

Maria Iltola (toim.)

Työkaluja tapahtumajärjestäjälle

Smart Event Managers -hankkeen loppujulkaisu



Työkaluja tapahtumajärjestäjälle

Smart Event Managers -hankkeen
loppujulkaisu

Maria Iltola (toim.)

Julkaisusarja

B, Oppimateriaaleja ja kokoomateoksia: 92

Toimittaja

Maria Iltola, Karelia-ammattikorkeakoulu

Taitto

PunaMusta Oy

Kansikuva

Heavy Metal Knitting, World Championship,
kuvaaja Maria Iltola

© Tekijät ja Karelia-ammattikorkeakoulu



Tämä julkaisu on lisensoitu Creative Commons
Nimeä-EiMuutoksia 2.0 Kansainvälinen -lisenssillä,
lukuunottamatta julkaisun valokuvia.

ISBN 978-952-275-416-5 (pdf)

ISSN-L 2323-6876

ISSN 2323-6876

Karelia-ammattikorkeakoulu

Joensuu

2023

julkaisut@karelia.fi

Smart Event Managers -hanke



Sisällysluettelo

Alkusanat	5
Vapaaehtoisuus tapahtumissa	8
Digitaalisuudella tehokkuutta tapahtuman järjestämiseen	10
AR: uusi työkalu tarjoaa mahdollisuuksia unohtumattomiin tapahtumakokemuksiin	14
Juuan Kivenveistofestivaali oheisohjelmaa ja infoa lisätyssä todellisuudessa	18
Mitä tiedolla johtaminen tapahtumissa oikeastaan on?	21
Toiminnanohjausjärjestelmät tapahtumien toiminnan tehostamisessa	25
Tapahtumien palvelumuotoilu	28
Webinaarikäsikirja	32

Alkusanat

Smart Event Managers eli tuttavallisemmin SEM-hankkeen sloganina toimi ”**SEM** on hanke sinun ja tapahtumiesi kehittämiseksi”. Lähtöajatuksena oli, että tapahtuma on aina se näkyvä asia, mutta todellisuudessa niiden taustalla toimivat ihmiset. Yhteistyöllä ihmiset toteuttavat mitä erilaisimpia elämyksiä asiakkailleen tapahtumien muodossa. Tähän loppujulkaisuun olemme koonneet hankkeen aikana tehtyjä ohjeistuksia ja raportteja aiheista, joiden koemme olevan hyödyllisiä tapahtumien tekijöille ja aiheesta kiinnostuneille.

Hankkeen yksi tavoite oli kehittää ja rakentaa verkostoa pohjoiskarjalaisten tapahtuma-alan toimijoiden kesken. Monet noista toimijoista toteuttavat tapahtumia oman työnsä ohessa ja vapaaehtoisvoimin. Heidän työtään helpottamaan julkaisuun on tehty kooste ideoista vapaaehtoistyön kehittämiseksi. Kooste on toteutettu digitaaliselle Thinglink-pohjalle. Teknologiset kokeilut olivat toinen kantava teema hankkeessa ja siksi käytämme tuota interaktiivista alustaa esimerkkinä digitaalisuuden tuomista mahdollisuuksista. Digitaalisuuteen liittyy myös artikkeli, joka kertoo erilaisista lisätyn todellisuuden antamista mahdollisuuksista, tapahtumien näkökulmasta. Kerromme myös Juan Kivenveistofestivaalien kanssa tehdystä AR-sisältöjä hyödyntävästä kokeilusta.

Tapahtumien tiedolla johtaminen paneutuu opettajan näkökulmasta niin hiljaisen tiedon tarpeellisuuteen kuin tapahtumien tuottamista helpottaviin toiminnanohjausjärjestelmiin. Asiakkaat ovat tapahtumien tärkein osa ja sen vuoksi haluamme kertoa kuinka hankkeen työpajassa asiakaspalvelua kehitettiin palvelumuotoilun menetelmien avulla. Loppuun olemme yhteisvoimin koonneet käytännönläheisen oppaan webinaarin toteuttamiseksi.

SEM-hankkeen suurin ponnistus oli toteuttaa Karelian avoimen ammattikorkeakoulun tarjontaan tapahtumatuottajien osaamista palvelevaa koulutusta. Noista koulutuksista syntyi tapahtumatuottajan osaamissalkku, joka antaa tekijöille tarpeellista ja ajanmukaista koulutusta. Opintojaksojen suunnitte-

lussa ja toteutuksessa on pyritty huomioimaan ihmisten erilaiset elämäntilanteet ja kaikki opinnot on mahdollista suorittaa verkko-opintoina ajasta ja paikasta riippumattomasti.

Toivomme vilpittömästi, että hankkeen toimista on ollut iloa ja hyötyä Pohjois-Karjalan tapahtumien tekijöille, ja että koulutuksia hyödyntää vielä moni alasta innostunut.

SEM-tiimin puolesta.

Maria Iltola, projektipäällikkö, Karelia-ammattikorkeakoulu

Smart Event Managers -hankkeen toiminnot 1.5.2021–31.12.2023 mahdollistivat Euroopan sosiaalirahastolta, Etelä-Savon ELY-keskukselta ja Karelia-ammattikorkeakoululta saatu rahoitus.



Tapahtuman tuottajan / tapahtuman tekijän osaamissalkku

- Oletko kiinnostunut tapahtumien järjestämisestä?
- Tarvitsevatko tietosi päivitystä?
- Haluatko opiskella joustavasti verkossa?

Tutustu tapahtuman tuottajan osaamissalkkuun ja kehitä osaamistasi kiinnostukseksi ja tarpeidesi mukaan!

Tapahtuman tekijän osaamissalkku antaa sinulle mahdollisuuden kehittää osaamista tapahtuma-alalla. Osaamissalkku sisältää monipuolisesti tapahtuma-alalle tarpeellisia opintojaksvoja. Avoimen korkeakoulun opinnot ovat Karelia-ammattikorkeakoulun järjestämiä. Opinnot on tarkoitettu kaikille tapahtuma-alasta kiinnostuneille pohjakoulutuksesta riippumatta.

Kokonaan verkko-opintoina suoritettavan osaamissalkun sisällön ja laajuuden voit suunnitella itse.

Suoritetuista opintokokonaisuuksista on mahdollista saada digitaalinen osaamismerkki.

TAPAHTUMAN TOTEUTTAMINEN

Tapahtuman alue- ja tilasuunnittelu 2 op
Tapahtuman turvallisuus 3 op
Kestävä kehitys tapahtumatuotannossa 2 op
Tapahtuman tietosuojat, mikro

MENESTYVÄ TAPAHTUMA

Tapahtuman johtaminen 2 op
Viestintä, markkinointi ja imagonhallinta 3 op
Tapahtuman digitaalinen markkinointi ja analytiikka 3 op

TEKNOLOGIAA TAPAHTUMILLE

Tapahtuman aluesuunnittelu mallinnusohjelmalla 1 op
Johdatus XR-teknologiaan 1 op
AR tapahtumissa 2 op
Drone tapahtumissa 2 op

TIEDOLLA JOHTAMINEN TAPAHTUMISSA

1. Johdatus tapahtuman tiedolla johtamiseen 1 op
2. Hiljainen tieto tapahtumassa 2 op
3. Tapahtumien tietotarpeista mittareiksi 2 op
4. Teknologiat tapahtumien tiedolla johtamisessa 3 op

TAPAHTUMATALOUS

Tapahtumien hankinnat ja sopimukset, mikro
Tapahtumien tietosuojat, mikro
Tapahtumien rahoitus ja kumppanuudet, mikro

ERIKOISTUMINEN

Tapahtuman ruokapalvelut 2 op

Vapaaehtoisuus tapahtumissa

Tutustu SEM-hankkeessa laadittuun interaktiiviseen ThingLink-kuvaan
"Ideoita vapaaehtoistyön kehittämiseen" osoitteessa:

<https://www.thinglink.com/scene/1765314591367102950>

Kuva sisältää vinkkejä sekä tapahtuman järjestäjille että vapaaehtoisille.

TAPAHTUMAT TARVITSEVAT VAPAAEHTOISIA Ideoita vapaaehtoistyön kehittämiseen



VAPAAEHTOISTYÖ

VAPAAEHTOISTYÖ ON TOIMINTAA, JOTA YKSILÖT TAI RYHMÄT TEKEVÄT OMASTA TAHDOSTAAN JA ILMAN TALOUDELLISTA KORVAUSTA YHTEISÖN, ORGANISAATION TAI YKSILÖN HYVÄKSI.

TÄMÄ TYÖ PERUSTUU VAPAAEHTOISEN OMAN HALUN, MOTIVAATION JA SITOUTUMISEN VARAAN.

VAPAAEHTOISTYÖHÖN OSALLISTUVAT HENKILÖT VOIVAT TARJOTA AIKAANSA, OSAAMISTAAN JA RESURSSEJAAN AUTTAAKSEEN MUITA TAI EDISTÄÄKSEEN TIETTYJÄ HYVIÄ TARKOITUKSIA.

Kuvaan upotetut tiedot pohjautuvat Viivi Karvasen (2023) tekemään opinnäytetyöhön: *Vapaaehtoisuus Pohjois-Karjalan tapahtumissa: Haastattelututkimus vapaaehtoistyötä organisoiville tapahtumajärjestäjille*: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2023110728732>

Tiedot on koontu ja Thinglink-pohjan toteuttanut Tiina Soininen.



Kuva 1. Monikamera-ajo Värttinän konsertista.

Digitaalisuudella tehokkuutta tapahtuman järjestämiseen

Tiina Soininen, tiedolla johtamisen lehtori, Karelia-ammattikorkeakoulu

Digitaalisuus tapahtumissa tarkoittaa tapahtuman suunnittelussa, markkinoinnissa, järjestämisessä ja osallistumisessa käytettävien digitaalisten teknologioiden ja ratkaisujen hyödyntämistä, samalla muuttaen monia toimintatapoja. Digitaalisuus tarjoaa uusia mahdollisuuksia tehostaa ja rikastuttaa tapahtumakokemuksia sekä parantaa niiden tehokkuutta ja vaikuttavuutta. Tehokkuuden lisäksi digitaalisuus voi lisätä tapahtuman osallistujien sitoutumista ja tietojen jakamista. Se voi myös tarjota uusia liiketoimintamahdollisuuksia tapahtumien järjestäjille.

Teknologiat muokkaavat tapahtumaan osallistuvien kokemuksia

Tapahtumien digitaalinen läsnäolo, kuten verkkosivut ja mobiilisovellukset, tarjoavat osallistujille tietoa tapahtumasta, ohjelmaa, puhujia ja mahdollisuuden rekisteröityä. Erityisesti sosiaalisen median alustat ovat tehokkaita työkaluja tapahtumien markkinoinnissa ja osallistujien sitouttamisessa. Digitaalisuus voi mahdollistaa osallistujien välistä vuorovaikutusta, esimerkiksi keskustelufoorumien, hashtagien ja muiden yhteisöllisten työkalujen avulla. Lisäksi sosiaalisen median tarjoamat analytiikkapalvelut mahdollistavat Big Datan (sosiaalisen median tietoaaineiston) hyödyntämisen, kun analysoidaan tapahtuman onnistumista ja sen myötä suunnitellaan tulevia tapahtumia.

Digitaalisuus myös mahdollistaa osallistujille interaktiiviset kokemukset, kuten äänestykset, kyselyt, keskustelut ja paneelit reaaliajassa. Ne voivat tehdä tapahtuman osallistujien kokemuksesta vuorovaikutteisen ja entistä an-

toisamman. Tekoälyratkaisut ja chatbotit auttavat osallistujia navigoimaan tapahtumassa, löytämään tietoa ja saamaan henkilökohtaista palvelua. Ennen kaikkea digitaalisten alustojen avulla osallistujat voivat luoda kontakteja ja verkostoitua ennen tapahtumaa, sen aikana ja jälkeen.

Teknologia mahdollistaa virtuaali- ja hybriditapahtumien järjestämisen verkossa, jolloin ihmiset voivat osallistua niihin etäyhteydellä. Tämä laajentaa kohdeyleisöä ja mahdollistaa monimuotoisempia osallistumistapoja. Tapahtumien live-striimaus antaa ihmisille mahdollisuuden seurata tapahtumaa reaaliajassa, vaikka he eivät olisi fyysisesti paikalla. Lisäksi tallenteet mahdollistavat myöhemmän katselun.

Käytännön asioita tapahtumissa helpottavat mm. NFC- ja QR-kooditeknologiat, joita voidaan käyttää lippujen tarkistamiseen, osallistujien tunnistamiseen ja pääsynhallintaan. NFC- ja QR-koodit voivat tarjota nopean ja helpon tavan osallistujille saada lisätietoa, rekisteröityä tai osallistua erilaisiin toimintoihin.

Suuri hyöty tapahtumien järjestämisessä ovat suunnitteluohjelmistot ja ERP:t (Enterprise Resource Planning -ohjelmistot). Ne auttavat tapahtumien suunnittelussa ja hallinnassa sekä helpottavat esimerkiksi aikataulujen, resurssien ja budjetin hallinnassa.

Digitulevaisuus on jo täällä

Digitaalinen tulevaisuus viittaa aikaan, jossa digitaaliset teknologiat ja innovaatiot tulevat olemaan keskeisessä roolissa ihmisten elämässä, liiketoiminnassa, yhteiskunnassa ja kulttuurissa. Se on laaja käsite, joka kattaa useita eri näkökohtia ja vaikuttaa monilla elämänalueilla. Tapahtuma-alalla digitaalisuus tulee ottamaan käyttöön, jotta tapahtumat voivat tarjota monimuotoisia kokemuksia osallistujille.

Digitaalinen tulevaisuus tarkoittaa edistynyttä teknologiaa ja innovaatioita, kuten tekoäly, kvanttietokoneet, 5G-verkot, esineiden internet (IoT) ja bioteknologia, jotka muuttavat tapaa, jolla ihmiset elävät ja työskentelevät. Työelämä muuttuu digitaalisen tulevaisuuden myötä. Etätyö, digitaaliset alustat ja automaatio muokkaavat työn luonnetta ja vaativat jatkuvaa oppimista. Samalla ihmiset oppivat hyödyntämään digitaalisuutta ja he alkavat olettaa saavansa digitaalisia palveluita myös tapahtumissa. Tapahtumilta aletaan odottaa mm. digitaalisten alustojen käyttöä.

Tapahtumien kannattaa kiinnittää huomiota myös verkkokauppaan. Se on jo muuttanut tapaa, jolla ihmiset tekevät ostoksia ja yritykset harjoittavat liiketoimintaa. Verkkokaupassa pelkän lippujen myymisen lisäksi tapahtumat voivat hyödyntää erilaisia kokemuksellisia keinoja, tarjoten digitaalisia lisäpalveluita. Näin tapahtuma laajenee pelkän tapahtuma-ajan ulkopuolelle ja sitoo

osallistujia laajemmin kokemukselliseen tapahtumaan. Sosiaalinen media ja verkottuminen muuttavat tapaa, jolla ihmiset ovat vuorovaikutuksessa keskenään jo ennen tapahtumaa, sen aikana ja jälkeen.

Jo tällä hetkellä data on keskeinen resurssi, mutta enenevässä määrin tietoa kerätään ja analysoidaan päätöksenteon, liiketoiminnan kehittämisen ja yhteiskunnan suunnittelun tueksi. Tapahtumien tulee pyrkiä keräämään dataa eri tavoin ja analysoimaan sitä. Näin ne pystyvät kehittymään jatkuvasti. Dataa voi kerätä mm. sosiaalisesta mediasta, omista ERP järjestelmistä jne. Digitaalisuus myös edistää kestävästä kehitystä tarjoamalla tehokkaampia tapoja liikkumiseen ja resurssien hallintaan tapahtuma-alalla. Virtuaalitodellisuuden ja lisätyn todellisuuden teknologiat muuttavat viihdettä ja tapahtuman osallistujien sekä järjestäjien vuorovaikutusta.

Digitaalinen tulevaisuus edellyttää uudenlaista osaamista ja jatkuvaa oppimista. Tapahtuman järjestäjien on sopeuduttava digitaaliseen murrokseen. Heidän tulee olla avoimia ja vastaanottokykyisiä digitaalisiksi muuttuvien markkinoiden ja tapahtuman ohjelmistojen osalta. Myös tapahtumajärjestäjien on erityisen tärkeää huolehtia tietoturvasta ja yksityisyydestä, koska yhä enemmän tietoa on digitalisoitu, sen suojaaminen on keskeinen haaste.

Lopuksi

On tärkeää, että niin yhteiskunnat, yritykset ja yksilöt kuin myös tapahtumat valmistautuvat tähän digitaaliseen tulevaisuuteen tekemällä kestäviä päätöksiä, säatelemällä teknologiaa asianmukaisesti ja varmistamalla, että digitaalinen kehitys on mukana myös tapahtuma-alalla. Digitaalisuus tuo monia mahdollisuuksia tapahtumien järjestäjille tehostaa tapahtumien suunnittelua ja toteutusta, sekä tarjoaa osallistujille rikkaampia ja interaktiivisempia kokemuksia.

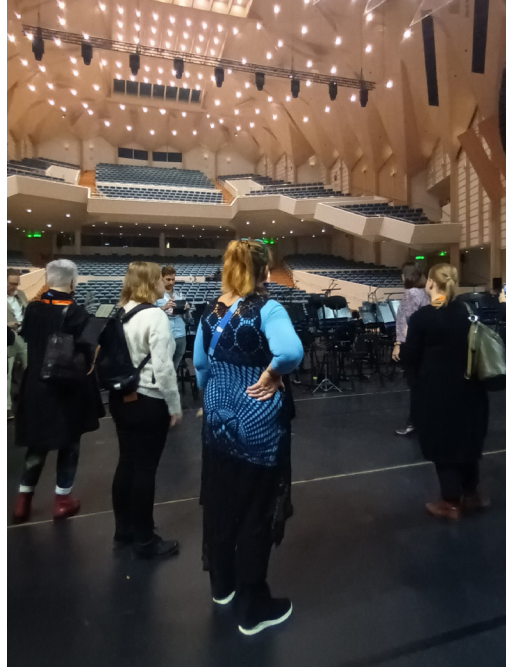
Tunnelmia hankkeen verkoston opintomatkoilta:

Kuva 1 Music & Media Tampere
(Kuva Kati Hämäläinen)





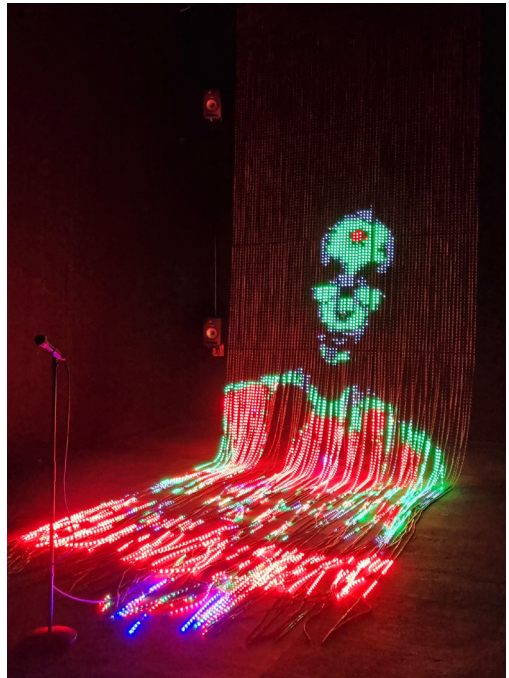
**Kuva 2 Music & Media Tampere
(Kuva Kati Hämäläinen)**



**Kuva 3. Tampere-talo
(Kuva Kati Hämäläinen)**



**Kuva 4. Virtuaalinen ateria Kuopion
Klubi (Kuva Katariina Peltonen)**



**Kuva 5. Interaktiivista digitaidetta
Khroma, Berliini (Kuva Maria Iltola)**

AR: uusi työkalu tarjoaa mahdollisuuksia unohtumattomiin tapahtumakokemuksiin

Pilvi Dufva, lehtori, median koulutus, Karelia-ammattikorkeakoulu

Digitaalisten sisältöjen merkitys on kasvanut kaikilla toimialoilla ja tapahtumajärjestäjien on pysyttävä tässä kehityksessä mukana. Lähes jokaisella tapahtumalla on jo nettisivut ja näkyvyys sosiaalisessa mediassa on luonnollinen osa tapahtuman järjestämistä. Erilaisten teknologioiden ja digitaalisten sisältöjen merkityksen ennakoitaan jatkavan kasvuaan myös tapahtumasektorilla. Lisätty todellisuus on yksi näistä uusista mahdollisuuksista ja uudenlainen työkalu, jolla kommunikoida yleisön kanssa, tarjota muistettavia kokemuksia ja erottua kilpailijoista.

Lisätyn todellisuuden eli AR:n hyödyntäminen tapahtumissa on vielä suhteellisen alkuvaiheessa, mutta sen ennakoitaan kasvavan nopeasti. Euroopan komission mukaan yleisesti Euroopan VR/AR-markkinoiden kooksi arvioitiin 7,1 miljardia euroa vuonna 2021. Kasvu edellisvuodesta oli 26 %. Kasvun ennakoitaan jatkuvaan noin 37 % tulevina vuosina 2021-2026 (Euroopan komissio 2023.)

Virtuaalisia elementtejä rikastamaan todellisuutta

AR:n liittyy kolme keskeistä tunnusomasta piirrettä:

1. AR yhdistää todellista ja virtuaalista informaatiota.
2. AR on interaktiivista ja reaaliaikaista.
3. AR toimii ja sitä käytetään 3D -ympäristössä.
(Azuma 1997.)

AR-sisältöjä käytetään pääsääntöisesti puhelimella tai AR-laseilla. Laseja hyödyntää varsinkin teknologiateollisuus, mutta tapahtuminen kannalta mahdollisuus hyödyntää vieraan omasta taskusta löytyvää laitetta tekee tästä teknologiasta erityisen kiinnostavan. Osa sisällöistä vaatii oman erillisen sovelluksen lataamista ja asentamista puhelimeen. Puhelimen omaan selaimeen avautuvat ns. web-AR sisällöt tekevät käytöstä kuitenkin helpompaa ja käyttäjäystävällisempää.

AR:n mahdollisuudet ovatkin siinä, että lähes jokaiselta löytyy käyttöön sopiva laite. Tämä tekee teknologian hyödyntämisestä helposti osan tapahtumakokemusta. Lisäämällä todellisuuteen uusia elementtejä voidaan tarjota asiakkaalle uudenlainen kokemus ja jäädä asiakkaan mieleen tavalla, joka ei ole vielä täysin arkipäiväistynyt. Taustalla ei tarvitse olla kallis, hidas ja raskas sisällöntuotantoprosessi vaan myös sisällöntuotantoon tarvittavat teknologiat ovat helposti saatavilla.

Ainutlaatuisia hetkiä ja hullun hauskoja filttareitä

AR:llä on lukemattomia mahdollisuuksia tapahtumissa. Se voi rikastaa perinteisiä painotuotteita kuten ohjelmalehtisiä, mainosjulisteita tai korvata tutun kuvauseinän. Niihin on mahdollista lisätä esimerkiksi ääntä, videota, animaatiota, tekstiä, linkkejä. Yksinkertaisimmillaan lisätty todellisuus voi toimia printissä QR-koodin tavoin hyperlinkkinä, joka avaa sisällön käyttäjän omalle laitteelle. Sisältö voi olla mainosvideo, linkki nettisivuille tai yhteydenottolomake.

Tapahtumista löytyy usein kuvausseinä tai -kehys, joita vieraat voivat hyödyntää omien kuvien ottamiseen. Uuden teknologian avulla nämä staattiset taustat voidaan herättää eloon lisäämällä niihin dynaamisia elementtejä, jotka yhdistyvät todellisuudessa otettavan kuvan/videon kanssa toimien lavastuksena vieraiden omille kuville. Ja toki aina voi ajatella isommin kuten Paula Vesala. Hän hyödynsi lisättyä todellisuutta tuomalla keikalleen jättimäisiä virtuaalisia ameeboja ja mustekaloja jo vuonna 2019.

AR-teknologia tarjoaakin mahdollisuuden virtuaalisiin sisältöihin, joiden tekeminen olisi muuten mahdotonta. Se on myös tehokas tapa aktivoida käyttäjiä osallistumaan erilaisiin peleihin ja aktiviteetteihin, ja näin sitouttaa osallistujia tapah-

tumaan. Sisältöjen ei tarvitse olla massiivista ja osittain AR on arkipäiväistynyt some-alustojen kautta. Esimerkiksi Instagram, Facebook, TikTok ja Snapchat hyödyntävä lisättyä todellisuutta erilaisten filttareiden avulla. Nämä alustat tarjoavat myös käyttäjille mahdollisuuden kehittää omia filttareita. Niitä voidaan hyödyntää esim. osana tapahtuman markkinointia ja käyttäjäkokemuksen personointia. Esimerkiksi Ilosaarirock julkaisi vuonna 2023 kaksi omaa TikTok-filtteriä. Tällaisten filttareiden tekeminen ei välttämättä vaadi monimutkaista koodausosaamista ja tutoriaaleja tekemiseen löytyy helposti. Tällä hetkellä filttareissa korostuu pelimäisyys, leikkisyys ja käyttäjän osallistaminen. Tarvitaan vain hyvä idea!

Lisää informaatiota, interaktiota ja personointia

Parhaimmat AR-sisällöt ovat yleensä kekseliäitä ja kokeilevia. Sisältöjen käyttäminen ei ole passiivista katselua ja kuluttamista, vaan sisällöt usein aktivoivat käyttäjää sisältäen erilaisia interaktiivisia toimintoja. Näiden toimintojen avulla käyttäjä voi itse vaikuttaa kokemukseen, personoida sen itselleen sopivaksi, jolloin kokemuksesta syntyvä muistijälki on syvempi.

Useat museot ja näyttelyt hyödyntävät jo AR:n tarjoamaa mahdollisuutta rikastaa ja täydentää vierailijan kokemusta. AR voi korvata perinteisen audiokierroksen ja sen avulla voidaan tarjota paljon monipuolisempia sisältöjä asiakkaan ulottuville.

Helsingin taidemuseo (HAM) hyödynsi lisättyä todellisuutta Tove Janssonin näyttelyssä jo vuonna 2018. Näyttelyssä taiteilijan isot freskot heräsivät henkiin suomalaisen Arilyn-mobiilisovelluksen avulla. AR-sisällöissä toimittajat Sami Sykkö ja Minna Pyykkö avasivat teosten taustoja ja maailmaa näyttelyvieraille. Toimittajien tarjoama lisätieto laajensi vierailijan näyttelykokemusta. Vieras itse pystyi valitsemaan halusiko tutustua näyttelyyn muotitoimittajan vai luontotoimittajan opastuksella.

Toisaalta lisätyn todellisuuden sisältö voi olla myös merkittävä osa itse taideteosta eikä vain tarjota jotain extraa. Kesällä 2023 Lahdessa esillä oli Adrien M. & Claire B:n teoskokonaisuus, joka koostui pop-up-kirjasta ja laajasta tarinallisesta lisätyn todellisuuden sisällöstä. Nämä yhdessä muodostivat teoksen kokonaisuuden.

Helsingin messukeskuksen messuhalleista 6 & 7 puolestaan löytyy oma AR-sovellus. Sovelluksessa on mm. AR-teknologialla toteutettu kartta, joka auttaa esim. lähimmän vessan tai ravintolan löytämistä. Toki sovellus sisältää myös viihteellisiä pelikokemuksia vieraille ja näytteilleasettajille mahdollisuuksia näkyä myös oman messuosaston ulkopuolella virtuaalisesti.

AR etsii jatkuvasti uusia ilmenemismuotoja. Kyseessä on koko ajan kehittyvä teknologia, jonka kaikkia mahdollisuuksia ei vielä ymmärretä. Teknologinen kehitys tuo mukanaan uusia mahdollisuuksia. Myös AR-sisällöt ovat mediatyyppinä vielä uusia ja niissä on omat haasteensa. Kaivataan rohkeita kokeiluja ja kokemuksia.

Helposti voi syntyä mielikuva, että AR-sisällöt ovat monien tapahtumajärjestäjien ulottumattomissa kalliiden kustannustensa takia. AR-sisällöntuotanto ei kuitenkaan välttämättä ole kallista ja aikaa vievää. Hyvin yksinkertainenkin toteutus voi laajentaa ja rikastaa asiakaskokemusta. Vaikka AR on jo osittain arkipäiväistynyt, se voi olla tapa erottua kilpailijoista ja tarjota asiakkaalle uudenlainen, ainutlaatuinen, mieleenpainuva ja mukaansatempaava kokemus.

Lähteet:

Azuma, R. 1997. Survey of Augmented reality. Hughes Research Laboratories. <https://www.cs.unc.edu/~azuma/ARpresence.pdf>. 19.10.2023.

Adrien M & Claire B. 2019. Acqua Alta. <https://www.am-cb.net/en/projets/acqua-alta>. 19.10.2023.

ChatGPT 3.5. 2023. Kuinka tapahtuman järjestäjät voivat hyödyntää lisättyä todellisuutta tapahtumissa? Mitä lisäarvoa lisättytodellisuus antaa tapahtumille? Kuinka tapahtumavieraan kokemusta voidaan rikastaa lisätyn todellisuuden avulla? <https://chat.openai.com/>. 14.10.2023.

Euroopan komissio. 2023. VR/AR Industrial Coalition: Statement to support European VR/AR ecosystem <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/vrar-industrial-coalition-statement-support-european-vrar-ecosystem>. 19.10.2023.

Google Bard. 2023. Kuinka tapahtuman järjestäjät voivat hyödyntää lisättyä todellisuutta tapahtumissa? Mitä lisäarvoa lisättytodellisuus antaa tapahtumille? Kuinka tapahtumavieraan kokemusta voidaan rikastaa lisätyn todellisuuden avulla? <https://bard.google.com/chat>. 14.10.2023.

Gullischsen, F. 2018. AR gave new life to famous frescoes. <https://blog.arilyn.com/ham-tove-jansson>. 19.10.2023.

Messukeskus 2023. Augmented Reality eli lisätty todellisuus tekee messukäynnistä seikkailun! <https://messukeskus.com/yrityksille/mainospaikat-ja-lisanakvyvyys/augmented-reality-lisatty-todellisuus/>. 19.10.2023.

Milgram, P. & Kishino, F. 1994. A Taxonomy Of Mixed Reality Visual Displays. https://cs.gmu.edu/~zduric/cs499/Readings/r76JBo-Milgram_IEICE_1994.pdf

Mähönen, N. 2023. Kuvafilteerit ja niiden käyttö sosiaalisen median erikanavissa. Karelia-ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. <https://www.theseus.fi/handle/10024/803552>.

Sandberg, T. 2021. Lisätty todellisuus näyttelykokemuksen laajentajana. Lapin yliopisto. Pro Gradu -tutkielma. https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/64924/sandberg_tommi.pdf?sequence=1&isAllowed=y. 19.10.2023.

Valtonen, O. 2023. Semmoinen pieni luova hulluus siinä, että kokeillaan nyt ihan mitä vaan": lisätty todellisuus osana suomalaista journalismia. <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/85113/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-202301201413.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. 19.10.2023.

Warner music Finland. 2019. Vesala AR-aplikaatio tuo faneille täysin uudenlaisia musiikki- ja konserttisisältöä. <https://warnermusic.fi/2019/10/16/vesala-ar-aplikaatio-tuo-faneille-taysin-uudenlaista-musiikki-ja-konserttisisaltoa/>. 19.10.2023.

Juuan Kivenveistofestivaali oheisohjelmaa ja infoa lisätyssä todellisuudessa

Kati Hämäläinen, projektikoordinaattori, Karelia-ammattikorkeakoulu

Smart Event Managers -hanke pilotoi yhteistyössä Ellin Taitajat ry:n kanssa lisätyn todellisuuden verkkosovelluksen Juuan kivenveistofestivaaleille. AR-kokeilun avulla tapahtumaa haluttiin markkinoida uudella, kiinnostavalla tavalla ja samalla houkutelaa festivaaleille uusia kävijöitä.

lisätyn todellisuuden kokemuksesta haluttiin tehdä mahdollisimman helppo ja mutkaton. AR-sisältö toimi verkkoselaimella, joten käyttäjän ei tarvinnut ladata erillistä sovellusta. Tapahtuman markkinointimateriaaliin lisättiin QR-koodi, joka avasi ikkunan lisättyyn todellisuuteen. Verkkosovellus tarjosi käyttäjälle oheisohjelmaa sekä tietoa tapahtumasta ja Juuasta ainutlaatuisella tavalla.

Kuva 1. AR-Patsaspelin J-kirjain ja ilvesveistos Kivenpyörittäjän puistossa. (Kuva: Kati Hämäläinen)





Käyttäjä pääsi tutustumaan galleriassa edellisen vuoden kolmiulotteisiin voittajaveistoksiin sekä lähettämään kesäterveisiä some-kavereille Juuan Paalasmaalta. Koko perheen Patsaspelin avulla tapahtumakävijät pääsivät seikkailemaan Juuassa ja keräämään Pokémon GO:n tavoin hahmoja. Sovelluksen teknisestä toteutuksesta vastasi AR-GO Oy, joka on erikoistunut AR- ja VR-tekniologioiden sovelluksiin ja ratkaisuihin.

Kuva 2. AR-Patsaspelin U-kirjain ja kotkaveistos Juuan-joen rannassa. (Kuva: Kati Hämäläinen)



Kuva 3.
Kivenpyörittäjä ja
sovelluksen qr-koodi

Yhteistyö tapahtumien kanssa:



Kuva 1. Sisaruuet: Baba Yaga. Verkkolähetystyoapa (Kuva Kati Hämäläinen)



Kuva 2. Värttinä, Pohjois-Karjalan maakuntapäivä 19.8.2022 (Kuva Maria Iltola)

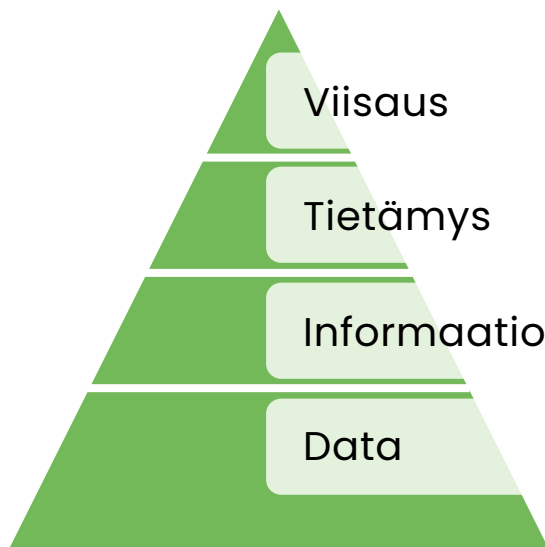
Mitä tiedolla johtaminen tapahtumissa oikeastaan on?

Tiina Soininen, tiedolla johtamisen lehtori, Karelia-ammattikorkeakoulu

Kuinka opettaa tiedolla johtamista alalle, jossa organisaatiot vaihtelevat pienistä kylä- tai järjestötoimijoiden talkootyöstä suuriin monituhantisten asiakkaiden tilaisuuksiin? Tämä kysymys pyöri mielessäni, kun aloitin työskentelyn Smart Event Manager -hankkeessa vuonna 2021. Miten lähestyä tietoa, jos kaikki eivät käytä edes sellaista teknologiaa, joka mahdollistaa datan keräämisen? BI (Business Intelligence) -järjestelmät tarvitsevat dataa pystyäkseen toimimaan, mutta jos tätä dataa ei saada mistään, kuinka lähteä johtamaan tiedolla?

Onneksi tiedolla johtaminen on paljon muutakin kuin BI datan hyödyntämistä – tai oikeastaan tieto on paljon enemmän kuin data. Tiedolla tarkoitetaan monia asioita. Perinteisesti voimme ajatella tietoa portaittain etenevänä luokitteluna, joka tapahtuu inhimillisen ja älyllisen prosessoinnin ja jalostumisen perusteella. Tiedon pohjimmaisia hippusia on data, joka on yksittäisiä havaintoja. Ne eivät kiinnity toisiinsa mitenkään, eivätkä muodosta merkityksellisiä kokonaisuuksia. Data muuttuu informaatioksi, eli yhdeksi tiedon lajiksi, kun nämä datapalat yhdistyvät toisiinsa. Ne yhdistyvät toisiinsa, kun datalle aletaan antamaan merkitystä tai se saa rakenteen, johon data yhdistetään. (Kuvio 1.)

Informaatiolla on vastaanottaja, eli ihminen, joka tarkastelee esimerkiksi tilastollisia lukuja tai kuvioita. Tämä informaatio yhdistyy vastaanottajan kokemukseen ja ymmärrykseen. Informaatio jalostuu yksilön tietämykseksi. Lopulta, mitä enemmän tietämyksen oletetaan sisältävän inhimillistä ajattelua ja arviointia sekä tiedon soveltamista, sitä enemmän tietämystä kuvataan viisautena. (Kuvio 1.)



Kuvio 1. Eritasoisia tiedon tyyppejä.

Lähdinkin pohtimaan tietämystä, mitä se oikeastaan on. Ymmärsin, että tietämykseen liittyy hiljainen tieto, se mitä ei osata kertoa ääneen, mutta joka ohjaa päättelyämme ja sisältää aiemmin oppimiamme asioita. Hanketoimijoiden kanssa keskustellessani ymmärsin myös sen, että hiljainen tieto on aivan keskeinen tietoresurssi tapahtumissa. Tapahtumien jatkuvuuden kannalta on olennaista, että niissä säilyy käytännön tieto siitä, kuinka tapahtuma luodaan. Usein ongelmaksi muodostuu se, että vapaaehtoiset vaihtuvat tiuhaan ja tämä konkreettinen tieto katoaa heidän lähtiessään. Hiljainen tieto on keskeinen osa tapahtumien järjestämistä.

Hiljainen tieto: tiedon aarrearkku, joka piilee kokemuksissa ja taidoissa

Tieto on voimavara, joka ohjaa päätöksiämme ja mahdollistaa ongelmanratkaisun. Perinteisesti olemme tottuneet ajattelemaan tietoa pääasiassa kirjojen, artikkelien ja dokumenttien tai datan muodossa, mutta on olemassa toinenkin, yhtä arvokas tietolähde, joka piilee meissä itsessämme – hiljainen tieto. Tämä käsitteellinen ”tiedon aarrearkku” piilee ihmisten kokemuksissa, taidoissa ja intuitiossa.

Hiljaisen tiedon alkuperä

Hiljaisen tiedon käsitteen esitteli ensimmäisenä tietotekniikan ja organisaatiotutkimuksen professori Michael Polanyi. Hän erotteli hiljaisen tiedon eksplisiittisestä tiedosta, joka on helpommin ilmaistavissa ja formalisoitavissa.

Eksplisiittinen tieto on se, joka löytyy kirjoista, raporteista ja dokumenteista. Hiljainen tieto sen sijaan on henkilökohtaista, usein vaikeasti sanallistettavaa ja peräisin yksilön kokemuksista, tunteista, intuitiosta ja vuorovaikutuksesta ympäristön kanssa.

Hiljaisen tiedon merkitys yksilölle

Hiljainen tieto on olennainen osa yksilön taitoja ja osaamista. Se kertyy vuosi- en varrella erilaisten kokemusten, harjoittelun ja oppimisen myötä. Esimerkiksi, kokenut lääkäri voi diagnosoida potilaan tilan nopeasti ja tarkasti, perustuen osittain hiljaiseen tietoonsa, joka perustuu lukemattomiin aiempiin potilaspauksiin. Samoin kokenut taiteilija voi luoda mestariteoksia intuitiivisesti, vaikka hän ei osaisi selittää jokaista sivellystään.

Hiljainen tieto ohjaa myös päivittäisiä päätöksiämme. Kun valitsemme, mihin kahvilaan mennä, luotamme usein hiljaiseen tietoon – mieltymyksiimme, tunnelmaan, joka miellyttää meitä, tai aikaisempiin positiivisiin kokemuksiin samasta paikasta.

Hiljaisen tiedon merkitys organisaatioille

Organisaatiot ovat yhä enemmän alkaneet ymmärtää, että hiljainen tieto on merkittävä voimavara. Se on erityisen tärkeää ammattitaitoa vaativissa työtehtävissä, kuten asiantuntijatyössä, luovassa työssä ja tiimityössä. Hiljainen tieto voi myös olla avain organisaation kilpailuetuun ja innovaatioihin.

Organisaatiot ovat pyrkineet kehittämään tapoja jakaa ja hyödyntää hiljaista tietoa tehokkaasti. Tähän voi sisältyä mentorointiohjelmiä, tiimityötä, kokemusten jakamista ja taitojen kehittämistä. Kun organisaatiot osaavat tehokkaasti hyödyntää hiljaista tietoa, ne voivat nopeuttaa päätöksentekoa, ratkaista ongelmia tehokkaammin ja luoda innovatiivisempia ratkaisuja. Tapahtumille keskeistä hiljaisen tiedon eksplikoinnissa on tiedon siirtyminen yksilöltä, vapaaehtoiselta, toiselle.

Käsitelmäärityksiä animaation kautta

Teimme myös animaation hiljaisen tiedon käsitteestä ja sen hyödyntämistä tapahtumissa.

Animaatiossa pohjustetaan hiljaisen tiedon olemusta. Päähenkilö on uusi vapaaehtoinen, joka pyrkii löytämään parhaat toimintatavat tapahtuman järjestämisessä. Hän oppii muilta tapahtuman järjestäjiltä. Lisäksi animaation lopussa koko tapahtuman järjestäjien organisaatio kerää yhteistä hiljaista

tietoa ja pyrkii tuomaan sitä eksplifoiduksi tiedoksi, joka on kaikkien, sekä uusien että kokeneempien järjestäjien, saatavilla.

Klikkaamalla kuvaa pääset katsomaan animaation

<https://karelia.cloud.panopto.eu/Panopto/Pages/Viewer.aspx?id=ba8125d8-b535-428b-9627-b0700092ab0d>

Lopuksi

Hiljainen tieto on arvokas resurssi, joka piilee jokaisessa meissä. Se on tietoa, joka perustuu kokemuksiin, taitoihin ja intuitioon. Ymmärtämällä ja hyödyntämällä tätä tietoa voimme tehdä päätöksistämme parempia ja ratkaista ongelmia tehokkaammin. Tapahtumaorganisaatiot voivat saavuttaa kilpailuetua ja edistää innovaatioita, kun ne osaavat tehokkaasti hyödyntää hiljais-ta tietoa. Siksi voimme kutsua hiljaista tietoa "tiedon aarrearkuksi", joka piilee meissä ja organisaatioissamme odottaen hyödyntämistä.

Toiminnanohjausjärjestelmät tapahtumien toiminnan tehostamisessa

Tiina Soininen, tiedolla johtamisen lehtori, Karelia-ammattikorkeakoulu

Hiljaisen tiedon teeman lisäksi Tapahtumien tiedolla johtamisen -kursseilla käydään läpi toiminnanohjauksen hyötyjä tapahtumille. Toiminnanohjausjärjestelmä eli ERP (Enterprise Resource Planning) on ohjelmisto, jonka avulla organisaatiot voivat automatisoida ja hallita keskeisiä liiketoimintaprosesseja optimaalisen suorituskyvyn saavuttamiseksi. Kurssilla käsitellään eri tavoin luotuja ja erilaisia toiminnanohjauksen järjestelmiä. Kurssilla oppijat voivat pohtia, minkälainen ERP tapahtumalle olisi toimivin. Esittelen kurssilla kolme vaihtoehtoa: 1) täysin itse tehty järjestelmä, joka hyödyntää olemassa olevia ilmaisia sovelluksia ja ohjelmistoja, 2) itse koodattu low code -järjestelmä tai 3) valmis ilmaisohjelmisto toiminnanohjauksen järjestämiseen.

Tapahtumien toiminnanohjaus on prosessi, joka liittyy tapahtumien suunnitteluun, järjestämiseen ja hallintaan, jotta varmistetaan niiden sujuva kulku ja onnistuminen. Tapahtumien toiminnanohjaus voi kattaa laajan valikoiman erilaisia tapahtumia, kuten yritystapahtumat, konsertit, urheilutapahtumat, konferenssit, juhlat, messut ja monia muita.

Toiminnanohjausjärjestelmien hyvä puoli on se, että sinne kirjatut asiat ovat kaikkien organisaation tai tapahtuman järjestäjien nähtävillä heti. Tieto liikkuu nopeammin henkilöiden välillä. Toiminnan ohjausjärjestelmien avulla pystytään ohjaamaan toimijoita automatisoidusti. Esimerkiksi kun tehtävä on merkitty suoritetuksi, se siirtyy automaattisesti seuraavan projektin kohtaan ja näin seuraavat toimijat pääsevät viemään toimintaa eteenpäin.

Tapahtumien toiminnanohjaus koostuu useista vaiheista

- 1. Suunnittelu:** Tapahtuman suunnitteluvaiheessa määritellään tavoitteet, kohdeyleisö, budjetti, ajankohta, paikka ja ohjelma. Suunnittelussa otetaan huomioon kaikki tarvittavat yksityiskohdat, kuten esiintyjät, logistiikka sekä talous- ja turvallisuusasiat.
- 2. Resurssien hankinta:** Tämä vaihe sisältää tarvittavien resurssien, kuten tilojen, laitteiden, tarvikkeiden ja henkilökunnan, hankkimisen ja varmistamisen. Tapahtuman laajuudesta riippuen tämä voi olla erittäin monimutkainen prosessi.
- 3. Markkinointi ja mainonta:** Tapahtuman onnistumiseksi tarvitaan osallistujia tai yleisöä. Markkinointi ja mainonta ovat tärkeitä vaiheita, joissa käytetään erilaisia strategioita, kuten sosiaalista mediaa, mainoskampanjoita ja suoramarkkinointia, houkutelakseen osallistujia.
- 4. Rekisteröinti ja ilmoittautuminen:** Tapahtuman osallistujien rekisteröinti ja ilmoittautuminen on tärkeä osa toiminnanohjausta. Tämä voi olla manuaalinen prosessi tai automatisoitu sähköisten rekisteröintijärjestelmien avulla.
- 5. Tapahtuman toteutus:** Tapahtuman aikana varmistetaan, että kaikki suunnitelmat toteutuvat. Tässä vaiheessa vastataan esimerkiksi esiintyjien ohjeistamisesta, teknisestä tuesta, turvallisuudesta ja yleisön ohjeistamisesta.
- 6. Seuranta ja arviointi:** Tapahtuman päätyttyä tapahtuman toiminnanohjaajat arvioivat, kuinka hyvin tapahtuma onnistui. Tähän voi kuulua osallistujien palautteen kerääminen, taloudellisen tuloksen analysointi ja tapahtuman ongelmakohtien tunnistaminen.
- 7. Jälkimarkkinointi:** Tapahtuman jälkeen voidaan järjestää jälkimarkkinointitoimenpiteitä, kuten kiitosviestejä osallistujille, jakaa kuvia ja videoita sosiaalisessa mediassa sekä arvioida, mitä parannuksia voidaan tehdä seuraavia tapahtumia varten.

Tapahtumien toiminnanohjaus voi olla hyvin monimutkaista, kuten isoilla festivaaleilla tai kansainvälisissä konferensseissa. Tietotekniikan ja erilaisten ohjelmistojen käyttö voi helpottaa ja tehostaa tätä prosessia, auttaen suunnittelijoita ja järjestäjiä hallitsemaan kaikkia osa-alueita tehokkaasti.

Kaiken kaikkiaan tapahtumien toiminnanohjaus on olennainen osa monenlaisten tapahtumien onnistunutta järjestämistä, jonka avulla varmistetaan osallistujien unohtumattomat kokemukset.

Yhteistyössä mukana:



Join our webinar
**Sustainability and responsibility
in events**

28th October 2022 2-4 pm EET /1-3 pm CET

The poster for the PARAFEST event is set against a green background. It features colorful puzzle pieces (pink, blue, yellow, teal) and illustrations of a piano keyboard and an acoustic guitar. The text 'PARAFEST' is written in large white letters on a light green cloud-like shape. Below it, 'Yhteistyössä KARELIA-AMK' is written in white. At the bottom, the event details are listed: 'Kuvataide Musiikki Kirjallisuus' and 'Pääsymaksuton ja esteetön' on the left, and '16.-19.8 AHJON PIHA-ALUE' on the right.

PARAFEST
Yhteistyössä
KARELIA-AMK

Kuvataide
Musiikki
Kirjallisuus
Pääsymaksuton ja esteetön

16.-19.8
AHJON
PIHA-ALUE

Tapahtumien palvelumuotoilua

Tuija Kainulainen, matkailun lehtori, Karelia-ammattikorkeakoulu

Palvelumuotoilu on lähestymistapa, joka keskittyy asiakaskokemukseen ja pyrkii parantamaan palveluiden laatua ja käyttäjäystävällisyyttä. Tapahtumien kehittämisessä palvelumuotoilu aloitetaan asiakkaan syvällisestä ymmärtämisestä. On tärkeää tunnistaa kohdeyleisö, heidän tarpeensa, odotuksensa ja toiveensa. Tämän tiedon perusteella tapahtumaa voidaan suunnitella ja toteuttaa siten, että se vastaa mahdollisimman hyvin osallistujien tarpeita.

SEM-hanke järjesti tapahtuman tekijöille palvelumuotoilutyöpajan Vainoniemmen huvilalla Joensuussa 29.9.2023. Työpajaa oli vetämässä Raisa Maijala Palvelumuotoilutoimisto Palvelupolkuja Oy:stä. Ennakkotehtävänä osallistujille oli annettu mietittäväksi palvelumuotoilun kohde, kuten vapaaehtoisten sitouttaminen, asiakastyytyväisyyden parantaminen tai asiakasmäärien li-

sääminen. Tämän tiedon pohjalta luotiin käyttäjäpersoonat ja palvelupolut valituille kohderyhmille ja tapahtumille.



Kuva 1. Palvelumuotoilun työpaja (Kuva: Maria Iltola)

Empatiaharjoitus

Palvelumuotoilussa käytetään usein empatiaharjoituksia, joiden avulla on tavoite nähdä maailma asiakkaan silmin. Harjoitusten avulla pyritään siis herättämään osallistujissa ymmärrystä ja tunnetta toisen ihmisen näkökulmasta. Vainoniemessä ensimmäinen harjoitus oli rakentaa pienryhmissä mahdollisimman korkea torni kuudesta A4-paperiarkista. Tämän harjoituksen tavoitteena oli huomata, että ongelma voidaan ratkaista monella eri tavalla.



Kuva 2. Empatiaharjoituksen yksi tuotos (Kuva: Tuija Kainulainen)

Sana empatia tarkoittaa myötätuntoista eläytymistä (Suomisanakirja 2023). Sen synonyymeja ovat esimerkiksi tunne, sympatia ja myötätunto. Empatiakartta on yksi visualisoinnin menetelmä, joka auttaa tapahtuman kehittämistä asiakaslähtöisemmäksi. Sen avulla tunnistetaan helpommin asiakkaiden tarpeita, tunteita ja toiveita. Tapahtumatuotannossa voidaan miettiä, miten osallistuja ajattelee, mikä on hänelle tärkeää, mistä hän unelmoi ja miksi hän ylipäätään osallistuu/osallistuisi tapahtumaan. Empatiakarttaa voidaan hyödyntää esimerkiksi pohdittaessa käyttäjäpersoonia.

Käyttäjäpersoonat

Palvelumuotoilun työpajassa toisena tehtävänä oli luoda käyttäjäpersoonat, jotka ovat tapahtuman asiakkaita tai SEM-hankkeen opintojaksoille osallistuvia tapahtuman tuottajia. Käyttäjäpersoonat ovat todelliseen tietoon perustuvia mutta kuvitteellisia henkilökuvauksia, jotka helpottavat käyttäjien hahmottamisessa. Ne ovat siis stereotyyppisiä henkilöitä, jotka luodaan esimerkiksi havainnoimalla ja haastatteleamalla käyttäjiä.

Käyttäjäpersoonan avulla voidaan helpommin määritellä asiakkaiden tarpeet, odotukset ja toiveet. Määrittelyssä on hyvä ottaa huomioon esimerkiksi kohderyhmän ikä, ammatti, elämäntilanne, kiinnostuksen kohteet, tulevaisuu-

den haaveet ja motivaatio. Näin saadaan kokonaiskuva käyttäjistä, joille tapahtumaa tai koulutusta voidaan lähteä suunnittelemaan ja kehittämään.

Palvelupolku

Kolmas työpajan tehtävä oli kuvailla palvelupolku, jossa asiakas käy läpi koko tapahtuman vaiheet (ennen, aikana ja jälkeen). Asiakkaalla saattaa olla erilainen näkemys tapahtuman kulusta kuin tapahtumantuottajalla. Siksi on hyvä katsoa ”asiakkaan silmin” tapahtumaa kokonaisuudessaan. Palvelupolku auttaa visualisoimaan asiakkaan matkaa alkaen siitä, kun hän havaitsee tarpeen tai toiveen osallistua tapahtumaan/koulutukseen päättyen siihen, että hän muistelee jälkikäteen kokemuksiaan.

Jo lyhyessä ajassa saadaan näkemys asiakkaan kuljettavasta polusta, mutta palvelumuotoilu on iteratiivinen prosessi. Tapahtuma ei tule kerralla valmiiksi, vaan sitä tulee kehittää jatkuvasti.



Kuva 3. SEM-hankkeen opintojaksojen käyttäjäpersoonat ja palvelupolku (Kuva: Tuija Kainulainen)

Lopuksi

Asiakslähtöisyys edellyttää asiakkaiden muuttuvien tarpeiden ja toiveiden ennakointia. Asiakkaiden määrittely ja tutkiminen auttaa tässä. Asiakasymmärrys auttaa hahmottamaan miksi hän käyttäytyy tietyllä tavalla, ja mikä motivoi häntä toimimaan niin kuin toimii.

Tapahtuma-alalla on ollut viime vuosina paljon muutoksia, ja paljon tulee varmasti myös tulevaisuudessa muuttumaan. Palvelumuotoilun työpajojen tarkoituksena oli kannustaa tapahtuman tekijöitä osallistumaan suurella joukolla yhdessä asiakkaiden ja sidosryhmien kanssa suunnitteluun ja kehittämiseen. Lopuksi Vainoniemen työpajassa koottiin yhdessä ajatuksia kaikille kehittämisen kohteena oleville tapahtumille. Lyhyessä ajassa saimme paljon toteuttamiskelpoisia ideoita jatkotyöskentelyä varten.

Webinaarikäsikirja

Tekijät: Smart Event Managers -harjoittelijat:

Ella Nevalainen, Joonas Walden, Pyry Makkonen ja Erika Sakkara

Toimittaneet: Tuija Kainulainen, Kati Hämäläinen ja Maria Iltola

Sisällys

Alkusanat	2
Webinaari, seminaari VAI hybriditapahtuma	2
Suunnittele webinaarisi huolella	4
Rekisteröityminen ja markkinointi	8
Webinaarin toteutus	9
Webinaarin jälkeen	10
Lähteet	11

Alkusanat

Tämän käsikirjan tarkoituksena on auttaa sinua järjestämään onnistunut webinaari. Käsikirjaan on koottu hyödyllisiä vinkkejä, muistilistoja ja linkkejä. Koska webinaarit ovat mainio tapa saavuttaa yleisösi missä päin maailmaa tahansa, niin katsotaanpa mitä onnistuneen webinaarin valmistelu ja toteutus vaatii. Sillä ehkä sinä olet se, joka järjestää seuraavan webinaarin!

Onnistuneen webinaarin järjestämiseen kannattaa varata aikaa. Huolella suunniteltu webinaari on puoliksi tehty. Suunnitelmallisuus antaa tekemiseen varmuutta ja sujuvuutta. Järjestelmällisellä suunnittelulla voidaan välttyä myös ikäviltä yllätyksiltä, kuten tekniikkaongelmilta, ylittävältä budjetilta tai aikataulun venymisiltä.

Webinaari, seminaari vai hybriditapahtuma

Seminaari, webinaari ja hybriditilaisuus ovat erilaisia tapoja järjestää tiedonvälitystä ja vuorovaikutusta. Seminaari on perinteinen fyysinen tilaisuus, webinaari on verkkoseminaari, joka voi olla reaaliaikainen tai tallennettu, ja hybriditilaisuus yhdistää fyysisen ja virtuaalisen osallistumisen mahdollisuudet. Valinta näiden eri tilaisuusmuotojen välillä riippuu tavoitteista, yleisön tarpeista ja käytettävissä olevista resursseista

Seminaari on perinteinen tapahtuma, jossa on usein asiantuntijaluentoja. Se järjestetään ennalta määritellyssä paikassa. Seminaareja järjestetään usein oppilaitoksissa, yrityksiin ja organisaatioiden tiloissa. Puheenvuorojen lisäksi seminaarissa voi olla keskusteluja sekä työpajoja aiheeseen liittyen. Seminaarin järjestämisen hyötyihin kuuluu ihmisten kohtaaminen, jolloin saadaan luotua hyvät vuorovaikutusmahdollisuudet ja yhteenkuuluvuuden tunne osallistujien kesken.

Hybriditapahtuma on tilaisuus, joka toteutetaan tietyssä paikassa ennalta sovittuun aikaan. Tilaisuuteen on mahdollista osallistua joko paikan päällä tai vaihtoehtoisesti etänä verkkolähteyksen kautta. Hybriditapahtuma tarjoaa joustavuutta ja mahdollistaa yleisön laajentamisen. Hybriditapahtuma on työläin toteuttaa, koska silloin pitää huomioida sekä seminaarin että webinaarin toteuttaminen.

Webinaari eli verkkoseminaari on kuin seminaari, mutta se on internetin välityksellä toteutettu virtuaalinen ja vuorovaikutteinen tapahtuma, joka yhdistää seminaarin ja verkkoseminaarin elementtejä.

Ennen kuin päätät tapahtumallesi toteutustavan, mieti muun muassa seuraavia asioita:



Kuva 3. SEM-hankkeen aloitus-tilaisuus toteutettiin hybridinä

Tavoite

Jos yhtenä tavoitteena on verkostoituminen, voi seminaari olla hyvä vaihtoehto. Tällöin osallistujat voivat tavata kasvatusten. Suoramarkkinoinnin ja myynnin tekeminen on varmempaa seminaarissa. Jos haluat panostaa enemmän tiedon jakamiseen, voi webinaari tällöin olla parempi vaihtoehto. Myös asiakastietojen kerääminen ja analytiikan hyödyntäminen onnistuu helpommin webinaarissa.

Kulut

Webinaari voi olla vaihtoehdoista edullisin. Vaikka osallistujia varten ei tarvita tiloja kuluja syntyy kuitenkin esiintyjien palkkioista, striimauksen toteutuksesta, valitusta webinaarialustasta ja järjestäjän omasta palkasta.

Osallistujat

Osallistujien ollessa laajasti eri alueilta, voi olla tehokkaampaa järjestää webinaari.

Webinaarin edut

Webinaari voidaan toteuttaa suorana lähetyksenä, jossa osallistuja pääsee seuraamaan reaaliaikaista lähetystä. Tuolloin se antaa myös mahdollisuuden vuorovaikutukseen kohdeyleisön kanssa. Webinaarit on mahdollista tallentaa, jolloin sen voi katsoa jälkikäteen. Riippuen siitä mitä alustaa käytetään, voivat osallistujat nähdä toisensa reaaliajassa. Webinaarin etuna on, että siihen osallistuvien henkilöiden ei tarvitse matkustaa paikan päälle. Riittää, että he ovat tietokoneen, tabletin tai älypuhelimien sekä toimivan internetyhteyden ääressä. Täten maantieteellinen sijaintikaan ei ole esteenä osallistumiselle.

Webinaarin käyttökohteita ovat esimerkiksi:

1. Koulutus
2. Tiedottaminen
3. Myynti ja markkinointi

Lue lisää aiheesta:

<https://www.arvomedia.fi/webinaari/>

<https://markkinoinnintrendit.fi/mika-on-webinaari/>

Webinaari on yritykselle ja organisaatiolle hyvä keino tuoda esille omaa osaamistaan ja jakaa tietämystään. Webinaarien avulla saadaan lisää näkyvyyttä sekä tehostetaan markkinointia ja myyntiä.

Webinaarissa on mahdollista tavoittaa haluttu kohderyhmä. Sen järjestämiseen ei tarvita yhtä paljon investointeja kuin esimerkiksi seminaarin.

Webinaarin hyötyihin kuuluu ekologisuus, sillä osallistujien ei tarvitse saapua fyysisesti tapahtumapaikalle. Näin säästetään myös osallistujien kuin puhujien arvokasta aikaa.

Suunnittele webinaarisi huolella

Aloita suunnittelu hyvissä ajoin, sillä onnistuneen webinaarin toteutus vaatii huolellista valmistautumista. Alkuun pääset pohtimalla, miksi olet järjestämässä webinaaria. Mieti ketkä kuuluvat kohderyhmääsi, mikä heitä kiinnostaa ja mitä haluat webinaarillasi saavuttaa. Onko tavoitteesi opettaa, kouluttaa, rakentaa verkostoja, jakaa tietoa tai esitellä sekä myydä tuotteita ja palveluita. Mieti tapahtumasi tavoitteet ja kirkasta ideasi teema. Muista, että tärkeintä on tarjota osallistujille arvokasta sisältöä ja miellyttävä kokemus.

Aihevalinta ja esiintyjät

Valitse aihe, joka on kiinnostava ja hyödyllinen kohdeyleisöllesi. Aiheen tulisi olla selkeästi rajattu ja sopivan laaja webinaarin keston nähden. Sen tulisi olla myös ajankohtainen, jotta se herättää kiinnostusta.

Esiintyjä valittaessasi, mieti kuka on alan asiantuntija ja osaa kertoa aiheesta kiinnostavasti. Käy valittujen esiintyjien kanssa läpi webinaarisi ohjelmarunko ja aikataulu. Pyydä heitä lähettämään sinulle esitysmateriaali, jotta voit etukäteen testata sen toimivuuden. Varaudu myös siihen, että ohjelmaan saattaa tulla muutoksia esimerkiksi sairastumisen vuoksi.

Hyvä puhuja:

- Huomioi yleisön
- On osallistava
- Huomioi kohderyhmän erilaiset taustat
- On asiantunteva
- Osaa tulkita yleisöään
- On inspiroiva
- Valmistautuu aina puheeseen
- On innostava

Esiintyjää valitessasi tulee ottaa huomioon:

- Mikä on tapahtuman tavoite
- Kenelle tapahtuma on suunnattu
- Sopiiko puhuja webinaarin teemaan
- Esiintyjän puhetaidot
- Puhujan tulee olla asiantunteva, mutta myös kiinnostava ja mukaansatempaava
- Kykenee reagoimaan nopeasti yleisön kysymyksiin
- Esiintyjän palkkio

Työnjako

Ennen webinaaria on hyvä tehdä tarkka työnjako, jotta webinaarin kulku on selkeää. Selvitä kuka hoitaa tekniikan, kuka vastaa tallentamisesta, kuka juontaa ja kuka vastaa chatiin tulleeisiin kysymyksiin.

Kommentoinnista, mikin sekä kameran käytöstä sekä webinaarin ohjelmasta voidaan etukäteen valmistella perusohjeistus, jonka voi liittää chatiin kuulijoiden nähtäväksi.

Kannattaa pohtia myös, olisiko aihetta ottaa webinaariin juontaja tai tarvitsetko kenties moderaattoria avuksi. Juontajasta tai moderaattorista on apua, jos olet suunnitellut webinaarin kestävän koko päivän ja sinulla on useita ohjelmanumeroita sekä asiantuntijoita paikalla.

Juontajan osallistujat näkevät ensimmäisenä ja viimeisenä. Esiintyjien esitleminen ja sujuvat vaihdot ovat hänen vastuullaan. Tarkempi käsikirjoitus auttaa juontajaa muistamaan kaikki tarvittavat asiat.

Moderaattori on valittu henkilö, joka huolehtii ja tarkkailee, että keskustelu pysyy asianmukaisena chatissa ja estää asiattomien viestien julkaisun. Hänen tehtävänään voi myös olla ääni- ja kuvayhteydestä huolehtiminen sekä yleisenä tukihenkilönä toimiminen.

Aikataulu ja webinaarin kesto

Päätä webinaarin kesto ja ajankohta. Sopivan ajankohdan valinta on tärkeää, jotta saavutat kohderyhmäsi mahdollisimman hyvin. Ota huomioon onko samaan aikaan muita tapahtumia, webinaareja, loma-aikoja tai muita

vastaavia seikkoja, jotka voisivat olla sinun webinaarisi onnistumisen tiellä. Hyvä kesto webinaarille on noin tunti, jonka lopusta voit varata 15 minuuttia osallistujien kysymyksille. Liian pitkä webinaari laskee osallistujien määrää ja saattaa vaikuttaa negatiivisesti keskittymiskykyyn.

Webinaarin pituus voi vaihdella aiheen mukaan. Kansainvälisissä webinaareissa myös aikaerot maiden välillä tulee ottaa huomioon. Valitse siis sopiva ajankohta, joka sopii kohdeyleisösi aikavyöhykkeelle.

Lue lisää aiheesta:

https://www.kotus.fi/nyt/kolumnit_artikkelit_ja_esitelmat/ajan_sana_%281997_2012%29/moderaattori_valvoo

<https://floor.bz/blog/guide-to-organize-successful-webinars/>

<https://www.glowbl.com/blog/en/organising-a-webinar-in-5-steps/>

<https://www.eventbrite.co.uk/blog/webinar/how-to-organise-a-webinar-ds00/>

Alustan valinnassa huomioitavat asiat:

- Osallistujien määrä
- Alustan helppokäyttöisyys sekä osallistujille että tapahtuman tekijöille
- Mahdollisuus vaihtaa puhujasta toiseen
- Osallistujien mahdollisuus esittää kysymyksiä
- Näytönjaon mahdollisuus
- Tallentamisen mahdollisuus
- Suomenkieliset tekstitystyökalut
- Hinta
- Osallistujien osallistaminen

Tekninen infrastruktuuri

Onnistuneen webinaarin tärkeä tekijä on toimiva teknologia. Webinaaria varten tarvittavat sopivan ja rauhallisen tilan hyvällä valaistuksella. Jos toteutat webinaarin itse, tarkista että sinulla on tarvittava laitteisto, kuten kamerat, mikrofoni ja toimiva verkko-yhteys. Oleellista on myös löytää tarkoituksiisi sopiva webinaarialusta ja tarvittaessa striimauksen tekijä.

Webinaarialustalla tarkoitetaan ohjelmistoa, jota käytetään lähetyksen tuottamiseen yleisölle. Alustoja on sekä ilmaisia että maksullisia. Ilmaisten alustojen toiminnot ja yleisömäärät ovat yleensä rajattuja. On myös mahdollista ostaa webinaarialustan toteutus kokonaan palveluna, jolloin

itse voi keskittyä sisällön tuottamiseen. Webinaarialustat mahdollistavat mm. ohjelmajärjestämisen, verkostoitumisen sekä asiakastietojen keräämisen ja analysoinnin.

Ohjelmarunkoa suunnitellessasi saat hyvän tuntuman siitä, millaiset vaatimukset webinaarin alustan valinnassa sinun tulee ottaa huomioon. Alustoja on valittavissa useita eri vaihtoehtoja. Onkin tarpeellista pohtia, mitkä ominaisuudet ovat tärkeitä ja palvelevat parhaiten juuri sinun tarpeitasi. Tutki huolella, mitä eri alustat mahdollistavat ja vertaa niitä keskenään. Lähes jokaisella alustalla on tarjolla erihintaisia paketteja laajemmilla ominaisuuksilla.

Maksullinen webinaarialusta on parempi vaihtoehto, kun järjestät usein tapahtumia ja niiden osallistujamäärä on suuri ja webinaarissa halutaan hyödyntää edistyneempiä ominaisuuksia. Osalla maksullisista alustoista on tarjolla myös tilaisuuden aikana käytettävänä oleva tekninen tuki ongelmatilanteita varten. Muista, että kaikkea ei tarvitse tehdä itse. Monet yritykset tarjoavat webinaarituottamisen palveluja kuten Liveto ja Unie.

Esimerkkejä yleisistä webinaarialustoista:

- **Zoom:** Webinaarialusta, johon voi osallistua enintään 100 osallistujaa, enimmäiskesto 40 minuuttia. <https://zoom.us/>
- **Teams:** Webinaarialusta, johon voi osallistua enintään 1000 osallistujaa. <https://www.microsoft.com/fi-fi/microsoft-teams/group-chat-software>
- **GoogleMeet:** 100 osallistujaa. <https://meet.google.com>
- **Skype:** 50 osallistujaa. <https://www.skype.com/fi/>

Onnistuneen kuvauksen varmistat hyvällä valaistuksella niin, että esittäjä näkyy selkeästi kuvassa. Suosi pehmeää ja kirkasta yleisvaloa, joka on kohdistettu esiintyjään. Vältä valoa, joka tulee henkilön takaa sekä suoraan ylhäältä tai alhaalta kohdistettuja valoja.

Aseta kameran aina kuvaamaan joko hieman ylemmäs kuvattavasta henkilöstä tai kuvattavan kanssa samalle korkeudelle. Älä koskaan kuvaa ylhäältä tai alhaalta, sillä silloin kuvakulmat vääristyvät.

Voit ostaa myös striimauspalvelun,

jolloin voit jättää tekniikan, kuten valaistuksen, kuvauksen ja äänityksen ammattilaisten käsiin. Striimaaja on paikalla huolehtimassa teknologias- ta ja kuvauksesta, mutta hän ei vastaa ohjelman sisällöstä. On kuitenkin hyvä käydä läpi palveluntarjoajan kanssa kaikki webinaarin yksityiskohdat.

Voit kuvata webinaarin älypuhelimel- la, videokameralla tai järjestelmäka- meralla. Kaikki nämä edellä mainitut soveltuvat webinaarin kuvaamiseen. Kuitenkin älypuhelin soveltuu parhai- ten kevyempään kuvaamiseen, jossa ei tarvitse kuvata kuin yhtä henkilöä. Lisäksi tarvitet mikrofonin ja tukevan jalustan kuvauslaitteelle.

Mikrofoneja on useita erilaisia: tila-, nappi-, pöytä tai haastattelumikro- foni, mutta tärkeintä on se, että ääni kuuluu hyvin ja selkeästi.

Muista aina testata kuvakulmat, valot ja äänet ennen webinaarin alkua. Tee testaukset hyvissä ajoin, niin sinulle jää aikaa ongelmien korjaamiseen.

Sisällön suunnittelu ja yleisön osallistaminen

Laadi selkeä rakenne webinaarillesi. Ohjelmavunon tekeminen auttaa sinua hahmottamaan webinaarin sisällön. Lisäksi se auttaa ajanhallinnassa.

Kirjoita ylös asioita mistä haluat puhua, missä järjestyksessä puhut ja pohdi kuinka pitkään jokainen aihe vie. Sisällytä puheeseen alkuesittely, pääaihe ja lopputiivistelmä. Suunnittele visuaalinen esitys, joka tukee puhettasi ja ylläpi- tää osallistujien mielenkiintoa.

Puheen keston tulisi pysyä maltillisena ja aikataulussa pysyminen on katsojan näkökulmasta tärkeää, sillä yleisö odottaa tapahtuman kulkevan aikataulun mukaan. Jos webinaarin on tarkoitus kestää koko päivän, suunnittele ohjelma niin ettei päivästä tulisi liian raskasta. Pitkään ruudun äärellä istuminen voi

Älä käytä esityksessä:

- Huonolaatuisia kuvia
- Erilaisia fontteja
- Liikaa tekstiä dioissa

olla hyvinkin uuvuttavaa, vaikka olisi kuin- ka mielenkiintoisia esityksiä ja puhujia tie- dossa. Huomioi siis ohjelmavunoon sopi- vasti taukoja sekä mieti millaisilla keinolla saisit osallistujat viihtymään paremmin webinaarisi parissa. Voit elävöittää, ak- tivoida ja sitouttaa osallistujia erilaisilla työkaluilla webinaarin aikana.

Työkaluja yleisön osallistamiseen:

Mentimeter: Kyselytyökalu, jossa yleisö vastaa esitettyyn kysymykseen ja vastaus näkyy reaaliajassa. Perusversio on maksuton.

Answergarden: Sanapilvisovellus, johon yleisö voi kirjoittaa yksittäisiä sanoja, jotka näkyvät kootusti näytöllä. Juontaja voi esimerkiksi kysyä yleisöltä heidän kuulumisiaan. Ilmainen sovellus mikä ei vaadi rekisteröitymistä.

Kahoot: Pelillinen äänestys- ja kyselytyökalu. Luo helposti tietovisa, johon voi osallistua pelikoodin avulla. Palvelun perusversio on ilmainen.

Kyselytyökaluja voi hyödyntää webinaarin aikana. Vaihtoehtoisesti voit hyödyntää chattikenttää ja aktivoida osallistujia vastaamaan kysymyksiisi, käyttämällä esimerkiksi tunteita ilmaisevia emojisymboleja, gif-animaatioita tai reagoimalla vaikka taputusta kuvaavalla symbolilla. Voit myös osallistua yleisöä esimerkiksi alustalta löytyvässä breakroomissa eli pienryhmätilassa, jossa osallistujat voidaan jakaa keskustelemaan pienemmissä ryhmissä.

Budjetointi

Suunnittele budjetti, jotta pystyt jo heti suunnittelun alkuvaiheessa huomioimaan tulevat kulut. Budjetoi ainakin esiintymispalkkiot, webinaarialusta, tilavuokrat, mahdolliset tarjoilut, tekniikka, markkinointi ja henkilöstökulut. Varaa rahaa myös yllättäviin menoihin.

Mahdolliset yhteistyökumppanit ja sponsorit on hyvä suunnitella budjetoinnin yhteydessä.

Rekisteröityminen ja markkinointi

Tiedottaminen kannattaa aloittaa hyvissä ajoin, jotta osallistujat saavat tiedon tulevasta webinaarista ajoissa. Tällöin webinaari saa huomiota ennakoon ja osallistuminen on todennäköisempää. Markkinointi tulisi aloittaa 4–6 viikkoa ennen tapahtumaa ja jatkua webinaarin toteutuspäivään saakka, jälkimarkkinointia unohtamatta.

Kutsu webinaariin

Jotta mahdollinen osallistuja ottaa ensimmäisen askeleen ja tutustuu tapahtuman kutsuun esimerkiksi sähköpostissaan, on kutsun oltava selkeä, innostava ja houkutteleva. Kutsussa tulee olla webinaarin aihe, ajankohta, ilmoittautumislinkki sekä ohjelma.

Tuo esille, mitä hyötyä webinaariin osallistuminen antaa ja käytä houkuttelevia kuvia tai videoita elävöittäaksesi kutsua. Käytä brändisi graafista ilmettä kutsun ulkoasussa.

Varsinaisen kutsun jälkeen on hyvä lisätä vastausviesti, jossa on osallistumislinkki ja valmiiksi ladattava kalenterimerkintä. Voit vielä lähettää muistutuksen webinaarista muutamaa päivää ennen tapahtumaa. Samalla voit jakaa osallistumislinkin uudelleen.

Hyvä sähköpostikutsu webinaariin:

- Lähetetään henkilökohtaisesta sähköpostiosoitteesta
- On otsikoitu selkeästi sisältäen webinaari sanan
- Sisältää kuvauksen webinaarista
- Sisältää linkin rekisteröitymissivulle tai suoraan webinaariin

Hyvän markkinointiviestin sisältö herättää kiinnostusta heti otsikosta alkaen. Hyvä otsikko houkuttelee lukemaan tai ainakin silmäilemään, mitä viestissä kerrotaan. Markkinoinnissa voi tehdä nostoja keskeisistä asioista kuten, mitä webinaari pitää sisällään tai kertoa kiinnostavimmat pointit ja esitellä puhujan. Kiteytä tapahtumasi sanoma ytimekkääksi tietoisuiksi.

Mainitse aina webinaarin järjestäjä ja millä alustalla webinaari toteutuu. Muistathan kertoa, jos webinaari on maksullinen tapahtuma. Voit myös ohjeistaa, kuinka webinaariin osallistuminen tapahtuu ja vaatiiko se ennakkoilmoittautumista tai muita toimenpiteitä, kuten rekisteröitymistä.

Päätä miten ilmoittautuminen hoidetaan. Luo tarvittaessa rekisteröintilomake, jotta osallistujat voivat ilmoittautua webinaariin. Markkinoi tapahtumaa esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, sähköpostitse ja verkkosivuillasi. Ennakkoilmoittautumisen ja rekisteröitymisen yhteydessä sinun on tuotava esiin tietosuojalainsäädännön mukaiset tiedot siitä, mihin ja miten ilmoittautujan tietoja käsitellään. Voit tehdä tämän viittaamalla organisaatiosi rekisteriselosteeseen tai kirjoittamalla asiasta lyhyen tekstin.

Ohjeet webinaarin osallistujille:

- Kattava tieto tapahtumasta
- Muistutus webinaarista päivää tai paria ennen tapahtumaa
- Liittymislinkki
- Ohjeet liittymiseen, kuten mahdollinen salasana
- Tieto mahdollisista ladattavista tai liitännäisistä ohjelmista
- Kehotetaan osallistujia esittämään kysymyksiä webinaarin aikana
- Tieto webinaarin tallennuksesta ja mistä sen voi katsoa
- Webinaarin materiaalien jakaminen osallistujille

Kotisivut, sähköpostilistat, Facebook, Instagram, TikTok, X (entinen Twitter) ja LinkedIn ovat hyviä markkinointikanavia, joita kannattaa hyödyntää. Mainosta niissä kanavissa, missä sinä olet, sillä siellä ne sinun seuraajasi ja potentiaaliset osallistujakin ovat.

Lue lisää aiheesta:

<https://www.helsinki.fi/fi/tiedekulma/vinkit-tapahtuman-markkinointiin-ja-viestintaan>

Webinaarin toteutus

Aloita webinaarisi reippaalla otteella ja pidä kiinni aikataulusta. Huolehdi vuorovaikutteisuudesta, eli anna osallistujille puheenvuoroja.

- Toivota osallistujat tervetulleeksi webinaariin
- Esittele itsesi ja tapahtuman esiintyjät
- Kerro webinaarin aiheesta
- Kannusta katsojia kertomaan mahdollisista teknisistä ongelmista, jos niitä ilmaantuu
- Rohkaise yleisöä osallistumaan keskusteluun ja käyttämään mahdollisia alustan eri ominaisuuksia
- Pyydä ensimmäinen esiintyjä mukaan
- Käy läpi chatiin tulleet kysymykset
- Tee yhteenveto tapahtuman päätteeksi ja pyydä vielä kysymyksiä kuulijoilta

- Kerro, miten ottaa yhteyttä tarvittaessa myöhemmin
- Kiitä kaikkia osallistujia webinaariin osallistumisesta
- Editoi webinaaritallenne ja vie ladattavaksi verkkosivuille

HUOM! Hybridiwebinaarissa jonkun tulisi kierrättää mikrofonia yleisön joukossa, jotta etäosallistujat kuulevat kaikki puheenvuorot.

Eli: **varmista, varmista, varmista.** Testaa ennen varsinaista tapahtumaa, että tekniset ja sisällölliset asiat toimivat sujuvasti.

Saavutettavuus on tärkeä asia, joka tulee ottaa huomioon. Käytä dioissa ja tekstiosioissa selkeää fonttia neutraalilla pohjalla. Erikoiset tai värikkäät fontit voivat olla vaikealukuisia, jolloin tekstin asia ei tule perille.

Huomioi että saavutettavuusdirektiivin mukaan webinaarin jälkitalenteeseen tulee lisätä tekstitys 14 vuorokauden kuluessa ensilähetyksestä.

Saavutettavassa esityksessä huomioitavaa:

- Fontit
- Värit
- Tekstitys
- Puhumisen tahti
- Ymmärrettävän sanaston käyttö

Lue lisää:

<https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/videoiden-ja-aanilahetysten-saavutettavuus/#muut-videoita-kokevat-wcag-kriteerit>

Webinaarin jälkeen

Tallenna webinaari, jos niin on sovittu esiintyjien kanssa. Voit jakaa sen heille, jotka eivät voineet osallistua suoraan lähetykseen. Voit myös jakaa tallennuksen sosiaalisessa mediassa tai verkkosivustollasi.

Jälkimarkkinointi on osa webinaarin järjestämistä ja tapahtumaan osallistuneiden muistaminen on tärkeää. Osallistujille voi laittaa kiitosviestin, joka voi sisältää tietoa menneestä webinaarista tai vaikka linkin tallenteeseen. Kiitä osallistujia, sponsoreita ja yhteistyökumppaneita. Tämä voi luoda hyvän mahdollisuuden saada samat yhteistyökumppanit seuraavaan tapahtumaasi.

Palautteen pyytäminen tapahtumaan osallistuneilta on tärkeää. Lähetä osallistujille palautelomakekysely, jossa he voivat antaa vapaasti palautetta tapahtumasta.

Tapahtumasta sinulle jää paljon hyödyllistä tietoa kerätystä yhteystiedoista, asiasta kiinnostuneista ja palautekyselyn datasta. Näitä tietoja voit käyttää tulevaisuudessa uusien webinaarien suunnittelussa. Ja miksipä et samalla markkinoisi seuraavaa tulevaa webinaariasi. Ajattele jälkimarkkinointia keinona, jonka avulla luot ja vahvistat asiakassuhdettasi ja täten parannat asiakastytytyväisyyttä.

Lue lisää:

<https://www.zoner.fi/digitaalinen-markkinointi/jalkimarkkinointi/>

Lisämateriaalia:

Smart Event Managers- hankkeen tuottama verkkolähetyskoulutus:
<https://smart-event-managers.in.howspace.com/webinaarit-ja-koulutukset>

Työkaluja lipunmyyntiin ja tapahtumahallintaan, sekä erilaisia materiaaleja ja täytettäviä pohjia helpottamaan tapahtumatuotantoa: <https://liveto.io/fi/>

Lähteet

How to Organise a Webinar (And Generate Leads for Your Business)
<https://www.eventbrite.co.uk/blog/webinar/how-to-organise-a-webinar-ds00/>

Organising a Webinar in 5 steps
<https://www.glowbl.com/blog/en/organising-a-webinar-in-5-steps/>

Ultimate Guide to Organize Successful Webinars
<https://floor.bz/blog/guide-to-organize-successful-webinars/>

How to Host a Successful Virtual Event: 10 Tips
<https://blog.hootsuite.com/virtual-events/>

Plans & Pricing for Business
<https://zoom.us/pricing>

Flexible Business Communications
<https://www.goto.com/ucaas>

Choose your Webex Plan
<https://pricing.webex.com/fi/>

Jitsi as a Service
<https://jaas.8x8.vc/#/pricing>

Videoiden ja äänilähetysten saavutettavuus. Aluehallintovirasto 2023.
<https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/videoiden-ja-aanilahetyksen-saavutettavuus/#muut-videoita-koskevat-wcag-kriteerit>

Mikä on webinaari – Näin järjestetään hyvä webinaari 2022. Arvomedia Digital Marketing.
<https://www.arvomedia.fi/webinaari/>

Mikä on webinaari. Markkinoinnin trendit 2022.
<https://markkinointitrendit.fi/mika-on-webinaari/>

Vinkit tapahtuman markkinointiin ja viestintään. Helsingin yliopisto 2023.
<https://www.helsinki.fi/fi/tiedekulma/vinkit-tapahtuman-markkinointiin-ja-viestintaan>

Jälkimarkkinointi parantaa asiakaskokemusta 2021.
<https://www.zoner.fi/digitaalinen-markkinointi/jalkimarkkinointi/>

Kotimaisten kielten keskus
https://www.kotus.fi/nyt/kolumnit_artikkelit_ja_esitelmät/ajan_sana_%281997_2012%29/moderaattori_valvoo



Heavy Metal Knitting, World Championship (Kuva: Maria Iltola)