

Syyskauden avaus tapahtuman kävijäkyselyn tulokset

Heinäveden satama

Paperilomakkeella toteutettuun kyselyyn vastasi 76 Syyskauden avaus -tapahtuman kävijää.

Tulokset ovat erittäin myönteiset. Arvioitujen osa-alueiden yhteinen keskiarvo oli 8,8/10. Parhaat arviot saivat tapahtuman ajankohta, yleiset järjestelyt ja tapahtumasisällöt.

Tärkeimmät havainnot

- Ajankohta sai keskiarvon 9,5/10, ja lähes 97 prosenttia sitä arvioineista antoi arvosanaksi 8–10.
- Vauhtiajot olivat selvästi tärkein vetovoimatekijä. Ne kiinnostivat 51 vastaajaa eli 67,1 prosenttia.
- Sosiaalinen media oli tärkein yksittäinen tiedonsaantikanava. Sen mainitsi 43 vastaajaa eli 56,6 prosenttia.
- Liikenne ja opasteet saivat osa-alueista matalimman keskiarvon, vaikka arvio 8,3/10 oli edelleen hyvä.
- Uutiskirjeen halusi tilata 15 vastaajaa eli noin 19,7 prosenttia.

Kyselyn toteutus ja aineisto

Kysely toteutettiin paperilomakkeella Syyskauden avaus -tapahtumassa Heinäveden satamassa. Lomakkeessa kysyttiin tiedonsaantikanavia, ikäryhmää, kiinnostavimpia tapahtumasisältöjä, arviota tapahtuman onnistumisesta sekä toiveita tuleviin tapahtumiin. Lisäksi vastaaja saattoi ilmoittaa haluavansa kunnan uutiskirjeen.

Tiedonsaantikanavissa ja kiinnostuksen kohteissa oli mahdollista valita useita vaihtoehtoja. Siksi niiden prosenttiosuudet eivät summaudu sataan. Ikänsä ilmoitti 74 vastaajaa. Tapahtuman osa-alueita arvioi kysymyksestä riippuen 61–63 henkilöä.

Aineistolähde: Syyskauden avaus -tapahtuman paperilomakkeista koottu Excel-aineisto.

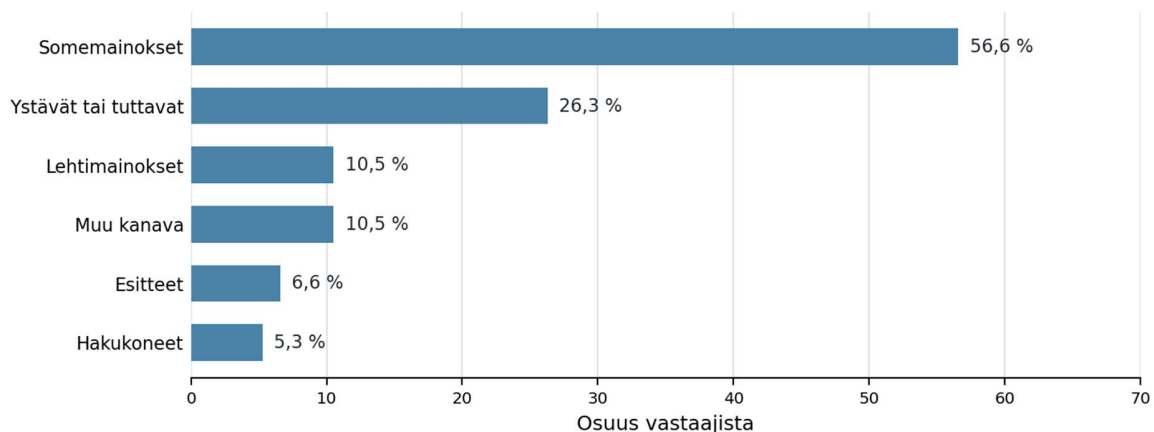
Vastaajien ikärakenne

Vastaajista lähes kaksi kolmasosaa oli vähintään 50-vuotiaita. Suurin ryhmä olivat 50–65-vuotiaat, joita oli 42 prosenttia ikänsä ilmoittaneista. Alle 30-vuotiaita oli kahdeksan, joten nuorimman ryhmän tulokset ovat suuntaa-antavia.

Ikäryhmä	Vastaajia	Osuus
Alle 30 vuotta	8	10,8 %
30–49 vuotta	19	25,7 %
50–65 vuotta	31	41,9 %
Yli 65 vuotta	16	21,6 %

Tapahtuman markkinointikanavat

Sosiaalinen media oli selvästi tärkein yksittäinen tiedonsaantikanava. Henkilökohtaiset verkostot olivat toinen merkittävä reitti: ystävien ja tuttavien lisäksi avoimissa vastauksissa mainittiin sukulaisia, tytär, puoliso ja kaveri. Kun nämä maininnat yhdistetään, henkilökohtaisten verkostojen kautta tapahtumasta kuuli vähintään 26 vastaajaa eli noin 34 prosenttia.

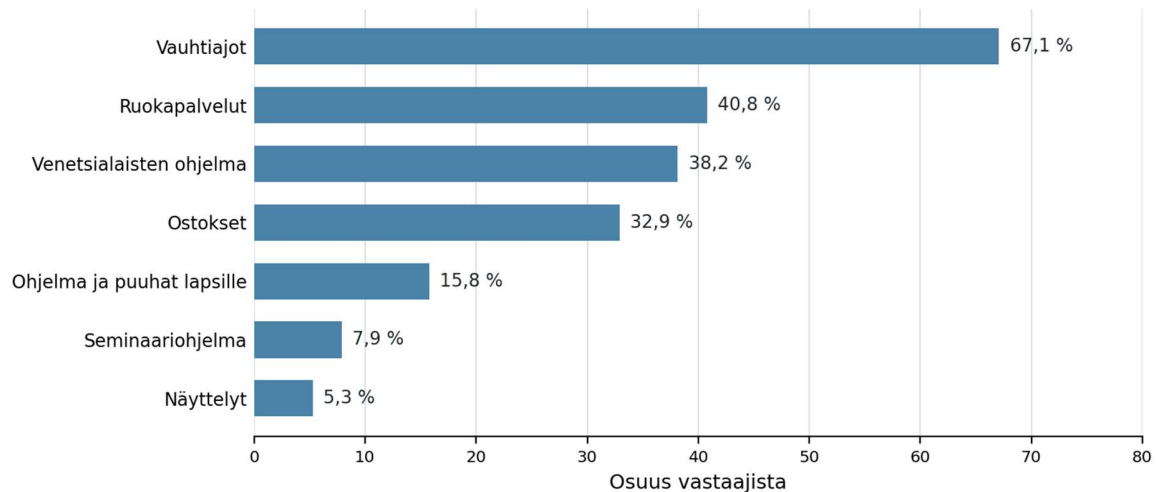


Kuvio 1 Tiedonsaantikanavien osuudet kaikista vastaajista

Sosiaalinen media tavoitti erityisen hyvin 30–65-vuotiaita. Alle 30-vuotiaiden pienessä vastaajaryhmässä ystävät ja tuttavat olivat tärkein tiedonlähde. Yli 65-vuotiaiden tiedonsaanti jakautui useille kanaville, mikä puoltaa sosiaalisen median rinnalla lehtimainontaa ja muuta paikallista viestintää.

Tapahtuman kiinnostavimmat sisällöt

Vauhtiajot olivat tapahtuman selvästi vahvin vetovoimatekijä. Ruokapalvelut, Venetsialaisten ohjelma ja ostokset muodostivat seuraavan kiinnostavuustason. Seminaariohjelma ja näyttelyt kiinnostivat selvästi pienempää osaa vastaajista.



Kuvio 2 Tapahtumasisältöjen kiinnostavuus

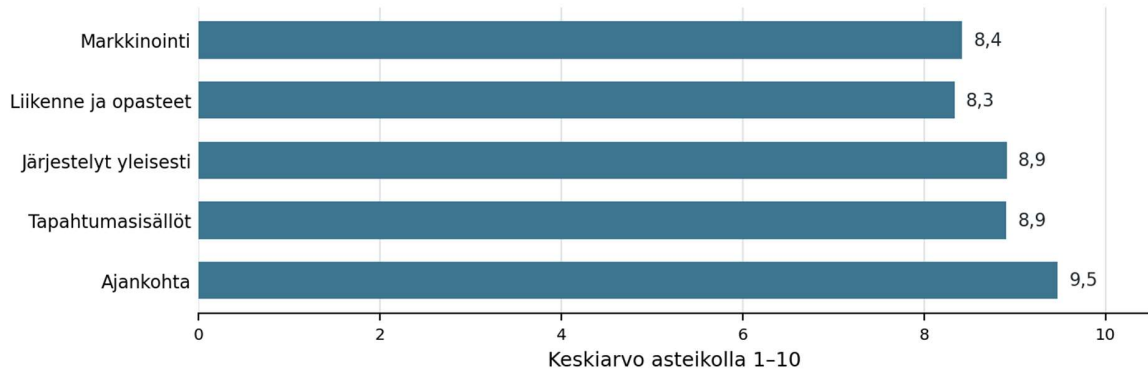
Sisältö	Mainintoja	Osuus vastaajista
Vauhtiajot	51	67,1 %
Ruokapalvelut	31	40,8 %
Venetsialaisten ohjelma	29	38,2 %
Ostokset	25	32,9 %
Ohjelma ja puuhut lapsille	12	15,8 %
Seminaariohjelma	6	7,9 %
Näyttelyt	4	5,3 %

Ikäryhmittäiset havainnot

Vauhtiajot kiinnostivat kaikissa ikäryhmissä. Osuus oli suurin alle 30-vuotiailla ja 50–65-vuotiailla. Lasten ohjelma korostui erityisesti 30–49-vuotiaiden vastauksissa: 42 prosenttia ryhmästä valitsi lasten ohjelman ja puuhut kiinnostuksen kohteeksi. Tulos tukee perheille suunnatun ohjelman säilyttämistä tapahtumassa.

Arvio tapahtuman onnistumisesta

Tapahtuman eri osa-alueiden yhteinen keskiarvo oli 8,8/10. Ajankohta arvioitiin parhaaksi. Myös yleiset järjestelyt ja tapahtumasisällöt saivat erittäin vahvat arviot.



Kuvio 3 Tapahtuman osa-alueiden keskiarvot

Osa-alue	Vastauksia	Keskiarvo	Arvosana 8–10
Markkinointi	61	8,4	85,2 %
Liikenne ja opasteet	61	8,3	80,3 %
Järjestelyt yleisesti	63	8,9	92,1 %
Tapahtumasisällöt	61	8,9	90,2 %
Ajankohta	62	9,5	96,8 %

Vahvuudet ja kehittämiskohteet

Ajankohta oli tapahtuman selvä vahvuus. Lähes 97 prosenttia sitä arvioineista antoi arvosanaksi 8–10. Yksi vastaaja pohti kuitenkin, tavoittaisiko ennen koulujen alkua järjestettävä tapahtuma paremmin kesäasukkaat.

Tapahtumasisällöt saivat tasaisen hyvät arviot. Niille ei annettu yhtään arvosanaa kuusi tai sitä alemmaa. Myös yleiset järjestelyt onnistuivat hyvin.

Liikenne ja opasteet saivat osa-alueista matalimman keskiarvon 8,3/10. Avoimessa palautteessa toivottiin markkinoiden ja vauhtiajojen järjestämistä siten, että kulkuyhteys rantaan säilyisi pidempään avoinna. Markkinoinnin arvio oli pääosin hyvä, mutta yksi vastaaja kertoi, ettei ollut nähnyt tapahtumasta tietoa ennakoon.

Avoin palaute

Avoimia palautteita annettiin vain vähän. Niissä toivottiin lisää tapahtumia satamaan ja torille, parempaa markkinoiden, liikenteen ja vauhtiajojen yhteensovittamista sekä lisää vastaavanlaisia tapahtumia. Palautteet tukevat tapahtuman jatkamista, mutta avoimen palautteen vähäinen määrä rajoittaa yksityiskohtaisten kehittämistoiveiden arviointia.

Johtopäätökset

Kyselyn perusteella Syyskauden avaus oli onnistunut tapahtuma. Kokonaisuus yhdisti näkyvän vetonaulan, ruokapalvelut, ostokset ja muun ohjelman tavalla, joka kiinnosti eri-ikäisiä kävijöitä. Satama soveltui tapahtumapaikaksi hyvin, ja avoimissa vastauksissa toivottiin alueelle lisää tapahtumia.

Vauhtiajot olivat tapahtuman tärkein yksittäinen kiinnostuksen kohde. Ruoka, Venetsialaisten ohjelma ja ostokset laajensivat tapahtuman kiinnostavuutta. Perheohjelma oli tärkeä erityisesti 30–49-vuotiaille. Markkinoinnissa sosiaalinen media tuotti parhaan tavoittavuuden, mutta henkilökohtaisten verkostojen ja paikallisten kanavien merkitys säilyi suurena.

Suosituksat seuraaviin tapahtumiin

1. Säilytetään ohjelmassa näkyvä vetonaula, kuten vauhtiajot tai muu toiminnallinen ohjelma.
2. Yhdistetään pääohjelmaan ruokapalveluja, ostosmahdollisuuksia ja helposti lähestyttävää oheisohjelmaa.
3. Huomioidaan lapsiperheet omana kohderyhmänään ja viestitään perheohjelmasta erikseen.
4. Jatketaan vahvaa somemarkkinointia, mutta käytetään rinnalla paikallislehteä, suoraa tiedottamista ja paikallisia verkostoja.
5. Suunnitellaan liikenne, opasteet, pysäköinti ja kulku satamaan samana kokonaisuutena muun ohjelman kanssa.
6. Lisätään seuraavaan kyselyyn täsmällinen avoin kysymys siitä, mitä kävijä muuttaisi tai lisäisi.

Tulosten tulkinnan rajat

Kysely kerättiin tapahtumapaikalla vapaaehtoisesti. Tulokset kuvaavat kyselyyn vastanneiden kävijöiden kokemuksia, eikä niitä voi sellaisenaan yleistää kaikkiin tapahtumakävijöihin, kuntalaisiin tai vapaa-ajan asukkaisiin. Tapahtumaan osallistuneet ja lomakkeen täyttäneet ovat voineet suhtautua tapahtumaan keskimääräistä myönteisemmin. Ikäryhmittäisiä eroja tulee tulkita varovasti erityisesti alle 30-vuotiaiden pienen vastaajamäärän vuoksi.