SeAMK
SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Marjut Tuunainen

Opinnäytetyön kyselyjen ja haastattelujen tulokset

Syksy 2023
Kulttuurituotanto (ylempi AMK)



SISÄLTÖ

SISÄLTÖ 2
1 TUTKIMUSTULOKSET 3
1.1 Virtuaaliteknologiat -kyselyn tulokset 3
1.1.1 Vastaajien taustatiedot 3
1.1.2 Virtuaaliteknologioiden tunnettavuus ja kokemus 7
1.1.3 Virtuaaliteknologioiden kiinnostus 10
1.1.4 Virtuaaliteknologioiden haastavuudet 11
1.1.5 Virtuaaliteknologioiden ja -tapahtumien tulevaisuus 13
1.1.6 Virtuaaliteknologioiden osaaminen 14
1.2 Yritysyhteistyö- ja sponsorointimallit -kyselyn sekä Into Seinäjoen Kokijakyselyn tulokset 16
1.2.1 Vastaajien taustatiedot 16
1.2.2 Sponsorointikriteerit 19
1.2.3 Kiinnostus virtuaalitapahtumien sponsorointiin 22
1.3 Teemahaastattelujen tulokset 24
1.3.1 Vastaajien taustatiedot 24
1.3.2 Kohderyhmän kiinnostus virtuaalitapahtumiin tulevaisuudessa 25
1.3.3 Virtuaalitapahtumien vuorovaikutus ja lisäpalvelut 27
1.3.4 Osaamisen taso virtuaalitapahtumiin 28
1.3.5 Virtuaalitapahtumien sponsorointi- ja yhteistyömallit 29
1.3.6 Haasteet virtuaalitapahtuman järjestämisessä 29
LIITTEET 31

1 TUTKIMUSTULOKSET

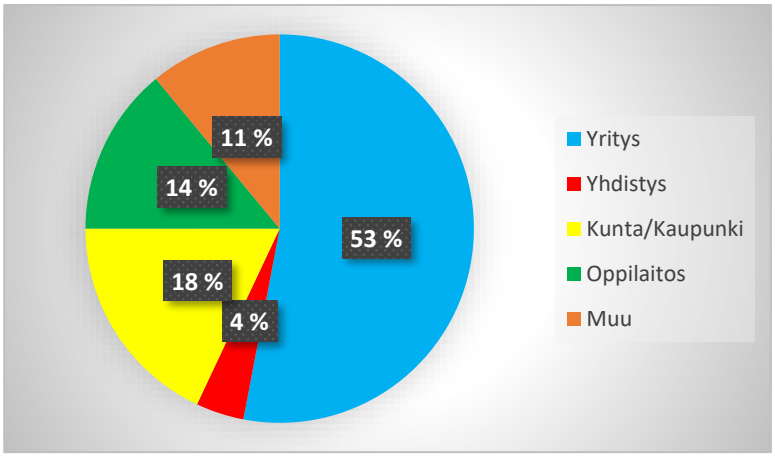
Tutkimustulokset on saatu kolmesta eri verkkokyselystä ja kahdesta eri haastattelusta. Kyselyt ovat Virtuaaliteknologiat -kysely ja Yritysyhteistyö- ja sponsorointimallit -kysely sekä Into Seinäjoen Kokijakysely. Kokijakysely on otettu täydentämään Yritysyhteistyö- ja sponsorointimallit -kyselyä, koska siihen saatiin vastaajia vain seitsemän. Haastateltaviksi saatiin kaksi eri toimijaa, joilla on kokemusta virtuaalitapahtumista.

1.1 Virtuaaliteknologiat -kyselyn tulokset

Virtuaaliteknologiat -kyselyssä oli monivalintakysymyksiä, joiden vastausvaihtoehdot oli sovellettu kysymyksiin sopiviksi (Liite 1.). Kyselyssä oli myös muutamia avoimia kysymyksiä. Kaikki kyselylomakkeen osiot eivät olleet pakollisia kohtia, mutta vastaajat olivat silti vastanneet jokaiseen kysymykseen. Vastauksia saatiin 28kpl.

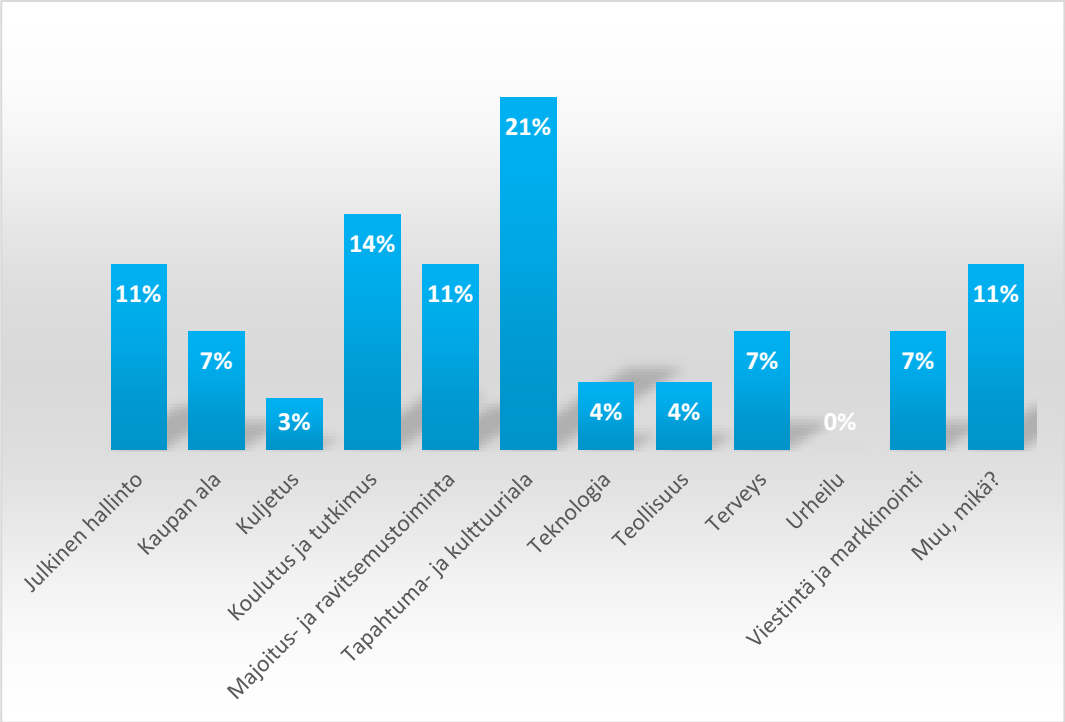
1.1.1 Vastaajien taustatiedot

Vastaajilta kysyttiin taustatietoja kyselylomakkeen kohdissa 12-17. Taustatiedoissa ensimmäisenä kysyttiin vastaajien edustamia tahoja (Kuvio 1.). Yli puolet vastaajista työskentelivät yrityksissä (53%). Vastaajista 18% olivat töissä kunnalla tai kaupungilla ja lähes saman verran (14%) vastaajia oli töissä oppilaitoksissa. Vain pieni joukko vastaajista (4%) edusti yhdistyksiä. Jopa 11% vastaajista kuuluivat johonkin muuhun tahoon kuin ennalta mainittuihin tahoihin.



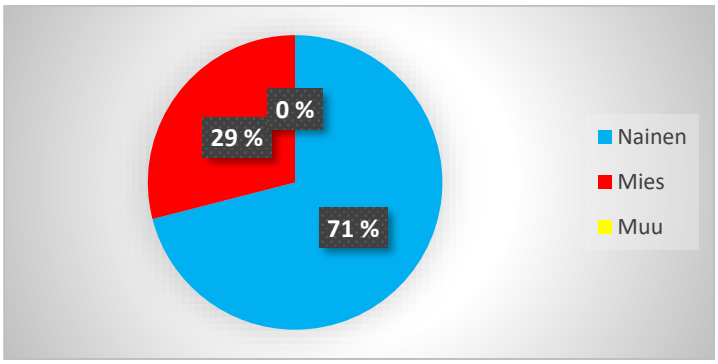
Kuvio 1. Vastaajien edustamat tahot (n=28).

Vastaajien edustamista organisaatioiden toimialoista neljä suurinta ryhmää olivat tapahtuma- ja kulttuuriala 21%, koulutus ja tutkimus 14%, majoitus- ja ravitsemustoiminta 11% sekä julkinen hallinto 11% (Kuvio 2.). Muu, mikä? – vastausvaihtoehdon oli valinnut 11% vastaajista ja kaksi vastaajaa oli vastanneet: elintarvikeala ja uravalmennus.



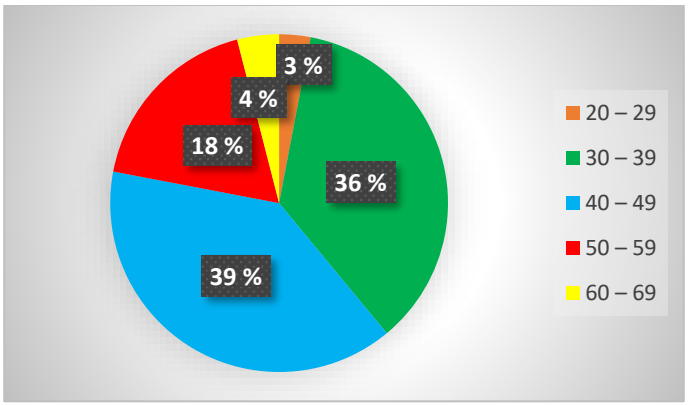
Kuvio 2. Vastaajien edustamat organisaatioiden toimialat (n=28).

Sukupuolijakauma jakautui niin, että vastaajista oli naisia jopa 71% ja miehiä 29% (Kuvio 3.). Kysymykseen oli mahdollisuus vastata myös Muu -vaihtoehto, jota kukaan vastaajista ei ollut valinnut.



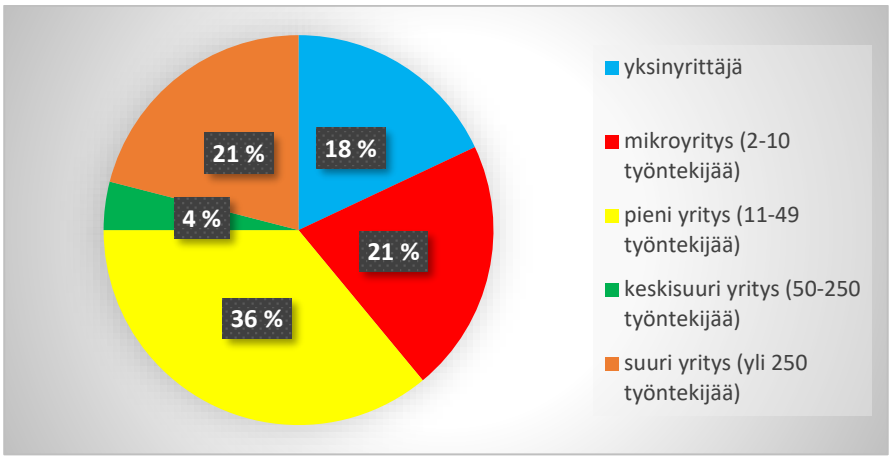
Kuvio 3. Vastaajien sukupuolijakauma (n=28).

Vastaajien ikähaarukka jakaantui 20-69 ikävuosiin (Kuvio 4.). Suurinta ikäluokkaa edustivat 40-49 -vuotiaat (39%). 30-39 -vuotiaiden ikäluokkaa edusti 36% vastaajista. 18% vastaajista kuuluivat 50-59 -ikäluokkaan. 60-69 -ikähaarukkaan kuului vain 4% vastaajista. Vain pieni joukko (3%) kuului 20-29 -vuotiaisiin.



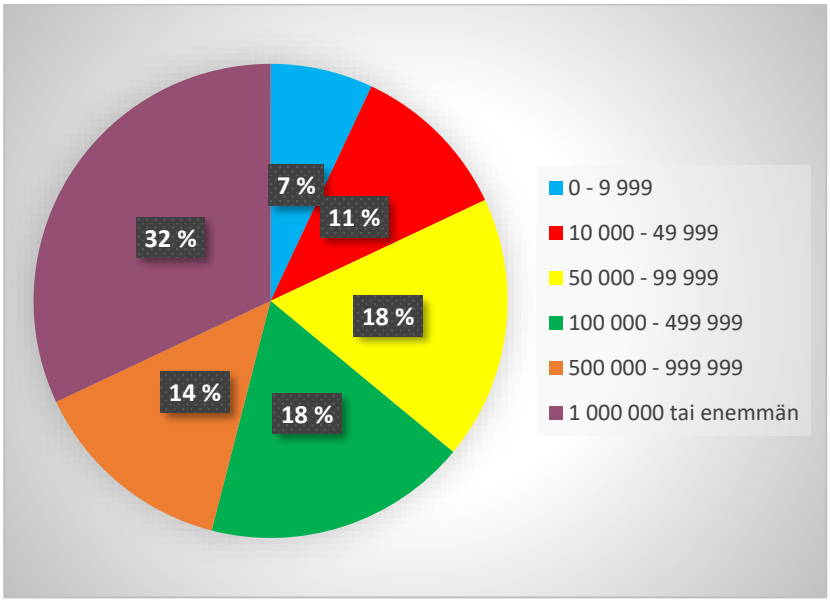
Kuvio 4. Vastaajien ikäjakauma (n=28).

Suurin osa vastaajista on ilmoittanut, että heidän organisaation tai Etelä-Pohjanmaalla sijaitsevan toimipisteen työntekijämäärä on 11-49 työntekijää (36%) (Kuvio 5.). Mikroyrityksiä, joissa on 2-10 työntekijää on vastaajista 21%. Myös suuria yrityksiä, joissa on yli 250 työntekijää on 21% vastaajista. Yksinyrittäjiä on vastaajista 18% ja vain 4% on keskisuuria yrityksiä, joissa on 50-250 työntekijää.



Kuvio 5. Työntekijämäärä (n=28).

Suurin osa vastaajista työskentelevät organisaatioissa, joissa liikevaihto on vuodessa 1 000 000 € tai enemmän (32%) (Kuvio 6.). Loput vastausvaihtoehdoista on jakautunut tasaisemmin: vastaajista 18% ovat vastanneet 100 000 – 499 999 € -vaihtoehdon, kuten myös 18% on vastannut 50 000 – 99 999 € -vaihtoehdon. 14% vastaajista on vastannut 500 000 – 999 999 € ja 11% vastaajista ovat valinneet vaihtoehdon 10 000 – 49 999 €. Vain 7% vastaajista työskentelevät yrityksissä, jossa on 0 – 9 999 € liikevaihto vuodessa.



Kuvio 6. Liikevaihto €/vuosi (n=28).

1.1.2 Virtuaaliteknologioiden tunnettavuus ja kokemus

Kyselylomakkeen kolmessa eri kysymyksessä ”Miten tuttuja seuraavat käsitteet ja teknologiat sinulle ovat?” ja ”Mistä seuraavista virtuaaliteknologiaa hyödyntävistä sovelluksista olet kuullut tai mitä olet kokeillut vapaa-ajalla tai työpaikalla?” sekä "Millaista kokemusta sinulla on virtuaalitapahtumista (jollain muulla alustalla kuin yksinkertaisilla Teamsillä tai Google Meetillä)?" selvitettiin kuinka tuttuja erilaiset virtuaaliteknologiat ja -tapahtumat ovat yrityksille ja heidän työntekijöilleen.

Ensimmäisessä kysymyksessä ”Miten tuttuja seuraavat käsitteet ja teknologiat sinulle ovat?” vastaajista 10,7% käyttää tai hyödyntää VR-teknologiaa säännöllisesti, 60,7% on kokeillut joskus, 28,6% on kuullut siitä puhuttavan, mutta ei ole itse ikinä kokeillut (Taulukko 1.). Kaikki olivat kuulleet VR-teknologiasta, koska kukaan ei vastannut ”En ole kuullutkaan” -vaihtoehtoa.

Seuraavaksi tutuin termi oli AR, koska vain 14,3% vastaajista ei ole kuullutkaan AR-teknologiasta. AR-teknologiaa 50% vastaajista on kokeillut joskus, kun taas XR-teknologiaa oli kokeiltu 28,5% vastaajista ja MR-teknologiaa vain 25%. Vastaajista vain 3,6% käyttää tai hyödyntää AR-, MR- sekä XR-teknologiaa säännöllisesti.

Taulukko 1. Miten tuttuja seuraavat käsitteet ja teknologiat sinulle ovat? (n=28).

	Käytän/hyödynnän säännöllisesti	Olen kokeillut joskus	Olen kuullut, mutta en ole kokeillut	En ole kuullutkaan
VR / Virtual Reality / Virtuaalitodellisuus	10,7%	60,7%	28,6%	0%
AR / Augmented Reality / Lisätty todellisuus	3,6%	50,0%	32,1%	14,3%
MR / Mixed Reality / Yhdistetty todelllisuus	3,6%	25,0%	35,7%	35,7%
XR / Extended Reality / Laajennettu todellisuus	3,6%	28,5%	39,3%	28,6%

Toisessa kysymyksessä ”Mistä seuraavista virtuaaliteknologiaa hyödyntävistä sovelluksista olet kuullut tai mitä olet kokeillut vapaa-ajalla tai työpaikalla?” 96,4% vastaajista eli lähes jokainen vastasivat, että he käyttävät tai hyödyntävät säännöllisesti Teamsiä, Zoomia, Google Meetiä tai vastaavaa ohjelmaa (Taulukko 2.). Loput 3,6% vastaajista kertoivat kokeilleensa

jotain näistä ohjelmista. Seuraavaksi tutuinta oli QR-koodien lukeminen omalla laitteella, 46,4% vastaajista käyttää tai hyödyntää tätä toimintoa säännöllisesti ja loput 53,6% on kokeillut joskus QR-koodien lukemista. Vastaajista 21,4% käyttää tai hyödyntää säännöllisesti myös Google Earth -karttapalvelua ja 53,6% on kokeillut palvelua joskus, mutta myös 17,9% on kuullut palvelusta, mutta ei ole kokeillut ja loput jopa 7,1% ei ole kuullutkaan siitä koskaan.

Iso osa vastaajista on kokeillut 3D- (71,4%) ja VR-laseja (75%), mutta eivät ole ottaneet niitä säännöllisesti käyttöön. Myös 360°-kuvat ja/tai videot vastaajista 57,1% on kokeillut 360°-kuvia ja -videoita, mutta vain 14,3% käyttää tai hyödyntää niitä säännöllisesti.

Eniten ”olen kuullut, mutta en ole kokeillut” -vaihtoehtoa valittiin näiden kohdalla: Pokemon Go (60,7%), virtuaalisesti opastetut kierrokset kohteessa paikan päällä (53,6%) ja Muut mobiililaitteen kameraa ja/tai kuvia hyödyntävät sovellukset (esim. sisustussuunnitteluun tehty Tikkurila Colour Master -sovellus) (46,4%).

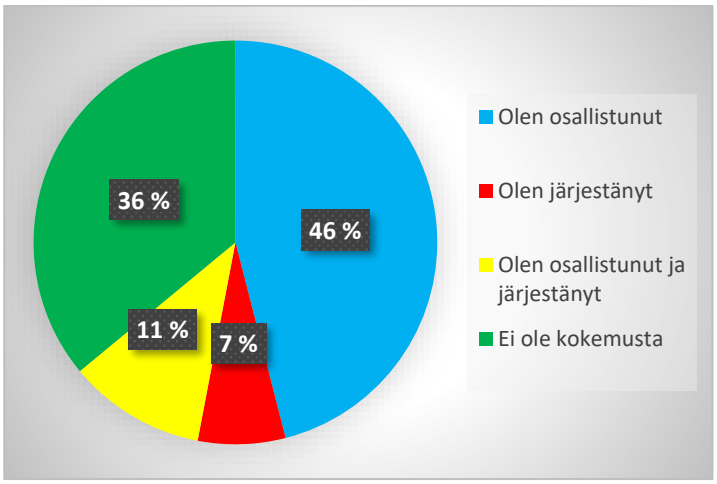
Kukaan vastaajista ei ole näiden kohdalla valinnut "en ole kuullutkaan" -vaihtoehtoa: Teams, Zoom, Google Meet tai vastaava, 360°-kuvat ja/tai videot, VR-lasit, virtuaalitapahtumat, QR-koodien lukeminen omalla laitteella, QR-koodien tarjoaminen asiakkaille ja Pokemon Go -peli. Kun taas eniten "En ole kuullutkaan" -vaihtoehtoa valittiin näiden kohdalla: etäkokouslaitteisto (esim. Bose) (32,1%), AR-lasit (32,1%) ja virtuaalikierrokset kotoa käsin (esim. digimuseo.fi) (10,7%).

Avoimeen kysymykseen ”Jotain muuta, mitä?” olivat kaksi henkilöä vastanneet ja he olivat käyttäneet Googlen IndoorMap -sisätilakarttasovellusta sekä VM-Carpet -sovellusta, jolla voi kokeilla miten matot sopivat omaan huoneeseen.

Taulukko 2. Mistä seuraavista virtuaaliteknologiaa hyödyntävistä sovelluksista olet kuullut tai mitä olet kokeillut vapaa-ajalla tai työpaikalla? (n=28).

	Käytän/hyödynnän säännöllisesti	Olen kokeillut joskus	Olen kuullut, mutta en ole kokeillut	En ole kuullutkaan
Teams, Zoom, Google Meet tai vastaava	96,4%	3,6%	0%	0%
Etäkokouslaitteistoa (esim. Bose)	14,3%	32,2%	21,4%	32,1%
360°-kuvat ja/tai videot	14,3%	57,1%	28,6%	0%
3D-lasit	0%	71,4%	25,0%	3,6%
VR-lasit	3,6%	75,0%	21,4%	0%
AR-lasit	0%	28,6%	39,3%	32,1%
Virtuaalikierrokset kotoa käsin (esim. digimuseo.fi)	7,1%	50,0%	32,2%	10,7%
Virtuaalisesti opastetut kierrokset kohteessa paikan päällä	7,1%	35,7%	53,6%	3,6%
Virtuaalitapahtumat	10,7%	50,0%	39,3%	0%
QR-koodien lukeminen omalla laitteella	46,4%	53,6%	0%	0%
QR-koodien tarjoaminen asiakkaille	14,3%	53,6%	32,1%	0%
Google Earth	21,4%	53,6%	17,9%	7,1%
Pokemon Go	10,7%	28,6%	60,7%	0%
Muut mobiililaitteen kameraa ja/tai kuvia hyödyntävät sovellukset (esim. sisustussuunnitteluun tehty Tikkurila Colour Master -sovellus)	0%	46,4%	46,4%	7,2%
Jotain muuta, mitä?	12,5%	25,0%	0%	62,5%

Kysymykseen ”Millaista kokemusta sinulla on virtuaalitapahtumista” vastaajista melkein puolet (46%) on osallistunut vähintään kerran virtuaalitapahtumaan (Kuvio 7.). Vain 11% vastaajista on sekä osallistunut, että järjestänyt virtuaalitapahtumia. Kuitenkin 7% vastaajista on järjestänyt virtuaalitapahtumia, mutta ei ole itse osallistunut muiden järjestämiin virtuaalitapahtumiin. Isolla määrällä (36%) vastaajista ei ole ollenkaan kokemusta virtuaalitapahtumista.



Kuvio 7. Millaista kokemusta sinulla on virtuaalitapahtumista (jollain muulla alustalla kuin yksinkertaisilla Teamsillä tai Google Meetillä)? (n=28).

1.1.3 Virtuaaliteknologioiden kiinnostus

Kysymyksessä ”Millaisena koet organisaationne kiinnostuksen virtuaaliteknologioihin liittyen?” tutkittiin kiinnostuksen tasoa erilaisiin toiminnan osa-alueisiin tai osastoihin, joissa voidaan hyödyntää virtuaaliteknologiaa (Taulukko 3.). Tutkimustulokseksi saatiin, että vastaajia kiinnostaisi eniten hyödyntää erilaisia virtuaaliteknologioita markkinointiin ja mainontaan (57,1%), asiakaskokemuksen parantamiseen (53,6%) sekä palveluiden esittelyyn virtuaalisesti (42,9%). Eniten "kiinnostaa jonkin verran"-vaihtoehtoa valittiin näiden kohdalla: perehdytys tai koulutus virtuaalisesti (48,2%), muu virtuaalinen esiintyminen (42,9%) ja 3D-video (42,8%). Kun taas ”kiinnostaa vähän” -vaihtoehto valittiin näiden kohdalla: showroom esim. lanseerauksiin (32,2%), virtuaaliympäristö seminaareille, kokouksiin tai verkostoitumiseen (28,6%) ja muissa kohteissa tai tapahtumissa virtuaalisesti vieraileminen (25%) sekä tutustuminen ylipäätään erilaisiin käyttömahdollisuuksiin ja teknologioihin (25%). Vastaajilla ei ollut kiinnostusta aikamatkoihin (28,6%), simulaattoreihin (28,6%), tapahtuma- ja aluemallisuunnitteluun (25%) tai tuotekehitykseen (21,4%). Kiinnostuksen puute voi myös johtua siitä, ettei omalla organisaatiolla ole tarvetta kyseessä olevaan osa-alueeseen omassa toiminnassaan.

Taulukko 3. Millaisena koet organisaationne kiinnostuksen virtuaaliteknologioihin liittyen? (n=28).

	Kiinnostaa paljon	Kiinnostaa jonkin verran	Kiinnostaa vähän	Ei kiinnostusta	En osaa sanoa
3D-video	17,9%	42,8%	14,3%	14,3%	10,7%
Aikamatkat	17,8%	28,6%	14,3%	28,6%	10,7%
Asiakaskokemuksen parantaminen	53,6%	25,0%	10,7%	3,6%	7,1%
Erilaiset hyödyntämistavat matkailu- ja/tai tapahtuma-alalla	35,7%	32,2%	7,1%	17,9%	7,1%
Markkinointi ja mainonta	57,1%	28,6%	10,7%	,0%	3,6%
Muissa kohteissa tai tapahtumissa virtuaalisesti vierailleminen	32,2%	35,7%	25,0%	7,1%	,0%
Muu virtuaalinen esiintyminen	32,1%	42,9%	10,7%	3,6%	10,7%
Myynti	32,1%	28,6%	14,3%	17,9%	7,1%
Palveluiden esittely virtuaalisesti	42,9%	28,6%	21,4%	7,1%	,0%
Perehdytys tai koulutus virtuaalisesti	25,9%	48,2%	18,5%	3,7%	3,7%
Showroom esim. lanseerauksiin	21,4%	25,0%	32,2%	10,7%	10,7%
Simulaattorit	25,0%	21,4%	14,3%	28,6%	10,7%
Tapahtuma- ja aluemallisuunnittelua	25,0%	28,6%	10,7%	25,0%	10,7%
Tuotekehitys	25,0%	28,6%	14,3%	21,4%	10,7%
Tutkimus	21,4%	28,6%	21,4%	17,9%	10,7%
Toteutuksen testaaminen	14,8%	40,8%	14,8%	18,5%	11,1%
Virtuaaliympäristö seminaareille, kokouksiin tai verkostoitumiseen	28,5%	28,6%	28,6%	3,6%	10,7%
Tutustuminen ylipäätään erilaisiin käyttömahdollisuuksiin ja teknologioihin	39,3%	25,0%	25,0%	7,1%	3,6%

1.1.4 Virtuaaliteknologioiden haastavuudet

Kysymyksissä "Mitkä asiat aiheuttavat eniten haasteita virtuaaliteknologioiden käyttöönotolle organisaatiossanne?" ja "Koetko, että virtuaaliteknologiat ja niiden mukanaan tuomat mahdollisuudet kiinnostaisivat sinua ja yritystänne enemmän, jos näitä teknologioita pääsisi jossain itse testaamaan ja kokeilemaan?" yritetään löytää vastaus siihen minkä vuoksi virtuaaliteknologian käyttö on mahdollisesti vähäistä yrityksissä ja mitkä ovat ne syyt, jotka aiheuttavat sen, että virtuaaliteknologiaa ei hyödynnetä yrityksissä.

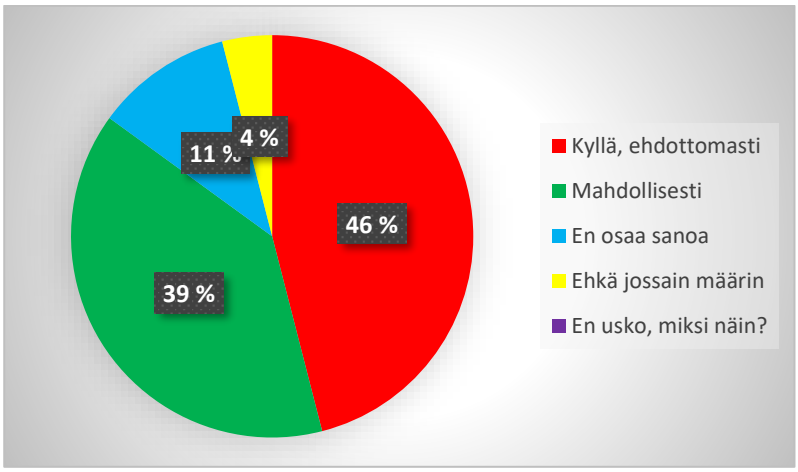
Vastaajien mielestä eniten haasteita virtuaaliteknologioiden käyttöönotolle aiheuttaa laitteiden ja ohjelmistojen korkea hinta (64,3%), ajan puute (50%) ja laitteiden jatkuva kehittyminen ja tekniikan nopea vanhentuminen (42,8%) (Taulukko 4.). Eniten "aiheuttaa jonkin verran haasteita"-vaihtoehtoa valittiin näiden kohdalla: laitteiden ja ohjelmistojen käytön hankaluus (55,6%), teknologiatietämyksen ja koulutuksen puute (53,6%) sekä ohjelmistojen ja laitteiden huono soveltuvuus omiin työtehtäviin/omalle alalle (46,4%). Kun taas ”aiheuttaa vähän haasteita” -vaihtoehto valittiin näiden kohdalla: mielenkiinnon puute (28,6%) ja työympäristön

muutosvastarinta (25%). Työympäristön muutosvastarintaa on ilmeisen vähän vastaajien työpaikoilla, koska tätä tukee myös seuraava kohta, jossa 28,6% vastaajista ovat valinneet ”ei aiheuta haasteita” -vaihtoehdon. Myös 22,2% vastaajista ovat olleet sitä mieltä, että teknologia on tarpeellista, koska he ovat valinneet teknologian tarpeettomuudelle ”ei aiheuta haasteita” -vaihtoehdon. Tämä jakaa mielipiteitä, koska osa vastaajista (25,9%) ovat valinneet "en osaa sanoa" -vaihtoehdon teknologian tarpeettomuus -kohtaan. Myös taloudellisesti kannattamatonta -kohtaan on 25% vastaajista vastannut "en osaa sanoa" -vaihtoehdon, mikä vahvistaa yleisen epätietoisuuden siitä, onko virtuaaliteknologiaan liittyvä hankinta on omalle työpaikalle tuottavaa.

Taulukko 4. Mitkä asiat aiheuttavat eniten haasteita virtuaaliteknologioiden käyttöönotolle organisaatiossanne?

	Aiheuttaa paljon haasteita	Aiheuttaa jonkin verran haasteita	Aiheuttaa vähän haasteita	Ei aiheuta haasteita	En osaa sanoa
Ajan puute	50,0%	39,3%	7,1%	,0%	3,6%
Laitteiden ja ohjelmistojen korkea hinta	64,3%	25,0%	3,6%	,0%	7,1%
Laitteiden ja ohjelmistojen käytön hankaluus	22,2%	55,6%	,0%	3,7%	18,5%
Laitteiden jatkuva kehittyminen ja tekniikan nopea vanhentuminen	42,8%	35,7%	17,9%	,0%	3,6%
Mielenkiinnon puute	17,8%	39,3%	28,6%	10,7%	3,6%
Ohjelmistojen ja laitteiden huono soveltuvuus omiin työtehtäviin/omalle alalle.	14,3%	46,4%	21,4%	3,6%	14,3%
Taloudellisesti kannattamatonta	28,6%	32,1%	10,7%	3,6%	25,0%
Teknologian tarpeettomuus	3,7%	33,4%	14,8%	22,2%	25,9%
Teknologiatietämyksen ja koulutuksen puute	17,8%	53,6%	14,3%	3,6%	10,7%
Työympäristön muutosvastarinta	7,1%	28,6%	25,0%	28,6%	10,7%

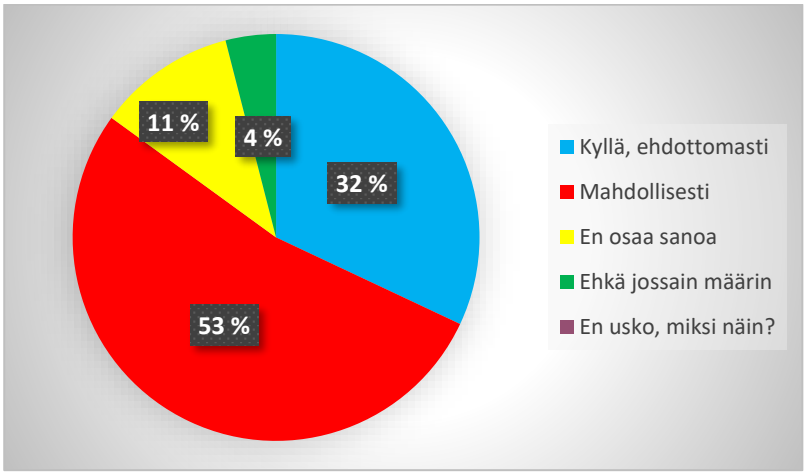
Kysymykseen "Koetko, että virtuaaliteknologiat ja niiden mukanaan tuomat mahdollisuudet kiinnostaisivat sinua ja yritystänne enemmän, jos näitä teknologioita pääsisi jossain itse testaamaan ja kokeilemaan?" kukaan ei ole vastannut ”en usko” -vaihtoehtoa, joten kaikki vastaajat haluaisivat jossain määrin testata ja kokeilla virtuaaliteknologioita (Kuvio 8.). Jopa 46% haluaisivat ehdottomasti päästä testaamaan sekä kokeilemaan ja he kokevat, että teknologioihin tuomat mahdollisuudet kiinnostaisivat silloin enemmän. Vastaajista 39% ovat valinneet ”mahdollisesti” -vaihtoehdon, 11% ovat valinneet ”en osaa sanoa” ja 4% vaihtoehdon ”ehkä jossain määrin”.



Kuvio 8. Koetko, että virtuaaliteknologiat ja niiden mukanaan tuomat mahdollisuudet kiinnostaisivat sinua ja yritystänne enemmän, jos näitä teknologioita pääsisi jossain itse testaamaan ja kokeilemaan? (n=28).

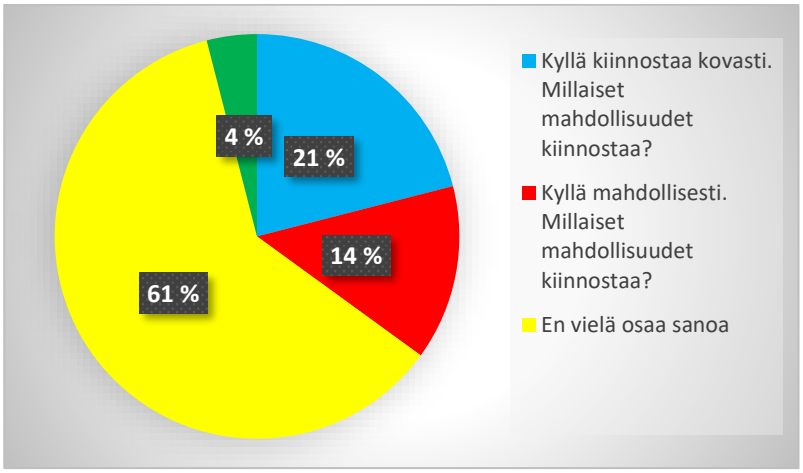
1.1.5 Virtuaaliteknologioiden ja -tapahtumien tulevaisuus

Kysymyksissä "Koetko, että tulet tulevaisuudessa hyödyntämään erilaisia virtuaaliteknologioita entistä enemmän?" ja "VIBIOL-hankkeelle luodaan valmis virtuaaliympäristö eli metaverse, joka jää alueen yritysten ja toimijoiden käyttöön hankkeen päätyttyä. Oletko kiinnostunut alustan tarjoamista mahdollisuuksista oman toiminnan kannalta?" haetaan vastausta siihen kannattaako tulevaisuudessa panostaa virtuaaliteknologioihin ja -tapahtumiin. Yli puolet vastaajista (53%) tulevat tulevaisuudessa hyödyntämään virtuaaliteknologioita mahdollisesti (Kuvio 9.). Kukaan vastaajista ei ole vastannut "en usko" -vaihtoehtoa. Vastaajista 32% aikovat ehdottomasti hyödyntää virtuaaliteknologioita tulevaisuudessa. 11% ovat vastanneet "en osaa sanoa" -vaihtoehdon ja 4% tulevat hyödyntämään ehkä jossain määrin.



Kuvio 9. Koetko, että tulet tulevaisuudessa hyödyntämään erilaisia virtuaaliteknologioita entistä enemmän? (n=28).

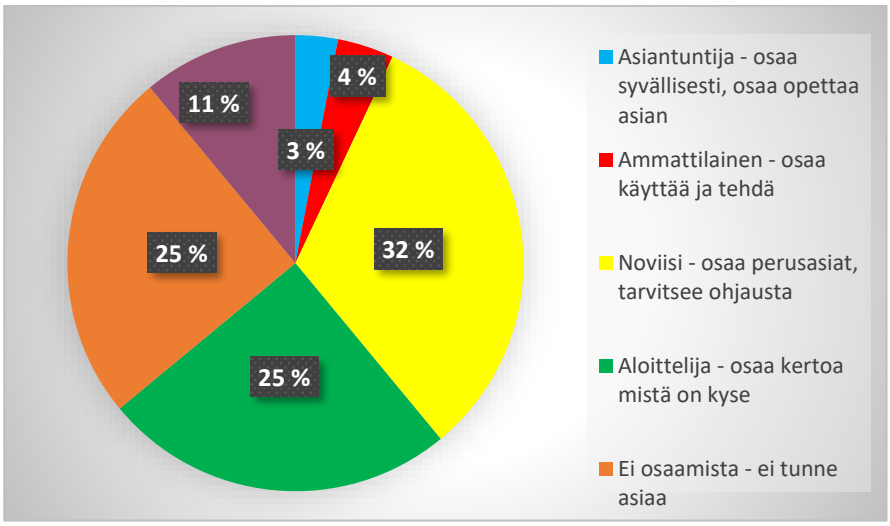
Vastaajista 21% ovat kiinnostuneita ja 14% mahdollisesti kiinnostuneita yrityksille ja toimijoille tehdystä virtuaaliympäristön eli metaversen tarjoamista mahdollisuuksista (Kuvio 10.). 61% vastaajista ei osannut vielä sanoa ja 4% ei ollut kiinnostusta.



Kuvio 10. VIBIOL-hankkeelle luodaan valmis virtuaaliympäristö eli metaverse, joka jää alueen yritysten ja toimijoiden käyttöön hankkeen päätyttyä. Oletko kiinnostunut alustan tarjoamista mahdollisuuksista oman toiminnan kannalta? (n=28).

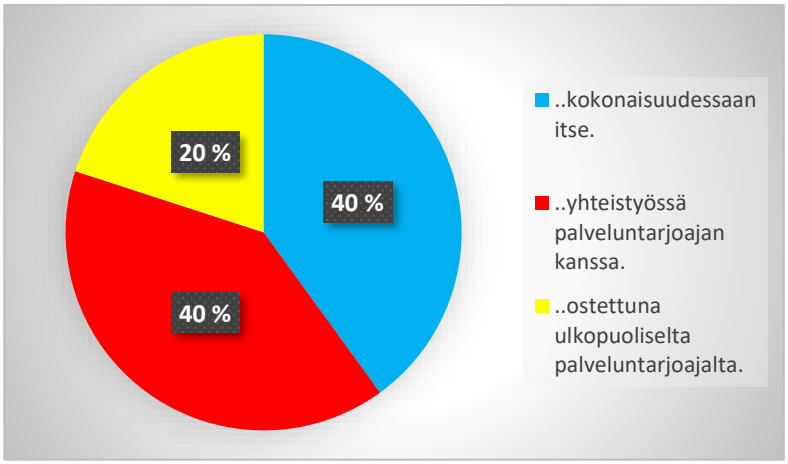
1.1.6 Virtuaaliteknologioiden osaaminen

Kysymyksissä "Miten arvioisit koko yrityksenne tai organisaationne osaamisen tasoa virtuaalitapahtumien järjestämisessä?" ja "Organisaatiossa järjestämäni virtuaalitapahtumat on toteutettu..", jossa vastausvaihtoehdot ”kokonaisuudessaan itse”, ”yhteistyössä palveluntarjoajan kanssa” ja ”ostettuna ulkopuoliselta palveluntarjoajalta”, tutkittiin yrityksien osaamisen tasoa virtuaalitapahtumien järjestäjiksi. Vastaajat ovat arvioineet oman yrityksensä tai organisaationsa heikolle osaamisen tasolle virtuaalitapahtumien järjestäjän roolissa, koska eniten vastaajat ovat valinneet vastausvaihtoehdoksi: noviisi - osaa perusasiat, tarvitsee ohjausta (32%), aloittelija - osaa kertoa mistä on kyse (25%) ja ei osaamista - ei tunne asiaa (25%) (Kuvio 11.). Vastaajista 11% ei ole osannut vastata ollenkaan. Vain 3% on kokenut olevansa alan asiantuntija ja 4% ammattilaisia.



Kuvio 11. Miten arvioisit koko yrityksenne tai organisaationne osaamisen tasoa virtuaalitapahtumien järjestämisessä?

Vain viisi vastaajaa on järjestänyt virtuaalitapahtumia ja heidän järjestämät virtuaalitapahtumat ovat 40% kokonaisuudessaan järjestetty itse, 40% järjestetty yhteistyössä palveluntarjoajan kanssa ja 20% on ostettu kokonaan ulkopuoliselta palveluntarjoajalta (Kuvio 12.). Nämä vastaukset varmistavat sen, että on monta erilaista tapaa järjestää virtuaalitapahtumia oman organisaation osaamisien ja resurssien mukaan.



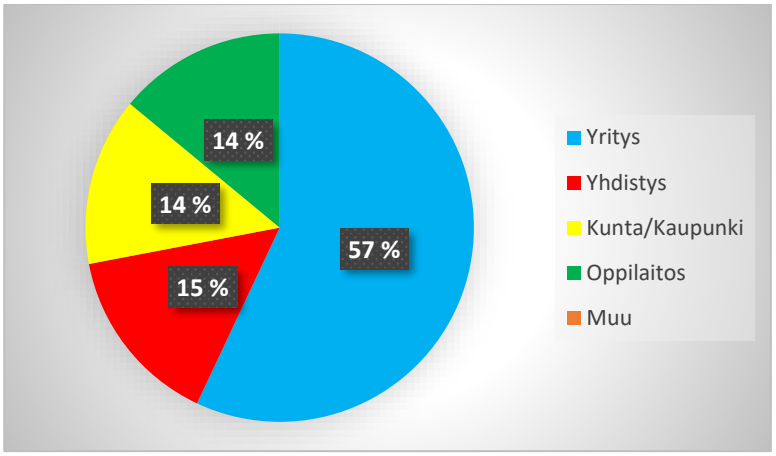
Kuvio 12. Organisaatiossa järjestämäni virtuaalitapahtumat on toteutettu.. (n=5).

1.2 Yritysyhteistyö- ja sponsorointimallit -kyselyn sekä Into Seinäjoen Kokijakyselyn tulokset

Yritysyhteistyö- ja sponsorointimallit -kyselyyn (Liite 2.) saatiin vastauksia vain 7kpl, joten analysoinnissa on hyödynnetty myös Into Seinäjoen toteuttamaa Kokijakyselyn vastauksia, joita oli jopa 79kpl (Liite 3.). Kokijakysely on toteutettu virtuaalielämyskokemuksen jälkeen.

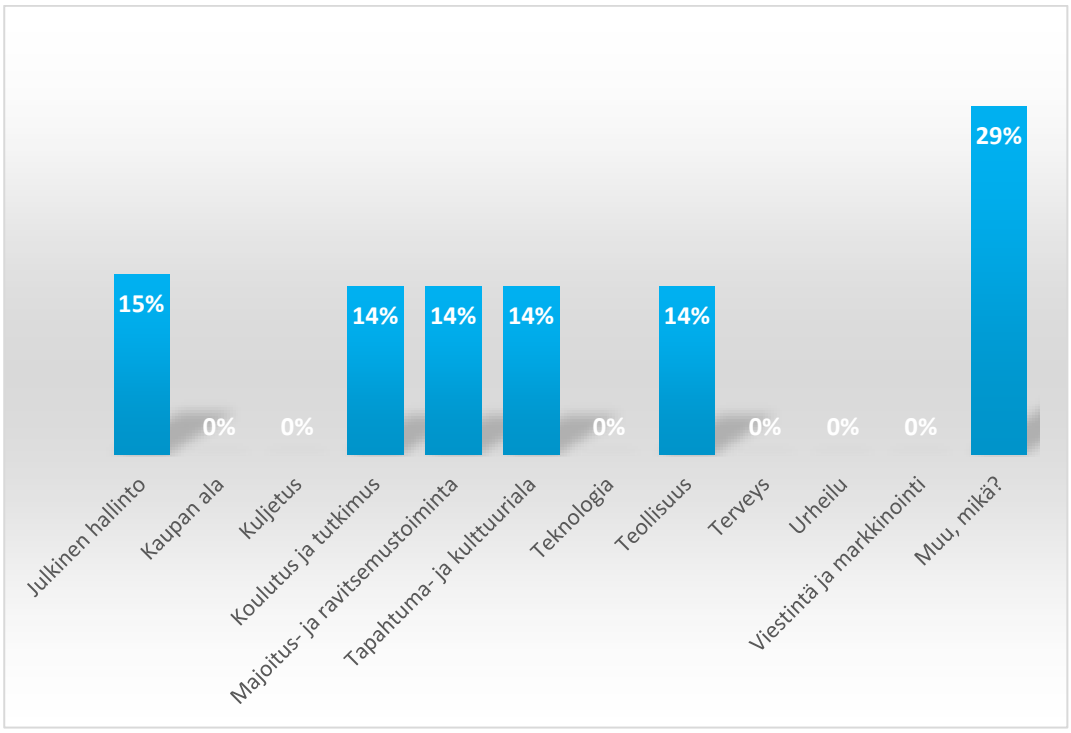
1.2.1 Vastaajien taustatiedot

Vastaajilta kysyttiin taustatietoja kyselylomakkeen kohdissa 8-13. Taustatiedoissa ensimmäisenä kysyttiin vastaajien edustamia tahoja (Kuvio 13.). Yli puolet vastaajista työskentelivät yrityksissä (57%). Loput vastaajista olivat töissä yhdistyksissä, kunnalla tai kaupungilla tai oppilaitoksissa, koska kaikissa näissä tahoissa prosentit olivat 14-15%.



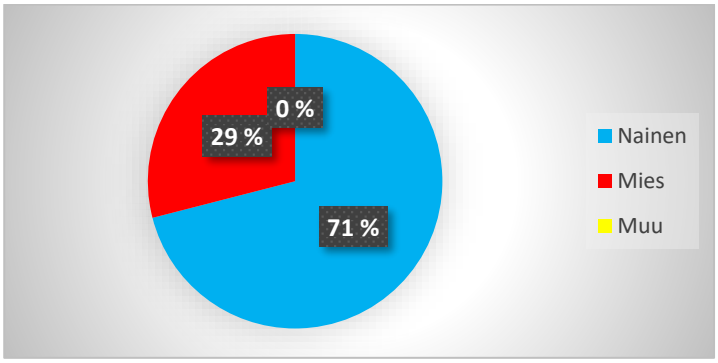
Kuvio 13. Vastaajien edustamat tahot (n=7).

Vastaajien edustamista organisaatioiden toimialoista viisi suurinta ryhmää olivat prosenteilla 14-15% julkinen hallinto, koulutus ja tutkimus, majoitus- ja ravitsemustoiminta, tapahtuma- ja kulttuuriala ja teollisuus (Kuvio 14.). Muu, mikä? – vastausvaihtoehdon oli valinnut 29% vastaajista ja kaksi vastaajaa olivat vastanneet: elintarviketeollisuus ja rekrytointi.



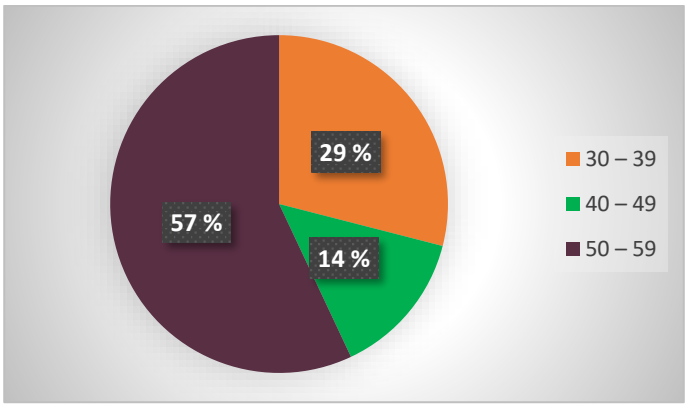
Kuvio 14. Vastaajien edustamat organisaatioiden toimialat (n=7).

Sukupuolijakauma oli täysin sama kuin virtuaaliteknologia-kyselyssä eli vastaajista oli naisia 71% ja miehiä 29% (Kuvio 15.).



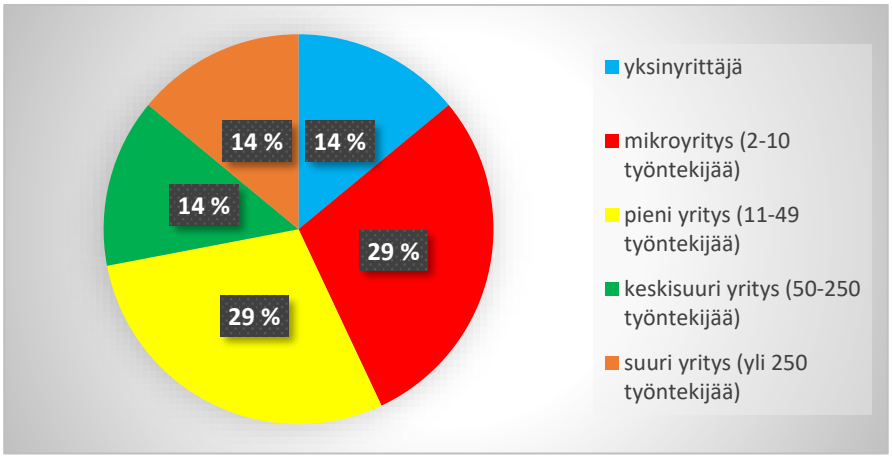
Kuvio 15. Vastaajien sukupuolijakauma (n=7).

Vastaajien ikähaarukka jakaantui 30-59 ikävuosiin (Kuvio 16.). Suurinta ikäluokkaa edustivat 50-59 -vuotiaat (57%). 30-39 -vuotiaiden ikäluokkaa edusti 29% vastaajista. 14% vastaajista kuuluivat 40-49 -ikäluokkaan.



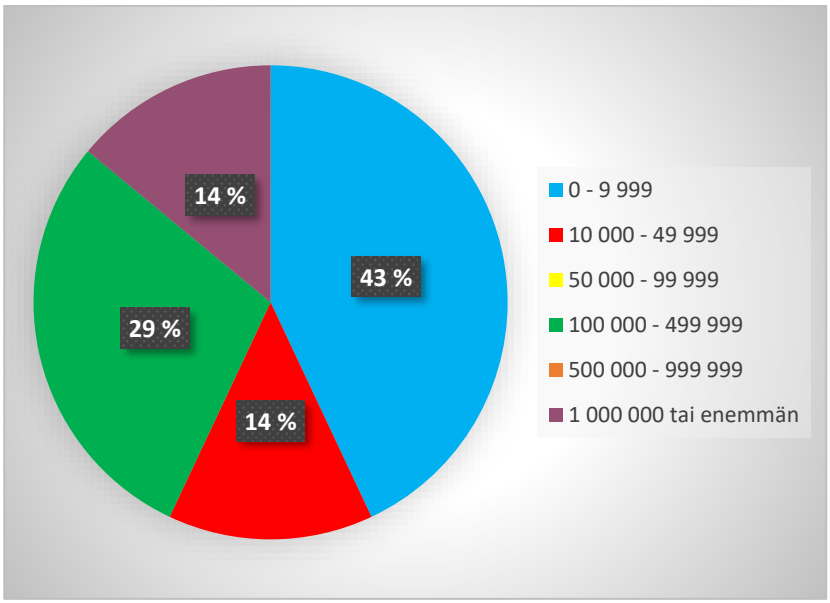
Kuvio 16. Vastaajien ikäjakauma (n=7).

Yrityksessä tai organisaatiossa, jossa kyselyyn vastanneet ovat töissä, kaksi suurinta ryhmää olivat (29%) mikroyritys (2-10 työntekijää) ja pieni yritys (11-49 työntekijää) (Kuvio 17.). Vastaajista 14% olivat töissä yksinyrittäjänä tai keskisuuressa yrityksessä (50-250 työntekijää) tai suuressa yrityksessä (yli 250 työntekijää).



Kuvio 17. Työntekijämäärä (n=7).

Suurin osa vastaajista työskentelevät organisaatioissa, joissa liikevaihto on vuodessa 0 – 9 999 € (43%) (Kuvio 18.). Vastaajista 29% ovat valinneet 100 000 – 499 999 € vastausvaihtoehdon. Yhtä paljon (molemmissa 14%) on valittu 10 000 – 49 999 € sekä 1 000 000 tai enemmän -vastausvaihtoehtoja.



Kuvio 18. Liikevaihto €/vuosi (n=7).

1.2.2 Sponsorointikriteerit

Kysymyksissä "Mitkä ovat yrityksenne tai organisaationne tärkeimmät kriteerit yritysyhteistyölle (esim. sponsorointi)?" ja "Mitä asioita tai toimenpiteitä toivoisit sponsoroimaltanne taholta / kohteelta?" sekä "Mitä virtuaalisia elementtejä toivoisit tapahtumiin, jota sponsoroisitte?" tutkittiin mitä sponsoroijat ja yhteistyötahot odottavat kohteeltaan, joiden toimintaan he lähtevät mukaan ja mitkä ovat tärkeimmät sponsorointikriteerit.

Tärkeimpiä kriteerejä yritysyhteistyölle olivat uusien kohderyhmien tavoittaminen (85,7%) ja markkinointi ja näkyvyys (71,4%) (Taulukko 5.). Seuraavaksi tärkeimmät kriteerit olivat saaneet saman vastausprosentin 57,1% ja kriteerit olivat: jo olemassa olevien asiakkuuksien vahvistaminen, jo olemassa olevien yhteistyökumppanuuksien vahvistaminen, teeman / toiminnan läheisyys omalle toimialalle sekä uusi ilmiö ja uusia mahdollisuuksia. "Vastikkeeton lahjoitus kohteelle, teemme hyväntekeväisyyttä" oli kriteeri, jolla oli vain vähän merkitystä (57,1%). Muita vastausvaihtoehtoja oli vastattu tasaisen vähän, eikä niistä saa tarpeeksi kattavaa vertailua tehtyä, kun vastaajia oli vain 7kpl.

Taulukko 5. Mitkä ovat yrityksenne tai organisaationne tärkeimmät kriteerit yritysyhteistyölle (esim. sponsorointi)? (n=7).

	Paljon merkitystä	Jonkin verran merkitystä	Vähän merkitystä	Ei merkitystä	En osaa sanoa
Jo olemassa olevien asiakkuuksien vahvistaminen	57,1%	14,3%	,0%	28,6%	,0%
Jo olemassa olevien yhteistyökumppanuuksien vahvistaminen	57,1%	14,3%	,0%	28,6%	,0%
Kausittainen ja jatkuva sponsorointi	28,5%	14,3%	14,3%	28,6%	14,3%
Kertasponsorointi	28,5%	28,6%	14,3%	28,6%	,0%
Markkinointi ja näkyvyys	71,4%	14,3%	,0%	14,3%	,0%
Teeman / toiminnan läheisyys omalle toimialalle	57,1%	28,6%	,0%	14,3%	,0%
Uusien kohderyhmien tavoittaminen	85,7%	,0%	,0%	14,3%	,0%
Uusi ilmiö, uusia mahdollisuuksia	57,1%	28,6%	,0%	14,3%	,0%
Vastikkeeton lahjoitus kohteelle, teemme hyväntekeväisyyttä	,0%	28,6%	57,1%	14,3%	,0%

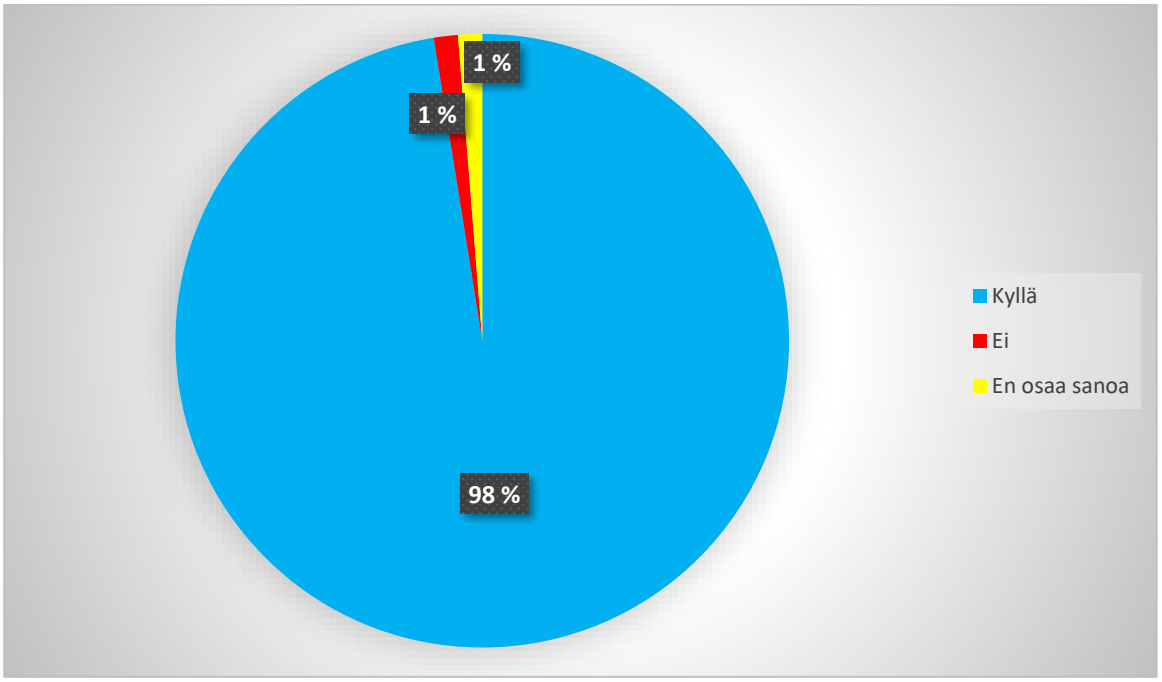
"Mitä asioita tai toimenpiteitä toivoisit sponsoroimaltanne taholta / kohteelta?" oli avoin kysymys, johon sanallisia vastauksia oli annettu 6kpl. Vastauksissa tuli esiin samojen arvojen tärkeys, pitkäjänteinen yhteistyö saman toimijan kanssa, näkyvyyden tärkeys, kiinnostus yhdistystä kohtaan sekä toivottiin hyvää yhteistyötä viestinnän ja markkinoinnin kanssa.

Mahdollisia sponsoroijia kiinnostaisi eniten saada virtuaalitapahtumiin palveluiden esittelyä virtuaalisesti (57,1%) ja QR-koodien tarjoamista asiakkaille (42,8%) (Taulukko 6.). Jonkin verran kiinnostusta on tullut myös seminaarien, kokouksien tai verkostoitumisen virtuaaliympäristöjä kohtaan (50%). Toiseksi eniten on vastattu ”jonkin verran kiinnostaa” -vastausvaihtoehtoa näiden kohdalla: mobiililaitteen kameraa ja/tai kuvia hyödyntävät sovellukset (42,8%), muissa kohteissa tai tapahtumissa virtuaalisesti vieraileminen (42,8%) sekä muuta virtuaalista esiintymistä (42,8%). 42,8% vastaajista ovat vastanneet, että vähän kiinnostaa myös virtuaalisesti opastetut kierrokset.

Taulukko 6. Mitä virtuaalisia elementtejä toivoisit tapahtumiin, jota sponsoroisitte? (n=7).

	Kiinnos-taa	Jonkin verran kiinnostaa	Vähän kiin-nostaa	Ei kiinnos-tusta	En osaa sanoa
Mobiililaitteen kameraa ja/tai kuvia hyödyntäviä sovelluksia	28,6%	42,8%	,0%	14,3%	14,3%
Muissa kohteissa tai tapahtumissa virtuaalisesti vierailleminen	28,6%	42,8%	14,3%	14,3%	,0%
Muuta virtuaalista esiintymistä	14,3%	42,8%	14,3%	14,3%	14,3%
Palveluiden esittelyä virtuaalisesti	57,1%	28,6%	,0%	14,3%	,0%
QR-koodien tarjoamista asiakkaille	42,8%	28,6%	14,3%	14,3%	,0%
Showroomeja esim. lanseerauksiin	14,3%	28,5%	14,3%	14,3%	28,6%
Virtuaalisesti opastettuja kierroksia	28,6%	14,3%	42,8%	14,3%	,0%
Virtuaaliympäristöjä seminaareille, kokouksiin tai verkostoitumiseen	16,7%	50,0%	33,3%	,0%	,0%

Täydennetään edellistä kysymystä vielä Into Seinäjoen Kokijakyselyn kysymyksellä "Voiko mielestäsi virtuaalisten palvelujen avulla tuoda lisäarvoa ja kiinnostavuutta tapahtumiin?" (Kuvio 19.). Vastaajista 98% ovat sitä mieltä, että virtuaalisten palvelujen avulla voidaan tuoda lisäarvoa ja kiinnostavuutta tapahtumiin. Vastaajat ovat olleet tässä lähes täysin yksimielisiä.

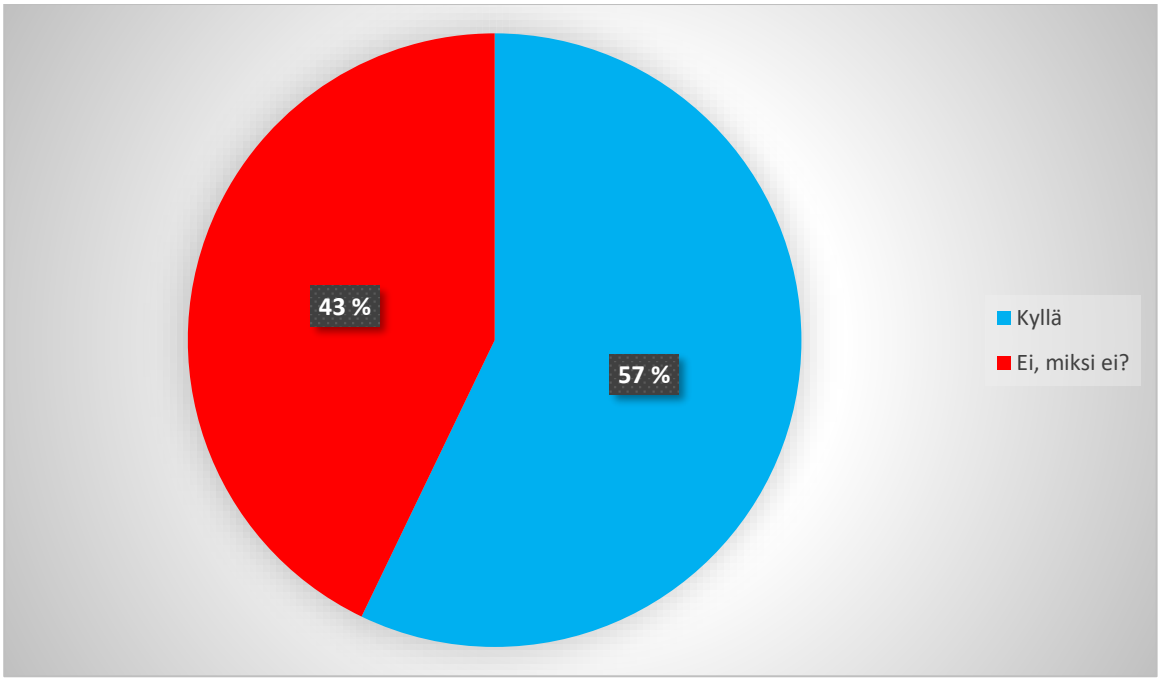


Kuvio 19. Voiko mielestäsi virtuaalisten palvelujen avulla tuoda lisäarvoa ja kiinnostavuutta tapahtumiin? (n=79).

1.2.3 Kiinnostus virtuaalitapahtumien sponsorointiin

Kysymyksissä "Onko yrityksenne tai organisaationne toiminut aiemmin sponsorina tapahtumille?" ja "Kuinka kiinnostavaksi arvioisit virtuaalitapahtuman sponsoroinnin?" sekä "Mitä hyötyjä näet virtuaalitapahtuman sponsoroinnissa?" selvitetään, onko yritykset toimineet sponsoroijina aiemmin ja kuinka kiinnostavaksi he näkevät virtuaalitapahtuman sponsoroinnin.

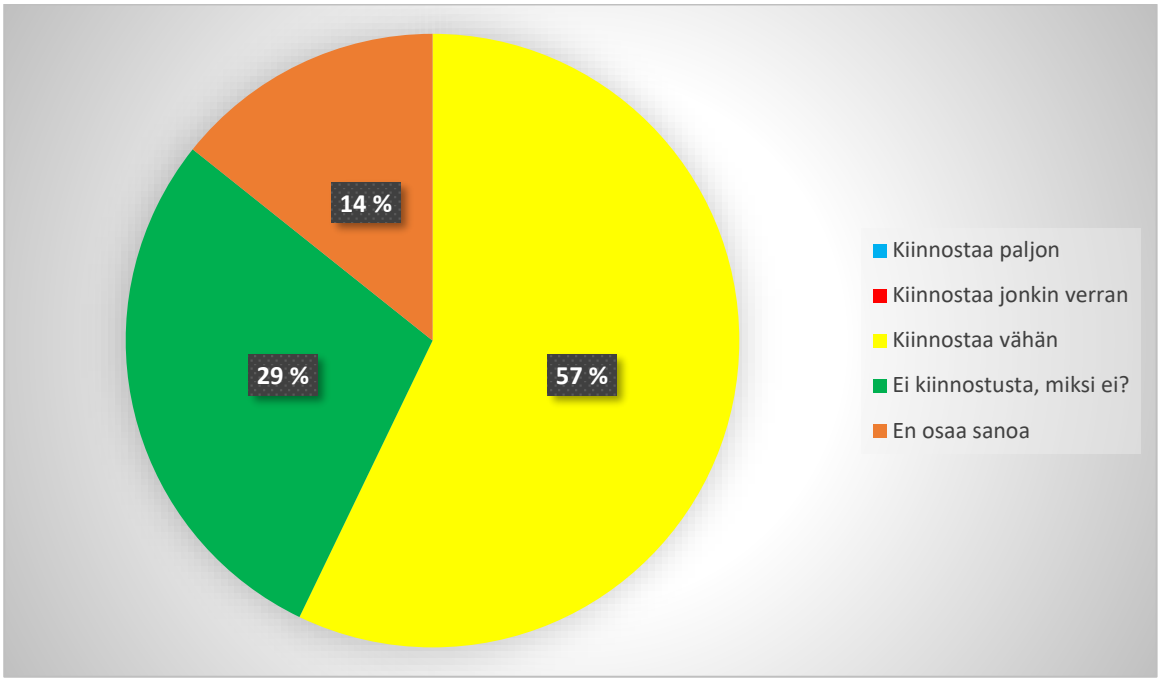
Neljä vastaajaa tai vastaajan edustamaa organisaatiota on toiminut jonkun tapahtuman sponsoroijana näistä seitsemästä vastaajasta (Kuvio 20.). Avoimeen kysymykseen ”Ei, miksi ei?” on saatu sanallisia vastauksia kaksi ja molempien vastauksissa korostuu, että kyseessä on pieni tai nuori yritys, jolla ei ole sponsorointiin mahdollisuuksia taloudellisesti.



Kuvio 20. Onko yrityksenne tai organisaationne toiminut aiemmin sponsorina tapahtumille? (n=7).

Virtuaalitapahtuman sponsoroinnin katsottiin olevan vain vähän kiinnostavaa, vastaajista jopa 57% vastaajista olivat valinneet ”kiinnostaa vähän” -vastausvaihtoehdon (Kuvio 21.). ”Kiinnostaa paljon” ja ”kiinnostaa jonkin verran” -vastausvaihtoehtoja vastaajista kukaan ei ollut valinnut. 29% vastaajista olivat sitä mieltä, että virtuaalitapahtuman sponsoroijiksi ei ollut ollenkaan kiinnostusta. Avoimeen kysymykseen ”ei kiinnostusta, miksi ei?” oli saatu kaksi

sanallista vastausta, joissa molemmissa syynä on kiinnostuksen tai soveltuvuuden puute omaan toimintaan. 14% vastaajista eivät osanneet vastata olisiko kiinnostusta virtuaalitapahtuman sponsorointiin.



Kuvio 21. Kuinka kiinnostavaksi arvioisit virtuaalitapahtuman sponsoroinnin? (n=7).

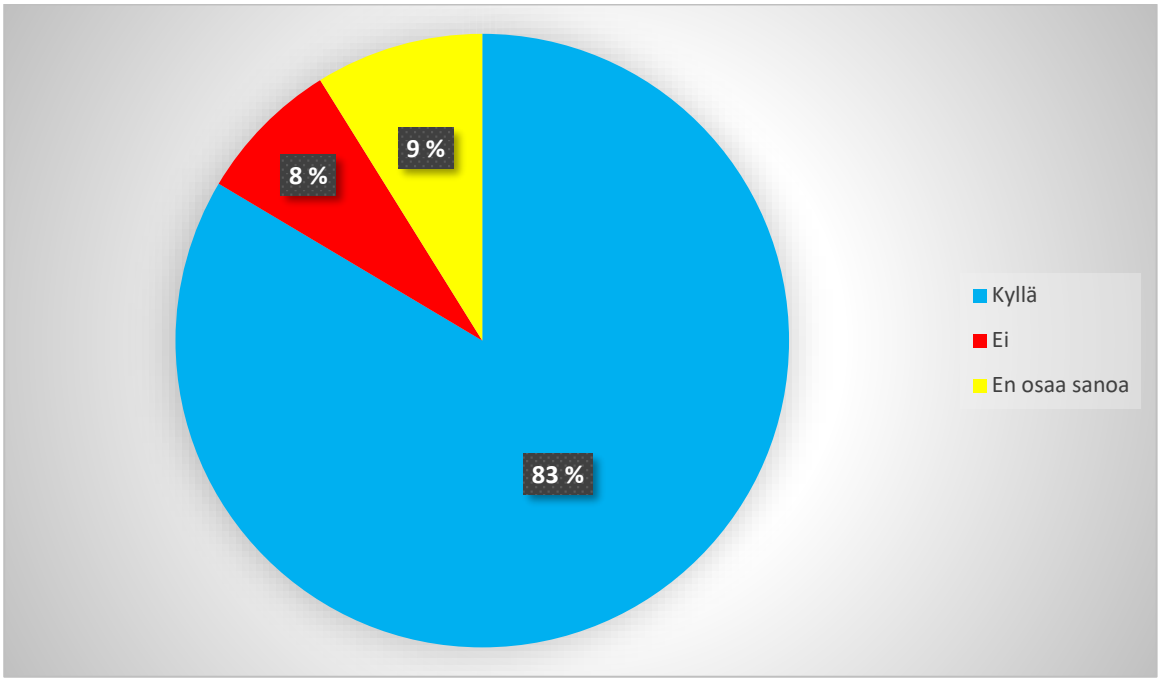
Jonkin verran hyötyjä virtuaalitapahtuman sponsoroinnissa nähtiin vastausvaihtoehdoissa: "laajempi digitaalinen näkyvyys (verkossa)" (57,1%) ja "uusien kohderyhmien tavoittaminen" (42,8%) (Taulukko 7.).

Taulukko 7. Mitä hyötyjä näet virtuaalitapahtuman sponsoroinnissa? (n=7).

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Uusien kohderyhmien tavoittaminen	28,6%	42,8%	28,6%	0%	0%	0%
Laajempi digitaalinen näkyvyys (verkossa)	28,6%	57,1%	14,3%	0%	0%	0%
Positiivinen näkyvyys uudenlaisen toiminnan tukemisessa	28,5%	28,6%	14,3%	14,3%	0%	14,3%

Täydennetään edellistä kysymystä vielä Into Seinäjoen Kokijakyselyn kysymyksellä: "Jos tapahtumassa olisi yritysyhteistyökumppanin tai sponsorin tarjoama virtuaalinen palvelu tai

kokemus, lisäisikö se mielestäsi ko. yrityksen kiinnostavuutta?” (Kuvio 22.). 83% vastaajista kokee, että yritysyhteistyökumppanin tai sponsorin tarjoama virtuaalinen palvelu tai kokemus lisäisi ko. yrityksen kiinnostavuutta.



Kuvio 22. Jos tapahtumassa olisi yritysyhteistyökumppanin tai sponsorin tarjoama virtuaalinen palvelu tai kokemus, lisäisikö se mielestäsi ko. yrityksen kiinnostavuutta? (n=79).

1.3 Teemahaastattelujen tulokset

Teemahaastatteluissa haastateltiin tapahtuma-alan yrittäjää ja metalliteollisuuden markkinointipäällikköä, joilla oli pitkä työkokemus omalta alaltaan (Liite 4 ja Liite 5). Teemahaastattelurunkoon etukäteen valitut teemat olivat 1) kiinnostuksen taso ja 2) osaamisen taso virtuaaliteknologioihin ja -tapahtumiin. Näiden lisäksi syntyi alateemoja 1) kohderyhmän kiinnostus virtuaalitapahtumiin tulevaisuudessa 2) virtuaalitapahtumien vuorovaikutus ja lisäpalvelut 3) osaamisen taso virtuaalitapahtumiin 4) virtuaalitapahtumien sponsorointi- ja yhteistyömallit 5) haasteet virtuaalitapahtuman järjestämisessä.

1.3.1 Vastaajien taustatiedot

Kysymyksissä ”Kertoisitko, minkälaisia virtuaalitoteutuksia olette järjestäneet?” ja ”Mitä julkaisukanavia ja tapahtuma-alustoja virtuaalisissa toteutuksissa on käytetty?” kartoitettiin toimijoiden tilannetta, minkälaisia virtuaalitoteutuksia on tehty ja millä tavalla.

Molemmat toimijat kertoivat, että virtuaalitapahtumien suunnittelu tuli ajankohtaiseksi keväällä 2020, kun koronapandemian vuoksi lähikontakteja piti välttää. Festivaalitapahtumasta tuotettiin 72 tuntia kestävä livelähetys Zoom-alustalle, mutta myös sosiaalisen median kanavia hyödynnettiin. Livestriimausta pystyi myös seuraamaan AltspaceVR-alustalta, johon oli luotu 3D-maailma tapahtuma-alueesta. Metalliteollisuuden yrityksellä oli tarvetta toteuttaa tuote-esityksiä etäyhteyksien kautta, jotka päätettiin luoda GoToWebinar -alustan avulla. Uusien tuotteiden lanseerauksia tehtiin webinaarien tai striimauksien kautta.

1.3.2 Kohderyhmän kiinnostus virtuaalitapahtumiin tulevaisuudessa

Koronapandemian vauhdittaessa virtuaalitapahtumien syntymistä vuonna 2020, kysymyksillä ”Millainen kohderyhmä virtuaalitapahtumillanne on ollut ja paljonko osallistujia on ollut?” ja ”Millaista palautetta virtuaalitapahtumista tuli?” haettiin tietoa, miten virtuaalitapahtumiin suhtauduttiin, paljonko niissä oli kävijämäärät ja tuliko palautetta virtuaalisista toteutuksista, koska kummallakaan haastateltavalla ei ollut kokemusta virtuaalitapahtumista ennen koronapandemiaa.

Haastateltavat kertoivat, että kohderyhmää ei rajattu, vaan tehtiin kaikille aiheesta kiinnostuneille. Tapahtuma-alan yrittäjällä oli ollut vaikeuksia saada vuonna 2020 bändejä esiintymään, kun muut keikat oli peruutettu. Vuonna 2021 bändejä oli helpompi saada esiintymään virtuaalisesti ja bändikeikkojen sopimiseen oli enemmän aikaa.

> Vuoden 2020 livestriimillä on perjantaina 13000 näyttökertaa ja lauantaina 6200 näyttökertaa tällä hetkellä Youtube-kanavalla. Silloin yritettiin haastaa katsojia, että he tekisivät porukalla etäleirejä ja seuraisi yhdessä striimejä. Somekuvia tuli aika paljon näistä etäleireistä, joten todellisuudessa näyttökertojen määrä olisi vielä moninkertainen tähän verrattuna. Toki nyt parin vuoden aikana niitä on pystynyt katsomaan jälkikäteen Youtubesta. Vuonna 2021 oli enemmän aikaa löy-tää bändejä ja saatiin kansainvälisiä kotimaisia bändejä. Silloin keikkoja seurattiin maailmanlaajuisesti ja saatiin noin 150 000 ip-osoitetta. Zoomilähetyksessä oli noin pari sataa katsojaa ja parhaimmillaan noin tuhat katsojaa. (H1)

Metalliteollisuuden yrityksessä myöskään tuotevalikoimaakaan ei millään tavalla aluksi rajattu, mutta alun jälkeen tehtiin myös segmenttikohtaisia webinaareja, esim. hissivalmistajille oma webinaari.

> Meillä oli alle 200 osallistujamäärät kerrallaan. 50-70 henkeä ollut maakohtaisissa webinaareissa. Aluksi oli suuri kiinnostus, mutta jo ensimmäisen vuoden aikana

> alkoi hiipumaan kiinnostus ja osallistujamäärät laskivat. Ehkä johtuu siitä, että virtuaalitapahtumat yleistyivät ja niitä alkoi tulemaan joka puolelta, joten senkin vuoksi kiinnostus varmaankin laski. (H2)

Virtuaalitapahtumien palaute oli molemmilla toimijoilla ollut enimmäkseen positiivista. Virtuaalifestivaalien teknistä toteutusta ja äänenlaatua kehuttiin. Virtuaalifestivaali oli useille ihmisille uusi kokemus ja sen vuoksi palautetta tuli sekä puolesta, että vastaan.

> Virtuaalifestareista tuli positiivista palautetta. Sellaiset ihmiset pääsivät mukaan, jotka eivät ole pystyneet aiemmin osallistumaan, esimerkiksi vanhat festareilla kävijät, jotka ei ole enää vuosiin käynyt. Innosti vanhoja kävijöitä, että voisivat tulla vielä joku vuosi paikan päälle. Myös tuli huonoa palautetta, että ei missään nimessä ala mitään striimejä katsomaan. Tulee paha mieli, kun ei pääse paikan päälle katsomaan. Onko se nyt sitten negatiivista vai positiivista palautetta? Mutta silloin ei saanut kokoontua, niin mentiin sen mukaan mitä pystyi tekemään. (H1)

Kysymyksissä "Millaisia toteutuksia kohderyhmänne kaipaa jatkossa? Tuleeko jatkossakin olemaan jotain virtuaalisuutta tai muuta lisättyä todellisuutta livetapahtumassa mukana tai lisäksi?", "Miten koet oman kiinnostuksen tason virtuaalitapahtumiin (ennen vs. nyt)?” ja "Koetko, että virtuaalitapahtumilla olisi tulevaisuutta jatkossakin?" tutkittiin, millainen tulevaisuuden näkymä virtuaalitapahtumilla on jatkossa.

Molemmat toimijat olivat päättäneet jatkossa toteuttaa tapahtumat ja tuote-esittelyt mieluummin vanhaan tapaan kuin aiemminkin eli fyysisinä tapahtumina, eikä suunnitelmia isommille virtuaalitapahtumille ainakaan tässä vaiheessa enää ole. Haastateltavat kokivat, että virtuaalitapahtumien järjestämisessä on iso työ, kalliit kustannukset ja toteutus vaatii paljon osaamista. Kummatkin toimijat olivat sitä mieltä, että myös heidän toimintansa asiakaskysyntä ja -toive on jatkossa enemmän fyysisille tapahtumille. Kuitenkin metalliteollisuuden markkinointipäällikkö koki, että yleisellä tasolla etäwebinaareille on vielä kysyntää tulevaisuudessa, mutta toteutukseen pitää kiinnittää huomiota entistä tarkemmin.

> Siinä on omat hyvät puolensa, kun pystyy osallistumaan helpommin etätoteutukseen, mutta sitten siinä on myös huono puoli ja haitta, että kun on oman työpisteen äärellä ja avaat sen linjan, mutta siinä on niin helppo lipsua palaamaan työasioihin ja tekemään hektisiä työtehtäviä siinä samalla. Saattaa olla, että siinä vähän toisella kädellä kuuntelee sitä webinaaria ja toisella kädellä tekee niitä töitä, siinä on aina vähän sellainen vaara. Kyllä niillä varmaan on tulevaisuutta, mutta ajattelisin, että siihen pitäisi jotain uutta keksiä. Mikä saisi ihmiset kiinnostumaan niihin vielä. Mielenkiintoinen sisältö, esitystapa yms., että katsojat seuraavat sitä mielenkiinnolla, koska tarjontaa on niin paljon, että se pitäisi olla todella hyvin toteutettua. Tekniikka pitää toimia täysin, jos heti alkaa takkuamaan joku, niin sehän on

> ensimmäinen impulssi, että viitsinkö mä tätä katsoa, kun tämä on niin sekavaa, eikä tämä toimi. (H2)

1.3.3 Virtuaalitapahtumien vuorovaikutus ja lisäpalvelut

Kysymyksissä "Millä tavalla virtuaalitapahtumissa oli luotu immersiivisyyttä tai elämyksellisyyttä?" ja "Miten virtuaalitapahtumassa oli toteutettu vuorovaikutus osallistujien kanssa?” ja "Mitä asioita olisi voitu vielä kehittää parantaakseen virtuaalitapahtuman asiakaskokemusta?" tutkittiin mitä lisäpalveluja, immersioisia ominaisuuksia tai muita toimintoja virtuaalitapahtumissa hyödynnettiin ja mikä oli niiden kannattavuus.

Virtuaalifestivaaleilla yleisölle tuotettiin lisäksi erilaisia immersiivisiä ja elämyksellisiä lisäsisältöjä. Virtuaalifestivaalilla oli ”leirinuotio” -huoneita etäyhteyksillä, joissa pystyi tutustumaan muihin osallistujiin. Lisäksi paikan päällä festivaaleilla oli pieni porukka kutsuvieraita ja he järjestivät erilaista ohjelmaa leirissä ja muut virtuaaliosallistujat pystyivät seuraamaan heitä etäyhteydellä.

> Youtubessa, Facebookissa ja Instagramissa pystyi kommentoimaan. Pyydettiin käyttämään tiettyä hashtagiä julkaisuissa. Siitä oli hyötyä, että saatiin katsojia osallistettua tapahtumaan paremmin, että pystyivät kommentoimaan tapahtumia. Jälkikäteen tuli katsottua mitä siellä oli puhuttu, jos sieltä olisi löytynyt hyviä vinkkejä jatkoa ajatellen. (H1)

> Meillä oli chat-mahdollisuus, että katsojat voivat lähettää kysymyksiä. Meillä oli varattu myös yksi henkilö siihen, joka seuraa chattiä ja nostaa niitä kysymyksiä, mutta huomattiin, että niitä ei juuri tullut. Palautteen mukana saattoi tulla jotakin lisää. Äänestyksiä testattiin jossakin webinaarissa, ajateltiin, että jos niillä saataisiin katsojia kiinnostumaan aiheeseen lisää, mutta nekään ei hirveän hyvin toiminut, että niihinkään ei juuri vastattu. Meillä on aika huonosti ollut sellaista vuorovaikutteisuutta, mutta en tiedä onko vuorovaikutukseen ollut sitten edes tarvetta. Kuitenkin on hyvä olla jokin vuorovaikutukseen mahdollistava toiminto mukana virtuaalitapahtumassa, että se mahdollisuus kuitenkin olisi, en jättäisi sitä kokonaan poiskaan. Sitä olisi voinut tuoda jotenkin vielä enemmän esille siinä, että nyt on aika kysymyksille. Ehkä sitä ei tuotu riittävästi esille. Sekin saattaa olla esteenä, että meilläkin on osallistujia monesta eri maasta ja englanniksi usein webinaarit vedettiin ja siinä saattaa olla kielimuuria, että sitten ei osallistujat uskaltaneet kysyä chatissä. (H2)

Molemmat toimijat olivat sitä mieltä, että asiakaskokemusta olisi vielä mahdollista parantaa ja kehittää näiden aiemmin mainittujen asioiden lisäksi, mutta kehitystoimenpiteitä ei näin jälkikäteen ole tullut enää syvällisemmin pohdittua.

> Jotain uutta olisi pitänyt kehitellä. Ne meni aikalailla samalla kaavalla, kun tuotenäytökset pitää olla asiapitoisia ja ne ihmiset, jotka on siellä linjoilla, niin ne haluaa kuulla siitä tekniikasta ja oikeaa asiaa tuotteesta. Meillä oli ainakin omaan silmään aika paljon kalvosulkeisia, mutta yritettiin tehdä kuitenkin alkuun ja väleihin sellaista rennompaa jutustelua esimerkiksi muutaman henkilön kesken. Itse ajattelisin, että kalvosulkeisia voisi olla vähemmän ja keksiä jotain muuta siihen tilalle, mutta en osaa edes sanoa onko se ihan täysin niin toteutettavissa, mutta jotain elävyyttä tai interaktiivisuutta siihen lisää, joka pitäisi kuuntelijat kiinnostuneena koko tapahtuman ajan. (H2)

1.3.4 Osaamisen taso virtuaalitapahtumiin

Kysymyksillä "Kuinka tuttuja virtuaaliteknologiat tai -sovellukset ovat sinulle?” ja "Koetko, että oma virtuaalinen osaaminen on kasvanut virtuaalitapahtumien myötä?" tutkittiin osaamisen tasoa virtuaalitapahtumiin. Molemmat toimijat olivat samaa mieltä siitä, että eri virtuaaliteknologioita ja -sovelluksia on nykyään todella paljon, että kaikkia ei voi millään tietää ja koska teknologia kehittyy nopeasti, niin pari vuotta vanhat sovellukset ovat jo liian vanhoja. Haastateltaville VR-sovellukset olivat virtuaalisovelluksista tutuimpia.

Virtuaalifestivaalit olivat toteutettu erilaisten yhteistyökuvioiden avulla, ja tämän vuoksi tapahtuma-alan yrittäjä koki, että hänen virtuaalinen osaaminen ei kasvanut virtuaalitapahtuman järjestämisen jälkeen. Kuitenkin yrittäjä koki, että kiinnostus virtuaalisuutta kohtaan on ollut alusta asti suurta ja sen vuoksi tietämys asioihin on lisääntynyt. Kun taas metalliteollisuuden markkinointipäällikkö koki, että oma osaaminen ja tietämys on kehittynyt tosi paljon, koska hän ei aikaisemmin juurikaan tiennyt virtuaalisuudesta ja se ei ollut hänen kiinnostuksen kohteensa.

> Omalla tehtäväkentälläni on tärkeintä, että tiedän mitä mahdollisuuksia on virtuaalitoteutuksissa, mutta minun ei tarvitse niitä osata tehdä, kunhan tietää mitä on saatavilla sekä tietää toimijoita, jotka niitä tekee, se on omalla kohdalla riittävä. Pitää pysyä ajan hermolla ja tietää missä mennään, että osaa soveltaa niitä asioita, jotka voisivat toimia meillä. (H2)

> Esimerkiksi meillä on tehty yhteistyökumppanin kanssa VR-toteutuksia/-esittelyjä laitteista tai järjestelmistä ja on tarjottu koko henkilöstölle mahdollisuus tulla tutustumaan ja katsomaan VR-lasien kautta näitä erilaisia sovelluksia. Jonkun verran ne kiinnostivat, mutta kaikkia ne eivät kiinnostaneet. Myös meidän oma suunnitteluosastomme pystyi käyttämään tätä VR-toteutusta omassa suunnittelussaan. (H2)

1.3.5 Virtuaalitapahtumien sponsorointi- ja yhteistyömallit

Kysymyksillä "Minkälaisia yhteistyökuvioita muiden toimijoiden kanssa on toteutettu virtuaalitapahtuman järjestämisessä, esimerkiksi teknisien toteutuksien vuoksi? Koetko, että tällä rahallisella panostuksella on ollut hyötyä?" ja "Oletteko hyödyntäneet sponsorointimahdollisuuksia livetapahtumissa ja/tai virtuaalitapahtumissa?" tutkittiin sponsorointi- ja yhteistyömalleja, joita virtuaalitapahtumissa on hyödynnetty.

Metalliteollisuuden yrityksellä ei ole ollut sponsorointiyhteistyötä virtuaalitapahtumissaan, mutta yritysyhteistöitä on nostettu esille virtuaalitapahtumassa muun asian ohessa. Metalliteollisuuden yritys on itse järjestänyt ja suurimmaksi osaksi itse toteuttanut virtuaalitapahtumat, ja sen vuoksi hankkinut siihen riittävästi kuvauskalustoa. Yrityksessä on työntekijöitä, jotka pystyvät virtuaalitapahtuman järjestämään.

> Joka tapauksessa meillä on näille hankinnoille käyttöä, koska tullaan kuvaamaan videoita ja tehdään erilaista materiaalia koneista ja tehdään etädemoja asiakkaille ympäri maailman ja niiden tekoa jatketaan korona-ajan jälkeenkin, vaikka pääsisi jo matkustamaan, mutta se helpottaisi asiakkaita, että aina ei tarvitse välttämättä matkustaa jostain kaukaa tänne, että voidaan etänäkin esitellä. Se on sitten järkevää, että ne kuvauskalusteet on hankittu itselle. (H2)

Virtuaalifestivaalilla isoin yhteistyökumppani oli Seinäjoen Ammattikorkeakoulu sekä myös muita yksittäisiä toimijoita yhteistyökumppanina, joten rahallista panostusta tekniseen toteutukseen ei juurikaan ollut. Tapahtuma-alan yrittäjällä on ollut samat tutut yritys- ja sponsorointiyhteistyöt livetapahtumissa kuin virtuaalitapahtumissakin. Mainostajien mainoksia näytettiin striimien välissä.

1.3.6 Haasteet virtuaalitapahtuman järjestämisessä

Lopuksi kysymyksellä ”Millaisia haasteita tai mahdollisia kompastuskiviä koet virtuaalitapahtumien järjestämisessä” todettiin mitä vaikeuksia virtuaalitapahtumien järjestäminen voi aiheuttaa.

> Yksi huolenaihe on sähkökatkokset, kun ollaan metsän keskellä. Kumpanakaan vuonna niitä ei onneksi tullut. Tai jos koneet, lähetyskoneet, tekniikka tms. hajoaa. Kerran oli muutaman minuutin katkos lähetyskoneessa, mutta se meni onneksi nopeasti ohitse. Myös voi tulla komponenttirikko, joten kaikki kannattaa olla tuplana varmuuden vuoksi. (H1)

Haasteena on kiinnostavuus. Kun ihmiset tulevat linjoille, niin miten saadaan pidettyä kiinnostus yllä siinä tapahtuman aikana. Vaikea tietää, että mitä siellä linjan toisella puolella tapahtuu, että kuinka moni keskittyy täysin esitykseen ja kuinka moni tekee jotain muuta siinä ohella. (H2)

LIITTEET

Liite 1. Virtuaaliteknologiat -kyselylomake

Liite 2. Sponsorointi ja yhteistyömallit -kyselylomake

Liite 3. Into Seinäjoen Kokijakyselylomake

Liite 4. Haastattelukysymykset 1

Liite 5. Haastattelukysymykset 2

Liite 1. Virtuaaliteknologiat -kyselylomake

1. Miten tuttuja seuraavat käsitteet ja teknologiat sinulle ovat?

	Käytän/ hyödynnän säännöllisesti	Olen kokeillut joskus	Olen kuullut, mutta en ole kokeillut	En ole kuullutkaan
VR / Virtual Reality / Virtuaalitodellisuus				
AR / Augmented Reality / Lisätty todellisuus				
MR / Mixed Reality / Yhdistetty todelllisuus				
XR / Extended Reality / Laajennettu todellisuus				

2. Mistä seuraavista virtuaaliteknologiaa hyödyntävistä sovelluksista olet kuullut tai mitä olet kokeillut vapaa-ajalla tai työpaikalla?

	Käytän/ hyödynnän säännöllisesti	Olen kokeillut joskus	Olen kuullut, mutta en ole kokeillut	En ole kuullutkaan
Teams, Zoom, Google Meet tai vastaava				
Etäkokouslaitteistoa (esim. Bose)				
360°-kuvat ja/tai videot				
3D-lasit				
VR-lasit				
AR-lasit				
Virtuaalikierrokset kotoa käsin (esim. digimuseo.fi)				
Virtuaalisesti opastetut kierrokset kohteessa paikan päällä				
Virtuaalitapahtumat				
QR-koodien lukeminen omalla laitteella				
QR-koodien tarjoaminen asiakkaille				
Google Earth				
Pokemon Go				
Muut mobiililaitteen kameraa ja/tai kuvia hyödyntävät sovellukset (esim. sisustussuunnitteluun tehty Tikkurila Colour Master -sovellus)				
Jotain muuta, mitä?				

3. Millaisena koet organisaationne kiinnostuksen virtuaaliteknologioihin liittyen?

	Kiinnostaa paljon	Kiinnostaa jonkin verran	Kiinnostaa vähän	Ei kiinnostusta	En osaa sanoa
3D-video					
Aikamatkat					
Asiakaskokemuksen parantaminen					
Erilaiset hyödyntämistavat matkailu- ja/tai tapahtuma-alalla					
Markkinointi ja mainonta					
Muissa kohteissa tai tapahtumissa virtuaalisesti vierailleminen					
Muu virtuaalinen esiintyminen					
Myynti					
Palveluiden esittely virtuaalisesti					
Perehdytys tai koulutus virtuaalisesti					
Showroom esim. lanseerauksiin					
Simulaattorit					
Tapahtuma- ja aluemallisuunnittelua					
Tuotekehitys					
Tutkimus					
Toteutuksen testaaminen					
Virtuaaliympäristö seminaareille, kokouksiin tai verkostoitumiseen					
Tutustuminen ylipäätään erilaisiin käyttömahdollisuuksiin ja teknologioihin					
Jotain muuta, mitä?					

4. Mitkä asiat aiheuttavat eniten haasteita virtuaaliteknologioiden käyttöönotolle organisaatiossanne?

	Aiheuttaa paljon haasteita	Aiheuttaa jonkin verran haasteita	Aiheuttaa vähän haasteita	Ei aiheuta haasteita
Ajan puute				
Laitteiden ja ohjelmistojen korkea hinta				
Laitteiden ja ohjelmistojen käytön hankaluus				

- Laitteiden jatkuva kehittyminen ja tekniikan nopea vanhentuminen
- Mielenkiinnon puute
- Ohjelmistojen ja laitteiden huono soveltuvuus omiin työtehtäviin/omalle alalle.
- Taloudellisesti kannattamatonta
- Teknologian tarpeettomuus
- Teknologiatietämyksen ja koulutuksen puute
- Työympäristön muutosvastarinta
- Jokin muu, mikä?

5. Koetko, että virtuaaliteknologiat ja niiden mukanaan tuomat mahdollisuudet kiinnostaisivat sinua ja yritystänne enemmän, jos näitä teknologioita pääsisi jossain itse testaamaan ja kokeilemaan?

- Kyllä, ehdottomasti
- Mahdollisesti
- En osaa sanoa
- Ehkä jossain määrin
- En usko, miksi näin?

6. Koetko, että tulet tulevaisuudessa hyödyntämään erilaisia virtuaaliteknologioita entistä enemmän?

- Kyllä, ehdottomasti
- Mahdollisesti
- En osaa sanoa
- Ehkä jossain määrin
- En usko, miksi näin?

7. Millaista kokemusta sinulla on virtuaalitapahtumista (jollain muulla alustalla kuin yksinkertaisilla Teamsillä tai Google Meetillä)?

- Olen osallistunut
- Olen järjestänyt → siirtyy jatkokysymykseen 8.
- Olen osallistunut ja järjestänyt → siirtyy jatkokysymykseen 8.
- Ei ole kokemusta

8. Organisaatiossa järjestämäni virtuaalitapahtumat on toteutettu..

- ..kokonaisuudessaan itse.
- ..yhteistyössä palveluntarjoajan kanssa.
- ..ostettuna ulkopuoliselta palveluntarjoajalta.

9. VIBIOL-hankkeelle luodaan valmis virtuaaliympäristö eli metaverse, joka jää alueen yritysten ja toimijoiden käyttöön hankkeen päätyttyä. Oletko kiinnostunut alustan tarjoamista mahdollisuuksista oman toiminnan kannalta?

- Kyllä kiinnostaa kovasti. Millaiset mahdollisuudet kiinnostaa?
- Kyllä mahdollisesti. Millaiset mahdollisuudet kiinnostaa?
- En vielä osaa sanoa
- Ei kiinnostusta

10. Miten arvioisit koko yrityksenne tai organisaationne osaamisen tasoa virtuaalitapahtumien järjestämisessä?

- Asiantuntija - osaa syvällisesti, osaa opettaa asian
- Ammattilainen - osaa käyttää ja tehdä
- Noviisi - osaa perusasiat, tarvitsee ohjausta
- Aloittelija - osaa kertoa mistä on kyse
- Ei osaamista - ei tunne asiaa
- En osaa sanoa

11. Haluaisitko kertoa vielä jotain virtuaalisuuteen liittyen?

- Vapaa sana

12. Edustamasi taho

- Yritys
- Yhdistys
- Kunta/Kaupunki
- Oppilaitos
- Muu

13. Organisaation toimiala

- Julkinen hallinto
- Kaupan ala
- Kuljetus
- Koulutus ja tutkimus
- Majoitus- ja ravitsemustoiminta
- Tapahtuma- ja kulttuuriala
- Teknologia
- Teollisuus
- Terveys
- Urheilu
- Viestintä ja markkinointi
- Muu, mikä?

14. Sukupuoli

Nainen
Mies
Muu

15. Vastaajan ikä

alle 20
20 – 29
30 – 39
40 – 49
50 – 59
60 – 69
yli 70

16. Mikä on yrityksenne tai Etelä-Pohjanmaalla sijaitsevan toimipisteenne työntekijämäärä?

yksinyrittäjä
mikroyritys (2-10 työntekijää)
pieni yritys (11-49 työntekijää)
keskisuuri yritys (50-250 työntekijää)
suuri yritys (yli 250 työntekijää)

17. Liikevaihto (€/vuosi)

0 - 9 999
10 000 - 49 999
50 000 - 99 999
100 000 - 499 999
500 000 - 999 999
1 000 000 tai enemmän

18. Arvonta ja lisätiedot (voit halutessasi valita myös molemmat vaihtoehdot)

Haluan osallistua arvontaan
Haluan saada lisätietoja Metaversen mahdollisuuksista

19. Jätä alle yhteystietosi

Nimi
Matkapuhelin
Sähköposti

Liite 2. Sponsorointi ja yhteistyömallit -kyselylomake

20. Mitkä ovat yrityksenne tai organisaationne tärkeimmät kriteerit yritysyhteistyölle (esim. sponsorointi)?

	Paljon merkitystä	Jonkin verran merkitystä	Vähän merkitystä	Ei merkitystä	En osaa sanoa
Jo olemassa olevien asiakkuuksien vahvistaminen					
Jo olemassa olevien yhteistyökumppanuuksien vahvistaminen					
Kausittainen ja jatkuva sponsorointi					
Kertasponsorointi					
Markkinointi ja näkyvyys					
Teeman / toiminnan läheisyys omalle toimialalle					
Uusien kohderyhmien tavoittaminen					
Uusi ilmiö, uusia mahdollisuuksia					
Vastikkeeton lahjoitus kohteelle, teemme hyväntekeväisyyttä					
Jotain muuta, mitä?					

21. Mitä asioita tai toimenpiteitä toivoisit sponsoroimaltanne taholta / kohteelta?

Vapaa sana

22. Onko yrityksenne tai organisaationne toiminut aiemmin sponsorina tapahtumille?

Kyllä
Ei, miksi ei?

23. Kuinka kiinnostavaksi arvioisit virtuaalitapahtuman sponsoroinnin?

Kiinnostaa paljon
Kiinnostaa jonkin verran
Kiinnostaa vähän
Ei kiinnostusta, miksi ei?
En osaa sanoa

24. Mitä hyötyjä näet virtuaalitapahtuman sponsoroinnissa?

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Uusien kohderyhmien tavoittaminen						

Laajempi digitaalinen näkyvyys (verkossa)
Positiivinen näkyvyys uudenlaisen toiminnan tukemisessa
Jotain muuta, mitä?

25. Mitä virtuaalisia elementtejä toivoisit tapahtumiin, jota sponsoroisitte?

	Kiinnostaa	Jonkin verran kiinnostaa	Vähän kiinnostaa	Ei kiinnostusta	En osaa sanoa
Mobiililaitteen kameraa ja/tai kuvia hyödyntäviä sovelluksia					
Muissa kohteissa tai tapahtumissa virtuaalisesti vierailleminen					
Muuta virtuaalista esiintymistä					
Palveluiden esittelyä virtuaalisesti					
QR-koodien tarjoamista asiakkaille					
Showroomeja esim. lanseerauksiin					
Virtuaalisesti opastettuja kierroksia					
Virtuaaliympäristöjä seminaareille, kokouksiin tai verkostoitumiseen					
Jotain muuta, mitä?					

26. Haluaisitko kertoa vielä jotain virtuaalitapahtumien yritysyhteistyöhön tai sponsorointiin liittyen?

Vapaa sana

27. Edustamasi taho

Yritys
Yhdistys
Kunta/Kaupunki
Oppilaitos
Muu

28. Organisaation toimiala

Julkinen hallinto
Kaupan ala
Kuljetus
Koulutus ja tutkimus
Majoitus- ja ravitsemustoiminta
Tapahtuma- ja kulttuuriala
Teknologia
Teollisuus
Terveys
Urheilu

Viestintä ja markkinointi
Muu, mikä?

29. Sukupuoli

Nainen
Mies
Muu

30. Vastaajan ikä

alle 20
20 – 29
30 – 39
40 – 49
50 – 59
60 – 69
yli 70

31. Mikä on yrityksenne tai Etelä-Pohjanmaalla sijaitsevan toimipisteenne työntekijämäärä?

yksinyrittäjä
mikroyritys (2-10 työntekijää)
pieni yritys (11-49 työntekijää)
keskisuuri yritys (50-250 työntekijää)
suuri yritys (yli 250 työntekijää)

32. Liikevaihto (€/vuosi)

0 - 9 999
10 000 - 49 999
50 000 - 99 999
100 000 - 499 999
500 000 - 999 999
1 000 000 tai enemmän

33. Arvonta ja lisätiedot (voit halutessasi valita myös molemmat vaihtoehdot)

Haluan osallistua arvontaan
Haluan saada lisätietoja virtuaalitapahtumien sponsorointiin ja yritysyhteistyöhön liittyen

34. Jätä alle yhteystietosi

Nimi
Matkapuhelin
Sähköposti

Liite 3. Into Seinäjoen kyselylomake

1. Oletko käyttänyt aikaisemmin virtuaalilaseja?

Kyllä
En
En muista

2. Kokemus oli miellyttävä

1 Täysin eri mieltä
2 Jonkin verran eri mieltä
3 Ei samaa eikä eri mieltä
4 Jonkin verran samaa mieltä
5 Täysin samaa mieltä

3. Uskoin olevani fyysisesti siellä missä virtuaalilasit esittivät minun olevan

1 Täysin eri mieltä
2 Jonkin verran eri mieltä
3 Ei samaa eikä eri mieltä
4 Jonkin verran samaa mieltä
5 Täysin samaa mieltä

4. Oliko ohjeistus/assistenttien tuki riittävä?

Kyllä
Ei

5. Jos vastasit edelliseen kysymykseen Ei, niin mitä olisit kaivannut lisää?

Vapaa sana

6. Voiko mielestäsi virtuaalisten palvelujen avulla tuoda lisäarvoa ja kiinnostavuutta tapahtumiin?

Kyllä
Ei
En osaa sanoa

7. Voisitko kuvitella maksavasti virtuaalisesta elämyksestä erikseen lisähintaa?

Kyllä
Ei

8. Mikä olisi mahdollisesti palvelu, josta olisit valmis maksamaan?

Vapaa sana

9. Voisitko kuvitella osallistuvasi kokonaan virtuaaliseen tapahtumaan vapaa-ajalla tai töissä?

Kyllä
Ei
En osaa sanoa

10. Jos tapahtumassa olisi yritysyhteistyökumppanin tai sponsorin tarjoama virtuaalinen palvelu tai kokemus, lisäisikö se mielestäsi ko. yrityksen kiinnostavuutta?

Kyllä
Ei
En osaa sanoa

Liite 4. Haastattelukysymykset 1

1. Kertoisitko, minkälaisia virtuaalitapahtumia olette järjestäneet? Kuinka paljon? Mitä julkaisukanavia ja tapahtuma-alustoja virtuaalisissa toteutuksissa on käytetty?
2. Tapahtuman järjestäminen vaatii oman kohderyhmän tuntemista myös virtuaalitapahtumissa. Kertoisitko hieman kohderyhmästänne: Millainen kohderyhmä virtuaalitapahtumillanne on ollut ja paljonko osallistujia on ollut?
3. Virtuaalitapahtumiinne oli ilmoittautunut vuoden aikana (toukokuu 2020 – toukokuu 2021) useita tuhansia henkilöitä yli 40 eri maasta ja osallistumisprosentti tapahtumissa on ollut keskimäärin 65%. Onko tilanne muuttunut tämän jälkeen? Onko osallistumisprosentti noussut vai laskenut? Mikä on nykyään tilanne?
4. Millaista palautetta osallistujilta on tullut? Oletteko onnistuneet saamaan hyvää palautetta esim. teknisestä toteutuksesta?
5. Virtuaalitapahtumat vs. livetapahtumat. Millaisia toteutuksia kohderyhmänne kaipaa jatkossa? Jatkuuko virtuaalitapahtumien järjestäminen samassa mittakaavassa vai siirrytäänkö taas enemmän livetapahtumiin? Onko tässä huomattavissa muutosta?
6. Miten saadaan oma kohderyhmä kiinnostumaan virtuaalitapahtumista myös jatkossa?
7. Miten koet oman kiinnostuksen tason virtuaalitapahtumiin (ennen vs. nyt), arvioi asteikolla 1-5? Koetko, että virtuaalitapahtumilla olisi tulevaisuutta jatkossakin?
8. Virtuaalitapahtumissa osallistuja voi yleensä olla jollakin tavalla vuorovaikutuksessa tapahtuman järjestäjän, esiintyjien tai muiden osallistujien kanssa. Vuorovaikutusta voi olla esimerkiksi chat-keskustelu, jokin äänestys, osallistuminen keskusteluun tai workshopin tyylinen tilanne. Miten teidän virtuaalitapahtumissanne on toteutettu vuorovaikutus osallistujien kanssa? Koetko, että nämä virtuaaliset mahdollisuudet vuorovaikutuksen lisäämiseen osallistujien kanssa kannattaa tehdä virtuaalitapahtumiin?
9. Huomaatko vuorovaikutuksessa muutosta aiempaan? Onko vuorovaikutusta ollut esimerkiksi enemmän nyt kuin ensimmäisissä virtuaalitapahtumissa? Uskalletaanko esimerkiksi avata mikrofonia enemmän kuin aikaisemmin?
10. Millä tavalla virtuaalitapahtumaan on luotu immersiivisyyttä tai elämyksellisyyttä? Vai onko tähän enää tarvinnut panostaa niin paljon kuin ehkä aikaisemmin? Huomaatko tässä muutosta aiempaan?
11. Mitä haluaisitte jatkossa kehittää, että voitaisiin vielä parantaa virtuaalitapahtumien asiakaskokemusta?
12. Minkälaisia yhteistyökuvioita muiden toimijoiden kanssa on toteutettu virtuaalitapahtuman järjestämisessä, esimerkiksi teknisien toteutuksien vuoksi? Koetko, että tällä rahallisella panostuksella on ollut hyötyä?
13. Kuinka tuttuja virtuaaliteknologiat tai -sovellukset ovat sinulle, arvioi asteikolla 1-5? Kuinka paljon olette hyödyntäneet niitä yrityksessänne?
14. Koetko, että oma virtuaalinen osaaminen on kasvanut työkokemuksen myötä? Millaisissa asioissa koet lisäkoulutuksen tarvetta?
15. Miten arvioit koko yrityksen kiinnostuksen ja osaamisen tasoa virtuaalitapahtumiin, arvioi asteikolla 1-5?
16. Millaisia haasteita tai mahdollisia kompastuskiviä koet virtuaalitapahtumien järjestämisessä?
17. Oletteko hyödyntäneet yritysyhteistyön (esim. sponsorointia) mahdollisuuksia livetapahtumissa ja/tai virtuaalitapahtumissa?
    (Jos vain live- tai virtuaalitapahtumissa, niin miksi vain silloin?)

Liite 5. Haastattelukysymykset 2

1. Kertoisitko virtuaalitoteutuksistanne? Mitä julkaisukanavia ja tapahtuma-alustoja virtuaalisissa toteutuksissa on käytetty?
2. Kertoisitko hieman kohderyhmästänne: Minkälainen kohderyhmä virtuaalitapahtumissa on ollut ja paljonko osallistujia on ollut? Millainen muutos virtuaalitapahtumien osallistujamäärässä on ollut verrattuna aiemmin järjestettyihin livetapahtumiin?
3. Miten kohderyhmä saatiin osallistumaan virtuaalitapahtumiin?
4. Virtuaalitapahtumat vs. livetapahtumat. Millaista palautetta virtuaalitapahtumista tuli?
5. Millaisia toteutuksia kohderyhmänne kaipaa jatkossa? Tuleeko jatkossakin olemaan jotain virtuaalisuutta tai muuta lisättyä todellisuutta livetapahtumassa mukana tai lisäksi?
6. Miten koet oman kiinnostuksen tason virtuaalitapahtumiin (ennen vs. nyt), arvioi asteikolla 1-5?
7. Koetko, että virtuaalitapahtumilla olisi tulevaisuutta jatkossakin?
8. Virtuaalitapahtumissa osallistuja voi yleensä olla jollakin tavalla vuorovaikutuksessa tapahtuman järjestäjän, esiintyjien tai muiden osallistujien kanssa. Vuorovaikutusta voi olla esimerkiksi chat-keskustelu, jokin äänestys, osallistuminen keskusteluun tai workshopin tyylinen tilanne. Miten virtuaalitapahtumassa oli toteutettu vuorovaikutus osallistujien kanssa? Koetko, että nämä virtuaaliset mahdollisuudet vuorovaikutuksen lisäämiseen osallistujien kanssa kannatti tehdä virtuaalitapahtumiin?
9. Millä tavalla virtuaalitapahtumissa oli luotu immersiivisyyttä tai elämyksellisyyttä?
10. Näin jälkikäteen ajatellen, mitä asioita olisi voitu vielä kehittää parantaakseen virtuaalitapahtuman asiakaskokemusta?
11. Minkälaisia yhteistyökuvioita muiden toimijoiden kanssa on toteutettu virtuaalitapahtuman järjestämisessä, esimerkiksi teknisien toteutuksien vuoksi? Koetko, että tällä rahallisella panostuksella on ollut hyötyä?
12. Kuinka tuttuja virtuaaliteknologiat tai -sovellukset ovat sinulle, arvioi asteikolla 1-5? Kuinka paljon hyödynsitte niitä virtuaalitapahtumissa?
13. Koetko, että oma virtuaalinen osaaminen on kasvanut virtuaalitapahtumien myötä? Millaisissa asioissa kokisit vielä lisäkoulutuksen tarvetta, jos järjestäisitte virtuaalitapahtumia vielä?
14. Millaisia haasteita tai mahdollisia kompastuskiviä koet virtuaalitapahtumien järjestämisessä?
15. Oletteko hyödyntäneet sponsorointimahdollisuuksia livetapahtumissa ja/tai virtuaalitapahtumissa?
    (Jos vain live- tai virtuaalitapahtumissa, niin miksi vain silloin?)