



Kuva: Osmo Lassila

Kuolematon tapahtuma

Kutsu ensimmäisille kaverisynttäreille, aasinhännän kiinnitystä silmät peitettyinä, jännitystä limudiskoon mentäessä, ylioppilaslakin hankintaa, yo-kuvien kehystämistä, yllätysjuhlien suunnittelua (ja niiden kohteena olemista: kiitos vain ystävät kesän 2009 yllätysjätkipolttareistani mentyänäi salaa naimisiin), kuvakavalkadin laadintaa esikoisen nimiäisjuhliin, kiitoskorttien tilaamista, meikkausta **Reuben Kayen** kanssa Evento Awards -gaalan backstagella...

Tapahtumasta syntyvä muistijälki liittyy suurelta osin muuhunkin kuin itse tapahtumaan. Omalta osaltani tapahtuman järjestäminen tai sellaisessa vieraana mukanaolo on paljon itse tapahtumahetkeä laajempi elämys.

Tapahtuma syntyy sillä hetkellä, kun järjestäjä saa siitä idean. Eikä onnistunut tapahtuma koskaan kuole. Siis ei koskaan. Se jatkaa eloaan pysyvästi järjestäjien, vieraiden ja tapahtumassa työskennelleiden ihmisten mielissä.

Astuessani nyt **Björn Wigforssin** huikeisiin saappaisiin Evento Awards -kilpailun päätuomarina haluan omalta osaltani kehottaa kilpailun osallistujia pohtimaan ja kuvaamaan tapahtumansa koko elinkaaren sekä sen, millainen strategia on luotu pre- ja post-toimintaan itse tapahtumahetken lisäksi.

KENTIES ikimuistoisimman saamani kutsun vastaanotin keväällä 2014. Työpöydälteni saapui lähetys, jossa minut kutsuttiin tapahtumatuotantoa tekevän Sound Enginen vieraaksi Sonisphere-rockfestareille Hietaniemen rantaan, hautausmaan viereen. Paketissa oli mukana musta tyylikäs pahvikassi, jossa oli kankaisten kantokahvojen lisäksi rockmaailmasta tuttu metalliketju. Kassin sisällä oli musta pitkä ruusu sekä noin 25 senttiä korkea musta hautakivi jalustoineen. Hautakiveen oli painatettu yksilöllinen kutsuteksti minulle, etu- ja sukunimeni suurimpina keskellä.

Kutsun "synkkydestä" huolimatta reaktioni oli erittäin positiivinen ja tapahtuman odotusarvo nousi heti korkealle. Odotukset myös täyttyivät itse tapahtumassa sekä sen jälkeen – ja edelleen kerron elämyksestäni eteenpäin. Palasin elokuun puolivälissä äitiysvapaalta takaisin toimistolle, ja uuteen huoneeseeni saapuessani nostin tavaroideni säilytyslaatikosta ensimmäisenä siellä pilkottaneen "hautakiven" kirjahyllyyni.

TOINEN ajatus, jonka haluan jakaa, on sosiaalisen median hyödyntäminen BtoB-tapahtumissa. Toistaiseksi olen nähnyt siltä osin kovin vähän mieleenpainuvia toteutuksia. Sosiaalisessa mediassa olisi hyvin tilaa erottautua, jäädä mieleen poikkeavalla ennakkonostatuksella ja jälkimarkkinoinnilla sekä kiinnostavalla somen käytöllä tapahtuman aikana.

Näillä sanoilla haluan toivottaa kaikille Eventon lukijoille sekä Evento Awards -tapahtuman kilpailijoille idearikasta ja rohkeaa syksyä – *think out of the box!*

Elina Koivumäki

Kirjoittaja on asianajomaailmassa 17 vuotta vaikuttanut markkinointi- ja digijuridiikan osaaja. Hänen mietteisiinsä voi tutustua lukuisissa tapahtumissa, Markkinointijuridiikka 2016 -kirjassa sekä asiakaskokemuksia ja juridiikkaa käsittelevässä blogissa elinakoivumaki.com.