

Taustus



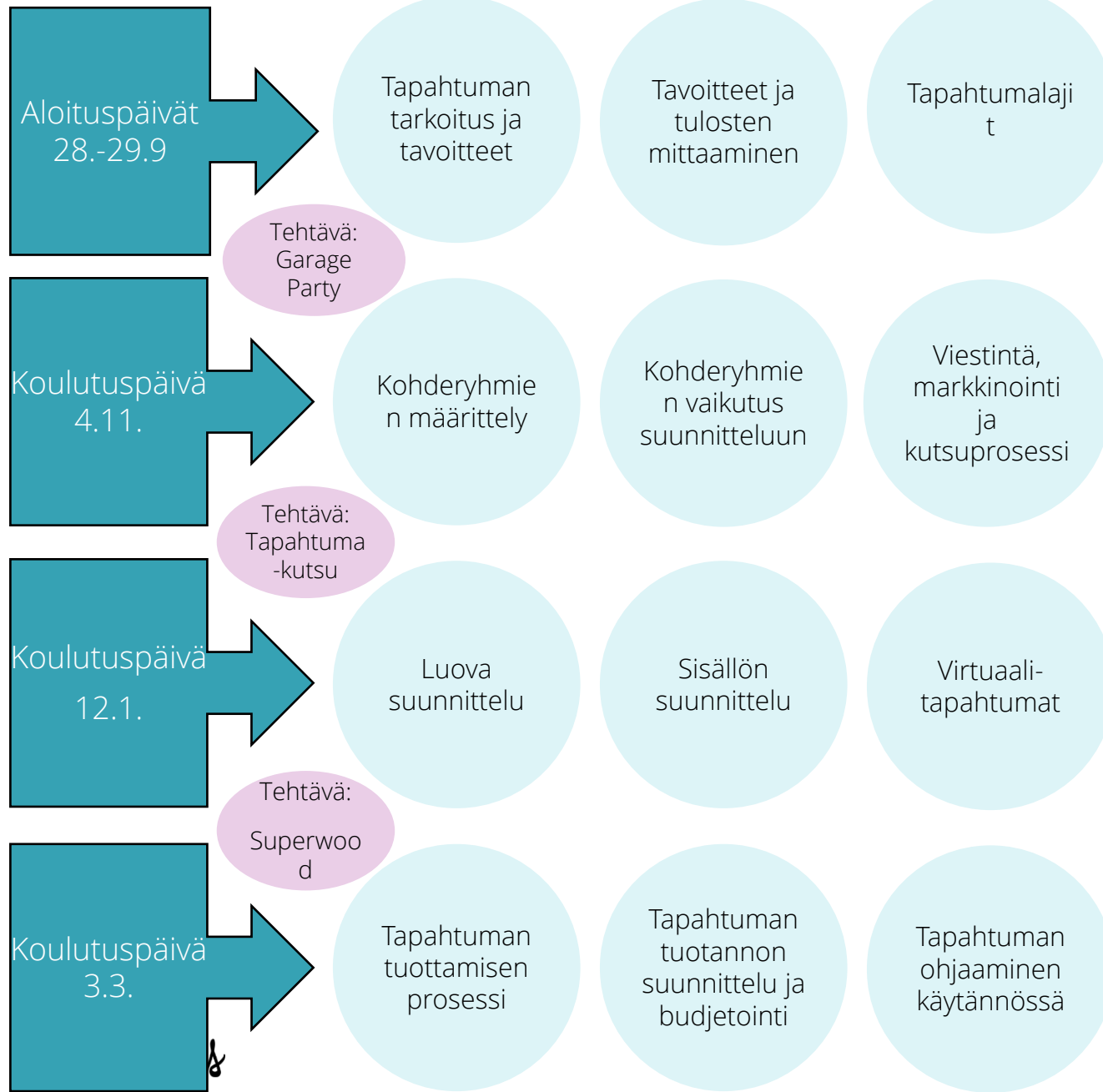
VISUAALINEN MARKKINOINTI
SISUSTUSSUUNNITTELU
TAPAHTUMATUOTANTO

Erilaiset tapahtumat ja tapahtumasuunnittelun työkaluja

Tapahtumatuottaja 4.11.2021

Tatu7

Verkko-opiskelu koulutuspäivien välissä:



Tehtävä:
Tapahtuma-
analyysi

Tehtävä:
Tapahtuma-
suunnitelma

Tehtävä
Kirja



3.-4.5.2022 Tapahtumasuunnitelmien esittelyt

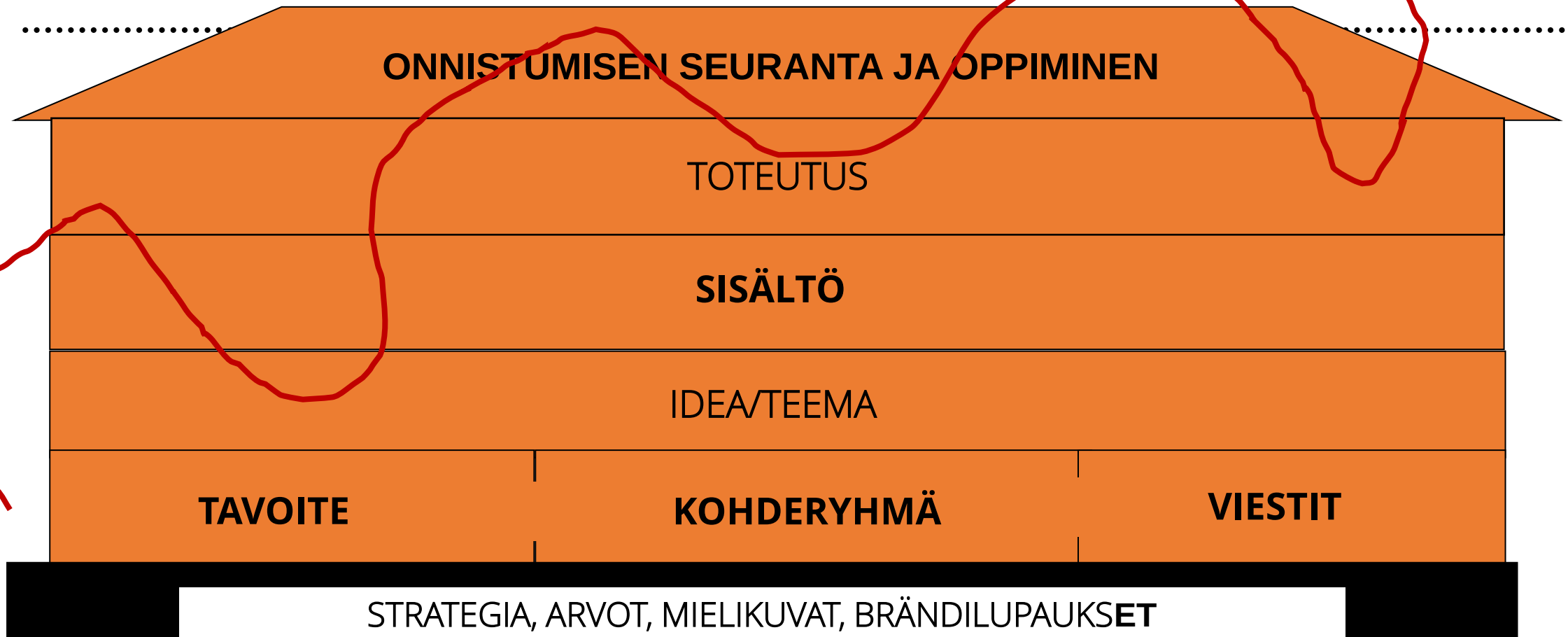
PYSYTÄÄN AIKATAULUSSA!

- Verkko-opiskelumoduulien opiskelu aikataulussa aina ennen seuraavaa opetuspäivää
- Päätehtävien palautus aikataulussa
 - Yhteenveto kirjasta – 1.3.2022 mennessä
 - Tapahtuma-analyysi – 1.4.2022 mennessä
 - Tapahtumasuunnitelma – 19.4.2022 mennessä
- Muiden välitehtävien palautus aikataulussa
 - Garage Party – 2.11.2021 mennessä
 - Tapahtumakutsu – 10.1.2022 mennessä
 - Superwood – 1.3.2022 mennessä

Faustus

TAPAHTUMIEN ERILAISUUS JA SAMANLAISUUS

TAPAHTUMAN SUUNNITTELU ON TALONRAKENTAMISTA



@HelenaWallo #tapahtumatohtori

JOKAISessa TAPAHTUMASSA



ERILAISIA TAPAHTUMIA

- Avajaiset
- Festivaali
- Juhla
- Kilpailu
- Konsertti
- Kokous
- Koulutus
- Kongressi, Konferenssi
- Läksiäiset
- Matka
- Messut
- Näyttely
- Road Show
- Seminaari
- Syntymäpäivä
- Tutustumiskäynti
- Tiedotustilaisuus
- Työpaja
- Vaikuttajatilaisuus
- Verkkoseminaari

TOISINAAN JO NIMI KERTOON

.....

Banketti, Gaala, Saunailta

Avajaiset, kilpailut, markkinat, konsertti

Festivaali

Karnevaali

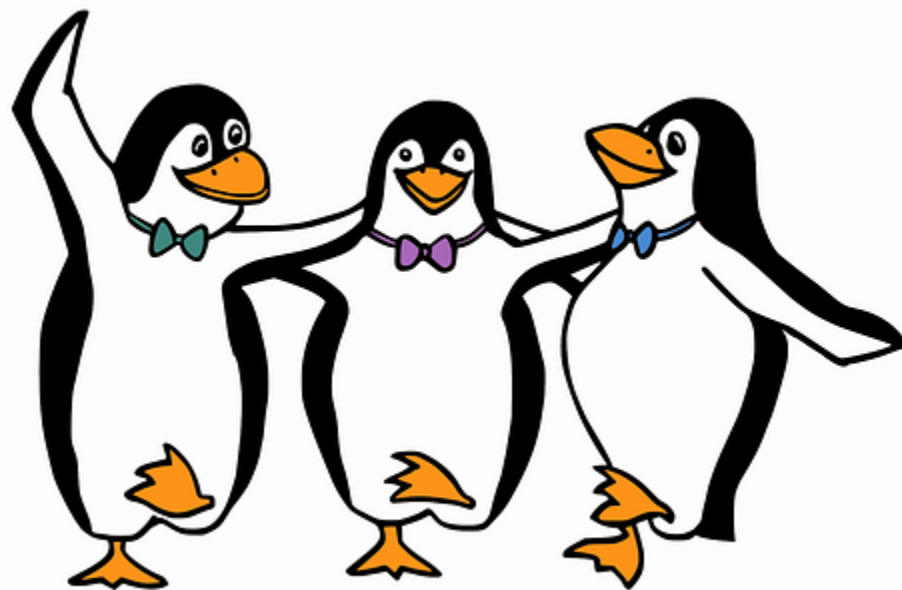
Pop up – tapahtuma

Työpaja

Road Show

Aamiainen, Brunssi, Cocktail-tilaisuus

Päivällinen, Illallinen, Iltamat



TEHTÄVÄ RYHMÄHUONEISSA

- Tehtävän tavoitteena on miettiä, mitä erityistä on erilaisissa tapahtumalajeissa
- Sitä, mitä asioita kannattaa nostaa keskiöön kun olet suunnittelemassa juuri jonkin tyyppistä tapahtumaa
- Jokaiselle ryhmälle on valmiiksi valikoitunut tapahtuma:
 - Ryhmä 1 JUHLAT (voi olla syntymäpäivät, vuosijuhlat ...)
 - Ryhmä 2 ASIAKASTAPAHTUMA (voi olla myymälätapahtuma, seminaari, lanseeraus...)
 - Ryhmä 3 MESSUT (fyysinen messuosasto mille vain tuotteelle tai palvelulle)
 - Ryhmä 4 FESTIVAALI (esimerkiksi musiikkifestivaali)
- Dokumentoikaa yhteenveto esimerkiksi ppt-tiedosto/paperi/chatti
- Valitkaa kirjuri ja esittäjä
- Käytettävissä oleva suunnittelu- ja esitysaika kerrotaan tehtävän alkaessa
- HUOM!
 - Nyt ei suunnitella tapahtumaa, vaan mietitään mitä erityistä on erilaisissa tapahtumissa?
 - Mitä erityisesti tulisi huomioida kun suunnittelet esimerkiksi festivaalia?

ESIMERKKEJÄ MITÄ HUOMIOIDA

- Matka: aikataulut, kulttuurierot ja logistiikka
- Juhla: ohjelma, pukukoodi, tarjoilut
- Festivaali: esiintyjät, markkinoinnin ajoitus, turvallisuus
- Koulutus ja seminaari: sisältö, tekniikka, aikataulut
- Avajaiset: puhujat, aikataulut ja organisointi
- Kongressi: sisältö, paikka, seuralaisohjelma, liikuntarajoitteiset
- Messu: tavoite, idea, messuhostien toiminta
- Tiedotustilaisuus: sisältö, tempo, uutisen arvo!
- Tutustumiskäynti: oppaat, turvallisuus, aikataulu
- Asiakastapahtuma: isäntien/emäntien – hostien toiminta, sisältö, tunnelma, brändi

Faustus

TAPAHTUMASUUNNITTELUN TYÖKALUJA JA TAPAHTUMALAJIT

Helena Wallo

SUUNNITTELUTYÖKALUJA

Event Roi -malli

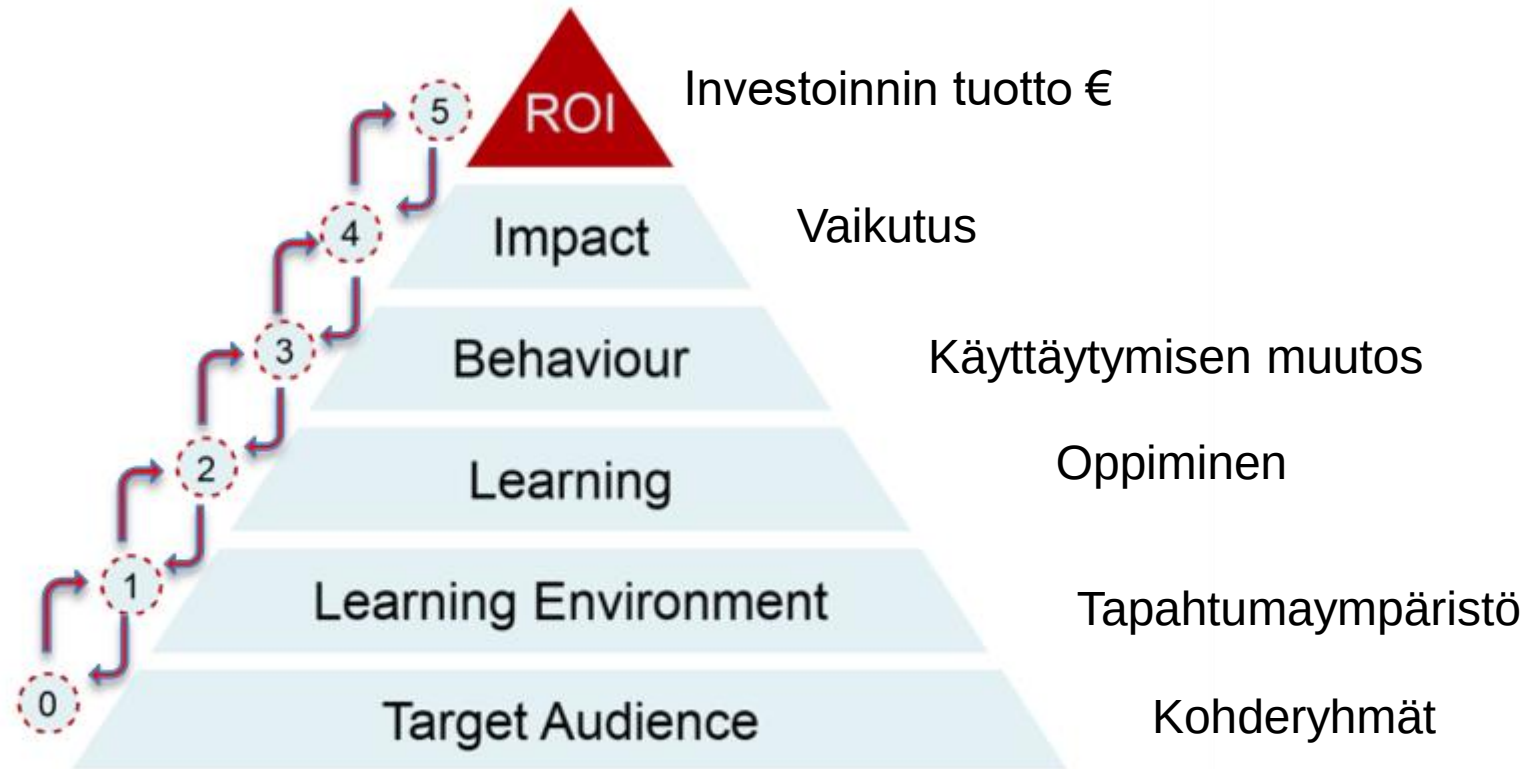
Onnistuneen tapahtuman malli®

Event Canvas -malli

Faustus

EVENT ROI

EVENT ROI



Lähde: <https://eventroi.org>

EVENT ROI

- Return On Invest = rahaa
- "Miten tapahtuma voi vaikuttaa osallistujiin, niin että se tuo tapahtuman järjestäjille arvoa, pienimmällä mahdollisella hinnalla"
- Tapahtuman vaikutus (IMPACT) on tärkein
- Tapahtumassa opitut asiat ovat menneet hukkaan, jos käytös ei muutu
- Tapahtumaosallistujan käytöksen on muututtava:
 - 1. saa uutta tietoa 2.saa uutta taitoa 3.oppii uusia asenteita 4. oppii tuntemaan uusia ihmisiä
- On useita erilaisia kohderyhmiä: On tiedettävät mitä osallistujat eivät vielä tiedä, mitä heidän tulisi oppia, ostaakseen enemmän?
- Tavoitteita tukeva tapahtumaympäristö, oikeat ihmiset paikalla, muutos asenteissa ja käyttäytymisessä on keskiössä!

TAVOITTEET JA MITTAAMINEN

LÄHDE: [HTTPS://EVENTROI.ORG](https://eventroi.org)

❖5 Return On Investment (ROI)

-> tapahtuman tuotot / kustannukset, EUROJA, RAHAA

❖4 Vaikutus (IMPACT)

-> Myynti, tehokkuus, säästöt jne. on euroja, RAHAA

❖3 Käyttäytymisen muutos (BEHAVIOUR)

-> Fyysiset toimet, jotka osallistuja tekee tapahtuman jälkeen

❖2 Oppiminen (LEARNING)

-> Mittaa tietoa, taitoa, asennetta, uusia kontakteja

❖1 Tapahtumaympäristö (LEARNING ENVIRONMENT)

-> osallistujien tyytyväisyys tapahtumaan, järjestelyihin

❖0 Kohderyhmät (TARGET AUDIENCE)

-> Osallistujamäärät, eri kohderyhmien määrä

TAPAHTUMAN TULOKSIA

LÄHDE: [HTTPS://EVENTROI.ORG](https://eventroi.org)

-
- 85% osallistujista ovat ensikertalaisia (0)
 - Osallistujat **arvioivat tapahtuman** 4,5 (skaala 1-5) (1)
 - 90% osallistujilla on **aikomus** ottaa käyttöön uusi myyntistrategia (1)
 - Osallistujat esittävät oppimaansa myyntitekniikkaa kokouksessa (2)
 - Osallistujat **käyttävät uutta** myyntitekniikkaa lähes 90% :sti kaikissa uusissa myyntikohtaamisissa (3)
 - **Myynti nousi** 5% organisaatioissa, joiden edustajia oli tapahtumassa (4)
 - Tapahtuman jälkeen projektiin käytettävä **aika väheni** 5% (4)
 - Tapahtuman kulut ja tuotot on tiedossa vuoden päästä tapahtumasta ja investoinnin tuotto on 25% (5)

TAPAHTUMAN TULOKSIA

- 90% osallistujista on **aikomus ottaa** käyttöön uusi myyntistrategia (1)
- Osallistujat arvioivat tapahtuman 4,5 (skaala 1-5) (**tyytyväisyys**) (1)
- Osallistujat **esittivät uutta** myyntitekniikkaa kokouksessa (**oppiminen**) (2)
- **Myynti nousi** 5% tapahtumassa olleissa organisaatioissa (**vaikutus**) (4)
- Tapahtuman jälkeen projektiin käytettävä **aika väheni** 5% (**vaikutus**) (4)
- 85% osallistujista **olivat** ensikertalaisia (0)
- Osallistujat käyttävät uutta myyntitekniikkaa lähes 90% uusissa myyntikohtaamisissa (**muutos**) (3)
- Tapahtuman kulut ja tuotot on tiedossa vuoden päästä tapahtumasta ja investoinnin tuotto on 25% (5)

ERILAISIA TAVOITTEITA JA MITTAAMISTA

- ROI tavoitteet
- Vaikuttavuus tavoitteet – muutos tarvitsee aikaa
- Käyttäytymiseen liittyvät tavoitteet
- Oppimiseen liittyvät tavoitteet
- Oppimisympäristöön liittyvät tavoitteet
- Itsearviointikysymykset

Faustus

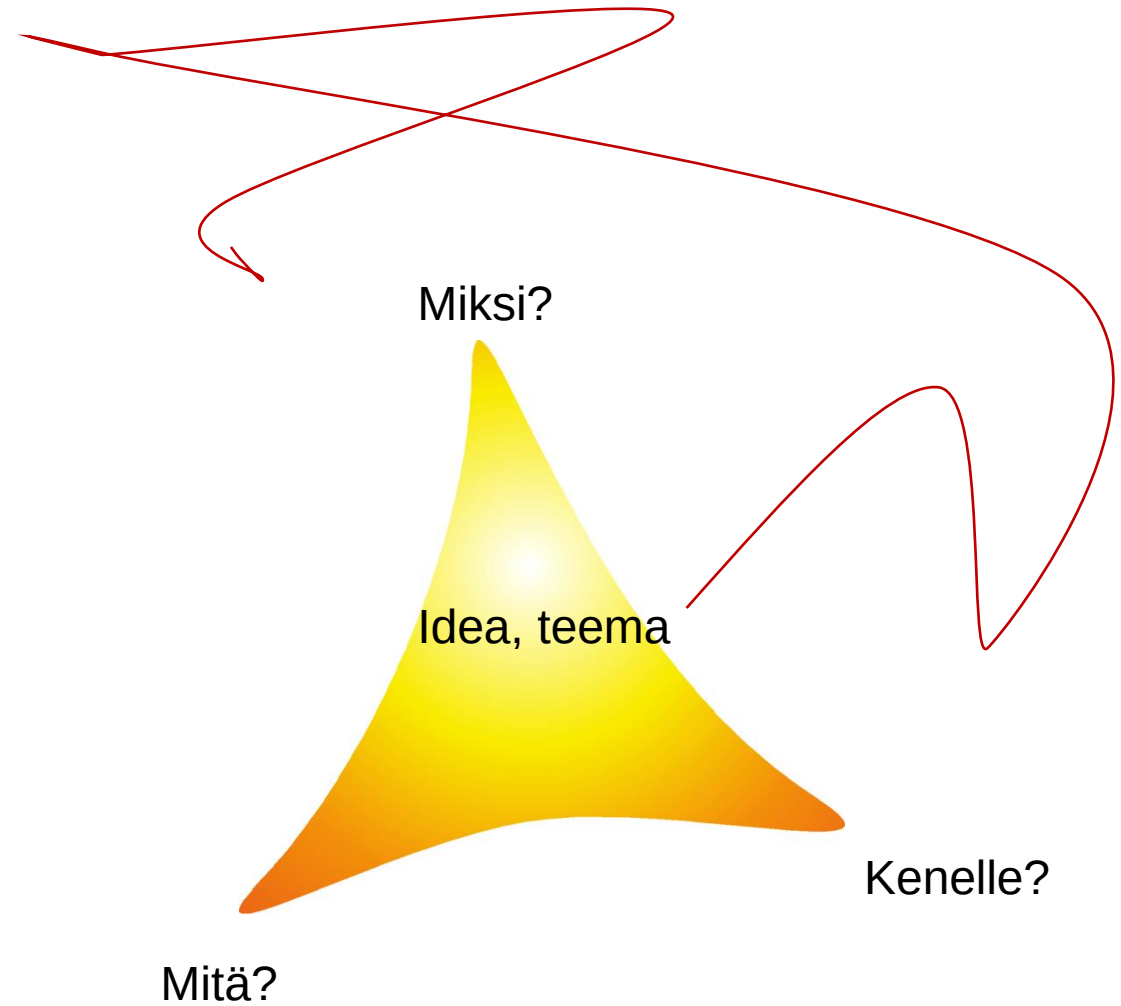
ONNISTUNEEN TAPAHTUMAN MALLI®

ONNISTUNEEN TAPAHTUMAN MALLI®



STRATEGISET KYSYMYKSET

.....



MIKSI?

- Miksi tapahtuma järjestetään?
- Mitä tapahtuman järjestämisellä tahdotaan aikaansaada?
- Mikä on sen tarkoitus?
- Mitkä ovat konkreettiset tavoitteet?
- Mitkä ovat viestit?
- Miten tavoitteet ohjaavat tapahtuman suunnittelua?
- Miten onnistumista mitataan?



KENELLE?

- Kenelle tapahtuma järjestetään?
- Mikä on kohderyhmä?
- Mikä kiinnostaa kohderyhmää?
- Mikä saisi tuleman tapahtumaan?
- Minkälaisella markkinoinnilla ja markkinointiviestinnän välineillä kutsu saavuttaa kohderyhmän?
- Miten kohderyhmä ohjaa tapahtuman suunnittelua?



MITÄ?

- Mitä tahdotaan järjestää, että tavoite saavutetaan?
 - Juhlat, seminaari, kokous, matka, avajaiset, promootio, messut, festivaali vai kattotapahtuman hyödyntäminen
- Missä järjestetään - tapahtumapaikan valinta
- Milloin järjestetään - oikea ajankohta, ei kilpailevia tapahtumia

Faustus



IDEA TAI TEEMA

- Idea on enemmän kuin teema
- Toisinaan teema riittää
- Punainen lanka on tavoite – teema ja idea kulkevat kutsusta tapahtuman kautta jälkimarkkinointiin saakka
- Hyvästä ideasta syntyy ajassa elävä konsepti



OPERATIIVISET KYSYMYKSET

.....

Miten?

Millainen?

Kuka tai ketkä?

MITEN?

- Miten järjestetään niin, että tavoitteet toteutuvat?
- Miten järjestetään niin, että kohderyhmä innostuu, kokee muutoksen?
- Mitkä ovat resurssit?
- Mitä asioita ulkoistetaan?
- Mitä tehdään itse?
- Kuka johtaa?



MILLAINEN?

- Millainen sisältö tapahtumalle?
- Millainen ohjelma ja esiintyjät?
- Millainen käsikirjoitus?
- Millainen palvelupolku?
- Millainen juontokäsikirjoitus?
- Miten hyödynnetään aisteja?
- Mistä syntyy kohderyhmää puhuttava kokonaisuus?



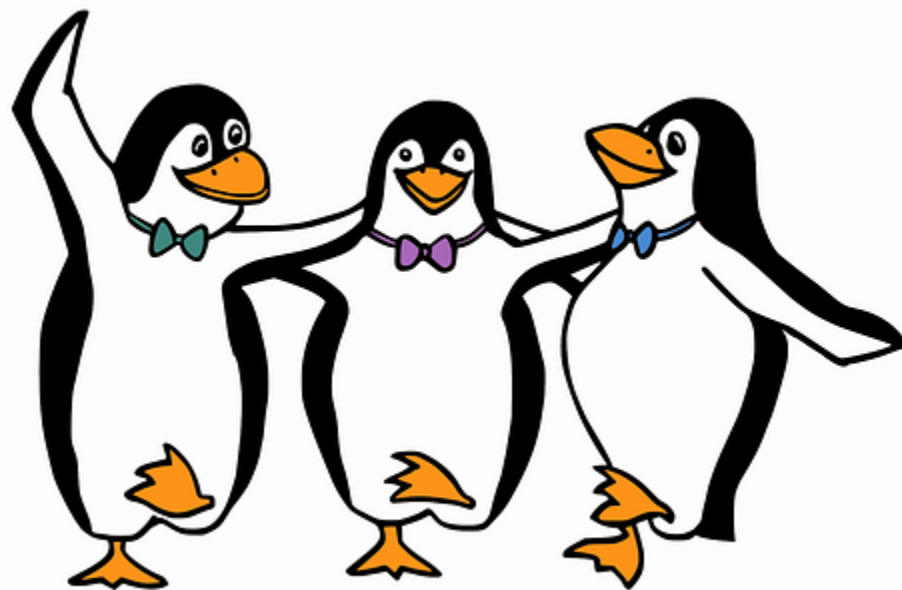
KUKA TAI KETKÄ?

- Kuka tai ketkä ovat töissä tapahtumassa?
- Vapaaehtoiset hostit?
- Talkoolaiset hostit?
- Mikä on työnjako?
- Milloin perehdytetään?



TAPAHTUMASUUNNITTELUA RYHMISSÄ

Faustus



TEHTÄVÄ RYHMÄHUONEISSA

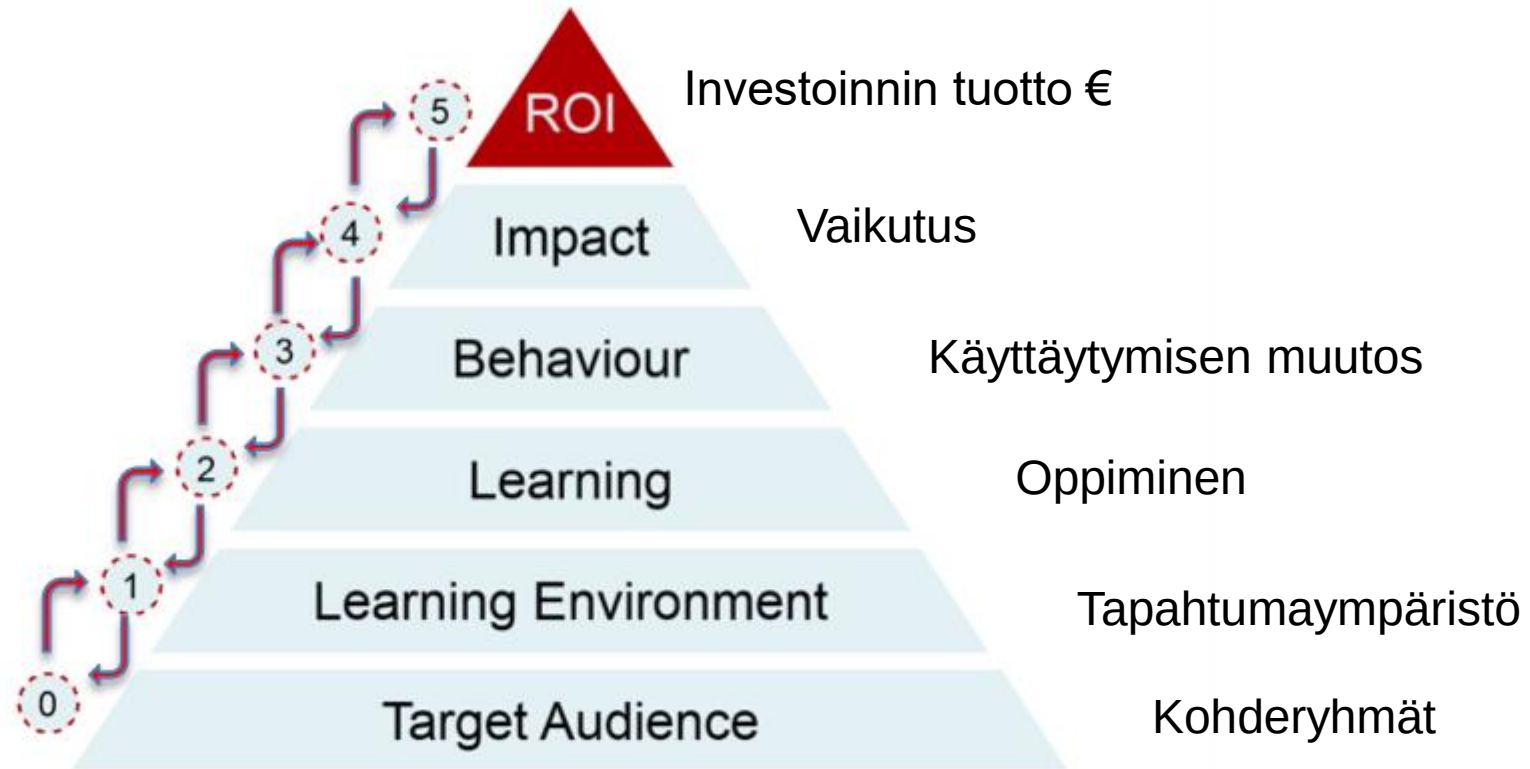
- Tehtävän tavoitteena on suunnitella tapahtuma hyödyntämällä jotakin **tapahtumasuunnittelun työkaluista**
- Jokaiselle ryhmälle on valmiiksi valikoitunut tapahtuma, josta kuva – siitä siis löytyy tapahtumalaji, mutta voitte myös valita oman tapahtuman, jos tuntuu luontevammalta
- Halutessanne voitte hyödyntää informaatiota, jota kutsussa on tai lähteä aivan uudelta pohjalta suunnittelutyöhön
- Valitkaa kirjuri ja esittäjä
- Jokainen ryhmä esittää oman tapahtuman, joten dokumentoikaa suunnitelmanne esimerkiksi ppt-tiedostoksi
- Käytettävissä oleva suunnittelu- ja esitysaika kerrotaan tehtävän alkaessa

ONNISTUNEEN TAPAHTUMAN MALLI®



Lähde: Tapahtuma on tilaisuus -
kirja

EVENT ROI



Lähde: <https://eventroi.org>

EVENT CANVAS

pains  What are his / her fears, frustrations, obstacles? What makes him/her feel bad?	commitment  What sacrifice is he/she expected to make to attend this event (time, compromise, opportunity cost)? What does he/she choose not to do, not to be at or not to go to because of this event?	return  What does he/she walk away with after the event? What would he/she expect in return for going to this event?	gains  What does he/she want, need, dream about? What benefits is he/she seeking?
entering behaviour  Before this event: How would you describe his/her current behaviour? What are his/her present skills, knowledge level, attitude, connections? What does he/she say and do? What is his/her behaviour towards others? What is his/her attitude in public? How would you describe his/her appearance?	experience journey  What chronological touch points does he / she experience before, during and after the event? How does this experience shape the intended behaviour change? Where can you over deliver against expectation? What are the make or break moments?		exiting behaviour  As a result of this event: What new skills, knowledge, attitude and connections has he/she acquired? What is his/her attitude in public? How would you describe his/her appearance? What does he/she say and do differently?
 use an empathy map to assess current & desired behaviour: www.eventmodelgeneration.com/empathymap	jobs to be done  What is this stakeholder trying to get done? A task they are trying to perform, problems they are trying to solve or the needs they are trying to satisfy? What is on their to-do list?	promise  How does this event create value for this stakeholder? Why should this stakeholder contribute? How does the event get his/her jobs done? Does this promise alleviate pains and create gains?	
	instructional design  What does he/she need to learn? How can that best be learned? What skills and knowledge need to be learned? Whom does the stakeholder need to get to know? What attitude needs to be changed? How is that reflected in the schedule and programme?		
expectation  Expectations are based on previous experiences, word-of-mouth, social media and marketing messages.	cost  What are the fixed and variable costs of this event for this stakeholder?	revenue  What are the financial revenue streams of the event for this stakeholder?	satisfaction  What does he/she tell others? How would he/she qualify this experience?

RYHMÄ 1

oma

KITI FRIMAN



Mitä kävijöille on luvassa Valokarnevaalin viimeisinä päivinä?
"Luvassa on opetta valokäytöksiä, laulua ja koko puiston alueella. Lisäksi on paljon yhdessä pelattavia pelejä ja hehkuviä valoherkkuja. Sunnuntai-kuusi huipentuu sään salliessa fotokilpaiseen kello 21.50."

Mistä elementeistä valokarnevaalin tunnelma muodostuu?
"Voisi sanoa, että huvipuiston tunnelma, kun pimeävissä syysillanäköistä on paljon ja värvätoit löstävät."

Onko uusi vetonaulalaine Taiga tuonut kävijöitä tavottehasti?
"Taiga on ollut suosittu ja tuonut kävijöitä ulkomailta myöten. Kauden aikana vajaan 400 000 asiakasta on käynyt Taigan sivillä, kuten meillä sanotaan."

Milainen merkitys kauden pidentävällä syyspäivillä on Linnanmäellä?
"Syyskuun kuuviikkona ikkuna ja lokakuun Valokarnevaali tarjoavat monipuolista kahdeksan vuorokautta kävijöille. Mitä enemmän kävijöitä, sitä enemmän voimme jakaa varoja lastensuojeluyhdistykselle."

Onko syksyn tapahtumien välikäsi Kytää työntekijöitä?
"Kokosimme tänä vuonna ensi kertaa toista rekrytointikierrosta syyskuun alkuun. Totesimme toimintatavan onnistuneeksi ja aloimme jatkaa sitä."

Pääseekö Valokarnevaali kävijätavoitteeseen?
"Tällä hetkellä näyttää siltä, että Valokarnevaalin kävijätavoite ylittyy. Linnanmäellä käy vuosittain neljä miljoonaa kävijää, ja takana on todella menestyksellinen kausi."

Linnanmäki sulkeutuu viikonlopon jälkeen talveksi. Millaista työtä on edessä ennen ensi kesää?
"Aloitamme ensi viikolla onnistuneita kauden huipentamisia kesken. Sen jälkeen jatkamme ja kesällä aloitettua tulevan kauden suunnittelua ja valmistelua."

Valokarnevaali sytyttää syksyn

14. kertaa järjestettävä Valokarnevaali huipentaa kauden Linnanmäellä. Kävijätavoite näyttää olevan ylittymässä, kertoo viestintäpäällikkö Kiti Friman.

Perttu Räsänen
viestintäjohtaja

RYHMÄ 2

OMAKOTI
messut 25.-27.10.2019
Myyrmäki-halli, Vantaa

**Remontti-
piiskuri**
juontamassa
la-su!

#omakotimessut
www.omakotimessut.net

Net 2 tippua
1 hinnalla!
Omatyö
maksuttomia

Saat 1 kk Ruutu +
kaupan päälle.

25.-27.10.2019
Ilmainen lounas
50 ensimmäiselle
lipun ostaneelle
joka päivä!

HAE MYÖS Eeva Häätä-Heikkilän
SISUSTUSVINKIT SISUSTUSKORTTELISTA.

Aukioloajat:
Perjantai 11-17
Lauantai 10-17
Sunnuntai 10-17

Pääsyliput:
Aikuiset 12 €
Ei-akuiset ja opiskelijat 8 €
Lapset alle 16 v. (alle 10 v. maksu)
Ilmainen pysäköinti

OMAKOTI-messut
Myyrmäki-halli
Raaspavuorentie 8
01600 VANTAA

Messujärjestäjä:
Sanoma Media Finland Oy / Rakentaja.fi

*Lippujärjestys voimassa ke 23.10.2019 klo 24.00 asti.

RYHMÄ 3



UB SMART INVEST 2019

UB
UNITED BANKERS

VANHA YLIOPIILASTALO • 31.10.2019 KLO 11-16

						
ERKKI LIIKANEN PUHEENJOHTAJA, IFRS FOUNDATION	MIKKO MURSULA SJOITUSJOHTAJA, ILMARINEN	VEIKKO NIINIKOSKI SENIOR TAX MANAGER, PWC SUOMI	PIA-MARIA NICKSTRÖM PERUSTAJA, MIMMIT SJOITTAJAA	INKA NORAMÄE KEHITYSJOHTAJA, UNITED BANKERS	ALLAN ERIKSEN STRATEGI, UNITED BANKERS	KARI KANGAS SALKUNHOITAJA, UNITED BANKERS

Tervetuloa UB Smart Invest 2019 -tapahtumaan

United Bankers järjestää Helsingin Vanhalla ylioppilastalolla kaikille avoimen, maksuttoman sijoitustapahtuman, jossa kuullaan alojensa huippuasiantuntijoiden näkemyksiä muun muassa talouden ja politiikan muuttuvista tilanteista, sijoittamisen trendeistä sekä sijoittajalle tärkeistä veroasioista.

United Bankersin asiantuntijat ovat tavattavissa UB Cafessa koko tapahtuman ajan.

Lisätietoa ja ilmoittautuminen: unitedbankers.fi/smart-invest

NÄHDÄÄN VANHALLA!

**KÄY KUVASSA
JA ISTUTA PUU**
Osallistu ilmastotekoon
– Istutetaan yhdessä puita
Amazonin sademetsään.

RYHMÄ 4

KAUPPALEHTI | TORSTAINA 9. TAMMIKUUTA 2020

16

Pääoma

PÄÄOMA: HANNA HYNYNEN

Pienpanimojuhlissa nautitaan myös tunnelmasta

Perjantaina ja lauantaina järjestettävä Craft Beer Winter Wonderland on pienpanimojuhla, jossa maistellaan erikoisolutia. Tapahtumassa satsataan myös tunnelmaan.

Mikä on parasta pienpanimojuhlissa, tapahtuman tuottaja Hanna Hynynen?
"Se on se koko paketti. Yhdistämme laadukkaat oluet upeaan miljööseen, viihtyisään tunnelmaan ja hyvään musiikkiin. On mahtavaa päästä maistamaan uusia oluita ja löytää uusia suosikkeja sekä saada uusia kokemuksia."

Ohjelmassa on myös makeiset ja olut-tasting sekä juustoja ja olutta-tasting. Voiko olutta yhdistää näihin?
"Todellakin! Oluet ja juusto ovat huikeaa yhdistelmää, ja makupareista löytyy sellaisia, jotka voivat talpalla viiniä ja juusto-makuparien kanssa. Tastingeja ovat veltämässä supertyypit, karikki ja olut-tastingia vetää esimerkiksi olutguru Aniko Lehtinen."

Paljonko odotatte osallistujia?
"Odotamme, että tapahtuma on täynnä. Ennakkolipunmyynti on ollut vilkasta. Parituhatta kävijää on maksimikapasiteettimme viikonloppu aikana."

Ei tapahtumaa ilman paneelikeskustelua, ei edes pienpanimojuhlissa. Mistä teillä puhutaan?
"Paneeli käsittelee sitä, miten olut-trendit ja -ilmiöt syntyvät. Mitkä tyylit tulevat arvostetuiksi? Arvostetaanko niitä mediassa tai harrastajien keskuudessa yli muiden? Puhumassa on erittäin kansainvälinen jengi eli ei puhuta vain trendeistä ja ilmiöistä Suomessa."

Onko tapahtumallanne esikuvaa?
"Ei varsinaisesti. Halusimme järjestää yhdessä Aleksi Salikkosen kanssa craft beer -tapahtuman, jollaista ei Suomessa ole vielä ollut. Halusimme panostaa laadukkaisiin panimoihin, ja mietimme paljon myös tapahtuman viihtyisyyttä, elämyksellisyyttä ja asiakaskokemusta aina miljööstä lähtien."

Mukana ovat lupaavimmat kotimaiset ja ulkomaiset panimot. Mikä niitä yhdistää, toinen tuottaja Aleksi Salikonen?
"Tapahtumassa ei ole valtavaa määrää panimoita, vaan mukana olivat on valittu huolellisesti. Kuratoinnin kantava idea on, että kaikki mukaan valitut panimot kulkevat laatu, ei määrä, edellä. Niitä yhdistävät myös kokeilunhalu, uudistuminen ja kehittyminen. Ne ovat kunnianhimoisia pienpanimoita. Mukana on myös kansainvälisiä pienpanimoita."

Craft Beer Winter Wonderland Helsinki
Korppaan Vaurasali
10.1 ja 11.1.20

RYHMÄ 5



The poster features two images at the top: on the left, a still life with a vase of flowers on a table; on the right, a coastal town with a large blue swimming pool in the foreground. The word 'Kutsu' is written in white on a dark blue background over the right image.

Kutsu

Tervetuloa Handelsbankenin Koti ulkomailta -iltaan

Tule kuulemaan käytännön vinkkejä kodin hankintaan Espanjasta, Ranskasta tai Portugalista. Katso sinulle sopiva tilaisuus ja **ilmoittaudu mukaan osoitteessa handelsbanken.fi/events**

29.10. Helsinki Handelsbanken Suomen pääkonttori	Koti Espanjassa – miten edetä asuntokaupassa, 360Hometour S.L.
30.10. Jyväskylä Wanha Freda	Ranskalainen asuntokauppa ja Rivieran markkinat, Habisol Oy
31.10. Turku Handelsbanken Turku-Kauppatori	Vastuullinen asuntosijoittaminen Algarvessa, Pontos Oy
12.11. Oulu Hotelli Lasaretti	Ulkomaan asunnon rahoitus, Handelsbanken
14.11. Järvenpää Järvenpää-talo	Esitysten jälkeen on aikaa keskustella tilaisuudessa esiintyvien asiantuntijoiden kanssa.

Lämpimästi tervetuloa!

handelsbanken.fi/events

Handelsbanken

Case:
European Meeting and Events
Conference 2019, Haag
#EMEC19



EVENT CANVAS OLI SUUNNITTELUN YDIN

.....
MPI (Meeting Professional International) lupaus:

1. "When we meet, we change the world"

2. Networking

- Paikalliskyyditykset lentokentältä
- Learning journeys: eläintarhassa, kasvihuoneessa...
- Aamulla: juoksua, joogaa, nukkumista
- Konferenssin aloitus: 300-hengen pakopeli
- Tervetuloa illallinen: jatkuva aktivointi
- Seminaarin aloitus: yleisö oli stagella, esiintyjät salissa
- Aktiivista moderointia ja 'iltanuotiotekniikkaa seminaarisalissa'
- Annostarjoilut

Faustus

LUOVUUTTA – BUDEJTTI NOLLA



com/survey_net/default.aspx?s=6A4258BBE56840AA950AF9DB9009D2F1

EMEC19 The Hague - Changing the Game



EUROPEAN
MEETING
CONFERENCE
9-12 February, 2019
The Hague, The Netherlands

...s how you look back on EMEC19 and how it has helped change your game in the past 6 months. It c
a few minutes and provides us with valuable insights.



EVENT CANVAS

pains  What are his / her fears, frustrations, obstacles? What makes him/her feel bad?	commitment  What sacrifice is he/she expected to make to attend this event (time, compromise, opportunity cost)? What does he/she choose not to do, not to be at or not to go to because of this event?	return  What does he/she walk away with after the event? What would he/she expect in return for going to this event?	gains  What does he/she want, need, dream about? What benefits is he/she seeking?
entering behaviour  Before this event: How would you describe his/her current behaviour? What are his/her present skills, knowledge level, attitude, connections? What does he/she say and do? What is his/her behaviour towards others? What is his/her attitude in public? How would you describe his/her appearance?	experience journey  What chronological touch points does he / she experience before, during and after the event? How does this experience shape the intended behaviour change? Where can you over deliver against expectation? What are the make or break moments?		exiting behaviour  As a result of this event: What new skills, knowledge, attitude and connections has he/she acquired? What is his/her attitude in public? How would you describe his/her appearance? What does he/she say and do differently?
 use an empathy map to assess current & desired behaviour: www.eventmodelgeneration.com/empathymap	jobs to be done  What is this stakeholder trying to get done? A task they are trying to perform, problems they are trying to solve or the needs they are trying to satisfy? What is on their to-do list?	promise  How does this event create value for this stakeholder? Why should this stakeholder contribute? How does the event get his/her jobs done? Does this promise alleviate pains and create gains?	
	instructional design  What does he/she need to learn? How can that best be learned? What skills and knowledge need to be learned? Whom does the stakeholder need to get to know? What attitude needs to be changed? How is that reflected in the schedule and programme?		
expectation  Expectations are based on previous experiences, word-of-mouth, social media and marketing messages.	cost  What are the fixed and variable costs of this event for this stakeholder?	revenue  What are the financial revenue streams of the event for this stakeholder?	satisfaction  What does he/she tell others? How would he/she qualify this experience?

Faustus

NEXT STEPS

VERKKOKURSSIN MODUULI 2 AUKEAA

Kattaa kokonaisuudet

- Kohderyhmien määrittely
- Kohderyhmien vaikutus suunnitteluun
- Viestintä, markkinointi ja kutsuprosessi
- Välitehtävä: laadi kutsu, palalutus 10.1.2022
- Seuraava koulutuspäivä 12.1.2022

VÄLITEHTÄVÄ: LAADI KUTSU

- Laadi kutsu vapaavalintaiseen tapahtumaan.
- Voit valita haluamasi tapahtuman. Se voi olla juhla, avajaiset, festari, pihajuhla...ihan mikä vaan.
- Olisi hyvä, jos voisit myös kuvittaa kutsun, kuvituskuvilla. Ilmaisia kuvia löytyy esim. <https://unsplash.com/> ja <https://pixabay.com/fi>.
- Tärkeää on kutsun viesti: saisitko minut osallistumaan tapahtumaan?
- Palauta kutsu 2.6.2021 mennessä.

TAPAHTUMASUUNNITELMAN SISÄLTÖ

- Tausta, tavoitteet
- Kohderyhmät ja niiden analysointi
- Konsepti/Idea – tapahtuman nimi - sosiaalisen media #tapahtuma
- Paikka ja aika
- Sisältö ja esiintyjäehdotukset
- Tilankäyttösuunnitelma
- Tekniikka
- Alustava aikataulu
- Visuaalinen ilme
- Markkinointisuunnitelma
- Kutsuprosessi
- Projektiryhmä, vastuut ja aikataulu
- Tapahtumahenkilökunta
- Lait ja vastuut sekä velvollisuudet - riskianalyysi
- Talous, Budjetti, kustannusarvio
- Onnistumisen mittaaminen