



Tapahtumajärjestäminen asianajotoimistossa

Mia Mikkola

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Liiketoiminnan palveluratkaisut ja kielet

Amk-opinnäytetyö

2023

Tiivistelmä

Tekijä(t) Mia Mikkola
Tutkinto Tradenomi
Raportin/Opinnäytetyön nimi Tapahtumajärjestäminen asianajotoimistossa
Sivu- ja liitesivumäärä 25 + 1
<p>Viime vuosien aikana tapahtumien järjestäminen on ollut teknologisessa murroksessa, ja palveluntarjoajien on täytynyt keksiä uusia ratkaisuja yleisön sitouttamiseksi. Tapahtumat ovat muuttuneet osittain tai kokonaan digitaalisiksi toteutuksiksi myös asianajotoimistossa. Se mahdollistaa yhä laajemman tavoitettavuuden tapahtumille, mutta vaatii myös paljon tapahtuman järjestäjältä.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millaista on tapahtumajärjestäminen isossa asianajotoimistossa ja millainen on assistentin rooli tässä prosessissa. Opinnäytetyö keskittyy lähinnä asianajotoimiston asiakastapahtumien käsittelyyn. Asianajotoimistossa on tärkeää ylläpitää asiakassuhteita ja siihen tapahtumat ovat erinomainen apukeino. Aihe opinnäytetyöhön valikoitui oman kiinnostuksen ja kokemuksen vuoksi.</p> <p>Tutkimus toteutettiin syksyllä 2023 kvalitatiivisena tutkimuksena, jossa käytettiin aineistonkeruumenetelmänä puolistrukturoitua teemahaastattelua. Tutkimuksessa haastateltiin kolmea asianajotoimistossa työskentelevää henkilöä. Haastattelut järjestettiin kasvokkain ja toteutettiin yksilöhaastatteluina.</p> <p>Opinnäytetyö koostuu tietoperustasta, empiirisestä osiosta ja tutkimustuloksista. Tietoperustan ensimmäisessä osassa käsitellään tapahtumajärjestämisen teoriaa yleisellä tasolla ja peilataan sitä Maslow'n tarvehierarkiaan. Seuraavassa osassa esitellään asianajotoimistossa esiintyviä erilaisia tapahtumalajeja. Empiirisessä osuudessa esitellään tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen toteutus. Tutkimuksen lopussa analysoidaan tutkimuksen tuloksia ja tehdään johtopäätökset ja jatkotutkimusehdotukset niiden pohjalta. Viimeisenä pohditaan tapahtumien tulevaisuutta ja omaa oppimista opinnäytetyöprosessin aikana.</p> <p>Tutkimusten tuloksista voidaan päätellä, että assistentilla on suuri rooli tapahtumajärjestämisessä asianajotoimistossa. Assistentti on tiiviisti mukana tapahtuman kaikissa vaiheissa ja varmistaa, että tapahtumasta saadaan onnistunut. Tapahtumien tavoitteista viestimistä täytyisi parantaa, jotta tavoitteet olisivat tiedossa kaikilla tapahtuman järjestämiseen osallistuvilla osapuolilla.</p>
Asiasanat Tapahtumajärjestäminen, tapahtumat, assistentti, asianajotoimisto

Sisällysluettelo

1	Johdanto	1
2	Tapahtumajärjestäminen	3
2.1	Tavoitteet	3
2.2	Maslow'n tarvehierarkia tapahtumissa.....	3
2.3	Tapahtumien luokittelu	5
2.4	Roolit tapahtumajärjestämisessä.....	5
2.5	Suunnittelu	6
2.6	Markkinointi ja viestintä	8
2.7	Toteutus	10
2.8	Jälkivaihe	11
3	Tapahtumat asianajotoimistossa	12
3.1	Asianajotoimisto	12
3.2	Tapahtumalajit asianajotoimistossa.....	12
4	Tutkimusmenetelmä ja sen toteuttaminen	15
4.1	Tutkimusmenetelmänä puolistrukturoitu teemahaastattelu	15
4.2	Tutkimusaineiston keruu ja analysointi	15
5	Tutkimustulokset	17
5.1	Assistentin rooli tapahtumissa	17
5.2	Asiakastapahtumien tavoitteet.....	18
5.3	Haasteet asiakastapahtumissa.....	18
5.4	Tapahtumien vastuullisuus	19
6	Pohdinta.....	20
6.1	Tutkimuksen luotettavuus.....	20
6.2	Johtopäätökset.....	21
6.3	Jatkotutkimusehdotukset.....	21
6.4	Tapahtumien tulevaisuus.....	22
6.5	Oma arviointi	22
	Lähteet.....	24
	Liitteet.....	26
	Liite 1. Haastattelurunko.....	26

1 Johdanto

Opinnäytetyön aiheena on tapahtumajärjestäminen asianajotoimistossa. Suoritin harjoittelujaksoni asianajotoimistossa ja pääsin osallistumaan tapahtumien järjestämiseen siellä. Tapahtumiin panostetaan nykyisin paljon ja niillä tuodaan lisäarvoa sekä asiakkaille että yrityksen omalle henkilöstölle. Asianajotoimistossa on tärkeää hoitaa asiakassuhteita erilaisten verkostoitumisten merkeissä. Viime vuodet ovat tuoneet muutosta tapahtumien järjestämiseen ja myös erilaisia virtuaalivaihtoehtoja on kokeiltu.

Korona muutti tapahtumajärjestämistä pysyvästi. Kahden vuoden ajan koronarajoitukset estivät tapahtumien järjestämisen ympäri maailmaa. (Wallo & Häyrinen 2022, luku 1.5.) Koronan aikana käyttöönotetut virtuaaliset vaihtoehdot otetaan nykyisinkin huomioon tapahtumia järjestettäessä. Vaikka enää ei olekaan rajoituksia, jotka estäisivät ihmisten osallistumisen paikan päälle tapahtumiin, tapahtumiin osallistujat ovat tottuneet valinnan vapauteen eikä sen takia tapahtuman järjestäjä voi enää yksipuolisesti määrittellä palveluratkaisuja. Yleisöstä on tullut yhä vaativampi ja se haluaa mahdollisimman sujuvia ratkaisuja, jossa sekä läsnä että etänä olevat osallistujat tuntevat olonsa tasavertaisiksi. (eSignals Pro 2022). Etänä tapahtumaan osallistuminen mahdollistaa niidenkin osallistumisen, jotka muiden syiden takia ehkä joutuisivat tapahtuman jättämään kokonaan väliin.

Nykypäivänä hyödynnetään varsinkin tapahtumien markkinoinnissa tekoälyyn perustuvia ratkaisuja. Tulevaisuudessa tekoälyn käyttö varmasti yleistyy ja sitä osataan käyttää yhä monipuolisemmin. Tekoälyn käyttö helpottaa tapahtumien järjestämistä ja sillä säästetään aikaa tapahtuman tärkeimpiin osioihin, kuten tavoitteiden asettamiseen (Saarinen & Valkonen 21.3.2023, 10–11 min).

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, millaista tapahtumajärjestäminen on asianajotoimistossa. Tutkimuskysymykset, joihin opinnäytetyössä pyritään vastaamaan, ovat ”minkälaisia tapahtumia asianajotoimistossa järjestetään” sekä ”millainen assistentin rooli on tapahtumajärjestämisessä”.

Tutkimus perustuu luotettavista lähteistä koottuun tietoperustaan. Tutkimuksessa halutaan käyttää ajankohtaisia lähteitä, jotta viime vuosien muutokset tapahtumien järjestämisessä otetaan myös huomioon. Empiirisen osan keskeinen tutkimusaineisto on haastatteluiden sisältö ja niissä esiintyvien teemojen käsittely teoriaan perustuen. Näiden lisäksi pystyn hyödyntämään omia kokemuksiani tapahtumajärjestämisestä asianajotoimistossa.

Opinnäytetyö keskittyy asiakastapahtumien järjestämiseen isossa asianajotoimistossa. Niissä assistentin rooli on merkittävin, ja tämä auttaa vastaamaan alatutkimuskysymykseen ”assistentin rooli

asianajotoimiston tapahtumajärjestämisessä”. Pienissä asianajotoimistoissa ei välttämättä järjestetä samalla mittakaavalla tapahtumia ja vastuunjako voi olla erilainen.

Ensimmäisenä opinnäytetyössä on tietoperusta, joka koostuu kahdesta luvusta ja niiden alaluvuista. Ensimmäisessä luvussa käsitellään tapahtumajärjestämisen teoriaa yleisellä pohjalla ja käydään läpi tapahtumajärjestämisen vaiheet. Toisessa luvussa keskitytään erilaisiin tapahtumiin asianajotoimistossa ja avataan hieman, minkälaisia tapahtumia asianajotoimistossa järjestetään. Tietoperustan jälkeen siirrytään laadullisen tutkimuksen teoriaan sekä opinnäytetyön menetelmävalintojen perusteluihin. Samalla kerrotaan tutkimusaineiston keruusta ja analysoinnista. Seuraavassa luvussa käydään läpi haastatteluiden tutkimustulokset jaoteltuina neljään eri teemaan. Viimeisessä luvussa pohditaan tutkimuksen luotettavuutta ja tehdään tutkimuksen johtopäätökset ja jatkotutkimusehdotukset haastatteluiden tulosten perusteella, käsitellään hieman tapahtumien tulevaisuuden näkymiä sekä lopuksi arvioidaan opinnäytetyöprosessia kokonaisuudessaan.

2 Tapahtumajärjestäminen

Tapahtuma on aikaan ja tilaan sidottu, suunniteltu ja tavoitteellinen tilaisuus, joka on suunnattu joillekulle, joiden arkirutiinien ulkopuolella tapahtuma on. Tapahtuma voi olla kertaluonteinen tai toistuva, ja se voi tapahtua joko fyysisessä tai virtuaalisessa tilassa. (Tapahtumateollisuus ry.) Tapahtumaprosessista 75 % on suunnittelua, 10 % toteutusta ja 15 % jälkitoimenpiteitä (Wallo & Häyrinen 2022, luku 7). Tässä luvussa käsitellään tapahtumajärjestämisen eri vaiheita ja osa-alueita sekä pohditaan Maslow'n tarvehierarkian hyödyntämistä tapahtumien suunnittelussa.

2.1 Tavoitteet

On tärkeää määrittää, mitä tapahtumalla halutaan saavuttaa ja miksi tapahtuma järjestetään. Mikä on tapahtuman tarkoitus ja mitä organisaatio haluaa sillä viestiä? Tapahtumaa ei edes kannata järjestää, jos ei pysty näihin kysymyksiin vastaamaan. (Wallo & Häyrinen 2022, luku 3.2.). Joskus tapahtumia järjestetään vain, koska "on ollut tapana" tai "koska muutkin järjestävät". Tällöin lopputuloksena on epämääräisiä tilaisuuksia, joiden onnistumista on haastava arvioida, sillä tavoitteet eivät ole olleet selkeät. (Wallo & Häyrinen 2022, luku 4.1.) Jokaisella tapahtumalla ei tarvitse välttämättä olla suoria liiketoiminnallisia tavoitteita, mutta järjestäjällä täytyy olla ymmärrys siitä, miksi ihmiset halutaan kutsua paikalle. Henkilöstötapahtumatkin voivat olla tavoitteellisia, sillä ne lisäävät yhteenkuuluvuuden tunnetta, sitouttavat ihmisiä sekä yritykseen että tekemään työnsä hyvin ja siten ne myös vahvistavat yrityksen brändiä. (Catani 2017, luku 1.2.)

Kun haluttu tavoite on määritelty, on mietittävä, miten se saavutetaan ja miten organisaation viestit saadaan välitetyksi oikealla tavalla (Wallo & Häyrinen 2022, luku 3.3). Tapahtumalla täytyy olla selkeä pääviesti ja mahdollisia sitä tukevia sivuviestejä. Tapahtumanjärjestäjän on mietittävä nämä viestit itselleen selviksi, jotta niiden välittäminen itse tapahtumassa olisi helpompaa. Viesti ja tavoitteet on hyvä myös kertoa kaikille tapahtuman järjestelyihin osallistuville yhteistyökumppaneille ja avustajille, jotta välitettävä viesti on kaikilla yhteinen. (Wallo & Häyrinen 2022, luku 4.2.)

Asetetut tavoitteet määrittävät sen, milloin tapahtuma voidaan laskea onnistuneeksi. Mittareina voivat toimia esimerkiksi saatu palaute, taloudellinen onnistuminen, luotujen kontaktien määrä, mikä vain mikä koetaan tärkeäksi tapahtuman luonne huomioon ottaen ja mitkä ovat olleet tavoitteet kyseiselle tapahtumalle. (Proakatemia 2019.)

2.2 Maslow'n tarvehierarkia tapahtumissa

Maslow'n tarvehierarkia on Abraham Maslow'n kehittämä teoria ihmisen motivaatiosta, joka kuvataan pyramidina. Ajatus on, että ihmisen perustarpeiden täytyy ensin täytyä ennen kuin voidaan täyttää vaativimpia tarpeita. Tätä työkalua voidaan myös hyödyntää suunniteltaessa tapahtumia ja

niiden tavoitteita. Onnistuneen tapahtuman tavoitteena on saada osallistujalle tunne henkilökohtaisesta kasvusta ja, että osallistuja on saanut käyttää omia kykyjään ja toteuttaa itseään. Jotta tähän päästään täytyy pitää huoli, että osallistujan alemman tason tarpeet täyttyvät. (NH Pro 2017.)



Kuva 1. Maslow'n tarvehierarkia (mukaillen SimplyPsychology 2023)

Alimpana pyramidissa on fysiologiset tarpeet sekä turvallisuus. Nämä molemmat kuuluvat ihmisen perustarpeisiin. Tapahtumaa suunnitellessa täytyy huomioida ihmisten tarve syödä ja juoda tasaisin väliajoin. Näihin tarpeisiin kuuluu myös fyysinen mukavuus, jonka takia tapahtumapaikka täytyy miettiä tarkkaan. Tapahtumapaikan valinta vaikuttaa myös osallistujien kokemaan turvallisuuden tunteeseen. Sitä voi parantaa myös selvillä ohjeistuksilla ja opastuksilla, jotta osallistuja tietää, missä kaikki tarvitsemansa on ja kokee näin turvallisuuden tunnetta. (NH Pro 2017.)

Seuraavina tarpeina pyramidissa ovat psykologiset tarpeet: yhteenkuuluvuus sekä arvonta ja arvostuksen saaminen. Ihmisellä on luonnollinen halu kuulua joukkoon ja tapahtumissa se täytyy huomioida mahdollisuudella keskustella tapahtumasta kollegoiden kanssa sekä verkostoitua uusien ihmisten kanssa. Jokainen osallistuja myös haluaa tuntea, että juuri hänen osallistumistaan tapahtumaan arvostetaan. Tapahtuman kokonaisuuden täytyy olla tarpeeksi vakuuttava, että osallistuja kokee saaneen oman aikansa arvoisen kokemuksen. Puhujien on hyvä olla ajankohtaisia ja relevantteja juuri kyseiselle kohdeyleisölle, viestintä tapahtuman ympärillä hyvin suunniteltua ja aikataulutusta mietittyä niin, että verkostoitumiselle on aikaa, mutta ohjelma kulkee sujuvasti kuitenkin eteenpäin. (NH Pro 2017.)

Ylimpänä pyramidissa on itsensä toteuttamisen tarve. Onnistuneessa tapahtumassa tämä voi tarkoittaa uuden oppimista, omaa luovuuden käyttämistä, jonkun tavoitteena olleen elämyksen saavuttamista tai muuta kokemusta, josta jää pitkäaikainen muistijälki. (NH Pro 2017.)

2.3 Tapahtumien luokittelu

Tapahtumia voidaan luokitella monen eri tekijän perusteella: yleisö- tai yksityistapahtuma, maksullinen tai ilmaistapahtuma tai työ- tai vapaa-ajan tapahtuma. Lisäksi tapahtumia voi luokitella niiden sisällön tai tapahtuman formaatin mukaan, esimerkiksi urheilutapahtumat, workshopit ja kongressit. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 2.1.) Catani (2017, luku 1.3) luokittelee tapahtumat sisällön perusteella aistimustapahtumiin, hyötytapahtumiin ja yhteisöllisiin tapahtumiin. Aistimustapahtumissa korostuu ohjelma ja viihteellisyys, hyötytapahtumassa keskitytään oppimiseen, palkitsemiseen ja verkostoitumiseen ja yhteisöllisessä tapahtumassa pääosassa on vuorovaikutus osallistujien kesken.

Aistimustapahtumat	Hyötytapahtumat	Yhteisölliset tapahtumat
<ul style="list-style-type: none"> • konsertit • urheilutapahtumat • ruokatapahtumat 	<ul style="list-style-type: none"> • VIP-tapahtumat • palkintogaalat • asiantuntijataapahtumat • seminaarit ja kongressit 	<ul style="list-style-type: none"> • henkilöstöjuhlat • pienryhmätilaisuudet • työpajat

Kuva 2. Tapahtumien luokittelu sisällön mukaan (mukaillen Catani 2017, luku 1.3)

2.4 Roolit tapahtumajärjestämisessä

Tapahtumaa suunnitellessa on tärkeää tietää, mikä tehtävä kuuluu kenenkin vastuulle. Roolituksessa on hyvä hyödyntää järjestäjien jo ennalta kerryttämää tietämystä ja taitoa, mutta myös välillä rohkeasti astua oman mukavuusalueen ulkopuolelle tai ottaa vastuuta asiasta, johon tuntee suurta mielenkiintoa ilman aikaisempaa kokemusta.

Kuitenkin yhdessä suunnitellen ja toteuttaen tapahtuman järjestäminen toimii parhaiten. Kommunikaatio eri tiimien ja roolien välillä on todella tärkeää, jotta pystytään säilyttämään yhtenäinen linja tapahtumassa. Alla kuvataan asianajotoimiston kolme keskeisintä roolia tapahtumien järjestämisessä.

Assistentti

Assistentin työ on monipuolista ja laaja-alaista toimistotyötä. Työnkuva määräytyykin useasti organisaation koon ja toimialan mukaan. Työtehtäviin voi kuulua muun muassa

tapahtumajärjestäminen, viestintä, kokouksissa avustaminen sekä taloushallinto. Assistentit omaavat laajan osaamisen tietotekniikasta liiketoiminnan ymmärtämiseen. Tärkeitä ominaisuuksia assistentille ovat hyvät viestintä- ja tiimitaidot, järjestelmällisyys sekä tilainteiden ennakointi. (Rekrytointi.com s.a.) Edellä mainitut ominaisuudet ovat myös erittäin hyviä tapahtumajärjestäjän ominaisuuksia.

Asianajotoimistossa assistentin rooli on hyvin moniulotteinen. Perustehtäviin kuuluu juristien avustaminen toimeksiantoliitännäisissä tehtävissä, dokumenttien hallinta, kulu- ja matkalaskujen käsittely sekä yhtenä osana asiakastapahtumien järjestämisessä avustaminen.

Tapahtumien järjestämisessä assistentti toimii yhdessä asianajotoimiston tapahtumavastaavan kanssa. Yleensä tapahtumavastaava on vastuussa asiakasviestinnästä, kuten kutsujen lähettämisestä organisaation ulkopuolelle sekä kutsulistojen kokoamisesta. Assistentin rooli painottuu sisäisiin järjestelyihin: tilan varaus, cateringin tiedottaminen henkilömäärän ja erityisruokavalioiden osalta, mahdollisten esitysmateriaalien viimeistely ja itse tapahtumassa paikalla oleminen, jos jostain yllättävää tapahtuisi. Näin juristit voivat keskittyä esiintymisiin sekä asiakkaiden kanssa verkostoitumiseen, kun kaikki taustalla on kunnossa.

Markkinoinnin ja viestinnän tiimi

Markkinoinnin ja viestinnän tiimi hoitaa tapahtumissa kutsun lähettämisen yrityksen ulkopuolisille osallistujille. Assistentti voi olla mukana kutsun luonnosteluvaiheessa, mutta lopullisen kutsun laatii markkinoinnin ja viestinnän tiimi. He myös huolehtivat tapahtuman markkinoinnista ja muusta viestinnästä tapahtumaan liittyen. Jos tapahtumassa on yhteistyökumppaneita, markkinoinnin ja viestinnän tiimi hoitaa yhteydenpidon heihin.

Catering ja HR

Henkilöstötapahtumissa catering ja HR-tiimi hoitavat järjestelyt kokonaan keskenään, ellei tapahtumaan ole koottu juhlatoimikuntaa erikseen. Muissa tapahtumissa catering on vastuussa tarjoiluista ja tarjoiluhenkilökunnan riittävyydestä.

2.5 Suunnittelu

Tapahtuman suunnitteluvaihe on aikaa vievin vaihe. Tapahtuman laajuuden mukaan se voi viedä useita kuukausia tai jopa vuosia. Mitä isompia ja vaativampia järjestelyjä tapahtuman toteuttamiseen tarvitaan, sitä aikaisemmin suunnittelun täytyy alkaa. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 7.1.)

Tapahtuman kohderyhmän valitseminen on erittäin tärkeää, sillä se määrittää minkälaista tapahtumaa ollaan järjestämässä, miten tapahtumaa markkinoidaan ja monia muita tapahtuman

järjestämiseen liittyviä asioita. Järjestäjän tulee muistaa, että tapahtumaa ollaan järjestämässä tarkkaan valitulle kohderyhmälle, ei itselle. Kohderyhmää tulee analysoida tarkkaan ja huomioida koko suunnittelun ajan, sillä kaikki ei sovi kaikille. Tapahtuma tulee suunnitella kohderyhmälle sopivaksi, jotta päästään haluttuihin tavoitteisiin ja tapahtuma saadaan onnistumaan. (Korhonen, Korhonen, Pienimäki & Rintala 2015, 13.) Varsinkin tapahtuman sisällön suunnittelussa kohderyhmän huomioiminen on erittäin tärkeää. Tapahtumanjärjestäjän täytyy tuntea kohderyhmänsä tarpeeksi hyvin, jotta voi luoda juuri tätä kohderyhmää kiinnostavan sisällön ja ohjelman tapahtumalle. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 3.3.)

Ihmisillä on edelleen halu ja tarve kohdata kasvokkain, keskustella henkilökohtaisesti ja kokea asioita fyysisesti samassa tilassa (Catani 2017, luku 1.2). Paikan päällä järjestettävä tapahtuma kuitenkin rajoittaa esimerkiksi tapahtumapaikan suhteen. Isommat kansainväliset kongressit vaativat tapahtumapaikalta todella paljon ja näitä vaatimuksia täyttäviä paikkoja on esimerkiksi Suomessa vain rajallinen määrä. Koronan aikana ihmisille tulikin tutuksi erilaiset virtuaalialustat, joilla pystyttiin järjestämään tapahtumia verkossa ja joita hyödynnetään edelleen. Ennen koronaa tapahtuma käsitteenä tarkoitti vain fyysisiä, paikan päällä järjestettyjä kohtaamisia, joissa tavattiin kasvokkain. Nykyisin käsite kattaa sekä fyysiset että verkkotapahtumat ja niiden yhdistelmän, hybriditapahtuman. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 1.5.)

Wallon ja Häyrysen (2022, luku 2.9) mukaan hybriditapahtuman suunnittelu ja toteutus on haastavaa, sillä tapahtumaan voi osallistua verkon välityksellä tai fyysisessä tapahtumapaikassa ja molempien kautta osallistujan on saatava tasavertainen kokemus tapahtumasta. Tapahtuman järjestäjän täytyy siis suunnitella kaksi eri tapahtumaa toteutettavaksi samaa aikaa ja mielellään vielä niin, että osallistujat voivat olla vuorovaikutuksessa toistensa kanssa osallistumistavasta riippumatta. Hybriditoteutuksen hyötyjä ovat tietysti osallistujan valinnanvapaus osallistumispaikan suhteen sekä viime hetken peruutusten minimoiminen, kun verkko-osallistuminen on mahdollisuus. Haasteena taas on resurssien huomioonottaminen, jotta molempien tapahtumien suunnittelu ja toteutus toimii jouhevasti. Viime hetken muutokset verkko-osallistujiksi voivat aiheuttaa haasteita paikan päällä esimerkiksi varattujen tarjoilujen kanssa. Ohjelmaa suunnitellessa täytyy myös ottaa huomioon esiintyjien osaaminen ja kokemus hybriditoteutuksista. Esiintyjän täytyy huomioida molempia yleisöjä, jottei tule tilannetta, jossa verkon välityksellä osallistuvat ovatkin vain paikan päällä olevan yleisön ja esiintyjän vuorovaikutuksen sivustakatsojia. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 2.9.)

Verkkotapahtumia on paljon erilaisia: yksisuuntaisia verkkoseminaareja eli webinaareja, joissa osallistujat voivat kommunikoida ainoastaan chatin kautta, videokonferensseja, joissa osallistujilla on myös puheoikeus sekä rinnakkaistodellisuuteen vieviä tapahtumia. Verkkotapahtumiin voidaan osallistua jokainen omalta koneeltaan esimerkiksi Teamsin tai Zoomin kautta. Toinen vaihtoehto

on, että tapahtumajärjestäjä hankkii erillisen tapahtuma-alustan, jossa on paljon monipuolisemmin työkaluja verkkotapahtuman toteuttamista varten. Vaativin tapa on hyödyntää green screeniä, jolla voidaan luoda virtuaalinen tapahtumapaikka teknologian avulla. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 2.8.) Verkkotapahtumassa täytyy huolehtia resursseista tekniikan osalta, ja tässä kannattaakin kääntyä asiantuntijoiden puoleen, jotta tapahtuman sisällön suunnittelu ei jää sivuosaan. Verkkotapahtumissa suurimpia haasteita ovat vuorovaikutuksen saaminen toimivaksi etäyhteydellä osallistuviin ihmisiin sekä heidän sitouttamisensa tietyksi ajaksi vain tapahtumaan, etteivät he tekisi muuta samaan aikaan. Tähän yhtenä ratkaisuna on verkkotapahtuman järjestäminen mahdollisimman tehokkaasti: tapahtuman keston täytyy olla paljon lyhyempi ja asiat täytyy esittää tiiviimmin, kuin live-tapahtumassa. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 2.9.) Vuorovaikutusta verkkotapahtumissa voidaan edistää myös muun muassa kysymysten esittämällä, reaaliaikaisella chatilla, äänestyksillä ja interaktiivisilla muistiinpanovälineillä (Cvent 6.9.2023). Verkkotapahtuman suurimmat edut ovat laajempi kohderyhmä ja sekä osallistumisen edullisuus. Verkkotapahtumissa matka-aika säästyy ja osallistuja saa itse valita mistä lokaatiosta tapahtumaan osallistuu. Tämä voi vaikuttaa isostikin osallistumisprosenttiin esimerkiksi keskellä talvea, huonolla ja pimeällä kelillä. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 6.2.)

2.6 Markkinointi ja viestintä

Viestintä

Toimiva tapahtumaviestintä on merkittävä osa onnistunutta tapahtumaa. Viestintää toteutetaan koko tapahtuman elinkaaren ajan: ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja tapahtuman jälkeen. Viestintään kuuluvat sekä sisäinen että ulkoinen viestintä. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 2.15.) Viestinnässä on tärkeää muistaa, että kaikki eivät ole tapahtuman aikana saman kanavan äärellä ja yhteyksissä voi olla ongelmaa. Tämän takia kannattaa hyödyntää monikanavaisuutta viestinnässä ja lähettää esimerkiksi muuttuneista aikatauluista tieto sekä sähköpostilla että julkaista siitä sosiaalisessa mediassa. (Fano 2023.)

Tärkeä osa ulkoista viestintää on kutsuprosessi. Kutsun täytyy saada sen vastaanottajalle odottava tunnelma, mutta se ei saa luoda odotuksia, joita itse tapahtuma ei pysty täyttämään. Tässäkin on otettava huomioon tapahtuman kohderyhmä, jotta osataan luoda oikeanlainen kutsu. Kutsussa on hyvä olla tärkeimmät asiat tapahtumasta, mutta tarkemmat lisätiedot voidaan lähettää ilmoittautuneille myöhemmin. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 2.17.) Nykyään suurin osa kutsuista lähetetään sähköisesti ja kutsujen lähetysajankin ovat muuttuneet. Joihinkin isoihin tapahtumiin voidaan lähettää save the date -kutsu jo paljon ennen varsinaista kutsua. Vastaavasti taas pienempiin tapahtumiin kutsu voi tulla vasta viikkoa ennen tilaisuutta eikä se välttämättä tarkoita, ettei kutsuttava olisi ollut kutsulistalla alusta asti. (Catani 2017, luku 2.4.)

On hyvä varautua myös poikkeustilanteen varalta suunnittelemalla kriisiviestintää. Siinä tärkeintä on nopeus, selkeys ja rehellisyys. Täytyy myös olla selvää kuka päättää ja viestii tapahtuneesta. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 2.15.)

Markkinointi

Tapahtuman markkinoinnilla tarkoitetaan markkinointimenetelmää, jolla pyritään kasvattamaan ihmisten tietoisuutta tapahtumasta (Fano 2023). Tapahtuman markkinoinniksi ei riitä pelkkä kutsu tai mainos, vaan tarvitaan markkinointiviestintää lisäämään tietoisuutta tapahtumasta. Tavot, joilla markkinointia toteutetaan, suunnitellaan tapahtuman kohderyhmän ja tavoitteiden mukaan. Markkinointiviestintäsuunnitelma sisältää seuraavat asiat: sisäinen markkinointi, digitaalinen markkinointi, markkinointi sosiaalisessa mediassa sekä mediamarkkinointi. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 2.14.)

Sisäinen markkinointi tarkoittaa tapahtumasta tiedottamista henkilöstölle organisaation sisällä, jotta tapahtumasta tietävät kaikki ne, joiden siitä on tiedettävä. Tähän toimivat kanavina organisaation sisäinen intranet. Mediamarkkinointi taas tarkoittaa lehti-, radio- tai TV-mainontaa. Jotkin kohderyhmät tavoitetaan edelleen parhaiten sanoma- tai aikakauslehdillä tai erilaisten ammattilaisjulkaisujen kautta. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 2.14.)

Yleisin markkinoinnin muoto kuitenkin nykyisin on digitaalinen markkinointi. Siihen kuuluu hakukonemarkkinointi, sähköpostimarkkinointi, verkkosivut tai muu sisältömarkkinointi. Sosiaalisessa mediassa markkinointi sisältyy myös digitaaliseen markkinointiin. Kanavat valitaan kohderyhmän mukaan: nuorisolle kannattaa markkinoida Instagramin tai TikTokin avulla, kun taas vanhempaa ikäluokkaa tavoittaa parhaiten Facebookista. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 2.14.)

Perinteiset markkinoinnin keinot eivät enää saa aikaan toivottua vaikutusta kohderyhmässä. On siirrytty aikaan, jolloin erilaisilla keskustelupalstoilla näkyvät kommentit, tuotetesteissä saavutetut tulokset ja organisaatiosta julkaistut kirjoitukset sekä postaukset vaikuttavat kenties enemmän kuluttajiin kuin perinteinen organisaation harjoittama markkinointiviestintä. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 1.1.)

Tapahtumat itsessään voivat toimia myös markkinointikeinona. Tapahtumamarkkinoinnin täytyy olla osa markkinointistrategiaa eikä tapahtumat saa olla vain irrallisia, muuhun markkinointiin kytkeytymättömiä tilaisuuksia. Tiettyjen kriteerien täytyy täytyä, jotta voidaan puhua tapahtumamarkkinoinnista: tapahtuma on etukäteen suunniteltu ja sillä on määritellyt tavoitteet ja kohderyhmä sekä tapahtumassa toteutuu kokemuksellisuus ja elämyksellisyys. Tapahtumamarkkinoinnin etuna on sen intensiivisyys ja henkilökohtaisuus verrattuna perinteisiin markkinointiviestintävälineisiin. Tapahtumissa voidaan hyödyntää useita eri aisteja ja se onkin hyvä ottaa huomioon suunnitteluvaiheessa. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 1.1; luku 1.2.)

Tekoälyä voidaan hyödyntää esimerkiksi sosiaalisen median kautta tehtävään markkinointiin. Tekoälyn avulla voidaan etsiä asiakkaita, jotka ovat todennäköisimmin kiinnostuneita tapahtumasta ja kohdentaa heille mainoksia. Sen avulla voidaan myös kohdentaa mainoksia henkilöille, jotka käyneet esimerkiksi viimeisen puolen vuoden aikana tapahtuman verkkosivuilla. Markkinoijat pystyvät tekoälyn avulla keräämään dataa kohderyhmän verkkojalanjäljistä ja täten saada tarkkaa tietoa asiakaskunnastaan, mikä auttaa heille suunnatun mainonnan ja kampanjoiden kohdentamisessa. (Isosomppi 2020, 21; 23.)

2.7 Toteutus

Päävastuu tapahtumasta annetaan yhdelle henkilölle, joka johtaa tuotantotiimiä ja jolla on budjettivastuu sekä oikeus tehdä päätöksiä. Tapahtuman järjestelyvastaava ymmärtää kokonaisuuden, tietää kaiken ja viime kädessä päättää kaikista tarvittavista muutoksista. Viisas tuottaja kokoaa ympärilleen ammattilaisista koostuvan työryhmän. (Catani 2017, luku 1.7.)

Ennen tapahtumaa kerrataan kaikkien tapahtuman järjestämiseen osallistuvien kanssa kaikki tehtävät ja vastuut. Henkilökunnan, tuotantotiimin ja isäntien ohjeistustilaisuudet eli briiffit pidetään yleensä muutamaa päivää aikaisemmin ja mieluusti tapahtumatilassa. Näissä tilaisuuksissa kannattaa olla todella yksityiskohtainen niiden tehtävien osalta, jotka vielä ovat delegoimatta. Kuka siirtää mikrofonin lavalta, kuka tulee lavalle, mikäli puhuja ei saa PowerPoint-esitystään toimimaan ja niin edelleen. (Catani 2017, luku 2.9.)

Vastuullisuus on koko ajan vahvistuva trendi, ja nykypäivänä tapahtumajärjestäjän on varmistettava, että tapahtuman toteutus on mahdollisimman vastuullinen. Tapahtuman vastuullisuuteen lukeutuu ympäristöllinen, taloudellinen sekä sosiaalinen vastuu. Ympäristövastuu on näistä usein helpoiten muistettava, ja josta voidaan huolehtia ekologisilla materiaalivalinnoilla ja ilmastoystävällisillä tarjoiluilla. Sen lisäksi esimerkiksi hybriditoteutus on ympäristön kannalta hyvä ratkaisu, sillä se mahdollistaa osallistumisen tapahtumaan, vaikka osallistuja olisikin kauempana. Sosiaalinen vastuu tarkoittaa sitä, että tapahtuma on saavutettavissa kaikille ja tapahtumatila on esteetön. Siihen kuuluu myös tapahtuman turvallisuudesta huolehtiminen. (Eventilla 2023.) Sosiaalisesti vastuullinen yritys myös ymmärtää miten niiden toimittajaverkostot toimivat: kohdellaanko työntekijöitä oikeudenmukaisesti ja saavatko he korvauksen tekemästään työstä. Taloudelliset näkökulmat ovat myös osa vastuullisuutta. Tapahtumaan liittyvien ratkaisujen ja päätösten tulee olla myös taloudellisesti vastuullisia, eli yritykselle kannattavia ja kilpailukykyisiä. (Wolttigroup s.a.)

2.8 Jälkivaihe

Tapahtuman jälkeen analysoidaan tilaisuus tapahtumalle asetettujen tavoitteiden ja saatujen palautteiden avulla, minkä jälkeen aloitetaan jälkimarkkinointi. Tapahtuma kannattaa arvioida aina huolellisesti, jotta saadaan tietää, missä onnistuttiin hyvin ja mitä voidaan seuraavalla kerralla kehittää. (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala 2015, 26.)

Jälkimarkkinointikin on osa tapahtumasuunnittelua. Jälkimarkkinoinnin työkaluja ovat muun muassa tapahtuman jälkeen osallistujille lähetettävä palautekysely, tapahtuman sisällön yhteenveto ja muut tarvittavat materiaalit. Palaute auttaa järjestäjiä oppimaan virheistä ja selvittämään mikä toimii hyvin. Jälkimarkkinointiin kuuluu myös tapaamisten sopiminen ja yhteydenottopyyntöihin vastaaminen niitä toivoneiden vieraiden kanssa. Tapaamiset on hyvä sopia mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen, jotta tapahtuma on vielä siihen osallistuneilla muistissa ja siitä saa kaiken hyödyn irti. (Catani 2017, luku 3.8; Cvent 6.9.2023.)

Tapahtuman osallistajat muodostavat yhteisön ja tätä yhteisöllisyyttä kannattaa hyödyntää vielä tapahtuman päättymisen jälkeenkin. Sosiaalisen median kanavat ja erilaiset jakamisalustat mahdollistavat hauskoja ja innostavia tapoja vahvistaa yhteenkuuluvaisuuden tunnetta. Valokuvat ja filmit kootaan yhteiseen paikkaan, johon vain osallistujilla on pääsy, tai vastaavasti aineistoa kannustetaan jakamaan omilla medioilla ja näin viestittää mahdollisimman laajalle joukolle siitä, mitä on tapahtunut. (Catani 2017, luku 3.8.)

3 Tapahtumat asianajotoimistossa

Tässä luvussa avataan hieman asianajotoimiston käsitettä ja tarkastellaan asianajotoimistossa järjestettäviä tapahtumia jaoteltuna kohderyhmien mukaan.

3.1 Asianajotoimisto

Asianajotoimisto ja asianajaja ovat asianajajallailla suojattuja nimikkeitä, ja niitä saa käyttää ainoastaan Suomen Asianajajaliittoon hyväksytyt, kokeneet juristit. Asianajajaksi päästäkseen täytyy suorittaa erillinen asianajajatutkinto. Asianajajat työskentelevät ainoastaan asianajotoimistoissa ja valtion oikeusaputoimistoissa. Muualla työskentelevät juristit eivät saa käyttää lailla suojattua asianajajan nimikettä. (Suomen Asianajajaliitto s.a.)

Valtaosa suomalaisista asianajotoimistoista on pieniä muutaman asianajajan yrityksiä, mutta Helsingin keskustaan on keskittynyt alan isoimmat liikejuridiikkaan perehtyneet yritykset (Apu 2020). Tässä opinnäytetyössä käsitellään tapahtumia isoissa asianajotoimistoissa, sillä pienissä toimitoissa tapahtumia ei järjestetä samalla mittakaavalla ja vastuunjako niissä voi olla erilainen. Isoissa asianajotoimistoissa on erilaisia praktiikoita, joissa eri oikeudenaloihin keskittyneet juristit työskentelevät. Näiden lisäksi asianajotoimistoissa työskentelee monenlaisia tukitoimintojen työntekijöitä, kuten assistentteja, talous-, HR-, ja IT-asiantuntijoita sekä markkinoinnin ja viestinnän asiantuntijoita.

3.2 Tapahtumalajit asianajotoimistossa

Kuten luvussa 2.3 todettiin, tapahtumia voidaan luokitella monella eri tavalla. Tässä opinnäytetyössä asianajotoimiston tapahtumat ovat selkeintä jaotella kohderyhmän perusteella asiakas- ja henkilöstötapahtumiin sekä muille sidosryhmille järjestettäviin tapahtumiin. Asianajotoimistossa järjestetään tapahtumia myös hybridi- ja virtuaalitoteutuksina, mutta verkostoitumiseen perustuvat tapahtumat pyritään järjestämään fyysisenä tapahtumana paikan päällä.

Toisinaan on hyvä, että tapahtuma on sidottu aina tiettyyn ajankohtaan, jotta sidosryhmät tietävät odottaa tiettyyn vuodenaikaan organisaation tapahtumia. Asianajotoimistossa voi olla esimerkiksi kesällä järjestettävät juhlat, joiden ajankohta pysyy suunnilleen samana joka vuosi ja näin voidaan ennakoita osallistuminen jo ennen varsinaista kutsua. Se, muodostuuko tapahtumasta perinne, on hyvin pitkälti siitä kiinni, millaisen suosion ensimmäiset tapahtuman toteutukset saavat sidosryhmien keskuudessa. Vaikka jokin tapahtuma osoittautuisikin menestykseksi heti alusta alkaen, jatkuvuuden takaamiseksi sen on uudistuttava joka kerta joltakin osin. Tapahtumien pitää elää ajan mukana ja säilyttää tuoreus niihin jo usein osallistuneiden konkareidenkin silmissä. Yksi tapa tähän

on vaihtaa tapahtuman projektipäällikköä riittävän usein, jotta saadaan uusia näkökulmia ja ideoita. (Wallo & Häyrynen 2022, luku 2.4.) Alla kuvataan kolme asianajotoimiston tapahtumalajia.

Asiakastapahtumat

Asianajotoimistossa järjestetään paljon erilaisia asiakkaille suunnattuja tapahtumia. On eri aiheisiin liittyviä seminaareja ja koulutustilaisuuksia sekä vapaamuotoisempia verkostoitumistilaisuuksia. Tapahtumissa voidaan käsitellä ajankohtaisia lainsäädäntömuutoksia ja yhteiskunnallisia ilmiöitä. Niissä yleensä puhujat ovat yrityksen omia asiantuntijoita, mutta välillä voi olla myös ulkopuolisia alan vaikuttajia. Asiakastapahtumat ovat isommassa mittakaavassa asianajotoimistossa kuin sisäiset tapahtumat ja niissä assistentin rooli on myös merkittävämpi kuin yrityksen sisäisissä tapahtumissa. Suurin osa asianajotoimiston asiapitoisista tapahtumista järjestetään hybriditoteutuksena tai kokonaan virtuaalisena, jotta saadaan tapahtumaan mahdollisimman moni asiakasyrityksen edustaja kuulolle. Tekniikasta vastaa asianajotoimiston yhteistyökumppani, jolloin muiden järjestelyihin osallistuvien ei tarvitse huolehtia tekniikan toimivuudesta. Verkon välityksellä osallistuvat voivat lähettää kysymyksiä jo ennakoon tai esittää niitä tapahtuman aikana chatin välityksellä. Paikan päällä juontajalla on tabletti tai muu laite, josta voi lukea tulleet kysymykset ja esittää kysymykset puhujille.

Asiakastapahtumiin kutsuttavien yhteystiedot löytyvät asianajotoimistossa omasta asiakashallintajärjestelmästä. Asiakkaat on yleensä jaoteltu sen mukaan, kuinka suuri osa organisaation liikevaihdosta heiltä kertyy. Tapahtumiin kutsuttavat riippuvat täysin tapahtuman tyypistä ja aiheesta. Pääasiallisesti tapahtumiin kuitenkin kutsutaan asiakkaita, jotka käyttävät eniten asianajotoimiston palveluita ja jotka eniten tuovat tuloja organisaatiolle. Joihinkin tapahtumiin voidaan kutsua myös edustajia sellaisista yrityksistä, jotka eivät vielä ole asianajotoimiston asiakkaita, mutta ovat potentiaalisia sellaisia.

Asiakastapahtumat ovat nykypäivänä osa markkinointisuunnitelmaa ja lisäävät yrityksen tunnettua ja parantavat mielikuvaa. Asiakkaat ostavat palveluita niiltä, joiden kanssa yhteistyö on jo jatkunut pitkään ja se koetaan helpoksi ja mieluisaksi. Asiakastapahtumat ovat hyvä keino syventää asiakassuhdetta ja parantaa yhteistyötä asiakkaan ja yrityksen välillä.

Henkilöstötapahtumat

Yrityksessä henkilöstö on sen tärkein osa ja on tärkeää pitää huolta henkilöstön työmotivaatiosta. Siihen henkilöstötapahtumat ovat hyvä keino. Niiden avulla voidaan luoda tiimihenkeä ja kertoa uusista suunnitelmista ja tavoitteista sekä kiittää menneen vuoden onnistumisista. Tyypillisiä henkilöstötapahtumia ovat kesäjuhlat, työhyvinvointipäivät sekä useimmissa yrityksissä järjestettävät joka vuotiset pikkujoulut. (Revolti s.a.)

Asianajotoimistossa henkilöstön viihtyvyyteen, työhyvinvointiin ja motivaatioon panostetaan erilaisilla organisaation sisäisillä tapahtumilla. Pikkujoulut ovat tietysti isoin tapahtuma, joka järjestetään lähes kaikissa organisaatioissa. Sen lisäksi järjestetään aamiaistilaisuuksia kollegoiden kanssa verkostoitumista varten, tiimien kesken kick-off- ja after work -tapahtumia sekä erilaisia sisäisiä koulutustilaisuuksia.

Henkilöstötapahtumissa usein järjestäjänä on HR- ja catering-tiimi tai sitten erikseen tapahtumaa varten koottu juh latoimikunta.

Muut sidosryhmät

Asianajotoimistossa järjestetään myös tapahtumia esimerkiksi opiskelijoille sekä kollegoille muista asianajotoimistoista. Isoimpana ryhmänä opiskelijoista on tietysti oikeustieteen opiskelijat, joille järjestetään erilaisia after work- ja ekskursion tilaisuuksia. Näissä tavoitteena on saada opiskelijat kiinnostumaan asianajotoimistosta tulevaisuuden harjoittelu- tai työpaikkana. Asianajotoimisto voi osallistua myös erilaisille rekrytointimessuille tehdäkseen itseään tunnetuksi alan työnhakijoiden keskuudessa.

4 Tutkimusmenetelmä ja sen toteuttaminen

Tässä luvussa esitellään opinnäytetyössä käytetty kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä sekä kerrotaan aineiston keruusta ja sen analysoinnista.

4.1 Tutkimusmenetelmänä puolistrukturoitu teemahaastattelu

Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa pyritään kuvaamaan ja tulkitsemaan ilmiötä ja vastaamaan kysymyksiin mitä, miksi ja miten. Laadullisessa tutkimuksessa ei ole kyse numeroista, kuten kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa. (Drake & Salmi 2018). Opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi valikoitui laadullinen tutkimus, sillä tarkoitus oli selvittää tutkittavaa ilmiötä subjektiivisesta näkökulmasta ja saada siitä mahdollisimman tarkkaa tietoa.

Haastattelu on hyvä tapa hankkia tietoa, kun halutaan selvittää, miksi jokin asia on niin kuin se on (Drake & Salmi 2018). Haastattelun etuna on erityisesti joustavuus. Haastattelijalla on mahdollisuus toistaa kysymys tarvittaessa, korjata väärinkäsityksiä sekä käydä keskustelua haastateltavan kanssa. Haastattelussa pystytään myös havainnoimaan haastateltavan eleitä, ilmeitä ja äänenpainotusta. Haastattelussa haastateltavat voidaan itse valita ja täten voidaan valita henkilöt, joilla on tutkittavasta asiasta kokemusta. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 3.1.)

Erilaiset haastattelutyypit ovat eniten käytettyjä tutkimusaineiston keruutapoja laadullisessa tutkimuksessa. Haastattelun tavoitteena on kerätä sellainen aineisto, jonka avulla voidaan tehdä tutkittavaa ilmiötä koskevia uskottavia päätelmiä. Tutkimushaastattelujen lajit eroavat toisistaan niiden strukturointiasteen eli ohjailevuuden perusteella. (Puusa & Juuti 2020, luku 6.) Puolistrukturoidussa haastattelussa kaikki kysymykset voivat olla avoimia ja niiden järjestystä voidaan vaihdella riippuen haastateltavasta. Teemahaastattelussa kysymykset voivat olla järjestettynä haastateltavan aiheen alla teemoihin, eikä välttämättä kaikkia kysymyksiä esitetä kaikille haastateltaville. Molemmat edellä mainituista menetelmistä mahdollistavat myös lisäkysymysten ja tarkentavien kysymysten esittämisen. (Drake & Salmi 2018). Opinnäytetyön tiedonkeruumenetelmäksi valittiin puolistrukturoidun ja teemahaastattelun yhdistelmä.

4.2 Tutkimusaineiston keruu ja analysointi

Tutkimusaineisto kerättiin haastatteluiden avulla. Haastattelut toteutettiin syys-lokakuussa 2023. Haastattelut järjestettiin yksilöhaastatteluina, jotta jokainen haastateltava sai oman äänensä kuuluviin eikä vastaukset vaikuttaisi muiden haastatteluihin.

Haastatteluihin osallistui kolme haastateltavaa. Osallistuneet olivat kaikki samassa asianajotoimistossa työskenteleviä. Yksi haastateltavista työskenteli markkinoinnin ja viestinnän tiimissä ja kaksi

työskentelivät assistentteina. Assistentit työskentelivät eri oikeudenalojen mukaan jakautuneissa praktiikoissa ja olivat olleet mukana paljon tapahtumajärjestämisessä. Jotta anonymiteetti säilyy haastateltavien osalta, muita yksilöiviä tietoja ei heistä tuoda esiin. Yritys pysyy myös anonyyminä ja siitä puhutaan ainoastaan asianajotoimistona.

Haastatteluajat sovittiin sähköpostin välityksellä. Sen jälkeen haastattelukysymykset lähetettiin haasteltaville etukäteen, jotta heidän oli helpompi valmistautua haastatteluun ja mahdollisesti tehdä muistiinpanoja vastaustensa tueksi. Heille lähetettiin myös tutkimustiedote ja suostumuslomake haastatteluun. Haastattelut nauhoitettiin aineiston läpikäymisen helpottamiseksi ja tulosten luotettavuuden varmistamiseksi. Haastatteluista kaksi toteutettiin alkuperäisen suunnitelman mukaisesti kasvokkain, mutta yksi jouduttiin tekemään Teamsin välityksellä yllättävien olosuhteiden takia.

Kun haastattelut oli pidetty, kuunneltiin nauhoitteet ja ne litteroitiin tekstiksi. Tekstistä korostettiin aiheita, jotka esiintyivät useamman haastateltavan vastauksissa. Aiheet jaoteltiin eri teemoihin ja vertailtiin haastateltavien vastauksia niiden avulla. Teemoittelussa on kyse aineiston pilkkomisesta ja ryhmittelystä erilaisten aihepiirien mukaan (Tuomi & Sarajarvi 2018, luku 4.1). Vastauksista karsittiin pois epäolennaiset asiat tutkimuksen kannalta. Puusan ja Juutin (2020, luku 9) mukaan sisälönanalyysi on keino jäsentää empiiristä aineistoa tulkintaa varten. Se auttaa järjestämään tutkimusaineiston tiiviiseen ja selkeään muotoon. Pelkistämisen tavoitteena on lisätä aineiston informaatioarvoa ja se on välttämätöntä tehdä, jotta aineisto saadaan yhteneväisemmäksi kokonaisuudeksi.

5 Tutkimustulokset

Tässä luvussa esitellään yksilöhaastatteluista saadut tutkimustulokset eri teemojen avulla. Teemat on jaoteltu haastatteluissa nousseiden aiheiden perusteella neljään teemaan. Teemoittelu on yksi laadullisen tutkimuksen analyysimenetelmistä, jossa nostetaan esiin tutkimuksen kannalta keskeisiä asiakokonaisuuksia ja usein esiintyviä tyypillisiä piirteitä. (Juhila s.a.) Kaikki haastateltavat työskentelivät samassa asianajotoimistossa ja heillä oli työkokemusta vähintään vuoden verran.

5.1 Assistentin rooli tapahtumissa

Haastatteluissa kävi ilmi, että assistentin rooli asianajotoimiston tapahtumissa on merkittävä. Tapahtumissa täytyy aina olla tapahtumavastaava ja pienemmissä, jonkun tietyn praktiikan tapahtumissa sen roolin ottaa assistentti. Isommissa asiakastilaisuuksissa markkinoinnin ja viestinnän tiimi hoitaa tapahtumavastaavana olemisen.

Haastateltavat nostivat assistentin tärkeimmäksi tehtäväksi tapahtumissa kokonaisuuden hallinnan sekä ajan tasalla pysymisen ja pitämisen. Assistentin vastuulla on käytännön järjestelyistä huolehtiminen. Hän ei toki kaikkea tee yksin, mutta asioiden delegointi ja informaation välittäminen eri tahoille on assistentin tärkeimpiä tehtäviä.

Assistentin tärkeimmiksi ominaisuuksiksi tapahtumia järjestettäessä haastateltavat mainitsivat hyvän stressinsietokyvyn, hyvät viestintätaidot sekä ongelmanratkaisukyvyn. Myös proaktiivinen asenne ja asioiden ennakointi nousi haastatteluissa tärkeiksi piirteiksi tapahtumien järjestämisessä. Luetellut ominaisuudet ovat muutenkin hyvän assistentin ominaisuuksia.

Kuten tietoperustassa on kerrottu, suunnitteluvaihe on tapahtuman järjestämisessä suurin osuus ja siihen myös painottuu assistentin rooli. Haastatteluissa selvisi, että suunnitteluvaiheessa assistentin tehtäviin kuuluu sopivan ajankohdan kartoitus, tilojen varaus ja niiden kalustamisesta sopiminen talon sisällä avustavien tahojen kanssa sekä tarjoiluista sopiminen cateringin kanssa. Assistentti hoitaa myös tarvittavat kirjaukset tapahtumaan ja ilmoittautumisiin liittyen sisäisissä järjestelmissä. Markkinointi lähettää osallistujille lähtevän kutsun, mutta assistentti on myös mukana sen luonnostelussa ja lähettää sisäisen kutsun talon sisällä. Haastateltavat kertoivat, että itse tapahtuman aikana assistentin tehtävänä on lähinnä varmistaa, että tilaisuus alkaa ajallaan ja sujuu suunnittelun mukaisesti. Hybriditoteutuksena järjestettävissä tapahtumissa markkinointitiimi hoitaa yhteydenpidon tekniikasta vastaavan yhteistyökumppanin kanssa ennen tapahtumaa, mutta assistentti toimittaa esitysmateriaalit tekniikkatiimille viimeistään kenraaliharjoituksiin ja hoitaa yhteistyön heidän kanssaan itse tapahtuman aikana.

5.2 Asiakastapahtumien tavoitteet

Asianajotoimistossa asiakastapahtumien tavoitteet yleensä ovat uusasiakashankinnassa sekä olemassa olevien asiakassuhteiden ylläpitämistä ja lujittamista. Haastatteluissa ilmeni, että tapahtuman tavoitteista ei oikeastaan viestitä assistenteille tai muille tapahtuman järjestämiseen osallistuville. Haastatteluissa kävi kuitenkin myös ilmi, että assistenttejakin kiinnostaisi kuulla tarkemmin tapahtuman tavoitteista ja se saattaisi auttaa heidänkin työtään. Yksi haastateltavista mainitsi, että jos edes kohderyhmä olisi tiedossa, niin se voisi helpottaa tilan ja tarjoilujen suunnittelussa.

Haastatteluissa onnistunutta tapahtumaa kuvailtiin eri näkökulmista. Yksi haastateltavista nosti esiin, että onnistuneessa tapahtumassa puitteet ovat niin hyvin hoidettu, että tapahtumaan osallistuja voi keskittyä vain olennaiseen eli tapahtumasta nauttimiseen. Osallistujalla on mukava olla ja mahdollisesti vatsa täynnä tarjoiluista ja hän pystyy keskittymään uuden oppimiseen ja itsensä kehittämiseen. Tämä on juuri Maslow'n tarvehierarkian mukaista ajattelua, josta puhuttiin tietoperustan kappaleessa 2.2.

Haastatteluissa nousi myös esiin assistentin merkitys onnistuneessa tapahtumassa. Yllättävän tilanteen sattuessa siihen osataan reagoida ja korjata tilanne. Parhaimmassa tapauksessa yllättäväänkin tilanteeseen on osattu jo ennalta varautua. Assistentilta melko lailla odotetaan askeleen edellä olemista, joka tällaisten yllättävien tilanteiden vastaan tullessa varsinkin korostuu.

Onnistunut tapahtuma osataan kohdentaa oikealle kohderyhmälle ja itse tapahtumassa kohderyhmä myös huomioidaan. Ohjelma on suunniteltu kohderyhmää ajatellen. Ohjelmassa on hyvä huomioida myös ihmisten mieltymys kokemuksellisiin tapahtumiin ja itsensä toteuttamiseen, josta Maslow'kin puhui tarvehierarkiateoriassaan. Yksi haastateltavista mainitsi asianajotoimiston järjestäneen isossa kansainvälisessä konferenssissa oman pienemmän tapahtuman, jossa juuri oli hyödynnetty kokemuksellisuutta, ja josta puhutaan edelleen konferenssissa useita vuosia myöhemmin.

5.3 Haasteet asiakastapahtumissa

Isoin haaste tapahtumien järjestämisessä, mikä haastatteluissa nousee esille, on kiireinen työtilanne. Asianajotoimistossa asiakkaille tehtävä toimeksiantotyö on pääprioriteetti, minkä takia juristien panostus tapahtumiin näkyy vasta viime tipassa. Tämä tietysti aiheuttaa stressiä tapahtuman järjestäjille, jotka yrittävät parhaansa mukaan hoitaa järjestelyt ajoissa ja saada tarvittavat tiedot heiltä.

Kaikki haastateltavat myös mainitsevat haasteeksi tiedonkulkukatkokset tai ongelmat kommunikatiivisissa. Ongelmia kerrotaan esiintyvän sekä talon sisäisesti että ulkopuolisten yhteistyökumppaneiden kanssa. Lisäksi viime hetken muutokset haastavat tapahtuman järjestäjää. Vieraspuhujien

peruessa viime hetkellä tai muissa viime hetken muutoksissa assistentin ominaisuuksista varsinkin stressinsietokyky ja ongelmanratkaisukyky tulevat todella tarpeeseen.

5.4 Tapahtumien vastuullisuus

Haastatteluissa selvisi, että vastuullisuus otetaan nykyisin hyvin huomioon eri tavoin tapahtumaa järjestäessä. Kuten tietoperustan luvussa 2.5 mainittiin, ympäristövuullisuus on helpoin toteuttaa, ja näin on myös asianajotoimistossa. Ympäristövuullisuus eli ekologisuu huomioidaan tarjoiluissa, joissa suositaan ilmastoystävällistä ruokaa ja minimoidaan punaisen lihan käyttöä. Asianajotoimiston sijainti on keskeisellä paikalla, johon on hyvät kulkuyhteydet julkisilla ja suurin osa tapahtumista järjestetään nykyisin hybridimallia käyttäen.

Asianajotoimiston sisäisissä tapahtumissa sosiaalisen vastuun huomioiminen näkyy paremmin. Sisäisissä tapahtumissa on nimetyt häirintäyhdyshenkilöt, joiden puoleen voi kääntyä, mikäli kokee tai näkee epäasiallista käytöstä. Asiakastapahtumien kutsuissa on mainittu tilan esteettömyydestä. Haastattelussa markkinoinnin tiimin edustaja kertoi, että sosiaalisen vastuun keinoja täytyisi vielä tarkentaa tulevaisuutta varten.

6 Pohdinta

Tässä luvussa pohditaan tutkimuksen luotettavuutta sekä käydään läpi tutkimuksen johtopäätökset ja jatkotutkimusehdotukset. Lisäksi käsitellään lyhyesti tapahtumien tulevaisuutta ja arvioidaan omaa oppimista ja kehittymistä opinnäytetyöprosessin aikana.

6.1 Tutkimuksen luotettavuus

Puusan ja Juutin (2020, luku V) mukaan laadullisen tutkimuksen luotettavuuden voi kiteyttää kolmeen käsitteeseen: uskottavuus, luotettavuus ja eettisyys. Uskottavuus viittaa siihen, että tutkimusta lukevat henkilöt hyväksyvät tutkimuksen tulokset tosiksi ja luottavat, että tutkimus on toteutettu asianmukaisesti. Luotettavuudella tarkoitetaan sitä, että tutkija vakuuttaa lukijan siitä, että tutkimuksessa käytetyt menetelmät ovat perusteltuja. Eettisyys taas tarkoittaa sitä, että tutkija on noudattanut eettisiä periaatteita tutkimuksen aikana. Tutkimus ei saa aiheuttaa haittaa siihen osallistuville tai muille tutkimukseen liittyville tahoille.

Opinnäytetyössä menetelmäksi valittiin haastattelu, jotta saadaan aito vuorovaikutus tutkimukseen osallistuvien henkilöiden kanssa. Haastattelukysymykset pyrittiin valitsemaan siten, että vastaukset olisivat mahdollisimman yksityiskohtaisia, ja puolistrukturoitu haastattelumalli mahdollisti tarkentavien kysymysten esittämisen niitä tarvittaessa. Haastateltavien henkilöisyydet pidettiin anonyymeina eikä heistä kerrottu yksilöiviä tietoja. Haastateltaville toimitettiin myös ennen haastatteluja tutkimustiedote ja suostumuslomake, jotta varmistuttiin heidän saaneen tarpeelliset tiedot tutkimuksesta tehdäkseen päätöksen osallistumisesta haastateltavaksi.

Puusan ja Juutin (2020, luku 11) mukaan tutkimuksen luotettavuutta voi tarkastella myös kahden käsitteen avulla: validius ja reliaabelius. Reliaabeliudella arvioidaan, tutkitaanko ilmiötä valituilla mittareilla luotettavasti niin, ettei mittaustilanne, mittaaja tai satunnaiset tekijät vaikuta tuloksiin. Validiuden avulla arvioidaan, tutkitaanko juuri sitä ilmiötä, jota on tarkoituskin tutkia. Validius jaetaan kahteen lajiin: ulkoinen ja sisäinen validius. Sisäisellä validiudella voidaan osoittaa pääteltyjen syy-seuraussuhteiden paikkansapitävyys. Ulkoinen validius tarkoittaa, että tutkimustuloksia voidaan yleistää yksittäistä tutkimusta laajemmin erilaisiin tilanteisiin, henkilöihin ja organisaatioihin.

Opinnäytetyössä haastateltavilla henkilöillä oli tarpeeksi tietoa asianajotoimiston työtehtävistä ja tapahtumajärjestämisestä asianajotoimistossa. Haastateltavien pieni lukumäärä heikentää tutkimuksen validiutta, eivätkä tutkimustulokset täten ole yleistettävissä.

6.2 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millaista tapahtumajärjestäminen on asianajotoimistossa. Alatutkimuskysymyksenä oli assistentin rooli tapahtumajärjestämisessä sekä millaisia tapahtumia asianajotoimistossa järjestetään. Tutkimuskysymyksiin saatiin vastauksia haastatteleamalla kolmea asianajotoimiston työntekijää, jotka ovat olleet mukana tapahtumajärjestämisessä. Tutkimustuloksia ei voi yleistää haastateltavien pienen määrän ja subjektiivisten vastausten takia. Haastattelussa nousi esiin paljon keskenään samankaltaisia asioita. Tutkimuksen luotettavuutta olisi voinut parantaa, jos haastatteluita olisi tehnyt eri asianajotoimistoissa työskenteleville henkilöille. Näin olisi saanut kattavamman tutkimusaineiston, jossa varmasti olisi eroavuuksia eri asianajotoimistojen välillä.

Tutkimuksen tuloksista voidaan kuitenkin päätellä, että asianajotoimistossa assistentilla on merkittävä rooli tapahtumajärjestämisessä. Assistentilla on monipuolisia, kaikkiin tapahtumaprosessin vaiheisiin liittyviä tehtäviä ja vastuita. Riippumatta tapahtumamuodosta, assistentin työpanos on tärkeä, jotta tapahtumasta tulee onnistunut.

Selkeästi parannusta vaatisi asianajotoimiston tapahtumien tavoitteista viestiminen tapahtuman järjestämiseen osallistuvien keskuudessa. Olisi tärkeää, että kaikilla olisi tiedossa miksi tapahtuma järjestetään, jotta siitä voidaan tehdä mahdollisimman onnistunut. Tähän toki voi vaikuttaa, että asianajotoimistossa järjestetään paljon tapahtumia asiakassuhteen lujittamiseksi eikä tapahtumassa välttämättä ole muuta tavoitetta. Tämäkin olisi kuitenkin hyvä saada kaikkien tietoisuuteen.

6.3 Jatkotutkimusehdotukset

Tapahtumajärjestämisestä tutkimusaiheena löytyy monia aiempia tutkimuksia, mutta asianajotoimiston näkökulmasta vähemmän. Jatkotutkimuksena tälle tutkimukselle voisi selvittää, millä keinoilla asiakastapahtumien tavoitteet saisi paremmin järjestämiseen osallistuvien tietoisuuteen asianajotoimistossa. Tässä tutkimuksessa päästiin johtopäätökseen, ettei tavoitteet ole kaikkien tiedossa ja viestintää niiden osalta täytyisi parantaa, mutta aihetta ei käsitelty syvemmin.

Toinen jatkotutkimuksen aihe voisi olla tekoälyn hyödyntäminen asianajotoimiston tapahtumajärjestämisessä. Haastattelukysymyksissä oli aiheesta kysymys, mutta tätä ei käsitelty tutkimuksen tuloksissa, sillä tutkimusaineistoa ei saatu kerättyä tarpeeksi. Haastattelussa selvisi, ettei asianajotoimistossa vielä hyödynnetä tekoälyä oikeastaan ollenkaan tapahtumiin liittyen. Tulevaisuudessa vastaus varmasti voisi olla erilainen, ja tutkimus voisi olla myös vertailevasta näkökulmasta, missä käsitellään tekoälyn käyttämisestä seuranneita muutoksia tapahtumajärjestämisen prosessissa.

6.4 Tapahtumien tulevaisuus

Kuten opinnäytetyön johdantokappaleessa jo mainittiin, virtuaaliset tapahtumatoteutukset ovat tulleet jäädäkseen. Erilaiset sovellukset ja applikaatiot näkyvät jo tapahtumissa, sekä ennen että jälkeen tapahtuman ja itse tapahtuman aikanakin. Näiden lisäksi tulevaisuudessa varmasti lisääntyy virtuaalisen ja lisätyn todellisuuden hyödyntäminen. Esimerkiksi hologrammeja on käytetty jo konserteissa, mutta niillä voidaan tuoda myös etäpuhujat videoyhteyttä paremmin tapahtumaan. (AJK-Jatkokoulutus s.a.) Tapahtumissa tullaan myös hyödyntämään tekoälyä yhä suuremmilta osin.

Tekoälyä voi hyödyntää tapahtuman suunnitteluvaiheessa esimerkiksi tapahtumapaikan etsimisessä ja reittiohjeiden laatimisessa. Kutsuissa ja muissa ohjeissa tekoäly voi myös auttaa, sillä ne ovat yksinkertaisia tekstejä tuotettavaksi. Erilaiset tekstintarkistus- ja oikolukusovellukset hyödyntävät myös tekoälyä ja niiden käyttäminen tekstin tuottamisessa saa tekstin kuulostamaan asiantuntevammalta ja säästää kirjoittajan aikaa. Tapahtuman markkinoinnissa tekoälyä voi hyödyntää löytämään oikeaa kohdeyleisöä tai luomaan mainoksia eri alustoille. Myös kuvien käsittely voi olla helpompaa tekoälyn avustuksella, jos järjestäjällä ei ole kokemusta kuvankäsittelyohjelmista. (Saarinen & Valkonen 21.3.2023, 8–10 min.)

Tulevaisuudessa tekoälyn tulisi osata ohjelmoida, luoda malleja ja olla kykeneväinen luomaan emotionaalista markkinointia asiakkaan sitouttamiseksi. Jo nyt tekoäly auttaa sisällön luomisessa, esimerkiksi tiedotteen tai blogin kirjoittamisessa ja tulevaisuudessa tekoäly voisi tehdä sosiaalisen median julkaisuja täysin ilman ihmisen apua. (Isosomppi 2020, 22.)

Tekoäly ei kuitenkaan pysty asettamaan tapahtumalle tavoitteita tai luomaan strategiaa, ellei tapahtuman järjestäjällä itsellään ole mitään pohja-ajatusta. Tekoäly ei siis missään nimessä korvaa ihmisen työpanosta tapahtumien suunnittelussa, mutta ehdottomasti erilaiset työkalut helpottavat luomaan yhä parempia tapahtumia. (Saarinen & Valkonen 21.3.2023, 10–11 min.)

6.5 Oma arviointi

Aloitin opinnäytetyöprosessin aiheen valinnalla elokuussa 2023. Alun perin aihe oli aivan eri ja totesinkin ensimmäistä opinnäytetyösuunnitelmaa tehdessä aiheen olevan aivan väärä itselleni. Sain onneksi idean uudesta aiheesta helposti asianajotoimistossa juuri tekemäni harjoittelun takia. Osallistuin harjoittelun aikana myös tapahtumien järjestämiseen, joten se oli luonteva valinta aiheeksi.

Aikaisempaa kokemusta tutkimuksen tekemisestä minulla ei ole, joten opin paljon tutkimuksen tekemisestä ja siihen liittyvästä työstä. Opin monia uusia käsitteitä tutkimuskirjallisuudesta, joista en ollut aiemmin kuullutkaan. Lähdemateriaalin etsiminen tietoperustaa varten oli osin hankalampaa kuin ajattelin. Halusin käyttää mahdollisimman tuoreita lähteitä, joissa on jo huomioitu koronan

vaikutukset tapahtumiin ja niiden järjestämisen muuttumiseen. Tutkimusaineiston analyysi oli mielenkiintoista ja opetti paljon erilaisista analyysimenetelmistä.

Opinnäytetyö eteni melko lailla suunnitellun aikataulun mukaisesti. Välipalautuksien aikatauluttaminen oli todella hyödyllinen työkalu pitämään kirjoittamisen tahdin oikeanlaisena. Ohjaajan kanssa käydyt välipalauttekeskustelut auttoivat myös paljon, kun sai varmistusta omille ajatuksilleen ja kannustusta työn loppuun saattamiseen. Välillä oli päiviä, kun tekstiä ei tullut ollenkaan ja usko meinas loppua, että opinnäytetyö edes tulee valmiiksi, mutta onneksi lopulta opinnäytetyö valmistui.

Lähteet

AJK-Jatkokoulutus s.a. Pandemian tuolla puolen – millaisia ovat tulevaisuuden tapahtumat? Luettavissa: <https://www.ajk-jatkokoulutus.fi/tulevaisuuden-tapahtumat/>. Luettu: 2.11.2023.

Apu 2020. Pyramidi – eli sukellus Esplanadin asianajotoimistoihin. Luettavissa: <https://www.apu.fi/artikkelit/pyramidi-eli-sukellus-esplanadin-asianajotoimistoihin>. Luettu: 20.9.2023.

Catani, J. 2017. Onnistunut yritystapahtuma, Järjestäjän käsikirja. Alma Talent Oy. E-kirja. Luettu: 11.9.2023.

Cvent 6.9.2023. The Complete Guide To Virtual Events in 2023. Cvent blog. Luettavissa: <https://www.cvent.com/en/blog/events/virtual-events>. Luettu: 21.10.2023.

Drake, M. & Salmi, M. 2018. Opinnäytetyö ja menetelmät tutuksi. Menetelmäopinnot virtuaalisesti. Haaga-Helia Moodle. Luettu: 22.9.2023.

eSignals Pro 2022. Tapahtumateknologia – Tapahtuma-alan digitalisaatio edellyttää uudistumiskykyä. Luettavissa: <https://esignals.fi/pro/2022/12/02/tapahtumateknologia-tapahtuma-alan-digitalisaatio-edellyttaa-uudistumiskykya/#ec2fffb9>. Luettu: 2.11.2023.

Eventilla 2023. Vastuullinen tapahtuma (osa 1): Ympäristövastuu. Luettavissa: <https://www.eventilla.com/vastuullinen-tapahtuma-osa-1-ymparistovastuu/>. Luettu: 20.9.2023.

Eventilla 2023. Vastuullinen tapahtuma (osa 2): Sosiaalinen vastuullisuus. Luettavissa: <https://www.eventilla.com/vastuullinen-tapahtuma-osa-2-sosiaalinen-vastuullisuus/>. Luettu: 20.9.2023.

Fano 2023. Onnistunut ja tehokas tapahtumamarkkinointi kasvattaa osallistujamäärää. Luettavissa: <https://fano.fi/onnistunut-ja-tehokas-tapahtumamarkkinointi-kasvattaa-osallistujamaaraa/>. Luettu: 15.10.2023.

Isosomppi, V. 2020. Tekoälyratkaisut tapahtumissa ja tapahtumien markkinoinnissa. AMK-opinnäytetyö. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu, Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma. Luettavissa: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020051410106>. Luettu: 2.11.2023.

Juhila, K. s.a. Teemoittelu. Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Luettavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/teemoittelu/>. Luettu 13.10.2023.

Korhonen, H., Korkalainen K., Pienimäki, T. & Rintala, S. 2015. Tapahtumajärjestäjän opas. Laurea julkaisut. Luettavissa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/105211/58.pdf?sequence=1>. Luettu: 11.9.2023.

NH Pro 2017. Maslow-inspired NH Hotel Group's hierarchy of events. Luettavissa: <https://www.nh-hotels.com/en/nhpro/blog/event-tips/hierarchy-of-needs-events>. Luettu: 3.10.2023.

Proakatemia. 2019. Laadukkaan tapahtuman järjestäminen. Luettavissa: <https://essee-pankki.proakatemia.fi/laadukkaan-tapahtuman-jarjestaminen/>. Luettu: 11.9.2023.

Puusa, A. & Juuti, P. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Gaudeamus. E-kirja. Luettu: 1.10.2023.

Rekrytointi.com s.a. Assistentti on moniosaaja, jolle riittää kysyntää. Luettavissa: <https://rekrytointi.com/tyonhaku/opiskelu-ja-ammatinvalinta/assistentti-on-moniosaaja-jolle-riittaa-kysyntaa/>. Luettu: 3.10.2023.

Revoltti s.a. Henkilöstötapahtumat. Luettavissa: <https://www.revoltti.fi/Henkilostotapahtumat>. Luettu: 10.10.2023.

Saarinen, K. & Valkonen, J. 21.3.2023. (Teko)älykkäitä tapahtumia 21.3.2023. Lyyti Event Management Platform. Video. Katsottavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=aoPUP2KHmcc>. Katsottu: 19.10.2023.

SimplyPsychology 2023. Maslow'n tarvehierarkia. Luettavissa: <https://www.simplypsychology.org/maslow.html>. Luettu: 21.10.2023.

Suomen Asianajajaliitto s.a. Juristisanasto. Luettavissa: <https://asianajajaliitto.fi/asianajopalvelut/miksi-valita-asianajaja/juristisanasto>. Luettu: 20.9.2023.

Tapahtumateollisuus ry. Mitä on tapahtumateollisuus? Luettavissa: <https://www.tapahtumateollisuus.fi/mita-on-tapahtumateollisuus/> Luettu: 11.9.2023.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. E-kirja. Luettu: 7.10.2023.

Wallo, H. & Häyrinen E. 2022. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtuman suunnittelu ja toteutus. Tietosanoma. E-kirja. Luettu: 16.9.2023.

Wolttigroup s.a. Luulitko tietäväsi kaiken vastuullisuudesta? Luettavissa: <https://wolttigroup.fi/luulitko-tietavasi-kaiken-vastuullisuudesta/>. Luettu: 1.10.2023.

Liitteet

Liite 1. Haastattelurunko

1. Minkälaisia tapahtumia olet ollut järjestämässä?
2. Mitkä ovat assistentin päätehtävät tapahtumaa järjestettäessä?
3. Millaisia haasteita tapahtumaa järjestettäessä olet kohdannut?
4. Millaisia ominaisuuksia hyvällä tapahtumajärjestäjällä mielestäsi on?
5. Millä perusteella valitaan tapahtumien vieraslista?
6. Miten vastuullisuus huomioidaan tapahtumissa?
7. Kuvaile mielestäsi onnistuneen tapahtuman ominaisuuksia.
8. Miten olet mukana tapahtuman jälkivaiheessa?
9. Miten tapahtumissa hyödynnetään digitalisaatiota ja tekoälyä?