

Opas virtuaalitapahtuman järjestämiseen

Teosto



Sisällys

1. Perusasiat virtuaalitapahtumasta
2. Tapahtumasi tavoite ja kohderyhmä
3. Rakenna kiinnostava ohjelma
4. Miten ja miksi hyödyntää musiikkia
5. Tekniikka ja luvat kuntoon
6. Markkinoi tapahtumaasi
7. Analysoi tulokset ja kehitä toimintaa



1.

Perusasiat virtuaali- tapahtumasta

Virtuaalitapahtumat ovat tulleet jäädäkseen



Virtuaaliset tapahtumat ovat muuttaneet tapahtumasuunnittelun kertaheitolla! Niiden suuri etu on se, että ne ovat vapaita maantieteellisistä rajoista ja monista fyysisistä esteistä. Voit saada paikalle moninkertaisesti yleisöä eri puolilta Suomea tai ympäri maailmaa.

Virtuaalitapahtuma tarjoaa myös joustoa ohjelman suunnitteluun: kansainvälisetkin esiintyjät ovat vain klikkauksen päässä.

Virtuaalisiin
pikkujouluihin
voivat osallistua
nekin, jotka
eivät pääse
paikan päälle!



2.

Tavoite ja
kohderyhmä

” Onko
tavoitteena, että
tapahtumasta
jää mieleen tietty
ydinviesti?

Tapahtumasi tavoite ja kohderyhmä

- Mieti tapahtumasi tavoite ja punainen lanka.
- Haluatko:
 - jakaa yleistä tietoa laajalle yleisölle?
 - sitouttaa tai ilahduttaa asiakkaitasi?
 - solmia uusia kontakteja, tehdä uusasiakashankintaa?
 - lisätä myyntiä, lanseerata jotakin?
- Suunnittele, miten ja milloin yhteydenpito jatkuu tapahtuman jälkeen. Tilaisuudesta ei kannata tehdä irrallista markkinointitempausta.

2.

Tavoite ja
kohderyhmä



Tutustu
edellisistä
tapahtumista
kerättyyn
palautteeseen ja
dataan.

Tavoitteen tunnistaminen auttaa määrittämään kohderyhmää

Pohdi, mihin asiakas- tai asiointipolun vaiheeseen tapahtuma liittyy.

- Jos haluat sitouttaa ja vahvistaa suhteita, kohdista tapahtuma nykyisille asiakkaillesi tai henkilöstöllesi.
- Jos haluat kerätä liidejä tai vahvistaa brändiä, tarkista nykyinen yleisöprofiilisi ja kohdista vastaaviin ryhmiin erilaisilla markkinointikeinoilla?

2.

Tavoite ja
kohderyhmä

Kun tavoittelet niitä, jotka vasta harkitsevat asiakkuuttanne, tarjoa juuri heitä askarruttavaa tietoa. Tai herätä kiinnostus mieleen jäävällä tapahtumasisällöllä?



3.

Rakenna
kiinnostava
ohjelma



Valitse tilaisuudelle
päivämäärä, joka ei
kilpaile muiden
kiinnostavien
tapahtumien kanssa.

Rakenna ohjelma, joka puhuttelee

- Aiheen pitää lähteä kohderyhmästä: mikä heitä kiinnostaa, innostaa tai mitä he pohtivat?
- Mitä enemmän tiedät kohderyhmästäsi, sitä tarkemmin pystyt tapahtumaa suunnittelemaan.
- Voit myös tehdä kyselyn kohderyhmällesi ja kerätä toiveita ja ideoita ohjelman aiheista ja esiintyjistä.

3.

Rakenna
kiinnostava
ohjelma



Aikatauluta oikein:

Virtuaalisesta tapahtumasta on helppo poistua, joten mieti ohjelman kestoa ja rytmitystä. Muista myös tauotus pidemmissä tapahtumissa.



3.

Rakenna
kiinnostava
ohjelma

Käytä luovuutta! Vinkkejä suunnitteluun

- Onko tapahtuma pelkkää faktaa vai piristäisikö sitä esiintyjä tai muu "rennompi sisältö"?
- Miten vuorovaikutus rakennetaan? Vain tekstinä vai myös visuaalisesti?
- Voiko tapahtumassa olla persoonalliset säännöt?
- Millainen musiikki virittää osallistujat tunnelmaan?
- Onko esiintyjän kanssa mahdollista kommunikoida?
- Miten kuvakulmilla tapahtumaan saa vaihtelua?
- Voiko ohjelmaan liittyä pelillisyyttä?
- Pääsevätkö osallistujat kierrokselle esitystilaanne tai virtuaaliseen maailmaan?

3.

Rakenna kiinnostava ohjelma

” Ohjelmassa oli
musiikkia ja
loimme
Euroviisutunnelma
ottamalla
yhteyden eri
toimistoihimme:
Good evening,
Kokkola!”

” Meillä oli
monikameratuotanto, joka
mahdollisti kolmen eri
”studion” kuvaamisen. Se loi
livetapahtuman kaltaista
tunnelmaa tilojen
vaihtumisella”



3.

Rakenna kiinnostava ohjelma

Olipa valmisteltu ohjelma kuinka hyvä tahansa, välillä myös yleisön pitää päästä osallistumaan!

Pohdi jo etukäteen, millä tavalla osallistat yleisöä tapahtumassa.



3.

Rakenna
kiinnostava
ohjelma



Vinkkejä osallistamiseen

- Voit kerätä kysymyksiä etukäteen ja luvata, että vastaukset jaetaan tapahtumassa.
- Jos tapahtumassa on musiikkia, kysy etukäteen kappaletoiveja?
- Onko yleisöllä mahdollisuus puhua profiilikuvan kera vai ainoastaan chatin kautta?
- Erilaiset kyselyt, yhteiset sanapilven rakentamiset ja kilpailut rytmittävät ohjelmaa mukavasti.
- Q&A -sessiot ovat usein parasta antia: asiantuntijat vastaavat ohjelman aikana syntyneisiin kysymyksiin.
- Jos tapahtumassa on musiikkiesiintyjä, voiko yleisö osallistua haastatteluun ja esittää kysymyksiä?

3.

Rakenna
kiinnostava
ohjelma

Idea



Järjestä haastattelu
taidegalleriassa ja höystä
tunnelmaa elävällä musiikilla.



4.

Musiikkia ohjelmaan



Onko osallistujilla
pääsy artistin
olohuonekeikalle?
Virittääkö
tunnelmaa DJ?

Miten ja miksi hyödyntää musiikkia

- Musiikki rakentaa fiiliksen ja tarjoaa vahvan keinon luoda tunnelmaa.
- Musiikki houkuttelee: kiinnostava esiintyjä tai lupaus yhteisestä musiikkihetkestä houkuttelee osallistumaan ja auttaa tapahtumaasi erottumaan.
- Musiikki toimii hyvin tapahtuman "sisäänheittäjänä" ennen kuin varsinainen ohjelma alkaa. Sitä voi käyttää myös rytmittämään ohjelmaa.
- Musiikki rakentaa positiivista brändiä: Jo pelkällä taustamusiikin soittamisella on tutkimusten mukaan positiivinen vaikutus asiakaskokemukseen.
- Musiikki vaikuttaa tunteisiin ja rakentaa mielikuvia. Siksi se toimii erityisen hyvin markkinoinnillisissa yhteyksissä, kuten lanseerauksissa.

A stage scene with several vertical metal truss structures on the left and right. The stage floor is covered in a thick layer of white smoke or fog. Purple and blue stage lights are visible, creating a vibrant atmosphere. The background is a solid purple color.

Inspiroi ja yllätä!
Musiikin avulla voit tarjota
tapahtumasi osallistujille
kokemuksen, joka koskettaa,
vaikuttaa ja jää mieleen.

4.

Musiikkia ohjelmaan



Spotifyn omat käyttöehdot sallivat vain musiikin yksityisen käytön, joten sitä ei voi käyttää julkisissa tapahtumissa.

Mistä musiikkia tapahtumaan?

- Virtuaalitapahtumassa musiikkia voi soittaa esimerkiksi levyltä, nettiradiosta tai ostamalla kappaleita digitaalisesti.
- Voit myös hankkia tapahtumaan esiintyjän.
 - Ota suoraan yhteyttä: **monilla esiintyjillä** on omat verkkosivut yhteystietoineen.
 - Ota yhteyttä artistien keikkoja välittäviin **ohjelmatoimistoihin** tai ammattimaiseen **tapahtumajärjestäjään**. Heillä on kokemusta, millainen esiintyjä sopii mihinkin tapahtumaan. Kerro aluksi, onko tapahtuma virtuaalinen vai hybridi, miten paljon sille odotetaan osallistujia tai millainen on budjetti.
 - Kuvaile myös ohjelman tavoite ja kohderyhmä. Kerro valitsemanne julkaisualusta ja miten tapahtuma kuvataan. Voitte suunnitella yhdessä musiikille varatut kohdat ohjelmassa, kuvauspaikan sekä mahdollisen vuorovaikutuksen yleisön kanssa. Kerro myös, mikäli toiveena on luoda tapahtumasta tallenne.

4.

Musiikkia ohjelmaan

Tekniikan osalta musiikki edellyttää erilaisia teknisiä asetuksia kuin puhe. Julkaisualustan (esim. Zoom, Teams, Vimeo) asetukset kannattaa selvittää etukäteen tuotannon toteuttajan tai alustan tuntevan asiantuntijan kanssa.



Järjestäkää tiimillä bileet:
kamerat auki ja tanssikengät
jalkaan?



4.

Tekniikka ja luvat kuntoon



Tekniikka ja luvat kuntoon

- Valitse tekninen alusta tapahtumasi tarpeiden mukaan. Riittääkö esiintymiseen tietokoneen kamera vai tarvitaanko studiotasoinen lähetys? Onko suunnitteilla rinnakkaisia ohjelmia? Tai tarjoaako kolmiulotteisuus tapahtumaanne uutta elämyksellisyyttä?
- Käy läpi perusasiat:
 - Mikä on osallistujien määrä?
 - Kuinka monella voi olla kamera auki?
 - Onko tarve tehdä kyselyitä tai vaihtaa taustakuvia?
 - Täyttääkö alusta tietoturva- ja GDPR-vaatimuksesi?
 - Miten laadukas äänentoisto alustalla on?
 - Miten esitys näkyy ja toimii mobiililaitteiden ruuduilla?
 - Onko jälkitalentteen teko mahdollista?
 - Saako alustasta tiedot siitä, ketkä olivat paikalla?

4.

Tekniikka ja luvat kuntoon

- Laadukas videoyhteys ja korkea äänenlaatu ovat tärkeitä erityisesti, jos tapahtumassa on musiikkia.
- Testaa aina tekniikka etukäteen! Varmista, että paikalla on joku, joka tuntee käytettävän laitteiston ja tekniikan.
- Tarkista verkkoyhteyden toimivuus, käyttöjärjestelmät, webkameran asettelut, äänilaitteiden asetukset ja mikrofonin voimakkuus sekä säätäminen.



4.

Tekniikka ja luvat kuntoon

Sovi ajoissa roolituksista

- Virtuaalitapahtuman toteuttamiseen tarvitaan monta osapuolta. Hyvällä moderoinnilla ja juontamisella saadaan luotua paras mahdollinen tunnelma.
 - ✓ Sovi etukäteen eri roolit ja varmista, että jokainen tietää vastuualueensa.
- Vaikka yleisö osallistuukin tapahtumaan etänä, kannattaa järjestäjien olla mahdollisuuksien mukaan samassa paikassa, jotta kommunikaatio onnistuu nopeasti ja sujuvasti.

Roolitus

- **Tekninen henkilö:** vastaa alustan ja tekniikan toimivuudesta
- **Juontaja:** toivottaa vieraat tervetulleeksi, esittelee ohjelman ja esiintyjät.
- **Moderaattori:** moderoi keskustelua, valitsee julkaistavat kysymykset ja kommunikoi juontajan kanssa.
- **Esiintyjien yhteyshenkilö:** ohjeistaa esiintyjät, kerää mahdolliset esiintymismateriaalit ja huolehtii, että ohjelman aikataulu on jokaisen tiedossa.

4.

Tekniikka ja luvat kuntoon

Luvat kuntoon

- Muistathan, että tekijänoikeuden alaista sisältöä - kuvia, musiikkia ja videoita - käyttäessä lupien täytyy olla kunnossa.
- Jos haluat esittää virtuaalitapahtumassasi musiikkia, tarvitset siihen todennäköisesti musiikin käyttöluvan. Luvan voit hankkia Teostosta osoitteessa teosto.fi/hanki-lupa
- Teostolla on musiikin striimaukseen kaksi lupaa: [Livestriimauslupa](#) ja [Mediapienlupa](#). Lupien kuvauksista kotisivuillamme näet, kumpi soveltuu paremmin tarpeisiisi. Maksut luvista ovat musiikin tekijöille ja kustantajille maksettavaa korvausta heidän tekemästään työstä.
- Jos musiikki tulee äänitteeltä (levy, digitiedosto tms.), tarvitset luvan Teoston lisäksi myös Gramexista tai levy-yhtiöstä.
- Kun olet hankkinut luvan musiikin käyttöön, käytössäsi on kaikki maailman musiikki!

4.

Tekniikka ja
luvat kuntoon

Mikä on Teoston ja Gramexin ero?

- **Teosto** edustaa säveltäjiä, sanoittajia ja sovittajia sekä musiikin kustantajia.
- **Gramex** edustaa äänitteillä esiintyviä muusikoita, laulusolisteja, kapellimestareita ja musiikkituottajia eli levy-yhtiöitä.



- Säveltäjä
- Sanoittaja
- Kustantaja

TEOSTO



- Artisti
- Muusikko
- Levy-yhtiö

g gramex

5.

Markkinoi tapahtumaasi

Markkinoi tapahtumaasi



Paraskaan tapahtuma ei löydä yleisöä itse, joten panosta tapahtumasi markkinointiin.



Markkinointi kannattaa valita kohderyhmän mukaan. Listaa kanavat, joissa tavoitat heidät.

Hyödynnä esimerkiksi näitä:

- Omat kanavat, kuten kotisivut ja uutiskirjeet
- Sosiaalisen median palvelut
- Läheiset kumppaniyritykset ja -järjestöt
- Oma henkilöstö ja heidän verkostonsa
- Digitaalisen markkinoinnin keinot, mikäli haet kokonaan uutta yleisöä

5.

Markkinoi
tapahtumaasi



Viesti riittävästi

- **Toista.** Aloita riittävän varhain ja kerro tapahtumasta useampaan otteeseen. Muistuta tapahtumasta vielä 1-3 päivää ennen H-hetkeä.
- **Tee osallistumisesta helppoa.** Ota käyttöön helppo ilmoittautumisjärjestelmä, joka lähettää osallistujille myös vahvistukset. On tärkeää, että tapahtuma todellakin päättyy kutsuttujen kalentereihin. Osallistumislinkki kannattaa lähettää jo ilmoittautumisen yhteydessä.
- **Anna osallistujille selkeät ohjeet tapahtumaan liittymisestä.** Mikäli tarjoatte erilaisia huoneita tai liittyminen on teknisesti monelle uutta, laadi kirjalliset tai jopa visuaaliset ohjeet.

6.

Analysoi tuloksia
ja kehitä
toimintaa



Analysoi tuloksia ja kehitä toimintaa

- Tapahtuman jälkimarkkinointi on tärkeää. Kerää osallistujilta palautetta mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen. Seuraa myös mahdollista keskustelua tapahtumanne tiimoilta sosiaalisessa mediassa.
- Kiitä esiintyjiä ja jaa palautteen tuloksia myös heille.
- Lähetä ilmoittautuneille mahdollinen tallenne ja esitysmateriaalit – myös niille, jotka eivät päässeetkään linjoille.
- Voit ehdottaa tapahtumaan ilmoittautuneille myös uutiskirjeenne tilausta.
- Mikäli esityksessänne ei ole salassa pidettävää sisältöä ja esiintyjille sopii, julkaise tallenne verkkoon kaikkien saataville.
- Mieti myös, tarjoatko osallistujille verkostoitumistapoja tapahtuman jälkeen? Esimerkiksi ryhmän sosiaaliseen mediaan tai jatkatteko keskustelua tapahtuman hashtag-tunnisteella #.

6.

Analysoi tuloksia
ja kehitä
toimintaa

Palautteen kerääminen
välittömästi on tärkeää, koska
et näe osallistujien reaktioita.
Lähetä kysely mieluiten 12
tunnin kuluessa tapahtumasta.



6.

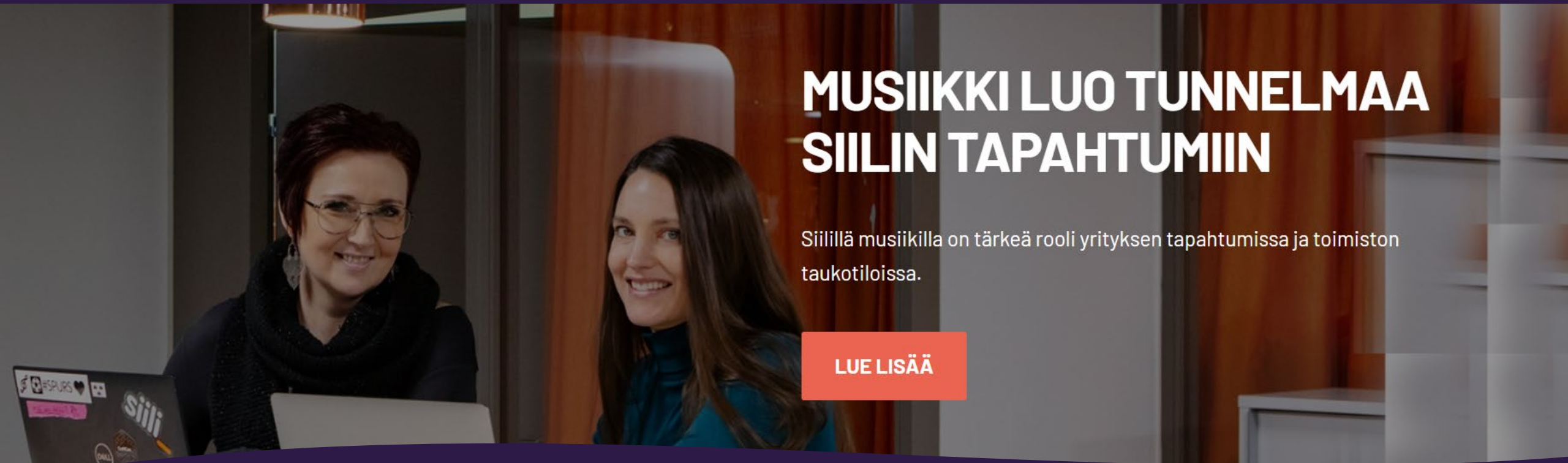
Analysoi tuloksia
ja kehitä
toimintaa

Analysoi ja kehitä

Analysoi osallistujakokemusta, jotta saat tietoa ja ideoita jatkokehitystä varten.

- Kuinka moni kohderyhmästä ilmoittautui?
- Olisiko tapahtuman kuvaus voinut olla mielenkiintoisempi?
- Kerrottiinko tapahtumasta oikeilla kanavilla?
- Kuinka moni saapui paikalle?
- Oliko ajankohta oikein valittu?
- Olivatko ihmiset paikalla koko ohjelman ajan? Oliko ohjelmassa kohta, jonka aikana yleisöä katosi erityisen paljon?
- Millaista oli saatu palaute? Kannattaako saman tyyppinen tapahtuma järjestää uudelleen?





MUSIIKKI LUO TUNNELMAA SIILIN TAPAHTUMIIN

Siilillä musiikilla on tärkeä rooli yrityksen tapahtumissa ja toimiston taukotiloissa.

LUE LISÄÄ

Kuva: Emma Suominen

LINKIT

- [Tietoa musiikin käyttöluvista](#)
- [Tilaa Teostory-verkkolehden uutiskirje](#)