

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun koulutusohjelma

Outi Rummukainen

TAPAHTUMATUOTANTO – LEHTIÄ ILOSAARESSA 2016

Opinnäytetyö
Joulukuu 2016



OPINNÄYTETYÖ
Joulukuu 2016
Matkailun koulutusohjelma

Tikkarinne 9
80220 JOENSUU
013 260 600

Tekijä
Outi Rummukainen

Nimeke
Tapahtumatuotanto – Lehtiä Ilosaassa 2016

Toimeksiantaja
Joensuun Töminä Oy

Tiivistelmä

Opinnäytetyö oli toiminnallinen ja toimeksiantajana työssä toimi Joensuun Töminä Oy. Työ toteutettiin tiiviissä yhteistyössä toimeksiantajan kanssa. Opinnäytetyössä perehdytään tapahtumatuotannon teoreettiseen osioon, kuten tapahtumaan valmistaviin työtehtäviin.

Tärkeä tiedonkeruumenetelmä opinnäytetyössä oli asiakastyytyväisyyskysely. Kysely toteutettiin Internetissä Google Forms -työkalun avulla. Linkki kyselyn sivulle jaettiin Lehtiä Ilosaassa 2016 -tapahtuman Facebook-sivuilla ja siihen vastasi 475 kävijää. Työssä kerrotaan kyselyn päätulokset sekä käydään läpi mahdolliset kehitysideoita ja johtopäätökset saatujen tulosten perusteella. Kyselyn lisäksi tärkeä osa opinnäytetyötä oli toiminnallisen opinnäytetyön produkti, tapahtumatuotannon toimintalista, joka erittelee tapahtumatuotannon eri työvaiheet ja täsmentää tehtävien työosioiden aikataulun. Toimintalista voi tulevaisuudessa toimia samankaltaisten tapahtumien järjestäjän muistilistana.

Opinnäytetyön tavoite oli onnistunut Lehtiä Ilosaassa 2016 -tapahtuma, hyödyllisen asiakaskyselyn luominen ja kyselystä saatujen tulosten analysointi ja raportointi. Kyselyn keskeisiä tuloksia olivat muun muassa kävijöiden tyytyväisyys eri palveluihin sekä osaluokkiin, kuten tunnelmaan ja tapahtumapaikkaan. Kyselyn avulla saatuja tuloksia Joensuun Töminä Oy aikoo hyödyntää tulevissa tapahtumissaan parantaen palvelunsa laatua ja asiakkaiden tyytyväisyyttä.

Kieli

suomi

Sivuja 40

Liitteet 3

Liitesivumäärä 3

Asiasanat

tapahtumatuotanto, tapahtuma, kysely



THESIS
December 2016
Degree Programme in Tourism

Tikkarinne 9
80220 JOENSUU
FINLAND
013 260 600

Author
Outi Rummukainen

Title
Event Organisation – Lehtiä Ilosaassa 2016

Commissioned by
Joensuun Töminä Oy

Abstract

This thesis was functional and it was commissioned by Joensuun Töminä Oy. The thesis was carried out in tight collaboration with the client. The theoretical part of this thesis familiarizes with event organisation and management such as preparatory work tasks.

An important data collection method was a customer satisfaction survey, which was executed online by using Google Forms. Link to the survey site was distributed in Lehtiä Ilosaassa 2016 Facebook event and 475 customers replied to it. The main results of the survey are reported in the thesis as well as possible development ideas and conclusions. Apart from the survey, another valuable part of the thesis was the product, which created as a part of the functional thesis. The product is a work list that categorizes the different tasks and timetables of event production. In the future, it can work as a checklist for event organisers in similar events.

The goal of the thesis was a successful Lehtiä Ilosaassa 2016 event, creating a beneficial customer feedback survey, analysing the results from the feedback and reporting them. The fundamental results of the survey, among other things, were customer satisfaction to the services provided at the event as well as the venue and atmosphere during the event. Joensuun Töminä Oy plans to utilise the results gathered from the survey in their future events to improve the quality of their services and customer satisfaction.

Language

Finnish

Pages 40

Appendices 3

Pages of Appendices 3

Keywords

event, event production, survey

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Toimeksiantaja	6
2.1	Joensuun Töminä Oy	6
2.2	Lehtiä Ilosaassa	7
3	Opinnäytetyön tausta ja tavoitteet	8
3.1	Tausta	8
3.2	Tavoitteet	10
4	Tapahtumatuotanto	11
4.1	Tapahtuma	11
4.2	Tapahtumatuotanto	12
4.3	Tapahtuman suunnittelu	13
4.4	Paikka, ajankohta ja kesto	15
4.5	Lupa- ja ilmoitusasiat	16
4.6	Tapahtuman riskit ja turvallisuus	17
4.7	Tapahtuman markkinointi	20
4.8	Kohderyhmä	21
4.9	Strateginen ja operatiivinen kolmio	22
5	Menetelmälliset valinnat	24
5.1	Asiakastyytyväisyyskysely	24
5.2	Kyselyn tulokset ja johtopäätökset	25
5.2.1	Kävijöiden perustiedot	25
5.2.2	Asiakkaiden tyytyväisyys palveluihin	27
5.2.3	Asiakkaiden tyytyväisyys tapahtuman osa-alueisiin	33
6	Lopuksi	38
6.1	Luotettavuus ja eettisyys	38
6.2	Pohdinta	39
6.3	Jatkotoimenpiteet	40
	Lähteet	41

Liitteet

Liite 1	Tapahtumatuotannon toimintalista
Liite 2	Asiakastyytyväisyyskysely suomeksi
Liite 3	Asiakastyytyväisyyskysely englanniksi

1 Johdanto

Astut porttien läpi tapahtumapaikalle, jonne on saapunut runsaasti yleisöä ja heillä kaikilla on sama kiinnostuksen kohde kuin sinulla: nauttia musiikkiesityksistä yhdessä perheen tai ystävien kanssa, kannustaa paikallinen urheiluseura karsintojen läpi turnauksen voittoon tai tutustua kulttuuriin erilaisten taideinstallaatioiden tai ruuan kautta. Olet odottanut tapahtumapäivää jo pitkään, mutta valmista tapahtumaa kokiessasi et voi uskoakaan kuinka paljon työtä tapahtuman toteutus on vaatinut. Jotta sinulla sekä muilla osallistujilla olisi elämyksellinen ja onnistunut tapahtuma, järjestäjä on jo ennen tapahtumaa joutunut suunnittelemaan kaiken tapahtumapaikan ja ajankohdan valinnasta aina asiakasryhmän rajaamiseen sekä täyttämään huolellisesti monia lupahakemuksia ja analysoimaan mahdollisia tapahtumaan kohdistuvia riskejä.

Työ onnistunutta tapahtumaa kohti alkaa heti ensimmäisen ajatuksen ja idean syntymisestä. Matka siitä hetkestä eteenpäin tapahtuma päivää kohti vaatii valtavien määrän töitä ja lukemattomia tunteja tapahtumajärjestäjältä sekä muilta taustatyöntekijöiltä. Tämä taustatöiden ja valmistelujen määrä ei välttämättä saata välittyä tapahtuman yleisölle tai medialle itse tapahtuman aikana, mutta onnistunutta tapahtumaa varten tarvittavaa työpanostusta ei tule unohtaa.

Mitä onnistuneelta tapahtumalta sitten oikein vaaditaan? Kuinka suuren työn tapahtuman järjestäjä joutuu tekemään, ennen kuin tapahtuma on valmis jaettavaksi yleisölle? Tässä opinnäytetyössä kuvataan tapahtumatuotannon vaiheet ensimmäisestä ideasta ja suunnittelun aloittamisesta aina tapahtuman toteuttamiseen asti. Opinnäytetyö keskittyy vain tapahtumaa edeltäviin työtehtäviin, vaikka tapahtumatuotantoon luetellaan tuotantoa edeltävien töiden lisäksi myös tapahtuman aikainen työ sekä jälkitoimenpiteet. Lisäksi opinnäytteessä käydään läpi case-tapahtuman, Lehtiä Ilosaareissa 2016, jälkeen tehdyn asiakastytyväisyyskyselyn tulokset sekä johtopäätökset saaduista tuloksista. Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena ja toimeksiantajana työssä toimi Joensuun Töminä Oy.

2 Toimeksiantaja

2.1 Joensuun Töminä Oy

Joensuun Töminä Oy on Joensuussa toimiva ravintola-alan yritys. Asiakastietorekisterin tekemän selvityksen mukaan yritys työllisti 23 henkeä vuonna 2014, ja sen liikevaihto vuonna 2015 oli 4 128 000 euroa (Suomen Asiakastieto 2016). Yrityksen hallinnassa on Joensuun Ilosaaressa sijaitseva Ravintola Kerubi. Joensuun Töminä Oy:n yritysmuoto on osakeyhtiö, jonka omistaa täysin Joensuun Popmuusikot Ry. Yrityksen strategisista päätöksistä vastaa osakeyhtiön hallitus, joka koostuu enimmäkseen yrityksen omistajan, Joensuun Popmuusikot Ry:n hallituksen jäsenistä. Yrityksen hallitus kokoontuu pääasiassa neljästi vuodessa, mutta järjestää tarvittaessa useampia kokouksia. (Virta, Simonen, Ruotsalainen, Rummukainen, Rummukainen & Rossi 2015, 6.)

Hallituksen toimitusjohtajana toimii Asko Piiparinen, joka vastaa hallituksen tekemien päätösten käytännön toteutuksesta. Tämän lisäksi Piiparisen työnkuvaan kuuluu yrityksen markkinointi sekä myynti. Muita hallituksen jäseniä ovat Niina Hattunen, Tuula Puruskainen, Janne Hongisto, Meri-Ellen Pystynen, Tuula Korpi sekä Katja Suvanto. (Suomen Asiakastieto 2016.)

Yrityksen tapahtumatuottajana toimii Harri Laukkanen. Hän vastaa Joensuun Töminä Oy:n tapahtumista sekä niihin liittyvistä käytännönjärjestelyistä, kuten lupien hakemisesta ja anniskeluhenkilökunnan palkkaamisesta. (Virta ym. 2015, 12–13). Laukkanen toimi opinnäytetyössänini toimeksiantajan edustajana ja yhteyshenkilönä.

Lehtiä Ilosaaressa -festivaalin järjestäjänä toimii Kerubi Events, joka on EU-rahoitettu Joensuun Töminä Oy:n kehityshanke. Hankkeen tavoitteena on laajentaa Kerubin liiketoimintaa myös tapahtumapuolelle. Osana hanketta yritykselle rakennettiin tapahtumia varten liikuteltava ruuanvalmistuskontti, joka

Eviran koordinoiman Oiva -elintarvikevalvonnan tarkastustietojen mukaan sai heinäkuussa 2016 erinomaisen arvosanan (Oivahymy 2016). Liikutettava keittiökontti soveltuu noin parin tuhannen henkilön tapahtumiin (Virta ym. 2015, 11).

Osakeyhtiöllä on omistuksessaan ruoanvalmistuskontin lisäksi kaksi konttia, jotka soveltuvat esimerkiksi fanituotteiden tai pääsylippujen myyntiin. Konttien kuljettamisesta vastaa Kuljetusliike Jorma Määttä sekä Kuljetusliike Kettunen. Joensuun Töminä Oy vuokraa Kettuselta myös varastotilaa Raatekankaalta. Joensuun Töminä Oy:llä on omaa telttakalustoa, mutta isompia tapahtumia varten teltat vuokrataan STOP-Teltoilta. Lisäksi Joensuun Töminä Oy vuokraa aidat MSP Event Oy:lta ja festivaalitason äänentoistolaitteet Bright Finland Oy:lta. Sähkösovimukset tapahtumissa hoidetaan joko erillissopimuksina tai tilavuokriin kuuluvina. (Virta ym. 2015, 11.)

Kerubi Events pyrkii tapahtumatuotannossaan ekologisuuteen, joka otetaan huomioon muun muassa kierrätyksessä sekä siivouksessa. Siivouksessa ja tapahtuman aikaisena työvoimana Kerubi Events käyttää apunaan paikallisia urheiluseuroja, jotka keräävät talkoovoimin varoja omaa toimintaansa varten. (Virta ym. 2015, 12.) Tänä syksynä ensimmäistä kertaa Kerubi Events aloitti yhteistyön opiskelijajärjestöjen kanssa, tarjoten heille mahdollisuuden osallistua talkootyöhön, jonka avulla järjestöt pystyivät keräämään varoja omalle toiminnalleen.

2.2 Lehtiä Ilosaarella

Vielä 2000-luvun alussa Lehtiä Ilosaarella -festivaalin järjestivät Itä-Suomen yliopiston ylioppilaskunta ja Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun POKA. Vuonna 2006 opiskelijajärjestöt kuitenkin lopettivat tapahtuman järjestämisen, ja syysfestivaalia ei järjestetty vuoteen 2011 asti, kunnes Joensuun Töminä Oy otti osakseen järjestää kunnollisen syksyn aloituksen opiskelijoille. (Muusikoiden Net 2011.) Samana vuonna Joensuun Töminä Oy avasi myös Ravintola Kerubin. Toimitusjohtaja Asko Piiparisen mukaan Lehtiä Ilosaarella oli sellainen tapahtuma, joka ensimmäisenä haluttiin herättää henkiin toiminnan siirryttyä Ilo-

saareen. ”Jatkossa on tarkoitus tehdä tästä jokavuotinen perinne”, sanoi Yle-Uutisten syksyllä 2011 haastatteleva Piiparinen, ja hän on pitänyt sanoistaan kiinni. (Makkonen 2012.)

Tänä vuonna (2016) Lehtiä Ilosaarella -musiikkifestivaali järjestettiin ensimmäistä kertaa Joensuu Arenalla. Perinteeksi muodostunut syksyn aloitus järjestettiin lauantaina 8. lokakuuta. Samalla opiskelijoiden syyslukukauden avajaisjuhlan tunnettu tapahtuma laajeni kaikille suunnatuksi sisäfestivaaliksi. Lehtiä Ilosaarella -festivaalilla esiintymässä olivat kotimaiset artistit Sanni, Nikke Ankara, JVG, Kuningasidea, Happoradio sekä Poets of the Fall. Tapahtuman ovet aukesivat Joensuun Arenalla neljän aikaan iltapäivästä ja viimeinen esiintyjä lopetti aamuyöstä puoli yhden aikaan. (Kerubi Events 2016a.)

Joensuun Arenalla tapahtuman aikana oli tarjolla erilaisia palveluja. Palveluihin kuuluivat vaatesäilytys, wc-tilat, Kerubin Grillin ruokamyynti, kaksi eri anniskelu- aluetta alakerran permantoalueella sekä yläkerrassa ja kahvio/lounge, josta oli mahdollisuus ostaa kahvia sekä ruokaa. Tämän lisäksi Kerubi Events myi tapahtumaan VIP-lippupaketteja. VIP-lipun hintaan sisältyi pääsymaksun lisäksi narikkamaksu sekä pääsy VIP-alueelle, jossa oli ainoastaan VIP-vieraille tarkoitettu anniskelutiski, kattava buffet-ruokailu sekä wc-tilat.

3 Opinnäytetyön tausta ja tavoitteet

3.1 Tausta

Kesän 2015 jälkeen kiinnostukseni tapahtumatuotantoon sekä tapahtumissa työskentelyyn kasvoi huomattavasti. Samana vuonna työskentelin Ilosaarirock-festivaalilla ja luomieni työsuhteiden ansiosta suoritin syventävän harjoittelun Ravintola Kerubissa. Harjoitteluni kaksi ensimmäistä viikkoa koostuivat täysin Lunta Ilosaarella -musiikkifestivaalin järjestelyistä ja tapahtuman aikana työskentelin backstagella eli lavan takaisessa tilassa, jossa artistit viettävät aikaa ja jossa heidän pukukoppinsa sijaitsevat.

Aikaisemmasta työsuhteesta johtuen olin jo pitkään ollut sitä mieltä, että haluan opinnäytetyöni liittyvän jotenkin Joensuun Töminä Oy:n toimintaan. Keskusteltuani Harri Laukkasen, yrityksen tapahtumatuottajan, kanssa päädyimme yhdessä siihen tulokseen, että kaikkein paras aihe minulle olisi Lehtiä Ilosaaressa 2016 -festivaalin tapahtumatuotanto. Aiheen rajaus ja päätös toiminnallisen opinnäytetyön tekemisestä muotoutuivat seuraavilla keskustelukerroilla. Rajasimme työtehtäviäni niin, että vastuun määrä edellisiin työkokemuksiini verrattuna kasvoi, jättäen kuitenkin tilaa opiskeluilleni.

Opinnäytetyöni toiminnallisen osion toteuttaminen jakautui selkeästi kolmeen osioon. Ensimmäisessä osiossa keskityin tapahtuman suunnitteluun ja minulle annettuihin työtehtäviin. Toiseen vaiheeseen sisällytettiin viikko ennen tapahtumaa sekä tapahtuman toteuttaminen. Kolmannessa ja viimeisessä vaiheessa tehtäväni oli raportoida tapahtumasta sekä kerätä ja analysoida asiakastyytyväisyyskyselystä saatu aineisto, jota käytin lopullisessa opinnäytetyössä.

Työskentelyni ensimmäisessä vaiheessa keskityin tapahtumatuotannon suunnitelmallisiin ja järjestelmällisiin työtehtäviin. Vastuualueisiini kuuluivat talkooväen sekä palkallisen työväenväen rekrytointi tapahtuman eri palveluihin, kuten aniskelualueelle sekä narikkaan. Henkilöstön palkkaaminen ja tietokannan ylläpito tapahtuivat tiiviissä yhteistyössä tapahtumatuottajan Harri Laukkasen kanssa. Käytännössä työtehtäviini kuului olla yhteydessä Joensuun korkeakoulujen ainejärjestöihin sekä harrasteseuroihin ja tarjota mahdollisuutta talkootyöhön oman seuransa tai järjestönsä varojen keräämistä varten. Järjestelmällisiin työtehtäviini lukeutui myös erilaisten lupahakemusten täyttäminen edellisvuosien mallien perusteella.

Henkilöstöhallinnan lisäksi vastasin osaksi myös tapahtuman markkinoinnista. Tämä työtehtävä kuului toiseen vaiheeseen, joka alkoi noin viikko ennen tapahtumanjärjestämistä ja päättyi tapahtumapäivään. Vastuualueeseeni kuului järjestää tapahtuman markkinointiin tarkoitettu kampuskierros, jonka aikana kiersin Joensuun korkeakoulujen kampuksilla markkinoimassa tapahtumaa. Kierrosten aikana möin myös lippuja tapahtumaan. Markkinointikierroksiin liittyi Instagramissa järjestettävä kuvakisa, jossa palkintona oli VIP-lippupaketti. Muita

markkinointitehtäviä olivat myös julisteiden jakaminen Joensuun kaupungin sisällä sekä niiden postitus Itä-Suomen yliopiston ylioppilaskunnan toimipisteelle Savonlinnan kampukselle. Järjestin myös yhden markkinointipisteen Karelia-ammattikorkeakoulun lukuvuoden avajaisissa Tikkarinteen kampuksella elokuun lopussa. Tapahtumasta julkaistiin kuva Lehtiä Ilosaassa Instagram -tilille.

Lehtiä Ilosaassa -tapahtuman aikana työskentelin backstagella Anniina Meriläisen kanssa. Lisäksi toimimme kolmen avustajan esimiehinä. Työtehtäviimme kuuluivat artistien pukukoppien järjestely ja heidän toivomiensa vieraanvaraisuus riderien, eli mukavuusasioita koskevien listojen noudattaminen. Näihin listoihin kuuluvat muun muassa pyyhkeet, virvokkeet, ruokailu sekä muut oheistarvikkeet, kuten kynät, paperit, pelikortit ynnä muut. Illan aikana tehtäviimme kuului artistien emännöinti ja artistialueen siisteyden ylläpito. Tapahtuman jälkeen tehtäviini luonnollisesti kuului purkutyöt ja siivous backstagella.

3.2 Tavoitteet

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen, joka tarkoittaa sitä, että työ tavoittelee ammatillisessa kentässä käytännön toiminnan ohjeistamista, opastamista, toiminnan järjestämistä tai järjeistämistä. Toiminnallinen opinnäytetyö voi olla alasta riippuen esimerkiksi ohje tai opastus, kuten perehdyttämisopas tai jonkin tapahtuman suunnittelu ja toteutus. Toiminnallisessa opinnäytetyössä ei voi unohtaa selvityksen tekemistä, kuten asiakaskyselyn laatimista. Toiminnalliseen opinnäytetyöhön kuuluu raportin lisäksi produkti, eli tuotos, joka on usein kirjallinen. (Vilkka & Airaksinen 2003, 9,65)

Opinnäytetyön toiminnallisen osion tarkoituksena oli tiivis työskentely Lehtiä Ilosaassa -festivaalin tapahtumatuotannossa sekä asiakastyytyväisyyskyselyn laatiminen, toteuttaminen ja tulosten analysointi tapahtuman jälkeen. Toimeksiantajan asettamat työelämälähtöiset tavoitteet ja tehtävät tukivat tapahtuman järjestäjää Lehtiä Ilosaassa 2016 tapahtumatuotannossa sekä tuotannon eri osa-alueiden valmisteluissa. Näitä osa-alueita olivat muun muassa etukäteismarkkinointityö, talkootyövoiman rekrytointi sekä tapahtumanaikainen työ.

Työtehtävien lähtökohtaisena tavoitteena oli kasvattaa osaamistani tapahtumatuotannon tehtävissä sekä tuoda lisää näkyvyyttä tapahtumalle sosiaalisessa mediassa sekä Joensuun katukuvassa.

Asiakastyytyväisyyskyselyistä saatujen tulosten avulla on tarkoitus kehittää Lehtiä Iloosaressa -festivaalia ja muita Joensuun Töminä Oy:n vastaavan mittakaavan tapahtumia sekä mitata asiakkaiden tyytyväisyyttä tarjottuihin palveluihin syksyn 2016 tapahtumassa. Toiminnallisten työtehtävien ohella, perehdyn opin- näytetyössäni tapahtumatuotannon työkaluihin ja toimintamalleihin sekä tapahtumatuotannossa tarvittavaan teoriaan. Lisäksi toiminallisen oppinäytetyön produkti (liite 1), avustaa seuraavan samankaltaisen tapahtuman tuotannossa. Toimeksiantajana oppinäytetyössä toimii Joensuun Töminä Oy.

4 Tapahtumatuotanto

4.1 Tapahtuma

Sanakirjassa tapahtuman synonyymeja ovat "tapaus", "kohtaus", "tilaisuus" tai "kokemus". Sanaa tapahtuma käytetään myös usein urheilussa kuvaamaan jonkin lajin keskinäistä kilpailua, jolloin lajin osallistujat kokoontuvat yhteen mitemään paremmuudesta. Yhteinen piirre kuvaamaan kaikenlaisia tapahtumia on kuitenkin se, että ne ovat tilapäisiä. Järjestetyillä tapahtumilla on yleensä rajallinen voimassaoloaika, sillä ajankohta ja kesto ovat useimmiten ennalta sovit- tuja ja julkaistuja. Usein tapahtuman loppuminen on osa sen houkuttelevuutta sekä vetovoimaa. Kun tapahtuma päättyy ja on ohi, sen aikana koettuja tunteita ja mielentiloja ei voi kokea enää toiste. Tämä pätee myös jokavuotisiin festivaaleihin, sillä vaikka paikka ja ajankohta eivät muutukaan, esiintyjät, yleisön yhteisöllisyys sekä säätila voivat seuraavana vuonna vaikuttaa suuresti yksilön kokemukseen ja tämän kokemaan elämykseen. (Getz 2005, 15.)

Tapahtumaprojektin toteuttaminen alun suunnittelusta aina viimeisiin hetkiin asti on moniulotteinen matka. Valmis tapahtuma, jonka osallistujat, yleisö sekä media yleensä näkevät, on vaatinut suuren määrän etukäteistyötä ja työtunteja niin työntekijöiltä, suunnittelijoilta kuin mahdollisilta talkoolaisiltakin. Ilman näitä tahoja ja etukäteistyön määrää ei tapahtuma olisi onnistunut eikä sitä olisi voinut toteuttaa siinä laajuudessa, jonka ulkopuoliset näkevät. (Iiskola-Kesonen 2004, 11.)

Lehtiä Ilosaassa 2016 -tapahtuman suunnittelu käynnistyi jo keväällä artistivarausten osalta. Ensimmäisten artistijulkaisujen jälkeen työskentely tapahtumatuotannon parissa hiljeni kesän ajaksi. Kesällä Joensuun Töminä Oy on mukana monien muiden paikallisten tapahtumien, kuten Ilosaarirockin, tuotannossa. Huolimatta siitä, että alkukesän ongelma erään yhtyeen kiertueaikataulun kanssa toi hieman lisää töitä, Joensuun Töminä Oy hoiti suurimman osan tapahtumatuotannon vaiheista vasta loppukesän ja alkusyksyn aikana. Vaikka Lehtiä Ilosaassa -tapahtuma onkin monivuotinen ja se on järjestetty 2011 vuodesta asti Joensuu Töminä Oy:n toimesta, ei se tarkoita, etteikö työtä tuottamisessa olisi. Syksyn aikana työtä riitti niin markkinoinnin, tilavarausten, sopimusten ja lupahakemusten kuin työvoiman rekrytoinnin ja alkoholi- ja ruokatilaustenkin kanssa.

Jokaisella tapahtumatuotannon osa-alueella oli oma vastuuhenkilönsä, mikä helpotti kokonaisuuden ylläpitämistä, sillä jokainen vastuuhenkilö vastasi oman työalueensa toiminnasta ja tuotannosta. Loppujen lopuksi valmista tapahtumaa Joensuun Areenalle saapui Laukkasen Sanomalehti Karjalaiselle antaman haastattelun mukaan katsomaan noin 4 100–4 200 kävijää (Karjalainen 2016).

4.2 Tapahtumatuotanto

Tapahtumatuotanto on prosessi, jossa käytetään hyväksi henkilön organisointi- sekä taloushallintataitoja. Näitä taitoja käytetään niin tapahtumia ideoidessa, suunniteltaessa kuin toteuttaessa, eli koko tapahtumatuotantoprosessin aikana. Tapahtumatuottajat ja tapahtumia järjestävät henkilöt työskentelevät budjeteiden,

aikataulujen, myyjien sekä yhteistyökumppaneiden kanssa tuottaakseen parhaan mahdollisen tapahtuman asiakkailleen sekä vierailleen. Tapahtumatuotanto voi olla paljon muutakin kuin konserttien ja musiikkiesitysten tuottamista. Se voi sisältää urheilutapahtumien järjestämistä, musiikki- tai taidefestivaalien tuottamista sekä isojen juhlien kuten luokkakokousten, häiden tai pikkujoulujen järjestämistä. (Hard 2016)

Tapahtumatuottajan rooli voi olla pieni tai suuri riippuen tapahtumasta. Kuka tahansa tuottaja tai tuotantotiimi on, heillä on tärkeä työ määrittää asiakkaan tarpeet, suunnitella aikataulu, koordinoida yhteistyö tuotannon tarjoajien kanssa ja panna täytäntöön tapahtuman osa-alueet. Omistautunut tapahtumatuottaja auttaa myös määrittämään tapahtuman tarkoituksen. Tuotannon lanseeraus on tapahtumana huomattavasti erilainen verrattuna esimerkiksi opetus -tai koulutusseminaariin ja näillä tapahtumilla on todella erilaiset tekniset tarpeet. Tapahtuman selkeä tarkoitus auttaa myös määrittämään oikeanlaisen budjetin. (Reagles 2013)

4.3 Tapahtuman suunnittelu

Tapahtuman huolellinen suunnittelu auttaa arvioimaan, ovatko järjestäjän asettamat tavoitteet realistisia ja selkeästi määriteltyjä. Tavoitteet kannattaakin yleensä kirjata ylös selkeässä ja ymmärrettävässä muodossa, sillä silloin ne on helppo välittää kaikille tapahtumaan organisointiin osallistuville osapuolille. Selkeiden tavoitteiden asettaminen kertoo järjestäjän ammattitaidosta ja ne helpottavat markkinoimaan tapahtumaa. (Iiskola-Kesonen 2004, 9.)

Tapahtuman suunnittelu auttaa löytämään keinot, joilla tapahtumasta tulee onnistunut ja organisoijan asettamat tavoitteet voidaan tavoittaa. Hyvin suunniteltu toimintasuunnitelma optimoi myös toiminnan tehokkuutta sekä auttaa käyttämään voimavaroja paremmin ja johtamaan eri toimintoja tehostaen ajankäyttöä. Hyvä väline tapahtuman suunnittelussa on myös perinteinen SWOT-analyysi, joka listaa vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Hyvässä suunnitelmassa näkyvät yhtä aikaa sekä lyhyen että pitkän tähtäimen suunnitelmat ja

näkymät. Onnistunut suunnitelma kertoo myös, mitä tapahtumalla pyritään saamaan aikaan ja millä konkreettisilla toimenpiteillä asetetut tavoitteet on mahdollista saavuttaa. (Iiskola-Kesonen 2004, 9–10.)

Kun tapahtumaa ryhdytään ideoimaan, on syytä lähteä liikkeelle kysymyksestä, miksi tapahtuma halutaan järjestää eli mikä on tapahtuman tavoite. Kaikkien tapahtumassa mukana olevien on helpompi ottaa kantaa asioihin sekä olla mukana projektissa, kun tavoite on ensin selvillä ja siitä ollaan ensin yhtä mieltä. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 36.)

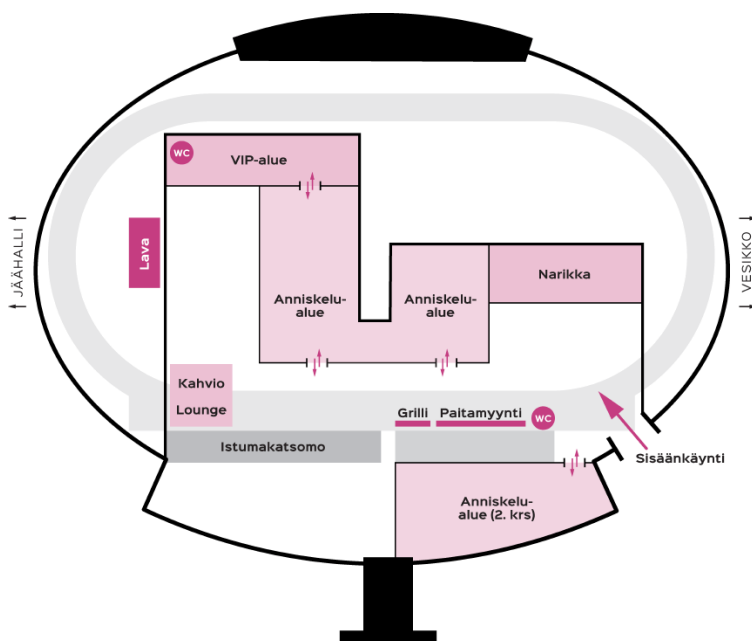
Tapahtumassa, jossa esittävä taide on pääosassa, kuten musiikkitapahtumat, sisällölliset tavoitteet ovat aina merkittäviä. Monissa tapahtumissa taloudellisen menestyksen ja lipunmyynnin ehdottomana edellytyksenä on juuri ohjelmiston tasokkuus sekä mielenkiintoisuus. Myös järjestäjän ulkoinen imago ja sen rakentaminen tai kohentaminen ovat usein yleisötapahtumien keskeisiä sisällöllisiä tavoitteita. (Kauhanen ym. 2002, 46.)

Joensuun Töminä Oy:llä, Joensuun Popmuusikoilla ja Ravintola Kerubilla on ollut aina 1990-luvulta asti maine Joensuun rockelämän keskipisteenä. Yritykset ovat pyrkineet pitämään yllä imagoaan järjestämällä elävän musiikin esityksiä Ilosaaressa sijaitsevassa Ravintola Kerubissa. Kerubin tiloissa keikkailevat esiintyjät tuovat Joensuun kaupunkiin elävää musiikkia jokaisesta genrestä, ja kaikille elävästä musiikista nauttivalle löytyy Kerubin keikkatarjonnasta jotakin. Yleisesti Kerubi Eventsin järjestämien sisäfestivaalien tavoitteena on myös ollut tarjota jokaiselle jotakin. Yksi esimerkki tästä on tämän syksyn Lehtiä Ilosaaressa -festivaali, jossa esiintyjäkaarti oli monipuolinen. Alkuillan Kuningasidea houkutteli paikalle vannoutuneita kannattajia ja loppuillasta esiintynyt ja tapahtuman sinetöinyt JVG taas edusti valtavirtamusiiikkia ja houkutteli paikalle paljon yleisöä.

4.4 Paikka, ajankohta ja kesto

Tapahtuman lähtökohtia ovat, mitä halutaan järjestää, milloin ja missä. Päätöksentekoon vaikuttaa tapahtumaa varten käytettävissä oleva budjetti sekä järjestäjän tapahtumalle asettamat tavoitteet. Tapahtumaa järjestettäessä kannattaa muistaa, että Suomi on täynnä tapahtumapaikkoja ja mahdollisuudet mitä erilaisimpien tapahtumapaikkojen löytämiseen ovat suuret. Valintaa tehdessä on kuitenkin hyvä muistaa ja huomioida järjestämispaikkakunta. Esimerkiksi toisella paikkakunnalla järjestettävä tapahtuma voi lisätä yllättäen kustannuksia tai vaikuttaa osallistumisaktiivisuuteen kaukaisen sijaintinsa takia. Syrjäisen tai kaukaisen sijainnin vuoksi tapahtumassa käytettävien kalusteiden kuljetuskustannukset nousevat ja osallistujien määrä saattaa laskea kuljettavan välimatkan tai toisen paikkakunnan väestönmäärän vähyyden myötä. Tapahtuman järjestäminen uudella paikkakunnalla on aina myös hieman uutta ja erilaista kuin tutussa ympäristössä ja voi tuoda omat haasteensa järjestelyihin. (Vallo & Häyrynen 2016, 167.)

Tapahtumapaikkana voi olla mikä tahansa tila, mutta valinnassa tulee ottaa huomioon tilaisuuden luonne ja osallistujat. Ulkotilaisuuksia järjestettäessä kannattaa aina olla varasuunnitelma sateen tai myrskyn varalle. Tapahtumapaikkaa valittaessa täytyy myös huomioida mahdolliset liikuntaesteiset osallistujat. Paikan valinnassa kokemuksesta on hyötyä, sillä yleensä kokenut järjestäjä näkee jo ensisilmäyksellä, toimiiko paikka tapahtuman ympäristönä. Tapahtumapaikka kannattaa käydä tarkastamassa jo hyvissä ajoin etukäteen ja arvioida sen soveltuvuus tapahtumapaikaksi kriittisesti. Valintaa tehdessä on syytä kiinnittää huomiota ainakin paikan somistus- ja äänentoistomahdollisuuksiin, saniteettitiloihin, tilan kokoon sekä sen sopivuuteen tapahtuman luonteeseen ja osallistujamäärään nähden. Lisäksi kannattaa järjestäjän kannattaa ottaa huomioon tapahtumapaikan kulkuyhteydet sekä paikoitusmahdollisuudet. Tiloja varattaessa on hyvä muistaa tapahtuman rakennukseen sekä purkuun käytettävä aika. Tapahtuman koosta riippuen sen rakentaminen voi kestää jopa viikon. (Vallo & Häyrynen 2016, 169–171.)



Kuva 1. Areenan pohjapiirros tapahtuman aikana. (Kerubi Events 2016b)

Yleensä tapahtuman ajankohdalla on suuri merkitys, sillä tapahtuman luonne ja asiakaskunta määrittelevät hyvin pitkälti tarkoituksenmukaiset ajankohdat. Kesikesän kuukausina, koulujen kesälomien ja yleisten vuosilomakuukausien aikana on tarjolla paljon tapahtumia lähes jokaisella paikkakunnalla. Hyvin usein saman viikonlopun aikana on runsaasti yleisötapahtumia, jotka kilpailevat keskenään asiakaskunnasta. Tapahtuman luonne vaikuttaa siihen, milloin tapahtumia on tarkoituksenmukaista järjestää. Joissakin tapahtumissa jopa viikonpäivällä tai kellonajalla voi olla suuri merkitys tapahtuman toimivuuteen. (Kauhanen ym. 2002, 37.)

Tapahtuman kesto tulee myös miettiä etukäteen, ja sen suunnittelussa tulee ottaa huomioon, miten tapahtuma saadaan järjestettyä alusta loppuun asti tyylikkäästi. Sisällön lisäksi kestossa on kyse myös tapahtuman kustannuksista sekä osallistujien aikatauluista. (Vallo & Häyrinen 2016, 176.)

4.5 Lupa- ja ilmoitusasiat

Tapahtumaa järjestettäessä on hyvä muistaa, että tapahtumaa varten voidaan tarvita erilaisia lupia, kuten anniskelu-, arpajais- tai tiensulkemislupa. Joskus lupien lisäksi on myös tehtävä ilmoitus yleisötilaisuudesta, joka toimitetaan paikall-

liselle poliisiviranomaiselle. Lisäksi kaikkiin ulkoilmatapahtumiin tarvitaan lupa maanomistajalta, jollei tapahtuma järjestetä järjestäjän omistamalla maa-alueella. Kaupunkien ja kuntien omistamalla alueella kuten torilla tai puistossa järjestettäviin tapahtumiin saadaan yleensä lupa ottamalla yhteyttä kunnan tai kaupungin kiinteistöviranomaisiin, ja useiden kaupunkien omilta internetsivuilta löytyy ohjeita tapahtumajärjestäjille. (Vallo & Häyrinen 2016, 180.)

Lupia haettaessa kannattaa tehdä mahdollisimman tarkka ja yksityiskohtainen kirjallinen toteutussuunnitelma tapahtumasta. Toteutussuunnitelman ideana on, että viranomaisella saa riittävän selkeän kuvan tapahtumasta ja pystyy antamaan päätöksensä luvan saannista mahdollisimman nopeasti. Yksityiskohtainen selostus sekä tapahtuman pohjapiirustus luovat luotettavan kuvan järjestäjästä tai järjestävästä tahosta luvan hankkijana ja yleisötapahtuman organisoijana. (Vallo & Häyrinen 2016, 180.)

Lupahakemuksia varten tapahtumasta kannattaa kirjata ylös tapahtuman järjestäjä, tarkoitus, ohjelma, järjestämispaikka mahdollisimman tarkkaan määriteltynä, alkamis- ja päättymisajankohta kellonaikoinen sekä arvioitu yleisömäärä. Tapahtuma-alueesta on myös hyvä tehdä kartta, johon on merkittynä ainakin aidattu yleisöalue, rajattu anniskelualue, myyntipaikkojen sijainnit, huoltoreitit, rakenteet. (Kauhanen ym. 2002, 86–87.)

Lehtiä Ilosaaressa -tapahtumaa varten tehtiin Aluehallintovirastolle anniskelulupahakemus, johon liitettiin selvitys tilapäisen anniskelutoiminnan järjestämisestä sekä anniskelualueen rajaamista koskeva suunnitelma. Anniskelulupahakemuksen ja siihen kuuluvien liitteiden lisäksi Aluehallintovirastolle lähetettiin myös alkoholijuomien anniskelun omavalvontasuunnitelma.

4.6 Tapahtuman riskit ja turvallisuus

Jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa on tärkeää selvittää mahdolliset tapahtuman toteutukseen liittyvät riskit. Tapahtumatoteutukseen liittyvien riskien hallintaa voidaan havainnoida kolmessa eri vaiheessa. Ensimmäinen vaihe pitää si-

sällään riskien tiedostamisen eli niiden kartoittamisen. Riskien kartoitus on yleensä jo osa projektisuunnitelmaa, sillä heti alkuvaiheessa tapahtumansuunnitelmaa olisi hyvä käydä läpi kaikki mahdolliset riskit ja määritellä ne, jotka ovat mahdollisia. (Kauhanen ym. 2002, 54–57.)

Toisessa vaiheessa riskit luokitellaan niiden todennäköisyyden sekä merkityksellisuytensä perusteella. Merkityksellisyydellä tarkoitetaan lähinnä tapahtumaan vaikuttavaa taloudellista merkittävyyttä. Tässä vaiheessa ei tulisi käyttää pelkästään yhden henkilön mielipiteitä, vaan tulisi ottaa huomioon kaikkien perustellut mielipiteet ja niiden pohjalta rakentaa yhtenäinen mielipide riskien todennäköisyydestä ja merkityksellisyydestä. (Kauhanen ym. 2002, 54–57.)

Kolmannessa vaiheessa pyritään hallitsemaan riskejä tekemällä tarpeelliset suunnitelmat sekä päätökset riskien minimoimiseksi, poistamiseksi tai siirtämiseksi muille. Riskien hallinnalla tarkoitetaan edellä mainittujen kohtien jälkeen tehtäviä asioita. Keinoja riskien hallinnalle voi olla monta. Riskin suuruusluokkaa voidaan pienentää, toiminta voidaan ulkoistaa, jolloin riski siirretään muille ja joissakin tapauksissa riski voidaan vakuuttaa. (Kauhanen ym. 2002, 54–57.)

Oleellista riskienhallinnassa on se, miten suuria vastoinkäymisiä yleisötapahtuman järjestäjä todellisuudessa kestää. Toinen tärkeä asia riskien hallinnassa on muistaa paitsi ennen tapahtumaa myös tapahtuman aikana mahdollisesti toteutuvat riskit, kuten suurin osa turvallisuusriskeistä. (Kauhanen ym. 2002, 54–57.)

Kaikissa tilaisuuksissa turvallisuuden tulee olla kunnossa ja virallisten sekä laalien edellyttämien suunnitelmien ajan tasalla. Tärkeää on myös se, että mahdollisiin turvallisuusriskeihin on varauduttu sekä turvallisuuskysymykset on mietitty etukäteen tapahtumakohtaisesti. Jokaisen tapahtumassa työskentelevän henkilön tulisi tietää, missä ovat varapoistumistiet, ensisammutuskalusto, koontumispaikka sekä kuka vastaa ensihoidosta ja mistä ensihoitopisteen löytää. Tapahtumapaikan katuosoite tulisi myös olla tiedossa mahdollista hätäpuhelua, onnettomuus- ja kriisipuhelua varten. (Vallo & Häyrinen 2016, 216–217.)

Vastuu tapahtuman turvallisuudesta on aina järjestäjällä. Ennen tapahtumaa järjestäjän tehtävänä on mitoittaa turvallisuusriskit ja turvajärjestelyt sekä turvallisuushenkilöstön määrä riskiarvion mukaisesti. Halutessaan järjestäjä voi myös varmistaa paikalliselta poliisilaitokselta, tarvitaanko tapahtumaan koulutettuja järjestyksen valvojia. (Vallo & Häyrinen 2016, 216–217.)

Lehtiä Ilosaarella 2016 -festivaalissa järjestyksenvalvonnan kokonaisvahvuus oli neljäkymmentä henkilöä. Noin puolet järjestyksenvalvonnan henkilökunnasta Joensuun Töminä Oy oli vuokrannut Keski-Suomen Turvapalvelu Oy:ltä, jota Joensuun Töminä Oy käyttää muidenkin tapahtumiensa turvallisuuspalveluna. Osa järjestysmiehistä oli talkootehtävissä työskennelleitä paikallisia urheiluseurojen jäseniä.

Jotkin tapahtumat saattavat tarvita pelastus- tai turvallisuussuunnitelman. Turvallisuussuunnitelmaan tulisi aina kartoittaa tapahtuman keskeiset riskitekijät, niiden mahdollisen toteutumisen vaikutukset tapahtuman kannalta sekä toimenpiteet, joilla riskitekijät ennalta estetään, poistetaan tai niiden vaikutukset minimoidaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 216–217.)

Myös Lehtiä Ilosaarella 2016 -tapahtumaan tehtiin erillinen pelastussuunnitelma. Pelastuslaitokselle laaditussa suunnitelmassa täsmennettiin tapahtuman ajankohta, paikka ja kesto sekä määriteltiin tapahtuman luonne ja arvioitiin odotettu osallistujamäärä. Näiden tietojen lisäksi suunnitelmassa käytiin läpi tilaisuuden onnettomuusriskitekijät ja niiden ennaltaehkäisy sekä toimenpiteet mahdollisen onnettomuuden sattuessa. Suunnitelmaan kirjattiin ylös tapahtuman henkilöstö sekä heidän yhteystietonsa mahdollisen onnettomuuden sattuessa ja turvallisuusjärjestelyt onnettomuustilanteessa. Suunnitelmaan liitettiin karttaliite, josta selvisi aluesammutuskaluston paikat, alueen keskeiset rakenteet, poistumistiet alueelta, esiintymislavan ja yleisön paikat sekä anniskelualueet ja tapahtuman muut tilapäisrakenteet. Pelastussuunnitelman lisäksi tapahtumasta täytettiin Itä-Suomen Poliisille ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä.

4.7 Tapahtuman markkinointi

Tapahtuman markkinoinnin tavoitteet on hyvä määritellä selkeästi, mutta markkinoinnin ei kuitenkaan tulisi olla itse tarkoitus vaan keino saavuttaa tapahtuman tavoitteet, kuten tietty yleisömäärä, laatu tai imago. Markkinoinnin näkökulmat kannattaakin ottaa huomioon tapahtuman suunnittelussa heti alusta lähtien. (Iiskola-Kesonen 2004, 56.)

On tärkeää miettiä huolellisesti, kenelle tapahtumaa tehdään, eli mitkä ovat tapahtuman kohderyhmät. Seuraavaksi tulee selvittää, mitä nämä kohderyhmät haluavat tapahtumalta ja minkälaisia toiveita heillä on tapahtumalle. Kun tämä tieto on selvillä, on pohdittava, miten toivottua tapahtumaa kyseiselle asiakasryhmälle voisi markkinoida. Samanaikaisesti selventyy myös, minkälaista imagoa ja mainetta tapahtumalle tavoitellaan. (Iiskola-Kesonen 2004, 56.)

Vaikka yllämainitut tiedot ovat hyödyllisiä tapahtuman kehittymisen kannalta, ovat ne vasta murto-osa tapahtuman markkinointia. Tapahtuman markkinointiin kuuluvat myös sisäinen, ulkoinen sekä vuorovaikutusmarkkinointi. Sisäinen markkinointi luo yhteenkuuluvuuden tunnetta ja kuvaa sitä, kuinka tapahtuma ja sille asetetut tavoitteet markkinoidaan itse tapahtuman tekijöille. Varsinkin tapahtumassa, jossa sen tekijät ovat vapaaehtoisia, sisäinen markkinointi on erityisen tärkeää, sillä kun markkinointi on onnistunut, talkoolaiset puhuvat tapahtumasta myönteisesti jo ennen sen alkua. Sisäisen markkinoinnin avulla luodaan tapahtumaan hyvää ilmapiiriä, joka parantaa talkoolaisten sekä työntekijöiden viihtyvyyttä. (Iiskola-Kesonen 2004, 56.)

Ulkoinen tapahtuman markkinointi on näkyvintä, ja sen toimenpiteet keskittyvät yleensä tapahtuman myyntiin ja myynnin edistämiseen. Ulkoisessa markkinoinnissa käytetään usein myös hyväksi mainontaa sekä suhdetoimintaa ja se usein luo odotuksia tapahtumasta. Vuorovaikutusmarkkinointi on ihmisten välistä kanssakäymistä, jota tapahtuu aina tavallisessa asiakaspalvelutilanteessa, jossa palvelutehtävissä oleva henkilö markkinoi tapahtumaa asiakkaalle omalla käyttäytymisellään. Myös erilaiset asiakaspalautejärjestelmät ovat hyviä markkinoinnin apuvälineitä. (Iiskola-Kesonen 2004, 56–57.)

Tapahtumaa markkinoitaessa tulee noudattaa yhteistä linjaa sekä olla pitkäjänteinen. Asiakkaisen toiveiden selvittäminen ja tapahtuman muokkaaminen niiden mukaan on pitkä ja aikaa vaativa prosessi, ja siinä on edettävä kärsivällisesti. (Iiskola-Kesonen 2004, 57.)

4.8 Kohderyhmä

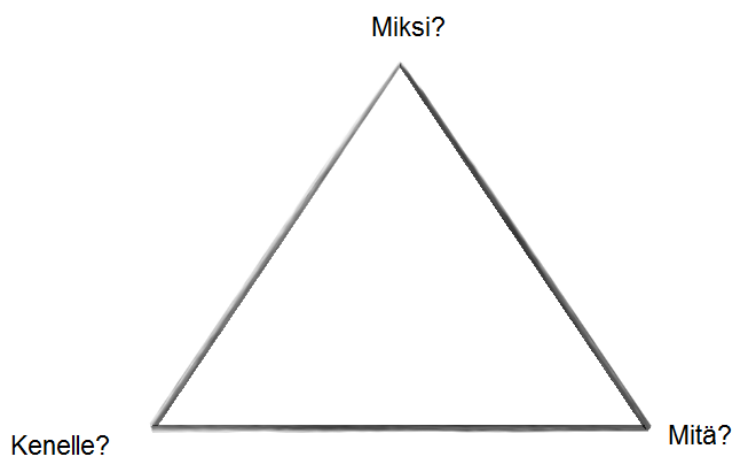
Kohderyhmä on joukko ihmisiä, joita yhdistää jokin tietty tekijä. Kohderyhmät ovat organisaatioille ja yrityksille tärkeitä esimerkiksi yhteydenpidon kannalta. Elintavoiltaan yhtenevät ihmiset, asiakkaat tai kilpailijat voivat olla mahdollisia kohderyhmiä. (Suomen Mediaopas 2016.)

On tärkeää muistaa se, ettei tapahtumaa olla järjestämässä itselle vaan erikseen määritellylle kohderyhmälle, joka ennen tapahtumaa tulee olla selkeästi määriteltynä. Kohteena voi olla järjestäjän nykyiset tai potentiaaliset asiakkaat, henkilöstö, omistajat, yhteistyökumppanit, sidosryhmät tai jopa lehdistön edustajat. Näiden lisäksi kohderyhmä voidaan rajata tarkemmin esimerkiksi sukupuolen, iän, siviilisäädyn, harrastusten, ruokavalion tai asuinpaikkakunnan perusteella. Kohderyhmä kannattaa siis analysoida tarkkaan, mutta silloin täytyy pitää mielessä, että mikä sopii yhdelle, ei sovi kaikille. (Vallo & Häyrinen 2016, 147–148.)

Kohderyhmä ja sen koko määrittävät usein jo valmiiksi, millaista tapahtumaa ollaan järjestämässä. Oleellista on kuitenkin se, että jokainen tapahtuma suunnitellaan ja toteutetaan kohderyhmä koko ajan huomioiden. Tämä koskee myös järjestäjän omalle henkilökunnalleen järjestämiä tapahtumia. Hyvä tapahtumanjärjestäjä osaakin asettua kohderyhmän asemaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 148.)

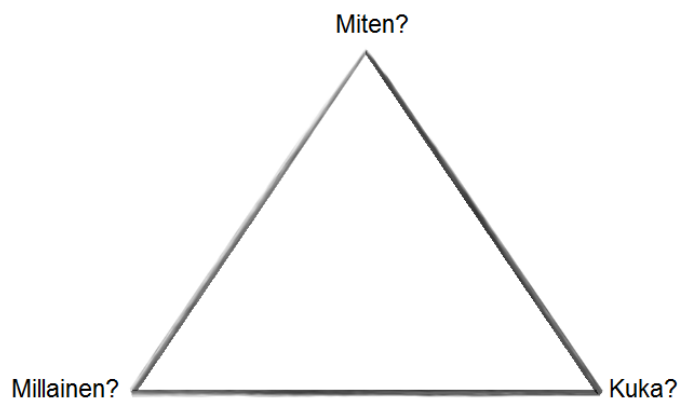
4.9 Strateginen ja operatiivinen kolmio

Onnistuneen tapahtuman aistii helposti ruumiin jokaisessa solussa. Onnistuneessa tapahtumassa tunnelma on ainutlaatuinen ja sekä sisältö että tunne ovat kohdallaan. Onnistunutta tapahtumaa voi kuvata tähtenä, joka sykkii kirjasta valoaan mukanaolijoille. Tähti muodostuu kahdesta kolmiosta: strategisesta ja operatiivisesta. Kummankin kolmion kulmiin voidaan sijoittaa kysymyksiä, joihin tulee osata vastata ennen tapahtuman suunnitteluun ryhtymistä. (Vallo & Häyrinen 2016, 121.)



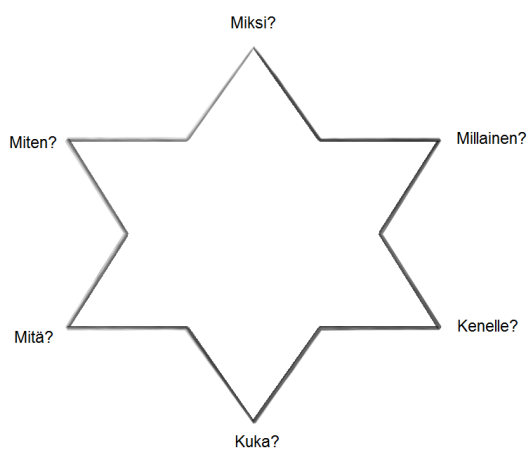
Kuva 2. Strateginen kolmio (Mukaillen Vallo & Häyrinen 2016)

Strategisen kolmion kysymyksistä muodostuu vastaus siihen, mikä on tapahtuman idea. Vastaus muodostuu kysymyksistä: miksi tapahtuma järjestetään, mitä järjestetään ja kenelle tapahtuma järjestetään? Miksi? - kysymykseen vastaus kertoo tapahtuman tavoitteen sekä viestin, jonka se haluaa yleisölle välittää. Kenelle? - kysymys vastaa siihen kuka on tavoitteen kohderyhmä. Mitä? - määrittelee tapahtuman lähtökohdat, kuten ajankohdan ja paikan. (Vallo & Häyrinen 2016, 121–122.)



Kuva 3. Operatiivinen kolmio (Mukaillen Vallo & Häyrinen 2016)

Operatiivinen kolmio on osa tapahtuman toteuttamista. Kolmion kolmen kulman kysymykset vastaavat siihen, mikä on tapahtuman teema. Tapahtuman teema muodostuu kysymyksistä: miten tapahtuma järjestetään, millainen tapahtuman ohjelma tai sisältö on sekä kuka toimii isäntänä? (Koivuranta 2016.)



Kuva 4. Onnistuneen tapahtuman malli. (Mukaillen Vallo & Häyrinen 2016)

Yhdessä nämä kuusi edellä kysytyä kysymystä muodostavat kaksi kolmiota, joiden täytyy olla keskenään tasapainossa, sillä jos toinen kolmio tai jokin kolmion kulmista on toista vahvempi, tapahtumasta tulee tasapainoton. Tämä tarkoittaa sitä, että jokin osa-alueista toimii mutta toinen voi ontua. Usein läsnäolijat ja vieraat aistivat, jos tapahtuma ei toimi, sillä sen toimimattomuus usein välittyy tunnelmassa tai siinä tunteessa, joka heille päällimmäisenä jää tapahtuman jälkeen. Kun strateginen ja operatiivinen kolmio asetetaan päällekkäin, ne muodostavat kirkkaasti tuikkivan, onnistuneen tapahtuman kolmion. (Vallo & Häyrinen, 127.)

5 Menetelmälliset valinnat

5.1 Asiakastyytyväisyyskysely

Laadin asiakastyytyväisyyskyselyn (liite 2 ja 3) aikaisempien kyselyiden perusteella. Käytin apuna muun muassa Kerubin Kellarin asiakaskyselyä, jonka Ravintola Kerubi oli toteuttanut syksyllä 2016. Tämän lisäksi konsultoin Joensuun Töminä Oy:n toimitusjohtajaa Asko Piiparista sekä tapahtumatuottajaa Harri Laukkasta kyselystä. He kertoivat mielipiteensä sekä kehittämisideoita, joiden perusteella lopullinen kysely muodostui.

Kyselyn tarkoituksena oli selvittää Lehtiä Ilosaarella -festivaalivieraiden perustietoja kuten sukupuoli, ikä, asuinpaikkakunta ja elämäntilanne sekä se, kenen kanssa he saapuivat tapahtumaan. Lisäksi tarkoituksena oli kerätä tietoa tämän vuoden artistikattauksen houkuttelevuudesta ja kysyä vierailta, kenet he halusivat nähdä esiintymässä vastaavanlaisessa tapahtumassa. Lopuksi kyselyllä selvitettiin, miten onnistuneina vieraat pitivät tapahtumanjärjestäjän palveluita sekä mitä palveluita he jäivät kaipaamaan tapahtumassa.

Kysymykset olivat suurimmaksi osaksi monivalintoja, mutta jotkin kysymykset olivat avoimia. Viimeisenä vastaajilla oli mahdollisuus kirjoittaa avoin palaute, jonka avulla pyrittiin saamaan tietoa, kehitysideoita sekä palautetta muiden kysymysten rajaaman aihealueen ulkopuolelta asiakastyytyväisyyskyselyn hyödynnettävyyden laajentamiseksi.

Asiakastyytyväisyyskysely laadittiin sekä suomen- että englannin kielellä, jotta myös ulkomaalaiset vierailijat sekä vaihto-opiskelijat voisivat täyttää kyselylomakkeen. Kyselyn ensimmäinen versio testattiin muutaman ystäväni sekä perheenjäseneni avulla. Internetkyselyn testaamisen sekä muodostamisen toteutti Antti Schroderus. Hän vastasi myös Kerubin Kellarin asiakaskyselyn luomisesta.

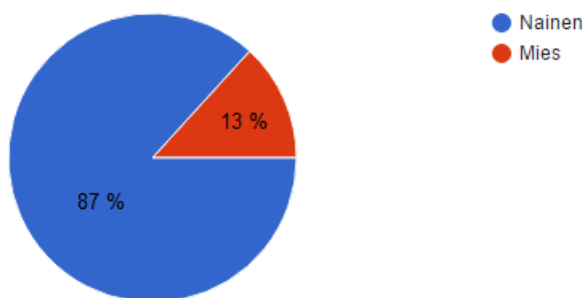
Kysely toteutettiin Google Forms -palvelun kautta, ja lomakkeen täyttämiseen tarvittava linkki jaettiin Lehtiä Ilosaassa -tapahtuman sosiaalisen median kanavilla. Kaikkien kyselyyn vastanneiden kesken arvottiin monipuolisia palkintoja. Palkintoina olivat kahden hengen VIP-paketti ensi vuoden Lunta Ilosaassa 2017 -festivaaleille, 50 euron lahjakortti Ravintola Kerubiin, pääsylippuja Kerubin Salissa järjestettävälle keikoille sekä vapaapääsyjä Kerubin Kellarin discoihin. Arvonta suoritettiin marraskuussa 2016 ja arvonnin suoritti Ravintola Kerubin sosiaalisen median vastaava Jan Rantala. Kyselyyn tulleet vastaukset käsiteltiin Google Formsin valmiin kyselytyökalun sekä Excel -taulukko-ohjelman avulla. Asiakastyytyväisyyskyselylomakkeen kummatkin versiot löytyvät tämän raportin liitteistä (liite 1 ja liite 2).

5.2 Kyselyn tulokset ja johtopäätökset

5.2.1 Kävijöiden perustiedot

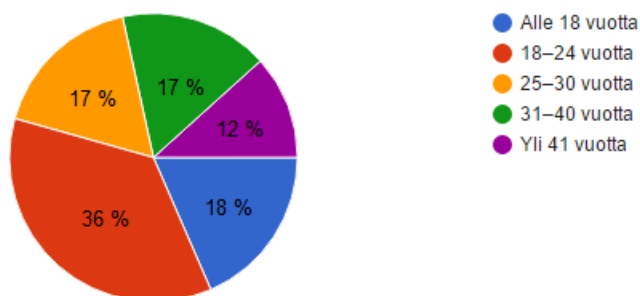
Tapahtuman jälkeen linkki kyselyyn julkaistiin tapahtuman sosiaalisen median kanavilla ja vastausaikaa kyselyyn annettiin noin kaksi viikkoa kyselyn linkin julkaisemisajankohdasta. Vastauksia kyselyyn kaiken kaikkiaan tuli 475 kappaletta ja osallistujamäärä tapahtumaan oli arviolta 4 000 kävijää, joten vastausprosentti kävijämäärään verrattuna oli noin 10 prosenttia. Kaikkiin kyselyn osioihin, kuten esimerkiksi ikä- ja sukupuolikysymyksiin, ei tullut täyttä vastausprosenttia.

Kyselyn perusteella voidaan olettaa, että suurin osa Lehtiä Ilosaassa -tapahtumassa kävijöistä oli kotoisin Joensuusta, jossa tapahtuma järjestettiin, mutta yksittäisiä vierailijoita oli saapunut myös muilta paikkakunnilta, esimerkiksi Pohjois-Karjalan sisäältä naapurikunnista tai kauempaa kuten Lapista, Kainuusta tai Uudeltamaalta.



Kuvio 1. Asiakaskyselyn tulokset vastanneiden sukupuolesta (n=469).

Kyselyyn vastanneista 87 prosenttia oli naisia ja 13 prosenttia miehiä (kuvio 1) ja ikäjakauma tapahtumassa oli odotetulla tasolla. 18–30 -vuotiaita tapahtumassa oli yli puolet, 53 prosenttia (kuvio 2). Tämä oli odotettua juuri siksi, että tapahtuma on entuudestaan tunnettu opiskelijoiden festivaalina, jolloin oletettiin, että juuri tämän ikäluokan ihmisiä saapuisi muita enemmän paikalle.

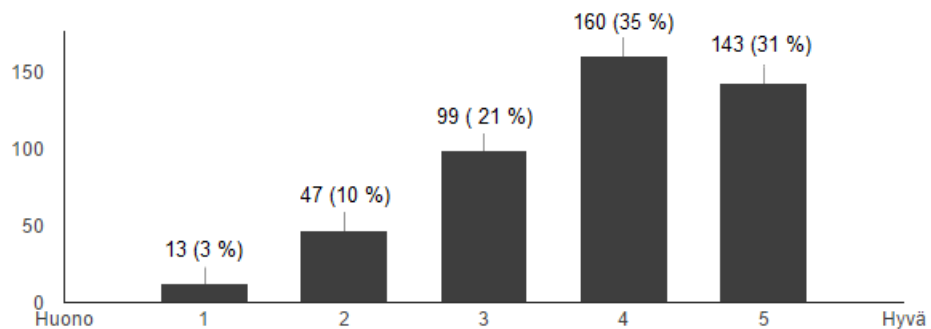


Kuvio 2. Asiakaskyselyn tulokset vastanneiden iästä (n=471).

Näiden perustietojen lisäksi kysyin vastaajilta heidän elämäntilannettaan, kuten työllistymistä tai opiskeluastetta. Vastanneista noin 40 prosenttia oli työelämässä ja toiset 40 prosenttia oli joko ensimmäisen- tai toisenasteen opiskelija. Esiintyjistä vastanneiden kesken kiinnostivat eniten JVG, Sanni sekä Happoradio ja vähiten Kuningasidea. Melkein 80 prosenttia vastanneista oli kuullut tapahtumasta sosiaalisen median kautta ja noin 17 prosenttia kaveriltaan. Eräs vastaajista oli sanonut, että sosiaalisessa mediassa hänelle alkoi tulla mainoksia tapahtumasta vasta, kun hän oli klikannut osallistuvansa tapahtumaan Facebookissa.

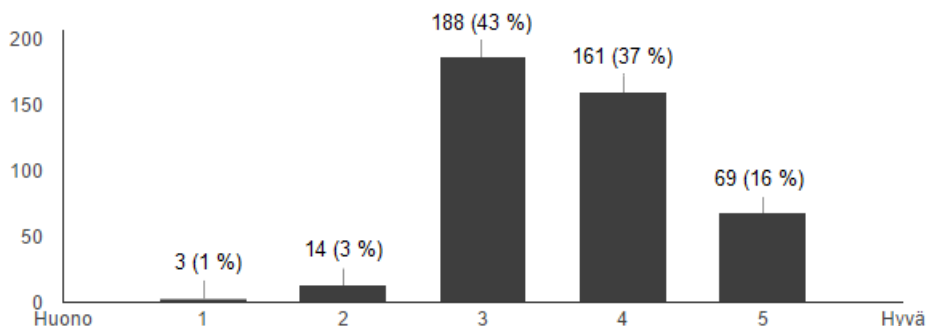
5.2.2 Asiakkaiden tyytyväisyys palveluihin

Kävijöiden perustietojen lisäksi asiakaskyselyllä haluttiin selvittää tapahtuman aikaisten palveluiden toimivuutta sekä mahdollisia puutteita, joita asiakkaat kokivat vieraillessaan Joensuun Areenalla tapahtuman aikana. Saatujen vastausten avulla voidaan parantaa tulevaisuudessa vastaavanlaisten tapahtumien palveluiden toimintaa ja näin parantaa asiakastyytyväisyyttä.



Kuvio 3. Asiakkaiden tyytyväisyys narikan palveluihin (n=462).

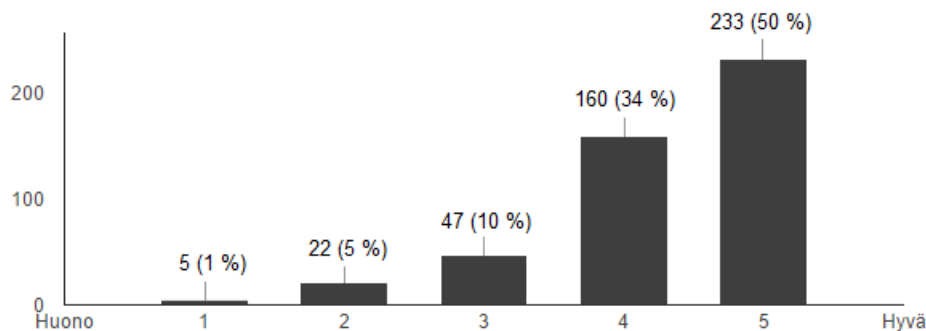
Tapahtumanjärjestäjä oli edellisten vuosien suullisten palautteiden, sekä omien havaintojen takia lisännyt tänä vuonna työvoimaa narikkaan ja se näkyi palautteesta. 66 prosenttia vastanneista piti narikan palveluja erittäin hyvänä tai hyvänä. Avoimessa palautteessa vastanneet kuitenkin moittivat jonotusaikaa sekä jonojen sekavuutta. Myös VIP-lipun ostaneille toivottiin selkeämpää omaa narikkaa. Suurinosa jonotusaikaa arvostelleista vastaajista ymmärsivät kuitenkin ruuhka-aikojen vaikeuden, sillä esimerkiksi tapahtuman loputtua, kun ihmiset lähtevät kotiin, on odotettua että narikassa on jonoa. Tähän tapahtumatuottaja voisi varautua esimerkiksi siirtämällä työntekijöitä narikkaan muista tehtävistä, missä heitä ei juuri sillä hetkellä tarvita. Koko illan aikana narikassa oli töissä talkoolaisia kuusi sekä yksi esimies.



Kuvio 4. Asiakkaiden tyytyväisyys kahviin (n=435).

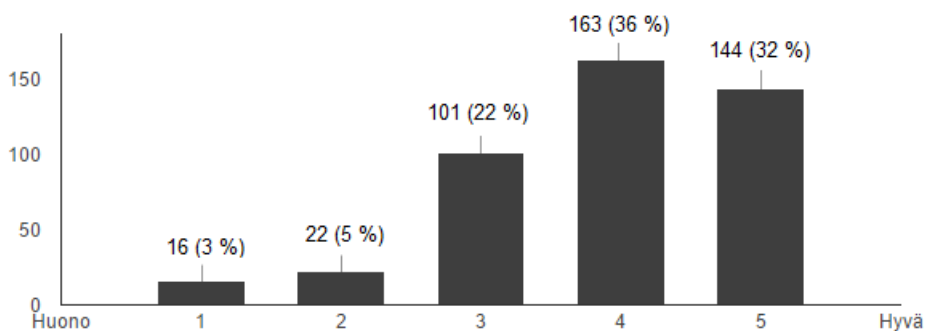
Aikaisempien vuosien Lunta Ilosaaressa -sisäfestivaalien tavoin tänä vuonna Lehtiä Ilosaaressa -tapahtumassa oli mukana Karelia-ammattikorkeakoulu, joka piti yllä kahvio-lounge yhdistelmää aivan esiintymislavan tuntumassa. Kahviossa oli myynnissä muun muassa korvapuusteja, kahvia ja patonkeja. Kahvion työntekijöinä toimivat ammattikorkeakoulun opiskelijat, yhteensä työntekijöitä kahviossa oli seitsemän. Kokonaisarvosanaksi kyselyyn vastanneet asiakkaat antoivat kahviolle ja sen palveluille keskimäärin kolme tai neljä, mutta selvästi parantamisen varaa myyntipisteelle jäi. Avoimissa palautteissa kahvion toimintaan ei kuitenkaan suoraan tullut parannusehdotuksia, joten toimintaa on vaikea lähteä kehittämään.

Avoimen palautteen puolelta voitiin lukea kuitenkin puutteita esimerkiksi alaikäisille suunnattuun juomatarjontaan, kuten energijuomien ja limujen puuttuvuuteen anniskelualueen ulkopuolelta. Lisäksi eräs palautteen antanut olisi toivonut jonkinlaista telttaa, jonne olisi voinut mennä sisälle viettämään aikaa. Ehkäpä tämän kaltaiset ratkaisut, kuten umpinainen teltta ja kehitysideat kuten juomatarjonnan laajentaminen, parantavat toteutettuina kahvion viihtyisyyttä ja asiakkaiden tyytyväisyyttä festivaalin aikana tarjottuun palveluun.



Kuvio 5. Asiakkaiden tyytyväisyys järjestyksenvalvontaan (n=467).

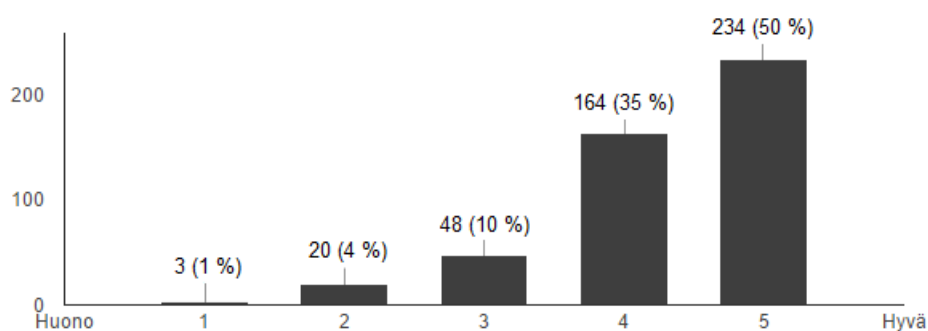
Kyselyyn vastanneista 84 prosenttia arvioi järjestyksenvalvonnan hyväksi tai erittäin hyväksi. Avointen palautteiden joukossa kritiikkiä järjestyksenvalvonta sai sisäänkäynnissä kassien ja laukkujen tarkastamattomuudesta sekä juopuneiden asiakkaiden poistamisesta anniskelualueelta liian myöhään tai alaikäisten sekaan. Vastausten perusteella järjestyksenvalvontaa voidaan siis parantaa lisäämällä laukkujen ja tavaroiden tarkastusta porteilla ennen sisäänpääsyä sekä juopuneiden asiakkaiden aikaisempaa poistoa koko tapahtumasta.



Kuvio 6. Asiakkaiden tyytyväisyys anniskelualueeseen (n=446).

Kuten narikan suhteen, myös anniskelun kanssa tapahtumanjärjestäjä oli ottanut opikseen edellisten vuosien vastaavanlaisista tapahtumista ja etenkin vuoden 2016 Lunta Ilosaassa -festivaalista, ja lisännyt anniskelualueelle myyntikassoja sekä henkilökuntaa. Anniskelualueella kassoilla toimivat pääsääntöisesti ammattilaiset tai he, joilla oli aikaisempaa työkokemusta anniskelutyöskentelystä ja apulaisina kassojen takana toimi vapaaehtoisia urheiluseuroista.

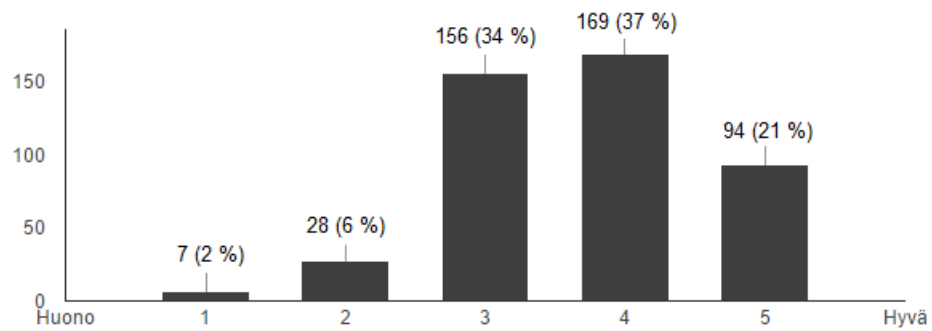
Anniskelualueen parannukset edellisiin tapahtumiin verrattuna oli huomattu myös kyselyyn vastanneiden kesken, sillä vastanneista asiakkaista suurin osa antoi anniskelualueelle arvosanaksi neljä tai viisi. Moni vastaaja olikin kommentoinut avoimen osion puolella kassojen riittävydestä sekä jonojen vähyydestä, mikä oli tietenkin positiivista tapahtuman järjestäjän kannalta. Negatiivista palautetta sekä tuli lähinnä juomatarjonnan niukkuudesta. Vastauksissa nousi esille makean siiderin puuttuminen juomavalikoimasta ja asiakkaat kaipasivat enemmän istumapaikkoja sekä pöytiä anniskelualueelle.



Kuvio 7. Asiakkaiden tyytyväisyys sisäänpääsyn toimivuuteen (n=469).

Illan aikana sisäänpääsystä kulki läpi noin 4 000 vierasta, joista suurin osa oli varautunut joihin vaihtamalla rannekkeen ennen tapahtumapäivää Kerubilla tai kampuskierroksen pisteellä. Kuten ylläolevasta kuvasta näkyy, asiakkaat olivat keskimäärin tyytyväisiä sisäänpääsyyn ja sen sujuvuuteen tapahtuman aikana. Avoimen palautteen puolella ainoaksi negatiiviseksi palautteeksi jäi jonotusjärjestelyiden sekavuus sekä porttien aukaisun viivästyminen, sillä osa asiakkaista luuli, että porttien oli tarkoitus aueta jo puoli neljältä. Tämä saattoi johtua suullisen tiedon muokkautumisesta sen kulkiessa ihmiseltä toiselle.

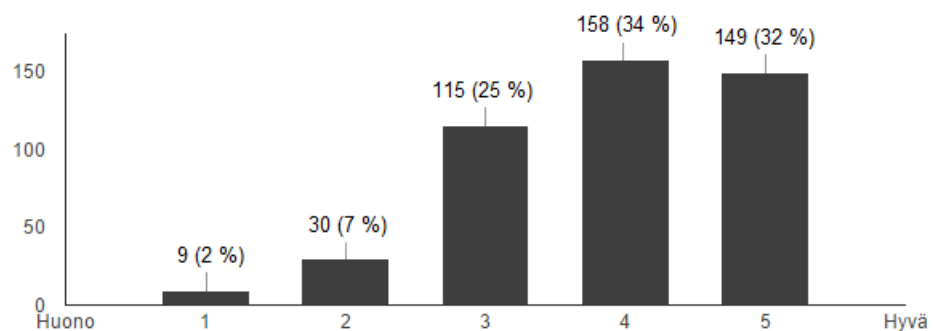
Asiakkaiden tyytyväisyyden parantamiseksi jonotuksesta voitaisiinkin tehdä järjestelmällisempää lisäämällä aidoitusta sekä kylttejä ovelle. Tämä erottelisi jo rannekkeensa ennakoon vaihtaneet jonottajat liputtomista asiakkaista ja lipun omistavista mutta rannekkeettään vielä vaihtamattomista jonottajista. Lisäksi VIP-lipun omistavien vieraiden jonon tulisi olla selkeämmin määritelty ja sen tulisi toimia vain VIP-lipullisten jonona.



Kuvio 8. Asiakkaiden tyytyväisyys ruokamyyntiin palveluna (n=454).

Ruokamyynnin tapahtuman aikana järjesti Ravintola Kerubi. Kerubin Grillistä sai ranskalaisia, bataattiranskalaisia, maalaiskanaa, salaattia ja burgereita nyhtöpössulla sekä vegaanina. Ruokamyynnissä talkootyöntekijöitä oli viisi, heidän lisäksi grillissä oli töissä Kerubin Keittiön kokkeja sekä yksi esimies.

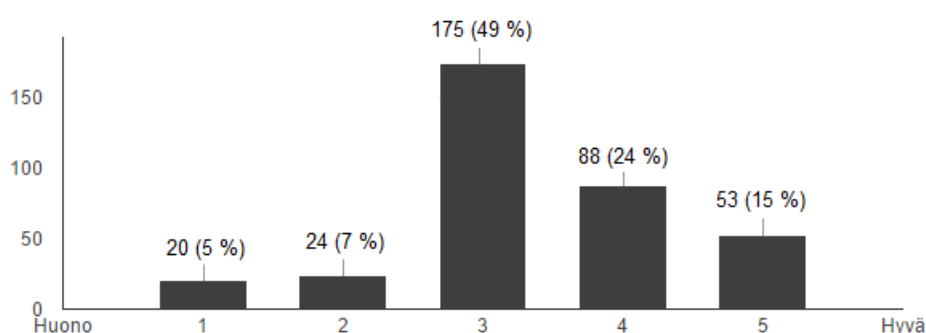
Keskimäärin kyselyyn vastanneet asiakkaat olivat tyytyväisiä Grillin tarjontaan, mutta avoimen palautteen puolella suurin osa palautteen jättäneistä olisi kaivannut ruokamyyntiin suurempaa valikoimaa, kuten muita yrityksiä ja halvempaa hintatasoa. Myös kasvisruokaa olisi kaivattu nykyistä enemmän tarjontaan. Onkin mielenkiintoista seurata, antaako Joensuun Töminä Oy muille alueen yrittäjille mahdollisuuden järjestää ruokamyyniä omassa tapahtumassaan, seuraavan kerran helmikuussa 2017, kun Lunta Ilosaaressa -festivaali järjestetään.



Kuvio 9. Asiakkaiden tyytyväisyys wc-tilojen toimivuuteen (n=461).

Wc-tilojen vähyyttä areenalla pyrittiin korvaamaan vuokraamalla normaalisti ulkokäyttöön tarkoitettuja yksittäisvessoja. Näiden vuokrattujen vessojen lisäksi oli asiakkaiden mahdollista käyttää areenan wc-tiloja, jotka sijaitsivat areenan ylätasanteella. Myös VIP-puolelle oli sijoitettu muutama vuokravessa.

Asiakastyytyväisyyskyselyssä nousi esille moneen otteeseen vessojen vähyyks ja erityisesti naisten vessoja kaivattiin vielä entistä enemmän. Myös VIP-puolella asioineet asiakkaat harmittelivat asiaa omalla puolellaan. Avoimesta palautteesta huolimatta wc-tilat saivat keskimäärin hyviä arvosanoja ja yli 30 prosenttia vastanneista antoi palvelulle korkeimman arvosanan, 5.



Kuvio 10. Asiakkaiden tyytyväisyys VIP-alueeseen palveluna (n=360).

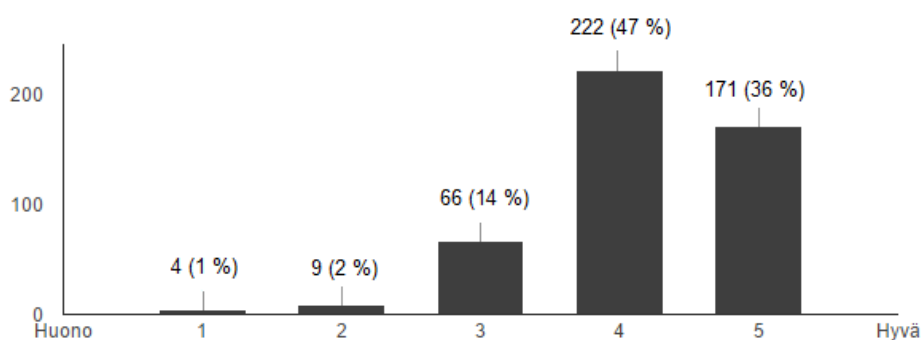
Kaikkein huonoimman arvosanan tapahtuman aikaisista palveluista sai anniskelualueen takaosassa sijainnut VIP-alue, jonne pystyi ostamaan lipun 60 euron hintaan. VIP-lippupaketin hintaan kuului sisäänkäynti areenalle, narikkamaksu, illallinen buffet-pöydästä sekä erillisen VIP-alueen baarin palvelut.

Avoimen palautteen kautta syy huonolle arvosanalle tuli selväksi heti. VIP-lippupakettien ostajat olivat sitä mieltä, että heidän rahoilleen oli tullut tarpeeksi vastinetta. Eniten asiakkaat olivat olleet pettyneitä ruokaan ja sen maittavuuteen, mutta sen lisäksi he kritisoivat alueelle sisäänkäyntiä suoraan anniskelualueen läpi sekä yleisesti VIP-alueen sijaintia lavaan nähden. Uskon, että jos näihin virheisiin puututaan ja toimintaa pyritään parantamaan tästä tapahtumakerrasta, asiakkaiden tyytyväisyys nousee ja arvosana VIP-palveluille voi myös nousta sen mukana.

5.2.3 Asiakkaiden tyytyväisyys tapahtuman osa-alueisiin

Palvelutyytyväisyyden lisäksi kyselyn tarkoitus oli selvittää, kuinka tyytyväisiä tapahtumassa käyneet asiakkaat olivat muun muassa artistikattaukseen, yleiseen tunnelmaan, tapahtuman ennakkotiedotukseen, Joensuun Areenaan uutena tapahtumapaikkana sekä lippujen hinta-laatusuhteeseen. Kuten edellisiin kohtiin, myös näihin kysymyksiin vastaukset annettiin arvioimalla eri osa-alueita arvosana-asteikolla 1-5. Arvosana 1 oli huonoin mahdollinen arvosana ja 5 paras.

Vastausprosentti tähän kyselyosioon oli hieman suurempi kuin kysymyksen palveluiden toimivuudesta. Sillä toisinkuin palvelut, jokainen tapahtumassa kävijä pystyi arvioimaan esimerkiksi tunnelmaa areenalla tai tapahtumapaikan toimivuutta, käyttämättä varsinaisesti kyseistä palvelua. Seuraavien taulukoiden avulla voidaan tarkastella kyselyyn vastanneiden asiakkaiden tyytyväisyyttä tapahtuman eri osa-alueisiin.

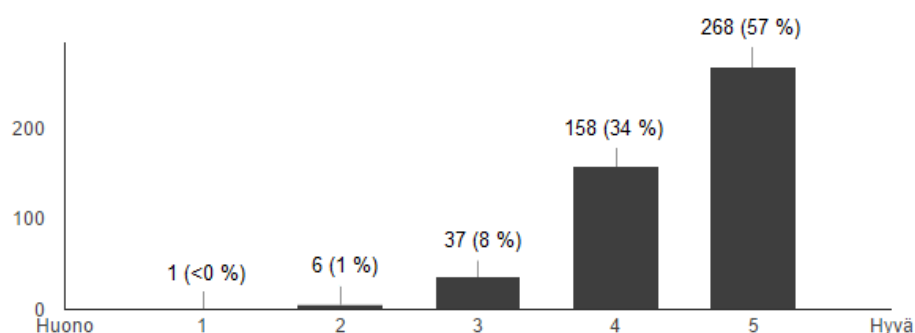


Kuvio 11. Asiakkaiden tyytyväisyys tapahtuman artistikattaukseen (n=472).

Kuten ylläolevasta kuviosta näkyy, kyselyyn vastanneet asiakkaat olivat suurimmaksi osaksi tyytyväisiä tämän vuoden Lehtiä Ilosaareissa -tapahtuman artistikattaukseen. Vain pieni osa, 17 prosenttia kyselyyn vastanneista antoi esiintyjäkattaukselle arvosanaksi kolme tai huonompi, kun taas 83 prosenttia antoi esiintyjäkaartille arvosanaksi neljä tai viisi. Avoimen palautteen puolelta negatiivista palautetta tuli ainoastaan joidenkin artistien ”jatkuvasta” esiintymisestä tapahtumapaikkakunnalla ja kyseistä palautetta antaneet henkilöt olisivatkin halunneet nähdä vaihtelevuutta artistikattauksessa.

Yleisön mielyttäminen on usein vaikea tehtävä ja juuri oikeanlaisen esiintyjäkaartin valikoiminen tapahtumaan voi olla haasteellista, sillä vaikka asiakasryhmä pyritään rajaamaan mahdollisimman tarkkaan ja sovittamaan esiintyjät juuri asiakasryhmän mukaan, on kaikkia mahdotonta miellyttää. Tapahtuman järjestäjän onkin siis tärkeää muistaa tämä lukiessaan palautetta ja valitessaan artisteja.

Kyselyssä annetun palautteen perusteella suurinosa vastanneista oli kuitenkin tyytyväisiä artisteihin. Palautteessa kysyttäessä artistitoiveita tulevaisuudessa järjestettävään vastaavanlaiseen tapahtumaan, suuri määrä vastanneita olikin kirjoittanut toiveekseen juuri nämä samaiset artistit, joita pieni joukko palautteen antajista ei enää toivonut näkevänsä Joensuussa.



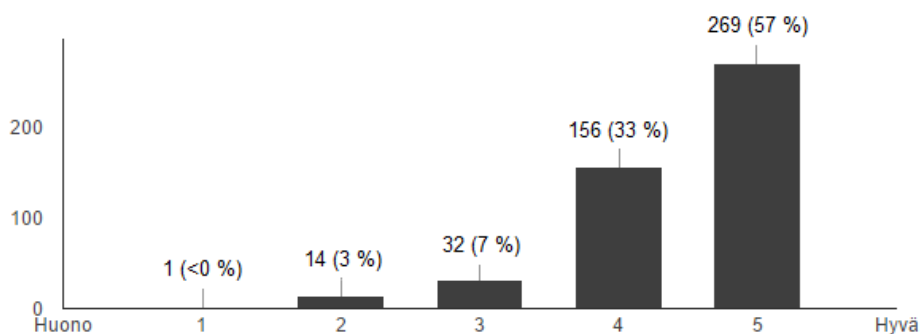
Kuvio 12. Asiakkaiden tyytyväisyys tapahtuman ennakkotiedotukseen (n=470).

Yleisesti tapahtuman ennakkotiedotukseen oltiin vastanneiden kesken erittäin tyytyväisiä. Ainoa kritiikkiä ennakkotiedotus sai jo aikaisemmin mainitusta informaation kahtijakautumisesta porttien aukeamisajankohdan suhteen, mutta tämä ei johtunut järjestäjän virheestä, sillä tieto porttien aukeamisesta oli sama niin tapahtuman Internet sivuilla, kuin Facebookissa ja muualla sosiaalisessa mediassa.

Tapahtuman ennakkotiedotus sai mitä luultavammin hyvän arvosanan siksi, että paikkakuntalaisille tapahtuman markkinointi näkyi sosiaalisessa mediassa, sekä katukuvassa useasti syksyn aikana. Joensuun Töminä Oy ylläpitää tapahtumalle omia sosiaalisen median kanavia Instagramissa sekä Facebookis-

sa. Tapahtumalle omistetun Instagram-tilin nimi vaihtuu aina tulevan tapahtuman mukaan, eli syksyisin tili toimii Lehtiä Iloosaressa -tapahtuman julkaisualustana ja talvisin Lunta Iloosaressa -tapahtuman kanavana ja niin edelleen.

Instagramissa tapahtumilla on seuraajia 536 kappaletta. Lehtiä Iloosaressa 2016 -festivaalilla oli oma tapahtumasivu Facebookissa jo keväästä asti. Facebookin tapahtumasivulla järjestäjät ilmoittivat muutoksista, ennakkolippujen myynnistä, sekä innostivat osallistujia jakamalla muun muassa esiintyvien artistien musiikkia sekä uutisia. Facebookissa tapahtumaan oli ilmoittautunut 1 400 ihmistä, noin 1 100 ihmistä oli kiinnostunut tapahtumasta ja tapahtumaa oli jaettu noin 1 500 ihmiselle.



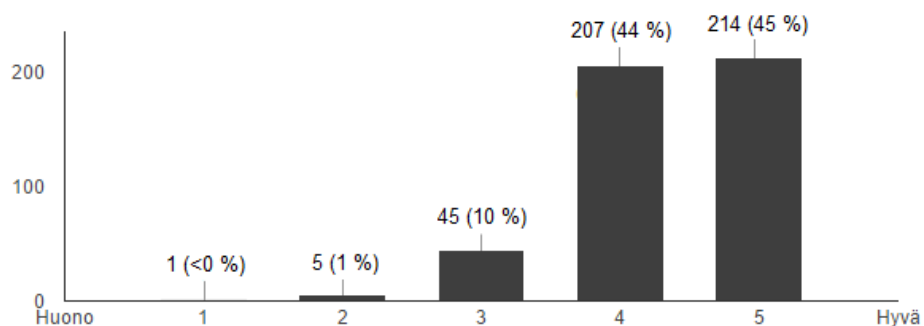
Kuvio 13. Asiakkaiden tyytyväisyys tapahtumapaikkaan (n=472).

Tänä vuonna, 2016, Lehtiä Iloosaressa -tapahtuma siirtyi ensimmäistä kertaa Joensuun Areenalle sisartapahtumansa Lunta Iloosaressa tavoin. Tätä ennen festivaali on järjestetty Joensuun keskustassa sijaitsevassa Iloosaressa. Osaksi tapahtuman siirtyminen Areenan puitteisiin johtui Joensuun Ilosaaren remontista, mutta suurin syy tapahtuman uudelle paikalle oli mitä luultavimmin kysynnän kasvu ja tarve kasvattaa tapahtumaa entisestään.

Yleisö otti muutoksen hyvin vastaan ja palautteesta pystyi lukemaan positiivisia kommentteja Areenan toimivuudesta, mutta myös sen toimimattomuudesta. Areenan katossa sijaitseva ikkuna päästi alkuillasta vielä niin paljon valoa sisätiloihin, että tunnelma oli monien mielestä huono vielä tässä vaiheessa. Areenaa

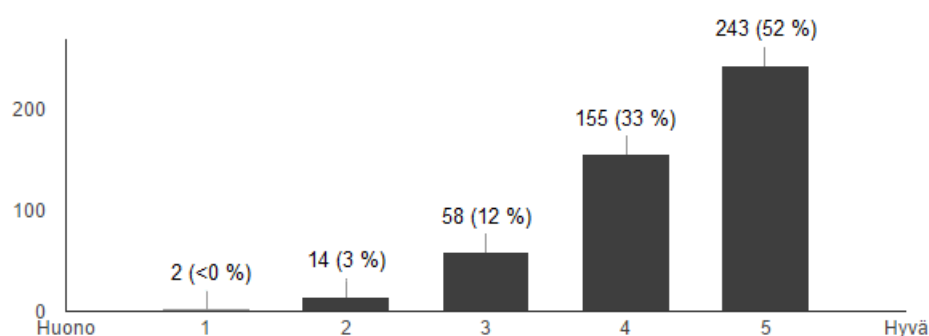
pidettiin myös kylmänä ja istumapaikkoja olisi pitänyt olla enemmän käytössä. Kaiken kaikkiaan kyselyyn vastanneet pitivät Areenaa kuitenkin onnistuneena vaihtoehtona tapahtuman järjestämiselle enkä usko, että paluuta Ilosaareen tehdään enää seuraavina vuosina. Järjestäjän kannalta Joensuun Areena on kuitenkin helpompi toimintaympäristö, sillä tapahtumatila on sisällä, jolloin sää ei vaikuta tapahtuman onnistumiseen ja järjestelyt kuten tekniikka voidaan hoitaa helpommin.

Laukkasen (2016) mukaan Joensuun Areenalla on tapahtuman järjestämisen näkökulmasta sekä hyviä, että huonoja puolia. Hyvänä puolena Laukkanen näkee sen, että Areenan henkilöstö on tottunut toimimaan tapahtumissa ja heistä on suuresti apua niin rakennus, kuin purkutehtävissä. Logistisesti Areena toimii tapahtumapaikkana hyvin niin rakennuksen kuin kuormauksenkin kannalta ja kokonsa takia Areenalla riittää tilaa sekä sähköä hyvin tapahtumien järjestämiseen. Myös sisätila tekee tapahtumien järjestämisestä helppoa, sillä säätila ei vaikuta tapahtuman järjestämiseen tai onnistumiseen juuri lainkaan. Huonoja puolia Laukkanen löytää Joensuun Areenan rakenteista, sillä Areena on osaksi rakennettu puusta, jolloin ruuanlaitossa ei saa käyttää kaasua ja lavan pyrotekniikka on myös kiellettyä. Myös huoltotilat ovat rajalliset ja varsinkin rakennuksen ja purun yhteydessä olisi hyvä päästä ajamaan autolla sisälle, mikä Areenalla on kiellettyä. Lisäksi Joensuun Areenan vuokra on suhteellisen kallis.



Kuvio 14. Asiakkaiden tyytyväisyys tapahtuman tunnelmaan (n=472).

Kyselyyn vastanneista 89 prosenttia oli sitä mieltä, että tapahtuman tunnelma ansaitsi arvosanaksi neljä tai viisi ja vain 11 prosenttia vastanneista antoi tapahtuman tunnelmalle arvosanaksi kolme tai huonompi. Kuten edellisessä kappaleessa kerroin, tunnelman laatua heikensi alkuillan aikana Areenalla ollut valoisuus, joka ei sopinut tilaisuuteen, mutta illan pimentyessä kattoikkunan kautta tullut valo poistui ja vaikutti tunnelmaan positiivisesti. Yleisesti ottaen kyselyyn tulleiden vastausten perusteella sai käsityksen, että yleisö nautti tapahtumasta ja kaikille jäi hyvä muisto illasta ja sen tunnelmasta.



Kuvio 15. Asiakkaiden mielipide tapahtuman hinta-laatusuhteesta (n=472).

Liput Lehtiä Ilosaassa 2016 -tapahtumaan maksoivat 30 euroa ja Itä-Suomen Yliopiston, Karelia-ammattikorkeakoulun, Pohjois-Karjalan koulutuskuntayhtymän opiskelijat sekä lukiolaiset saivat ostaa omat ennakkolippunsa 20 euron alennettuun hintaan ennakkomyyntipisteistä (Kerubi Events 2016c). Lipun hinnalla festivaaleilla kävijä pystyi kuuntelemaan kokonaisuudessaan yhden illan aikana kuuden eri artistin ja yhtyeen esityksen, eli varsinkin opiskelijat saivat rahoilleen vastinetta.

Eräs henkilö kommentoikin avoimessa palautteessa, että hän koki lipun hinnan kattavan jopa pelkästään yhden artistin näkemisen. Ensi helmikuussa järjestettävä Lunta Ilosaassa -festivaali tullaan järjestämään kahtena päivänä ja tapahtuman lippujen hinta nousee aikaisemmin totutusta hinnasta viisi euroa. On mielenkiintoista nähdä, kuinka asiakkaat reagoivat hieman korotettuun hintaan ja onko sillä vaikutusta asiakkaiden tyytyväisyyteen tai lipputuloihin.

6 Lopuksi

6.1 Luotettavuus ja eettisyys

Tieteellinen tutkimus on luotettavaa sekä eettisesti hyväksyttävää ja sen tulokset uskottavia vain, jos kyseinen tutkimus on suoritettu hyvän tieteellisen käytännön edellyttämällä tavalla. Hyvän tieteellisen käytännön keskeisiä lähtökohtia tutkimusetiikan näkökulmasta ovat muun muassa tutkimuslupien etukäteishankinta sekä tietyillä aloilla vaadittavien eettisten ennakoarviointien tekeminen. Tämän lisäksi tutkimuksen suunnittelu ja toteuttaminen sekä raportointi ja siitä syntyneiden tieteellisten tietojen taltiointi tulee olla tehtynä niille asetettujen vaatimusten edellyttämällä tavalla. Tutkimuksessa tulee myös noudattaa tiedeyhteisön tunnustamia toimintatapoja eli rehellisyyttä, yleistä huolellisuutta ja tarkkuutta. Lisäksi tutkimusyössä, tulosten tallentamisessa sekä esittämisessä ja tutkimusten ja niiden tulosten arvioinnissa tulee noudattaa samoja toimintatapoja. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2016.)

Opinnäytetyöni teoreettisen osuuden luotettavuus pohjautuu käyttämieni lähteiden luotettavuuteen. Kirjoittaessani teoria pohjaa minun oli huomioitava käyttämieni lähteiden alkuperä ja tarkasteltava lähteitä kriittisesti. Internet lähteitä käyttäessä täytyi huomioida myös, milloin tietoja on viimeksi päivitetty, jotta lähteestä saatu tieto on ajan tasalla. Opinnäytetyöni luotettavuutta lisää tiivis yhteistyö Joensuun Töminä Oy:n kanssa niin aikaisemmin kuin nykyhetkenä. Minulla oli mahdollisuus varmentaa lähteistä saamani tieto toimeksiantajaltani ja käytössäni oli myös toimeksiantajan minulle tarjoamia lähteitä, jotka hän on itse koonnut työuransa aikana.

Asiakaskyselyn tulosten analysoinnissa säilytin eettisyyden tutkimalla tuloksia puolueettomasti antamatta omien mielipiteiden tai ennakkokäsitysten vaikuttaa tulosten arviointiin. Kaikki tulokset kirjattiin ylös, eikä niitä vääristetty kumpaankaan suuntaan. Tutkimustulosten luotettavuutta lisää se, että tuloksien tarkasteluun on pääsy muillakin kuin itselläni ja asiakastyytyväisyyskyselyn arvonnin suoritti ulkopuolinen henkilö, jolloin minulla itselläni ei

6.2 Pohdinta

Idea opinnäytetyöni aiheelle tuli suoraan toimeksiantajani edustajalta ja tapahtumatuottajalta, Harri Laukkaselta, joten tarve kyseiselle opinnäytetyölle oli olemassa. Varsinkin opinnäytetyöni toiminnallinen puoli osoittautui hyödylliseksi Joensuun Töminä Oy:lle, sillä tekemäni asiakastytyväisyyskysely keräsi yli 450 vastausta ja kyselystä keräämäni tulokset ja palautteet antavat toimeksiantajalleni mahdollisuuden parantaa tapahtumatuotantoaan. Asiakastytyväisyyskyselyn lisäksi tekemäni produkti kiteyttää tapahtumatuotannon aikataulutuksen sekä selkeyttää tehtävien määrittelyn. Uskon, että tekemästäni tapahtumatuotannon toimintalistasta on tulevaisuudessa hyötyä sekä toimeksiantajalleni, että muille mahdollisille tapahtumanjärjestäjille, jotka sen löytävät. Tapahtumatuotannon toimintalistan tarkoituksena on toimia muistilistana tapahtumanjärjestäjälle.

Tapahtumatuotannon toimintalistan idea on helpottaa tapahtumanjärjestäjää muistamaan eri tuottamisen vaiheessa tehtävät kohdat ja työtehtävät, kuten erilaisten lupa- ja ilmoitusasioiden lähettäminen sekä tilojen, tekniikan ja muiden mahdollisten välineiden vuokraaminen. Muistilistan rakentamiseen käytin apunani Joensuun Kaupungin tapahtumapalveluiden sivuja, joista löysin erilaisten lupahakemusten listauksen sekä viitteet hakemusten lähettämisten aikatauluista. Muista työtehtävistä sekä aikatauluista keskustelin Harri Laukkasen kanssa. Muistilistassa mainittavat kohdat on tehty ajatellen Lehtiä Ilosaarella sekä Lunta Ilosaarella -tapahtumia, mutta listaa voidaan soveltaa myös muihin saman mittakaavan tapahtumiin.

Asiakastytyväisyyskysely on tapahtumatuottaja Harri Laukkasen mukaan, sekä myös omasta mielestä, todella onnistunut. Kävimme yhdessä läpi kyselystä saadut tulokset, jotka olin koonnut hänelle valmiiksi tiedostoksi. Sekä minä, että Laukkanen olemme sitä mieltä, että asiakastytyväisyyskyselyn sisällyttäminen opinnäytetyöni kokonaisuuteen lisää työni tarpeellisuutta huomattavasti. Kyselyn avulla Joensuun Töminä Oy sai paljon hyödyllistä tietoa tapahtumansa vierailijoista sekä asiakasryhmästä joka heidän tapahtumissaan käy. Asiakastytyväisyyskyselyn vastauksista kerätty tieto auttaa toimeksiantajani kohdistamaan

palvelujaan vastaamaan paremmin asiakkaidensa tarpeita ja suuntaamaan markkinointiaan paremmin jo käytettävissä olevien markkinointikanavien kautta. Joensuun Töminä Oy aikoo käyttää kyseisestä asiakastyytyväisyyskyselystä saamaansa tietoa ja palautetta tulevissa tapahtumissaan.

Tästä opinnäytetyöstä ja sen kirjoitusprosessista oli paljon hyötyä myös itselleni, sillä työn aihe toimi hyvänä johdatuksena tapahtumatuotannon toimintaan syventymiselle. Opinnäytetyöni kirjoittaminen auttoi minua syventymään tapahtumatuotannon eri vaiheisiin ja teoriaosion kirjoittaminen lisäsi henkilökohtaista osaamistani huomattavasti. Kaikkein palkitsevin osa opinnäytetyöprosessiani oli kuitenkin itse tapahtumatuotannossa mukana työskentely sekä tapahtumassa työskentely. Oli upeaa päästä seuraamaan jo perinteeksi muodostuneen Lehtiä Ilosaarella -tapahtuman tuotantoa läheltä.

6.3 Jatkoimenpiteet

Kuinka Lehtiä Ilosaarella -tapahtumaa voitaisiin kehittää jatkossa asiakkaiden antaman palautteen perusteella? Kuten jo aikaisemmin asiakaskyselyn tulosten yhteydessä mainitsin, esimerkiksi narikkaan tapahtumanjärjestäjä voisi varata enemmän työntekijöitä ruuhka aikojen jonojen välttämiseksi. Aidoitusta lisäämällä sisäänpääsyyn voitaisiin muodostaa selkeämpiä jonoja. Lisäksi alkoholitarjontaa voitaisiin lisätä esimerkiksi ottamalla makea siideri mukaan tuotevalikoimaan ja lisäämällä väkevien viinon tarjontaa. Muita kehityskohtia seuraavia tapahtumia ajatellen ovat VIP-alueen sijainti sekä ruokamyyni.

Lehtiä Ilosaarella -tapahtuman jatkoa ajatellen seuraava opinnäytetyö aihe voisi liittyä pelkästään yhden palvelukokonaisuuden kehittämiseen. Olisi mielenkiintoista nähdä, kuinka vain yhteen palveluun keskittyminen auttaisi kehittämään sitä parempaan suuntaan. Esimerkiksi anniskelualueen sekä panimovalikoiman kehittäminen seuraavassa tapahtumassa voisi tuoda todellista hyötyä tapahtumajärjestäjälle. Myös Areenan somistaminen tapahtumaa varten voisi olla sopiva toiminnallisen opinnäytetyön aihe.

Lähteet

- Getz, D. 2005. Event Management & Event Tourism. New York: Cognizat Communication.
- Hard, R. 2016. What Does Event Management Entail? <https://www.thebalance.com/what-is-events-management-1223642>. 1.12.2016
- Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjälle. Iisalmi: Suomen Liikunta ja Urheilu ry.
- Karjalainen. 2016. Sanni villitsi yleisön - Lehtiä Ilosaassa keräsi yli 4 000 festivaalivierasta – kuvagalleria. Karjalainen. <http://www.karjalainen.fi/uutiset/uutis-alueet/maakunta/item/119114-sanni-villitsi-yleison-lehtia-illosaassa-kerasi-yli-4-000festivaalivierasta>. 17.11.2016.
- Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Vantaa: WSOY.
- Kerubi Events. 2016a. Lehtiä Ilosaassa. Esiintyjät ja aikataulut. <http://www.lehtiaillosaassa.fi/esiintyjat-ja-aikataulut/>. 7.8.2016.
- Kerubi Events. 2016b. Lehtiä Ilosaassa. Info. <http://www.lehtiaillosaassa.fi/yllapito/resources/areenakartta-kopio-w860.png>. 1.12.2016.
- Kerubi Events. 2016c. Lehtiä Ilosaassa. Liput. <http://www.lehtiaillosaassa.fi/liput/>. 7.8.2016.
- Koivuranta, M. 2016. Tapahtuman ABC -käsikirja tapahtumanjärjestäjille. Posion Matkailukeskus Ry. <http://matkailu.posio.fi/fi/Tapahtumat/Tapahtumakäsikirja>. 24.9.2016
- Laukkanen, H. 2016. Tapahtumatuottaja, Joensuun Töminä Oy. Sähköposti haastattelu. 2.12.2016.
- Makkonen, A. 2012. Lehtiä Ilosaassa herää henkiin. Yle Pohjois-Karjala. http://yle.fi/uutiset/lehtia_illosaassa_heraa_henkiin/5422903. 8.8.2016.
- Muusikoiden Net. 2011. Lehtiä Ilosaassa -festivaali herää henkiin. Muusikoiden Net. <https://muusikoiden.net/uutiset/3074>. 7.8.2016.
- Oivahymy. 2016. Suomen Elintarvikevirasto. <https://www.oivahymy.fi/portal/fi/hae+yriytksia/#text=kerubi&>. 7.8.2016.
- Reagles, S. 2013. Event Planning: The Role of the Producer. <http://www.collaboratemeetings.com/how-to/working-with-a-producer/>. 4.12.2016
- Suomen Asiakastieto Oy. 2016. Joensuun Töminä Oy. Suomen Asiakastieto Oy. <https://www.asiakastieto.fi/yriytkset/FI/joensuun-tomina-oy/23183807/yleiskuva>. 4.8.2016.
- Suomen Mediaopas. 2016. Kohderyhmä. Opasmedia. <http://www.mediaopas.com/sanasto/kohderyhm%E4/>. 23.9.2016.

- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2016. Hyvä tieteellinen käytäntö.
<http://www.tenk.fi/htk-ohje/hyva-tieteellinen-kaytanto>. 27.9.2016
- Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Vilka, H & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Virta, V., Simonen, T., Ruotsalainen, L., Rummukainen, M., Rummukainen, J. & Rossi, M. 2015 Töminä Oy raportti.

Produkti

Tapahtumatuotannon toimintalista

Mitä?	Kuka hoitaa?	Mihin mennessä?	Tehty
Bändien varaus		6 kk ennen	
Esiintyjien julkaisu		4-3 kk ennen	
Luvat ja ilmoitukset - Anniskelulupa - Pelastussuunnitelma - Pelastus- ja turvallisuussuunnitelma - Ilmoitus yleisötilaisuudesta		1-2 kk ennen 2 vko ennen 2 vko ennen 1 vko ennen	
Tukkuilaukset - Alkoholitukku - Ruokatukku		1-2 vko ennen 1-2 vko ennen	
Yhteistyökumppanit		2-3 kk ennen	
Työntekijät - Talkoo - Palkallinen		2 kk ennen 2 kk ennen	
Tilan vuokraus		2 kk ennen	
Tekniikan vuokraus - Lava ja äänentoisto (Areenalta) - Sähkönjakelu - Aidat		3-4 kk ennen 4-1 vko ennen 4-1 vko ennen	
Teosto/Gramex		n. 1 kk ennen	
Mainokset - Julisteet - Banderollit		1-2 kk ennen 1 kk ennen	

Asiakastyytyväisyyskysely suomeksi

LEHTIÄ 16

ILOSAARESSA

Asiakastyytyväisyyskysely

Sukupuoli

- Nainen
 Mies

Ikäsi

- Alle 18 vuotta
 18 - 24 vuotta
 25 - 30 vuotta
 31 - 40 vuotta
 Yli 41 vuotta

Elämäntilanteesi, oletko..?

- Opiskelija (lukio, ammattioppilaitos)
 Opiskelija (korkeakoulu)
 Työelämässä
 Työtön
 Muu, mikä? _____

Kotipaikkakuntasi

Kenen kanssa tulit tapahtumaan?

- Ystävien
 Perheen
 Puolison
 Työporukan
 Muun, kenen? _____

Kuinka kuulit tapahtumastamme?

- Kaverilta
 Sosiaalisesta mediasta
 Lehestä
 Muualta, mistä? _____

Kuka esiintyjä kiinnosti sinua eniten?

- Sanni
 JVG
 Kuningasidea
 Poets of the Fall
 Nikke Ankara
 Haporadio

Kenet esiintyjän haluaisit nähdä
vastaavanlaisessa tapahtumassa?

Asteikolla 1-5, kuinka arvioisit
palvelumme? (1=huono, 5=hyvä)

Narikka	1	2	3	4	5
Ruokamyynä	1	2	3	4	5
Lounge/Kahvio	1	2	3	4	5
Anniskelualue	1	2	3	4	5
VIP-alue	1	2	3	4	5
Sisäänkäynti	1	2	3	4	5
Järjestyksenvalvonta	1	2	3	4	5
WC:t	1	2	3	4	5

Mitä palveluja jäit kaipaamaan
tapahtumassamme?

Arvioi seuraavat osa-alueet asteikolla 1-5.
(1=huono, 5=hyvä)

Artistikattaus	1	2	3	4	5
Tunnelma	1	2	3	4	5
Tapahtumapaikka	1	2	3	4	5
Ennakkotiedotus	1	2	3	4	5
Hinta-laatu - suhde	1	2	3	4	5

Vapaa sana:

Kiitos vastauksestasi! 😊

Asiakastyytyväisyyskysely englanniksi

LEHTIÄ 16

ILOSAARESSA

Customer feedback form

Gender

- Female
 Male

Your age

- Under 18 years
 18 - 24 years
 25 - 30 years
 31 - 40 years
 Over 41 years

Life situation, you are currently...?

- Studying
 Studying
 Working
 Unemployed
 Something else, what? _____

Your home town

With whom did you come to our event?

- Friends
 Family
 Spouse
 Work Colleagues
 Someone else, who? _____

Where did you hear about our event?

- From a friend
 Social media
 Newspaper
 Elsewhere, where? _____

Which of the artist where you most looking forward to?

- Sanni
 Jvg
 Kuningasidea
 Poets of the Fall
 Nikke Ankara
 Happoradio

Who would you like to see perform in a similar event?

On a scale from 1 to 5, how would you rate the following services? (1=bad, 5=good)

Cloakroom	1 - 2 - 3 - 4 - 5
Food sales	1 - 2 - 3 - 4 - 5
Lounge/Café	1 - 2 - 3 - 4 - 5
Bar	1 - 2 - 3 - 4 - 5
VIP-area	1 - 2 - 3 - 4 - 5
Entrance	1 - 2 - 3 - 4 - 5
Security	1 - 2 - 3 - 4 - 5
Toilets	1 - 2 - 3 - 4 - 5

What other services we should have had in our event?

Rate the following areas on a scale from 1 to 5. (1=bad, 5=good)

Artists	1 - 2 - 3 - 4 - 5
Atmosphere	1 - 2 - 3 - 4 - 5
Venue	1 - 2 - 3 - 4 - 5
Advance informing	1 - 2 - 3 - 4 - 5
Price to quality - ratio	1 - 2 - 3 - 4 - 5

Free word:

Thank you for your response! 😊