita, sekä haasteita tapahtumatuotantojen kanssa. Lisäksi opasta varten on oleellista perehtyä tietoihin siitä, millaisia tapahtumia Trapesti järjestää, tai millaisissa tapahtumissa se on ollut mukana. Tapahtumatuotannon perusteet ovat opasta tehdessä hyvin oleellisessa asemassa, jotta alusta toimivalle tapahtumatoiminnalle saadaan rakennettua. Työhön tullaan rajaamaan vain Trapestin tapahtumatoiminnan kannalta oleellista teoriaa.

Tutkimuksellisessa kehittämistyössä yhdistyy tieteellinen tutkimus ja arkinen kehittäminen. Tavoitteena tutkimuksellisessa kehitystyössä on todellisten, työelämästä kumpuavien ongelmien ratkaisu. Tutkimuksellinen kehittämistyö pohjautuu usein useampaan eri menetelmään. Tyypillisesti se tuottaa aina käytännön parannuksia tai tarjoaa uusia ratkaisuja, joihin myös opas lukeutuu. (Humanistinen ammattikorkeakoulu 2024.)

Lähestymistavat tälle opinnäytetyölle ovat konstruktiiivinen tutkimus, eli ratkaisevan tuotoksen rakentaminen, sekä tapaustutkimus, sillä tuotos luodaan yrityksen tarpeita ajatellen ja heidän toimintaansa tarkemmin tutustuen. (Humanistinen ammattikorkeakoulu 2024.) Opinnäytetyön ollessa kohdistettu Trapestillle, yritystä ja sen resursseja tapahtumatuotannoissa tutkitaan tapaustutkimuksen kautta. Tapaustutkimus sopii lähestymistavaksi kehittämistyölle, kun esimerkiksi tapausyritykselle tuotetaan kehittämis ehdotuksia, ja pyritään ymmärtämään yritystä sen omassa toimintaympäristössä (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2018, 52).

Kehittämistyönä Trapestillle luotava tapahtumaopas edesauttaa yrityksen toiminnan jatkuvuutta, ja toimii tukimateriaalina perehdytyksessä ja tapahtumia järjestettäessä kauden kaikkina vaiheina.

Ojasalon, Moilasan ja Ritalahden (2018, 65) mukaan, kun kehittämistehtävänä on luoda konkreettinen tuotos, sopii lähestymistavaksi konstrukttiivinen tutkimus. Tapaustutkimuksen kautta saadut kehitysideat hyödynnetään konstrukttiivisessa tutkimuksessa, ja sen avulla pyritään saamaan aikaan muutosta. Konstrukttiivisessa tutkimuksessa on tavoitteena luoda käytännön ongelmalle perusteltu ratkaisu, joka sidotaan teoreettiseen tietoon. Kehittämistöissä on usein piirteitä useista lähestymistavoista. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2018, 51.)

Kehittämistyötä tehdessä hyödynnetään tutkimusmenetelmiä, vaikka tavoitteet ovat kehittämisessä. Tässä työssä käytettäviä menetelmiä ovat sekundääristen tekstiaineistojen, kuten muita tarkoituksia varten jo olemassa olevien tapahtumaoppaiden analyysi, sekä ideointi tapausyrityksen työntekijöiden kanssa. Sekundäärisistä aineistoista saadaan analysoitavaa materiaalia oppaan luomista, sen sisältöä ja rakennetta varten (Kananen 2019, 28–29). Työssä hyödynnetään myös yhteistä ideointia tapausyrityksen työntekijöiden kanssa, sillä sen pohjalta saatava aineisto auttaa luomaan oppaan juuri heidän tarpeisiinsa kohdennettuna. Tällainen varsinaista kehittämistyötä varten kerätty aineisto on primääristä (Kananen 2019, 29).

Ideoinnista saatava aineisto litteroidaan selkeään muotoon, jolloin sen sisältöä on helppo hyödyntää opasta koottaessa. Litteroitua aineistoa teemoitellaan, eli tutkimusongelman ja kehittämistyön kannalta oleelliset aiheet sisällöstä paikannetaan (Juhila, 2021). Sekundäärisinä aineistoina toimivia tapahtumaoppaita tullaan analysoimaan laadullisen sisällönanalyysin kautta, sekä valmiiden oppaiden runkoa ja rakennetta tutkitaan opasta koottaessa.

Tutkimusmenetelmien kautta pyritään saavuttamaan tieto siitä, millainen opas palvelee Trapeestia parhaiten, ottaen huomioon yrityksen toiminnan mahdolliset ongelmat ja haasteet. Myös työntekijöiden vaihteleva osaaminen tapahtumatuotannoissa tulee vaikuttamaan oppaan sisältöön. Yhdessä ideointi antaa kaikille työntekijöille mahdollisuuden jakaa omia kokemuksiaan, ja niiden pohjalta kertoa, mitkä asiat hyödyttäisivät juuri heitä.

Vaikka tutkimuksellisessa kehittämisessä voidaan tietoperustassa hyödyntää myös työpaikoilta saatua hiljaista tietoa tutkittavasta ja kehitettävästä kohteesta (Humanistinen ammattikorkeakoulu 2024), kootaan tässä opinnäytetyössä tietoperusta tutkimuskirjallisuuden pohjalta. Työssä hyödynnetään tietoperustan aineistona muun muassa tapahtumatuotantoihin ja tapahtumien järjestämiseen liittyviä teoksia. Lisäksi Trapeestia käsitellään yrityksenä, ja tämän ohella sivuutetaan henki-

löstöhallinnon teoriaa, sekä sitoutumista yritykseen. Nämä teemat valikoituivat työhön, sillä ne näyttyivät opinnäytetyön tekijöille oleellisina aiheina liittyen tapahtumien poikkeuksellisuuteen työtehtävänä tutkittavassa yrityksessä. Tuotettavassa oppaassa hyödynnetään työlle luotavaa tietoperustaa, sekä tekijöiden tuntemusta tapausyrityksestä ja sen toiminnasta.

Tapahtumien ollessa yleisesti hyvin laaja käsite eri tapahtumalajeineen, tavoitteineen ja kohderymineen, on opas rajattu käsittelemään seuraavanlaisia Trapestillle kohdennettuja tapahtumia:

Opas käsittelee fyysisiä tapahtumia, joissa opiskelijayritys Trapesti on joko pääjärjestäjä, tai yhteistyökumppani. Tapahtumat voivat olla järjestetty jo aiemmin, tai niille voidaan löytää paikka tapahtumakalenterista. Oppaassa on lisäksi työkaluja ja ideoita uusien tapahtumien suunnitteluun. Kohderymänä ovat ensisijaisesti kanssaopiskelijat, jotka ovat Trapestin potentiaalisia työntekijöitä sekä asiakkaita. Aiemmin järjestettyjen tapahtumien strategista kannattavuutta ei tarkastella tässä opinnäytetyössä.

3 TRAPESTI

Trapesti on vuonna 2003 perustettu opiskelijayritys. Tällä hetkellä Trapesti toimii Oulun Ammattikorkeakoulun tiloissa ja yritystä pyörittävät tradenomiopiskelijat. Trapesti tarjoaa mahdollisuuden hyödyntää opinnoissa kerrytettyä osaamista käytännön toimeksiannoilla ohjaavien opettajien johdolla. (Trapesti 2024.)

Trapesti toimii kausiluonteisesti, ja alkukeväällä järjestettävän rekrytointiprosessin kautta henkilöstö pyritään vaihtamaan kokonaan. Opintojen vaihtelevuus voi kuitenkin aiheuttaa tilanteita, joissa uusia työntekijöitä rekrytoidaan muinakin aikoina tarpeen ilmentyessä. Esimerkiksi koulutukseen sisältyvien harjoitteluiden tai töiden vuoksi, voi työntekijä joutua jättämään kauden kesken.

3.1 Opiskelijayrityksen toiminta ja tavoitteet

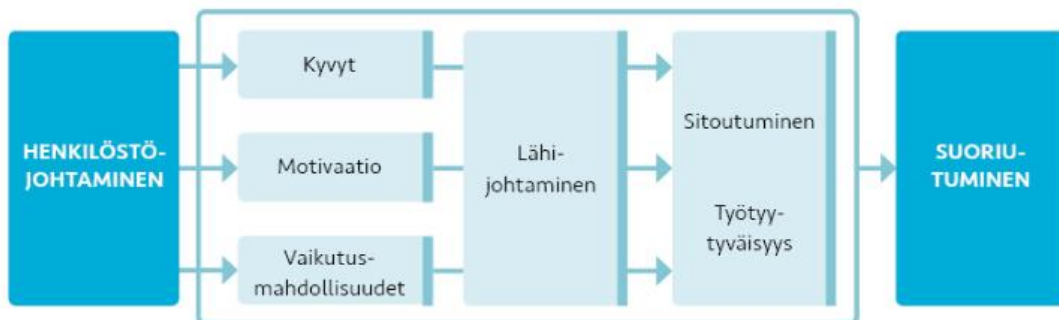
Opiskelijayritykset ovat opiskelijoiden itse pyörittämiä yrityksiä omilla tuotteillaan tai palveluillaan. Oulun ammattikorkeakoulun puitteissa työskentelevät opiskelijayritykset voivat saada ohjausta korkeakoulun henkilöstöltä tekemisen tueksi. (Oulun ammattikorkeakoulu 2024.) Opiskelijayritys Trapestiä pyörittävät tradenomiopiskelijat, jotka haluavat opintoihinsa pohjautuen kerryttää käytännön kokemusta alalta. Trapesti toteuttaa opintoja vastaavia toimeksiantoja yrityksille. Näistä esimerkiksi Trapesti listaa sivuillaan esimerkiksi yrityksen kirjanpidon ja kotisivujen suunnittelun. Opiskelijat kartuttavat toiminnasta itselleen vastikkeeksi opintopisteitä. (Trapesti 2024.) Tulot toimeksiannoista menevät Trapestin toiminnan kehittämiseen ja työntekijöiden hyvinvointiin.

Yrityksen toiminnan jatkuvuus vaatii motivoituneita työntekijöitä, joilla on halua oppia uutta tekemisen kautta. Eri suuntauksista tulevat tradenomiopiskelijat antavat toiminnalle erilaisia näkökulmia, jakaen silti yhteisen tavoitteen uuden oppimisesta ja kokemusten kerryttämisestä. Tällainen vaihtuvuus edesauttaa sekä osaamisen, että ajattelutapojen uudistumista (Viitala 2021, 45). Trapestin ollessa opiskelijayritys, on sen toiminta joustavampaa ja luo näin hyvän alustan kokeilla omien ideoiden toteuttamista projektien parissa.

Kuten muissakin yrityksissä, on myös Trapestillä henkilöstöjohtaminen isossa roolissa. Trapestin henkilöstöhallinnosta vastaavat toimitusjohtaja, sekä henkilöstövastaava, joilla on vain kuluva kausi

aikaa oppia ymmärtämään työntekijöiden henkilökohtaisia tavoitteita ja motivoivia tekijöitä. Trapestin henkilöstö asettaa yrityksen yhteiset tavoitteet kauden alkaessa (Kukkonen & Sippola 2023). Tavoite toiminnalle voi liittyä tulokseen yritys näkökulmasta (Luukka 2024, 202), ja tällainen tulospainotteinen tavoite asetetaan myös Trapestin kausille. Lisäksi tavoitteena kausilla voi olla esimerkiksi onnistunut lähijohtaminen, joka voi olla yrityksen menestymiselle valtava voimavara. Onnistunut lähijohtaminen selkeyttää tavoitteita, rakentaa yhteistyötä, sekä tukee onnistumista (Viitala 2021, 50).

Henkilöstöjohtamiseen liittyvä People and performance –teoria ja sen malli (KUVIO 1) selkeyttävät yhteyttä henkilöstöjohtamisen ja työntekijöiden suoriutumisen välillä. Onnistunut henkilöstöjohtaminen vaatii ymmärrystä henkilöstön kyvyistä, motivaatiosta ja vaikutusmahdollisuuksista, joita voi hyödyntää lähijohtamisessa. Kun lähijohtamisessa ymmärtää nämä henkilökuntaa koskevat tekijät ja hyödyntää niitä esimerkiksi työtehtäviä ja tavoitteita asettaessa, saadaan aikaan sitoutuneita, työhönsä tyytyväisiä tekijöitä, jotka suoriutuvat työstään paremmin. (Viitala 2021, 20.)



KUVIO 1: *People and performance –teoria* (Viitala 2021, 20)

3.2 Opiskelijayritystoiminnan haasteet

Trapesti opiskelijayrityksenä kokee toiminnassaan erilaisia haasteita, joista osa liittyy henkilöstösuunnitteluun. Trapestin kausi on pituudeltaan sama, kuin opintojen lukuvuosi. Yleisesti työntekijät ovat toiminnassa mukana vain yhden kauden, jonka jälkeen tilalle vaihtuu uusi henkilöstö (Kukkonen & Sippola 2023).

Liiketoiminnan nopeasyklisyys voi usein aiheuttaa hankaluuksia henkilöstösuunnittelulle. Keskeiset haasteet liittyvät vaatimukseen yritysten toiminnan joustavuudesta. Tämä on seurausta esimerkiksi muutosten nopeudesta. (Viitala 2013, 74.)

3.2.1 Sitoutuminen & motivaatio

Yksi sitoutumisen määritelmä on henkilön psykologinen suhde työorganisaatioon. Jos suhde on hyvä, kokee työntekijä kuuluvansa työyhteisöön ja kehittyvänsä sen tuella. Myös työnantaja hyöttyy sitoutuneesta työntekijästä parempien suoritusten ja luovuuden myötä. (Viitala 2021, 45.)

Kun työntekijät ovat opiskelijoita, on heillä useimmiten opiskelijayrityksen toiminnan ohella omia opintoja, harrastuksia, sekä töitä, mikä voi vaikeuttaa sitoutumista toimintaan. Joillekin työntekijöille työhön sitoutumisen tärkeä kriteeri voi olla juuri työn ja arjen tasapaino (Juuti & Vuorela 2015, Luku 3). Rajoitteet liittyen ajankäyttöön haastavat sitoutumista myös Trapestillä (Kukkonen & Sippola 2023). Tärkeitä asioita uutta työntekijää sitouttaessa ovat realistisen kuvan antaminen työstä jo rekrytointivaiheessa, sekä hyvä perehdytys. Perehdytyksen avulla työntekijälle luodaan valmiudet uudessa tehtävässä suoriutumiseen ja työssä parempaan viihtymiseen. (Viitala 2021, 97.)

Toiminnan haasteena voi lisäksi olla työntekijöiden henkilökohtainen työmotivaatio, ja motivaatio tiettyjen työtehtävien hoitamiseen. Työmotivaatioon vaikuttavia tekijöitä ovat esimerkiksi työyhteisö, työympäristö, sekä henkilön persoonallisuus. Työtehtävissä, joihin myös yrityksen tapahtumatuotannot kuuluvat, motivaatiota voi yrittää löytää ymmärtämällä, miksi kyseinen tehtävä on tärkeä. (Sinokki 2016, luku 6: Keinoja henkilökohtaisen työmotivaation edistämiseksi.)

3.2.2 Jatkuvuus

Jatkuvuus on yrityksen toiminnalle peruspilari. Sillä voidaan ajatella olevan useampi ulottuvuus, kuten yritystoiminnassa taloudellinen-, palvelullinen-, sekä osaamisen jatkuvuus. Jatkuvuuden ylläpito on tärkeää myös asiakassuhteiden kannalta, jotta yritys nähdään luotettavana palveluntarjoajana. (Lyytinen 2019.)

Kauden päättyessä Trapestillä, vaihtuu työntekijöiden lisäksi niin sanottu johtoporras, eli Tapestin toimitusjohtaja sekä yrityksen toimintaa ohjaava hallitus. Vaikka terve vaihtuvuus on hyvä asia yritykselle, vaihtelee se, mikä on sopivaa vaihtuvuutta myös sitoutumisen näkökulmasta (Viitala 2021, 45). Edellisen kauden ideat ja suunnitelmat voivat henkilöstövaihdoksessa jäädä jalkoihin, eikä kaikki tarpeellinen tieto siirry uudelle henkilöstölle (Kukkonen & Sippola 2023).

Tapahtumat vaativat usein pidempää suunnittelu- tai toteutusaikaa, ja valmiiksi tehty tapahtuma-suunnitelma voi kadota edellisen vastaavan mukana. Onnistunut rekrytointi ei ole aina itsestään-selvyys, vaan liian vähäisellä henkilöstöllä on vaikeaa resursoida tekijöitä muuhun kuin omiin vastuutehtäviin. Epäonnistunut rekrytointi voi johtaa organisaation ja työntekijän kärsimykseen (Viitala 2021, 71).

3.3 Tapahtumien merkitys Trapestile

Trapesti on järjestänyt ja ollut yhteistyökumppanina erilaisissa tapahtumissa jo perustamisvuodestaan asti. Tänä aikana Trapestin toimitilat ovat vaihtuneet, tapahtuma-ala on muovautunut tähän päivään ja useita työkaluja on kehitetty tapahtumajärjestämisen tueksi. Aiemmin järjestetyistä tapahtumista ovat uusille henkilöstöille siirtyneet vain iloiset Instagram-kuvat, suunnitelmien ja ohjeiden ollessa kadonneet.

Trapestin tapahtumissa kohderyhmänä ovat kanssaopiskelijat, ja tapahtumia järjestetään koulun tiloissa, tai muiden opiskelijatapahtumien ohella. Ammattikorkeakoulun sisällä toimivat opiskelijajyhdistykset järjestävät tiettyjä tapahtumia vuosittain, joihin Trapestillä on mahdollisuus osallistua omalla panoksellaan. Usein henkilöstönvaihdoksen yhteydessä tieto näistä tapahtumista ja mahdollisuudesta osallistua niihin katoaa, eikä tapahtumiin osata tai tiedetä osallistua. Myös Trapestin omat tapahtumat ovat viime kausina uhanneet jäädä taka-alalle, ensin koronapandemian myötä, mutta myös henkilöstöjen välillä tapahtuneiden informaatiokatkosten vuoksi.

Opiskelijatapahtumissa kohderyhmänä ovat opiskelijat eri aloilta, ja heille suunnattujen tapahtumien tavoitteet liittyvät yleensä yhteisöllisyyteen. Yhteisöllisissä tapahtumissa korostuu ajatus yhdessä tekemisestä ja -olemisesta. Tällaisessa tapahtumassa myös osallistujilla on aktiivinen rooli, ja tapahtuman järjestäjien kanssa ollaan vuorovaikutuksessa (Catani 2017, 23). Yhteisöllisyyttä tukevat opiskelijatapahtumat antavat opiskelijoille myös mahdollisuuden rentoutua hetkellisesti opiskelujen ohella, tai edesauttavat tutustumista muihin kanssahenkisiin opiskelijoihin (Studentum.fi 2017).

Kun tapahtumia on järjestämässä opiskelijajäritys, yhdistyy toiminnassa näkökulmat ja tavoitteet sekä yritys-, että opiskelijatapahtumista. Onnistuneiden tapahtumien järjestäminen on tällöin myös näkyvyyden kannalta tärkeää, sillä se luo organisaatiosta ja sen työntekijöistä miellyttävän kuvan

tapahtuman osallistujille (Wallo & Häyrynen 2022, 23). Osallistujia voivat olla niin opiskelijayrityksen potentiaaliset työntekijät, jotka näkevät heidät houkuttelevana työnantajana tai asiakkaat, jotka tunnistavat yrityksen aktiivisena ja tehokkaana kumppanina. Yrityksen brändiä, eli kokoelmaa mielikuvia, jotka erottavat yrityksen kilpailijoistaan, tuetaan positiivisilla kokemuksilla tapahtumien kautta. (Catani 2017, 21.)

Koska Trapestin toiminnan tavoitteisiin ja arvoihin kuuluu uuden oppiminen, ovat tapahtumat oikea aarrearkku sen suhteen. Tapahtumia tuottaessa oppii useita eri taitoja, sitä enemmän, mitä laajemmin on toteutuksessa mukana. Tuottajan työssä korostuvat muun muassa luovuus, ongelmanratkaisutaidot, paineensietokyky, sekä kyky työskennellä erilaisten ihmisten kanssa (Wallo & Häyrynen 2022, 268). Yrityksen sisällä olemassa oleva tieto ja toimintatavat eivät aina siirry uudelle henkilölle, ja kaikki voidaan joutua aloittamaan nollassa (Kukkonen & Sippola 2023). Tämä voi koitua ongelmaksi myös tapahtumien järjestämisessä.

3.3.1 Brändin rakentaminen ja näkyvyys

“Yritystapahtuma on investointi, jonka tavoitteena on syventää asiakassuhdetta, parantaa bisnestä ja vahvistaa yrityksen brändiä”, kuvaillaan Catanin (2017) kirjassa Onnistunut yritystapahtuma. Trapestin toimitilat tätä opinnäytetyötä tehtäessä eivät ole sijainniltaan kovin kilpailueduksi, ja näkyvyys täytyy hankkia muualta. Näkyvyyden voi nostaa tavoitteeksi esimerkiksi tapahtumamarkkinointia suunniteltaessa. Organisaation sisällä tulee osata vastata kysymykseen siitä, miksi tapahtumaa ollaan järjestämässä ja tällöin vastauksena voi toimia tavoitteellinen näkyvyyden hankkiminen yritykselle tapahtuman kautta (Wallo & Häyrynen 2022).

Mitä enemmän yritystä ja sen brändiä nostetaan esille eri reittejä, lisäytyy myös yrityksen tunnetuus samalla (Pohjola 2019, 201). Trapestillä on käytössä markkinoinnin eri kanavia sometileistä nettisivuihin, mutta näkyvyyden lisäämistä kampanjoilla kohderyhmän keskuudessa tavoitellaan. Kohderyhmänä tapahtumiin osallistuvat opiskelijat ovat myös Trapestin tulevia työntekijöitä ja mahdollisia asiakkaita. Kaikki yrityksen markkinointi ja viestintä, sekä kaikki tapahtumat ovat omalta osaltaan myös yrityksen rekrytointia (Luukka 2019). Trapestin järjestäessä perinteistä pääsiäiskartelutempaustaan opiskelijoiden tavoittamiseksi, luodaan askartelun yhteydessä Trapestita myös hyvää työnantajakuva.

Tapahtumat voivat myös olla markkinointikeinona vaikuttavampia, kuin esimerkiksi markkinointi sosiaalisen median kanavissa. Henkilökohtaisen kokemuksen voimakkuus on merkittävämpi, kuin mainoksessa, joka tulee vastaan puhelinta selatessa. (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala 2015.) Tätä tietoa voidaan Trapestillä hyödyntää markkinointiin liittyviä valintoja tehdessä. Ilmoitetaan tulevista rekrytointiprosesseista vain sosiaalisessa mediassa, vain järjestetäänkö sitä varten myös tapahtuma, jossa päästään osallistujien kanssa vuorovaikutukseen.

3.3.2 Verkostoituminen & yhteisöllisyys

Monissa erilaisissa tapahtumissa voidaan luoda ammatillisia verkostoja (Työterveyslaitos 2024). Oulun ammattikorkeakoulussa järjestetään paljon erilaisia tapahtumia eri toimijoiden toimesta. Esimerkiksi Tuuni-tapahtumassa on mahdollisuus päästä verkostoitumaan mahdollisten asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa, sekä lisäämään tunnettuutta opiskelijoiden keskuudessa (Leinonen, Olkonieni, Oksanen & Kyröläinen 2019). Myös Osakon järjestämä Hurmoksen päivätapahtuma antaa Trapestin kaltaiselle yritykselle tilaisuuden näkyvyyteen ja verkostoitumiseen.

Kun yritys järjestää tapahtumia, on ensisijaisia tavoitteita esimerkiksi osallistujien välisien suhteiden syventäminen, yrityksen liiketoiminnan parantaminen tai brändin vahvistaminen. Vaikka tapahtuma on yrityksille yleisimmin rahallinen investointi, ei silti sen tavoite ole aina liiketoiminnallinen. Yritykset järjestävät tapahtumia myös esimerkiksi omalle henkilöstölleen, jolloin tavoitteena voi olla henkilökunnan sitouttaminen lisäämällä yhteenkuuluvuuden tunnetta. (Catani 2017, 19.)

4 TAPAHTUMATUOTANNON PERUSTEET

Tapahtumat voidaan nähdä yrityksessä yksittäisinä projekteina, tai osana vakituista toimintaa, mikäli tapahtumaa järjestetään toistuvasti. Tapahtumat vaativat usein paljon työtä, ja voi olla vaikea tietää, mistä lähteä liikkeelle. (Iiskola-Kesonen 2006, 8.) Tapahtumatuotannon perusteita käsittelevä opas voi olla tuki, joka auttaa Trapestia alkuun pääsemisessä.

Tapahtumasuunnittelua helpottamaan on tarjolla erilaisia työkaluja, joiden avulla kokonaisuutta on helpompi hallita. Käytäessä tapahtumatuotannon perusteita seuraavaksi läpi, tullaan läpikäytäviä kohteita peilaamaan Helena Wallon suunnittelemaan Onnistuneen tapahtuman malliin ® (KUVIO 2). Mallin mukaisesti onnistunut tapahtuma saadaan muodostumaan, kun vastataan tapahtumaa koskeviin strategisiin-, sekä operatiivisiin kysymyksiin. Strategiset kysymykset vastaavat kysymyksiin “miksi?”, “kenelle?” ja “mitä?”. Operatiiviset kysymykset taas kysymyksiin “millainen?”, “kuka?” ja “miten?”. (Wallo & Häyrinen 2022, 133–140.)



KUVIO 2: Onnistuneen tapahtuman malli ® (mukailen Wallo & Häyrinen 2022, 140)

4.1 Prosessi

Kun lähdetään liikkeelle tapahtumatuotannon perusteista, tulee ensin ymmärtää, mikä tapahtuma on. Tapahtuman voi määritellä kokemukseksi, jota ei pysty toistamaan täsmälleen samanlaisena. Tapahtumaa järjestettäessä tavoitellaan positiivista kokemusta kävijöissä, miellyttävän muistijäljen jättäen. Mikäli tapahtuman järjestäjänä on yritys, lasketaan tuotanto osaksi liiketoimintaa. Yritysten kilpaillessa asiakkaiden huomiosta toistaan kiinnostavampien tapahtumien avulla, hyötyvät myös kuluttajat tästä kilpailusta muun muassa merkityksellisten kohtaamisten ja tapahtumaelämysten myötä. (Catani 2017, 20.)

Tapahtumiksi käsitetään niin organisaation sisäiset pienikokoiset yksityistilaisuudet, kuin myös julkiset massatapahtumat suurille yleisöille. Käsitteenä sana "tapahtuma" voi käsittää lähes minkälaiset tilaisuudet tahansa. Jos tarkoituksena on koota ihmisiä yhteen jotain tiettyä tarkoitusta varten tiettyä aikana ja tiettyyn paikkaan, on se käsitteellisesti tapahtuma. (Kilkenny 2006, 29.) Tapahtuma koostuu kolmivaiheisesta prosessista, sisältäen suunnittelu-, toteutus- ja jälkivaiheen (Wallo & Häyrinen 2022, 138).

4.1.1 Suunnitteluvaihe

Suunnitteluvaiheeseen kuuluu tapahtumaprosessin osista eniten aikaa. Catani (2017) sanoo hyvän suunnittelun olevan jo vähintään 75 % koko tuotannosta tapahtumia koskien. Suunnitteluvaiheeseen kannattaa ottaa mukaan kaikki tapahtuman toteutukseen vaadittavat henkilöt, jotta päätökset ja muut tarvittavat tiedot tavoittavat oikeat henkilöt (Wallo & Häyrinen 2022, 186–187). Sujuvaa yhteistyötä tarvitaan tapahtumasuunnittelussa, oli kyseessä millainen tapahtuma tahansa (Wallo & Häyrinen 2022, 190). Suunnitteluvaiheessa hyödyllinen työkalu on tehtävälista, joka kattaa kaikki tapahtuman tuottamiseen vaadittavat ennakkotoimenpiteet.

Toinen hyödyllinen työkalu tapahtumasuunnittelulle on yritystoimintaa tarkasteltaessa hyödynnettävä SWOT-analyysi (KUVIO 3). Analyysin avulla päästään tarkastelemaan myös järjestettävän tapahtuman sisäisiä vahvuuksia ja heikkouksia, sekä ulkoisia mahdollisuuksia ja riskejä. Analyysin tarkoituksena on tuottaa selkeä kokonaiskuva tilanteesta tukemaan strategisia valintoja. (Vuorinen & Huikkola 2023, 97.) Mallin kautta esiin nousevia vahvuuksia tapahtumalla voivat olla esimerkiksi kokenut tapahtumatiimi, vakuuttava tapahtumakonsepti tai hyvät yhteistyökumppanit. Heikkouksia

tapahtumalle voivat olla rajoitettu budjetti, tiukka aikataulu tai vähäiset resurssit järjestäjän puolelta. Ulkoisiin mahdollisuuksiin liittyvät kehittyvä teknologia, tapahtumien eri formaatit ja monipuolinen kävijäkunta. Uhkia voivat olla kilpailevat tapahtumat, muuttuvat säädökset tai ennalta-arvaamattomat ulkoiset tekijät, kuten sääolosuhteet. (Meetinghand 2023.)

SWOT ANALYSIS



KUVIO 3: SWOT –analyysin malli

Ennakkotoimenpiteitä tapahtumasuunnittelussa ovat esimerkiksi tapahtuman sisällölliset asiat, kuten tavoitteiden asettaminen, konseptointi, viestin selkeyttäminen ja visuaalisen ilmeen suunnittelu. Lisäksi tekninen puoli vaatii suunnittelua koskien tapahtumapaikan valintaa, tekniikan tarpeen määrittelyä, turvallisuusasioita, sekä aikataulujen tekoa. Kolmas tapahtumatuotannon sisältä löytyvä suunnittelupuoli on kaupallinen. Tätä varten on suunniteltava budjetointia, asetettava mittareita tavoitteita varten, määriteltävä kohderyhmä, kontaktoitava mahdollisia yhteistyökumppaneita, sekä suunniteltava tapahtumamarkkinointi. (Wallo & Häyrinen 2022, 191–192.) Riippuen tapahtuman tyypistä, vaativat erilaiset tapahtumat erilaisia resursseja ja suunnittelua. Liian vähäisten resurssien tai puuttuvan osaamisen myötä järjestetty tapahtuma on yleensä tehoton, ja vain hukkaa aikaa pääsemättä tavoitteisiin. Negatiivinen mielikuva tapahtumasta peilautuu usein jälkikäteen organisaation toimintaan ja palveluihin. (Wallo & Häyrinen 2022, 23.)

Yllä luetellut asiat ovat lähes kaikkia tapahtumia koskevia. Suunnitteluvaiheessa päätettävät asiat tulee kirjata tapahtumasuunnitelmaan. Se toimii työvälineenä, sekä auttaa tapahtumatiimiä muistamaan päätetyt asiat. Suunnitelman avulla tapahtumaa on myös helpompi esitellä esimerkiksi muulle organisaatiolle, tai esimerkiksi tapahtuman yhteistyökumppaneille. (Wallo & Häyrinen 2022, 193.) Tapahtumatuotannon suunnitteluvaiheeseen liittyviä sisällöllisiä-, teknisiä- sekä kaupallisia tuotannon osa-alueita, jotka löytyvät myös Onnistuneen tapahtuman mallista © (KUVIO 2), käsitellään omina tapahtumatuotannon perusteiden alalukuina tarkemmin.

4.1.2 Toteutusvaihe

Tapahtuman toteutusvaiheessa tapahtumasuunnitelma muuttuu todeksi. Toteutusvaiheen yksi tärkeä tekijä on se, että kaikki tapahtuman osalliset ymmärtävät oman roolinsa kokonaisuudessa. Näin on myös helpompi varmistaa, että kaikki tarvittavat valmistelut tulevat hoidetuksi. Myös toteutusvaihe voidaan jakaa vielä kolmeen alavaiheeseen. Nämä ovat rakennusvaihe, itse tapahtuma, sekä purkuvaihe. (Wallo & Häyrinen 2022, 197.)

Rakennusvaiheen prosessia määrittelevät tapahtumatila, resurssit, sekä rakennusaika. Tässä vaiheessa toteutusta, myös työntekijöitä saattaa olla töissä enemmän, kuin itse tapahtuman aikana. Intensiivinen rakennusvaihe on suunniteltava tilan ja toimijoiden mukaan. (Wallo & Häyrinen 2022, 198.) Mitä pienemmästä ja vähäisempiä resursseja vaativasta tapahtumasta on kyse, sitä kevyempi on myös rakennusvaihe. Toisen tapahtuman vaatiessa useiden festariteltojen pystytystä, voi toiseen tapahtumaan riittää parin pöydän kantaminen paikalle.

Parhaimmillaan tapahtumassa saavutetaan haluttu tulos yhteistyöllä tapahtumatiimin kanssa, onnistuneen johtamisen kautta. Tapahtuman pääjärjestäjänä toimiminen on omalta osaltaan esihenkilötyötä henkilöstön koordinoiminen, sekä tehtävien delegoiminen, eli jakamisen myötä. Tapahtuman toteutusta helpottaa, mikäli johdossa oleva tunnistaa oman osaamisensa lisäksi muiden osallisten kyvyt ja osaamisen. Tapahtuman johdossa olevan ei tule tehdä kaikkea itse, vaan vahva viestintä tapahtumatiimin kautta auttaa kaikissa tapahtuman vaiheissa. (Wallo & Häyrinen 2022, 266–267.) Motivoituneet työntekijät edesauttavat tehokasta työskentelyä. Eri asiat motivoivat eri henkilöitä, ja toisen motivoituneessa työtehtävän sisällöstä, voi toinen motivoitua enemmän mahdollisuudesta auttaa muita. Motivaation kannalta on myös tärkeää, että työntekijä pystyy kokemaan itsensä merkittäväksi. (Sinokki, 2016.)

Hyvää suunnittelua seuraava tapahtumatoteutus etenee luontevasti, ja itse tapahtuman tulisi olla enää vain yksityiskohtien viilaamista ja tunnelmointia itse tilaisuudesta. Tapahtuman ollessa käynnissä, ei vieraiden tulisi huomata taustalla tapahtuvaa aikataulutusta tai taustatyötä. Osallistujien ei tulisi myöskään huomata, mikäli kesken tapahtuman nousee esiin tarpeita muutoksille, tai jokin tapahtuman osa meinaa mennä pieleen. (Catani 2017, 98–99,114.)

Toteutusvaihe voi sisältää esimerkiksi osallistujien vastaanottoa, tekniikasta huolehtimista, ohjelman ja aktiviteettien koordinoimista, tai vain yleistä seuranta. Tapahtuman toteutuksen aikana tulisi huolehtia myös mahdollisesta dokumentoinnista. Järjestäjän tulee päättää, mitä tapahtumasta halutaan tallentaa, ja miten tallennettavaa materiaalia tullaan hyödyntämään. (Catani 2017, 118.)

4.1.3 Jälkivaihe

Vaihe tapahtuman jälkeen on yksinkertaisimmillaan kiittäminen. Vierailijoiden kiittämistä käynnistä, työntekijöiden kiittämistä työpanoksesta ja mahdollisten yhteistyökumppaneiden kiittämistä osallistumisesta. Kiitosten avulla osoitetaan arvostusta tapahtuman eri osapuolille. (Wallo & Häyrinen 2022, 226–228.)

Tulevia tapahtumia varten, on myös palautteenkeruu kannattavaa. Mitä laajemmalla palautetta kerätään, sitä tarkemmin selviää, miten tapahtuma näyttäytyi muiden silmiin, ja miten tapahtumaa voisi parantaa. Palautetta analysoimalla saa oppeja tulevaa varten, ja näiden avulla on hyvä aloittaa seuraavan tapahtuman suunnittelu. Saatua palautetta kannattaa myös verrata alkuperäiseen tapahtumasuunnitelmaan, jolloin nähdään, kohtasivatko esimerkiksi alkuperäinen tavoite ja asiakaiden kokemus. Mitä helpommaksi palautteen antaminen tai palautekyselyyn vastaaminen on tehty, sitä enemmän palautetta on odotettavissa. (Wallo & Häyrinen 2022, 226, 230.)

Toteutusvaiheessa kerätty tapahtuman dokumentointi on osittain hyvä hyödyntää heti tapahtuman jälkeen. Tapahtumakuvat tai –videot ovat mieleenpainuvia muistoja, joiden avulla voi välittää tapahtumassa vallinnutta tunnelmaa. Kuvia tai videoita voidaan hyödyntää myös markkinoinnissa tulevia tapahtumia varten. (Wallo & Häyrinen 2022, 227.)

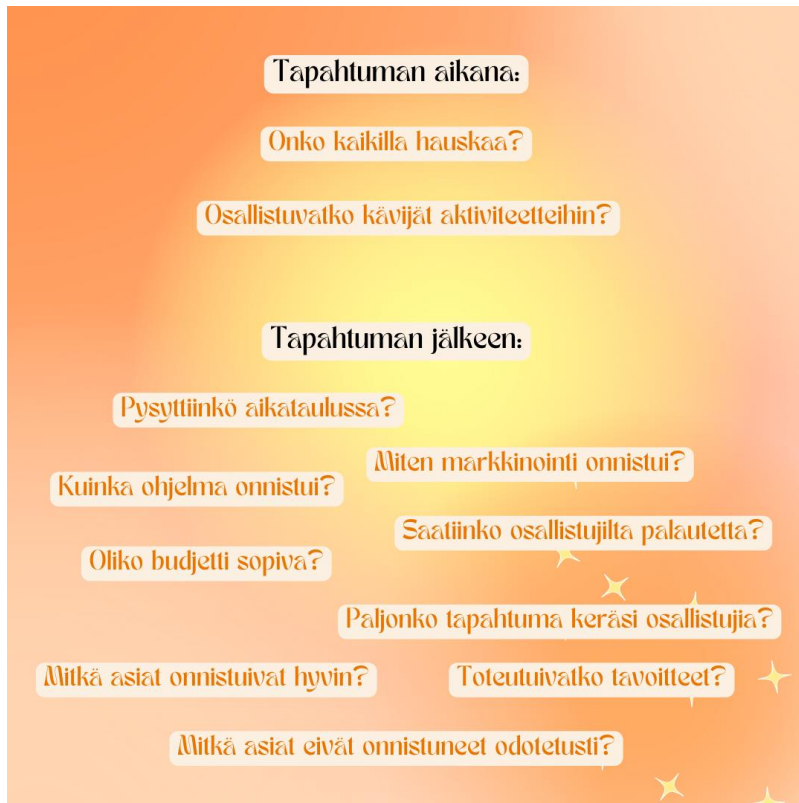
Tapahtuman jälkeen sen onnistumista mitataan suunnitteluvaiheessa asetettujen konkreettisten tavoitteiden, ja niille asetettujen mittareiden kautta. Määrällisiä mittaustuloksia antavat esimerkiksi kävijämäärät tai mahdolliset tuotot, kun taas laadulliset tulokset saadaan palautteiden keinoin. (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala 2015.) Myös tapahtumatiimin omat kokemukset ja ajatukset tapahtuman onnistumisesta ovat arvokkaita tulevien toteutusten kannalta.

4.2 Tavoite

Tapahtumalla tulee olla tavoite ja tarkoitus. Tarkoituksen olemassaolosta viestii se, että organisaatiossa osataan vastata kysymyksiin siitä, miksi tapahtuma järjestetään ja kenelle se suunnataan. Tavoitteita tapahtumalla voi olla sekä määrällisiä, että laadullisia. Mitä konkreettisempi tavoite tapahtumalle asetetaan, sitä helpompi sen onnistumista on mitata tapahtuman jälkeen. (Wallo & Häyrinen 2022, 26 & 143.)

Tavoitteet voidaan jaotella muun muassa taloudellisiin, imagollisiin tai kilpailullisiin tavoitteisiin (Iiskola-Kesonen 2006, 9). Esimerkkejä yksittäisen tapahtuman tavoitteista ovat näkyvyyden hankkiminen, brändin rakentaminen, tuotteiden ja palveluiden myyminen tai oman henkilökunnan motivoiminen (Wallo & Häyrinen 2022, 25). Tavoite riippuu järjestettävästä tilaisuudesta ja ideaalissa tilanteessa selkeän tavoitteen ympärille saadaan rakennettua muu tapahtumasuunnitelma.

Tapahtuman onnistuminen on yleisesti ottaen aina tavoitteena. Onnistunut tapahtuma parantaa yrityksen brändikuvaa, kun osallistujat ovat kokeneet tapahtuman hyvänä (Catani 2017, 21). Itse tapahtuman onnistumista voi olla vaikea arvioida, mutta se kannattaa tehdä. Onnistumisen arviointia helpottavat valmiiksi määritellyt apukysymykset (KUVIO 4). Tapahtuman aikana kannattaa kuitenkin keskittyä itse tapahtumaan, ja jättää tarkempi arviointi tapahtuman jälkeiselle ajalle.



KUVIO 4: Esimerkkejä apukysymyksistä tapahtuman onnistumisen arviointiin (mukaillen Catani 2017, 138–139)

4.3 Sisältö

Tapahtuman sisältö on tapahtuman sydän. Sisällön rooli on korostunut nykymaailmassa, jossa tarjonta on loputonta, eivätkä ihmiset halua hukata aikaansa. (Wallo & Häyrinen 2022, 239.) Tapahtumat eroavat toisistaan sisällöllisesti. Tavoitteiden mukaan suunniteltu tapahtumasisältö voi olla aistimuksellinen, hyödyllinen tai yhteisöllinen. Sisältö kannattaa rajata tarkasti, sillä selkeys antaa tapahtumasta laadukkaamman kuvan. Kävijälle on myös kokemuksesta nauttimisen kannalta tärkeää, että hän tietää mitä tapahtumalta on odotettavissa. (Catani 2017, 22.)

Aistimuksellisilla tapahtumilla tarkoitetaan sisältöä ja viihteellisyyttä korostavia tapahtumia. Tällainen tapahtuma sopii parhaiten, kun tavoitteeksi on asetettu brändin vahvistaminen tai esimerkiksi pyrkimys syventää tapahtuman kävijöiden suhteita. Yrityksen järjestäessä tällaista tapahtumaa, tavoitellaan kävijälle kokemusta, jossa vieras saa nauttia olostaan. (Catani 2017, 22.)

Hyötytapahtuma tarjoaa nimensä mukaisesti kävijälleen jonkin hyödyn. Hyötytapahtumat ovat usein kohdistettu esimerkiksi asiakaskunnalle, jolle yritys haluaa osoittaa arvostusta. Näistä esimerkkinä ovat erilaiset VIP-tapahtumat. Hyötytapahtumassa kohderyhmä on yleensä rajatumpi kuin esimerkiksi aistimustapahtumissa, ja osallistujien rooli aktiivisempi. Vieraiden saatetaan tällöin odottaa osallistumista tapahtuman kulkuun omalla panoksellaan, esimerkiksi keskustelun lomassa. (Catani 2017, 23.)

Yhteisöllisissä tapahtumissa pääosassa on vuorovaikutus ja tunne yhteisöllisyydestä. Vieraat yleensä myös tietävät miksi juuri heidät on kutsuttu, ja heillä on aktiivinen rooli tapahtumassa. Tällainen tapahtuma perustuu jatkuvalla vuorovaikutukselle. Tällaisia tapahtumia ovat esimerkiksi henkilöstöjuhlat. (Catani 2017, 23–24.)

Erilaiset sisällöt toimivat eri tapahtumissa, eikä näin ollen voida sanoa mikä toimii aina, ja mikä ei. Vaikka 50 vuotta täyttävän sukulaisen juhlissa kosteat kesäolympialaiset olisivat olleet menestys, ei se tarkoita, että sitä kannattaisi sisällyttää työpaikan henkilöstöjuhlaan. Sisällön valintaa tapahtumalle on ohjaamassa useampi tekijä kuten tavoite, kohderyhmä ja budjetti (Wallo & Häyrinen 2022, 240).

4.4 Kohderyhmä

Kohderyhmän, eli osapuolien, joille tapahtuma suunnataan, tunteminen auttaa tapahtuman toteutuksessa. Eri asiat puhuttelevat eri henkilöitä, joten ei ole samantekevää, suunnitellaanko ohjelma teinityöille vai ikääntyneille herroille. Kohderyhmä voidaan määritellä demografisten, eli väestön rakenteellisten tekijöiden myötä. Näitä ovat ikä, sukupuoli, koulutustaso ja siviilisääty. Toinen tapa määrittää kohderyhmiä on psykografinen segmentointi, eli jaottelu mielipiteiden, arvojen, asenteiden tai kiinnostuksenkohteiden avulla. (Wallo & Häyrinen 2022, 159–160.)

Yrityksen järjestäessä tapahtumaa, on se ensisijaisesti kohdennettu ulkoiseksi tapahtumaksi muun muassa asiakkaille ja yhteistyökumppaneille, tai sisäiseksi tapahtumaksi työntekijöille. Trapestin järjestämä pääsiäistempaus, jonka tavoitteena on esimerkiksi näkyvyyden lisääminen ja brändin rakentaminen, on ulkoinen tapahtuma kohderyhmänään kanssaopiskelijat ja koulun tiloissa vierailvat. Virkistysilta kauden päätteeksi palkitsemismielessä on taas kohdistettu yrityksen työntekijöille sisäisenä tapahtumana.

4.5 Budjetointi

Avainasia budjetoinnissa on ymmärrys siitä, että budjetointi on jatkuva prosessi, eikä ajallisesti rajattu kertaluontoinen tapahtuma. Budjetoinnin on tarkoitus auttaa organisaatiota muun muassa suunnittelussa ja päätöksenteossa. (Bladen, Kennell, Abson & Wilde 2012, 146.) Tapahtumiin kuuluu helposti paljon rahaa, jonka vuoksi on tärkeää määritellä tapahtuman budjetti, eli rahavarat, mahdollisimman varhaisessa vaiheessa. Isoja menoeriä tapahtumissa voivat olla esimerkiksi henkilöstökulut, joten omin voimin ja resurssein tuotettu tapahtuma on yleensä edullisin vaihtoehto. (Wallo & Häyrinen 2022, 177.) Trapestin järjestäessä tapahtumia ovat järjestäjinä ja henkilökuntana yrityksen omat työntekijät. Myös itse tehtävälle työlle tulisi määritellä hinta, jolloin kustannuksista saadaan parempi käsitys (Wallo & Häyrinen 2022, 177). Trapestin työntekijät ansaitsevat tehdystä työstä henkilökohtaisesti opintopisteitä.

Budjettia määritellessä voi vertailu vastaavanlaisiin tapahtumaprojekteihin ja niiden budjetteihin olla avuksi. Lisäksi, kuten useissa muissa tuotannon vaiheissa, voi budjettia laatiessa listauksesta olla apua. Menetelmässä pyritään käymään läpi koko tapahtuma visualisoiden mitä työkaluja tai tarvikkeita tarvitaan, ketä on paikalla, missä tapahtuma järjestetään ja millaisia palveluita tarjotaan. (Wallo & Häyrinen 2022, 177.)

Tapahtumilla voi mahdollisesti olla myös tulobudjetti, mikäli tapahtumassa kerätään esimerkiksi osallistumismaksuja. Kulurivejä on kuitenkin yleensä huomattavasti enemmän. Budjettia tulee myös muistaa päivittää aktiivisesti muutosten ilmaantuessa. (Wallo & Häyrinen 2022, 179.) Raha on yrityksille sellainen asia, jonka liikkumisesta on erittäin tärkeää pysyä kärryillä.

Kannattavan tapahtuman määritelmä tulokulmasta on periaate siitä, että tuottojen tulisi olla kuluja suuremmat. Liian optimistiset tulotavoitteet asettavat tapahtumat usein jälkikäteen ongelmiin. (Iiskola-Kesonen 2006, 77.) Trapestin tapahtumien tulostavoite harvoin on rahallinen. Tapahtumilla haetaan näkyvyyttä, kun taas tulos tehdään ensisijaisesti muulla toiminnalla, jota näkyvyys edesauttaa. On tärkeää tunnistaa, että useat tapahtumat järjestetään juuri sosiaalisten tavoitteiden saavuttamiseksi, tappiollisesti tuottaen (Bladen, Kennell, Abson & Wilde 2012, 139).

4.6 Markkinointi ja viestintä

Trapesti markkinoi tapahtumiaan ulkoisesti ja sisäisesti. Sisäinen markkinointi, eli tapahtumasta tiedotus organisaation sisällä niille ihmisille, joiden niistä on tiedettävä (Wallo & Häyrynen 2022, 110), tapahtuu Trapestin viikkopalavereissa. Sen toimittaa tapahtumavastaava, joka toimii joko henkilöstö-, tai markkinointitiimissä.

Ulkoinen markkinointi tapahtuu sosiaalisen median kautta, tapahtumissa, sekä luokkakierroksilla. Jaoimme tapahtumamarkkinoinnin Trapestillle olennaisiin osiin: ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja tapahtuman jälkeen. Tapahtumamarkkinoinnin tuloksellisuutta tulee tarkastella tapahtuman jälkeen (Wallo & Häyrynen 2022, 111). Tämän vuoksi ennen tapahtumaa on syytä asettaa tavoitteet markkinoinnille. Tavoite voi olla esimerkiksi tietty määrä työhakemuksia, jotka rekrytointikampanjalla halutaan saavuttaa.

Ennen tapahtumaa herätellään tietoisuutta ja kiinnostusta kohderyhmässä. Tätä varten valitaan oikeat sosiaalisen median kanavat, sekä sopivat markkinointitapahtumat. Markkinointi kuuluu aina aloittaa hyvissä ajoin ja muistutella kohderyhmää tapahtumasta sen lähestyessä. Alla oleva kuva on Trapestillle luotu sosiaalisen median materiaalin julkaisuohje ennen tapahtumaa (KUVIO 5). Julkaisuajankohtiin vaikuttavat tapahtuman suuruus, sekä tapahtumasisältö. Mitä isompi tapahtuma on, sitä aiemmin markkinointi kannattaa aloittaa.



*KUVIO 5: Sosiaalisen median materiaalin julkaisuohje ennen tapahtumaa

5 TAPAHTUMAOPAS JA -KALENTERI

Tässä kappaleessa käsitellään kehittämistyön prosessia, eli tapahtumaoppaan luomista. Prosessia avataan tekijöiden näkökulmasta, käsitellen vaiheita tarpeiden tunnistamisesta valmiin oppaan dokumentointiin. Opas luotiin Trapestin tapahtumavastaavan työskentelyn tueksi, mutta oppaan avulla muutkin työntekijät voivat tutustua tapahtumien järjestämiseen tarkemmin. Valmis opas löytyy tämän opinnäytetyön liitteenä.

Tapahtumaprosessista avataan lähtökohtia oppaan tekemiselle, sekä esitellään Trapestin työntekijöiden kanssa pidetty ideointipaja tarpeellisen sisällön kartoitukseen. Lisäksi oppaan sisältö esitellään pääkohdittain, jotta siitä saa käsityksen myös tutustumatta itse oppaaseen. Oppaan rakenteeseen vaikuttaneista tekijöistä kerrotaan lyhyesti, sekä oppaan dokumentoinnista käyttövalmiuteen.

Tapahtuma-alan ollessa jatkuvassa muutoksessa, ja kuluttajien tarpeiden muuttuessa, voi luodun ohjeistuksen käyttöikä olla tavoiteltua lyhyempi. Tämä riski tunnistettiin jo opinnäytetyötä aloittaessa, joka ohjasi työtä niin, ettei opas voinut sisältää liikaa sellaisia ohjeita tai käytäntöjä, joiden mahdollisuuden muuttua lähiaikoina uskottiin. Tällä tarkoitetaan esimerkiksi yhteistyökumppaneiden tai tapahtumapaikkojen yhteystietoja.

5.1 Tarpeiden tunnistaminen ja tavoitteet

Tarve tapahtumajärjestämisen ohjeille ja apumateriaaleille on tunnistettu jo aiempina vuosina, tekijöiden työskennellessä itse Trapestillä. Tällöin aikaa tai resursseja ei kuitenkaan ollut, joten kun tarve ilmeni uudelleen opinnäytetyön aloitusvaiheessa, koettiin aihe sopivaksi. Tapahtumaoppaan lisäksi Trapestillä päätettiin luoda tapahtumakalenteri, jotta työntekijät löytävät tapahtumien järjestämiselle aikaa muun toiminnan ohelta. Toiveena olikin esitetty konkreettinen tapahtumakalenteri toimiston seinälle, joka muistuttaisi milloin eri tapahtumia kannattaa järjestää, ja milloin niiden valmistelut kannattaa aloittaa

Oppaan sisältöä varten Trapestin tarpeiden tunnistamiseen käytettiin ideointipajaa. Trapestin henkilökunnan kanssa keskusteltiin toiveista ja ideoista opasta koskien. Henkilöstö koostuu tällä hetkellä kauden 23–24, sekä 24–25 vuoden työntekijöistä. Ideointipaja järjestettiin Trapestin toimitiloissa 11.4.2024. Henkilökuntaa tavoiteltiin osallistumaan pajaan yrityksen sisäisen keskusteluryhmän välityksellä. Puoleltamme annettiin riittävät tiedot siitä, mistä on kyse ja mitä varten paja toteutetaan. Paja oli osallistujille vapaaehtoinen ja mukaan saapui enimmäkseen uuden kauden työntekijöitä. Tulevan kauden työntekijöiden osallistuminen pajaan koettiin hyödylliseksi, sillä opas tulee ensimmäisenä heidän käyttöönsä.

Ideointipajaa varten suunniteltiin valmiita kysymyksiä keskustelun tueksi, mutta pääpaino oli työntekijöiden kuuntelemisessa, sekä kannustamisessa ajatusten ja ideoiden ilmaisuun. Paja oli keuholtaan tunnin pituinen, ja tuotti keskustelun kautta useamman sivun materiaalia analysoitavaksi ja litteroitavaksi. Keskustelusta saatavasta materiaalista nousi useita kohtia, joita oli jo sisällytetty valmisteilla olevaan oppaaseen. Lisäksi työntekijät ilmaisivat toiveita sisällöistä, jotka olisivat ilman keskustelua saattaneet jäädä huomioimatta.

5.2 Suunnittelu ja sisältö

Kehittämistyön tuloksena tuotettava opas luotiin käyttäen Canva-sovellusta. Oppaalle haluttiin esteettinen, silmää miellyttävä rakenne, jotta se tuntuisi helposti lähestyttävältä. Oppaan sisältö luotiin pohjautuen käsiteltyyn teoriaan tapahtumatuotannon perusteista, sekä kuuntelemalla Trapestin työntekijöiden toiveita ja ajatuksia. Yhteinen ideointipaja yrityksen työntekijöiden kanssa auttoi luomaan sisältöä aitoon ja ajankohtaiseen tarpeeseen. Oppaaseen pyrittiin sisällyttämään oleellista teoriaa tapahtumaprosessiin tutustumista varten. Opinnäytetyön raporttia varten kerätty laaja tietoperusta auttoi merkittävästi tapahtumaoppaan sisällön suunnittelussa ja luonnissa.

Oppaan sisällön luonti ja kartoitus alkoi alustavan sisällysluettelon suunnittelulla. Alkuperäisessä suunnitelmassa sisällysluettelo koostui 20 sivusta, kun taas valmis opas on 63 sivua pitkä. Sisällön määrä lisääntyi Trapestin työntekijöiden toiveita kuuntelemalla ja muita tapahtumaoppaita tutkimalla.

Oppaan rakennetta varten etsittiin jo olemassa olevia tapahtumaoppaita muihin tarkoituksiin, ja käyttöön päätyi selkeältä vaikuttanut, sekä tapahtumaoppaille tyypillinen rakenne: Ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja tapahtuman jälkeen. Oppaan avulla Trapestile pystytään tarjoamaan valmiita työkaluja erilaisten mallipohjien muodossa, sekä ideoita erilaisten tapahtumakonseptien toteutusta varten.

Jokaista kolmea osiota yhdistää niiden viimeiseltä sivulta löytyvä muistilista. Muistilista pyrkii listaamaan olennaisia, tapahtuman eri vaiheissa tarkistettavia asioita. Muistilista antaa konkreettisia ohjeita, auttaen tapahtumatiimiä huomioimaan kaikki tapahtuman osa-alueet. On kuitenkin tärkeää, ettei tapahtumatiimi luota listaan sokeasti, vaan osaa huomata ulkopuolisten toimintojen tai aktiiviteettien vaatimat toimenpiteet ennen tapahtumaa.

Oppaan loppuun on koottu osio materiaalia tapahtumatuotannon lisätueksi. Konkreettiset mallipohjat, sekä valmiit ideat auttavat etenemään, kun tuntuu ettei luovuutta riitä. Mallipohjat ovat ohjeita, joiden pohjalta Trapesti voi luoda vastaavanlaisia suunnitelmia haluamallaan työkalulla. Oppaassa ei näin ollen ohjeisteta, mitä ohjelmaa kannattaa käyttää, sillä toisen halutessa tehdä kaikki sähköisesti, toimii jollekin suunnittelu paremmin kynällä ja paperilla.

5.2.1 Ennen tapahtumaa

Ennen tapahtumaa -osio käsittelee oppaassa tapahtuman suunnitteluvaihetta. Opas ohjeistaa tapahtumasuunnitelman tekoon, huomioiden Trapestin tapahtumiin olennaisesti liittyvät osiot. Tapahtumasuunnitelma oppaaseen luotiin Helena Wallon (2022) Onnistuneen tapahtuman mallin kysymyksiin pohjautuen. Suunnitelman kohdat käsitellään lyhyesti, poimien olennaisimmat asiat ohjeistukseen. Käsiteltäviä osioita ovat tapahtuman nimi, -paikka, -päivä, kohderyhmä, vastuualueet, tavoite ja onnistumisen mittarit, arvot, sisältö, sekä teema. Tämän lisäksi oppaassa listataan asioita, joihin erilaisissa tapahtumissa voi joutua kiinnittämään lisähuomiota.

Tapahtumasuunnitelmaa varten myös budjetointia käsitellään lyhyesti. Osiossa kerrotaan, mistä tapahtuman budjetti voi koostua, eli millaisia meno- ja tuloeriä tapahtumilla voi olla. Trapestin työntekijät toivat ideoinnin aikana ilmi toiveen vinkeistä, joilla säästää tapahtumatuotannoissa. Tämän

myötä oppaaseen luotiin sivu, joka sisältää erilaisia säästömahdollisuuksia, joita toteutus voi sisältää. Konkreettisia säästövinkkejä on vaikea antaa, jos ei ole tietoa tapahtuman sisällöstä ja rakenteesta. Tämän myötä annetut vinkit ovat suosituksia, eivätkä päde kaikkiin tapahtumiin.

Ennen tapahtumaa on myös oleellista selvittää, tarvitaanko sille erillisiä lupia, tai täytyykö sen järjestämisestä ilmoittaa ulkoiselle taholle. Oppaassa kerrotaan, mistä voi löytää lisää tietoa eri luvista, tai mihin ne perustuvat. Luvussa kannustetaan myös turvallisuus- ja pelastussuunnitelman tekemiseen jokaisessa tapahtumassa, vaikkei sitä erikseen vaadittaisi.

Tapahtumamarkkinointi ennen tapahtumaa, pohjautuu tietoisuuden levittämiseen, ja innostumisen kasvattamiseen tapahtumasta. Oppaaseen on annettu aikatauluesimerkki tapahtuman ennakoijulkaisujen ajankohdista, ja avattu taustaa siitä, mikä merkitys julkaisuilla on tapahtumaa ajatellen. Myös tässä osiossa muistutetaan esimerkin olevan ohjeellinen, ja sopivien aikataulujen vaihtelevan todellisuudessa useiden eri tekijöiden mukaan. Trapestin työntekijät toivoivat oppaaseen myös muistutusta tulevia työntekijöitä varten, että kaikki markkinointi tulisi tehdä sekä suomeksi, että englanniksi. Tämä lisättiin oppaaseen, sillä monikielinen markkinointi lisää myös tapahtuman saatavuutta.

5.2.2 Tapahtuman aikana

Tapahtuman aikana -osio koostuu kuudesta yläotsikosta. Ensimmäisenä käsiteltävä aihe, eli tapahtuman rakennusvaihe, kuuluu toteutusvaiheeseen, vaikka tuleekin hoitaa ennen tapahtuman aukeamista yleisölle. Tapahtuman rakennuksesta kertovassa osiossa annettiin ohjeistetusta vastuunjakamisesta rakennusaikana. Lisäksi oppaaseen nostettiin poimintoja, jotka tapahtumaa rakentaessa on tärkeää ottaa huomioon. Tällaiset poiminnot liittyivät muun muassa siihen, etteivät rakenteet tai tekniikka aiheuttaisi riskejä turvallisuuteen.

Tapahtuma-aikainen markkinointi perustuu mainostukseen tapahtuman alkamisesta, tunnelman jakamiseen seuraajille, sekä erilaisten aktiviteettien, sisältöjen ja yhteistyökumppanien nostamiseen. Tapahtumamarkkinointia tehdessä on tärkeää myös tallentaa kaikki materiaali, jota tapahtumasta kuvataan, jotta sitä voi hyödyntää myöhemmin jälkimarkkinoinnissa tai tapahtumasta raportoinnissa.

Mikäli tapahtumat eivät ole työtehtävinä ennestään tuttuja, voi olla vaikeaa huomioida koko tapahtumaympäristöä oman vastuualueen lisäksi. Tapahtumaympäristön tarkkailu on kuitenkin tärkeää, ja onkin kannattavaa, että koko tapahtumatimiä on ohjeistettu tähän. Tarkkailulla voidaan ehkäistä erilaisten riskien syntymistä, tai parantaa esimerkiksi tapahtuman tunnelmaa. Oppaassa tarkkailulla viitataan pieniin eleisiin, joita työntekijä voi tehdä onnistuneen tapahtuman eteen omien tehtäviensä ohella. Näitä voi olla esimerkiksi roskien tai sotkujen siivoaminen, valaistuksen säätäminen tai työkaverin päästäminen tauolle.

Dokumentointi tapahtumassa käsittelee osittain samoja aiheita kuin tapahtumamarkkinointi. Dokumentointi perustuu arkistoitavan materiaalin hankkimiseen, kuten kuvien ja videoiden ottamiseen tapahtumasta, sekä palautteen keräämiseen asiakkailta tapahtuman aikana. Dokumentointi voidaan sopia yhden tapahtumahenkilön vastuualueeksi, tai sitä voidaan odottaa kaikilta tapahtumissa työskenteleviltä. On kuitenkin oleellista, ettei dokumentointi haittaa muita tapahtuman aktiiviteetteja, tai loukkaa osallistujia.

Oppaaseen kerättiin myös 5 vinkkiä tapahtumassa työskentelyyn. Vinkkien määrä haluttiin rajata tiiviiksi, jotta tapahtumassa ensimmäisiä kertoja työskentelevälle ei ole liikaa muistettavaa. Nämä yksinkertaiset ohjeet, jotka ovat koottu oppaaseen, ovat hyviä muistutuksia varsinkin tapahtuman asiakaspalvelutehtävissä.

5.2.3 Tapahtuman jälkeen

Tapahtuman jälkeiseen vaiheeseen kuuluu ensimmäisenä tapahtuman purku. Tapahtuman purkuun tärkein oppaassa annettu ohje on se, että mahdolliset tapahtumatilat siivotaan samaan kuntoon, kuin ne olivat ennen tapahtuman alkua. Lisäksi tapahtuman purkuvaiheessa kannustetaan mahdollisten somistusmateriaalien talteen pakkaamista, sekä säilyttämistä tulevaisuutta varten.

Tapahtuma on toteutuksen jälkeen myös tärkeä arvioida, kun sen toteutukseen kuuluneet osat alueet ovat vielä kaikilla tuoreena mielessä. Tapahtumaa arvioidaan sekä kokonaisuutena, että kaikkien tapahtumaa järjestämässä olleiden on hyvä arvioida ja reflektoida omaa osuuttaan, sekä sen onnistumista. Arvioinnin helpottamiseen on pyritty lisäämällä oppaaseen valmiita kysymyksiä, joiden kautta arviointia on helppo toteuttaa. Myös arvioinnin kautta esiin nousevat ideat ja ajatukset olisi kannattavaa arkistoida, jotta tapahtumasta opittuja asioita voidaan hyödyntää myöhemmin.

On myös tärkeää kuulla tapahtuman kävijöiden, vieraiden ja yhteistyökumppanien ajatuksia tapahtumapäivästä, sekä esimerkiksi viestinnästä tapahtumaan liittyen. Palautteenkeruu on helpointa luomalla palautelomake, jota pystyy jakamaan kaikkien tapahtumakävijöiden kesken. Palautelomakkeeseen sisällytettävät kysymykset kannattaa miettiä harkitusti, sillä lomakkeesta tulisi löytyä vain kysymyksiä, joiden vastauksilla on jotain arvoa tapahtuman järjestäjälle. Lisäksi oppaassa mainitaan mahdollisuudesta luoda palautekysely anonyyminä, joka voi lisätä palautteen määrää.

5.2.4 Tapahtuman tueksi

Tapahtumaoppaan loppu sisältää mallipohjia, ideoita, tapahtumasanastoa, sekä vastauksia kysymyksiin. Osa tämän osion sisällöistä olivat sellaisia, jotka koettiin irrallisiksi oppaan kolmesta ensimmäisestä osasta, mutta jotka haluttiin liittää tapahtumaoppaaseen. Esimerkiksi Trapestin osallistuksessa usein erilaisiin opiskelijatapahtumiin, kuten rastisuunnistukset, haluttiin heille tarjota erilaisia aktiviteetti-ideoita, jotka helpottavat osallistumista.

Trapestin työntekijät esittivät myös toivomuksen tilanvarausohjeista, jotka pyrittiin yksinkertaistamaan oppaaseen. Tällaiset ohjeet ovat helposti muuttuvia, jonka myötä työntekijöitä kannustetaan ottamaan ohjeiden lisäksi selvää, ovatko ne paikkaansa pitäviä vielä myöhemmin. Oppaassa olevan ohjeistuksen on ensisijaisesti tarkoitus muistuttaa tästä toimenpiteestä yhtenä vaiheena tapahtumaprosessia. Kun asia on mainittu ohjeissa, tulee se myös varmemmin hoidettua.

Tapahtumasuunnittelun mallipohjina oppaaseen lisättiin seuraavat: tapahtumasuunnitelmapohja, turvallisuus- ja pelastussuunnitelma, tapahtuman budjettipohja, SWOT-analyysin malli tapahtumasta, palautekyselyn malli, sekä esimerkki tapahtuman rakenteesta. Näiden lisäksi jo aiemmin mainittuja vastuualueita käsiteltiin tarkemmin tehtäväjakoineen, annettiin esimerkkejä siitä, milloin aloittaa tapahtumasuunnittelu, sekä tarjottiin ohjeistusta somesisältöihin.

Myös tapahtumasanastoa englannista suomeksi pyydettiin Trapestin työntekijöiden toimesta. Tällainen tieto on helposti saatavilla myös muualta, mutta oppaaseen lisättiin perussanastoa. Useat kysymykset, joita ideointipajassa esitettiin, olivat sellaisia, joille ei ollut oleellista luoda omaa sivua. Tällaisia kysymyksiä käsiteltiin lyhyesti oppaan lopussa tarjoten ohjeistavia vastauksia.

5.3 Oppaan rakenne

Opasta tehdessä tutustuttiin tietoon siitä, millaiset ovat hyvät ohjeet. Oppaan sisältäessä ensisijaisesti ohjeita siitä, miten toimia eri tuotannon vaiheissa ja mitä asioita ottaa huomioon, olivat tällaiset tiedot hyödyksi. Opasta luodessa näitä tietoja pyrittiin noudattamaan, jotta rakenne olisi lukijalle selkeä, ja teksti helposti luettavaa.

Ohjeita tehtäessä hyödynnetään usein käskymuotoa. Ohjeita käsittelevän henkilön tulee hahmottaa tekstistä, mikä on hänen osuutensa. Käskymuoto lukijaa puhutellen selkeyttää mitä tehdään, kenen toimesta ja missä vaiheessa. Ohjeiden ollessa luotu tiettyjen tavoitteiden saavuttamiseksi, ja niiden tullessa toimia lukijan eduksi, ei käskymuodon käyttö tunnu loukkaavalta lukijalle. (Kielitoimiston ohjepankki 2024.) Käskymuotoa käytettiin oppaassa muun muassa muistilistoissa tapahtumavaiheittain. Muotoa käyttämällä pyrittiin selkeyttämään kyseisten tehtävien olevien aidosti hyödyllisiä

Ohjeistaessa muita henkilöitä itselle tutussa asiassa, jää usein omat itsestäänselvytykset purkamatta toiselle. Onkin tärkeää tunnistaa kaikki olennaiset tiedot ohjetta varten, sekä vaiheistaa ne selkeästi. Paremmat ohjeet ovat liian yksityiskohtaiset verrattuna sellaisiin, jotka jättävät toimijan arvailun varaan. (Kielitoimiston ohjepankki 2024.) Olemassa olevia tapahtumaoppaita tutkimalla, sekä ideointipajan avulla saatiin lisää tietoa siitä, mitä oppaan kannattaa sisältää. Yksinkertaiselta tuntuneet asiat saattoivat olla juuri niitä, missä joku koki tarvetta ohjeistukselle. Tämä oli tärkeää tunnistaa opasta luodessa.

Selkeä kokonaisrakenne toimii kaikenlaisille tekstisisällöille, joita myös oppaat ovat. On myös kannattavaa tehdä lukijalle selväksi, mitkä osuudet ohjeista ovat pakollisia, ja mitkä vapaavalintaisia. (Kielitoimiston ohjepankki 2024.) Oppaan rakenne pyrittiin luomaan selkeästi kronologista, eli aikajärjestystä käyttäen. Koska opas ei sisällä niin sanottuja pakollisia ohjeita, pyrittiin erilaisin sanavalinnoin kannustamaan ja perustelemaan lukijalle, miksi yksittäiset toimenpiteet tapahtumaa varten ovat hyödyllisiä. Leipätekstin määrä tavoiteltiin saamaan oppaassa minimiin, tekstien pysyessä kuitenkin selkeästi ymmärrettävänä.

5.4 Tapahtumakalenteri

Opasta tehdessä mietittiin, millainen Trapestin tapahtumakalenterivuosi voisi kuvitteellisesti olla vuonna 2025. Myös kuluvalle vuodelle 2024 luotiin kalenteri, jossa on ehdotuksia tulevista tapahtumista vaihtuvalle kaudelle. Lisäksi kuluvan vuoden kalenteriin merkittiin menneitä tapahtumapäivämääriä, jotta tapahtumavastaavalle syntyy realistisempi kuva tapahtumavuodesta. Tulevan kauden tapahtumavastaava saa tehdä kalenterista realistisen, jotta se toimii oikeana työkaluna uudella kaudella. Tapahtumakalenteri, joka huomioi koko vuoden tapahtumien osalta, koettiin tarpeelliseksi tuottaa. Kalenterin ollessa käytännöllinen apuväline, toteutettiin se liitteeksi tähän opinnäytetyöraporttiin, sekä Trapestile käyttöön oppaan lisäksi. Tapahtumakalenteri luotiin Exceliin, sillä kaikilla yrityksen työntekijöillä on se koulun puolesta käytössä. Kalenteria on helppo päivittää ja samaa tiedostoa hyödyntämällä, päästään myös tulevaisuudessa tarkastelemaan aiempien kausien tapahtumakalentereita. Kalenteriin otettiin mallia Ali Abdaalin (2023) vuosikalenterista. Kun kalenterille on luotu pohja, se on helppo ottaa muillakin Trapestin osastoilla halutessaan käyttöön. Tapahtumakalenterissa on kalenterisivujen lisäksi yksi tyhjä sivu, jota kopiaimalla pysyy kalenterin rakenne yhtenäisenä.

Liite 3 sisältää kuvitteellisen kalenterin vuodelle 2024 ja 2025, tyhjän kalenteripohjan sekä ohjeet sen muokkaamiseen. Kalenterissa on käytössä neljä erilaista merkintätapaa eri tapahtumatyyppien tunnistamiseksi. Suluilla merkitään hetki, jolloin tapahtuman suunnittelu tulisi aloittaa. Sopiva aloituspäivä voidaan löytää oppaasta löytyviä ohjeita hyödyntäen, ja toteutukseen vaadittavia työtehtäviä tarkastellen. Taulukossa tapahtumat lihavoidaan, kun taas ständit lihavoidaan, sekä alleviivataan. Kalenteriin merkitään myös juhlapäiviä, jotka voivat auttaa hahmottamaan ständien tai tapahtumien ajankohtaa. Nämä juhlapäivien merkinnät kursivoidaan taulukkoon.

5.5 Dokumentointi

Valmis opas jaetaan Trapestin käyttöön sekä pdf-tiedostona, että paperisena oppaana. Tulostettu opas laminoidaan, jotta sen käyttöikä olisi myös tässä muodossa mahdollisimman pitkä. Sivujen laminointi mahdollistaa myös hetkellisten merkintöjen tekeminen oppaaseen, sisältäen kuitenkin mahdollisuuden pyyhkiä ne pois. Paperinen opas luovutetaan Trapestin käyttöön, ja annamme heille oikeuden päivittää opasta tietojen muuttuessa tai oppaan tarvitessa uutta sisältöä.

Oppaaseen sisällytetään tapahtumakalenteri, joka jaetaan Trapestin käyttöön myös erillisenä tiedostona. Tapahtumakalenteri tullaan luomaan paperiseen muotoon, jonka Trapesti saa seinälleen toiveidensa mukaisesti. Kalenteri toimii mallina, jota Trapesti voi tarpeen tullen päivittää.

6 POHDINTA

Opinnäytetyömme tavoitteet määriteltiin prosessin alussa, ja ne pysyivät sisältöä ohjaavina tekijöinä koko työn ajan. Koska olimme tunnistaneet myös itse tarvetta tukimateriaaleille yrityksessä, olivat tarpeiden pohjalta luodut tavoitteet meille selkeät. Meille oli myös alusta asti varmaa, että haluamme luoda Trapestile jotain konkreettista, sekä ratkaisun aitoon ongelmaan. Koemme, että opas oli meille oikea valinta, sillä oppaan ympärillä vallinnut luova prosessi oli yksi tekijä, joka auttoi meitä jaksamaan, ja pysymään työstä kiinnostuneina.

Prosessin vaikein osuus, oli tietoperustan kokoaminen ja sen pitäminen aiheen kannalta selkeänä. Halusimme tuoda oppaaseen ripauksen henkilöstöhallinnonteoriaa, sillä opiskelemme itse henkilöstöhallinnon osaamispolulla. Tapahtumien ollessa Trapestile suhteellisen poikkeuksellisia työtehtäviä, löysimme punaisen langan yhdistämään teorian kokonaisuudeksi.

Meille sopivan työskentelytavan löytäminen oppaan muodossa edesauttoi myös aikataulussa pysymistä. Myös työskentely toimeksiantajayrityksen kanssa toi tukea työlle, sillä muun muassa prosessin aikana järjestetty ideointipaja auttoi meitä viemään työtä juuri siihen suuntaan, josta on suurin mahdollinen apu Trapestile. Työn aikana tärkeää olikin erottaa teoriasta ne tekijät, jotka ovat oleellisia Trapestile. Useat tapahtumaoppaat, sekä tapahtumatuotannon teoria käsittelevät laajasti tapahtumia, jotka eivät ole Trapestin tämänhetkisillä resursseilla mahdollisia toteuttaa.

Opinnäytetyölle valitut lähestymistavat tapaustutkimuksen ja konstruktivisen tutkimuksen kautta olivat mielestämme oikeat tälle työlle. Mikäli tapausyritykseen ei olisi tutustuttu myös teorian kautta tarkemmin, ei opas olisi välttämättä yhtä hyödyllinen sisältöineen. Myös oppaan luominen konkreettisesti tekee siitä helppokäyttöisen ja helpommin lähestyttävän.

Lisäksi oma kokemuksemme tapahtuma-alan tehtävistä auttoi löytämään sopivaa sisältöä. Mitkä ovat sellaisia asioita, jotka olisivat auttaneet omaa tekemistä työskennellessä ensimmäisiä kertoja tapahtumien parissa? Oppaassa tärkeäksi ohjenuoraksi muotoutui se, että jokaisen tapahtuman ja toteutuksen ollessa erilainen, sisältää opas suosituksia ja ohjeistuksia. Oppaasta ei näin ollen löydy listaa, jonka kohdat järjestyksessä käsittelemällä on tapahtuma valmis. Opas on tukimateriaali, ei valmis käyttöohje.

Opinnäytetyömme ulkopuolelle rajautui itse oppaan hyödyntämisen tarkastelu, sekä käyttökokeuksen arviointi, joista aiomme opinnäytetyöprosessin ulkopuolella ottaa kuitenkin selvää. Toivomme, että Trapestin henkilöstö tutustuu oppaaseen, ja hyödyntää sen sisällöstä kullekin hetkelle tarpeellisia materiaaleja. Olemme antaneet Trapestile myös oikeudet oppaan päivittämiseen tulevaisuudessa tietojen muuttuessa, tai uusien ilmaantuessa.

Olemme itse tyytyväisiä lopputulokseen, ja odotamme innolla oppaan siirtymistä käyttöön. Opinnäytetyön tuloksena valmistunut tapahtumaopas siirtyy yrityksen käyttöön tulevalle kaudelle. Tämän lisäksi oppaan ohessa luotu tapahtumakalenteri luovutetaan Trapestin käyttöön, tapahtumatoiminnan seuraamisen tueksi. Näiden työkalujen avulla toivomme Trapestin tapahtumatoiminnan löytävän oman jalansijansa, ja olevan yritykselle hyödyksi heidän toivomillaan tavoilla.

LÄHTEET

Ali Abdaal 2023. How I Manage My Time - The Trident Calendar System. Hakupäivä 27.3.2024.

<https://www.youtube.com/watch?v=6o2tm00Ar8A>

Bladen, Charles, Kennell, James, Abson, Emma & Wilde, Nick 2012. Events management: An introduction. New York: Routledge

Catani, Johanna 2017. Onnistunut yritystapahtuma. Helsinki: Alma Talent

Chillakuri, Bharat 2020. Understanding Generation Z expectations for effective onboarding, Journal of Organizational Change Management, Vol. 33 No. 7, s. 1277-1296. Bingley: Emerald Publishing Limited. <https://doi-org.ezp.oamk.fi:2047/10.1108/JOCM-02-2020-0058>

Ghosh, Piyali, Satyawadi, Rachita, Prasad Joshi Jagdamba & Shadman, Mohd. 2013. Who stays with you? Factors predicting employees' intention to stay, International Journal of Organizational Analysis, Vol. 21 No. 3, s. 288-312. Bingley: Emerald Publishing Limited. <https://doi-org.ezp.oamk.fi:2047/10.1108/IJOA-Sep-2011-0511>

Humanistinen ammattikorkeakoulu 2024. Opinnäytetyöopas YAMK. Hakupäivä 27.3.2024.

<https://humak.libguides.com/c.php?g=688355>

Iiskola-Kesonen, Hanna 2006. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Helsinki: Suomen Liikunta ja Urheilu

Juhila, Kirsi 2021. Teemoittelu. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Hakupäivä 25.4.2024.

<https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/teemoittelu/>

Juuti, Pauli & Vuorela, Antti 2015. Johtaminen ja työyhteisön hyvinvointi. 5., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus. Hakupäivä 28.3.2024. Ellibs. Vaatii käyttöoikeuden.

Kielitoimiston ohjepankki 2024. Ohjeita ohjeiden tekijöille. Hakupäivä 27.3.2024. <https://kielitoimistonohjepankki.fi/vk/sopiva-savy-toimivat-ohjeet-ja-kysymykset/ohjeita-ohjeiden-tekijoille/>

Kilkenny, Shannon 2006. The complete guide to successful event planning. Ocala, Florida: Atlantic publishing group inc.

Korhonen, Heidi, Korkalainen, Karoliina, Pienimäki, Tanja & Rintala, Satu 2015. Tapahtumajärjestäjän opas. Vantaa: Laurea-ammattikorkeakoulu.

Kukkonen, Nina & Sippola, Matti 2023. Opiskelijan ja tiimin itseohjautuvan oppimisprosessin tuki, seuranta ja kehittäminen Trapesti Oy:ssä. Hakupäivä 31.3.2024. <https://blogi.oamk.fi/2023/05/22/opiskelijan-ja-tiimin-itseohjautuvan-oppimisprosessin-tuki-seuranta-ja-kehittaminen-trapesti-oyssa/>

Leinonen, Laura, Olkonieni, Alina, Oksanen, Jenna & Kyröläinen, Sanna 2019. Tuuni-tapahtuma somevastaavien näkökulmasta. Hakupäivä 31.3.2024. <https://blogi.oamk.fi/2019/02/19/tuunitapahtuma-somevastaavien-nakokulmasta/>

Luukka, Panu 2024. Tulevaisuuskyvykäs organisaatio. Helsinki: Alma Talent

Lyytinen, Eeva 2019. Toiminnan jatkuvuus on olennainen osa asiakkaan kokemaa laatua. Taloushallintoliitto 23.9.2019. Hakupäivä 31.3.2024. <https://taloushallintoliitto.fi/toiminnan-jatkuvuus-on-olennainen-osa-asiakkaan-kokemaa-laatua/>

Meetinghand 2023. A Comprehensive Guide to SWOT Analysis for Event Planning. Hakupäivä 10.3.2024. <https://meetinghand.com/blog/a-comprehensive-guide-to-swot-analysis-for-event-planning>

Oulun ammattikorkeakoulu 2024. Opiskelijajayritykset. Hakupäivä 7.3.2024 <https://oamk.fi/opiskelijayritykset/>

Pohjola, Juha 2019. Brändin ilmeen johtaminen. Helsinki: Alma Talent

Sinokki, Marjo 2016. Työmotivaatio: Innostusta, laatua ja tuottavuutta. Helsinki: Tietosanoma. Hakupäivä 28.3.2024. Ellibs. Vaatii käyttöoikeuden.

Studentum.fi 2017. Opiskelijatapahtumat. Hakupäivä 7.3.2024. <https://www.studentum.fi/tietoa-opiskelijalle/opiskelijatapahtumat-8839>

Trapesti 2024. Opiskelijoille. Hakupäivä 7.3.2024 <https://trapesti.fi/opiskelijoille/>

Työterveyslaitos 2024. Verkostojen ylläpitäminen ja laajentaminen. Hakupäivä 30.3.2024. <https://www.ttl.fi/oppimateriaalit/kansainvalisena-osaajana-suomessa-ohjeita-oman-osaamisen-tunnistamiseen-ja-hyodyntamiseen/verkostojen-yllapitaminen-ja-laajentaminen>

Viita, Hanna 2020. Arvoa liiketoimintaan: Brändin lanseeraus vuodessa. Helsinki: Alma Talent

Viitala, Riitta & Jylhä, Eija 2013. Liiketoimintaosaaminen: Menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita. Hakupäivä 31.3.2024. Ellibs. Vaatii käyttöoikeuden.

Viitala, Riitta 2013. Henkilöstöjohtaminen: Strateginen kilpailutekijä. Helsinki: Edita.

Viitala, Riitta 2021. Henkilöstöjohtaminen, keskeiset käsitteet, teoriat ja trendit. Keuruu: Otava Kirjapaino Oy.

Wallo, Helena & Häyrynen, Eija 2022. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: Tietosanoma.

Ideointipaja

- Mitä tapahtumia menneellä kaudella on ollut?
- Millaisia tapahtumia Trapestillä voitaisiin järjestää?
- Millaisina ajankohtina? Millaisina päivinä?
- Millaisia toiveita oppaan sisältöön ja rakenteeseen?
- Kun järjestätte tapahtumaa, mitä ohjeistusta voisit tarvita siihen?



Sisällysluettelo

1

Tapahtumaopas Trapesti Oy.....	4
Miksi järjestää tapahtuma?.....	5
Ennen tapahtumaa	6
Tapahtumasuunnitelma.....	7
Onnistuneen tapahtuman malli.....	8
Tapahtuman nimi.....	9
Tapahtumapaikka.....	9
Tapahtumapäivä.....	9
Kohderyhmä.....	10
Vastualueet.....	10
Tavoite ja onnistumisen mittarit.....	11
Arvot.....	11
Sisältö.....	12
Teema.....	12
Tapahtuman budjetointi.....	13
Missä säästää?.....	15
Luvat kunnossa?.....	17
Onko kaikki tarvittava tapahtumaa varten?..	18
Tapahtumamarkkinointi.....	19
Muistilista ennen tapahtumaa.....	20
Tapahtuman aikana	21
Tapahtuman rakennusvaihe.....	22
Tapahtumamarkkinointi.....	24
Dokumentointi.....	25
Esimerkkejä tapahtumakuvista.....	26
Tarkkaile tapahtumassa.....	27
5 Vinkkiä tapahtumassa työskentelyyn.....	28
Muistilista tapahtuman aikana.....	29

2

Sisällysluettelo

3

Tapahtuman jälkeen 30

Tapahtuman purku..... 31

Tapahtuman arviointi..... 32

Kysymyksiä tapahtuman arviointiin..... 33

Jälkimarkkinointi..... 34

Palautteen keruu..... 35

Muistilista tapahtuman jälkeen..... 36

4

Tapahtuman tueksi 37

Tapahtumasuunnitelman mallipohja..... 38

Vastuualueet tehtävittäin..... 42

Turvallisuus- ja pelastussuunnitelma..... 43

Tapahtuman budjettipohja..... 46

Tapahtuman SWOT-analyysi..... 48

Palautekysely malli..... 49

Esimerkki tapahtuman rakenteesta..... 51

Mitä laittaa someen?..... 52

Konsepteja, sisältöjä ja teemoja..... 53

Milloin aloittaa tapahtuman järjestely?..... 54

Ideoita rastitehtäviin..... 55

Tapahtumakalenteri..... 56

Tilavaraukset..... 57

Tapahtumasanastoa..... 58

FAQ..... 60

Loppusanat..... 62

Lähteet..... 63

Tapahtumaopas Trapesti Oy

Tämä opas on opiskelijayritys Trapestille kohdennettu apuväline ja tukimateriaali tapahtumien suunnitteluun ja järjestämiseen. Opas auttaa käyttäjänsä huomioimaan tapahtumaprosessin kannalta tärkeitä ja oleellisia vaiheita, ja hyödyntämään oppaan tarjoamia työkaluja prosessin aikana. Opas sisältää vinkkejä, mallipohjia, esimerkkejä ja ideoita.

Kannustamme oppaan käyttäjiä luottamaan myös omaan tietotaitoon ja huomioimaan, että oppaan ohjeistukset ovat suosituksia. Jokainen tapahtuma on yksilöllinen, ja sellaisena sitä tulee myös tarkastella.

Tapahtumat ovat opiskelijayritykselle oiva tapa päästä lähelle opiskelijoita, jotka ovat myös potentiaalisia työntekijöitä tai asiakkaita Trapestille. Tapahtumat ovat markkinointikeino, joka nähdään asiakkaiden silmin pääosin positiivisessa valossa.

Tapahtumat voivat olla yritykselle tapa rakentaa ja kasvattaa brändiä, lisätä näkyvyyttä omien tilojen ulkopuolella ja lisätä yhteisöllisyyttä työntekijöissä, sekä yrityksen ja asiakkaiden välisissä suhteissa.

Opas on luotu osana Oulun ammattikorkeakoulun opinnäytetyöprosessia, henkilöstöhallinnon osaamispolulla.

2024

Kia Airola & Senni Pohjanen

4

Miksi järjestää tapahtuma?

- Brändin rakentaminen ja kasvattaminen

Onnistunut tapahtuma jättää myös järjestäjästä hyvän kuvan

- Tunnettuuden lisääminen

Tapahtumasta saatava näkyvyys lisää yrityksen tunnettuutta

- Yhteisöllisyys

Vuorovaikutusta sisältävät tapahtumat lisäävät yhteenkuuluvuutta ja tarjoavat verkostoitumismahdollisuuksia

- Myynnin edistäminen

Tapahtumat voivat toimia alustana tuotteiden myynnille, sekä palveluiden esittelylle

- Henkilökunnan sitouttaminen

Omalle henkilökunnalle järjestettävät tapahtumat lisäävät yrityksen sisällä yhteenkuuluvuutta ja sitouttavat työntekijöitä

- Rekrytointi

Tapahtumat tarjoavat mahdollisuuden esitellä yritystä ja levittää hyvää työnantajakuvaa

- Yhteistyöt

Tapahtumissa voi päästä työskentelemään erilaisten toimijoiden kanssa, ja sitoa suhteita mahdollisiin yhteistyökumppaneihin

- Osaamisen kehittäminen

Tapahtumat sisältävät monipuolisia työtehtäviä ja vastuualueita, joiden kautta voi päästä kehittämään osaamistaan



Ennen tapahtumaa

Trapesti oy

2024

Tapahtumasuunnitelma



Tapahtumasuunnitelma on oleellinen työkalu siinä vaiheessa, kun suunnittelussa aletaan tekemään päätöksiä. Selkeä tapahtumasuunnitelma auttaa hahmottamaan kaikki tapahtumaan liittyvät osa-alueet selkeämpänä kokonaisuutena, jolloin sitä on myös helpompi hallita. Konkreettinen suunnitelma auttaa varmistamaan, että kaikki oleelliset asiat huomioidaan.

Yksinkertaisimmillaan tapahtumasuunnitelma sisältää tapahtuman yleiset tiedot (nimi, paikka, aika, järjestäjä), tavoitteet ja sisällön, sekä vastualueet tehtäväjakoineen. Lisäksi tapahtumasuunnitelmaan on oleellista liittää tapahtuman budjetti, aikataulu, markkinointisuunnitelma ja turvallisuussuunnitelma. Nämä voivat kuitenkin olla erillisiä tiedostoja.

Oppaan loppuun on koottu yksinkertainen esimerkki tapahtumasuunnitelman pohjasta. Kun tapahtuman tiedot tarkentuvat, voit lisätä suunnitelmaan myös seuraavia asioita:

- Tapahtumakäsikirjoitus
- Tapahtuman teema
- Tekniikan tarpeet
- Tilankäyttösuunnitelma
- Vaadittavat luvat ja ilmoitukset
- Vastuullisuus tapahtumassa
- Visuaalinen ilme
- Yhteistyökumppanit
- Logistiikka

Tämän oppaan tapahtumasuunnitelma on luotu Helena Wallon Onnistuneen tapahtuman mallin® pohjalta.

ONNISTUNEEN TAPAHTUMAN MALLI®



Onnistuneen tapahtuman malli ® (mukailten Wallo & Häyrinen 2022, 140)

• TAPAHTUMAN NIMI

Toimiva nimi tapahtumalle erottuu muista. Nimi myös antaa osallistujalle odotuksia tapahtuman suhteen. Nimi tulisi päättää jo suunnittelun alkuvaiheessa, eikä sen vaihtaminen kesken markkinoinnin ole suotavaa mahdollisten epäselvyyksien vuoksi.

• TAPAHTUMAPAIKKA

Tapahtumapaikan valintaan vaikuttavat muun muassa tapahtuman sijainti, osallistujamäärä, sisältö sekä tekniikan tarve. Ulko- ja sisätapahtumilla on erilaiset kriteerit tiloille. Paikkaa valitessa tulee huomioida se, että osallistujilla on mahdollisimman helppo päästä paikalle.

Liian suuren tapahtumatilan haasteita voivat olla:

- Hajaantunut tunnelma
- Vuorovaikutuksen vaikeutuminen
- Tapahtumatilan somistus teeman mukaisesti

Liian pienen tapahtumatilan haasteita voivat olla:

- Vähentynyt viihtyvyys
- Turvallisuusriskit, mikäli tilassa odotettua enemmän henkilöitä
- Aktiviteettien vaikeutuminen tilanpuutteen myötä

Tapahtumatilan koolla voi olla vaikutusasiakkaan kokemukseen tapahtumasta.

• TAPAHTUMAPÄIVÄ(T)

Trapestin järjestäessä tapahtumia, kannattaa päivää valitessa ottaa huomioon myös kohderyhmä. Opiskelijoiden loma-aikoja, arviointijaksoja ja muiden opiskelijatapahtumien kanssa samoja päiviä kannattaa välttää. Erilaiset juhlapäivät tarjoavat kuitenkin ympärilleen tapahtumiin sopivia teemoja, joita voi hyödyntää tapahtumaa suunniteltaessa.

- **KOHDERYHMÄ**

Tapahtuman kohderyhmän analyysi on oleellista, kun valitaan esimerkiksi tapahtuman teemaa, sisältöjä, paikkaa tai päivää. Kohderyhmän tunteminen vaikuttaa vahvasti siihen, saapuuko tapahtumaan ketään paikalle. Kohderyhmän mukaan suunniteltu tapahtuma edesauttaa sen onnistumista. Trapestin ensisijaisia kohderyhmiä ovat kanssaopiskelijat ja henkilökunta.

- **VASTUUALUEET**

Tapahtumalle tulisi aina nimetä projektitiimi, jolla on projektipäällikkö. Projektipäällikkö on tapahtumasuunnittelun vetovastuussa, ja pitää huolen siitä, että kaikki tarvittava tulee ajoissa hoidettua.

Projektipäällikön apuna olevan projektitiimin jäsenille annetaan erilaisia vastuualueita. Näitä voivat olla esimerkiksi markkinointi-, rakennus-, somistus-, yhteistyö-, taloushallinto-, asiakaspalvelu-, ohjelma- ja turvallisuusvastaava.

Eri osioiden vastaavat voivat koota myös avukseen tiimejä. On kuitenkin heidän vastuullaan, että kyseisen osa-alueen tehtävät tulevat hoidetuksi

Yleisötapahtumille yleistä on myös häirintäyhdyshenkilön nimeäminen, jonka paikalla ololla pyritään takaamaan kaikille turvallinen olo ja viihtyminen tapahtumassa. Häirintäyhdyshenkilö on henkilö, jolla ei ole tapahtumassa muita vastuutehtäviä, sekä on helposti lähestyttävä.

Lue tarkemmin vastuu-alueiden tehtävänjaosta sivulta 42.

• TAVOITE JA ONNISTUMISEN MITTARIT

Erilaisilla tapahtumilla on erilaisia tavoitteita. Tapahtumilla on yleensä tavoitteita liittyen osallistujan tapahtumakokemukseen, mutta myös konkreettisesti mitattavissa oleva tavoite. Tällainen tavoite voi liittyä tuotteiden tai palveluiden myyntimääriin, saatuihin palautteisiin tai uusiin yrityskontakteihin.

Tavoitteita voi olla myös seuraavanlaisia:

- Tunnettuuden lisääminen
- Brändin kasvattaminen
- Myynnin lisääminen
- Asiakassuhteiden vahvistaminen
- Henkilöstön sitouttaminen
- Uusien asiakkaiden kontaktointi
- Yhteistyökumppaneiden löytyminen
- Yhteisöllisyyden lisääminen
- Kouluttaminen

Konkreettisesti mitattavissa olevilla tavoitteilla on itse päätetty mittari, jonka kautta voidaan tulkita tapahtuman onnistumista. Mittari voi olla esimerkiksi etukäteen määritelty määrä myyntejä, toivottu osallistujamäärä, uusien tuttavuuksien määrä tai tyytyväisyysprosentti osallistujapalautteissa.

• ARVOT

Tapahtuman ollessa osa yrityksen toimintaa, on oleellista, että tapahtumissa toimitaan yrityksen arvojen mukaisesti. Varsinkin jos yritys on jakanut arvonsa julkisesti, odottavat myös osallistujat saavansa arvojen mukaisen kokemuksen ja kohtelun. Arvojen ei tarvitse määrätä tapahtumasisältöä tarkemmin, mutta niitä voi hyödyntää valintoja tehdessä.



• SISÄLTÖ

Tapahtumaa määrittelee sen sisältö. Kun sisältö on suunniteltu kohderyhmää ajatellen, voi paikalle odottaa viihtyviä osallistujia. Sisällöt poikkeavat tapahtumakohtaisesti.

Sisältöä tapahtumalle voivat luoda esimerkiksi seuraavat:

- Puhujat, luennoitsijat ja kouluttajat
- Esiintyvät taiteilijat
- Työpajat
- Paneelikeskustelut
- Messut ja markkinat
- Kilpailut ja pelit aktiviteetteina
- Tarjoilut

• TEEMA

Teema tekee tapahtumasta yhtenäisemmän kokemuksen ja teeman tulisi näkyä kaikille osallistujille osoitetussa viestinnässä kutsuista jälkimarkkinointiin. Kun tapahtuman sisältö, visuaalinen ilme, sekä tila suunnitellaan teeman ympärille, voi se vaikuttaa osallistujan kokemukseen positiivisesti. Teeman avulla tapahtuma voi kertoa osallistujilleen tarinaa, tehdä siitä muistettavamman ja sitouttaa osallistujia ohjelmaan ja aktiviteetteihin.

Teemoja voi löytää mm. seuraavista aiheista, tai rakentaa niiden ympärille:

- Vuosikymmenet
- Juhlapäivät ja vuodenajat
- Maat ja kulttuurit
- Elokuvat ja tv-ohjelmat
- Vastuullisuus
- Tiede
- Historia
- Taide
- Urheilu

Tapahtuman budjetointi

Tapahtuman järjestäminen on aina kuluerä. Vaikka Trapestin on mahdollista järjestää pieniä tapahtumia, kuten ständejä, lähes nollobudjetilla, vaativat isommat tapahtumat yleensä jonkin asteista panostusta myös rahallisesti. Trapestin henkilöstön ansaitessa työstään opintopisteiden kautta, eivät henkilöstöressit tuo paljoa kustannuksia. Tapahtuma voi kuitenkin vaatia lisää työntekijöitä, tai ulkopuolista työvoimaa esimerkiksi ohjelman myötä, jolloin myös tämä osuus budjetissa kasvaa. Kustannuksia tapahtumille voivat tuoda esimerkiksi tilojen vuokraus, tarvikehankinnat, markkinointi ja esiintyjien palkkiot.

Yksinkertaisin tapahtumabudjetti erottelee kaikki mahdolliset kustannusalueet, kuten henkilöstö-, tila- ja markkinointikulut, jonka jälkeen niille tehdään tapahtuman suunnitteluvaiheessa alustavat kustannusarviot. Kustannusalueiden alle tulee kirjata tarkemmin, mistä kulut muodostuvat. Näin pyritään pääsemään mahdollisimman lähelle lopullisia kustannuksia.

Tapahtumaa järjestäessä on vaikea huomioida kaikkia kustannustekijöitä, minkä vuoksi tapahtumabudjettiin on oleellista jättää kustannusalueeksi myös muut/yllättävät kulut. Budjettia tehtäessä kannattaa myös arvioidut luvut pyöristää ylöspäin, jolloin lopulliseen budjettiin ei tule ikäviä yllätyksiä.

Tapahtuman jälkeen kirjataan tapahtumabudjetti, jossa kaikki toteutuneet kustannukset tulevat esille. Näin pystytään vertaamaan alkuperäistä arviota toteutuneisiin kustannuksiin. Tällaiset tiedostot ovat myös hyödyllisiä arkistoida tulevia tapahtumia varten, jolloin tapahtumabudjetointi helpottuu.

Tapahtumalla voi, ja kannattaa olla myös tulonlähteitä. Tapahtuma voi saada tuloja sponsorointina yhteistyökumppaneilta, pääsymaksuista tai esimerkiksi tuotteiden ja palveluiden myynnistä tapahtumassa.

Tapahtuman sponsorointi voi olla myös muuta kuin rahallista. Tapahtumalle kerättävillä tuotelahjoituksilla voidaan vähentää hankintojen kokonaiskuluja.



Missä säästää?

Tapahtuman ei aina tarvitse olla yritykselle kallis ollakseen hyvä. Hyvällä suunnittelulla voi säästää, mutta on tärkeää muistaa, mitkä ovat tapahtuman toiminnan kannalta välttämättömiä asioita. Säästää voi myös ilman, että tapahtuman laatu kärsii, tai siitä aiheutuu turvallisuusriskejä. Budjetointi auttaa pysymään sovituissa summissa. Yllättäville kuluille kannattaa jättää budjetissa tilaa.

- **Yhteistyökumppanit ja sponsorointi**

Etsi yhteistyökumppaneita tapahtumalle lähialueen toimijoista ja tapahtuman teemaan sopivista yrityksistä. Sponsorointi voi olla rahallista, tai tuotteita esim. palkinnoiksi.

Yhteistyökumppaneille voi tarjota vastikkeena esimerkiksi mainostilaa tapahtumaan tai yrityksen somekanaviin.

- **Vapaaehtoiset työvoimana**

Tapahtumat voivat tarjota mieluista työkokemusta yksinkertaisten tehtävien lomassa. Vapaaehtoisille vastikkeena voi toimia työkokemuksen lisäksi esimerkiksi liput tapahtumaan, tai lounas järjestelyjen lomassa.

- **Markkinointi**

Markkinoimalla tapahtumia sosiaalisen median kanavissa ei siitä ole välttämätöntä maksaa. Myös ständeily kampuksella voi auttaa tapahtuman markkinoinnissa, ja tällöin kohderyhmä on myös helposti saavutettavissa.





- **Sijainti**

Trapestillle on tarjolla hyviä ja edullisia tilaratkaisuja tapahtumapaikkaa etsittäessä. Toimivatko koulun sisältä löytyvät tilat tapahtuman toteuttamiseen? Tapahtumia voi järjestää sään salliessa myös ulkona.

- **Tekniikka**

Tapahtumatekniikkaa voi vuokrata, mutta sitä voi saada myös halvalla lainaan. Selvitä, voiko koululta löytyviä varusteita lainata, tai onko jollain kotona tarvittavia laitteita lainaan tapahtumaan.

- **Kilpailuta, pyydä tarjouksia**

Jos kyse on isommista hankinnoista tai palveluiden vuokraamisesta, älä tyydy ensimmäiseen. Pyydä tarjouksia useammilta kyseistä tuotetta tai palvelua vuokraavilta, ja valitse tämän jälkeen toimivin vaihtoehto.

- **Somisteet ja koristelu**

Tapahtuman somistuksessa on useita säästömahdollisuuksia. Tuo kotoa, askartele, hanki kierrätettynä. Pyri myös kiinnittämään mahdolliset koristeet niin, että ne on helppo irrottaa ja uusiokäyttää myöhemmin.

- **Ole ajoissa liikkeellä**

Kun alat tekemään hankintoja ajoissa, on sinulla aikaa vertailla hintoja. Vuokrattavien tilojen tai palveluiden hinnat ovat myös yleensä halvimmillaan, mitä aiemmin on liikkeellä.

- **Yhteistyötapahtuma**

Onko tapahtumaa mahdollista järjestää yhdessä toisen toimijan kanssa ja jakaa kulut. Esimerkkinä yhteistyö opiskelijoiden ainejärjestöjen kanssa.

Luvat kunnossa?

Pienemmät tapahtumat, kuten ständit, harvemmin vaativat muita lupia, kuin luvat tilojen käyttöön.

Mikäli tapahtumaan odotetaan kerralla yli 200 osallistujaa, on tapahtumasta tarpeen tehdä ilmoitus poliisille. Kyseessä on ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä ja siihen tulee sisällyttää myös tapahtuman turvallisuus- ja pelastussuunnitelma. Ilmoitus tulee tehdä vähintään viisi päivää tilaisuutta ennen. Tarkemmat tiedot yleistötapahtumista ja niihin liittyvistä luvista löytyvät poliisin nettisivuilta.

Mikäli tapahtuma järjestetään ulkona yleisillä alueilla, tulee hakea lupaa yleisten alueiden, esim. puistojen käyttöön. Asiointipalvelu lupien hakemiseen löytyy Oulun kaupungin nettisivuilta.

Tapahtumaan, jossa soitetaan musiikkia livenä tai taustalla, tulee hankkia tapahtumalupa Teostolta. Lupa mahdollistaa musiikin tekijöille korvauksen heidän luomansa työn käytöstä. Lupia on tapahtumakohtaisia, tai vuosikohtaisia.

Huomioithan mahdollisten tarjoilujen kanssa elintarvikkeiden hygieniasta annetut ajankohtaiset määräykset.

Vaikka turvallisuus- ja pelastussuunnitelman tekoa odotetaan ensisijaisesti vain tapahtumilta, joihin osallistuu yli 200 henkilöä, ovat monet suunnitelman kohdat oleellisia myös pienemmille tapahtumille. On miellyttävämpi osallistua, sekä työskennellä tapahtumassa, jossa turvallisuusasioita on huomioitu ja niistä on tiedotettu koko tapahtumatiimiä. Kun todennäköisimmät riskit on tunnistettu, on niihin myös helpompi varautua ennaltaehkäisevästi.



Onko kaikki tarvittava tapahtumaa varten?

Mitä isompi ja vilkkaampi tapahtuma, sitä helpompi on unohtaa oleellisia asioita. Tapahtumasuunnitelman lisäksi kannattaa luoda tarvikelista. Listaa varten jokaisen vastaavan tulee miettiä kaikki asiat ja esineet, joita oman vastuualueen onnistuminen tapahtumassa vaatii.

Mielikuvaharjoitus, jossa kuljette koko tapahtuman, ja sen jokaisen aktiviteetin läpi vaihe vaiheelta, voi helpottaa listan tekemistä.

Pyri hankkimaan tarvikkeet ajoissa, äläkä jätä mahdollisten materiaalien tulostusta viimeiseen iltaan.

Tapahtuman aikainen vastuualue	Mitä tarvitaan?	Tulosta
Infopiste	Kyniä, paperia, ea-laukku, vesipulloja, roskapusseja, tuoli 2kpl, pöytä, pöytäliina, jatkojohto	INFO-lappu, tapahtuman tiedot, aikatauluja 3kpl, turvallisuussuunnitelma
Askartelupiste	Puuvärejä, tusseja, paperia, liimaa, saksia, roskapusseja, alusta, pöytä, tuoleja 4kpl, teippiä	Askarteluohjeet, ASKARTELUPISTE-lappu
Tarjoilupiste	Kahvipaketteja 2kpl, mukeja, maitoa, kauramaitoa, sokeria, lusikoita, servettejä, pöytä, teetä, lautanen, kahvinkeitin, vedenkeitin, keksipaketti 3kpl (gluteeniton, maidoton), pöytäliina, roskapusseja	Allergeenit



Tapahtumamarkkinointi

Tapahtumaa ennen

3 viikkoa ennen tapahtumaa

Houkuttelupostaus. Postaus, jossa kerrotaan tulevasta tapahtumasta tai paljastetaan sen suunnitteilla olo. HOX! Älä postaa tapahtumasta, jonka järjestäminen ei ole varmaa.

Tällä herätellään kiinnostusta ja tietoisuutta kohderyhmässä.

Tapahtumaviikolla

Innostavat postaukset. Viikon alussa julkaistava muistutus tapahtumasta. Pitkin viikkoa voi julkaista järjestämisestä ja tapahtumapäivänä toteutuksesta. Nämä voi julkaista esimerkiksi Instagram-tarinassa, jolloin ne ovat näkyvillä tapahtuma-aikana.

Näillä sisällytetään kohderyhmää mukaan tapahtumaan jo ennen sen alkua. Tämä myös muistuttaa siitä ja herättää mielenkiintoa osallistua.

Trapestin työympäristön, sekä kohderyhmän ollessa osittain kansainvälinen, tulisi myös markkinointi tuottaa suomeksi, sekä englanniksi. Tämä lisää tapahtumien saavutettavuutta.

2 viikkoa ennen tapahtumaa

“ Save the date ” postaus. Postaus jossa kerrotaan ajankohta, paikka, aktiviteetit tai muuta oleellista tietoa tapahtumasta.

Tämä antaa tarvittavat lisätiedot tapahtumasta ja mahdollistaa suunnittelun sinne osallistumisesta hyvissä ajoin.

Sopivat ajankohdat markkinoinnille vaihtelevat tapahtuman suuruuden ja sisällön mukaan. Tämä malli on suunniteltu keskikokoisille tapahtumille. Pienempien tapahtumien markkinoinnin aloitusaika voi olla vasta lähempänä ajankohtaa.

Muistilista ennen tapahtumaa

- Tapahtumasuunnitelma on tehty ja dokumentoitu
- Vastualueet on määritelty
- Tila on varattu
- Yhteistyökumppaneita on infottu tarpeellisista asioista
- Turvallisuussuunnitelma on luotu
- Pelastussuunnitelma on luotu
- Alustava budjetti ja tulosarvio on luotu
- Tarvittavat markkinointimateriaalit on tehty
- Tapahtumaa on markkinoitu somessa tms.
- Tapahtumalle on hankittu tarvittavat luvat
- Tarvittavat ilmoitukset on tehty
- Tarvikkeet on hankittu
- Tulostusmateriaalit on tulostettu
- Tarjoilut on hankittu ja niitä on riittävästi
- Jakomateriaalit on hankittu ja niitä on riittävästi
- Aktiviteetit/ ohjelma on suunniteltu ja kokeiltu toimivaksi
- Somistus, aktiviteetit ja ohjelma sopivat tapahtuman teemaan
- Tehtävälistan osat on hoidettu
- Tavoite ja mittarit sen onnistumiselle on asetettu
- Tapahtumassa työskenteleville annettu riittävä ohjeistus
- Aikataulu ja tapahtuman kulku on suunniteltu
- Mahdolliset kutsuvieraat infottu/ kutsut lähetetty
- Tapahtumapaikalle on helppo kulkea (pysäköintipaikkoja riittävästi, bussipysäkki lähellä)

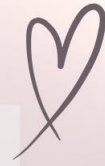


Tapahtuman aikana

Trapesti oy

2024

Tapahtuman rakennusvaihe



Tapahtuman rakentaminen voidaan aloittaa tiloista ja rakennusmäärästä riippuen tapahtumaa edeltävinä päivinä tai tapahtuma-aamuna, varaten sille kuitenkin riittävästi aikaa.

Tapahtuman rakentaminen voi olla tietyn henkilön tai tiimin vastuulla. Myös jokainen tapahtumatiimin jäsen voi rakennusvaiheessa olla vastuussa omasta osiostaan. Mikäli tapahtumassa työskentelevät eivät itse rakenna pisteitään, tulee heidän kuitenkin olla toimittanut mahdolliset vaatimukset pisteen sijainnista, koosta ja tarviketarpeista rakennuksesta vastuussa olevalle. Ensisijainen vastuu tarkistaa, että piste toimii ja sieltä löytyy kaikki tarvittava, on kuitenkin pisteen toimihenkilöllä.

Seuraavalla sivulla olevat ohjeet on suunnattu sisätiloissa järjestettäviin tapahtumiin. Huomioithan mahdollisessa ulkotapahtumassa sääolosuhteiden vaikutuksen, tavaroiden turvassa pysymisen yleisellä ja rajaamattomalla alueella, sekä tekniikan mahdollisuudet, jos sähköä ei ole saatavilla.

Tapahtuman rakentamiseen kuuluu myös tilojen somistus. Mikäli tiloja koristellaan erilaisin somistein, huomioi kierrätysmahdollisuus näitä kiinnittäessä. Mahdolliset kiinnitykset olisikin oleellista tehdä niin, että ne on helppo irrottaa ja pakata talteen tapahtuman jälkeen uusiokäyttöä varten.

Rakentaessa huomioitavia asioita ovat esimerkiksi seuraavat:

- Kaikille aktiviteeteille/ pisteille löytyy tapahtumasta oma paikka ja riittävästi tilaa
- Sähkönkäytön tarve on huomioitu, ja tarpeellisissa paikoissa on pistorasioita/ jatkojohtoja
- Tekniikan tarve on huomioitu, ja tekniikka rakennetaan tilaan turvallisesti
- Tila rakennetaan esteettömäksi ja helposti liikuttavaksi
- Mahdolliset rakenteet ja kiinnitykset tehdään turvallisiksi
- Lattioilla/tilan poikki ei kulje johtoja, tai muuta mihin voi kompastua (teipattuna jos kulkee)
- Ruoan säilytykseen, sekä tarjoiluun liittyvät asiat on huomioitu (missä on jääkaappi, vesipisteet jne.)
- Tapahtuman alueella on tarpeeksi pöytiä ja tuoleja tarpeeseen nähden
- Tapahtuma on rakennettu edustavan näköisesti ja siistiksi, rakennuksesta ei jää sotkua tapahtumaympäristöön
- Tekniikka toimii odotetulla tavalla (äänät ei liian isolla tai pienellä, sopiva valaistus)
- Ylimääräisille tavaroille on olemassa säilytysmahdollisuus, joka ei vie tilaa tapahtuman aktiviteeteilta



Tapahtumamarkkinointi

Tapahtuman aikana

Tapahtuman aikana on hyvä julkaista kuvia tapahtumasta valittuihin markkinointikanaviin. Hyviä tapahtuma-aikaisia kanavia ovat esimerkiksi Instagram-tarinat. **Muista myös tallentaa kaikki kuvat ja videot**, joita otat, niitä voidaan hyödyntää dokumentoinnissa.

- **Tapahtuman alkaessa**

Julkaisu, jossa kerrotaan tapahtuman alkaneen. Siinä voidaan esitellä aktiviteetit, sekä aikataulu.

- **Yleistunnelmaa**

Julkaisu, jossa näkyy tapahtumatiimiä tai asiakasmäärää.

- **Ohjelmakuva**

Julkaisu tapahtuman keskeisistä ohjelmanumeroista tai aktiviteeteista.

- **Yhteistyöpostaukset**

Jos tapahtumalla on yhteistyökumppaneita paikan päällä, tai sovittua somenäkyvyyttä, voi näitä julkaista tapahtuman aikana. Esittele yhteistyökumppanin piste, tai kerro miten muut toimijat ovat mukana tapahtuman toteutuksessa.

Ständeille riittää yksi julkaisu, johon pyritään sisällyttämään kaikki edellä mainittu.

Mitä isompi tapahtuma ja mitä enemmän sisältöä tapahtumassa on, sitä enemmän siitä voi julkaista. Älä julkaise samasta kakusta kolmea kertaa, vaan muista sen sijaan kuvata kaikki eri aktiviteetit tapahtumasta.

Dokumentointi

Tapahtuman dokumentointi on tärkeä osa tapahtumaa, sillä tapahtumasta saatavat kuvat, videot ja palautteet ovat arvokasta materiaalia esimerkiksi markkinoinnille.

Dokumenteja on mahdollista hyödyntää jälkimarkkinoinnissa, tulevien tapahtumien mainostamisessa, yrityksen toiminnan esittelyssä. Kun samaa tapahtumaa järjestetään uudelleen, voi kuvista saada ideoita ja inspiraatiota.

Tapahtumatiimi voi sopia esimerkiksi, että jokainen ottaa tapahtumasta tietyn määrän kuvia ja videoita, ja kysyy asiakaspalautteita, ellei näille ole hankittu erillisiä henkilöitä. Puhelimella otetut kuvat ja videot ovat yleensä riittävän hyviä esimerkiksi markkinointiin somessa, mutta ei välttämättä nettisivuille tai virallisempiin kanaviin. Niitä varten on syytä varata laadukkaampi kamera kuvaamiseen.

Mikäli kuvissa näkyy myös tunnistettavasti henkilöitä, on kohteliasta kertoa mihin käyttöön mahdolliset kuvat ovat tulossa, ja kysyä lupaa kuvissa näkymiseen.

Tapahtuma-aikainen palaute ei ole yhtä virallinen, kuin tapahtuman jälkeen lomakkeen kautta kerättävä, mutta antaa silti oleellista tietoa. Tapahtumahetkellä saatava palaute on tunneperäisempää asiakkaan kertoessa mielipiteensä tapahtumasta siellä ollessaan. Jälkikäteen kerätyssä palautteessa asiakas on jo ehtinyt pohtimaan kokonaisuutta tarkemmin.



Esimerkkejä tapahtumakuvista

Henkilöstön fiiliskuva



Kuvassa kauden 22-23 henkilöstövastaava Kia Airola, toimitusjohtaja Niko Pietarila sekä tapahtumavastaava Senni Pohjanen Trapestin 20 v syntymäpäiväjuhilla.

Tapahtumaständi



Kuvassa kauden 23-24 toimitusjohtaja Joonas Haverinen, sekä markkinoivastaava Aino Nieminen Hurmoksen päivätapahtumassa.



Tarkkaile tapahtumassa

Tapahtuman aikana olet vastuussa omasta alueestasi/pisteestäsi. Ennen tapahtuman alkua olet varmistanut, että pisteeltäsi löytyy kaikki tarvittava, sen sijainti on helposti saavutettavissa, sekä se näyttää edustavalta tapahtuman teemaan sopien.

Pisteellä työskentelyn, tai muun vastualueen ohella, on oleellista, että seuraat tapahtuman etenemistä ja tarkkailet ympäristöä mahdollisten ongelmien varalta.

Tarkkaile muun muassa seuraavia asioita:

Tila ja tekniikka

Onko tapahtumatila siisti? (lattiat, pöydät yms.)
Onko äänentoisto sopivalla voimakkuudella?
Onko valaistus riittävä?

Osallistujat ja aktiviteetit

Osallistuvatko kävijät aktiviteetteihin?
Näyttääkö kaikilla olevan hauskaa?
Muodostuuko aktiviteetteihin jonoja?
Riittääkö jakomateriaali tai mahdolliset tarjoilut?

Turvallisuus

Onko tilassa helppo kulkea?
Ovatko pelastustiet esteettömiä?
Onko tekniikka suojattu riittävästi?
Eihän mahdollisia arvo-/irtoesineitä loju irrallaan tapahtumapisteiltä?
Eihän teräaseita (esim. sakset) ole esillä irrallaan tapahtumapisteiltä?

Oma toiminta

Onko minua helppo lähestyä? (hymyily, katsekontakti, tervehtiminen)
Onko minulla riittävä tieto tapahtumasta ja miten toimia eri tilanteissa?
Tarvitsevatko muut työntekijät apua ja pystynkö auttamaan?

Mikäli huomaat puutteita tai ongelmia, ratkaise ne asiakkailta huomaamattomasti.



5 Vinkkiä tapahtumassa työskentelyyn



1

Muista, ketä olet edustamassa: Käyttäydy ammattimaisesti ja asiallisesti huomioiden tapahtuman luonne. Jätä asiakkaille hyvä kuva sinusta, sekä yrityksestä.

2

Jos et osaa vastata asiakkaan kysymykseen, pyri selvittämään se: Osoita hyvää asiakaspalveluhenkeä myös itselle haastavissa tilanteissa. Kun et osaa itse vastata asiakkaan kysymykseen, kerro että pyrit selvittämään asian, ja palaat sitten asiakkaan luo.

3

Ole kiinnostunut asiakkaista: Luo positiivista vuorovaikutusta tapahtumakävijöihin, sekä huomioi heidän tarpeensa. Näin autat rakentamaan hyviä asiakassuhteita, sekä saat vieraat tuntemaan olonsa tervetulleiksi.

4

Ole helposti lähestyttävä: Luo positiivista ilmapiiriä muun muassa hymyilemällä ja olemalla ystävällinen tapahtuman kävijöille.

5

Ole innoissasi tapahtumastasi! Vakuuttamalla itsesi vakuutat muutkin! Ole tapahtumassa ja sen aktiviteeteissa mukana innolla ja anna hyvän energian välittyä osallistujille. Älä ajattele että "tämä nyt on vain tällainen tapahtuma".

Muistilista tapahtuman aikana

- Saavu paikalle ajoissa
- Seuraa aikataulua (muista tarvittaessa joustavuus)

Tarkista:

- Tapahtumatilan esteettömyys
- Tapahtumatilan koristelu ja teemaan sopivuus
- Tapahtumatilan turvallisuus
- Ensiapuvälineiden sijainti
- Tekniikan toimivuus
- Äänenvoimakkuus
- Valaistuksen riittävyys
- Tarjoilujen riittävyys
- Tapahtumatilan siisteys
- Aktiviteettien toimivuus
- Selkeä ohjeistus tapahtumaan saapumiselle
- Asiakkaiden, yhteistyökumppaneiden, työntekijöiden ja esiintyjien viihtyvyys

- Kerää mahdolliset arvo-/irtotavarat talteen, jos ilman omistajaa
- Markkinoi tapahtumasta
- Auta muita tarvittaessa
- Palvele asiakkaita edustavasti
- Hymyile, ole innostunut ja helposti lähestyttävä
- Ohjaa asiakkaita tarvittaessa (jonojen muodostaminen)
- Tervehdi tilaan saapuvia henkilöitä
- Käsittele mahdolliset ongelmatilanteet rauhallisesti
- Dokumentoi tapahtumaa (valokuvat, videot, asiakaspalaute)





Tapahtuman jälkeen

Trapesti oy

2024



Tapahtuman purku

Mahtava tapahtumapäivä on ohi ja vieraat poistuvat tapahtumasta. Vielä ei ole kuitenkaan tapahtumatiimin aika poistua! Siivous- ja purkupalvelun ulkoistaminen tapahtuman jälkeen on ajatuksena houkuttava, muttei aina kannattava. Purkuvaihe on yleisesti rakennusvaihetta nopeampi, mutta huolellisuus tulee silti muistaa.

Purkuvaiheen tärkeä muistisääntö on se, että tilan tulisi näyttää purkamisen ja siivoamisen jälkeen samalta, kuin ennen tapahtuman rakentamista. Kun tilan jättää siistiin kuntoon tapahtuman jälkeen, on huomattavasti todennäköisempää saada tila myös myöhemmin käyttöön.

Tapahtumaa purkaessa aikaa vievää voi olla irtaimiston lajittelu. Koristeet ja somisteet voi tehdä mieli repiä irti ja heittää menemään, mutta niiden säästämässä voi olla säästö ensi tapahtumaa ajatellen. Mikäli mahdollista, irrota koristeet varovasti, ja pakkaa ne talteen tulevia tapahtumia varten.

Mikäli tapahtumatiimin jäsenet ovat antaneet omia tavaroitaan tapahtuman järjestämiseen, huomioikaa, että tavarat löytävät takaisin omistajilleen. Jos tilasta löytyy asiakkailta jääneitä tuotteita, infotkaa löytötavaroista tapahtuman markkinointikanavia käyttäen.

Huomioi poistuessa myös mahdolliset tilankäyttöohjeet.
(Valot kiinni, ovi lukkoon)

Tapahtuman arviointi

Tapahtumalle on asetettu jo suunnitteluvaiheessa tavoitteita, ja mittareita niiden onnistumisen mittaamiseen. Arvioinnin ideana ei ole kritisoida omaa tekemistä tai lannistua mahdollisista epäonnistumisista, vaan oppia tekemästään.

Tapahtuman arviointiin osallistuu koko tapahtumatiimi. Kaikkien jäsenten tulee reflektoida omaa osuuttaan, jonka jälkeen voidaan tarkastella tapahtuman onnistumista kokonaisuutena. Arvioinnista on kannattavaa tehdä ylös muistiinpanot, jotka voidaan arkistoida myöhempää tarkastelua varten. Arviointivaiheessa syntyy yleensä myös loistavia ideoita tulevaisuutta varten, sillä tapahtuman yksityiskohdat ovat vielä tuoreena mielessä.

Tapahtuman arviointia voidaan tehdä avoimen keskustelun kautta, tai yksityisesti vastaamalla asetettuihin kysymyksiin ja lähettämällä ne projektipäällikölle. Tapahtumatiimi voi sopia itselleen toimivimman vaihtoehdon arvioinnin tekemiseen.



Kysymyksiä tapahtuman arviointiin

Tapahtuman työntekijät

Miten tapahtuma onnistui kokonaisuutena?

Miten onnistuit omalla vastualueellasi?

Toimivatko tapahtuman ohjelma/aktiviteetit?

Paljonko rahaa tapahtuman järjestämiseen kokonaisuudessaan meni ja poikkesiko se suunnitellusta budjetista? Mikä aiheutti muutoksen budjetissa ja miten se voidaan huomioida tulevaisuudessa?

Paljonko työntekijöitä osallistui tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen?

Arvio tapahtuman kävijämäärästä?

Millaista palautetta saitte osallistujilta?

Mikä meni hyvin?

Onko jotain, joka olisi kannattanut tehdä toisin?

Saavutitteko asettamanne tavoitteet? Mitä teitte saavuttaakseen ne?



Tapahtumamarkkinointi

Tapahtuman jälkeen

Jälkimarkkinoinnin avulla tapahtumasta jätetään osallistujille muistojälki kokemuksesta.

Jälkimarkkinointi on näin vielä osa tapahtumakokemusta, ja sillä voi olla vaikutus siihen, halutaanko tapahtumaan osallistua myös toiste. Jälkimarkkinointi tavoittaa myös niitä, jotka eivät päässeet tapahtumaan paikalle. Se voi kuitenkin kannustaa saapumaan seuraavalla kerralla, mikäli jälkimarkkinointi antaa tapahtumasta miellyttävän kuvan.

Jälkimarkkinointi on asiakkaiden, yhteistyökumppanien ja työntekijöiden kiittämistä.

Asiakkaita kiitetään tapahtumaan osallistumisesta, yhteistyökumppaneita tapahtuman mahdollistamisesta ja työntekijöitä hyvästä työpanoksesta. "Kiitos kaikille osallistuneille, teitte tästä tapahtumasta huikean. Tässä vielä fiiliksiä eiliseltä." tms.

Jälkimarkkinointiin on hyvä käyttää materiaalia itse tapahtumasta. Kuvat ja videot, jotka näyttävät, että ihmisiä saapui paikalle ja he nauttivat olostaan, ovat hyviä tähän tarkoitukseen. Myös positiiviset palautteet asiakkailta voi hyödyntää jälkimarkkinoinnissa.

Useat tapahtumat hyödyntävät jälkimarkkinoinnissa myös erilaisia koostevideoita, joissa tapahtumaprosessi voidaan näyttää alusta loppuun. Laadukkaasti luotuna tällainen kooste voi vakuuttaa uusia asiakkaita, sekä yhteistyökumppaneita.

Palautteen keruu

Tapahtumasta on kannattavaa kerätä palautetta sekä tapahtuman aikana, että sen jälkeen. Tapahtuman aikana saatavaan palautteeseen vaikuttavat muun muassa tapahtuman tunnelma, -ympäristö ja yleinen ilmapiiri. Tapahtuman jälkeen pyydettävä palaute on pidemmän ajattelun tulos. Myöhemmin on vaikeampi muistaa tarkkoja olotiloja, joita tapahtuma sai tuntemaan.

Tapahtuman jälkeen saatava palaute voi olla rehellisempää, varsinkin jos se kerätään osallistujilta anonymisti. Tämä tarjoaa mahdollisuuden kertoa aidot mielipiteet, ilman pelkoa tuomitukseksi tulemisesta. Palautekyselyn loppuun voi myös jättää mahdollisuuden omien tietojen jättämiseen, jolloin anonymisuus on vastaajan oma valinta.

Palautekysymykset kannattaa miettiä tarkkaan. Mitä pidempi kysely on, sitä harvempi siihen jaksaa vastata. Tämän takia on tärkeää miettiä, mitkä ovat ne kysymykset, joiden vastauksilla on järjestäjälle jotain arvoa.

Palautekyselyn voi luoda usein eri työkaluin, ja sitä voi jakaa linkin kautta markkinointikanavissa. Ennen kyselyn lähettämistä, tarkista kyselyn yksityisasetukset.

Muistilista tapahtuman jälkeen

- Tapahtumatilán purku ja siivoaminen
- Säästä hyväkuntoiset koristeet ja pakkaa talteen
- Kerää mahdolliset löytötavarat talteen
- Maksa laskut, palkat ja palkkiot
- Arvioi tapahtuman onnistumista
- Kiitä työntekijöitä työpanoksesta
- Kiitä asiakkaita osallistumisesta
- Kiitä yhteistyökumppaneita avusta tapahtuman toteutukseen
- Luo ja jaa palautekysely
- Käy läpi saadut palautteet
- Arvioi tavoitteita niille asetetuín mittarein
- Arkistoi tapahtumadokumentit talteen
- Jälkimarkkinoi tapahtumasta
- Reflektói omaa oppimista
- Kirjaa ylös uudet ideat



- Aloita seuraavan tapahtuman suunnittelu!



Tapahtuman tueksi

Trapesti oy

2024

Tapahtumasuunnitelma

Täydentämällä alla olevasta suunnitelmasta tapahtumaasi koskevat kohdat, on tapahtumakokonaisuus helpompi hahmottaa

Trapesti Oy tapahtumasuunnitelma

Tapahtuman nimi:

Tapahtumapäivä(t):

Tapahtumapaikka:

Projektipäällikkö:

Kohderyhmä:

Projektitiimi

Nimi	Rooli / Vastuualue

Tapahtumasuunnitelma

38

Miksi tapahtuma järjestetään?

Tavoite ja sisältö	Onnistumisen mittarit

Miten trapestin arvot näkyvät tapahtumassa?

Arvo	Miten näkyy?
sitoutuneisuus	
luovuus	
rohkeus	

Tapahtumasuunnitelma

39

Aikataulu ja tehtävät

	Kuukausi /viikko 1	Kuukausi /viikko 2	Kuukausi /viikko 3	Kuukausi /viikko 4
Vaihe 1 (NIMEÄ)	Tapahtumatiimin palaveri ja tapahtumasuunnitelman teko			
	Yhteistyökumppaneiden hankinta			
		Aloita markkinointi		
Vaihe 2 (NIMEÄ)	Tilojen etsintä ja varaaminen			
		Lupien hankinta, ilmoitusten teko		
		Somekilpailu tapahtumaan liittyen		
Vaihe 3 (NIMEÄ)			Tapahtumatiimin palaveri	
		Ohjelman ja sisällön valmistelu		
				Tapahtumatiimin palaveri

Tapahtumasuunnitelma

Tehtävälista

Vastuuhenkilö	Tehtävä	Tila	Deadline
NIMI:		Tehty <input type="checkbox"/> Meneillään <input type="checkbox"/> Keskeytetty <input type="checkbox"/>	
NIMI:		Tehty <input type="checkbox"/> Meneillään <input type="checkbox"/> Keskeytetty <input type="checkbox"/>	
NIMI:		Tehty <input type="checkbox"/> Meneillään <input type="checkbox"/> Keskeytetty <input type="checkbox"/>	
NIMI:		Tehty <input type="checkbox"/> Meneillään <input type="checkbox"/> Keskeytetty <input type="checkbox"/>	
NIMI:		Tehty <input type="checkbox"/> Meneillään <input type="checkbox"/> Keskeytetty <input type="checkbox"/>	

Tapahtumasuunnitelma

41

PROJEKTIPÄÄLLIKÖ

- Luo tapahtumasuunnitelman projektitiimin avustuksella
- Nimeää vastuuhenkilöt tehtäville
- Järjestää ja tiedottaa kokouksista
- Huolehtii tarvittavat resurssit tapahtuman järjestämiseen
- Arvioi tapahtuman onnistumista ja käy läpi saadut palautteet

MARKKINOINTIVASTAAVA

- Suunnittelee markkinointistrategian projektipäällikön kanssa
- Luo/ylläpitää tapahtumatiedotukselle oleellisia somekanavia
- Suunnittelee ja luo mainokset tapahtumalle
- Suunnittelee ja toteuttaa markkinointikampanjaa (esim. kilpailut)
- Markkinoinnin tehokkuuden seuraaminen

TILAVASTAAVA

- Tilan etsiminen ja varaaminen
- Tilan muokkaaminen tapahtuman tarpeisiin sopivasti
- Kalusteiden ja tavaroiden roudaaminen ja kasaaminen
- Tapahtuman purkaminen ja siisteydestä huolehtiminen

SOMISTUSVASTAAVA

- Tapahtuman visuaalisen ilmeen luominen
- Tilan somistus ja koristelu
- Koristeiden suunnittelu, teko ja hankinta
- Tapahtuman purkaminen ja siisteydestä huolehtiminen

YHTEISTYÖVASTAAVA

- Yhteistyökumppaneiden etsiminen ja kontaktointi
- Yhteistyöpyyntöihin vastaaminen
- Yhteistyökumppaneiden tiedottaminen
- Palautteen keruu ja kiittäminen tapahtuman jälkeen yhteistyökumppaneilta

TALOUSHALLINTOVASTAAVA

- Budjetin määrittely ja seuraaminen
- Tapahtuman kirjanpito
- Tapahtuman laskujen maksaminen
- Palkkioiden maksaminen

ASIAKASPALVELUVASTAAVA

- Kyselyihin ja viesteihin vastaaminen
- Tapahtuma-aikaiset asiakaspalvelutehtävät (lipunmyynti, infopiste)
- Palautteenkeruu osallistujilta

OHJELMAVASTAAVA

- Ohjelman ja sisällön suunnittelu projektipäällikön kanssa
- Aktiviteettien koordinointi
- Ohjelman ja esiintyjien aikataulutus

TURVALLISUUSVASTAAVA

- Turvallisuussuunnitelman laatiminen
- Tarvittavien lupien hankkiminen ja ilmoitusten tekeminen
- Ensiapupisteen järjestäminen
- Tarvittavien turvallisuushenkilöiden hankinta
- Muun tapahtumatiimin ohjeistus hätätilanteiden varalle

Turvallisuussuunnitelma

Tapahtuman turvallisuus- ja pelastussuunnitelma

Yleiskuva tapahtumasta

Tapahtuma	Tapahtuman nimi
Kuvaus tapahtumasta	Mitä tapahtuu?, Missä tapahtuu?, Miksi tapahtuu?
Päivämäärä ja kellonaika	Milloin tapahtuma toteutetaan?
Tapahtuman aikataulu	Mikä on tapahtuman aikataulu? Milloin odotetaan eniten kävijöitä? Tiettynä aikana enemmän riskitekijöitä?
Kohderyhmä	Ketä tapahtumaan odotetaan osallistuvan?
Järjestäjä	Järjestäjän yhteystiedot ja yrityksen y-tunnus
Tapahtuman vastuhenkilö	Yhteystiedot (nimi, puhelinnumero, sähköposti)
Tapahtumapaikka	Tapahtumapaikan sijainti, mahdolliset ajo-ohjeet / pelastusreitit, tarkemmat koordinaatit jos epämääräinen sijainti

Turvallisuus- ja pelastussuunnitelma

Riskien tunnistaminen ja hallinta

Mahdollinen riskitekijä	Riskien hallintatavat
Riski	Miten ehkäiset riskiä? Miten toimit riskin toteutuessa?

Yleiset ohjeet riskien hallintaan

Osallistujamäärä	Paljonko tapahtumalle odotetaan osallistujia? Yhteensä? Yhtäaikaisesti tilassa?
Olosuhderajoitukset	Säätila, muut olosuhteet
Rajoitukset osallistujien suhteen	Osallistujilta vaadittavat taidot, fyysiset ominaisuudet. Onko tapahtuma esteetön?
Henkilöstön toiminta ennen tapahtuman alkua	Miten tapahtumapaikan turvallisuus varmistetaan? Miten tiedotetaan osallistujille?
Työntekijöiden ensiapu- ja avun hälytysvälineet sekä muu turvavarustus	Millaiset ensiapuvalmiudet ja välineet, sekä millaisia turvallisuusvarusteita tapahtumapaikalla tai sen läheisyydessä on?

Pelastussuunnitelma

Tärkeitä yhteystietoja hädän sattuessa	Hätäkeskus, terveyskeskus, myrkytyskeskus, taksi yms.
Toimintaohjeet fyysisen vamman varalle	Numeroidut ohjeet miten toimia tilanteessa kohta kohdalta
Toimintaohjeet tulipalon varalle	Numeroidut ohjeet miten toimia tilanteessa kohta kohdalta
Toimintaohjeet muun onnettomuustilanteen varalle, joka tunnistettu riskiksi	Numeroidut ohjeet miten toimia tilanteessa kohta kohdalta
Muu	

Turvallisuus- ja pelastussuunnitelma

Tapahtuman budjettipohja

Menot	Arvio (€)	Toteutunut (€)
Henkilöstökulut		
Tilakulut		
Markkinointikulut		
Tarjoilukulut		
Ohjelmakulut		
Tarvikekulut		
Hallintokulut		
Muut kulut		
Yhteensä		

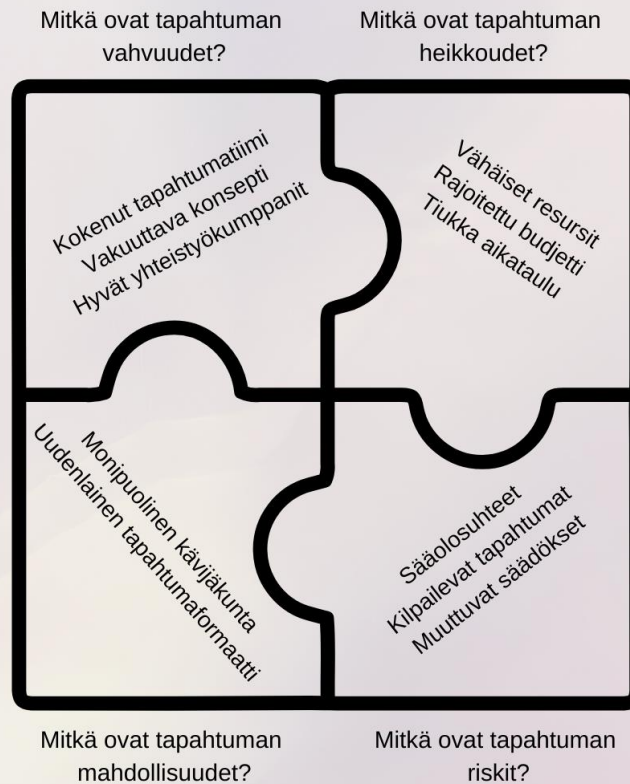
Tapahtuman budjettipohja

Tulot	Arvio (€)	Toteutunut (€)
Pääsymaksut		
Myyntitulot		
Sponsorointi		
Muut tulot		
Yhteensä		

Tulos	Arvio (€)	Toteutunut (€)
Tulot-menot		

Tapahtumaidea mielessä?

Kannattaako se järjestää?



SWOT-analyysi on apuväline tapahtumajärjestäjälle, kun tutkitaan tapahtuman strategista kannattavuutta. Kaikille tapahtumille analyysi ei ole oleellinen, sillä joidenkin tapahtumien idea perustuu vain hyvän mielen levittämiseen, eikä niinkään tavoitella tulosta tai kannattavuutta.

Palautekysely




Kiitos osallistumisesta tapahtumaamme! Jotta voimme parantaa toimintaamme ja tarjota entistä mieleenpainuvampia kokemuksia, toivomme sinua vastaamaan tähän tapahtumaa koskevaan palautekyselyyn!


1. Osallistuitko tapahtumaan x? *

Kyllä


Ei

2. Mikä sai sinut osallistumaan? / Miksi et osallistunut? * 

Kirjoita vastaus

3. Mitä kautta kuulit tapahtumasta? * 

Kirjoita vastaus

4. Olitko tapahtumassa? * 


Osallistuja

Yhteistyökumppani


Työntekijä

Muu


Palautekysely

5. Miten tyytyväinen olit tapahtuman seuraaviin piirteisiin? * 

	Erittäin tyytymätön	Melko tyytymätön	En tyytyväinen enkä tyytymätön	Melko tyytyväinen	Erittäin tyytyväinen
Henkilöstö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ohjelma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarjoilut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esiintyjät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aikataulu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumapaikka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Miten tapahtumaa voisi parantaa? 

Kirjoita vastaus

7. Kuinka todennäköisesti osallistuisit tapahtumaan uudelleen? * 

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Erittäin epätodennäköisesti


Äärimmäisen todennäköisesti

8. Kuinka todennäköisesti suosittelisit tapahtumaa muille? * 

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Erittäin epätodennäköisesti

Äärimmäisen todennäköisesti

9. Anna sähköpostiosoitteesi, jos haluat meidän ottavan sinuun yhteyttä palautteeseesi liittyen. 

Kirjoita vastaus

Lähetä

Esimerkki tapahtuman rakenteesta

	Klo	Sijainti
Tapahtuma avoinna	12-16	Tapahtumatila
Tarjoilut esillä	12:30-14:30	Kahvila
Aktiviteetti 1	12:30-13:00	Tapahtumatila
Aktiviteetti 2	14:30-15:00	Aula
Esitys	15:15-16	Tapahtumatila
Vieraiden poistuminen	16-16:15	Aula

	Klo	Sijainti	Kuka vastaanottaa?
Työntekijöiden saapuminen	10:00	Aula	Projektipäällikkö / tapahtumakoordinaattori
Yhteistyökumppanien saapuminen	10:30	Aula	Yhteistyövastaava
Esiintyjien saapuminen	13:00	Backstage	Ohjelmavastaava

Mitä laittaa someen?

- Käytä useita alustoja

Useiden somealustojen käyttö auttaa saavuttamaan laajemman yleisön

- Hyödynnä visuaalisia elementtejä

Kuvien ja videoiden käyttö auttaa kiinnittämään katsojan huomion

- Luo tapahtumasivu

Tapahtumasivulle on helppo koota kaikki oleellinen tieto tapahtumasta siitä kiinnostuneille

- Pyydä yhteistyökumppaneita jakamaan julkaisuja

Mikäli tapahtumassa on mukana useampia toimijoita, voidaan heidän kauttansa löytää uutta yleisöä

- Näkyvyyttä somekilpailuilla

Somekilpailun avulla voidaan kannustaa jo olemassa olevia seuraajia jakamaan tapahtumasta muille, ja saavuttamaan uusia kävijöitä

- Päivitä säännöllisesti (myös tapahtuman aikana)

Säännöllisesti tapahtumasta päivittäminen sitouttaa katsojia osallistumaan.

- Mainosta ajoissa

Ensimmäinen maininta tapahtumasta päivämäärineen kannattaa ajoittaa hyvin, jotta tapahtumasta kiinnostuneet eivät sovi muuta kyseiselle ajalle

- Vastaa, sekä kannusta kysymyksiin

Vuorovaikutus seuraajien kanssa lisää kiinnostusta tapahtumaa kohtaan

Konsepteja, sisältöjä ja teemoja

Tapahtumia on valtavasti erilaisia, ja ne sopivat erilaisille yleisöille ja erilaisiin tilanteisiin piirteidensä myötä. Tapahtumia voidaan jaotella muun muassa niiden formaattien, sisältöjen ja teemojen avulla. Olemme keränneet esimerkkejä yllä mainituista tapahtumista, Trapestin toimintaan sopien. Ideat sopivat myös ständien aiheiksi.

Tapahtumaformaatteja:

- Seminaarit
- Työpajat
- Kilpailut
- Näytökset
- Messut
- Juhlat
- Koulutukset

Teemoja tapahtumalle:

- Vuosikymmenet
- Juhlapäivät ja vuodenajat
- Kansainväliset päivät
- Maat ja kulttuurit
- Elokuvat ja tv-ohjelmat
- Vastuullisuus
- Tiede
- Historia
- Taide
- Urheilu

Tapahtumatyyppejä sisällön mukaan:

- Opiskelijatapahtumat
- Hyvinvointitapahtumat
- Kulttuuritapahtumat
- Liikuntatapahtumat
- Yritystapahtumat
- Hyväntekeväisyystapahtumat
- Virkistystilaisuudet

Milloin aloittaa tapahtuman järjestely?

Mieluummin liian ajoissa kuin liian myöhään! On mahdotonta sanoa tarkkaa aikaa, joka tapahtuman järjestämiseen menee suunnittelusta toteutukseen. Vaadittava aika pohjautuu useisiin tekijöihin, kuten tapahtuman kokoon ja luonteeseen. Tässä muutamia esimerkkejä tapahtumien valmisteluajoista. Esimerkeissä on huomioitu jo olemassa oleva, sekä saavutettavissa oleva kohderyhmä ja olemassa olevat työntekijäresurssit. Huomioithan, että esimerkeissä mainitut ajat ovat työpäiviä.

Ständi: 1-7 päivää. Huomioiden tarvitaanko rastille tarjoiluja, palkintoja, rekvisiittaa jne. Käytännössä ständin voi järjestää niinkin nopeasti, kuin heti ständipaikan varaamisen ja sille luvan saamisen jälkeen.

Rastisuunnistuksessa: 1-4 viikkoa. Huomioi ilmoittautumisajankohta, joka voi olla hyvinkin aikaisin. Rasti voi vaatia rekvisiitan hankkimista ja aktiviteetin suunnittelu ja toteutus voivat viedä aikaa.

Työpäivät: 3-5vk. Riippuu paikasta ja aktiviteetista. Ajankohdan sopiminen ja mukauttaminen mahdollisimman monelle sopivaksi tulee tehdä ajoissa. Ruokapaikat ja aktiviteetit kannattaa varata ajoissa, jotta ne varmasti saa haluamalleen ajankohdalle. Varsinkin pikkujouluaikana, aikainen lintu madon nappaa.

Seminaarit: n.1-3kk. Riippuen seminaarin puhujista. Mitä suositumpi henkilö, sitä aiemmin tulee olla liikkeellä. Jos puhuja on joku Trapestita tai esimerkiksi opettajista, on valmistautumisaika oletettavasti lyhyempi.

Luokkakierrokset: n. 2kk. Kaikille sopivien aikojen sopiminen vie aikaa. Esitysmateriaalit täytyy valmistaa ja esittämiseen tulee valmistautua kunnolla.

Teematapahtuma: n. 1-2kk. Eniten aikaa voi viedä sopivan tapahtumapaikan hankinta, sekä tarvittavat materiaalit koristeluun. Lisäksi mahdollisten aktiviteettien suunnittelulle tulee varata aikaa.

Mukana rastisuunnistuksessa?

Ideoita rastitehtäviin

- **Tietokilpailu**

Teeman ympärille suunniteltu tietovisa, useita kysymyksiä, joita vaihdella osallistujille, musavisa, pantomiimi

- **Arvoitus/pulmatehtävät**

Etsi netistä tai keksi itse pulmatehtäviä, pisteitä oikein ratkaistuista tai ajan sisällä selvitetystä, palapeli

- **Fyysinen tehtävä**

Esim. köysirata, tasapainohaaste, temppurata. Huomioi tarvittaessa esteettömyys. Perinteiset urheilulajit ja pallopelit.

- **Etsintätehtävät**

Etsi henkilö tai tavara, lista tavaroista, joita pitää tuoda vetäjälle, kartan kanssa suunnistaminen

- **Hauskoja aktiviteetteja**

Photobooth, ilmapallot, tikanheitto, pihapelit yms.

- **Teematehtäviä**

Suunnittele tehtävä teeman ympärille, esimerkiksi seikkailu, mysteeri, tiede, historia

- **Kädentaitotehtävät**

Tehtäviä sisältäen askartelua tai esimerkiksi piirtämistä

- **Yhteistyötehtävä**

Kaikilla ryhmän jäsenillä oma osuus, joka on suoritettava, jotta tehtävä etenee. Tehtävä, jossa yksi esimerkiksi sokkona ja muut ohjaavat. Esterata viestillä.

- **Luovat tehtävät**

Tarinan mukana näytteleminen, luo uusi keksintö, tee musiikkivideo tms. Still-kuvat.

Tapahtumakalenteri



Tapahtumakalenterin käyttäminen tapahtumatuotantojen apuna on kannattavaa, sillä se auttaa hahmottamaan tarvittavaa aikataulua oletettuun työmäärään nähden.

On tärkeää muistaa myös seurata, sekä päivittää kalenteria säännöllisesti, jotta se pysyy ajan tasalla. Tekemällä näitä pysyt myös itse kärryillä tulevista tapahtumista. Edellisten vuosien kalenterit auttavat myös tulevia kausia, joten nämäkin ovat hyödyllistä dokumentoida.

Tapahtumavastaava järjestää kauden päätteeksi kokouksen, jossa suunnitellaan seuraavan vuoden tapahtumakalenteri. Kokoukseen osallistuu tällöin sekä uudet, että kuluneen kauden työntekijät.

Tammikuu	Helmikuu	Maaliskuu	Huhtikuu	Toukokuu
1	1	1	1 (Trapestin synttärät / vaihtajaiset)	1
2	2	2	2	2 (Äitienpäiväkortti)
3	3	3 Laskiainen	3	3
4	4	4	4	4
5 (Tuuni 25)	5	5	5	5
6	6 (Ystävänpäivä)	6	6	6
7 Luokkakierrokset	7	7 Naistenpäiväkortti	7	7
8	8	8 Naistenpäivä	8 (Vappusuunnistus)	8
9	9	9	9	9 Äitienpäiväkortti
10	10	10	10	10
11	11	11	11	11 Äitienpäivä
12	12	12	12	12
13	13	13	13	13
14	14 Ystävänpäivä	14	14	14
15	15	15	15 Munantuunaus	15
16	16	16	16	16
17	17	17	17	17
18	18	18	18	18
19	19	19	19	19
20	20	20	20	20
21	21	21	21	21
22 Tuuni 25	22	22 Trapestin synttärät / vaihtajaiset	22	22
23	23	23	23	23 (Luokkakierrokset)
24	24	24	24	24
25	25	25	25	25
26	26	26 (Munantuunaus)	26	26 (Hurmos)
27	27	27	27	27
28	28 (Naistenpäiväkortti)	28	28	28
29	29	29	29	29
30	30	30	30 Vappusuunnistus	30
31	31	31	31	31

Tilavaraukset

Ständi varataan laittamalla viestiä aulapalveluun (aulapalvelut@oulu.fi). Viestissä kerrot minkä ständipaikan haluaisit varata. Trapestin perinteinen ständipaikka on käytävällä 7A120 tilaa vastapäätä. Esim. "Hei, Trapesti aikoo pitää maanantaina 28.11. klo 12-14 ständin ständipaikalla ___"

Tapahtumiin voi varata tiloja useista paikoista tapahtuman tarpeet huomioon ottaen. Business Cornerin tilat sopivat useisiin Trapestin järjestämiin tapahtumiin. Osa Business Cornerin tiloista on varattavissa Outlookin kalenterin kautta. Luo kalenteriin uusi tapahtuma ja valitse sille tila, jota aiotte käyttää.

Mikäli haluat varata tiloja koulun ulkopuolelta, ole yhteydessä mahdollisen tilan vuokraajaan puhelimitse tai sähköpostilla. Valmistaudu esittämään tarkemmat tiedot tapahtuman sisällöstä, ajankohdasta ja koosta.

Tapahtumasanasto suomi-englanti

- Aikataulu | Timeline
- Arviointi | Evaluation
- Budjetti | Budget
- Logistiikka | Logistics
- Markkinointi | Marketing
- Riskienhallinta | Risk management
- Tapahtuma | Event
- Tapahtumajärjestäjä | Event organizer
- Tapahtumakoordinaattori | Event coordinator
- Tapahtumapaikka | Venue
- Turvallisuus | Security
- Viestintä | Communication

Suunnittelu ja valmistelu:

- Aktiviteetit | Activities
- Elämys | Experience
- Kohdeyleisö | Target audience
- Koristelu | Decoration
- Konsepti | Concept
- Luvat ja vakuutukset | Permits and insurance
- Ohjelma | Program
- Puhujat | Speakers
- Ruoka ja juoma | Food and beverage
- Tavoitteet | Goals
- Tekniikka | Technology
- Viihde | Entertainment

Tapahtumasanaa suomi-englanti

Markkinointi ja myynti:

- Lipunmyynti | Ticket sales
- Mainonta | Advertising
- Sosiaalinen media | Social media
- Sponsorointi | Sponsorship
- Verkkosivusto | Website

Toteutus:

- Asiakaspalvelu | Customer service
- Häätätilanteet | Emergencies
- Purku | Breakdown
- Rekisteröinti | Registration
- Tapahtuman kulku | Event flow

Arviointi ja seuranta:

- Palaute | Feedback
- Tulokset | Results
- Vaikutus | Impact

Tapahtumatyyppejä:

- Juhlat | Party
- Kokous | Meeting
- Konferenssi | Conference
- Messut | Trade show
- Opiskelijatapahtuma | Student event
- Seminaari | Seminar
- Urheilutapahtuma | Sporting event

FAQ

- **Mitä tapahtumia Trapesti on järjestänyt aiemmin?**

Trapestin aiemmin järjestetyt tapahtumat ovat kohdistuneet ensisijaisesti kanssaopiskelijoille. Trapesti on järjestänyt ständejä erilaisilla aktiviteeteilla (esim. munantuunaus ja piparin koristelu), osallistunut muiden järjestöjen ja toimijoiden tapahtumiin aktiviteettipisteillä (Hurmos, Tour D'Oulu, Tuuni), järjestänyt yhteistyötapahtumia (musavisa Outo Ry:n kanssa), pitänyt luokkakierroksia, toimiston avoimia ovia, syntymäpäiväjuhlat uusille ja vanhoille työntekijöille, sekä kausittaiset työky-päivät pikkujoulukaudella, sekä kauden lopussa.

- **Millaisia tapahtumia Trapesti voisi järjestää?**

Trapestin tapahtumatoiminta riippuu täysin Trapestin työntekijöistä. Mikäli innokkaita tapahtumasuunnittelijoita löytyy, on mahdollisuuksia valtavasti. Trapestin työskennellessä OAMK:in alla, on resursseja myös valtavasti tiloista tekniikkaan, tarjoiluihin ja sisältöön. Kampuksella on valtavasti eri toimijoita, mikä mahdollistaa erilaiset yhteistyötapahtumat jaetulle kohderyhmälle ja molempia kiinnostaville aktiviteeteille. Opiskelijoiden koulupäiviä piristämään Trapesti voi kehittää teemapäiviä ja aktiviteettiständejä. Yritystoimintaa esitelläkseen on mahdollisuudet erilaisiin yritystapahtumiin asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa, sekä opiskelijoiden yrittäjyyskannustaminen luentojen ja seminaarien kautta. Opiskelijatapahtumiakaan ei voi olla liikaa, joten Trapestillä on mahdollisuus osallistua omilla pisteillään jo olemassa oleviin ratisuunnistuksiin, tai kehittää oma opiskelijatapahtumakonsepti.

- **Mitä henkilökunnan virkistyspäivään ohjelmaksi?**

Ruokailu, pakohuone, picnic, Megazone, Superpark, kiipeily, keilaus, minigolf, pihaolympialaiset, nyttärit, teatteri, stand-up, paint and wine, ilmajoga, tanssitunti, aartenetsintä, kokkikurssi, taidetyöpaja, lautapelit, karaoke, videopelit, teemailta, metsäretki tai muuta vastaavaa. Ohjelmaa keksii kyllä joka budjetille.

- **Miten hankkia yhteistyökumppaneita?**

Keksi useampi tapa yhteistyöhön, jota ehdottaa. Mitä helpompi yhteistyöhön on osallistua, sitä helpommin joku osallistuu. Jos on kyse tuotepalkinnoista, tarjoudu hakemaan ne itse paikan päältä. Jos haet rahallista tukea, kerro mihin rahoitus tapahtumassa menee, ja miten sponsoroinnista kerrotaan asiakkaille. Pitäkää yhteistyötä yllä jollain tasolla, muista hyviä yhteistyökumppaneita esimerkiksi jouluna kortilla. Yhteistyökumppaneita voi löytää lähialueen toimijoista sekä yrityksistä, jotka lanseeraavat uusia tuotteita ja haluavat markkinoida niitä tai tapahtuman teemaan sopivista toimijoista. Yhteistyökumppania lähestyessä esimerkiksi sähköpostitse, ole ystävällinen ja asiallinen, kerro mahdollisuuksista mutta älä vaadi mitään. Jos sinulla on laadukkaita kuvia tapahtuman aiemmista toteutuksista, voit liittää yhden mukaan viestiin.



- **Millainen budjetti asettaa tapahtumalle?**

Budjetti riippuu mm. tapahtuman tilasta, sisällöstä ja koosta. Mitä haluatte tarjota tapahtumanne kävijöille? Jos tapahtuma on valmiiksi suunniteltu, tulee budjettia laatiessa laskea tapahtuman arvioidut menot. Mikäli ette ole valmiita käyttämään niin paljon rahaa, pienentäkää budjettia, eli karsikaa, tai löytäkää tapoja toimia halvemmalla. Tapahtuman koosta riippuen, on myös hyvä jättää budjetissa osuus yllättäville menoille. Mitä tarkemmin tapahtuma on suunniteltu, sitä pienemmällä todennäköisyydellä yllättäviä kuluja tulee. Pitäkää myös kirjaa todellisista kuluista, jolloin myöhemmin tapahtumaa järjestäessä ovat ne hyödynnettävissä.

- **Mitä tavaroita tarvitaan tapahtumaan?**

Mieti tie koko tapahtuman ja sen aktiviteettien läpi. Mitä tavaroita missäkin tarvitaan, jotta mahdollisen aktiviteetin toteutus onnistuu. Helposti unohtuvia, mutta tarpeellisia lähes, joka tapahtumassa ovat erilaiset toimistotarvikkeet (kynät, paperi, teipit), ensiapuvälineet (laastarit, kylmäpussit), siivoustarvikkeet (roskapussit, siivousliinat), sekä säilytysastiat erilaisille jakotavaroille, tarjoiluille ja rahoille.

- **Miten varautua asiakasmäärään?**

Asiakasmäärään varautumiseen auttaa ennakkolipunmyynti tai -ilmoittautuminen. Mikäli tapahtumatilaan mahtuu vain tietty määrä henkilöitä, on tästä oleellista tiedottaa markkinoinnin ohessa. Mikäli tapahtumalla on myös esimerkiksi jakomateriaalia tai tarjoiluja tietylle määrälle, voi siitä tiedottaa myös. Jos tapahtuma on nopea aktiviteetti esim. ständillä, varaudu asiakasmäärään rajaamalla alue niin, että aktiviteetin suorittamiselle on tilaa, sekä tulevat asiakkaat ovat tietoisia mihin mennä jonottamaan vuoroaan, ilman että tukkivat liikkumista.

- **Missä kanavissa markkinoida?**

Missä tavoitat tapahtuman kohderyhmän? Onko tapahtuma viihde- vai asiatapahtuma? Mm. nämä kysymykset ohjailevat markkinointia eri alustoilla. Trapestillä on käytössä sosiaalisen median kanavia, sekä mahdollisuus myös markkinoida erilaisia koulun kanavia hyödyntäen. Yleiseksi ohjeeksi se, että sosiaalisen median kanavissa voi markkinoida kaikkia julkisia tapahtumia, joihin kaikilla seuraajilla on mahdollisuus osallistua. Mikäli tapahtuma on rajattu tietylle ihmisryhmälle, etsi kanava, jonka kautta tavoitatte ainoastaan heidät. Jos kyseessä on asiatapahtuma, voi markkinointiin hyödyntää esimerkiksi koulun viestintäkanavia. Jos tapahtuma tuotetaan yhteistyössä toisen toimijan kanssa, on kannattavaa, että kummatkin markkinoivat tapahtumaa omilla tileillään.

- **Miten koristella tila?**

Tapahtuman koristelussa ja somistuksessa on mahdollisuus olla luova. Jos tapahtumalla on teema, helpottaa se osittain koristelun suunnittelua. Netistä löytää hyvin inspiraatiota erilaisiin koristeluihin teemoittain. Koristeita tapahtumaan on mahdollista tehdä itse hyvinkin halvalla, lisäksi koristeita on myös mahdollista vuokrata, tai ostaa jos niille löytyy käyttöä myös tulevaisuudessa. Jo tilaa valitessa kannattaa miettiä, saako sinne rakennettua teemaan sopivan koristelun.



Loppusanat

Mitä tapahtumilta odotetaan?

**Luovuutta,
Rohkeutta &
Sitoutuneisuutta**

Samat kolme kohtaa ovat listattu Trapestin arvoiksi vuonna 2023!

Siksi uskomme, että jokaisessa trapestilaisessa on kyky tapahtumien tuottamiseen!

Toivotamme Trapestin työntekijöille opettavaisia lukuhetkiä, luovia ideointihetkiä, sekä mahtavia kokemuksia tapahtumien parissa!



-Kia & Senni

Lähteet

Ali Abdaal 2023.

How I Manage My Time - The Trident Calendar System.

<https://www.youtube.com/watch?v=6o2tm00Ar8A>

Catani, Johanna 2017.

Onnistunut yritystapahtuma. Helsinki: Alma Talent

Iiskola-Kesonen, Hanna 2006.

Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille.

Helsinki: Suomen Liikunta ja Urheilu

Kielitoimiston ohjepankki 2024.

Ohjeita ohjeiden tekijöille. <https://kielitoimistonohjepankki.fi/vk/sopiva-savy-toimivat-ohjeet-ja-kysymykset/ohjeita-ohjeiden-tekijoille/>

Korhonen, Heidi, Korkalainen, Karoliina, Pienimäki, Tanja & Rintala, Satu 2015.

Tapahtumajärjestäjän opas. Vantaa: Laurea-ammattikorkeakoulu.

Meetinghand 2023.

A Comprehensive Guide to SWOT Analysis for Event Planning.

<https://meetinghand.com/blog/a-comprehensive-guide-to-swot-analysis-for-event-planning>

Pelastuslaitosten kumppanuusverkosto 2020.

Yleisötapahtuman pelastussuunnitelman mallipohja.

<https://pelastuslaitokset.fi/julkaisu/pelastussuunnitelmapohja>

Trapestin työntekijöiden ideointipaja. 11.4.2024

Wallo, Helena & Häyrinen, Eija 2022.

Tapahtuma on tilaisuus: tapahtuman suunnittelu ja toteutus.

Helsinki: Tietosanoma.

TAPAHTUMAKALENTERI

LIITE 3

Tammikuu 2024	Helmikuu	Maaliskuu	Huhtikuu	Toukokuu	Kesäkuu
1	1	1	1	1 Vappu	1
2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
6	6	6	6	6	6
7	7	7	7	7	7
8	8	8	8	8	8
9	9	9	9	9	9
10	10	10	10	10	10
11	11	11	11 (Vappusuunnistus)	11	11
12	12	12	12	12 Aitienpäivä	12
13	13	13	13	13	13
14	14 Ystävänpäivä	14	14	14	14
15	15	15	15	15	15
16	16	16	16	16	16
17	17	17	17	17	17
18	18	18	18	18	18
19	19	19	19	19	19
20	20	20	20	20	20
21	21	21	21	21 (Luokkakierrokset)	21
22	22	22	22	22	22
23	23	23	23	23	23
24 Tuuni 24	24	24	24	24 (Hurmos)	24
25	25	25	25	25	25
26	26	26 Munan tuunaus	26	26	26
27	27	27	27	27	27
28	28	28	28	28	28
29	29	29	29	29	29
30	30	30	30 Vappusuunnistus	30	30
31	31	31 Päsiäinen	31	31	31

Heinäkuu	Elokuu	Syyskuu	Lokakuu	Marraskuu	Joulukuu
1	1	1	1 Kansainvälinen kahvipäivä	1 (Pikkujoulut)	1
2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3 Pikkujoulut
4	4	4	4	4	4
5	5	5 Yrittäjän päivä	5	5	5
6	6	6	6	6	6 Itsenäisyyspäivä
7	7	7	7	7	7
8	8	8	8	8 Isänpäiväkortti	8
9	9	9	9 (Halloween)	9	9
10	10	10	10	10 Isänpäivä	10
11	11	11	11	11	11
12	12	12 Hurmos päivätapahtuma	12	12	12
13	13	13	13	13	13
14	14	14	14	14	14
15 Nuorten osaamisen päivä	15	15	15	15	15
16	16	16	16	16	16 Piparin tuunaus
17	17	17	17	17	17
18	18	18	18	18 (Piparin tuunaus)	18
19	19	19	19	19	19
20	20	20	20	20	20
21	21 Luokkakierrokset	21	21	21	21
22	22	22	22	22	22
23	23	23	23	23	23
24	24	24	24	24	24 Jouluaatto
25	25 (Kansainvälinen kahvipäivä)	25	25	25	25
26	26	26	26	26	26
27	27 (Yrittäjän päivä)	27	27	27	27
28	28	28	28	28	28
29	29	29	29	29	29
30	30	30	30 (Isänpäiväkortti)	30	30
31	31	31	31 Halloween	31	31

Tammikuu 2025	Helmikuu	Maaliskuu	Huhtikuu	Toukokuu	Kesäkuu
1	1	1	1 (Trapestin synttärät / vaihtajais)	1	1
2	2	2	2	2 (Äitienpäiväkortti)	2
3	3	3 Laskiainen	3	3	3
4	4	4	4	4	4
5 (Tuuni 25)	5	5	5	5	5
6	6 (Ystävänpäivä)	6	6	6	6
7 Luokkakierrokset	7	7 Naistenpäiväkortti	7	7	7
8	8	8 Naistenpäivä	8 (Vappusuunnistus)	8	8
9	9	9	9	9 Äitienpäiväkortti	9
10	10	10	10	10	10
11	11	11	11	11 Äitienpäivä	11
12	12	12	12	12	12
13	13	13	13	13	13
14	14 Ystävänpäivä	14	14	14	14
15	15	15	15 Munantuunaus	15	15
16	16	16	16	16	16
17	17	17	17	17	17
18	18	18	18	18	18
19	19	19	19	19	19
20	20	20	20	20	20
21	21	21	21	21	21
22 Tuuni 25	22	22	22 Trapestin synttärät / vaihtajais	22	22
23	23	23	23	23 (Luokkakierrokset)	23
24	24	24	24	24	24
25	25	25	25	25	25
26	26	26 (Munantuunaus)	26	26 (Hurmos)	26
27	27	27	27	27	27
28	28 (Naistenpäiväkortti)	28	28	28	28
29	29	29	29	29	29
30	30	30	30 Vappusuunnistus	30	30
31	31	31	31	31	31

Heinäkuu	Elokuu	Syyskuu	Lokakuu	Marraskuu	Joulukuu
1	1	1	1 Kansainvälinen kahvipäivä	1	1
2	2	2	2	2	2 Pikkujoulut
3	3	3	3	3 (Luokkakierrokset)	3
4	4	4	4	4 (Pikkujoulut)	4
5	5	5 Yrittäjän päivä	5	5	5
6	6	6	6	6	6
7	7	7	7	7 Isänpäiväkortti	7
8	8	8	8	8	8
9	9	9	9	9	9
10	10	10	10	10 Isänpäivä	10
11	11	11 Hurmos päivätapahtuma	11	11	11
12	12	12	12	12	12
13	13	13 (Halloween)	13	13	13
14	14	14	14	14	14
15 Nuorten osaamisen päivä	15	15	15	15	15 Piparin tuunaus
16	16	16	16	16	16
17	17	17	17	17	17
18	18	18	18	18	18
19	19	19	19	19	19
20	20	20	20	20	20
21	21 Luokkakierrokset	21	21	21	21
22	22	22	22	22	22
23	23	23	23	23	23
24	24	24	24	24	24 Jouluaatto
25	25	25 (Kansainvälinen kahvipäivä)	25	25	25
26	26	26	26	26 (Piparin tuunaus)	26
27	27 (Yrittäjän päivä)	27	27	27	27
28	28	28	28	28	28
29	29	29	29	29	29
30	30	30	30 (Isänpäiväkortti)	30	30
31	31	31	31 Halloween	31	31

Merkkaa tapahtumat kalenteriin näin:

Ständit = **Ständit**

Ala suunnitella tapahtumaa= (ala suunnitella tapahtumaa)

Tapahtumat = **Tapahtumat**

Juhlapäivät = *Juhlapäivät*

Väritä viikonloput viikonlopun värillä :) Väritä sitten viikonloppujen välit valkoisella

Elit ästä

Tähän

Fonts -> Draw borders -> Line colour