

Hyvinvointilomapaketin muodostaminen perheille Hotelli Nuuksiossa

Meiju Hännikäinen

Tekijä(t) Meiju Hännikäinen	
Koulutusohjelma Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Hyvinvointilomapaketin muodostaminen perheille Hotelli Nuuksiossa	Sivu- ja liitesivumäärä 71+5
<p>Hyvinvoinnista on muodostunut 2000-luvulla vahva trendi. Ilmiö näkyy hyvinvointimatkailun maailmanlaajuisena kasvuna, jossa painotetaan trendin mukaisesti fyysisten elementtien lisäksi henkisiä elementtejä. Visit Finlandin lanseerama FinRelax-kasvuohjelma tähtää Suomen hyvinvointimatkailun kehittämiseen keskittyen Suomen luonnosta ja kulttuurista ammennettaviin hyvinvoinnin lähteisiin.</p> <p>FinRelaxin kautta löydetty toimeksiantaja, Hotelli Nuuksio, sijaitsee Nuuksion kansallispuiston kupeessa Siikajärven rannalla. Tehtävänantona on ideoida liiketoiminnassaan kokousmatkailua painottavalle hotellille hyvinvointilomapaketti perheille. Suunnittelun taustalla huomioidaan FinRelaxin arvomaailma, johon liitetään elämystalouden teoriaa valitun kohderyhmän kiinnostuksen lisäämiseksi. Työprosessissa seurataan palvelumuotoilun vaiheita ja metodeja.</p> <p>Työssä keskitytään ensin laajalti ymmärryksen kehittämiseen, mistä edetään ideointivaiheen kautta mallinnusvaiheeseen. Teoreettisessa viitekehyksessä aihetta pohjustetaan hyvinvointimatkailun määritelmien avaamisella, historialla ja nykytilanteella sekä FinRelax-ohjelman esittelyllä. Teoriaosuuksina käsitellään elämyksellisyys sekä palvelumuotoilu ja sen alateemat: palveluprosessi ja -polku, asiakasymmärrys ja arvomuodostus. Osiossa selvitetään myös Nuuksion alueen palvelut sekä Hotelli Nuuksion ja Espoon matkailijaprofiilit.</p> <p>Havainnointi, asiakkaiden ja henkilökunnan kanssa käydyt keskustelut sekä asiakasnäkökulman selvittäminen lisäävät ymmärrystä kohderyhmän tarpeista ja toiveista. Tuloksena kehitetään hotellin toimintaa ja ympäristöä sekä lomapakettia lapsia huomioivampaan suuntaan. Aikuisten tarpeet ymmärtäen pakettiin yhdistetään tiivistä ja kiireetöntä yhdessäoloa. Benchmarking toteutettiin internetsivujen välityksellä kohdistuen hyvinvointipalveluita tarjoaviin majoitusyrityksiin. Benchmarking-menetelmän tarkoituksena on hakea idearik-kautta suunnitteluvaiheeseen.</p> <p>Suunnittelun tuloksena syntyi salaperäinen lasten hahmo, jonka kanssa voi kommunikoida, metsään kehitettävä leikkipaikka sekä suunnitelma aktiivisuutta ja passiivista hemmottelua sisältävälle lomapakettille. Loman harmonia koostuu kaikissa kolmessa ideassa toteutettavasta tarinallisuuden teemasta.</p> <p>Lopuksi analysoidaan tietoperustaa, tutkimustyön luotettavuutta ja tuotosten hyödynnettävyyttä. Tuotosta verrataan tavoitteeseen ja Nuuksiossa saatuihin palautteisiin sekä pohditaan jatkokehitystä. Myös oma oppiminen ja työprosessi ovat tarkastelun alla.</p>	
Asiasanat Hyvinvointimatkailu, luontosuhde, palvelumuotoilu, elämyksellisyys, asiakaskokemus, lapsiperheet	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Hyvinvointimatkan ja -matkailijan määritelmät	3
2.1	Mitä on hyvinvointi?	5
3	Hyvinvointipalveluiden ja -matkailun historia Suomessa.....	7
3.1	Hyvinvointimatkailun tämä päivä	9
4	Hyvinvointimatkailustrategia ja FinRelax	11
4.1	Visit Finlandin FinRelax -kasvuhanke.....	12
4.2	Tavoitteet ja miten ne saavutetaan.....	12
4.3	Tuoteteemakokonaisuudet.....	14
5	Palvelumuotoilu ja asiakasymmärrys.....	15
5.1	Asiakaskokemus ja arvonmuodostus	16
6	Elämyksellisyys	20
7	Kartoita ja ymmärrä: Pääkaupunkiseudun matkailijaprofiilit	24
8	Kartoita ja ymmärrä: Hotelli Nuuksio	25
8.1	Asiakasprofiili	26
8.2	Lähialueen palvelut	27
9	Kartoita ja ymmärrä: Taustalla monipuolinen tutkimustyö.....	29
9.1	Benchmarking	29
9.2	Havainnointipäivä 27.10.2016	36
9.2.1	Asiakaskeskustelut.....	39
9.2.2	Keskustelu vastaanoton kanssa	40
9.3	Arviot Hotelli Nuuksiosta TripAdvisorissa ja Facebookissa.....	40
9.4	Asiakasnäkökulma	40
10	Ennakoi ja ideoi: Asiakasymmärrystyön tulokset	42
10.1	Hotellin kehittäminen perhelomakohteena.....	42
11	Ennakoi ja ideoi: Paketin suunnittelu ja kehittäminen	44
11.1	Aktiviteetit	44
11.2	Mallinna ja arvioi: Paketin runko ja draamankaari	46
11.3	Elämyksellisyys.....	49
12	Pohdinta.....	51
12.1	Opinnäytetyösuunnitelmassa esitetyt tavoitteet.....	51
12.2	Kehitystyön tulokset	51
12.3	Pohdinta viitaten tietoperustaan ja menetelmiin	52
12.4	Ristiriidat, tulosten luotettavuus ja käyttökelpoisuus.....	55
12.5	Jatkokehittäminen ja Hotelli Nuuksion palautteet	56
12.6	Omat tavoitteet ja oppiminen.....	56
	Lähteet	58

Liitteet.....	72
Liite 1. Aikataulupohjat paketeille	72
Liite 2. Tavoitteet ja metodit vaiheittain.....	73
Liite 3. Asiakaskokemus, arvonmuodostus ja elämyksellisyys vaiheittain	74
Liite 4. Asiakaskokemustasojen selvittäminen.....	75
Liite 5. Palvelumuotoilun apukysymykset	76

1 Johdanto

Hyvinvoinnin tavoitteleminen on ollut matkustusmotiivi kautta aikojen, mikä on vähitellen johtanut hyvinvointia edistävien lähteiden tuotteistamiseen matkailun liiketoiminnassa. 2000-luvulla hyvinvoinnista on muodostunut ihmisten päivittäisessä elämässä näkyvä trendi, jossa sekä henkinen että fyysinen hyvinvointi ovat tavoiteltavia asioita ja kynns itsensä hemmotteluun on alhainen. Hetkellisen rentoutumisen sijasta hyvinvointilomat keskittyvät nyt aktiivisempaan ja pitkäkestoisempaan hyvinvoinnin välittämiseen sisältäen sekä henkisiä että fyysisiä elementtejä.

Hyvinvointimatkailu on maailmanlaajuisesti yli 10% vuosivauhtia kasvava matkailun muoto (Häkkinen 2016, 24). Myös Suomessa on ymmärretty hyvinvoinnin laaja käsite ja sen mahdollisuudet matkailun parissa. Vuonna 2015 Visit Finland lanseerasi FinRelax-kasvuohjelman, jonka tavoite on kehittää Suomesta hyvinvointimatkailun kärkimaa painottaen Suomen luonnon ja kulttuurin tarjoamia mahdollisuuksia. Puhdas luonto, vesi ja ruoka ovat saunan sekä suomalaisten hoitojen ohella ohjelman ydinelementtejä.

FinRelaxin kautta löysin työlleni toimeksiantajan, Hotelli Nuuksion. Tehtävänantoni on ideoida Hotelli Nuuksiolle FinRelaxin pohjalta hyvinvointilomapaketti perheille. Hotelli majoittaa usein heikosti liiketoimintaa kannattavia tuettuja lomaryhmiä¹. Monimuotoisten kokoustilojen takia hotellin pääasiakassegmentti on kuitenkin kokousvieraat. Kokouspalvelujen lisäksi hotellin yrityskuvassa painotetaan luonnonläheisyyttä ja -rauhaa, jota kansallispuiston kupeessa Siikajärven rannalla on tarjolla riittämiin. Kohde tarjoaa ihanteelliset olosuhteet hyvinvointilomalle, mutta kaipaa lisää vetovoimatekijöitä yksityisiä asiakkaita ajatellen.

Produktityyppisessä opinnäytetyössä seurataan palvelumuotoilun vaiheita ja metodeja. Palvelumuotoilulle ominaiseen tyyliin aluksi keskitytään laaja-alaiseen ymmärryksen kehittämiseen, minkä kautta työ etenee ideointivaiheeseen ja mallinnusvaiheeseen. Mallinnusvaiheessa työn tulokset esitetään hotellille toimitusjohtajalle, jolta saadut palautteet ja jatkoehdotukset kirjataan osaksi opinnäytetyötä. Tavoitteena on tarjota hotellille tutkimustyön pohjalta perheille sopiva hyvinvointilomapaketti-idea, joka perustuu FinRelaxin arvomaailmaan. Abstraktimpi tavoitteeni on kehittää lomapaketti, jossa välitetään hyvinvointia, vahvistetaan perhesiteitä ja syvennetään luontosuhdetta.

¹ Järjestön tai organisaation taloudellisin, terveydellisin tai sosiaalisin perustein myöntämä tuettu lomatoiminta (MTLH).

Opinnäytetyö koostuu teoreettisesta viitekehystä, tutkimusmenetelmistä, työn tuloksista sekä palautteista ja sen perusteella tehdyistä kehitysehdotuksista. Teoreettisessa viitekehyksessä pohjustetaan aihetta hyvinvointimatkailun määritelmillä ja historialla sekä FinRelax-kasvuohjelman esittelyllä. Lisätietoutta kerätään paneutumalla palvelumuotoiluun ja sen työkaluihin: palveluprosessiin ja -polkuun, asiakasymmärrykseen ja arvonmuodostukseen. Paketeissa vahvasti huomioitua elämyksellisyyden teoriaa selvitetään omassa luvussa. Tämän lisäksi osiossa selvitetään Espoon ja Hotelli Nuuksion matkailija-profiilit sekä hotellin ja lähialueen palveluntarjonta.

Opinnäytetyö toteutettiin osallistuvan havainnoinnin menetelmällä, jota toteutettiin yhden päivän ajan tuetulla lomalla olevaa ryhmää seuraten. Päivään liitettiin keskustelua asiakkaiden ja henkilökunnan kanssa. Havainnointi ja keskustelut avasivat asiakasnäkökulmaa, jonka perusteella määriteltiin kohderyhmän arvonmuodostusta, tarpeita ja toiveita. Henkilökunta selvitti hotellin asiakasprofiilia ja palveluprosessia. Luovassa vaiheessa Benchmarking-menetelmä toi suunnitteluun idearikkautta ja näkökulmia.

Havaintoni mukaan perheet kaipaavat arjen hektisyyden keskellä yhteisiä hetkiä ja kokemuksia sekä rentoutumista. Lisäksi hotellin palvelut kaipaavat kehittämistä lapsiperheitä ajatellen. Suunnitteluvaiheessa ideointi rajattiin Nuuksion alueen palveluihin sekä FinRelaxia mukailen luonnossa tapahtuviin aktiviteetteihin, hemmotteluvaan saunahetkeen ja terveelliseen, puhtaaseen ruokaan. Kohderyhmäksi rajattiin perheet, joissa on lapsia eri ikäluokista. Pakettia ideoidessa huomioitiin elämystalouden teoriaa kohderyhmän kiinnostavuuden lisäämiseksi. Ideoinnin ohella syntyi sekä ympäristöä että toimintaa koskevia kehitysehdotuksia, jotka liitettiin osaksi pakettia vetovoimatekijöiden kasvattamiseksi.

Opinnäytetyöstä sovittiin hotellin kanssa helmikuussa 2016. Työ käynnistyi huhtikuussa teoriaosuuden kirjoittamisella, joka oli valmis elokuussa. Tämän jälkeen keskityttiin työn jäsentämiseen, palvelumuotoilun työkalujen valitsemiseen ja havainnointipäivän suunnitteluun. Havainnointi toteutettiin lokakuussa, jonka jälkeen keskityttiin paketin suunnitteluun saatujen tulosten pohjalta. Ideat esitettiin hotellille 13.3.2017. Siitä saadut palautteet kirjattiin viimeiseksi osioksi opinnäytetyötä.

2 Hyvinvointimatkan ja -matkailijan määritelmät

Luonnon tarjoamiin mahdollisuuksiin hyvinvointimatkailussa on Suomessa vasta herätty. Aikakausista ja maanosista riippuen hyvinvointimatkailulla on erilaisia nimityksiä ja merkityksiä. Monia niistä käytetään ristiin ja niiden todellisista merkityksistä saadaan vääriä mielikuvia. Määritelmien selventäminen on tarpeellista hyvinvointimatkailun eri aihealueiden ymmärtämiseksi.

Sanalla "wellness" on erilaisia merkityksiä riippuen kielestä ja kulttuurista (Smith & Puczkó 2014, 6). Läntisessä kulttuurissa "wellness" sisältää ajatuksen aktiivisesta teosta, kuten elämäntavan muutoksesta ja terveellisen elämän edistämisestä. Siihen liittyy kokonaisvaltaisuus ja moniulotteisuus, ympäristön vaikutus, mutta myös yksilöllisyys ja vastuullisuus. Sen motiivit, tarpeet ja tyylit voivat muuttua ajan kuluessa. (Smith & Puczkó 2014, 5.) Myös hyvinvoinnin palveluissa on kulttuurillisia näkemuseroja. Riippuen maantieteellisestä sijainnista hyvinvointipalvelujen erona nähdään muun muassa passiivinen palvelujen vastaanottaminen ja aktiivinen, itsenäinen hyvinvoinnin edistäminen palvelujen avulla (Smith & Puczkó 2014, 8). Keski- ja Itä-Euroopassa sekä Baltiassa matkailija odottaa hyvinvointipalveluiltaan yleensä jotain fyysistä ja lääketieteellistä apua, eteläeurooppalainen kiireetömiä meriperäisiä hyvinvointihoitoja ja skandinaavi aktiivisia virkistyspalveluja luonnon äärellä (Smith & Puczkó 2014, 6–7). Toiselta kannalta voidaan määritellä, että kokemuksen tulee olla psyykinen, henkinen tai tunneperäinen yhdistettynä fyysiseen kehon kuntoukseen tai lepuuttamiseen (Smith & Puczkó 2014, 8).

Suomessa Matkailun osaamiskeskuksen hyvinvointimatkailun määritelmässä korostuu vireyden ja hyvänolon tuottaminen terveyttä edistävien tekijöiden kautta.

"Hyvinvointimatkailu on matkailua, joka tuottaa matkailijoille hyvää oloa vielä matkan päätyttyäkin. Hyvinvointimatkailu ei ole sairautta parantavaa eikä kuntoa korjaavaa vaan kulloistakin matkailijan terveydentilaa ylläpitävää ja edistävää sekä vireyttä elämään antavaa. Hyvinvointimatkailu tuottaa asiakkaalle yksilöllistä ja kokonaisvaltaista hyvää oloa, joka voi olla sekä fyysistä että psyykkistä vireyttä antavaa." (Visit Finland, 2014.)

Ihmisten motivaatiot sekä tavoitteet oman hyvinvoinnin edistämisessä vaihtelevat (Smith & Puczkó 2014, 10). Hyvinvointimatkailua syntyy, kun ihmiset lähtevät kotia kauemmaksi hakemaan hyvinvointia ja elämänlaatua parantavia palveluita (Smith & Puczkó 2015, 8). Riippuen heidän motivaatioista ja tavoitteistaan, saa hyvinvointimatka tietyn teeman mukaisen leiman (Smith & Puczkó 2014, 10). Smith ja Puczkó jakavat hyvinvointia edistävän

matkailun viiteen eri teemaan: spa, lääketieteellinen, henkinen, vaihtoehtoinen ja kokonaisvaltainen sekä wellness (Smith & Puczkó 2014, 10–25). Suurempia kokonaisuuksia näistä ovat wellness- ja lääketieteelliseen teemaan pohjautuvat matkat. Lääketieteellisen matkailun lähtökohtana katsotaan olevan sairauden tai vamman hoitaminen, kun taas wellness-matkailu ensisijainen tarkoitus on sairauksien ja vammojen ennaltaehkäisy, elämäntapamuutokset ja kokonaisvaltainen nautinto. (Smith & Puczkó 2014, 5.) Kaikkien teemojen ylämääritelmänä on terveysturismi (health tourism) (Smith & Puczkó 2014, 9).

Wellness-matkailu määritellään omaksi teemakseen, vaikka se sekoittuukin hoitomuodoissaan muihin teemoihin sisältämällä kylpylöitä, retriittejä, wellness-hotelleja ja fyysisen kunnon ylläpitoa (Smith & Puczkó 2014, 27). Wellness-palveluiden kuluttajat kiinnittävät huomiota elämäntapoihinsa ja omaan vastuuseensa niistä. Yksi peruste omalle teemalle on tarve ylläpitää, ja sen lisäksi korjata kaikki tai jokin seuraavista hyvinvoinnin lähteistä tasapainoon: fyysinen, henkinen, psykologinen ja/tai sosiaalinen. The Global Spa Summit 2011 painottaa ainutlaatuisia, autenttisia ja tapahtumapaikkaa painottavia kokemuksia, joita ei ole mahdollista saada kotona. (Smith & Puczkó 2014, 25.) Niiden ohella rentoutuminen ja stressin vähentäminen ovat wellness-palveluiden tavoitteita (Smith & Puczkó 2014, 27).

Lääketieteellinen matkailun englanninkieliset määritelmät herättävät erilaisia mielipiteitä asiantuntijoissa. Haasteena on matkan lopullinen tarkoitus ja teema. Lääketieteellinen matkailu voidaan jakaa kahteen luokkaan. Lääketieteelliseksi hyvinvointimatkailuksi (medical tourism) määritellään matkailu, jossa matkailija hakee lääketieteellisiä palveluja kotipaikkansa ulkopuolelta sisällyttäen matkaansa kohteen matkailupalveluita. Lääketieteellinen matkan (medical travel) päätarkoituksena on sen sijaan ainoastaan lääketieteellinen hoito ja vain välttämättömmimpiä matkailupalveluja saatetaan käyttää. Potilaiden liikkuvuudella (patient mobility) tarkoitetaan kulkua maidensa rajojen ylitse hoitojen hinnan tai saatavuuden vuoksi. (Smith & Puczkó, 2014, 15.) Potilaan ei kuitenkaan tarvitse olla sairas hakeakseen hoitoa, sillä esimerkiksi kauneuskirurgian jälkeen tarvittava hoito on mahdollista hakea muualta (Smith & Puczkó 2014, 16).

Kaksi teemoista, henkinen sekä kokonaisvaltaisia ja vaihtoehtoisia hoitoja tarjoava Uuden aikakauden -teema, sivuavat toisiaan. Molemmat painottavat kehon, mielen ja sielun yhteyttä hyvinvoinnin lähteenä ja tarjoavat saman tyyppisiä hoitokeinoja hyvinvoinnin edistämiseen (Smith & Puczkó 2014, 19, 21). Henkisen hyvinvoinnin teema painottaa oman hengellisyyden löytämistä joko uskonnosta tai sen ulkopuolelta. Sen hoitomuotoja ovat muun muassa retriitit, meditaatiot, yhteys luontoon sekä vierailemiset vaikuttavissa paikoissa, maisemissa ja vaelluskohteissa. (Smith & Puczkó 2014, 19-20.) Kokonaisvaltaisia

ja vaihtoehtoisia Uuden aikakauden hoitomuotoja sävyttää hieman jopa salaperäisyys ja pyhyys osana kehon, mielen ja sielun yhteyttä (Smith & Puzckó 2014, 22). Toiset tämän teeman hoitovaihtoehtoista ovat tavallisia hoitoja myös suomalaisissa hyvinvointikeskuksissa, kuten akupunktio, jooga ja reiki. Tutkijat Johnston ja Pernecky ovat listanneet Uuden aikakauden matkailun eri teemojen mukaisia hoitoja seuraavalla tavalla: pyhät paikat (kivet, temppelit), kokonaisvaltainen hyvinvointi (aromaterapia, kukkaisterapia), ennustaminen (tarot-kortit), ekohenkisyys (Äiti Maa), työpajat/seminaarit/festivaalit (pyhät tanssit, gurut) sekä muut aktiviteetit (spat ja keskukset retriiteille) (Smith & Puzckó 2014, 22).

Kylpylä- eli spalpalveluihin voidaan sisällyttää wellness-matkailua, mutta se on mahdollista myös tuoda esille omana teemanaan. Spa-sanana määritelmät vaihtelevat alueittain. Euroopassa spa-sanaan liitetään parantavat vedet, luonnolliset hoitomuodot, luonto ja ilmasto, kun Pohjois-Amerikassa sana merkitsee enemmän kauneudenhoitoa ja wellness-palveluita. Alun perin spat rakennettiin luonnollisten vesivirtausten läheisyyteen, josta syntyi kylpyläkulttuuri. (Smith & Puzckó 2014, 13.) Nykypäivän spat rakennetaan usein ilman luonnonvesiä. Useimmat Euroopan spat sekoittavat eri teemojen hoitoja ja lisäksi palveluihin sisältyy liikunta- ja ravinto-ohjausta. (Smith & Puzckó 2014, 14.) International SPA Association (ISPA) jakaa spat kuuteen eri kategoriaan: club spa, day spa, kohdespa (destination spa), lääketieteellinen spa (medical spa), mineraalivesikylpylät (mineral spring spa) ja hotelli- ja lomakohtekylpylät tai spa-alueet. Club ja Day spat tarjoavat yhden päivän rentoutusta eronaan se, että club spassa harjoitetaan liikuntalajeja. Kun spa on matkakohta (destination spa), sen tarkoituksena on kehittää elämäntyyliä kokonaisvaltaisesti terveellisempää suuntaan suunnitelluilla lomaohjelmilla. Lääketieteellisessä spassa toimii ainoastaan lääketieteen koulutuksen saaneita työntekijöitä. Hotellien ja lomakohteiden yhteydessä sijaitsevat spat sen sijaan yhdistävät spa-, liikunta- ja wellness-palveluita. (ISPA 2015; Smith & Puzckó 2014, 12.)

Spamatkailijoiden tilastointi on haasteellista, sillä harvoin spalpalvelut ovat matkailijan ensisijainen matkan tarkoitus. Kuitenkin esimerkiksi hotellien yhteydessä olevat spat usein houkuttelevat kokeilemaan niiden palveluita osana matkaa. (Smith & Puzckó 2014, 10.)

2.1 Mitä on hyvinvointi?

Hyvinvointia ja onnellisuutta tutkivaa psykologista ja filosofista kenttää kattaa monet teorit, jotka tutkivat hyvinvointia eri näkökulmista. Tutkijat ovat näkökulmista erimielisiä ja jokainen niistä kohtaa kritiikkiä. Mattilan tekstissä tuodaan esille muun muassa Haybronin viisi lähestymistapaa, jotka puolestaan perustuvat Parfitin 80-luvulla tekemiin kolmeen filosofiseen näkökulmaan. Ensimmäisessä hedonistisessa lähestymistavassa hyvinvointi pe-

rustuu nautintoa lisääviin positiivisiin kokemuksiin, joilla on enemmän merkitystä kuin negatiivisilla kokemuksilla. Toisessa lähestymistavassa yksilön halujen tyydytys on hyvinvoinnin perusta. Tämä taloustieteessä hyväksytty teoria joustavuudellaan ottaa huomioon kaiken hyvään elämään johtavat lähteet, joita elämässä etsitään. Teoria perustelee nykyajan ajatusmallin, jonka mukaan se mistä ihminen välittää, on hyväksi hänelle. Kolmas näkökanta korostaa subjektiivisuutta ja autenttista onnellisuutta, jossa korostuu tyytyväisyys omaa elämää kohtaan. Eudaimonismisissa teorioissa hyvinvointi perustuu itsensä toteuttamiseen. Amartya Senin ja Martha Nussbaumin Ominaiset kyvyt -teoriassa (2000) elämän fyysisen hyvinvoinnin lisäksi huomioidaan oikeus aistimuksiin, mielikuviin ja ajatteluun luovasti sekä vapautteen kehittää tunnekokemuksia ilman pelkoa tai ahdistusta. Leikki on sallittua ja yhteyden rakentaminen ihmisiin sekä luontoon on tärkeää. Oman elämän suunnittelu ja mahdollisuus ilmaista mielipide ovat hyvinvoinnin lähtökohtina. Viimeisessä listateoriassa hyvinvointi rakennetaan listalla, jossa käsitellään hyvinvoinnin takaamiseen tarvittavia kohtia. Tässä teoriassa kyetään ottamaan huomioon kattavimmin sekä tiedostetut että tiedostamattomat osatekijät hyvinvoinnissa. Dienerin ja Biswas-Dienerin mukaan hyvinvoinnissa on kyse elämän palkitsevuudesta, kiinnostavuudesta, kokemuksellisuudesta ja nautittavuudesta. (Mattila & Aarninsalo 2009, 29-33.)

Puzckó ja Smith katsovat matkailun vaikuttavan terveyteen, työhön ja tuotteliaisuuteen, henkiseen hyvinvointiin ja perhe- ja ystävyys-suhteisiin. Matkalla ihmiset voivat tuntea olevansa osa laajempaa yhteisöä maailmalla, mikä saa heidät kiinnittämään huomiota ympäristöasioihin. Edellä mainittujen kohtien ohella Smith ja Puzckó mainitsevat hyvinvoinnin tekijöiksi yhteiskunnan ja kulttuurin hyvinvoinnin. (Smith & Puzckó 2014, 4)

3 Hyvinvointipalveluiden ja -matkailun historia Suomessa

Suomessa hyvinvointimatkailu on painottunut kautta aikojen kylpylöihin, saunomiseen ja luontoon. Ruotsin vallan aikana heräsi terveysvesi-innostus ja Suomessa perustettiin ensimmäinen juomiseen soveltuva paikka terveysvesilähteelle 1600-luvun lopulla Kupittaalle. Tunnetuimpien lähteiden yhteyteen perustettiin kaivo- ja hoituhuoneita, jotka olivat perusta ensimmäisille kylpylöille Suomessa. Mineraalipitoinen vesi kaupallistettiin valmistusmenetelmien myötä. Suomessa ensimmäisen mineraalivesitehtaan perusti Ullanlinnan kylpylän perustaja Victor Hartwall. (Suvikumpu 2014, 16-18.)

Suomessa tarjotut hoitomenetelmät seurasivat vahvasti Euroopan linjaa vesi-, aurinko-, ilma-, meri-, ruokavalio-, liikunta- ja lepohoitoineen ja näiden ohessa voitiin nauttia huoletta huvittelusta sekä hieronnoista. Yläkäsitteenä hoidoissa käytettiin pääasiassa balneo- ja hydroterapiaa. (Suvikumpu 2014, 26, 28.) Koska lääketiede ei ollut kovin kehittynyttä, oli kylpylöiden hoitotarjontaan helppo turvautua ja se otettiin varsin vakavasti. Hoitomuodot sisälsivät vaihtelevan lämpöisiä paineistettuja suihkuja ja kylpyvesiä, mineraalivesien nauttimista, höyrykaapissa istumista ja viilentymistä rentoutuen. (Suvikumpu 2014, 22-23.) Kaikki nämä ovat hoitomuotoja, joita löytyy vielä nykyajan kylpylästä. Kylpyvesiin saatettiin lisätä suoloja ja öljyjä sekä aromaattisia vaikutuksia antavia luonnollisia ainesosia, kuten kukkais- tai lehtiutetta. (Suvikumpu 2014, 28.) Lisäksi Ranskassa keksityn radiumin uskottiin parantavan kaikki yleisimmät vaivat ja sitä käytettiin usein kylpylähoidoissa 1800-luvun lopussa. Myös oikeanlaista mutaa saatettiin tuoda Euroopasta mutahoitoihin 1800-luvulla. (Suvikumpu 2014, 25-26.) Muita mahdollisia hoitomuotoja olivat sähkö-, tärpähti-höyry- ja muurahaishappokylvyt sekä sairastoimittelu, hieronnat, kuivalämpö- ja höyrykaapit, lääkehöyryt, rakon ja vatsan huuhtelu ja ohennetun ilman hengittäminen. Hoitojen antaman avun uskottiin toimivan viiveellä, eikä kylpylöistä haettu välitöntä apua sairauksiin. (Suvikumpu 2014, 28-29.)

Ensimmäiset saunat kehittyivät Suomessa n. 1000 jaa. (Smith & Puczkó 2014, 30). Yleiset korttelisaunat kuuluivat Suomen kulttuuriin 1950-luvulle asti, jonka jälkeen niiden määrä kasvoi yksityisasunnoissa. Terveystoiminta yhdisti saunan ja kylpylän hoitomuotona. (Suvikumpu 2014, 26.) Yrjönkadun uimahalli avattiin 1928 Suomen ensimmäisenä uimahallina (Helsingin kaupunki, 2016).

Kylpylällä oli iso merkitys paikkakunnalle, sillä se piti palvelut elinvoimaisina, kulkuyhteydet kunnossa ja työllisti paikallisia tehokkaasti. 1800-luvulla kulkuyhteyksiä sekä -välineitä parannettiin, jolloin väkeä pääsi kylpylöihin kauempaakin. (Suvikumpu 2014, 48.) Isojen

vesien varsilla olleet kylpylät hyötyivät laivamatkustuksesta. Hangon kylpylän sijainti oli kansainvälisten laivareittien varrella. Kaupunkeihin rakennettiin uusia satamia ja lyhyistä laivareiteistä tehtiin yksi matkan aktiviteeteista ja palveluista. Hevoset pääsivät tarjoamaan kuljetuspalveluitansa rautatieasemilta ja satamista kylpylöihin. Paikalliset vuokrasiivat huoneitansa kesän matkailijoille. (Suvikumpu 2014, 50-51.)

Matkailijat jättivät kylpyläkohteisiinsa reilusti lisätuloja satojen tuhansien markkojen edestä. Näistä kylpylät saivat arviolta 6–10% ja loput siirtyivät paikalliselle väestölle muun kulutuksen kautta. Visioita kansainvälisten matkailijoiden houkuttelemiseksi kehitettiin ainakin Lappeenrannassa Max Buchin toimesta, jonka ideana oli kehittää matkailijayhdistysten avulla mahdollisimman hyvät olot ulkomaalaisille. Kotimaisia kylpylöitä verrattiin ulkomaisiin, joiden lisäpalveluita pyrittiin tuomaan Suomeen. Suomalaiset kylpylät olivat kuitenkin huomattavasti edullisempia kuin muut eurooppalaiset kylpylät. (Suvikumpu 2014, 51.)

Venäläiset matkustivat suomalaisiin kylpylöihin ahkerasti 1800-luvulla ja 1900-luvun alussa kotimaanmatkailun ollessa heille ainoa hyväksytty vaihtoehto tuohon aikaan. (Suvikumpu 2014, 92.) Muita kansainvälisiä vieraita tuli monen muun maan ohella eniten Ruotsista ja Saksasta. Kuten nykyään, suomalainen koskematon maisema ja sen rauhallisuus saivat osakseen huomiota. Suomen Matkailuyhdistys ja Ulkoministeriö markkinoivat Suomea Finland-elokuvalla, jossa kylpylöillä oli oma osansa. Kylpylät markkinoivat itse ulkomailla lehti-ilmoituksin ja esittein. Ensimmäinen maailmansota vähensi kylpylämatkustusta, jonka myötä kylpylöitä alettiin kehittää matkailijoiden houkuttelemiseksi. Kylpylöihin myös matkustettiin itse kohteen ja sen oheispalveluiden vuoksi, ei pelkästään kylpemisen tai hoitojen vuoksi. Retkeilevät yhdistykset olivat iso asiakaskunta kylpylöille 1900-luvun alussa, eikä retkeilijät tarvinneet suurta budjettia reissulleen. Suomen Matkailijayhdistys julkaisi sekä ruotsin että suomen kielistä opasta ”Suomen kylpylät, parantolat ja lepokodit – Bad -och kurorter i Finland”, jossa Suomen kylpyläkohteita oli listattuna. (Suvikumpu 2014, 96-97.)

Suomen kylpyläkausi kesti vain kesäajan ja talviaikaan suomalaiset matkustivat Manner-Euroopan suosittuihin kylpyläkohteisiin Baltiaan, Saksaan, Alankomaihin ja Etelä-Eurooppaan. Eroja suomalaisiin kylpylöihin löytyi: muun muassa kylpylöillä ei ollut omia lääkäreitä, vaan paikalliset lääkärit pitivät vastaanottojaan kylpylöissä. Saksassa kylpylöissä saattoi olla tieteellisiä tutkimuslaitoksia hoitojen tulosten tutkimiseksi. Kylpylät saattoivat erikoistua tietyn sairauden tai vamman hoitoon. (Suvikumpu 2014, 97-98.)

3.1 Hyvinvointimatkailun tämä päivä

Monen kylpylän uudeksi kohderyhmäksi muotoutui maailmansotien jälkeen sotaveteraanit, joiden kuntoutusta alettiin kustantaa valtion varoin 1977 ja joiden kuntoutuksesta tuli lakisääteistä 1983. Aikaisempia kylpylöitä kunnostettiin ja laajennettiin sekä uusia avattiin 1960- ja 1970-luvuilla kuntoutushoitoja varten. (Suvikumpu 2014, 106.)

Nykyajan hoitomuodot keskittyvät paljon henkisyys- ja vaalimiseen, jonka vaalimiseen tarvitaan vapaa-aikaa. Tämä taas tarkoittaa hieman erilaista lähestymistapaa kylpylöistä haettavaan hyvinvoinninvaalimisen ratkaisuihin. Nykyajan kylpylöissä keskitytään vain itseensä, kun aikaisemmin seurustelu kuului säätyjen arkeen, eikä ajanviettoa kylpylöissä koettu loma-ajaksi. 1980-luvulla rakennettiin suuria kylpylöitä, joiden pääasialliseksi teemaksi on ajan kuluessa muodostunut viihde ja elämykset. 2000-luvulla sairaudenhoito ei enää ole osa kylpyläkulttuuria ja hyvinvointia hoidetaan pääasiassa hemmottelevilla 1–2 päivän pituisilla kylpylävierailuilla. Kylpylöistä löytyy allasosaston ohella useita muita palveluita muun muassa anti ageing -hoitoloista kokoustiloihin ja hyvinvointiosastoista hohtokeilaukseen. Pieniä spamaailmoja altaineen löytyy niin hotellien kuin oppilaitosten tiloista. Kylpylöiden määrä kasvaa jatkuvasti ja niitä perustetaan paljon erityisesti luonnonläheisyyteen sen vaikuttavuuden takia. (Suvikumpu 2014, 108.)

Tällä hetkellä hyvinvointimatkailu on maailmassa voimakkaasti kasvava matkailun muoto. Hyvinvointimatkojen määrä on kasvanut yli 10 %:n vuosivauhtia maailmanlaajuisesti (Häkkinen 2016, 24). Kotimaisella tasolla hyvinvointimatkailussa käydään läpi muutosta, sillä asiakkaina aikaisemmin olleet sotaveteraanit ovat kuntoutuskeskusten ja kylpylöiden asiakkaita yhä harvemmin, mikä on johtanut tarpeeseen löytää uusia asiakassegmenttejä markkinointia varten. Uuden markkinoinnin lisäksi palveluita on täytynyt kehittää uusia asiakastyyppejä ajatellen. (Konu&Pesonen 2008, 58; Suvikumpu 2014, 106.) Kankaan ja Tuohinon mukaan suomalaisten motiivit painottuvat oletettavasti aktiviteetteihin sekä rentoutumiseen ja tämä näkyy palvelujen tarjonnassa. Tarjonnassa nähdään fyysisen hyvinvoinnin ja arjen kadottamisen elementtejä. On huomattavissa, että useimmat suomalaiset ovat kiinnostuneita viikonlopun yli kestävästä hyvinvointilomasta, jolloin hyvinvointipaketit ovat palveluntarjoajilta hyvä ratkaisu asiakkaiden toiveisiin. (Konu & Pesonen 2008, 58-59, 74.)

Vuonna 2014 tehdyssä hyvinvointimatkailustrategiassa painotetaan sairauksia ehkäisevää sekä mielen, sielun että ruumiin hyvinvointiin keskittyvää matkailua, jolloin terveydenhoidolla ei ole keskeistä asemaa strategiassa. On kuitenkin oletettavaa, että hyvinvointimatkailussa käytetään terveyspalveluista tuttuja elementtejä. Suomen matkailussa päädytään

käyttämään wellbeing-termiä wellness-termin sijaan sen sisältäessä laajemmin eri hyvinvointimatkailun elementtejä. Wellness-termin katsotaan sisältävän lähinnä ylellisiä palvelukokonaisuuksia aikuisille. (Visit Finland 2014, 6.) Suomen hyvinvointimatkailu painottuu luontoon: veteen, metsiin, erämaihin ja niissä tehtäviin elämispalveluihin ja aktiviteetteihin. Elämykset saunasta, luonnon hiljaisuudesta ja sen aktiivisuudesta ovat Suomen vahvuuksia hyvinvointimatkailumaana. Vuonna 2008 tehdyn tuotetarjontakartoituksen perusteella hyvinvointimatkailun tuotteet löytyvät pääosin Lapista, Kuusamosta, Ahvenanmaalta, Pohjois-Savosta ja Pohjanmaalta. (Visit Finland 2014, 3.) Hyvinvointimatkailustrategia jakaa Suomen hyvinvointiklusterin kolmeen eri teemaan: terveys- ja kuntoliikuntaan, hemmotteluun ja FinRelaxiin eli perustarjontaan. Perustarjontaan luetaan muun muassa rauha, sauna, puhdas luonto ja ruoka sekä mökkilomat. Hemmotteluosiossa korostuu passiivinen hyvinvoinninedistäminen ja liikunnassa luonnollisesti aktiivinen hyvinvoinninedistäminen on päätekijä. (Visit Finland 2014, 4.)

Terveysmatkailua Suomessa edistää työ- ja elinkeinoministeriön FinlandCare-hanke, jossa panostetaan matkailun ohella hoito- ja hoivapalveluiden kehittämiseen sekä teknologiaan, koulutukseen ja konsultointiin (Visit Finland 2014, 7). Toiminta suunnataan Venäjälle, Aasiaan ja Gulfin alueelle ja toiminnasta vastaa FinPro (FinlandCare, 2015). Suomessa toimii myös Green Care Finland ry:n ohjelma, jonka tavoitteena on edistää maaseudun, luonnon, maatalojen ja eläinten osaa hyvinvointi- ja terveystaloudissa ja parantaa toimintakyvyltään rajoittuneiden suhdetta luontoon muun muassa erilaisin terapiamenetelmin. GreenCare-ohjelman kohderyhmänä ovat kotimaiset asiakkaat. (GreenCare; Visit Finland 2014, 7.)

4 Hyvinvointimatkailustrategia ja FinRelax

Hyvinvointimatkailun strategiassa 2014—2018 määritellään matkailulle toiminnalliset, laadulliset ja määrälliset tavoitteet. Niitä ovat muun muassa pyrkimys hyvinvointimatkailun ympärivuotisuuden kehittämällä jokaiselle vuodenajalle sopivia palveluita. Uusia innovaatioita halutaan kehittää ja tässä yrityksiä kannustetaan verkostoitumaan markkinoinnin ja muun yhteistyön kehittämiseksi. Yhteistyö on mahdollista laajentaa yli alojen koskien muun muassa laitevalmistajia ja kosmetiikka-alaa. Yhteistyömahdollisuudet terveysturmatkailun ja hyvinvointimatkailun välillä käytetään hyväksi. Suomen matkailun ydintuotteet tulevat tunnistaa ja tuotteistaa, jotta niitä voidaan markkinoida kansainvälisellä tasolla. Kansainvälisen matkailun tehostamiseksi laatu- ja palvelutasoon tulee kiinnittää huomiota. Lisäksi esteettömyys ja matkailun kestävyys ovat esillä hyvinvointimatkailun strategiassa. (Visit Finland 2014, 9.)

Hyvinvointimatkailustrategian tavoitteena on nostaa Suomi Pohjoismaiden tärkeimmäksi hyvinvointimatkailumaaksi, jolloin imagon yhtenäinen kehittäminen maassa on tärkeää. FinRelax-ohjelman tuoteperheelle halutaan tunnettavuutta ja merkitystä sekä kestävästä matkailun mielikuva. (Visit Finland 2014, 9.) Yhtenä strategian painopisteenä on vahvasti sauna ja sen merkitystä matkailutuotteena halutaan korostaa. Saunaelämys halutaan tuoda helposti kaikkien matkailijoiden saavutettaville, eikä vain osaksi esimerkiksi kokousmatkailua. (Visit Finland 2014, 11.) Kuten Team Finlandin maakuvatyön, myös Visit Finlandin strategiassa painopisteenä on Suomen puhtaus. Team Finlandin strategia huomioi laajemmin kaiken elämisen laadusta ja toimivasta yhteiskunnasta luontoon ja arktisuuteen. Visit Finlandin hyvinvointimatkailustrategiassa visioidaan kansainvälisten matkailijoiden mahdollisuuksia päästä kokemaan luonnon ja veden puhtaus sekä metsän merkitys henkisen ja fyysisen hyvinvoinnin tekijänä. (Team Finland, 2015; Visit Finland 2014, 11.) Puhtaus koskee ruokaamme, jonka puhtauden vahvistaa Euroopan elintarvikevirasto, EFSA (Niittymaa, 2013; Visit Finland 2014, 12). Strategiassa painopistettä perustellaan kohdemaiden intresseillä puhdasta ja terveellistä luomu- ja lähiruokaa kohtaan, sekä Suomen luonnon tarjoamista mahdollisuuksista käyttää sen antimia ruoanlaitossa. Kestävyys huomioidaan tässä Suomen alueille ominaisia ruokalajeja esiintuomalla. (Visit Finland 2014, 12.)

Hemmottelu- ja hyvinvointipalvelut kuuluvat strategiaan Suomelle ominaisella tyyllillä. Kultuuria ja historiaa huomioimalla on mahdollista tuoda esille jo hieman unohdettuja hoitomuotoja, kuten turvehoitoja tai kalanruotoakupunktuuria. Lisäksi saunajooga on yksi uusi innovaatio, jonka tunnettavuutta halutaan lisätä. (Visit Finland 2014, 11.)

4.1 Visit Finlandin FinRelax -kasvuhanke

Visit Finlandin FinRelax-kasvuhanke käynnistyi elokuussa 2015 (Visit Finland, 2015a). Hankkeen tavoitteena on kehittää hyvinvointimatkailua Suomessa tuomalla esille täällä luontaisesti olevia hyvinvointia edistäviä lähteitä. Tällaiseksi lähteiksi luetellaan sauna, ke-sämökki, puhdas vesi, metsä, luontoaktiviteetit, hiljaisuus, tila, valo ja puhtaasti tuotettu ruoka. Monet näistä elementeistä tukevat toisiaan, kuten sauna ja vesiaktiviteetit mökkilo-malla. Hiljaisuus, valo ja tila yhdistyvät mindfulness-lomassa, jollaista on hyvä tavoitella luonnon äärellä. Kaamosaika virittää hiljentymiseen ja parantaa unenlaatua. Puhtaus yh-distetään muun muassa metsästä kerättyyn ruokaan ja terveellinen ruoka on oleellinen osa hyvinvointilomaa. (Visit Finland, 2015b.) Hankkeen pohjalle rakennetaan jo olemassa olevista sekä uusista tuoteaihioista FinRelax-tuoteperhe, jonka avulla hyvinvointimatkailua markkinoidaan paremmin ulkomailla (Visit Finland 2014,13). Hanke pohjautuu temaattisiin painopisteisiin (saunaelämys, puhdas luonto, ruoka ja suomalaiset hoidot) ja teeman ydin-viestiin: ”Luonnollista luksusta ja harmoniaa”. Tämän päälle rakennetaan hyvinvointimat-kailun imagoa ja tuotteita. (Visit Finland 2014, 11.) Hankkeessa keskitytään matkailupal-veluihin, joiden saavutettavuus on helppo sekä yrityksiin, joiden palveluita on helppo suunnata ja kehittää kansainvälisille markkinoille. Myös ympärivuotisuus ja räätälöintimah-dollisuus eri kansalaisuuksille ovat osallistumiskriteerejä yrityksille. (Visit Finland 2015c; Visit Finland, 2015d.) Hankkeen tavoitteena on kehittää, sparrata ja tukea alueellisia hankkeita ja lisätä käynnissä olevien alueellisten hankkeiden välistä yhteistyötä. Itse oh-jelma keskittyy työpajoihin ja koulutuksiin, joiden avulla edistetään tuotekehitystä. Niiden ohella yritysten myyntiä pyritään edistämään jakeluteihin ja kohdemarkkinoihin vaikutta-malla. Pääkohdemarkkinat ovat Venäjä, Saksa ja Japani sekä seurattavat markkina ovat Ruotsi, Ranska, UK ja Kiina. (Visit Finland, 2015d.)

4.2 Tavoitteet ja miten ne saavutetaan

Määrällisiin tavoitteisiin kuuluu muun muassa suomalaisten hyvinvointituotteiden välittä-jien kasvu 50%:lla kansainvälisellä tasolla sekä palveluiden käyttäjien määrän kasvu 6%:lla Suomeen tulleista matkailijoista. FinRelax tuoteperheeseen tavoitellaan ohjelman kriteerien saavuttaneita tuotteita 50 kpl. (Visit Finland, 2014.)

Tavoitteiden saavuttamiseksi on perustettu FinRelax Akatemia, jonka koulutuksen avulla kehitetään matkailualueiden ja matkailualan yritysten tuotteita kansainvälisille markki-noille. Koulutus sisältää tuotekehitystä sekä tarjoaa myyntiin ja markkinointiin uusia työka-luja. Koulutukseen kuuluu 4–6 alueellista ja räätälöityä tuotekehitysriihä ja 4–6 hyvinvoin-tituotteisiin liittyvää teemaseminaaria vuosina 2016—2017. Räätälöinti tapahtuu yritysten,

organisaatioiden, kehitys- ja yhteistyökumppaneiden tarpeiden mukaan. (Visit Finland, 2016.)

Ready-, Steady- ja Go-tuoteriilien kautta Akatemia liittää FinRelaxin brändin ohjelman linjan mukaisiin tuotteisiin ja yrityksiin. Tuotteita markkinoidaan sekä Visit Finlandin kanavien, että kansainvälisten yhteistyökumppanien kanavien kautta. Ready-tason tuoteriiehessä käydään läpi kansainvälistä myyntiä tavoittelevien hyvinvointimatkailua aloitettavien yritysten toimintaa. Heidän tuotekehitystyötään tuetaan kohdemarkkinoiden, potentiaalisten asiakkaiden tietopaketeilla sekä antamalla informaatiota tuotekehitystyön tulevaisuuden suuntauksista. Steady-tason riihessä keskitytään yrityksiin, joiden valmiiden hyvinvointimatkailutuotteiden suunnitelmat tarvitsevat viimeistelyä, hinnoittelua ja myyntikanavasunnittelua. Tämän tason yritykset tekevät jo kv-markkinointia. Go-riihen yritykset ovat jo ylittäneet kansainvälisiin matkailutuotteisiin, mutta kaipaavat uusia tuotekonsepteja ja ovat kiinnostuneet Visit Finlandin tarjoamista myynti- ja markkinointikanavista. (Visit Finland, 2016.)

Visit Finlandin kansainvälistymiskriteerit koskevat FinRelaxiin osallistuvia yrityksiä. Kriteereinä ovat ymmärrys määritetystä kohderyhmästä, englannin kielen tai kohderyhmän kielen palvelu sekä sen mukaiset markkinointimateriaalit myyntikanavineen. Yritys on veto-voimainen ja alueen ominaisuuksia hyödyntävä, kestävä kehityksen huomioiva sekä sen toimintaympäristö on helposti saavutettavissa. Yritys huomioi alan turvallisuusohjeet ja sillä on käytössä laadunseurantajärjestelmä. Tuote on kansainvälisillä markkinoilla testattu ja yrityksellä on takana verkostomainen toimintamalli, jolla varmistetaan palvelujen toimivuus. (Visit Finland 2015c.) Visit Finlandin kansainvälistymiskriteerien ohella FinRelaxissa on yrityksille omat kriteerit. Henkilökunnan tulee olla ammattitaitoista ja palveluasenteen erinomaista. Palvelussa tulee näkyä kaikkien asiakasryhmien huomioiminen ja palvelussa korostuu henkilökohtaisuus. Paikallisen työnvoiman kautta korostuu kestävä kehitys, mutta tämän lisäksi aiheeseen liittyvät materiaalien energia- ja ympäristöystävällisyys ja oikea jätelajittelu. Hyvinvointiteeman tulee näkyä markkinointikanavissa, tuotekuvauksissa ja kuvissa. Teema näkyy ruossa, jolloin siinä toistuu paikallisuus, luonnollisuus ja terveellisyys. Hyvinvointituotteiden toimivuus tulee olla todistettavissa ja mitattavissa. Yrityksen sisätilojen sekä ulkoympäristön tulee olla hoidettu ja siisti ja opasteiden selkeästi näkyvillä. Esteettömyydessä otetaan huomioon liikuntarajoitteiset asiakasryhmät. Yrityksen verkoston tulee ylittää sekä muihin matkailuyrityksiin että muiden toimialojen yrityksiin muun muassa maahantuojiin. (Visit Finland, 2016b.)

Markkinoinnissa hyödynnetään käynnissä olevia Stopover- ja Archipelago-ohjelmia, joista myös Visit Finland vastaa. Japanin ja Saksan suhteen ohjelmassa keskitytään tuotekehitykseen. Saksan markkinoinnissa tehdään yhteistyötä Archipelago-ohjelman kanssa ja Japanin markkinoinnissa yhteistyö keskittyy Suomen imagon markkinointiin Stopover-ohjelman kautta. Venäjälle kohdennettu markkinointi on 100% digimarkkinointia ja tuotefokuksessa keskitytään yhteistyöhön alueellisen matkailun kanssa. (Visit Finland, 2016b.)

4.3 Tuoteteemakokonaisuudet

Hyvinvointimatkailu jakaantuu kahteen tuoteteemakokonaisuuteen: hemmotteluun sekä terveysterveys- ja kuntoliikuntaan. Hemmotteluhoidoissa korostuu asiakkaan passiivisuus ja mahdollisuus olla hemmottelua vastaanottava osapuoli. FinRelax-konseptissa painotetaan hemmottelukokonaisuuksien tuotekehitystä, jotta tuotteet saataisiin vastaamaan kansainvälisen asiakkaan vaatimuksia. Teemassa korostuvat henkilökohtainen, korkeatasoinen palvelu ja tasokas ympäristö. (Visit Finland, 2015b.)

Terveys- ja kuntoliikuntakokonaisuudessa asiakas hakee oman toimintansa kautta hyvää oloa esimerkiksi opastetuilla vaellusretkillä. Huomioitavaa tässä teemakokonaisuudessa on, että asiakas eroaa määritellystä aktiviteettimailijasta olemalla aktiivisuudellaan omaa hyvää oloa ja kuntoa edistävä, ei uusia aktiviteettikokemuksia hakeva matkailija. Loma voi koostua kevyistä aktiviteeteista luonnon äärellä tai treenistä kuntovalmentajan johdolla kuntosalilla. (Visit Finland, 2015b.)

5 Palvelumuotoilu ja asiakasymmärrys

Satu Miettisen mukaan hyvä palvelu vastaa asiakkaan tarpeisiin, on helppokäyttöinen, johdonmukainen, haluttava ja se toimii tehokkaasti resurssien määrään nähden. Lisäksi hyvä palvelu on erottuva ja tuloksellinen. (Miettinen 2009, 11; Tuulaniemi 2011, 101-102.)

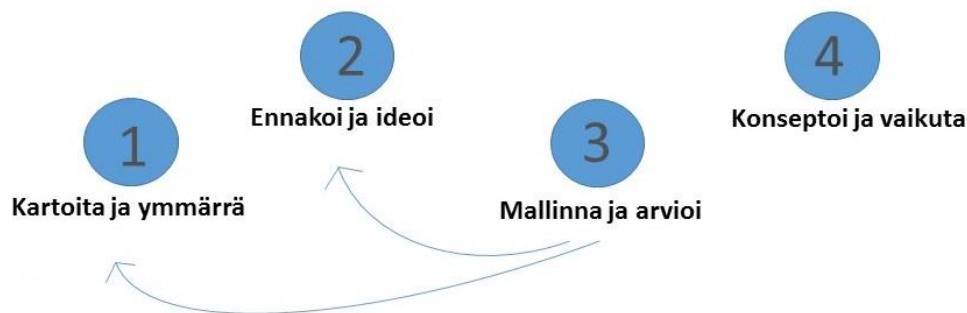
Palvelumuotoilussa resurssit keskittyvät olennaisten aiheiden kehittämiseen. Se ei koske pelkästään uusien palvelujen innovointia tai jo olemassa olevien muotoilua, vaan sitä on mahdollista käyttää yritysten strategioissa, liiketoimintamalleissa, prosesseissa, sekä fyysisissä että virtuaalisissa ympäristöissä ja asiakaskontakteissa (Ojasalo, Moilanen & Rita-lahti 2014, 38, 71; Tuulaniemi 2011, 24). Tätä kautta yritys saa kilpailuetua ja asiakasuskollisuutta syventämällä asiakassuhteita, sitouttamalla asiakkaita yritykseen ja erilaistamalla kilpailevista yrityksistä (Moritz 2015, 40; Tuulaniemi 2011, 29; VTT, 2013). Näin omasta liiketoiminnasta kehittyä vakaampaa kustannusperusteisen kilpailun merkityksen vähentyessä (VTT, 2013). Nopeiden muutosten edessä liiketoiminnalliset ratkaisut löytyvät helpommin palvelumuotoilun omaksuneissa yrityskulttuureissa (Ojasalo ym. 2014, 73).

Prosessissa muotoilun toimintatavat sulautetaan palvelukehittämiselle ominaisiin toimintatapoihin (Ojasalo ym. 2014, 38; Tuulaniemi 2011, 24). Palvelumuotoilussa tähdätään kuluttajien tarpeiden ja odotusten sekä palveluntuottajan tavoitteiden saavuttamisen maksimoimiseen palvelun toimivuuden avulla, mikä tekee toiminnasta konkreettista, käytännönläheistä ja kuluttajakeskeistä (Moritz 2005, 35; Ojasalo ym. 2014, 38; Tuulaniemi 2011, 25). Palvelumuotoilussa tähdätään taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti kestäviin tuotteisiin, joiden suunnittelussa yhdistyy monien alojen asiantuntemus (Moritz 2005, 45; Ojasalo ym. 2014, 71-72; Tuulaniemi 2011, 25).

Palvelumuotoilumenetelmä perustuu vuorovaikutteisuuteen. Tavoite on osallistaa prosessiin kaikki osapuolet sekä yrityksen että asiakkaiden osalta, ja kehittää ymmärrystä jokaisen näkökulmasta (Moritz 2005, 47; Ojasalo ym. 2014, 72; Tuulaniemi 2011, 28, 71). Vuorovaikutuksen ohella palvelumuotoilulle on tyypillistä suunnitelmien konkretisoiminen visualisoinnin ja prototypoinnin kautta. Näin vaikeasti hahmotettavia tilanteita tai tuotteita nähdään selkeämmin ja niissä olevien eri tekijöiden vaikutussuhteita on helpompi ymmärtää. (Ojasalo ym. 2014, 72.)

Palvelumuotoilu tarjoaa ajattelu- ja toimintatavan, jonka avulla palveluntarjoaja voi valita suuntauksen työkaluvalikoimasta ja menetelmistä työympäristöönsä toimivimmat vaihtoehdot (Tuulaniemi 2011, 58). Teoriasta on kehitetty monia erilaisia prosesseja. Tässä

työssä käytetään yksinkertaistettua rakennetta, joka esitellään muun muassa Kehittämistyön menetelmät -kirjassa. Rakenne sisältää neljä kohtaa, jotka useimmiten toistuvat prosessin edetessä. Ensimmäinen Kartoita ja ymmärrä -vaihe sisältää ajatuksen oppia tuntemaan yrityksen toimintaympäristö ja asiakkaat sekä näkemään niiden kehitys tulevaisuudessa. Menetelmiä, joiden avulla halutaan ymmärtää ihmisten käyttäytymistä, arvoja, tarpeita ja tilanteita, kuvataan empaattisiksi menetelmiksi. Nämä menetelmät vaativat mahdollisimman aidon tilanteen toteuttamisvaiheessa. 2. vaihe, ”Ennakoi ja ideoi” on 1. vaihetta luovampi vaihe ja voi sisältää pelejä ja leikkejä sidosryhmien kesken. Menetelmien kautta haetaan avoimuutta ja idearikkautta sekä mahdollisimman optimaalisia ratkaisuja muun muassa palvelutilanteisiin sekä yrityksen että asiakkaan näkökulmasta. 3. Mallinna ja arvioi -vaiheessa aineettomista tilanteista pyritään tekemään konkreettisempia kehittämällä niistä alustavia malleja tai koetilanteita. Vaiheen merkitys korostuu, mikäli palvelussa huomataan vielä kehitettävää. Tällöin palataan toistamaan aikaisempia vaiheita, kunnes palvelu voi edetä viimeiseen Konseptoi ja vaikuta -vaiheeseen, jossa tehdään vielä viimeinen analyysi palvelun toimivuudesta käytännössä. (Ojasalo ym. 2014, 74-76.)



Kuvio 1. Palvelumuotoilu prosessi (Ojasalo ym. 2014, 74-76)

5.1 Asiakaskokemus ja arvonmuodostus

Löytänä ja Korkiakoski syventävät asiakaskokemuksen teoriaa sivuten palvelumuotoilun menetelmää. Onnistuneiden asiakaskokemuksien takaamiseksi yrityksen tulee huomioida asiakaslähtöisyys strategiassa, johtamisessa, kohtaamisissa, mittaamisissa ja yrityskulttuurissa (Löytänä & Korkiakoski 2014). Asiakkaan kokemukset ja arvon muodostuminen palveluita kohtaan syntyvät subjektiivisten näkemysten ja asiakkaan oman toiminnan kautta. Yritykset voivat antaa näihin toiminnallaan ja tuotteillaan vain edellytyksiä. (Löytänä & Korkiakoski 2014.) Asiakaskokemus muodostuu asiakaskohtaamisista, tunteista ja mielikuvista (Löytänä & Korkiakoski 2014). Palvelumuotoilussa asiakkaan subjektiivisista kokemuksista pyritään muotoilemaan positiivisia keskittymällä palveluprosessiin, työtapoihin, yrityksen tilaan ja tilanteessa tapahtuvaan vuorovaikutukseen huomioiden samalla

alan vaatimukset ja tavoitteet (Moritz 2005, 35; Tuulaniemi 2011, 26). Kun asiakas asetetaan muotoilun lähtökohdaksi, minimoidaan epäonnistumisen riski (Tuulaniemi 2011, 72).

Palvelumuotoilussa vuorovaikutteisuus perustuu asiakaskokemukseen, palveluprosessiin ja asiakaspolkuun. Asiakaskokemus jakaantuu kolmeen: toiminnan, tunteiden ja merkityksien tasoon. Toiminnan tasolla tutkitaan teknisiä elementtejä: sujuvuutta, hahmotettavuutta, saavutettavuutta, asiakkaan tarpeeseen vastaamista ja tehokkuutta. Tunnetasolla tutkitaan asiakkaan kokemuksia, kuten helppoutta, tunnelmaa ja kiinnostavuutta. Ylimmällä merkitystasolla seurataan merkityksiä ja mielikuvia, muun muassa tarinoita, lupauksia, kulttuurin merkitystä ja henkilökohtaisia oivalluksia. (Tuulaniemi 2011, 74.) Palveluprosessin ydinasia on palvelukehikon muodostaminen, jonka sisällä asiakaspalvelija kykenee toimimaan vapaamuotoisesti unohtamatta yrityksen antamia suuntaviivoja. Asiakaspolulla pyritään kuvaamaan asiakkaan palveluun tarvittava matka palvelutuokioin ja niiden sisältämien kontaktipisteiden avulla. Kontaktipisteillä asiakas kokee perusteellista palvelua. Kokemukseen liittyvät ihmiset, sekä fyysiset että virtuaaliset ympäristöt kaikkine esineineen ja toimintatapoineen. Palvelupolun suunnittelussa helpottaa työn jakaminen joko palvelutuokioihin tai asiakkaan arvon perusteella esi-, ydin- ja arvopalveluvaiheisiin. Esi- ja arvopalveluvaiheessa asiakkaan arvonmuodostusta valmistellaan esimerkiksi varausjärjestelmän avulla, ydinpalveluvaiheessa on kyse itse palvelun toteutumisesta ja jälkipalveluvaiheessa on kyse yhteydenpidosta asiakkaaseen palvelun jälkeen esimerkiksi palautelomakkeen muodossa. (Tuulaniemi 2011, 77-82.)

Löytänän ja Korkiakosken mukaan yritysten on priorisoitava kosketuspisteistä tärkeimmät ja tuottavimmat, sillä jokaista mahdollista kosketuspistettä on vaikea saada ylittämään asiakkaan odotukset. Kosketuspisteet vaihtelevat toimialoittain ja oman palvelun kosketuspisteet on tärkeä tunnistaa. (Löytänä & Korkiakoski 2014.) Löytänän mukaan asiakaskohtaamisten sisältäessä systemaattisesti samat elementit, sovittaen ne asiakkaiden ja tilanteiden mukaisesti, johtaa menestyksellisiin asiakastilanteisiin. Systemaattisessa odotusten ylittämisessä asetetaan tavoitteet ja rajataan selkeät kohderyhmät, joiden odotukset halutaan ylittää ja joiden odotetaan toimivan yrityksen suosittelijoina. Näin toiminta on mahdollisimman tehokasta sekä laadullisesti että taloudellisesti. (Löytänä & Korkiakoski 2014.)

Tärkeä näkökulma on asiakkaan arvon muodostamiseen vaikuttavat kohdat. Arvonmuodostukseen vaikuttavat asiakkaan tarpeet, odotukset, tottumukset, tavat, arvot, muiden mielipiteet, hinta, palvelun ominaisuudet ja vastaavien palveluiden hinta. Ymmärryksen kautta yritys kykenee muodostamaan asiakkaalle arvolupauksen, joka on mahdollista toteuttaa. (Tuulaniemi 2011, 71-72.)

Tuotteissa ja palveluissa asiakkaalle muodostuvassa arvossa on erotettavissa neljä erityyppiä: taloudellinen, toiminnallinen, symbolinen ja emotionaalinen arvo. Useimmissa tapauksissa tuotteista ja palveluista löytyy elementtejä näistä kaikista. Taloudellinen arvo muodostuu edullisuuden kautta, jolloin hinta on tuotteen kilpailuvaltti. Toiminnallinen arvo muodostuu tuotteen tai palvelun toimivuuden ja varmuuden kautta. Kuvaavina käsitteinä tästä ovat laatu, luotettavuus, helppous ja vaivattomuus. Symbolisen arvon muodostuminen perustuu mielikuviin, brändeihin ja asiakkaan persoonaan. Samojen tuotteiden ja palveluiden käyttäjät huomioivat toisiaan kokien yhteenkuuluvuuden tunnetta ja yhtäläisyyksiä identiteetissä. Tuotteet ja palvelut voivat välittää asiakkaille tunnekokemuksia, jolloin tuotteen arvo muodostuu emotionaalisen arvonmuodostuksen kautta. Tuotteiden räätälöinti asiakkaiden mukaan on yksi keino muodostaa emotionaalista arvoa. Arvot ovat osa yrityksen kilpailuedun muodostumista. Löytänä kuitenkin argumentoi brändin ja mielikuvien merkitysten vähenemisestä nykymaailmassa mainiten niiden olevan vaikeasti differoitavissa, kalliita ylläpitää ja jättävän asiakkaalle annetun lupauksen usein vajaaksi. Lisäksi hän mainitsee toiminnallisen arvon ylläpidon vaikeudesta ja taloudellisen arvon merkityksen vähenemisestä nykymaailmassa. (Löytänä & Korhonen 2014.)

Hotelli Nuksio palvelupaketin muodostamisessa otetaan huomioon käyttäjäkokemus, palveluprosessi ja asiakaspolku, jotta saadaan määriteltyä pakettiin kannalta toimivimmat ja miellyttävimmät ratkaisut. Toiminnallisen arvonmuodostuksen lisäksi paketissa pyritään emotionaalisen arvon muodostamiseen. Havainnointi päämenetelmänä pyritään samaan vastauksiin kaikkiin kolmeen käyttäjäkokemuksen tasoon korostaen toiminnallisen tason havainnointia. Havainnoijalle suunnattuja apukysymyksiä toiminnallisen tason havainnointiin ovat muun muassa miten asiakas löytää hotellin tai sen vastaanoton, ohjataan asiakasta alueella, esitelläänkö rakennus- ja toiminta-alue, kerrotaanko asiakkaalle ohjelma ja/tai aikataulu, onko ohjelman rakenne helposti hahmotettavissa, vastuuhenkilön vaihtuessa tapahtuuko vaihto sujuvasti, pitääkö aikataulu, onko kaikki mahdolliset järjestelyt etukäteen mietitty, toimivatko tekniset järjestelyt, kuinka asiakas vastaanotetaan eri palvelupisteissä, saako asiakas tarpeeksi informaatiota eri palvelupisteissä, huomioidaanko asiakkaan toiveet/kommentit, ollaanko tarvittaessa asiakkaan saatavilla tai kuinka ongelmatilanteissa toimitaan. Asiakkaille ja työntekijöille suunnatut kysymykset tarkentavat havainnointimateriaalia erityisesti tunne- ja merkitystason kohdalla.

Tunnetasoa tutkittaessa havainnoitaessa keskitytään asiakkaan tunnetiloihin ja pyritään näkemään merkkejä muun muassa positiivisesta ja negatiivisesta ilmapiiiristä, rentoutumisesta, keskittymisestä, innostuksesta, uteliaisuudesta, hämmennyksestä, ahdistuksesta tai pettymyksestä. Avoimilla kysymyksillä tunnetasoon pureudutaan lisää: vastasiko ohjelma odotuksia, millaisia tunteita tai olotiloja palvelun aikana heräsi ja miksi, oliko päivä tai loma

kiinnostava, huomioitiinko asiakas hyvin hotellissa, saiko asiakas tarvittavan informaation negatiivisten tunteiden välttämiseksi. Lisäksi asiakkailta voi tiedustella millä adjektiiveilla he kuvaisivat päiväänsä ja millaisia elementtejä he haluaisivat ohjelmassa olevan. Työntekijöille on mahdollista esittää kysymyksiä aikataulusta, ohjelmasta, palvelutilanteista ja niiden sujuvuudesta.

Asiakaskokemuksen korkeimmalla tasolla pureudutaan palvelun syvempään tarkoitukseen: onko palvelulla pidempiaikaisia vaikutuksia asiakkaaseen, saiko se aikaan suurempia muutoksia, paraniko asiakkaan elämänlaatu merkityksellisesti, millaisia elämyksiä tai oivalluksia asiakas koki, kuinka paljon palvelulla oli asiakkaalle merkitystä, koskettiko palvelu tunnetasolla (positiivisesti tai negatiivisesti). Tunnetason kokemusten syiden ja seurausten hahmottaminen ovat osa aihealueen tulkitsemista.

Asiakaskokemuksen toiminnallisen tason tutkiminen sivuaa asiakaspolun ja sen palvelutuokioiden toimivuuden havainnointia. Tuulaniemen ehdotusten mukaan asiakaspolku on hyvä jakaa osiin sen ymmärtämisen helpottamiseksi. Havainnoinnin ohessa pyritään ymmärtämään asiakaspolun laatu sillä hetkellä ja kehittämään sen avulla uuteen pakettiin ehdotuksia. Esi-, ydin- ja jälkipalveluvaiheista tässä työssä painotetaan erityisesti ydinpalveluvaiheen eli palvelun kulutusvaiheen kehittämistä. Asiakaspolun kontaktipisteissä keskitytään asiakaspalvelijan ja asiakkaan kanssakäymiseen, asiakaspalvelijan toimintamalleihin, eleisiin, palvelualttiuteen ja asiakkaalle kerrotun informaation määrään. Lisäksi palveluympäristön välittämä tunnelma ja asiakkaan ohjaaminen ovat huomioitavia asioita. Ydinvaiheen kontaktipisteitä ovat hotellissa ilmoittautuminen ja asiakkaan vastaanottaminen, ohjelman vastuuhenkilöiden kohtaaminen ja palveluiden kuluttaminen sekä uloskirjautuminen ja asiakkaan hyvästeleminen. Palvelupaketeissa kontaktipisteet vaihtelevat riippuen palvelusta. Kaikki palvelut, kuten esimerkiksi sauna, eivät sisällä paljoa suoraa asiakaspalvelua, jolloin palveluprosessin havainnointi kohdistuu ympäristöön. Hemmottelevat hieronta- tai kauneushoidot sen sijaan sisältävät paljon asiakaspalvelijan läsnäoloa, jolloin ympäristön ohella hoitajan toiminta on tärkeä osa kontaktipistettä.

6 Elämyksellisyys

Pinen ja Gilmoren mukaan elämyksellisyydellä muodostetaan tuotteelle lisäarvoa, joka mahdollistaa kilpailun markkinoilla paremmalla hinnalla ja jonka avulla asiakkaat saadaan sitoutumaan yrityksen palveluihin. Elämyksellisyys on yksi elementti tuotteiden erilaistamisessa. Elämystuotanto on luonut useita näkökantoja elämyksellisyyden luomiseen. Näitä ovat muun muassa tuotteelle tai palvelulle saatu huomio, tunteisiin vetoaminen ja tunteiden tuottaminen. (Boswijk, Thijssen & Peelen, 2012, 4-5.) Kuluttajien käyttämisen havainnoiminen ja vuorovaikutus heidän kanssaan ovat siis elämystuotannossa palvelumuotoilun lailla avainasemassa.

Elämykset syntyvät tunteiden kautta ja tunteet syntyvät aistimusten kautta. Perusaisteiksi luetaan näkö-, kuulo-, haju- ja makuaisti. Elämyksissä voidaan huomioida myös asentoaisti, tasapainoaisti ja muut somaattiset aistit. Tilanteiden sekä tiedostettua että tiedostamatonta tulkintaa tapahtuu koko ajan, joten on mahdotonta pyrkiä vaikuttamaan kaikkiin aistihin jatkuvasti. Aikaisemmat kokemukset, odotukset ja aikomukset muuttavat tulkintamme subjektiivisemmiksi. Aistien kautta saaduista tulkinnoista ja muistijäljistä muodostuu tunteita, joita emme voi itse säädellä ja jotka lopulta muuttuvat fyysisiksi reaktioiksi vaikuttaen käytökseen. (Boswijk ym. 2012, 59-60.)

Kokemus taas koostuu tunteiden yhdistelmästä, joita koetaan joko samanaikaisesti tai vuoron perään osana yksittäistä tapahtumaa herättäen kokijassaan vaikutusta. Merkityksellinen kokemus on kuin oivallus. Se on useiden yksittäisten kokemusten summa, joka saa kokijan ymmärtämään, miten ne heijastuvat hänen elämäänsä ja vaikuttavat hänen persoonaansa. Kokemukset koostuvat sekä primaarisista että sekundaarisista reaktioista. Primaariset reaktiot syntyvä tapahtumahetkellä, kun sekundaariset reaktiot kehittyvät myöhemmin tapahtumaa käsiteltäessä. (Boswijk ym. 2012, 61-62.) Kokemus voidaan ajatella osaksi käyttäytymistä ja sitä, kuinka ihminen reagoi ja vastaa ympärillä tapahtuviin asioihin tunteidensa välityksellä (Boswijk ym. 2012, 68). Hyvinvointimatkailu perustuu positiivisiin tunteisiin ja niiden kautta muodostettuihin merkityksellisiin kokemuksiin, elämyksiin, jotka vaikuttavat matkailijan käyttäytymiseen ja persoonaan sekä tapahtumahetkellä että toivotusti sen jälkeen.

Palveluiden tavoin kokemukset ovat aineettomia tuotteita. Boswijk, Peelen ja Olthof määrittelevät onnistuneen merkityksellisen kokemuksen elementeiksi yksilön näkökulmasta seuraavat kohdat: syventynyt keskittyminen, innostuneisuus, moniaistillisuus, ajantajun menettäminen, tunnetason koskettaminen, ainutlaatuisuus, merkityksellisyys, aitous ja lei-

killisyys. Pinen teorian mukaan elämysten tulisi sisältää jotain esteettistä ja kutsuvaa (ympäristö ja ilmapiiri), osallistavaa (tekeminen, elämyksen kokeminen, toiseen ”maailmaan” vaihtaminen), opetuksellista (mielenkiinto, sitoutuminen, omien kykyjen harjoittaminen) ja viihdyttävää (passiivinen kokeminen) (Pine & Gilmore 2011, 59-60). Merkityksellinen kokemus sisältää tekemisen ja läpikäymisen prosessin, jossa haasteet ja yksilön kyvyt ovat tasapainossa. (Boswijk ym. 2012, 168-169.) Viimeisenä tavoitteena merkityksellisen elämyksen rakentamisessa mainitaan oma hyvinvointi, sen saavuttamisen ymmärtäminen ja välittyminen. Boswijkin mukaan hyvinvoinnin saavuttaminen on tavoite, joka koostuu kokemuksen läpikäymisestä. (Boswijk ym. 2012, 172.)

Asiakkaalle muodostuva arvo koostuu annetusta kontrollin ja vaikuttamismahdollisuuksien määrästä kokemusten suunnittelussa ja toimeenpanossa. Tarvittaessa yrityksen ajatusmalleja tulee voida muuttaa yksilöllisen kokemuksen muodostamiseksi. Houkutteleva ympäristö saadaan muodostettua yrityksen ja asiakkaan välillä hyvin toimivalla vuorovaikutuksella. (Boswijk ym. 2012, 169.) Moritzin määritelmän mukaan palvelut ovat muun muassa monitahoisia kokemuksia, joita asiakkaat havainnoivat kosketuspisteiden välityksellä. Kosketuspisteistä muodostuu asiakkaalle kokonainen näkemys ja mielipide palvelusta ja sen laadusta. (Moritz 2005, 31.) Kosketuspisteiden muotoilu on myös osa palvelumuotoilun tehtävää (Moritz 2005, 41).

Boswijk, Peelen ja Olthof ovat muotoilleet Pinen suuntaviivojen pohjalta seuraavat periaatteet, joiden avulla voidaan suunnitella toimiva elämys. Teema, kertomus, draamankaari tai helposti samaistuttava filosofia ovat tunnusmerkkejä, joista muodostuu asiakkaalle selkeä mielikuva kokemuksesta. Edellä mainitut asiat ovat parhaimmillaan yksinkertaisia, mutta mielenkiintoisia. (Boswijk ym. 2012, 169.)

Elämyssuunnittelussa otetaan huomioon ympäristön kautta välitetyt vaikutelmat. Teema ja vaikutelmat tukevat toisiaan ja edesauttavat yhdenmukaisina halutun elämyksen luomista. Vaikutelmat syntyvät pienistä ärsykkeistä, joita havaitaan muun muassa ympäristössä (Pine & Gilmore 2011, 78-79). Häiritseviin pieniin yksityiskohtiin tulee kiinnittää huomiota, sillä niille sokeutuminen on tavallista jokapäiväisessä työssä. Tämä koskee ympäristön lisäksi henkilökunnan käyttäytymistä ja palvelua tukevia tehtäviä, joilla on merkitystä koko palvelun toimivuuden kannalta. (Boswijk ym. 2012, 170; Pine & Gilmore 2011, 82.) Häiritsevän ärsykkeen syntyessä tapanamme on joko poistaa se tai olla huomamaatta sitä, sillä ihminen kykenee vastaanottamaan vain tietyn määrän ärsykeitä ympäristöstään. Alitajunta kuitenkin huomioi asioita, joista emme ole tietoisia ja jotka aiheuttavat negatiivisia tunteita. Tällaisia ovat muun muassa asiakkaan huomioimattomuus tai ylimääräinen vaiva

oikean tilan löytämisestä. (Boswijk ym. 2012, 171-172.) Ympäristöön voidaan asettaa ärsykeitä, joiden avulla saadaan asiakkaat toimimaan toivotulla tavalla, esimerkiksi laittamalla tuolit odotustilaan (Boswijk ym. 2012, 172-173). Tunnelmasta pyritään muodostamaan positiivista energiaa luova ja siihen voidaan vaikuttaa pienillä elementeillä, kuten musiikilla, valolla ja tuoksuilla. Tätä kautta lisätään moniaistillisuutta. Hyvä ilmapiiri vaikuttaa myönteisesti myös asiakkaiden innostuneisuuteen ja anteeksiantohalukkuuteen. Aitous vaikuttaa elämyksessä positiivisesti ja liian tehty ympäristö pilaa tunnelman. (Boswijk 2012, 170-171.) Ihanteellinen ympäristö tarjoaa harmonisesti kokonaisen, ymmärrettävän, aistillisesti monitahoisen ja mielenkiintoa herättävän hieman salaperäisen kokonaisuuden (Boswijk ym. 2012, 173-174). Pine taas argumentoi epäaitouden puolesta, kun asiakasta ei ole tarkoitus huijata. Tästä esimerkkinä Rainforest Cafe, jossa on tuotu sademetsän elementtejä kahvilan tiloihin tarkoituksena luoda sademetsäinen ympäristö, ei sademetsää, sisätiloihin. (Pine & Gilmore, 2011, 54-55.)

Koska elämys on aineeton, voidaan elämykseen liittää jokin konkreettinen esine annettavaksi tai myytäväksi, jolloin elämyksen voi ajatuksissa liittää fyysiseen tuotteeseen (Boswijk ym. 2012, 170; Pine & Gilmore 2011, 86). Tuote voidaan liittää elämykseen elämyksellisellä tavalla, vaikka itse tehtynä tai löydettyinä (Pine & Gilmore 2011, 87). Hyvästä esineestä on hyötyä ja sitä voi käyttää pidemmän aikaa (Boswijk ym. 2012, 170).

Elämystä suunniteltaessa voidaan piirtää draamankaari, joka perustuu asiakkaan reaktioihin elämyksen eri vaiheissa. Sen avulla tiedostetaan asiakkaan elämyksen laadun ratkaisevan kohdat. Gustav Freitagin suunnittelema draamankaari alkaa tilanteesta, jossa esitellään tuleva palvelu tai elämys. Tämän jälkeen aloitetaan toiminta sekä herätetään innostusta ja kiinnostusta. Tilanne etenee tehokkaamman toiminnan ja usean mahdollisen loppuratkaisun edessä käännekohtaan ja lopulta yhteen huipentumaan. Tämän jälkeen toiminnan seurauksien ja rauhoittumisen kautta tilanne etenee loppuratkaisuun, yhteenveetoon ja tilanteen normalisoitumiseen. (Boswijk ym. 2012, 171; Pine & Gilmore 2011, 161.) Pine painottaa palveluissa vielä aktiviteettien loogista järjestystä, tilanteiden edistymistä, edistämisen keinoja ja kestoa sekä tapahtumien rytmiä ja ajanjaksojen tempoa korostamalla tapahtumien tunnelmia ja intensiivisyyttä (Pine & Gilmore 2011, 158-159).

Tässä työssä huomioidaan elämyssuunnittelun peruseriaatteet palvelumuotoilumetodin ohessa. Tuloksissa pyritään hyvinvointia elämyksellisyyden ohella edistäviin aktiviteetteihin. Palvelumuotoilun periaatteiden lisäksi elämystaloudesta huomioidaan onnistuneen elämyksen elementit. Kuten palvelumuotoilussa, elämyksellisyyden suunnittelussa pyritään asiakkaiden kanssa vuorovaikutukseen heidän tunteidensa, käyttäytymisensä ja ajatustensa selvittämiseksi ja ymmärtämiseksi.

Boswijk ym. ehdottavat havainnoinnin, keskustelun ja asiakkaan itse tekemien kirjallisten huomioiden olevan vaihtoehtoja saada selville merkitykselliset tilanteet, niiden sijainti ja merkityksen voimakkuus. Tämän jälkeen voimme havainnoida kyseisiä tilanneympäristöjä, niissä olleita henkilöitä ja yrityksiä sekä heidän merkitystä elämyksien rakentamisessa. Asiakkaiden asenteisiin ja mielialoihin voidaan vaikuttaa pitempiaikaisesti, kun palvelun alku on sujuvaa ja asiakkaille annetaan palvelun alussa tarpeeksi vapauksia vaikuttaa omaan toimintaansa. Asiakkaan arvioidessa palvelua jälkeensä sen loppu saa vahvemman merkityksen, alun hämärtyessä kokemuksen edetessä. (Boswijk ym. 2012, 174-175.)

Suuntaviivoina palvelupakettien elämyksellisyyden kehittämisessä käytetään Economy of Experiences -kirjan viiden kohdan suunnitelmaa. Ensimmäinen kohta keskittyy luovaan ajatteluun ja ideointiin sekä teeman, merkityksen ja harmonian suunnitteluun tavoitteena kasvattaa keskittymistä, jännitystä ja innostusta. Prosessin toisessa kohdassa keskitytään yksityiskohtiin, arvonluomiseen, negatiivisten ärsykkeiden poistamiseen ja mahdollisten muistoesineiden kehittämiseen. Tässä kohtaa tavoitellaan keinoja asiakkaan ajantajun unohtamiseen ja kaikkien aistien sitomiseen. Kolmannen kohdan painopiste on toiminnallisen sujuvuuden varmistamisessa sekä tunteiden liittämässä kokemukseen. Tätä kautta asiakas muodostaa arvoa palvelua kohtaan. Neljännessä kohdassa painotetaan elämyksen periaatteiden ymmärtämistä yrityskulttuurissa ja huomioidaan asiakkaan kohdalla haasteiden ja kykyjen suhde. Draamankaari auttaa ymmärtämään elämyksen rakennetta sekä tunnetta kokemuksen ja tekemisen prosessista. (Boswijk ym. 2012, 175.) Draamankaari visualisoi palvelupakettia palvelumuotoilun käytäntöä sivuten. Viides kohta keskittyy aisteihin ja aitouteen tavoitteena kehittää leikkisyyttä (Boswijk ym. 2012, 175).

7 Kartoita ja ymmärrä: Pääkaupunkiseudun matkailijaprofiilit

Espoon matkailutilastoja tutkiessa voi huomata, että työ on Espooseen suuntautuneiden matkojen suurin motiivi sen ollessa kasvava matkantarkoitus jokaisena kuukautena vuonna 2015. Kuitenkin tutkittaessa kokonaisuutena vuotta 2015 vapaa-ajan ja työajan matkailun määrä tasapainottuivat vuoden loppuun mennessä: vapaa-ajan matkailu 47,2%, työmatkailu 52,7% ja muu tarkoitus 0,2%. Sekä kotimainen että ulkomainen työmotiiveihin perustuva matkailu kasvoi vuonna 2015, mutta vapaa-ajan matkailusta vain kotimainen matkailu kasvoi. Vuoden 2016 ensimmäisten kuukausien aikana työmatkailun määrä ylitti voimakkaasti vapaa-ajan matkailun. Kokonaisuudessaan Espoon matkailu oli vuonna 2015 7,3% korkeampi kuin edellisenä vuonna. Ulkomaalaisista matkailijoista suurin osa saapui Venäjältä, Kiinasta, Saksasta, Ruotsista, Virosta, Britanniasta ja Intiasta (yli 8000). (Visit Espoo 2016.)

TAK:in vuonna 2015 tekemässä pääkaupunkiseutuun rajatussa rajatutkimuksessa todetaan, että 4,9 milj. matkailijaa tuli ulkomailta Suomeen pääasiallisena kohteenaan pääkaupunkiseutu (TAK 2015, 5). Tämä on yli puolet (55%) Suomeen saapuneista matkailijoista (Visit Finland 2015e, 41). Matkailijoista 34% yöpyi hotelleissa ja 48% muussa virallisessa majoituspaikassa. Eniten yöpyneitä matkailijoita saapui Venäjältä, Virosta, Kiinasta, Saksasta, Japanista, Iso-Britanniasta ja Yhdysvalloista. Myös muualta Aasiasta saapui suuri määrä yöpyviä matkailijoita. (TAK 2015, 5-8.) Kiinalaisista melkein kolmannes oli opiskelijoita, kun taas Virosta, Ruotsista ja Saksasta suurin osa matkailijoista oli työssäkäyviä ja Venäjältä toimihenkilöiksi luokiteltavia henkilöitä. Eniten johtajia Suomeen saapui Venäjältä ja Saksasta. Suurin osa vierailijoista (37%) saapui perheen tai sukulaisten kanssa ja (35%) matkusti yksin. (TAK 2015, 14-15.) Eniten rahaa käytettiin ravintola- ja kahvilapalveluihin sekä ostoksiin. Huvipalveluihin (muun muassa kylpylöihin) käytti rahaa n. 10% matkailijoista. Huomattavan paljon enemmän rahaa käyttivät kiinalaiset (592€/matkustaja) ja japanilaiset (404€/matkustaja) verrattuna muun muassa kolmanneksi eniten rahaa käyttäviin saksalaisiin (258€/matkustaja). (TAK 2015, 17-20.) Pääkaupunkiseudulla vierailleita matkustajia Suomessa kiinnostivat eniten kulttuurikohteet, sauna ja sekä maalla että vedessä tapahtuvat aktiviteetit. Kulttuurikohteet kiinnostivat eniten kiinalaisia, venäläisiä ja japanilaisia. Sauna kiinnosti eniten ruotsalaisia, saksalaisia, japanilaisia ja virolaisia. Kesäaktiviteetit maalla kiinnostivat eniten virolaisia ja saksalaisia, kun taas kesäaktiviteetit vedessä kiinnostivat eniten virolaisia, ruotsalaisia, saksalaisia ja venäläisiä. Suomalaiset makuelämykset kiinnostivat eniten saksalaisia ja saaristo ruotsalaisia ja virolaisia. Selkeästi vähemmän kaikkia kiinnostivat hyvinvointipalvelut, joista eniten pääkaupunkiseudulla ovat kiinnostuneet venäläiset matkailijat. (TAK 2015, 22-23.)

8 Kartoita ja ymmärrä: Hotelli Nuuksio

Kokoushotelli Siikaranta muutti omistajanvaihdoksen myötä nimensä Hotelli Nuuksioksi syksyllä 2015 (Länsiväylä 2015). Hotellin vahvuudet painottuvat ympärillä olevaan Nuuksion kansallispuistoon sekä kiinteistön tarjoamiin sauna-, uinti-, ravintola- ja kokouspalveluihin. Lisäksi hotellin sivuilta löytyy kattava määrä Nuuksion alueen palveluntarjoajien tuotteita, jotka elävöittävät hotellin toimintaa. Tarjolla on hyvinvointipalveluita, kuten hieronta-, kauneudenhoito- ja liikuntapalveluja sekä erilaisia ryhmille järjestettäviä tapahtuma- ja toimintapalveluita (Hotelli Nuuksio a). Hotelli Nuuksio tarjoaa uudistetut majoitus-tilat ja laajat kokoustilat sekä kotimaisille että ulkomaisille, erityisesti luontopainotteista loma- ja kokoussympäristöä hakeville asiakkaille (Hotelli Nuuksio y; Hotelli Nuuksio å).

Hotelli on lanseerannut Nuuksperience-konseptin, jonka alle on kerätty usean Nuuksiossa toimivan palveluntarjoajan tuotteita (Hotelli Nuuksio a). Hotellin sivuilta pääsee varaamaan eri yritysten palveluita ja maksamaan kaikki varaukset yhdellä maksusuorituksella (Hotelli Nuuksio b). Palveluita löytyy seuraavista kategorioista: tapahtumat ja kurssit, Nuuksio Wellness, seikkailut, metsäkokemukset, vesillä, majoittuminen, juhlat, kulttuuri ja nähtävyydet sekä lapsille ja nuorille (Hotelli Nuuksio a). Hotellin omien palveluiden lisäksi sivuilta löytyy Hymyilevän Punaketun Forest Escape -pakopeli (380e/10hlöä/3h), patikointia tai kanoottiretkiä, Honkalintu Oy:n luonto-mobiiliseikkailu (400e/10hlöä/2h), melontaretkiä ja elämisyö teltassa (alkaen 150e/yö) sekä Elämystorpan soutuveneajeluita (20e/hlö/1h) (Hotelli Nuuksio c; Hotelli Nuuksio d; Hotelli Nuuksio e; Hotelli Nuuksio f; Hotelli Nuuksio g; Hotelli Nuuksio h; Hotelli Nuuksio i). Patikointiretkien hinnat vaihtelevat 290 eurosta 440 euroon retken pituuden mukaan sisältäen kymmenen henkeä (Hotelli Nuuksio d). Retkien teemat vaihtelevat, saattavat sisältää yöpymisen ja/tai retkieväitä. Tarjolla on ollut yhden päivän patikointireissu ryhmässä hintaan 20 euroa/hlö (Hotelli Nuuksio k). 2–3 tunnin melontaretkien hinnat vaihtelevat 390 eurosta 440 euroon 8–10 hengelle. Lisäksi tarjolla on 10 tunnin melontakurssi 145 euroa/hlö ja kahden tunnin melontaretki kahveineen 39 euroa/hlö. (Hotelli Nuuksio l.)

Syksyn ohjelmiin kuuluu Mindfulness ja metsäviikonloppu -paketti, jossa keskitytään erilaisten meditoitintekniikoiden ymmärtämiseen ja harjoitteluun sekä sisällä että luonnossa. Kurssin hinta on 145 euroa sisältäen kurssimateriaalin. (Hotelli Nuuksio m.) Kalenterista löytyy Hyvinvointiviikonloppu, jossa on tarjolla erilaisia hyvinvointihoitoja, kuntovalmentajan tapaaminen, liikuntavälineisiin tutustumista ja kotitreenin suunnittelua sekä luentoja liikunnan, työn ja terveellisen ravinnon yhteensovittamisesta, unesta, ilosta ja itsensä hyväksymisestä sekä tunteista ja väreistä. Hyvinvointihoitoina tarjolla on jäsenkorjausta, akupunktiota, hierontaa, Marma Point Massagea, kosmetologin hoitoja ja auratulintoja.

Lapset on huomioitu kynsienlakkauksella ja Piece of Forestin retkeilytaitojen tunnilla. Tilaisuudessa on myynnissä kosmetiikkaa, aloe vera -tuotteita ja sisustustuotteita. (Hotelli Nuuksio n.) Kalenterissa on päivä myös farkkujen tuunauspajalle, karaokeillalle, useammalle pikkujoululle ja joululounaalle (Hotelli Nuuksio o).

Palvelutarjonnassa esillä ovat allasosasto, allasosaston kaksi saunaa, hirsisen rantasaunan kaksi saunaa, aulabaari ja kuntosali (Hotelli Nuuksio p; Hotelli Nuuksio q; Hotelli Nuuksio r). Näiden lisäksi wellness-osiossa mainitaan kosmetologi- ja hierontapalvelut useammalta eri palveluntarjoajalta (Hotelli Nuuksio s). Kosmetologin hoitovalikoimaan kuuluu perinteiset kauneudenhoitopalvelut, kuten käsi-, jalka- ja kasvohoidot, karvanpoistot sekä erilaisia hierontaa, kuten intialainen päähieronta, laavakivihieronta ja yrttynyttihieronta (Hotelli Nuuksio t). Perinteistä hierontaa hotellissa tekee urheiluhieroja ja lisäksi saatavilla on akupunktiota yhdistettynä klassiseen hierontaan (Hotelli Nuuksio s). Valikoimasta löytyy myös aromahierontaa, raindrop-hoitoa ja reikihoitoa (Hotelli Nuuksio u).

Allasosasto koostuu 16m pitkästä uima-altaasta ja porealtaasta luonnonvalon täyttämässä tilassa (Hotelli Nuuksio p). Syksyllä altaalla järjestetään vesijumppaa, johon on mahdollista ostaa viiden kerran käyntikortti (Hotelli Nuuksio v). Kuntosalille voi ostaa kausijäsenyyden tai kymmenen kerran kortin, josta jälkimmäistä voi käyttää sauna- tai tenniskenttämaksuihin (Hotelli Nuuksio r). Hotellin läheisyydestä löytyy rantasauna, josta pääsee uimaan sekä kesäisin että talvisin. Rantasaunan yhteydessä on lasitettu rantakabinetti, jossa voi nauttia ravintolan tarjoamia menuvaihtoehtoja. (Hotelli Nuuksio x.)

Hotelli Nuuksion sivuilla esitellään hotellin kattavat kokous- ja juhlatilat. Juhlatilojen yhteyteen on mahdollista saada ravintola-, sauna- ja majoituspalveluja. Vuokrattavia tiloja on useita ja kapasiteetti riittää yli 200 hengen kokouksiin ja tilaisuuksiin. Lisäksi läheisyydestä löytyvät kota, laavu ja grillikatos. (Hotelli Nuuksio y.) Lapsille on suunniteltu synttäripaketteja, jotka sisältävät jäätelöbaarin, pizza ja hodaribuffetin ja lettukestit kodalla. Lisämaksusta tarjolla on lisäherkkuja, uima-altaan käyttö ja 100m² kokoussali. (Hotelli Nuuksio z.)

8.1 Asiakasprofiili

Hotelli Nuuksion asiakaskunta koostuu pääasiassa kokousryhmistä, tuettujen lomien asiakkaista ja yksittäisasiakkaista. Tuettujen lomien järjestäviä ovat Maaseudun terveys- ja lomahuolto ry (MTLH) ja Solaris-lomat. Järjestöt tarjoavat tuettuja lomia eri puolilla Suomea. Lomiin ovat oikeutettuja kaikenikäiset Suomessa asuvat henkilöt, joille loma ei muuten olisi mahdollista taloudellisista, terveydellisistä tai sosiaalisista syistä. (MTLH; Solaris-lomat.) Kustannukset ovat osallistujille pienemmät. MTLH:n kustannus aikuiselta on 20

euroa vuorokaudessa (MTLH). Yksityisasiakkaita ovat erityisesti ne, jotka saavat etuja Hotelli Nuuksiosta, esimerkiksi Rakennusliiton jäsenet. Varausväylinä ovat usein Booking.com ja Expedia. Näiden lisäksi aikaisemmin tarjoussivusto Groupon ja nykyään Offerilla tuovat yksityisasiakkaita. Yhdeksi asiakasryhmäksi luetaan erilaisille kursseille osallistuvat asiakkaat. Kurssiasiakkaitten määrä on kuitenkin viime aikoina ollut aikaisempaa pienempi. Liikemiehet ja -naiset löytävät Nuuksioon vain harvoin ja tällöin heille motivaationa on luonto ja rauha. (Vastaanoton työntekijä, 27.10.2016, Nuuksio.)

8.2 Lähialueen palvelut

Hotelli Nuuksion läheisyydestä löytyy Luontokeskus Haltia, jossa pääsee kokemaan Suomen luonnon kaikki olosuhteet ja vuodenajat. Haltiassa pääsee ihailemaan näyttelyitä, syömään lounasta, kokoustamaan tai järjestämään muita yksityistilaisuuksia. Haltialta lähtee useita luontopolkuja kansallispuistoon. Lisäksi Haltia järjestää kouluryhmille opastuksia ja luontokoulutusta. (Haltia 2016a; Haltia 2017b.)

Haltian lisäksi Nuuksion alueella on kymmeniä ryhmäaktiviteetteja järjestäviä ohjelmapalveluyrityksiä (Luontoon.fi 2016). Useimmilla niistä on samankaltaisia aktiviteetteja, kuten patikointia ja luontoretkeä eri teemojen mukaisesti, kisailuja, GPS-suunnistuksia, melontaa, lumikenkäretkeä, potkukelkkaretkeä, jousiammuntaa, kalliolaskeutumista, eräkokkikoulua, kalastamista ja pilkkimistä. Joillakin ohjelmapalveluyrityksillä on kulinaristisempia ja passiivisen hyvinvoinnin palveluita, kuten Elämyksen Taialla on viinitasting ja yrttialkalylypy (Elämyksen Taika a). Ohjelmapalveluissa erottuivat muun muassa Arctic Expeditionin ja Eventuren huskyajelut, Elämystorpan kirkkovenesoutu ja Elämyksen Taian eräkokkisota (Arctic Expedition; Elämyksen Taika b; Elämystorppa; Erä-Atlas; Eventure 2016). Monilla oli luontoretkeä sieni-, kasvi- ja lintuteemoilla, mutta Flowerpeckeriltä löytyy hieman erilaiset ötökkäsafari, lepakko- ja yöperhosretki sekä lasten luontoretki (Flowerpecker 2015). Feel The Naturella on pari saunaretkeä telttasaunoineen tai eräkämpineen ja Greenwindow:lla teatteria metsässä sekä kellumista kelluntapuvuissa avannossa kuuman kaakaon kera (Feel The Nature; Green window 2014a). Opetuksellista sisältöä tarjoaa Nuuksio Hostel & Camping esimerkiksi kalanperkaamiskurssilla ja lumimyrskyisän yön selviytymistaitokurssilla. (Nuuksio Hostel & Camping 2016 a). Nuuksion Taika taas tuo hevoskyydit ja ratsastusterapian huskykyytien vaihtoehdoiksi (Nuuksion Taika 2008 a). Myös Vihdin Ratsutalli järjestää maastoratsastusta Nuuksion maastossa (Vihdin Ratsutalli Oy). Sea & Mountain:illa on Inipi Spaksi kutsuttava kotakylpylä, joka sisältää saunan ja useamman lämminvesipaljun. Inipi Spassa on mahdollisuus uida myös lammessa tai avannossa. Yritys ylläpitää porotilaa, jossa on mahdollista käydä ruokkimassa poroja ja tehdä poron kanssa kävelyretki metsässä. Muu aktiviteettitarjonta on hyvin kattava (Sea & Mountain Adventures a.; Sea & Mountain Adventures b.) Solvallon Urheiluopistossa voi opiskella

hierojan ammattitutkinnon, liikunnan perustutkinnon tai personal traineriksi (Folkhälsan Utbildning Ab 2012 a). Eri pituisia kursseja on tarjolla muun muassa elämönhallinnasta (Folkhälsan Utbildning Ab 2012b; Folkhälsan Utbildning Ab 2012c). Paikka tarjoaa tilat ja aktiviteetit liikunnallisille leireille ja päiville sekä kokouksille, ruokailuille ja saunomisille. Solvalla saa ohjattua liikuntaa viikoittain sekä melonta-, kuntotestaus-, harjoittelun teoria-, metsäretki-, palloveli-, voimistelu ja tanssiohjausta pyydettyä. (Folkhälsan Utbildning Ab 2012d.) Majoitusta Solvalla lisäksi tarjoavat Green Window metsämajatalossa ja huvilassa, Hawkhill Nature kuudessa erilaisessa mökki- tai huvilamajoituksessa, Nuuksio Hostel & Camping yhden ja kahden hengen huoneissa sekä telttapaikoilla, Nuuksion Taika mökkimajoituksessa sekä Sea & Mountain hirsihuvilassa ja retkeilymökkeissä. Nuuksio Hostel & Camping lukuun ottamatta muut yritykset tarjoavat kokouspalveluita. (Green Window Oy b; Hawkhill Nature; Nuuksio Hostel & Camping 2016 b; Nuuksion Taika 2008 b; Sea & Mountain Adventures c; Folkhälsan Utbildning Ab 2012e.) Solvalla tarjoaa ruokailuja muun muassa kokouspakettien yhteydessä (Folkhälsan Utbildning Ab 2012f). Useimmat yritykset tarjoavat ruokapalveluita joko pienimuotoisesti retkien yhteydessä tai runsaammin kokousten ja juhlien yhteydessä. Muun muassa Sea & Mountain Adventures omistaa kotaravintolan muiden palvelujen yhteydessä (Sea & Mountain Adventures d).

Nuukio Kivilammen lähellä sijaitsee Hotelli Lepolampi, joka haastaa tarjoaa majoitusta 1–5 hengen huoneissa sekä lyhyt- että pitkäaikaiseen majoitukseen. Hotellissa on keittiö yhteiskäyttöön sekä pyykinpesumahdollisuus. Lisäksi majoitukseen kuuluu muun muassa jääkaappi, televisio, rantasauna maanantaista torstaihin, minigolfrata, soutuveneiden käyttömahdollisuus sekä pysäköintimahdollisuus isoille autoille. (Hotelli Lepolampi a.) Hotellissa on 120–130 paikkainen ravintola- ja drinkkibaarialue, jossa järjestetään tapahtumia ja kokouksia (Hotelli Lepolampi b; Hotelli Lepolampi c). Lepolammesta löytyy pienemmän 6–10 hengen rantasaunan lisäksi isompi 40–45 hengen rantasauna ja 15 hengen kota (Hotelli Lepolampi d). Sekä Hotelli Nuuksion että Lepolammen huoneiden hinnat ovat samaa luokkaa. Esimerkiksi Hotelli Nuuksion 1 hh huone on alk. 76e/vrk ja Hotelli Lepolammen 78e/vrk (Hotelli Nuukio å; Hotelli Lepolampi e).

Nuukioon alueelle sijoittuvien yritysten lisäksi alueella järjestävät ohjelmia monet muutkin yritykset, kuten Kiertävä luontokoulu Naakka, joka järjestää metsäretkiä perheille, koululaisille, erityisryhmille ja aikuisille (Kiertävä luontokoulu Naakka, 2014). Mindfulness-painotteisia kursseja muun muassa Nuuksion alueella järjestää yritys Taivastalo (Taivastalo, 2016). Työnohjaus- ja työyhteisövalmennuskursseihin keskittyvällä Koulutusyhtiö Kirsikka- puistolla on toimisto ja koulutuspaikka Nuuksiossa (Koulutusyhtiö Kirsikkapuisto 2011).

9 Kartoita ja ymmärrä: Taustalla monipuolinen tutkimustyö

Opinnäytetyön rakennetta ja etenemissuunnitelmaa hahmotellessa huomioitiin teoriaosuudessa käsitellyt aihealueet ja kysymykset. Koko suunnitteluprosessissa havainnoinnista alkaen käytettiin Jyväskylän ammattikorkeakoulun luomaa Palvelumuotoilun työkalupakia, jossa Juha Tuulaniemi on toiminut projektipäällikkönä. Työkalupakin tavoitteena on löytää kehityskohteet, ymmärtää asiakasnäkökulmat ja ideoida ratkaisuja. Neljäs kohta ”Testaaminen ja käytännön toteutus” jää opinnäytetyön ulkopuolelle. (Jyväskylän ammattikorkeakoulu 2010–2012.) Havainnointipäivän tutkimuskysymykset kirkastuivat Työkalupakin kohtia läpikäyden. Havainnoinnin tarkoituksena ei ollut löytää vastausta jokaiseen kysymykseen, vaan osata huomioida tilanteissa ja keskusteluissa kysymyksiin vastaavia kommentteja. Tutkimuskysymykset löytyvät liitteinä (liite 3; liite 4; liite 5). Havainnoinnista oli apua myös asiakasnäkökulman ja asiakasarvostuksen löytämisessä.

Työssä käytetään useaa menetelmää hyvän lopputuloksen takaamiseksi. Benchmarking-menettelmällä haetaan idearikkautta suunnitteluun ja mallia paketille. Keskustelut asiakkaiden kanssa vahvistavat asiakasnäkökulmaa ja -ymmärrystä sekä arvomuodostumiseen vaikuttavia elementtejä. Keskusteluista nousee esille hotellissa kehitystä vaativat kohteet ja arvot, joille paketin rakentaminen perustuu. Palveluprosessia käsitellään työntekijän kanssa. Asiakaspalautteet tarjoavat lisätietoa asiakastyytyväisyydestä.

9.1 Benchmarking

Benchmarking-menettelmässä kehitettävää kohdetta verrataan muihin menestyviin alan palveluihin tarkoituksena oppia muilta ja kehittää omaa palvelua sen mukaisesti. Tässä työssä benchmarking tapahtuu vertaamalla yritysten palveluita internetsivuilla. Yrityksiksi valikoitui erilaisia vaihtoehtoja, joille yhteisenä tekijänä on sekä majoituksen että hyvinvointipalveluiden tarjoaminen samassa kompleksissa. Yritykset tulevat sekä pääkaupunkiseudulta että muualta Suomesta. Benchmarkingissa keskitytään erityisesti hyvinvointilomapaketteihin ja irrallisiin, lomailuun tai kokouksiin liitettäviin palveluihin, jotka perustuvat fyysisen ja henkisen hyvinvoinnin edistämiseen. Taulukkoon 1 on kerätty yhteen tiedot selventämään kokonaisuutta. Kohteet olivat Kirkkonummen Congress Wellness Hotel Långvik, Anttolan Anttolanhovi, Naantalin kylpylä, Hotel Kämpin ja Hotel Glo Kluuvin yhteydessä oleva Kämp Spa sekä Vierumäellä sijaitsevat Country Club ja Suomen Urheiluoipisto. Kohteista Naantali kylpylän ja Anttolanhovin tuotteet ovat sijoittuneet FinRelaxin vuoden 2015 parhaimpien tuotteiden joukkoon (Visit Finland 2016c).

FinRelaxin tuoteteemakokonaisuudet ovat hemmottelu sekä kunto- ja terveysliikunta. Kuitenkin kunto- ja terveysliikunta rajaa pois raskaat aktiviteetit ja uusien aktiviteettikokemusten tavoittelemisen, jolloin raja tuttujen ja uusien tai rauhallisten ja nopeatempoisten luontoaktiviteettien välillä on häilyvä. (Visit Finland 2015b.) Vertailua tehdessäni päätin ottaa mukaan fyysisemmätkin elämysthakuiset lajit, joissa luonto on lähellä. Muun muassa purjelautailu, suppailu ja kalliolta laskeutuminen on huomioitu osaksi sopivia lajeja. Lisäksi kohteista ainoastaan Naantalilla on perisuomalaisiksi luettavia hoitoja, joten esimerkiksi aromahieronnat on huomioitu osaksi sopivia palveluja. Viihdettä sisältävät paketit, kuten esimerkiksi teatteri- tai konserttipaketit eivät kuulu benchmarking-osioon.

Vertailunkohteista kattavimmat paketit ovat Vierumäellä, Anttolanhovissa ja Naantalissa. Paketit ja hotellien palvelut sisältävät liikunnallisia, kulinarismisia ja passiivisen hemmottelun elementtejä. Kyseisillä kohteilla on laaja tarjonta pakettien suhteen ja hyvät mahdollisuudet luonnon tarjoamiin aktiviteetteihin. Långvikissa luonto on lähellä ja aktiviteettitarjonta monipuolinen, mutta hotelli ei tarjoa kuin yhtä pakettia asiakkaille. Kämp Spa erottuu urbaanilla sijainnillaan ja antaa toisenlaista näkökulmaa rauhoittavaan ympäristöön korkean palvelutason ja oheispalvelujen myötä.

Naantalin paketit perustuvat hyvin paljon kylpylän palveluihin ja sisältävät paljon passiivista hyvinvoinninedistämistä. Day Span paketteihin sisältyy ravintoloiden palveluita, kuten lounaita ja illallisia (Naantali Spa 2017a). Yhden wellness-paketin hoitovaihtoehto korostaa suomalaisuutta paikallisen mineraalipitoisen saven ollessa päähoitotuote. Toinen vaihtoehto, turvehoito, on ollut sauna- ja kylpylähoitomuotona jo pitkään Suomessa. (Naantali Spa 2017b.) Ryhmille järjestettävä kauneussauna tarjoaa kauneudenhoitotuotteet kylpijoiden omaan käyttöön, jolloin saunomisesta muodostuu vielä enemmän yhteisöllisempi kokemus. (Naantali Spa 2017c.) Kokouspaketeista wellness-paketti sisältää idean hyvinvoinninedistämisestä luonto- ja tuolihoon avulla, yhden kokouksen jumppapallojen päällä ja terveellisiä aterioita (Naantali Spa 2017d). Yritysjuhlapaketeissa on hauskoja teemoja, jotka eivät kuitenkaan myötäile hyvinvointia tai FinRelaxin maailmaa. Polttaripakettiin ja Baby Shower -pakettiin on yhdistetty hyvinvointia liikunta- tai spa- ja kylpyläpalveluilla (Naantali Spa 2017e). Myös golflomat ovat Naantalissa mahdollisia (Naantali Spa 2017f). Naantali tarjoaa yhden Oma Trainer -paketin, joka tähtää suunnitelmalliseen kunnon kohottamiseen (Naantali Spa 2017g). Luonnollisesti Vierumäen Urheiluopiston tarjonta on tämänkaltaista. Yksilö- ja ryhmäliikuntatarjonta on kattava ja sisältää muun muassa kahvakuulaa, vesijuoksua, lavista, hydrotrainingia ja joogaa (Naantali Spa 2017h). Kuntosalin käyttö maksaa hotellin asukkaille 6 euroa (Naantali Spa 2017i). Hotelli tarjoaa vuokralle luistimia ja pyöriä sekä lainaksi pulkkia ja liukureita. Ulkoilu- ja liikuntaosiossa mainitaan kylpylän lähistöltä löytyvistä tennis- ja beach volley -kentistä, minigolfradasta,

uimarannasta ja suplautailumahdollisuudesta. Suplautojen vuokraus onnistuu läheisestä yrityksestä. Ympäristössä onnistuvat myös kalastus, veneily ja pyöräily ja lähimaastossa on lisää uimarantoja sekä lenkki- ja luontopolkuja. (Naantali Spa 2017f.)

Anttolanhovissa korostuu lähiruoan merkitys, sillä ruokaa tulee yli 30 lähituottajalta (Anttolanhovi 2017a). Lomapaketit on otsikoitu kulttuuri-, teema- tai hemmottelulomapaketeiksi. Lisäksi listalta löytyy kausilomat ja tuetut lomat. Kausilomien talvilomaosio sisältää vinkin Ski Tornimäki -talviurheilukeskuksen läheisyydestä, muutoin teema-, kausi- tai tuettujen lomien ohjelmissa ei ole FinRelaxin aihealueeseen kuuluvia palveluita. (Anttolanhovi 2017b.) Teemalomapaketissa on teemana joogaviikonloppu, joka tarjoaa 60–120 minuutin pituisia jooga-, meditaatio- ja luontoterapiaharjoituksia, luennon ja ruokailut (Anttolanhovi 2017c; Anttolanhovi 2017d). Hemmottelulomat sisältävät span hoitoja, illallisia ja aamiaisia. Teemoina ovat kauneushoitolan palvelut, syntymäpäivät, pariskunnat ja kokonaisvaltaisempi hemmottelu ystäville tai pariskunnille. Syntymäpäiväsankarin paketti ei sisällä yöpymistä hotellissa, vaan lämminkivihieronnan, kasvohoidon, kolmen ruokalajin aterian ja kahvin tai teen leivoksen kera. (Anttolanhovi 2017e.) Kahden vuorokauden Day Spa -lomaseen kuuluu superior-huone kahdelle, aamiaiset, päivälliset, iltapäiväkahvi tai -tee yhtenä päivänä sekä pää- ja syvähieronta (Anttolanhovi 2017f). Romanttinen yö sisältää sviitin tai superior-huoneen kahdelle, aamiaisen shampanjalla kera ja myöhäisen uloskirjautumisen (Anttolanhovi 2017g). Kahden vuorokauden ylellinen Seitsemäs taivas -viikonloppu sisältää superior-huoneen, huonetervehdyksen, MikkeliMenu-illallisen sekä lähiruokatuotteista tehdyn Makuja maalta -lounaan. Spa tarjoaa pakettiin vartalonkuorinnan, lämminkivihieronnan ja kasvo- tai jalkahoidon. (Anttolanhovi 2017h.) Lisäksi Anttolanhovissa tarjotaan aktiivisia viikonloppupaketteja, joihin kuuluu 4–5 tuntia opastettua hiihtoa, melontaa tai lumikenkäretkeilyä sekä retkievää, aamiaiset ja päivälliset. Hotelli sisällyttää jokaiseen varaukseen liikuntasalivuoron, kuntosalin, allasosaston sen ollessa auki ja erilaisia liikuntavälineitä. (Anttolanhovi 2017i.) Ulkoaktiviteeteiksi on listattu frisbeegolf, tennis, rantalentopallo, pihapelit, geokätköt, ulkoilureitit ja luontopolut sekä erilaiset vesiaktiviteetit. Vuokoksi tai lainaksi saa pelejä varten tarvittavia tarvikkeita, kävelysauvoja, suksia, lumikenkiä, maastopyöriä, kalastusvälineitä, soutuveneitä, kanootin, sup-laudan ja luistimia. Tarjolla on myös opastettu kalastusretki ja tilausristeilyt. (Anttolanhovi 2017j.)

Anttolanhovissa on kattavia virkistyspäiviin ja työkyvyn ylläpitoon suunniteltuja paketteja. Työkyvyn ylläpitopäivään on mahdollista saada jatko-osa, jolloin toisessa osassa tehtyjä suunnitelmia ja testejä verrataan ensimmäiseen osaan saavutettujen tulosten selvittämiseksi. Päivät sisältävät lihaskunto- ja kehonkoostumusmittauksen ja niiden analysoinnin, luentoja, liikuntaa, saunomista ja herkkuja. (Anttolanhovi 2017k.) Niin yritysyhdistysten virkistyspäivien aktiviteeteissa kuin oheisohjelmissa on raikkaita, FinRelaxia myötäileviä

ideoita. Lähes kaikki vaihtoehdot sisältävät terveellisen aterian lisäksi yhden fyysisen ja yhden rentouttavan aktiviteetin. Mukana on luovan liikkeen työpaja, karjalanpiirakkapaja ja risupaja. Ulkoilma-aktiviteetteja ovat eri teemojenmukaiset metsäretket, lumikenkäretket, luontovoimaatreenit, sauvakävely, frisbeegolf, metsäjooga sekä laavuretket visailun ja eväiden kera. Nokipannukahvit ja tikkupullanpaisto sekä ravintolan menut ovat osa virkistyspäiväelämystä. Tavallisen saunan tai savusaunan löylyt kruunaavat päivän fyysisen toiminnan jälkeen. Day Spa on mukana yhdessä vaihtoehdossa joogatunnin ohella. Melontaretki tai kirkkovenesoutu tuo osallistujat lähelle vettä vaatien keskittymistä koko tiimiltä. (Anttolanhovi 2017l.) Oheisohjelmissa on vaihtoehtoina vielä kuivapukukellunta, savolaiset olympialaiset, vesi- ja ryhmäliikuntatunnit (Anttolanhovi 2017m). Saimaan risteilypaketeissa on mukana luontokokemusharjoitteita, eväiden nauttimista nuotiopaikalla ja kallio-maalausten ihailemista (Anttolanhovi 2017n; Anttolanhovi 2017o). Molemmissa risteilyretkissä saavutettava kohde ja siihen liittyvät tarinat lisäävät retkien kiinnostavuutta.

Vierumäen paketit sisältävät kaikki liikuntaa ja tähtäävät pääasiassa kunnon parantamiseen tai tekniikan kehittämiseen. Tunnit kestävät 30–90 minuuttia kerrallaan ja vuorokaudessa ohjelmaa kestää työpäivän verran vuorotellen lounaan ja välipalojen kanssa. Illallinen kuuluu pääosin paketteihin ja usein iltaisin allasalue on käytettävissä. Muutamissa paketeissa on yhdistetty esimerkiksi hierontaa. Paketit kestävät yhdestä yöstä viikkoon ja kohderyhminä ovat perheet, lapset, kaverukset, naiset, pariskunnat, tiettyjen lajien harrastajat ja yritykset. Pariskunnille suunnattu paketti sisältää muun muassa crosstraining-tunnin ja Day Spa -hetken (Vierumäki a). Useimmat muut yritykset jättävät liikunnan pois pariskuntien paketeista. Luonto on Vierumäen paketeissa tärkeä elementti. Tölttiä ja sporttia -viikonlopussa on yhdistetty maastoratsastusta islanninhevosilla sekä muun muassa kahvakuulaa ja saunajoogaa (Vierumäki b). Perhe on paras -paketti sisältää erilaisia treenejä sekä aikuisille että lapsille yhteisesti ja erikseen. Niistä maastopyöräily, perhesuppailu, polkujuoksu, luontojooga ja luontoasahi käyttävät hyväksi Vierumäen ympäristöä. (Vierumäki c.) Myös hyvinvointilomat sisältävät sekä reippaita että rauhallisia liikuntamuotoja. Body & Mind -hyvinvointiviikonloppu sisältää saunajoogaa, chiballia, vesiliikuntaa, vierujoogaa, metsävaellusta, metsäjoogaa, rentoutusta, dancemixia, kehonhuoltoa ja joogastrechingiä (Vierumäki d). Monessa paketissa on Active Hour -lipuke tai Sporttipassi, joilla pääsee ryhmäliikuntatunneille tai saa käyttöoikeuden liikuntapaikoille ja välineille (Vierumäki e). Sekä aikuisten että lasten Active Hour -tuntien tarjonta on kattava sisältäen sekä aktiivisia ja rauhallisia liikuntavaihtoehtoja (Vierumäki f; Vierumäki g).

Työhyvinvointipaketteihin saavat yritykset itse päättää sitoutumisaikansa yhdestä päivästä pitempiin jaksoihin (Vierumäki h). Hyvinvointia ja liikuntaa voi liittää kokouspaketteihin (Vierumäki i). Vierumäellä erityisesti sisälajien tarjonta ylittää muiden yritysten tarjonnan ja

ottaa hienosti huomioon niin lapset kuin aikuisetkin. Ulkoilmalajien määrä on hyvin verrattavissa muun muassa Hotelli Nuuksion mahdollisuuksiin lukuun ottamatta Vierumäen golfmahdollisuutta. Span hoitopaketeissa otetaan huomioon terveellisyys tarjoamalla asiakkaille hoidon jälkeen enemmän smoothie kuin kuohuviini (Vierumäki j).

Långvikilla on useita yhteistyökumppaneita, jotka tarjoavat oheishjelmaa kokouksiin ja ryhmäpäiviin. Niistä löytyy sekä hyvinvointi- että elämysvaihtoehtoja ja esimerkiksi retkipalvelut, sup-lautailu, kalastus sekä purjelautailu ovat lähellä FinRelax-maailman aktiviteetteja. Ohjelmat on suunnattu vain ryhmille, eikä hotelli- ja ohjelmalveluista ole koottu valmiita vaihtoehtoja. (Långvik a.) Liikuntaan yksityisasiakkaille tarjotaan vuokralle polkupyöriä, tennismailloja, kävelysauvoja, sup-lautoja ja lumikenkiä. Lisäksi sivuilla mainitaan tenniskentästä, beach volley -kentästä, kuntopolusta ja hiekkarannasta. (Långvik b; Långvik c.) Lähellä on Hirsala Golfin kenttä, jonka kanssa hotellilla on ollut golflomapaketti, ja Peuramaa Ski, josta ei ole tehty lomapakettia (Hirsala Golf 2015; Långvik d). Hotellin jäsenille ja muille halukkaille Långvikissa on tarjolla aamupilatestunteja sekä ryhmille ohjattuja sauvakävely- ja lumikenkäretkiä, vesijuoksua, vesijumppaa, pilates- tai core- ja joogatunteja (Långvik e; Långvik f). Hotellihuoneeseen kuuluu kylpylä, kuntosali, elokuvateatteri ja buffetaamiainen (Långvik g). Kylpylän erikoisuutena on kylpylän suihkujen elämyksellisyys. Poreallasoston yhteydessä on rentoutumisalue Jacuzzi Bar. Kylpyläalueella on varattavissa Vip-tilauksauna ja rannalta rantsauna, jotka molemmat ovat anniskelualueita. (Långvik h; Långvik i.) Hoitola tarjoaa ryhmille nopeita 30 min hoitoja ja kahta eri pakettia kuudelle ja kahdelletoista henkilölle. Mahdollisuutena on saada mukaan myös valokuvaus ehostamisen jälkeen. (Långvik j.) Span elämishoidot sisältävät suolahuoneen, rauhoittavan kylvyn ääniaaltojen kulkiessa vedessä, vartalon kuorinnan ja kylvyn sekä kide-huippukylmähoidon (Långvik k). Ravintolassa on tarjolla maistelumenü, joka sisältää neljä ruokalajia keittiön tervehdyksen kanssa (Långvik l). Lisäksi ravintolasta löytyy Kirkkonummi menu, brunssi, All Day lounas ja A la carte -lista. (Långvik m; Långvik n.) Thank God It's Långweekend -hotellipaketti sisältää kylpylän K18 ajan sekä sekasaunan, kuntosalin, game centerin, elokuvat ja Bistron loungeillan. Viikonloppupaketissa on huomioitu myöhäinen aamupala ja sunnuntaina myöhäinen checkout. (Långvik o.) Erityisen hyvänä palveluna Långvikin sijainnin takia pidän kuljetuspalveluiden järjestämisestä muun muassa lentokentältä (Långvik p). Långvikilla ei tarjolla muita paketteja Långweekendiä lukuun ottamatta, vaan toiminta perustuu lomien räätälöintiin myyntipalvelun avulla.

Viidentenä vaihtoehtona tutkin Kämp Span ja sen yhteydessä olevien hotellien, Kämpin ja Glo Kluuvin, palveluita. Hotellit ja spa ovat vertailtavista kohteista erilaisia kohteiden sijaitessa hyvin urbaanissa ympäristössä, mikä ei täysin vastaa FinRelaxin maailmaa. Spa

kuitenkin tarjoaa hyvän vertailupohjan koskien FinRelaxin hemmotteluun pohjautuvaa tuoteteemakokonaisuutta. Kämp Spa tarjoaa mahdollisuuden hiljentymiseen ja lepäämiseen, saunomiseen, kauneus- ja hyvinvointihoitoihin ja luonnonvaloon sauna-alueen lounge-tilassa. Lisäksi Span yhteydessä oleva kuntosali antaa mahdollisuuden liikunnallisempaan aktiviteettiin. Ylellisyys ei ole FinRelaxin arvo, mutta hyvin suunnitellut palvelut ja palvelualltiuden taso takaavat asiakkaille saumattomasti sujuvan kokonaisuuden.

Span omina paketteina ryhmille ja yrityksille on arvoltaan edullisempi hemmottelupaketti ja toinen hieman arvokkaampi herkuttelupaketti. Hemmottelupakettiin voi valita 25 tai 50 min hoidon kuohuviinin kera ja herkuttelupakettiin 25 tai 50 min hoidon tapaslautasen ja kuohuviinin kera. (Kämp Spa 2016a.) Herkut ja kuohuviinin voi nauttia span saunaosastolla, josta löytyy kolme erilaista saunaa (Kämp Spa 2016a; Kämp Spa 2016b). Myös Brasserie-ravintolan palveluita on yhdistetty span hoitoihin Kämp Spa & Brasserie lounaspaketissa. Lounaspakettiin sisältyy 50 min hoito ja kuohuviini spassa sekä kahden ruokalajin lounas Brasseriessa. (Kämp Spa 2016a). Kämp Spalla on myös ollut brunssipaketti, joka sisältää Brasserien sunnuntaibrunssin lounaan sijaan sekä Winter Break -paketti, joka sisältää 50min hoidon kahdelle, saunaosaston, kuohuviinin, Yume-ravintolan Street Style menun. Paketit löytyvät Span kevään 2017 uudistusremontin aikana vanhoilta internetsivuilta. (Kämp Spa a; Kämp Spa b.) Kämp Spa tarjoaa hotellin asiakkaille ja salijäsenille Power & Balance – sekä Body & Mind ryhmäliikuntatunteja, mutta liikunnallisia aktiviteetteja ei ole yhdistetty paketteihin (Kämp Spa 2016b).

Glosta löytyy hotellipaketti, joka yhdistää span ja hotellin palveluja, mutta eivät erityisemmin sisällä FinRelaxin mukaista sisältöä. EnjoyGlo tarjoaa majoituksen, buffetaamiaisien, 50% alennuksen á la carte -listan tuotteista ja piccolo kuohuviinin spa hoitojen yhteydessä (Glo Hotels). Hotel Kämpilläkään ei tällä hetkellä ole FinRelaxia mukailevia paketteja. Kuitenkin saunaosasto on sisällytetty moneen pakettiin, ja span kuntosali kuuluu jokaiseen huonetyyppiin (Hotel Kämp).

Taulukko 1. Lomakohteet ja -pakettien elementit

	Paketti	Ohjattu liikunta, luonto	Passiivinen hemmottelu	Ruoka	Lähiympäristö, välinevuokraus
Naantali Spa Hotel	Day Spa -paketit, Wellness-kokouspaketti, Polttarit, Baby Shower, Golf, Oma Trainer	Luonto- ja tuolijooga, kokous+jumppapallot, golf, oma trainer, kahvakuula, lavis, hydrotraining, jooga, kuntosali	Savi- ja turvehoidot, kauneus-sauna, kylpylä, perinteisen kauneushoidot	Päivän aterioita, terveellisyys teemana kokouspakettissa, useita ravintoloita	Tennis- ja beach volley -kentät, minigolfrata, uimaranta, suppailu, kalastus, veneily, pyöräily, lenkki- ja luontopolut, luistelu, pulkalla laskeminen
Anttolanhovi	Syntymäpäivät, pariskunnat, kokonaisvaltainen hemmottelu, Day Spa -lomanen, Seitsemäs Tavas, Aktiivinen viikonloppu, Risteilypaketit	(Metsä)Jooga, meditaatio, luontoterapia, opastettu vaellus/hiihto/melonta/lumikenkäretket, liikuntasalivuoro, kuntosali, liikuntavälineitä lihas-kunto- ja kehonkoostumusmittaukset, luovan liikkeen paja, kirkkovene-soutu, kuivapukukellunta, olympialaiset, vesi- ja ryhmäliikuntatunnit, risupaja	Luentoja, perinteiset kauneushoidot, hieronnat, vartalonkuorinta, allasosasto, tavallinen sauna, savusauna	Lähiaruoka, kolmen ruokalajin ateria, kahvi/tee ja leivos, shampanja-aamiainen, Mikkeli-Menu, Makuja Maaltalounas, retkievää, noki-pannukahvit+tik-kupulla, karjalampiirakkapaja	Ski Tornimäki, frisbeegolf, tennis, beach volley, piphapelit, geokätköt, ulkoilureitit, luontopolut, pyöräily, kalastus, souteleminen, melonta, suppailu, luisteleminen
Vierumäki	Paketteja perheille, lapsille, naisille, pariskunnille, lajeille ja yrityksille, Tölttiä ja sporttia, Body&Mind, Työhyvinvointipaketit, kokouspaketit, Day Spalla omat paketit	Crosstraining, ratsastus, kahvakuula, joogavaihtoehdot, maastopyöräily, suppailu, polkujuoksu luontoasahi, chiball, vesiliikunta, metsävaellus, rentoutus, dancemix, kehonhuolto, ryhmäliikuntatunnit, golf	Day Spa	Päivän ateriat, Smoothie (Day Spa)	Liikuntapaikat+välineet
Långvik	Kokouspaketit, ryhmäpäivät, Day Spa -paketit, Thank God It's Långweekend	Retkipalvelut, suppailu, kalastus, purjelautailu, aamupilates, vaellus/lumikenkäretket, vesijuoksu, vesijumppa, core- ja joogatunnit, kuntosali	Kylpylä (myös K18 aika), Day Spa (mm. ehos-tus, suolahuone, ääniaaltokylpy, vartalon kuorinta+kylpy, ki-dehuippukylmähoito), elokuva-teatteri, ranta- ja tilaussauna	Buffetaamiainen, Jacuzzi Bar, maistelumenu (neljä ruokalajia), Kirkkonummimenu, brunssi, All Day lounas, A la Carte -lista, Game center, Bistron loungeilta	Pyöräileminen, tennis- ja beach volleykenttä, kuntopolku, suppailu, lumikenkävaellus, hiekkaranta, Hirsala golf, Peuramaa Ski

Kämp Spa	Hemmottelupa- ketti, Herkuttelu- paketti, Brasserie lounaspaketti, Sunnuntai- brunssi&Spa, Winter Break	Kuntosali, Power & Bal- ance-tunnit, Body & Mind -tunnit	Sauna, kau- neus- ja hyvin- vointihoidot, loungesala	Kuohuviini, ta- paslautanen, Brasserie-lou- nas, brunssi, Yume Street & Stylemenu, aa- miainen	
-----------------	---	--	---	--	--

9.2 Havainnointipäivä 27.10.2016

Havainnointipäivä suoritettiin Nuuksiossa 27.10.2016. Havainnointipäivä on esitetty vapaamuotoisesti ja lineaarisesti havainnoijan kokemusten esiintymisjärjestyksen perusteella. Havainnointi dokumentoitiin kuvin ja muistiinpanoin. Päivän aikana keskusteltiin asiakkaiden ja työntekijöiden kanssa lisäinformaation saamiseksi.

Havainnoinnista ja keskusteluista nousi esiin tiettyjä teemoja ja elementtejä. Yhdessä tekemisen ilo korostui, mutta myös aikuisten oman ajan ja rentoutumisen tarve erottuivat. Tunnelma päivän aikana oli lasten osalta hyvin innostunut. Tunnetason merkitykset ja yksittäiset merkityksellisemmät kokemukset tulivat esille keskustellessa muutaman asiakkaan kanssa. Hotellin ympäristö herätti kuitenkin passiivisuutta mahdollisen aktiivisuuden sijaan, mikä johtui osittain kylmästä säästä. Ryhmätoiminta oli pääosin sujuvaa ja vei osin tutustumaan ulkoaktiviteetteihin. Luonto ympäristönä oli hyvin aito elämyksellisyyden elementti. Ohjelmisto oli monipuolinen ja -aistillinen, mutta moitteita sai uintiaikojen ja ruokailujen päällekkäisyys. Hotelliin oltiin pääasiassa tyytyväisiä ja palveluprosessit sujuivat pääosin hyvin. Hotellin toiminnasta ja yhteistyöstä palveluntarjoajan kanssa sekä palveluprosessista ryhmän saapuessa ja lähtiessä selvitettiin lisää keskustelemalla työntekijöiden kanssa.

Saapuessani Hotelli Nuuksioon aamuyhdeksältä oli suurin osa vieraista jo nauttinut aamiaisensa. Vastaanotossa oli lämmin tunnelma. Aamutelevisiosta tuli päivän uutisia, aamiainen oli tarjolla viereisessä salissa ja vastaanotto oli hyvä. Työntekijät eivät tosin olleet tietoisia havainnointipäivästäni, mikä vaati lisäselvittelyä. Tarkoitukseni oli havainnoida kokousryhmää, mutta kolmea päivää aikaisemmin saapunut RAY:n tukeman lomaryhmän aktiivinen päivä kuulosti paremmalta vaihtoehdolta ajatellen hyvinvointilomapakettia.

Vastaanoton ottaessa selvää vierailustani nautin aamiaista. Aamiaisella oli vielä yksi perhe, jota oli kuulemani mukaan nukuttanut hyvin. Aamiainen oli selkeästi katettu teemoittain omille pöydille, joiden välissä oli runsaasti tilaa liikkua. Aamiaistarjoilu oli perinteinen hotellibuffet ilman erityislisiä ja sisälsi marjoja, leikkeleitä, vihanneksia, puuroa, mureita, muroja, nakkeja, munakasta, teetä, kahvia, mehua ja Helsingin Sanomat. Huoneen

nurkasta löytyi pöytä likaisille astioille ja ruoantähteille, mutta ruokailupöydiltä löytyi paljon asiakkaiden jättämiä likaisia astioita. Ruokaa oli riittävästi tarjolla.

Aamiaisen jälkeen tutkin hotellin tiloja ja löysin ryhmän aikataulun fläppitaululta. Ennen aamiaista tarjolla oli aamusauna klo 7–9. Aamiaiselle oli varattu aikaa klo 8–9, jolloin se oli osittain samaan aikaan aamusaunan kanssa. Klo 9.30 vastaanoton työharjoittelija oli juuri aloittanut perheryhmän parin tunnin lastenhetken. Ennen sitä kävin katsomassa, miten aikuisilla meni Kotitreenit + terveellinen ruokavalio -luennolla. Aikuisia osanottajia oli paljon ja heidän kanssaan salille mahtui pari lasta, jotka eivät halunneet osallistua lasten yhteiseen aktiviteettiin. Aikuiset olivat kiinnostuneita ja kyselivät ohjaajalta kysymyksiä. Sali hotellissa on kompaktin kokoinen, mutta vastaa tämän hotellin tarpeeseen.

Lastenhuoneessa oli riemu ylimmillään polttopallon merkeissä. Ryhmässä leikki seitsemän lasta yhden ohjaajan kanssa. Yksi perhe oli päättänyt viettää päivän itsenäisesti. Lastenhetki aloitettiin esittäytymisellä, josta edettiin leikkien kautta värityskirjojen ja askartelun pariin. Tarkoituksena oli kuluttaa ylimääräiset energiat ensin fyysisten aktiviteettien parissa ja sitten keskittyä rauhallisempaan ohjelmaan. Ennen leikkihetkeä vastaanoton työntekijät sopivat viimeisistä järjestelyistä ja mahdollisista tilanteista tarvitta toista työntekijää apuna. Leikkihetken päättyessä vastaanoton työntekijä oletti vanhempien hakevan lapset, mutta lapset tuli kuitenkin viedä salille. Kerroin aikuisten olevan salilla, kun vastaanoton työntekijä oletti heidän olevan toisaalla. Lapset tuntuivat olevan tyytyväisiä ja innostuneita koko leikkihetken ajan ja tilanne oli vastaanoton työntekijällä hyvin hallussa.

Päivän ensimmäistä aktiviteettia seurasi lounas. Lounas tarjottiin aamiaisen tapaan buffetina. Lounaalle muodostui hetkeksi jono, joka purkaantui suhteellisen kivuttomasti. Salaatti ja kala loppuivat pöydästä, mutta niitä tuotiin pyydettäessä lisää. Jokaisen pöytätarjoilun päässä oli printattuna tarjolla olevat ruokalajit, sekä kehotus pyytää erikoisruokavalioiden vaihtoehtoja erikseen keittiöstä. Ruoat ja ruokien tiedot olivat selkeästi esillä. Vastaanotosta kuulin, että keittiössä olisi ollut sillä hetkellä liian vähän työntekijöitä.

Ryhmän aktiviteetteja ohjasi järjestön oma ohjaaja. Lounaan jälkeen siirryttiin ulos pelaamaan frisbeegolfia. Ryhmä palasi hitaasti ruokatauoltaan, ja frisbeegolfin tapahtuma-aikaa ja kokoontumispaikkaa haettiin alkuun. Tunnelma oli leppoisa. Frisbeegolfrata sisälsi elämyksellisyyden teoriasta läpikäymisen elementin, se oli sopivan haasteellista ja vaati keskittymistä. Listalla seuraavana oli uintiaikaa klo 15–18, jolloin aktiviteetti- ja vapaa-aikaan oli varattu vajaa kolme tuntia. Sään takia moni jätti aktiviteetin kokeiluksi tai kokonaan väliin. Perheiden pelatessa vietin itse aikaa tutkien hotellin lähimaastossa olevia kohteita. Saapuessani hotellille, oli ryhmälle katettu ruokailutilaan iltapäiväkahvit.

Uinti meni hieman päällekkäin klo 17 alkavan päivällisen kanssa. Edellisenä päivänä rantasauna ja allasosasto olivat olleet käytettävissä klo 18–21, mikä oli aiheuttanut mielipahaa uima-ajan ollessa päällekkäin iltapalan kanssa. Iltapala nautittiin molempina päivinä klo 19.30–20. Uintiajan ollessa nyt päällekkäin päivällisen kanssa, saapuivat perheet syömään eri aikoihin, eikä tämä aiheuttanut suuria ruuhkia ruokailutilassa. Päivällisen hinta ulkopuoliselle oli 15,50€. Muutettuun uintiaikaan ei edelleenkään oltu täysin tyytyväisiä, mutta pyyntöön oli kuitenkin reagoitu hotellin puolesta. Edellisenä päivänä vastaanottovirkailija oli joutunut ajamaan uintiajan päättyessä uimaan jääneen perheen pois ennen vesijumppatunnin alkamista. Vastaanotossa on näkömahdollisuus allasosastolle kameran kautta.

Aulatilassa on anniskeluluvat. Illalla aulassa oli muiden ryhmien edustajia nauttimassa juotavia päivällisen päätteeksi. Tv oli edelleen päällä, mikä vei paljon huomiota osassa aulatilaa. Osa lapsista leikki keskenään hotellin käytävillä ja leikkitiloissa ilman valvontaa.

Tiistain aktiviteetteina ryhmällä oli ollut ruokailujen lisäksi aamusauna klo 7–9, frisbeegolfstartti, Vireyttä arkeen ravinnosta -luento, ”kuntotestit” lapset vs. aikuiset, rantasauna ja allasosasto. Perjantaina saunomisen, uimisen ja ruokailujen lisäksi aktiviteetteina oli Smootheja ja uusia makuja -niminen aktiviteetti, metsäretki ja askartelua metsän aarteista. Suunnitellut aktiviteetit aktivoivat monipuolisesti eri aisteja.

Hotellin ympäristöstä löytyivät suuntamerkinnot kuntopolulle, laavulle ja kansallispuiston reiteille. Kokoushuvila Mäkitupa sijaitsee melkein pihapiirissä ja on helposti löydettävissä. Hotellin pihapiiristä löytyy myös rantasauna rantakabinetilla, avoin grillikatos, leikkipuisto, pururata, ohjelmapalvelutoimisto Hymyilevä Punaketun toimisto ja Työvälinemuseo, johon saa avaimen hotellin vastaanotosta. Pururadalla on mahdollisuus pohtia leikkimielisiä, luontoaiheisia kysymyksiä.

Hotellissa ryhmälle oli varattu iso Kelo-kokoontumistila. Lisäksi lapsille löytyi oma leikkitila ja pingishuone. Pingiksen lisäksi huoneessa oli kirjoja, pehmoleluja ja palloja, ilmoitustaulu kynineen sekä radio. Tämä huone tuntui suositulta lasten keskuudessa. Pingistarvikkeet sai hotellin vastaanotosta viiden euron panttia vastaan. Leikkitilaan sai lainata pelejä ja värikyniä tietotuvasta. Tietotuvan sijainti jäi epäselväksi, mutta oletettavasti kyseessä oli pingishuone, joka oli nimeltään myös Joutsen.

Lisäpalveluista löytyi informaatiota pöydiltä A4:n kokoisina tiedotteina, jotka saattoivat jäädä helposti huomaamatta. Tarjolla oli akupunktiohoitoja ja hierontaa. Kosmetologia hotellissa ei tällä hetkellä ollut kysynnän ollessa vähäistä. Hotellissa oli esillä taidetta, jota oli mahdollisuus ostaa. Tekijöistä löytyi tietoa pöydiltä ja seiniltä. Seinältä löytyi myös piirretty ja värein selvennetty kartta hotellin ympäristöstä. Kuntosalilla oli ilmoitus viikoittaisesta jumppakerrasta, johon osallistumisen hinta oli viisi euroa henkilöltä.

9.2.1 Asiakaskeskustelut

Keskustelin kahden perheen kanssa heidän lomastaan Hotelli Nuuksiossa. Hotelli sai sekä positiivisia että negatiivisia huomioita. Ensimmäisen perheen vanhemmat olivat arviolta noin kolmenkymmenenviiden vuoden ikäisiä ja lapset alle kouluikäisiä. He kertoivat loman olevan tervetullutta vaihtelua arkeen ja erityisesti tauko ruoanlaitossa merkitsi paljon. He mainitsivat muutamasta ongelmasta, vaikka sanoivat loman olevan päällisin puolin tervetullut ja positiivinen kokemus. Lapsille he toivoivat lisää aktiviteetteja ja uintiaikaa. He mainitsivat, että aikataulua ei oltu tehty hyvin, sillä päivällinen ja uintiaika menivät hieman päällekkäin. Aluksi viisi henkilöä oli majoitettu kahden hengen huoneeseen, jolloin yksi lapsista oli joutunut nukkumaan yön lattialla. Tämä oli korjattu seuraavaksi yöksi. Rantasauna, kylmä järvivesi ja pimeys olivat erityisesti lapsille jännittäviä elämyksiä. Hotelli Nuuksio ei ollut heille ennestään tuttu. He suosittelisivat paikkaa enemmän vanhemmille pariskunnille kuin lapsiperheille, sillä erityisesti tähän vuodeen aikaan hotellissa ei ollut tarpeeksi tekemistä.

Toinen pariskunta totesi loman olevan myös tervetullutta. Aika Nuuksiossa merkitsi ruoanlaitto- ja siivoamistaukoa, arjen rutiinien vaihtelua sekä yhdessäoloa perheen kanssa. Tämä lomailumahdollisuus oli heidän mielestään tarpeellinen. Perheen mielestä uiminen oli ollut kivaa. He mainitsivat aikataulun olevan huonosti suunniteltu uintiajan ja päivällisen mennessä päällekkäin. Kuitenkin he olivat tyytyväisiä, että tilannetta korjattiin aikaistamalla uintiaikaa tunnilla, jolloin aktiviteetit eivät olleet niin pitkälti päällekkäin. Ryhmän ohjaaja oli tarpeeksi joustava ja viisi perhettä oli sopiva määrä. Äiti mainitsi löytäneensä pölyä usealta pinnalta hotellihuoneessa. Hotelli Nuuksio ei ollut heille ennestään tuttu, mutta he voisivat tämän perusteella suositella paikkaa muille. Perheen vanhemmat olivat noin kolmenkymmenenviiden- ja lapset alle kouluikäisiä.

Lapset olivat innoissaan, koska alueelta löytyi paljon pokemoneja. He kertoivat, että olivat nukkuneet hyvin ja huoneiden olevan kivoja. Vastauksina kysymykseen siitä, mikä on kivointa, sain askartelun, pokemonien metsästämissä, pingiksen pelaamisen, ulkona pimeällä kävelemisen ja liukumäen jäisen pinnan. Erään lapsen mukaan mikään ei ollut tylsää.

9.2.2 Keskustelu vastaanoton kanssa

Hotellissa on tällä hetkellä kahdeksan työntekijää ja yksi työharjoittelija. Vuodepaikkoja hotellissa on 146. Hotellissa on normaalisti kaksi tai kolme ryhmää, jotka ovat kokoustamassa, kurssilla tai tuetulla lomalla. Ryhmillä on pääsääntöisesti oma vetäjä mukana. Ison ryhmän tullessa vastaanottovirkailija käy ensin vetäjän kanssa aikataulut läpi, jonka jälkeen ryhmät jäsenet kirjoittautuvat sisälle omatoimisesti. Toisinaan ryhmän vetäjät haluavat itse ojentaa jäsenille huoneiden avaimet. Yksittäisasiakkaille kerrotaan huone, aamiaisaajat, sauna-ajat ja palvelut. Koska hotellissa ei ole yöpävystystä, kerrotaan myös turvallisuusasiat, esimerkiksi kulkeminen yöaikaan. Mikäli yksityisasiakkaat ovat ostaneet ohjelmapalveluja hotellin nettisivuilta, tulee tieto siitä hotellille suoraan ohjelmapalveluyrittäjältä. Yrittäjät sopivat usein tapaavansa asiakkaat hotellin ympäristössä. (Vastaanoton työntekijä, 27.10.2016, Nuuksio.)

9.3 Arviot Hotelli Nuuksiosta TripAdvisorissa ja Facebookissa

TripAdvisorista löytyy kymmenen arviota Hotelli Nuuksiosta. Sivuston yhteenveto annetuista arvioista kertoo hotellin olevan hieman keskitasoista parempi arvioiden painottuessa erittäin hyvään ja keskitasoiseen. Asteikon erinomainen, huono ja todella huono jäävät kymmenestä arvostelijasta 1–2 ääneen. Siisteys ja nukkuminen koettiin onnistuneiksi 4–5 pisteen keskiarvoilla. Huoneet, palvelu ja hinta-laatusuhde arvioitiin 3,5 pisteen arvoisiksi. (TripAdvisor 2017.)

Facebookissa tähtiluokitus nousi 4,1 tähteen viidestä. Arviointeja oli yhteensä 82 kappaletta. Tyytymättömyys palautteissa koski pääasiassa ruokaa ja ravintolaa. Positiivinen palaute koski muita palveluita, kuten huoneita ja saunoja. Asiakaspalvelu sekä hotellin tarjoama sijainti ja rauha lisäsivät tyytyväisyyttä. (Facebook 27.3.2017.)

9.4 Asiakasnäkökulma

Asiakasnäkökulman löytämisessä tavoitteena on astua asiakkaan saappaisiin ja yrittää tulkita asiakkaan elämäntilannetta. Tätä kautta ymmärretään asiakkaan tarpeita ja oivalletaan palveluun liitettäviä lisäarvoa tuottavia yksityiskohtia. Erityisesti asiakkaan tiedostamattomat toiveet ovat useimmin löydettävissä asiakasnäkökulman ymmärryksen avulla. Asiakasnäkökulman löytämisessä sovellettiin Juha Tuulaniemen ja Jyväskylän ammattikorkeakoulun Palvelumuotoilun työkalupakki -julkaisun työkaluja. Näkökulma muodostettiin pohtimalla vastausta kysymykseen ” Mitä asiakas tuntee, ajattelee, kuulee, näkee, sa-

noo, tekee?” Lisäksi pohdittiin ahdistusta aiheuttavia asioita, ennakkoluuloja, esteitä, arvostuksen kohteita, odotuksia ja rutiineja. (Jyväskylän ammattikorkeakoulu 2010–2012.) Alla oleva teksti on muodostettu vastauksissa korostuneista huomioista.

Yhteenkuuluvuuden tunne korostuu perheenjäsenten yhteisten kokemusten kautta, lasten ja vanhempien ilon kautta ja ajasta keskittyä enemmän myös puolisoon. Oletuksena on, että aika rentoon yhdessäoloon sekä vanhempien ja lasten yhteisiin leikkeihin on monissa perheissä vähäistä. Yhteisen laatuajan lisääminen arjessa on toive sekä lapsille että aikuisille, mutta usein haasteellista. Velvollisuudet, talous ja kodinhoito ovat tyypillisimpiä arjen huolia. Lasten hyvinvointi, koulunkäynti ja työ voivat olla huolien lisäksi myös ilonaiheita. Ammatinvalinta ja työpaikka vaikuttavat aikuisten vapaa-aikaan ja taloudelliseen tilanteeseen. Aikuisilla on usein myös tavoitteita omien työuriensa suhteen. Lapsille on tärkeää aikuisen tuki muun muassa harrastusten suhteen, jolloin esimerkiksi kyyditseminen ja aikataulut vaikuttavat voimakkaasti myös aikuisen elämään. Tämä saattaa olla aikuiselle taakka ja menoerä, mutta lapsille tärkeä osa elämää. Pidemmällä tähtäimellä aikuiset toivovat rakentavansa lapsilleen mahdollisimman vakaata tulevaisuutta, jolloin vahvat perhesiteet ovat hyvä pohja tulevaisuudelle.

Lapset saattavat olla vahvasti kiinni koulu- ja harrastusmaailmassa tai olla sitä vastoin passiivia ja toimeettomia. Osa yläasteikäisistä nuorista toivoo omaa aikaa, itsenäisyyttä ja mahdollisuutta jättäytyä pois lomasta vanhempien kanssa. Aika omien kavereiden kanssa muodostuu tärkeämmäksi kuin aika perheen kanssa. Silti vanhemman läsnäolon merkitystä nuoren elämässä ei voi vähätellä. Muiden mielipiteet ovat tärkeitä nuorelle, mutta aikuisen tai lapsen elämässä niillä ei ole kovin paljon merkitystä. Vanhemman mielipiteeseen vaikuttaa eniten puolison mielipide. Julkisen ja kotiarjen käyttäytymisen erot saattavat vaihtelevat. Lapsen ja nuoren käyttäytyminen heijastaa usein suorasti omaa hyvinvointia.

Tasapainoisessa perhe-elämässä sekä lapset kokevat saavansa aikuisilta tarpeeksi huomiota ja aikuisilla on aikaa myös toisilleen. Perhe-elämän ohella aikuisten tyytyväisyys omaan työelämään vaikuttaa kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin, sitä kautta myös muuhun arkeen. Tämä pätee myös toisinpäin. Arkielämän rutiinit, kuten yhteiset päivälliset tai saunahetket lujittavat perhesiteitä. Konfliktitilanteet ratkaistaan yhdessä ja niissä ollaan reiluja. Perhe-elämään kuuluu leikkiä, huumoria, naurua ja yhteisiä projekteja sekä niiden lisäksi yhteisiä hyvin toimivia sääntöjä ja velvollisuuksia. Vastuuta jaetaan lapsille sopivasti esimerkiksi kodinhoidosta.

10 Ennakoi ja ideoi: Asiakasymmärryksen tulokset

Keskusteluista selvisi, että aikuiset arvostivat lomassaan erityisesti arkeen tullutta vaihtelua, taukoa kodinhoidon velvoitteisiin ja yhdessäoloa. Lapset arvostivat elämyksiä ja leikkejä muiden lasten kanssa, kuten pokemonien metsästystä, pimeyttä ulkona sekä ranta-saunaa ja kylmää järvivettä. Vanhemmat toivoivat kuitenkin lapsilleen enemmän aktiviteetteja ja uintiaikaa. Kylmällä säällä rima lähteä ulos ilman ohjattua aktiviteettia oli monille korkea, ja hotellin ympäristöstä sekä palveluista puuttui yllyke saada asiakkaita ulos. Ensimmäiset havaittavat ulkoaktiviteetit ovat hieman hoitamaton leikkikenttä, ranta, ulkoilureitit visailukysymyksineen ja frisbeegolfrata sekä sisällä kuntosali, leikkihuone ja lukuhuone pingiksen peluumahdollisuudella. Välinevuokrauksesta frisbeerataa varten ei mainita hotellissa eikä nettisivuilta (3.11.2016). Internetsivuilla on sen sijaan maksullisia aktiviteetteja tarjolla. Ympäristö jää helposti virikkeettömäksi, jos asiakas ei halua tai voi maksaa lisäpalveluista. Vieras ympäristö jättää passiiviseksi myös, mikäli aluetta ja sen aktiviteettivaihtoehtoja ei esitellä selkeästi. Toivottavaa on, että asiakkaat pysyvät Nuuksion alueella, eivätkä hakeudu muihin palvelukeskitymiin. Hotellista lähimpään palvelukeskitymään, Espoon keskukseen, on noin 15 kilometrin matka.

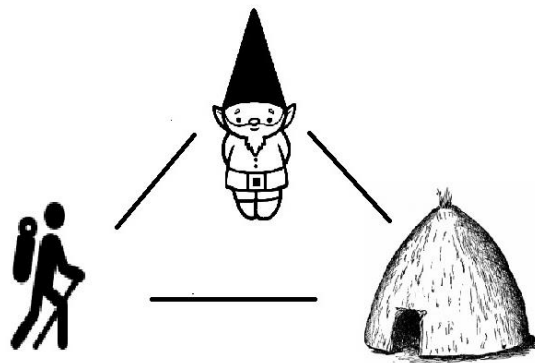
Havainnointipäivänä kiinnitin huomiota siihen, että lapset leikkivät välillä keskenään hotellissa. Uskon, että aikuiset nauttivat hetken omasta rauhasta ja kokivat hotellin olevan tarpeeksi turvallinen levähtämiseen ilman lasten valvomista. Turvalliseksi koettu hotelliympäristö on ilahduttava asia, mutta lasten vapaa oleminen voi olla häiriöksi muille vieraille ja henkilökunnalle. Turvallisuutta ei voi myöskään unohtaa piha-alueella ja aktiviteeteissa. Hotellin allasalue on hyvin vetovoimainen ja sen valvomisen takia rajoitettu käyttö koettiin harmilliseksi. Nuuksion vahvuus sijaitsee luonnossa, jolloin panostamalla enemmän piha-alueen palveluihin saadaan allasalueeseen kohdistunutta kiinnostusta siirrettyä muualle. Tarinallisuuden liittäminen piha-alueen kohteisiin ja paketin sisältöön vie mielenkiintoa sisätiloista ulos sekä lisää hotellin vetovoimaisuutta perhekohteena. Luonnonvalon täyttämä allasalue on silti upea palvelu Hotelli Nuuksiossa ja jatkossakin hyvä aktiviteetti muiden ohella. Myös ranta-saunan arvo on tärkeä suomalaisena elämyksenä ja aktiviteettina.

10.1 Hotellin kehittäminen perhelomakohteena

Asiakaskokemuksen kehityskohteiksi valikoitui perhepaketin arvon lisääminen ulkona tapahtuvia aktiviteetteja kehittämällä, maksuttomia aktiviteetteja lisäämällä ja elämyksellisyttä ja mielikuvituksellisuutta luomalla. Ympäristössä on potentiaalia monille leikeille ja pienelläkin vaivalla tehtyihin maksuttomiin leikki- ja pelipisteisiin. Napakelkka on hyvin perinteinen talven aktiviteetti, jonka voi rakentaa jäälle tai maalle. Hotellin tyyliin sopii välttää

liian keinotekoisesti rakennettuja pisteitä ja keskittää ideat puihin, juuristoon, kiviin, pensaisiin ja lehvästöön. Tästä esimerkkinä pienelle alueelle sijoittuva peikonkoti, josta löytyy nimetyt keittiö, olohuone ja eteinen. Kodin sisutuselementit muodostuvat luonnonmateriaaleista ja niille on kodissa omat paikat. Leikkiminen vaatii luovuutta ja mielikuvituksen käyttöä sekä mahdollisesti esittelyn hotellin puolesta, jotta ympäristöstä syntyisi lapsen mieleen ”uusi maailma”. Jo sisäänkirjautumisen yhteydessä lapsille voidaan kertoa tarinaa peikon kodista, jonka asukki on esimerkiksi sukuloimassa, joten sisällä voi hyvin käydä. Tärkeää olisi, että vanhemmat voisivat halutessaan osallistua tai seurata leikkejä.

Tarinallisuus lisää hotellin ja sen ympäristön kiehtovuutta sekä inspiroi myös aikuista. Maskotti, kuten hotellitonttu, metsäpeikko tai -neito, jonka kanssa voi kommunikoida lomatahtumista postitse kirjein tai piirustuksin ilman, että hahmoa fyysisesti näkee, kehittää lapsen mielikuvitusta. Kirjeenvaihtoa helpottavat valmiit, helposti muokattavat pohjat. Hahmo on liitettävissä leikkipaikkoihin ja aktiviteettien tarinoihin muodostaen eheän teeman. Maskotti on myös hyvä unilelu. Kun unilelu odottaa lapsen sängyssä, ehtii siihen loman aikana kiintyä. Lopuksi unilelun voi antaa tai ostaa matkamunistoksi, jolloin Nuuksion loma nousisi keskustelunaiheeksi vielä jälkeenkäin.



Kuva 1. Yhtenäinen teema ja harmonia (Clipartfest 2016; Fine Dictionary 2017; Word kuvake)

Perheessä saattaa olla lapsia useammilta ikäkausilta. Teini-ikäiset eivät välttämättä tahdo osallistua perheen aktiviteetteihin, vaan toivovat omaa rauhaa tai ystävien läsnäoloa. Mikäli perheloman ydinajatuksista joustetaan, perheen teini-ikäisille tarjotaan pakettiin huonetta kaverin kanssa hieman alennetulla hinnalla. Vanhemmille lapsille osa päivän aktiviteeteista olisi haastavampia, kuten laskettelua, joogaamista tai kalliolaskeutumista.

Hotellin aulatilaa tunnelman virittäminen illalla hieman rennompaan ja rauhallisempaan onnistuu esimerkiksi musiikin avulla. Televisio on tilassa paljon huomiota vievä ärsyke ja vähentää helposti sosiaalisuutta tai häiritsee esimerkiksi lukuhetkeä aulatilassa. Himmentyillä valaistuksella saadaan iltaisin tilaan vielä rahoittavampi tunnelma.

11 Ennakoi ja ideoi: Paketin suunnittelu ja kehittäminen

Havainnointipäivänä lomapaketin kohderyhmäksi sovittiin perheet. Hotellin tavoitteissa on tuettujen lomien vähentäminen ja perinteisten perhelomien myynnin lisääminen. Tämän opinnäytetyön konkreettisena mittarina voidaan pitää suunnitellun perheiden hyvinvointilomapaketin lanseeraaminen joko sellaisenaan tai sen kaltaisena. Toinen abstraktimpi tavoite on välittää ja kehittää hyvinvointia asiakkaiden kesken.

Aktiviteetteja ideoidessani otin huomioon Nuuksion palvelujen tarjonnan, benchmarking-osiossa esiintyvät palvelut, pohdin asiakasprofiileja ja -näkökulmia, muistelin havainnointipäivää ja sen aikana käytyjä keskusteluja, kirjoitin ylös ulkona tapahtuneita lapsuudenajan leikkejä sekä kuuntelin muiden muistoja. Arvon lisäämisessä käytettiin apuna Palvelumuotoilun työkalupakin apukysymyksiä: miten tuottaa arvoa ymmärtämällä asiakkaan rutiineja ja toimintatapoja, miten lomaan varaudutaan, miten tuottaa arvoa vähentämällä ennakkoluuloja ja hankaluuksia sekä miten tuottaa arvoa selvittämällä asiakkaan tiedostetusti ja tiedostamattomasti tavoitellut asiat (Jyväskylän ammattikorkeakoulu 2010–2012). Näiden lisäksi kertosin elämyksellisyyden ja palvelumuotoilun teoriaa. Palvelumuotoilun työkalupakin vaiheita ja tehtäviä mukaillen ideoita ja valaistumisia syntyi hiljalleen ilman suurempaa suodatusta. Moni ideoista ei ollut konkreettinen, mutta sellaiseksi kehitettävissä oleva vaihtoehto.

11.1 Aktiviteetit

Aktiviteettivaihtoehdoissa huomioin iät ja mahdollisuuden kokea aktiviteetti yhdessä. Kriteereinä ovat FinRelaxin arvot, luonnon läheisyys, ulkoilma ja elämyksellisyyys. Vuodenajat asettavat rajoitteensa tekemisille, mutta esimerkiksi sateinen sää ei välttämättä ole este ulkoilma-aktiviteeteille, kun asiakkaat ovat osanneet varautua oikein ulkovarustein. Hotelli voi antaa varausvahvistuksessa vinkin ottaa mukaan säähän ja ulkoleikkeihin sopivat vaatteet. Pakkaamiseen liittyvät vinkit ovat vahvistuksessa pieni yksityiskohta, joka helpottaa lomaan valmistautumista ja virittää ajatusmaailmaan ulkona olemisesta.

Aktiviteetit tapahtuvat joko Hotelli Nuuksion ympäristössä tai jossakin lähiseudulla, jolloin kohteeseen tarvitaan kuljetus mieluiten hotellin tai palvelunjärjestäjän puolesta. Asiakkaan itse siirtyessä aktiviteettipaikalle on asiakasta ohjeistettava hyvin reitin kanssa. Vaihtoehdoista useampi palveluntarjoaja löytyy Nuuksion lähipalvelut -kappaleesta.

Elänteemaiset aktiviteetin ovat mahdollisia ympäri vuoden, tuovat luonnon lähelle ja antavat mahdollisuuden viettää aikaa eläinten kanssa. Kevyt ratsastuskoulu, maastoretki tai kärryajelu kesäisin ja rekiajelu talvisin ovat elämyksiä lapselle kuin aikuisellekin, samoin

koiravaljakkoajelu tai koiran kanssa vaeltaminen kansallispuistossa. Näissä palveluntarjoajina voivat olla Nuuksion Taika, Vihdin ratsastustalli tai Nuuksio Arctic Expedition. Todennäköisesti helpointa on viedä asiakkaat tai neuvoa tie palveluntarjoajille kuin kuljettaa eläimiä hotellille.

Järvi on elementtinä yhdelle kategorialle. Kesäisin sup-lautailu olisi ihanteellinen aktiviteettivaihtoehto hotellin rannasta. Lautoja tulee saada hotellilta tai palveluntarjoajalta. Sup-lautailu ei välttämättä tarvitse ohjaajaa, mutta sellainen on hyvä olla ensimmäisellä lautailukerralla mukana. Ohjatulla kierroksella voi järven ympäristöstä tarinoida ja esitellä jännittäviä paikkoja. Aikataulun toiselle aktiviteetille varatussa tilassa sup-lautailu on nopeasti ja helposti toteutettava aktiviteetti. Soutelu on toinen samankaltainen vaihtoehto. Soutelusta on muunnettavissa retkeksi tekemällä veneeseen eväskorin, joka sisältää helposti veneessä nautittavia eväitä. Sup-lautailu ja soutelu onnistuvat keväällä jäiden sulettua myöhäiseen syksyyn asti.

Kesäisin onginta on luonnollisesti yksi vaihtoehdoista. Kalastamisesta kiinnostuneille pilkkiminen eväiden kera on vaihtoehto järven jäällä tapahtuville aktiviteeteille. Oikealla luonnonjäällä luisteleminen ei ole itsestään selvä kokemus kaikille, mikä tekee siitä elämyksellisen aktiviteetin monelle. Luistelukokemusta parantaa musiikki ja eväät kuuman juotavan kera. Edellä mainittujen talviaktiviteettien lisäksi Greenwindow tarjoaa kelluntapuvuissa avannossa kellumista kaakaoiden kera. Napakelkan rakentaminen onnistuu sekä jäälle että maalle.

Vaellus, erityisesti teemalla, sopii lapsiperheille. Vaellukselle on helppo liittää lounastauko, jossa kokkaamiseen voi itse osallistua. Lasten kanssa vaelluksella voi kertoa tarinaa, vaellus voi kohdistua taianomaiselle paikalle, kuten esimerkiksi lähteelle, jossa asuu prinsessoja tai menninkäisiä. Greenwindow lupaa jopa teatteria metsässä (Greenwindow 2014a). Teemat on mahdollista liittää vielä esimerkiksi kevään merkkien havainnoimiseen, sieniin ja marjoihin sekä hyönteisiin ja muihin eläimiin, kuten Flowerpecker lupaa (Flowerpecker 2015). Eväsretkelle omien voileipien tekeminen on jo aktiviteetti. Vaellukset ovat toteutettavissa ympäri vuoden, talvisin lumikengillä tai suksilla, ja ne ovat helposti räätälöitävissä lasten iän ja teeman mukaan. Geokätköily vie myös vaellukselle metsään. Tällöin vaelluksen motiivina toimii kätkön löytäminen ja sen sisältöön on helposti liitettävissä tarinallisuutta.

Kesäisin metsässä ja hotellin pihalla onnistuu metsäjooga ja -meditointi sekä akrobatia, slacklining-tasapainotaitelu, sirkustelu ja parkour (metsäesteiden ylittäminen sulavasti). Metsäjoogaa tarjoaa lähialueen palvelu Taivastalo. Akrobatia-, slacklining-, sirkustelu- ja

parkourihjauksesta on neuvoteltava jonkin Espoossa sijaitsevan sirkustelukoulun kanssa. Kalliolaskeutuminen on haastavampaa ja sopii paremmin vanhemmille perheenjäsenille. Kalliolaskeutumista järjestää muun muassa Erä-Atlas (Erä-Atlas b).

Ympäri vuoden onnistuu myös perheen yhteisenä projektina majan rakennus. Avustaminen esimerkiksi tarjoamalla rakennustarvikkeita, etsimällä jonkin verran majan rakennukseen sopivia rakennustarvikkeita maastosta ja osoittamalla majalle hyvä paikka helpottaa alkuun pääsemistä. Rakennusprojektissa tulee kerrata hyvin kansallispuiston luontoa koskevat säännöt ja rajoitukset. Lisäksi majojen on tarvittaessa oltava helposti purettavissa. Majan onnistuessa hyvin siitä voi tulla koko loma-ajan tärkein leikkipaikka. Talvisaikaan sään ollessa suotuisa majanrakennusprojekti on vaihdettavissa lumilinnan rakennusprojekti. Talvella mäenlasku pulkalla, laudalla tai suksilla onnistuu Solvallon Swinghillissä tai Kirkkonummen puolella Peuramaan laskettelukeskuksessa.

Päivän toinen aktiviteetti on kestoaltaan lyhyempi kuin ensimmäinen. Sitä edeltää joko parin tunnin oman ajan hetki tai päivällinen riippuen valitusta aikataulusta. Toisessa aktiviteetissa suositaan lajeja, jotka eivät tarvitse ohjaajaa ja tapahtuvat hotellin lähiympäristössä. Vaihtoehtona on aikuisille ja vanhemmille lapsille hieronta- ja kauneushoidot. Mahdollisuutta antaa lapset hotellin vastuulle hetkeksi on pohdittu, mutta mikäli hotellin resurssit eivät tähän riitä, kahden tunnin aika voidaan jakaa vanhemmille kahdeksi vuoroksi. Tämä sotii vastaan ajatusta yhdessä tekemisestä, mutta antaisi aikuisille mahdollisuuden levähtää hetken aktiivisen päivän jälkeen. Lisäksi kasvo-, käsi- tai jalkahoito olisi nuorelle yksi mieluisa aktiviteettivaihtoehto. Illan ollessa pimeä vain hotellin valaistu alue sopisi toiminta-alueeksi, mikä kannattaa ottaa huomioon myös majan rakennuspaikkaa suunniteltaessa. Sisäliikuntatilat, kuten kuntosali ja iso kokoushuone sopivat tilanteen vaatiessa muun muassa slackliningille, akrobatialle, sirkustelulle ja joogalle.

11.2 Mallinna ja arvioi: Paketin runko ja draamankaari

Asiakasnäkökulma selvensi kohderyhmän arvomuodostusta, jonka perusteella paketeissa painotetaan emotionaalista ja toiminnallista arvoa. Aktiviteeteissa suositaan yhteistyötä vaativia vaihtoehtoja ja pakettiin suunnitellaan hetki, jossa perhe voi rentoutua omassa rauhassa. Kiireetön aikataulu tuo vastapainoa arjen hektisyydelle.

Ensiksi suunniteltiin runko aloittaen paketista, jonka kesto olisi perjantaista sunnuntaihin, mutta joka ei ole sidottu kyseisiin päiviin. Paketti on kahden yön pituinen, mutta helposti räätälöitävissä yhden yön pituiseksi. Haastetta runkojen suunnitteluun toi lasten ikäkauman suuri mahdollinen vaihtelu, myös sisäisesti perheissä. Aktiviteeteille jätetty aika ei saa olla liian pitkä perheen pienimmille, mutta tarvittaessa pitempi aika sopii vanhemmille

lapsille. Lisäksi pienten lasten perheissä päivä alkaa usein aikaisemmin kuin vanhempien lasten perheissä. Lähinnä ikäjakauman, mutta myös haluttujen aktiviteettien takia suunniteltiin kaksi eri runkoa aikatauluille, jotka joustavat kyseisten kohtien mukaan. Molemmissa suunnitelmissa runko on hieman erilainen vain toisena päivänä, ”lauantaina”, päivän pääaktiviteetin ollessa yhdessä kolme tuntia ja toisessa viisi tuntia pitkä. Palveluntarjoajan ehdotuksen perusteella voidaan valita jompikumpi aikatauluista. Rungot löytyvät liitteenä opinnäytetyön lopusta (liite 1).

Joustavuus paketin aikataulussa ja aktiviteeteissa lisää asiakkaan vaikutusmahdollisuuksia lisäarvoa luoden. Aktiviteettivalinta tehdään varauksen yhteydessä asiakkaan kontaktoidessa hotellia, jolloin hotelli aloittaa sähköpostikeskustelun aktiviteettitoiveista asiakkaan kanssa. Asiakkaiden saapuessa tarpeelliset varaukset ohjelmapalvelutoimistoon, keittiöön, saunalle ja hotelliin on tehtynä hotellin toimesta. Ihanteellisinta olisi sisällyttää kaikki aktiviteettivaihtoehdot pakettiin niin, ettei pakettihinta muuttuisi valintojen mukaan. Todennäköisesti paketit vaativat hinnoittelun esimerkiksi aktiviteettikategorioiden perusteella.

Paketin draamankaari alkaa asiakkaiden sisäänkirjautuessa hotelliin, jolloin esitellään tulevan päivän tai päivien ympäristö, hotelli, toimipisteet ja ohjelma. Vieraiden saapuessa huoneeseen löytyy sieltä unilelu ja kirje lomapakettia varten kehitetyltä hahmolta, jossa informoidaan postilaatikosta. Iltaan kuuluu hotellipäivällinen, mahdollisuus saunomiseen ja uimiseen sekä iltapala. Nämä ensimmäisen lomapäivän kohdat rauhoittavat ja edistävät heittäytymistä rentoon lomatunnelmaan, mutta myös herättävät innostusta, mielikuvitusta ja kiinnostusta draamankaaren ensimmäisen vaiheen mukaisesti.

Seuraavana päivänä hyvän ja runsaan aamiaisen jälkeen tehokas toiminta alkaa ohjelmapalvelutoimiston aktiviteetin alkaessa klo 10. Aamusta ei toivota liian aikaista ja hektistä, mutta aikaa on hyvä jättää riittävästi päivän ohjelmalle. Ensimmäiselle aktiviteetille on varattu aikaa kolme tai viisi tuntia riippuen valitusta aikataulupohjasta ja aktiviteetista. Tässä osiossa on mahdollista myös järjestää kahta eri aktiviteettia palveluntarjoajan arvioidessa ajan useammalle aktiviteetille riittäväksi. Lounas nautitaan retkilounaan muodossa ensimmäisen aktiviteetin aikana. Retkievääät tulevat hotellista.

Ensimmäisen aktiviteetin jälkeen on aikaa palautua ja levätä hotellissa. Ihanteellisessa tilanteessa ensimmäinen aktiviteetti jatkuisi innostuksen myötä myös sen jälkeisessä vapaa-ajan osiossa. Esimerkiksi rakennettu maja voi yllyttää leikkeihin valmistumisen jälkeen. Ruokailuajoista halutaan lapsiperheessä pitää kiinni, jolloin päivällisen aika hotellin

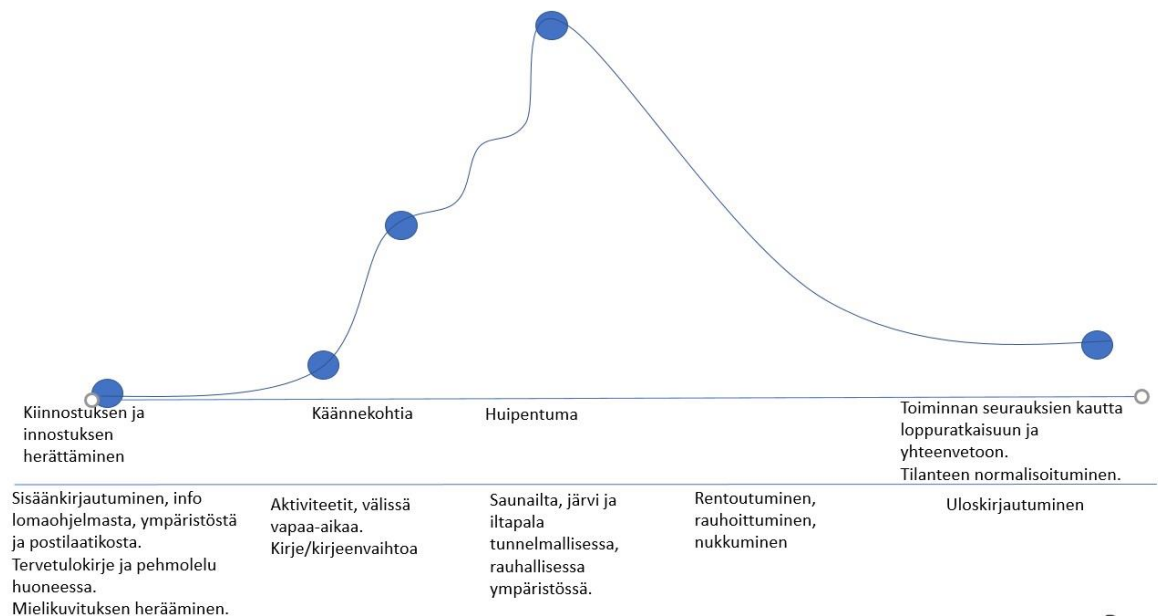
tiloissa on vapaa-ajan jälkeen klo 17. Nuuksion keittiössä on vaalittu lähiruokaa ruoanlaitossa ja puhdas ruoka on yksi FinRelaxin painopiste (Visit Finland 2015d). Päivällisen jälkeen on vielä aikaa jollekin hotellin lähimaastossa suoritettavalle aktiviteetille, kuten esimerkiksi metsävaellukselle, sup-lautailemiselle tai kalastukselle. Toiselle aktiviteetille on varattu aikaa 1–1,5 tuntia riippuen valitusta aikataulusta. Aikataulussa, jossa ensimmäiselle aktiviteetille on varattu kolme tuntia, oman ajan jälkeen on aika toiselle, hotellin lähimaastossa tapahtuvalle aktiviteetille ennen päivällistä. Näin ollen aikatauluissa on erona toisen aktiviteetin paikka joko ennen tai jälkeen päivällisen. Onnistumiset, uudet kokemukset ja hyvä tunnelma kehittävät elämystä nousujohteisesti. Suunnitellut lepotauko ja toinen aktiviteetti ovat käännekohtia draamankaarella osaltaan neutralisoiden ja nostattaen tunnelmaa ennen huipentumaa. Retkilounas ulkona lisää moniaistillisuutta ja kehittää luontoyhteyttä.

Aktiviteetit voivat sisältää draamankaareissa huipentumia, mutta loman päähuipenukseksi on suunniteltu rantasauna, ranta tai avanto, jotka aktiivisen ja runsaan ulkoilun jälkeen kruunaa päivän rentouttavuudellaan. Päivä saattaa olla hyvinkin hektinen lasten kanssa, jolloin levolliseksi suunniteltu ympäristö ja tunnelma saunomisen jälkeen auttavat rauhoittumaan ja valmistavat kaikkia tulevaa yötä varten. Pimeänä vuodenaikana, pihavalaistuksesta huolimatta, vastaanotosta mukaan annetut lyhdyt tuovat tunnelmaa jo saunalle siirryttäessä. Kori täynnä kauneus- ja hyvinvointituotteita saunassa ilahduttaa kävijöitä. Ennen hotellille siirtymistä iltapalan nauttiminen omassa rauhassa saunalla syventää kokemusta. Kiuasmakkara osallistaisi kävijöitä iltapalan tekemiseen. Iltapalan ajaksi laitettu rentouttava musiikki ja valaistus rauhoittavat nukkumaanmenoa kohti. Valaistuksessa voidaan käyttää esimerkiksi ledkynttilöitä. Mikäli rantasauna ei ole saatavilla, voi saunomisen siirtää hotellin tiloihin. Sauna- ja iltapala-ajalle on varattu aikaa 2–2,5 tuntia valitusta aikataulusta riippuen. Siirtyminen hotellin tiloihin tapahtuu viimeistään klo 21 tai 21.30.

Seuraavana päivänä ryhmä herää hyvin nukkuneena ja nauttii hyvän aamiaisen ja mahdollisesti viettää hetken hotellin ympäristön aktiviteeteista ennen kuin loma päättyy yhteenvetoon lomahetkestä uloskirjautumisen yhteydessä. Jo sisäänkirjautumisen yhteydessä on hyvä mainita omakustanteisen lounaan nauttimisesta ennen kotimatkaa lähtöä, sillä moni saattaa käyttää tämän mahdollisuuden hyväksi. Sunnuntaiaamun toivotaan olevan myös rauhallinen, jotta saavutettu hyvä olo säilyisi kotiin asti. Viikon sisällä lähetettävässä jälkimarkkinointikirjeessä, esimerkiksi palautekyselyssä, voidaan lähettää terveiset lomalla mukana olleelta lasten omalta hahmolta.

Aikataulusta suunniteltiin väljä, jolloin osioiden välillä on helppo joustaa. Aktiviteetteihin vaadittavat ajat ovat joustavia ja vapaa-aikaa jää myös levähtämiseen. Päivän tempolla

on merkitystä loman levolliseen vaikutukseen. Tapahtumajatkumo ja sen edistäminen herättävät hiljalleen innostusta, onnellisuutta ja hyvää oloa vieden lopulta esteettiseen ja tyyntävään saunahetkeen. Loogista on jättää saunominen aktiivisen päivän viimeiseksi vaiheeksi. Mikäli saunomista on vaikea järjestää tai lomaa halutaan lyhentää voi osioiden paikkoja helposti vaihdella. Saunomisen voi hyvin järjestää esimerkiksi sunnuntaiaamuna.



Kuvio 2. Lomapaketin draamankaari

11.3 Elämyksellisyys

Hyvinvointiloma on parhaimmillaan, kun se on merkityksellinen, koskettava, ainutlaatuinen ja moniaistillinen. Näiden lisäksi loman tulee herättää innostusta ja keskittymistä, aiheuttaa ajantajun kadottamista, leikillisyyttä ja olla sopivasti haasteellinen ja opettava. (Boswijk ym. 2012, 168-169.) Kaikki suunnitellut aktiviteetit voivat synnyttää yllä olevia tunnetiloja, varsinkin, kun aktiviteetti on uusi kokemus ja tapahtuu luonnon läheisyydessä. Moniaistillisuus ja ainutlaatuisuus syntyvät ympäröivästä luonnosta, sille herkistymisestä ja antautumisesta aistien vietäväksi. Nämä tunne- ja olotilat syntyvät siellä vietetyn ajan sekä siellä syntyneiden tarinoiden ja kokemusten kautta. Lapsiperheen loma ei usein anna mahdollisuutta rauhoittua kokonaisvaltaisesti tai sen mahdollisuus riippuu paljon lasten ikäkaumasta. Saunahetkeen pyritään luomaan rauhoittava tunnelma ärsykkein, jotka kehittävät rauhallisen ja rennon olotilan. Vaikutelma viritetään musiikin, valaistuksen ja ledkynttilöiden avulla. Sauna itsessään toimii fyysisen rentoutumisen muotona. Iltapala omassa rauhallisessa tilassa tyydyttää illan viimeisen tarpeen ennen nukkumaanmenoa. Iltapala voi olla korissa valmiina vastaanotossa tai valmiiksi tarjolla rantakabinetissa. Iltapalatarjontaan tutustumiseen liittyy yllätyksellisiä hetkiä varsinkin, jos sen saa itse kaivaa korista. Merkityksellisen kokemuksen tästä tekee yhdessä vietetystä ajasta syntyvät tunnetilat.

Metsässä luonnostaan aktivoituvat näkö- ja kuuloaisti. Kun aktiviteetti tapahtuu luonnonhelmassa, laajentuu kokemus tunto- ja hajuaistin puolelle. Makuaisti liitetään ruokailukokemusten kautta, jotka ovat osittain elämyshakuisesti yhdistetty osaksi aktiviteetteja. Aitous onnistuneen elämyksen elementtinä linkittyy suomalaisen luonnon aitouteen.

Haasteellisuuden taso vaihtelee eri aktiviteeteissa. Helpoimpina ovat vaellus koiran kanssa tai ilman ja kelluminen kelluntapuvuissa, kun taas haasteellisimpina sirkustelu, parkour ja slacklining. Muun muassa ratsastuksen oppitunti, geokätköjen etsiminen, jooga ja meditointi tuttuinakin lajeina mahdollistavat aina lisäkehittymisen. Sup-lautailu, pilkkiminen tai kalastaminen takaavat uusina lajeina oppimiskokemukset. Majan rakennus on selkeästi projekti, jossa koko perheen täytyy puhalttaa yhteen hiileen ja, joka on haasteellinen, opettava, luova ja leikkisä kokemus. Uuden oppiminen syventää kokemusta ja on omalla tavallaan kuin tuliainen kotiin vietäväksi. Näin haasteellisemmatkin aktiviteetit ovat perusteltuja, kun ne kohtaavat asiakkaan mielenkiinnon kanssa. Elämyksellisyyden elementtejä on pyritty tuomaan kaikkiin aktiviteetteihin tarinoiden ja mielikuvitusta vaativan toiminnan avulla. Hotellissa mielikuvituksen käyttöä edistää lasten oma hahmo, joka voi olla sama kuin aktiviteeteissa ja leikkipaikassa. Näin elämyksellisyydessä tärkeät teema ja harmonia säilyvät läpi koko loman innostuksen ja jännityksen kehittyessä siinä ohella.

Hotellilomaa ajatellessa kokonaisuutena hyvä elämys vaatii hyvän asiakaspalvelun, jonka takia palvelukokemuksen kosketuspisteet tulisi ottaa hyvin huomioon. Erityisesti Hotelli Nuuksion kaltaisessa ympäristössä kaipaisin hyvää ympäristön esittelyä, palvelupaketin ohjelman ja aktiviteeteissa huomioitavien kohtien läpikäymistä asiakkaiden kanssa ja sujuvaa siirtymistä aktiviteetista toiseen. Koska ohjelmissa on vaihtoehtoja, tulee vuorovaikutuksen aktiviteettivalintojen takia olla hyvätasoista jo ennen lomaa. Vaihtoehtojen myötä asiakkaille jää myös tunne, että he voivat itse vaikuttaa lomaansa. Näiden lisäksi sokerina pohjalla on yllätykselliset elementit, jotka ovat välillisesti kosketuspisteitä ilman suoraa kontaktia. Tällaiseksi voidaan lukea esimerkiksi paketeissa kirjeet lapsille ja sauna-alueen tunnelman rakentaminen ennen asiakkaiden saapumista saunalle. Henkilökunnan ymmärtäessä pienten yksityiskohtien merkityksellisyyden ja elämyksen elementit osana lomaa, voi uusia ideoita syntyä asiakkaiden jo ollessa lomalla hotellissa. Negatiivisten ärsykkeiden välttäminen, kuten ongelmallisen vuorovaikutuksen tai osioista toiseen epäonnistunut siirtyminen, herättää onnistuneita lomatumunelmia sujuvuudellaan. Ajantajun menettäminen ja tunnetilojen liittäminen lomaa ovat hyvin onnistuneen lomapaketin merkki. Boswijk ja kumppaneiden mukaan hyvä tunnelma vaikuttaa myös anteeksiantohalukkuuteen epäonnistumisen tapahtuessa (Boswijk ym. 2012, 170).

12 Pohdinta

Tutkimustyön pohjalta kehitettyjä tuotoksia verrataan tietoperustaan ja tavoitteen toteutumiseen. Lisäksi Hotelli Nuuksion palautteita analysoidaan ja verrataan omiin näkemyksiin. Lukuun liitetään pohdintaa tutkimustyön luotettavuudesta, tuotosten hyödynnettävyydestä ja jatkokehityksestä. Lisäksi tarkastelun alla on työprosessi ja oma oppiminen.

12.1 Opinnäytetyösuunnitelmassa esitetyt tavoitteet

Opinnäytetyön tavoite muotoutui työn edetessä. Suunnitelmassa mainitaan kolmen erilaisen hyvinvointilomapaketin muodostamisesta kolmelle eri asiakasryhmälle tarkoituksena tuoda monipuolisuutta hotellin tarjontaan. Kohderyhmiksi määritellään ympäröivästä yksityis- ja kokousasiakkaat. Visit Finlandin lanseeraaman FinRelax-hyvinvointimatkailun kasvuohjelman hyödyntäminen inspiraation lähteenä on yksi tavoitteista.

Tarkoituksena oli huomioida pakettien kulut ja myyntitavoite samalla pitäen hinnat kohtuullisena ja hotellin imagon mukaisina. Hotellin näkökulmaksi määriteltiin palveluiden myynnin edistäminen ja huonekäyttöasteen lisääminen. Suunnitelmassa painotetaan palveluiden muotoilua ja tuotteistamista yhdistämällä hotellin ja sen hyvinvointia tarjoavien yhteistyökumppaneiden palveluja. Palvelumuotoilun myötä kehitysprosessissa tavoiteltiin vuorovaikutteisuutta eri sidosryhmien kanssa ja asiakaskeskeisyyttä. Suunnitelmassa mainitaan asiakastutkimuksen ja nykytilanteen kartoittaminen paneutumalla Nuuksion alueen sekä Kokoushotelli Siikarannan ja Hotelli Nuuksion asiakasryhmiin.

12.2 Kehitystyön tulokset

Tuotoksena syntyi yksi hyvinvointilomapaketti, jonka kohderyhmäksi osoitettiin toimeksiantajan puolesta lapsiperheet. Paketin arvo ja sen välittämä hyvinvointi muodostuvat yhdessäolosta, luonnosta, saunahetkestä, rentoutumisen ja aktiivisuuden sopivasta suhteesta sekä tauosta arkeen. Tuotoksessa yhdistyy sekä hotellin että alueen ohjelmapalveluyrittäjien palveluita hotellin ydintuotteiden ollessa huone, ruoka ja sauna. Olemassa olevia palveluita muotoiltiin yhdistämällä lounas päivän aktiviteettiin, kehittämällä yksityinen saunahetki iltapalan kera sekä keskittämällä asiakaspalveluprosessia ja kiinteitä palveluita enemmän lapsiin ja yksityisasiakkaisiin. Asiakaspalveluprosessia muotoiltiin lisäämällä pakkausvinkkejä ja informaatiota hotellin ympäristöstä varausvahvistukseen, osoittamalla lapsia kiinnostavien palveluiden ja niihin liittyvän tarinan kertominen suoraan lapsille, lisäämällä tarinallisuutta aktiviteetteihin, huomioimalla lapset uloskirjautumisen yhteydessä

ja kertomalla terveiset lasten hahmolta palautelomakkeessa. Hotellin ympäristöön kohdistuvan muotoilun tuloksena syntyi metsään keskittyvä leikkialue. Lisäarvoa tuo myös postilaatikko, jonka välityksellä lapset voivat olla vuorovaikutuksessa lasten hahmon kanssa.

Yhden paketin suunnitteleminen kolmen sijaan teki työmäärästä ja toiminnan keskittämisestä huomattavasti helpommin käsiteltävän ja järkevämmän. Opinnäytetyösuunnitelmasta rajattiin ensimmäisellä ohjaukerralla pois myös hinnan- ja myyntitavoitteen muodostaminen. Tämä olisi vaatinut huomattavasti enemmän työtunteja ja muodostanut opinnäytetyöstä hyvin laajan yhdelle tekijälle. Aihetta käsiteltiin ehdottomalla paketin hinnoittelua aktiviteettikategorioiden perusteella.

Alkuperäinen tavoite jäi osittain saavuttamatta paketin jäädessä vaille viimeistä muotoaan. Paketin suunnittelun jatkaminen hankkimalla lisäaineistoa ideointi- ja palautetyöpajan avulla olisi johtanut opinnäytetyön pidentymiseen sekä ajallisesti että kirjallisesti. Päätös kirjata palautteet osaksi opinnäytetyötä ja jatkoehdotusten muodostaminen niiden perusteella on täten hyvin perusteltu.

12.3 Pohdinta viitaten tietoperustaan ja menetelmiin

Tietoperustassa työn aihetta tukevat luvut hyvinvointimatkan ja -matkailijan määritelmistä sekä aihealueen historiasta Suomessa. Maailmanhistoria on poistettu viimeisestä versioista sen ollessa liian etäinen aihe Hotelli Nuuksion paketteja ajatellen. Ensimmäisissä luvuissa käsiteltävät aiheet toimivat inspiroivina lähteinä työtä aloitettaessa ja virittävät lukijan hyvinvointimatkailun maailmaan. Historian käsitteleminen avaa näkökulmia Suomen hyvinvointimatkailun muotoutumisesta tähän päivään ja perustelee lomapaketin kehittämisessä huomioitua FinRelax-ohjelmaa.

Työtä suunniteltaessa pyrin sulauttamaan teorioista asianmukaisiksi havaitut kohdat osaksi palvelumuotoilun neljän vaiheen prosessisuunnitelmaa, jolloin useamman teorian huomioiminen onnistui johdonmukaisemmin (kuvio 1; liitteet 2-3). Kaikki menetelmät eivät kuitenkaan toteutuneet ajanpuutteen ja vähäisen havainnoimisen takia. Lisäksi tuotteet alkoivat muotoutua jo saadun aineiston perusteella toisen ja kolmannen vaiheen sekoituessa hieman keskenään.

Tuotoksessa on elementtejä FinRelaxista, palvelumuotoilusta, asiakaskokemuksen parantamisesta ja elämyksellisyydestä. Aktiviteetit luonnonhelmassa ja yhteinen saunahetki ovat osa FinRelaxia. Hotelli Nuuksio itsessään välittää hyvinvointia metsän ja luonnonveden läheisyydellä, lähimaastosta kerätyillä ruoka-aineilla sekä hiljaisella ympäristöllään.

Palvelumuotoilu tarjosi loogisen tavan edetä suunnittelutyössä ja helpotti keskittymistä oleellisiin asioihin, vaikka aluksi palvelumuotoilun työkalujen määrä hämmensi. Työkaluista valitsin työprosessin ohella havainnoinnin, asiakkaiden ja työntekijöiden kanssa keskustelemisen, asiakasnäkökulman selvittämisen ja ideointityöpajan hotellin kanssa. Näistä opinnäytetyösuunnitelmassa mainitsin havainnoinnin ja haastattelun, joka toteutettiin kevyinä keskusteluinä havainnointipäivänä ja jossa toteutin palvelumuotoilun vuorovaikutteellisuutta. Havainnointia ja asiakaskokemuksen selvittämistä ohjasivat palvelumuotoilun avulla muodostetut kysymykset (liitteet 4-5). Asiakasnäkökulman muodostamisessa seurattiin Palvelumuotoilun työkalupakissa esitettyjä työkaluja (Palvelumuotoilun työkalupakki, työkalut 2A-2B). Asiakasnäkökulman määrittelemisen tarkensi ongelmakohtia ja kirkasti tuotoksen tavoitetta, mikä johti paketin emotionaalisen arvonmuodostuksen tavoittelemiseen ja paketin suunnittelun alkamiseen. Myös palvelumuotoiluun liittyviä asiakaskokemuksen ja arvonmuodostuksen osuuksien ymmärrystä lisäsin omilla teoriaosuuksilla.

Suunnittelussa keskityttiin yhdenmukaiseen teemaan, vaikutelmiin, tunnelmaan ja harmoniaan sekä merkityksellisten elementtien toteutumiseen. Elämyksellisyys näkyy toistuvassa tarinallisuuden teemassa hotellin alueen kehitystyössä, lasten hahmossa ja myös aktiviteeteissa. Asiakkaille välittyvät vaikutelmat korostavat lasten tärkeyttä ja näkyvät pienissä yksityiskohdissa, kuten asiakaspalvelussa ja lasten omissa palveluissa muodostaen harmonisen kokonaisuuden teeman kanssa. Tunnelmaan panostetaan saunahetkellä, jossa vaikutelmien kautta välittyy rentoutuminen ja hemmottelu. Kokonaisuutena paketista toivotaan välittyvän asiakkaalle helppo ja toimiva palvelu, mutta sen toimivuutta voidaan tarkastella vasta kokeiltaessa. Tämä koskee myös muita lisäpalveluita, kuten lasten hahmoa ja postilaatikkoa. Pakettiin suunnitelluissa aktiviteeteissa toistuu luontoteeman ohella merkityksellisen elämyksen elementtejä. Kaikkia niitä on kuitenkin lähes mahdotonta yhdistää samaan aktiviteettiin. Sopivien aktiviteettien suunnitteleminen eri ikäisille lapsille on hankalaa. Liite 3 havainnollistaa elämyksellisyyden huomioimista suunnitteluprosessissa.

Tavoitteena oli kehittää hyvä asiakaskokemus huomioimalla palveluprosessia, asiakaspolkua ja sen kontaktipisteitä. Asiakaskokemuksellisuuden kolmesta tasosta ja arvonmuodostuksesta haettiin ymmärrystä havainnoinnin ja keskustelujen kautta. Asiakaskokemuksista käsiteltiin muotoilemalla lomapaketin asiakaspalveluprosessia ja pohtimalla asiakkaan arvonmuodostusta tuotoksia kohtaan. Palvelumuotoilulle ja asiakaskokemukselle ominaisten asiakaspolun ja kontaktipisteiden selvittämisestä saadut tiedot jäivät kuitenkin vajaiksi. Eheän kuvan muodostamiseksi lisätiedustelut ja -havainnointi useammasta asiakastilanteesta olisivat olleet aiheellisia. Tutkimustiedon puute oli syy jättää Customer Jour-

ney Canvas pois toteutuksesta. Customer Journey Canvaksen tai sitä vastaavan Blueprin-
tin rajaaminen oli haastavaa ryhmän ollessa viiden yön pituisella tuetulla lomalla, jota hae-
taan järjestön kautta. Keskustelu työntekijän kanssa kosketti lähinnä kontaktipistettä vas-
taanotossa ja asiakkaiden varausväyliä yleisesti. Työntekijältä saadut tiedot olivat myös
subjektiivisiä näkemyksiä, eivät havainnoinnin tulosta.

Ryhmän ohjelma oli havainnointiin sopiva, mutta keskusteleminen eri asiakasryhmien
kanssa olisi tuonut lisäinformaatiota tyytyväisyydestä hotellia kohtaan. Koska lomatu-
en saaminen edellyttää taloudellisia, terveydellisiä tai sosiaalisia rajoitteita, saattoi näillä edel-
lytyksillä olla vaikutusta keskusteluista saatuihin vastauksiin (MTLH). Oletettavasti omien
lomien järjestäminen ryhmän jäsenille on rajoitetumpaa, jolloin heillä on matalampi kynnys
olla tyytyväisiä saamaansa mahdollisuuteen. Kulut osallistujalle ovat vähäiset, jolloin odo-
tukset eivät luultavasti ole korkealla. Tämä ei kuitenkaan korreloi täysin tulosten kanssa,
sillä hotelli sai myös negatiivista palautetta. Keskustellessani asiakkaiden kanssa havait-
sin pientä kiusaantuneisuutta, joka saattoi juontaa aiheesta olla tuetulla lomalla. Kaikkia
palvelumuotoilun kysymyksiä, esimerkiksi kohteiden vertailun tekemisestä ennen lomaa,
en voinut esittää MTLH:n lomaryhmälle (liite 5). Lisäkeskustelujen avulla myös asiakasko-
kemuksellisuuden kolmesta tasosta (toiminnallinen, tunne- ja merkityksellinen) saadut ha-
vainnot olisivat saaneet vahvistusta tutkimusosion uskottavuuden ja yleistettävyyden li-
säämiseksi. Luottamuksen syntyminen pitemmällä aikavälillä olisi ollut keino kuulla syvälli-
sempiä ajatuksia. Palautteiden tutkiminen sosiaalisesta mediasta lisäsi ja tuki havainnoi-
nista saatua aineistoa selventäen asiakkaiden tarpeita ja toiveita. Palautejärjestelmän
kautta saatuja palautteita ei päästy lukemaan ideointi- ja palautepajan peruuntuessa.

Benchmarking-menetelmän merkitys korostui ideointivaiheessa ja paketin ohjelman ra-
kenteen suunnittelussa auttoivat muiden yritysten esimerkit. Vertailun haastavuutta lisäsi-
vät eroavuudet paketeissa ja tiedon esittämisessä internetsivuilla. Menetelmää tehdessä
järjestelmällisempi keskittyminen olennaisiin asioihin olisi helpottanut tiedon kirjallista jä-
sentämistä. Lisäksi Nuuksion alueen palvelutarjonta lisäsi luovuutta. Ystävien ja perheen-
jäsenten lapsuudenajan leikkien kuunteleminen sekä omien leikkien muistelemineen inspi-
roivat vahvasti paketin tarinallista maailmaa suunnitellessa. Ideointi- ja palautetyöpajan
ajatuksena oli kehittää tuotoksia vielä valmiimmiksi palvelumuotoilusta tuttujen leikkien
avulla. Työpajan avulla kehittäminen olisi tapahtunut siirtymällä työprosessissa kohtaan
yksi tai kaksi ja jatkamalla kehitystä työpajasta saadun aineiston perusteella.

Asiakasryhmien tarkastelu tapahtui tutkimalla Espoon ja pääkaupunkiseudun sekä Hotelli
Nuuksion asiakasryhmiä. Suunnitelmassa mainitun Kokoushotelli Siikarannan asiakasryh-
mien tutkiminen jäi pois sen ollessa tarpeetonta tietoa. Hotelli Nuuksion asiakkaat ovat

pääasiassa kokousasiakkaita. Monet Nuuksion alueen yritykset tarjoavat ohjelmapalveluitaan enemmän ryhmille ja yritysasiakkaille Espoon matkailun painottuessa suurimman osan vuodesta työmatkailuun. Myös hotellin sivuilla olevien ohjelmapalvelujen hinnat on suunnattu pääasiassa ryhmille (Hotelli Nuuksio b). Havainnoinnin tuloksena asiakkaat toivoivat lisää tekemistä loma-ajaksi. Lomapaketilla pyritään houkuttelemaan yksityisiä perheitä sisällyttämällä ohjelmapalvelun hinta hotellipakettiin ja kehittämällä lisäpalveluja yksityisasiakkaina vieraileville lapsiperheille.

12.4 Ristiriidat, tulosten luotettavuus ja käyttökelpoisuus

Elämyksellisyyden teoria aiheuttaa lievän ristiriidan FinRelax-ohjelman kanssa sen ollessa uusia kokemuksia ja kokemuksellisuuden huipentumaa hakeva teoria. Harkinnan jälkeen elämyksellisyys jätettiin yhdeksi sovellettavaksi teoriaksi paketin vetovoimaisuuden vahvistamiseksi kohderyhmässä. Draamankaari on hyvin sovellettavissa myös FinRelaxin kaltaisiin, hidastempoisiin, omaa hyvää oloa ja kuntoa edistäviin paketteihin sen huipentuman ollessa esimerkiksi kokonaisvaltaiseen rentoutumiseen johtava kokemus, kuten saunahetki. Elämyksellisyys ei itsessään ole ristiriitaa tuottava asia, sillä hyvinvointimatkailu perustuu merkityksellisiin kokemuksiin, jotka vaikuttavat toivotusti vielä matkan jälkeen. Pakettiin ehdotetut fyysisemmät ja jännittävämmät aktiviteetit ovat kuitenkin FinRelaxista poissuljettuja aktiviteetteja. Elämyksellisyys oli hyvin inspiroiva teoria pakettia suunniteltaessa ja auttoi keskittymään oleellisiin kohtiin havainnoitaessa. Kuvio 2 havainnollistaa pakettiin suunniteltua draamankaarta.

Lisähavainnoinnista saatu tarkempi tieto olisi saattanut aiheuttaa hajontaa tuloksissa. Näiden menetelmien perusteella tehdyt johtopäätökset vaikuttavat hyvin yleispäteviltä. Tuloksina saadut tuotteet vaativat jatkokehitystä, mutta antavat hyviä ideoita ja valmiiksi suunnitellun pohjan ohjelmalle. Lisäksi tuotteista voi käyttää osia, kuten saunahetkeä tai muotoiltuja asiakaspalvelutilanteita. Postilaatikko ja pihan leikkipaikka ovat toteutettavissa ilman lomapakettiakin. Uskon, että hotelli hyötyy suunnitelmista ja havainnoista.

Aiheena Suomen luontoon perustuva hyvinvointiloma on ajankohtainen FinRelax-ohjelman myötä. Ohjelmassa mukana olevilla yrityksillä on paremmat mahdollisuudet saada nimeään esille sekä lisätä myyntiä markkinointi- ja tuotekehitysavun kautta. Suomalaiset matkustavat perheidensä kanssa ja Uusimaa on vetovoimaista vapaa-ajanmatkailun aluetta (Tilastokeskus 2017). Hotellilla on mahdollisuuksia vetää puoleensa myös perheitä tuotekehityksen ja markkinoinnin välityksellä.

12.5 Jatkokehittäminen ja Hotelli Nuuksion palautteet

Jatkaisin tuotteiden kehitystä kontaktoimalla ohjelmapalvelun tarjoajia ja kysymällä kiinnostuksesta osallistua pakettiin. Kulut ja neuvottelu tulisivat aiheellisiksi. Paketille tulisi ensin määritellä hinta. Kaikkia suunniteltuja aktiviteetteja ei todennäköisesti voida toteuttaa paketin hinnan noustessa liian korkeaksi. Lisäksi palvelupolun ja sen kontaktipisteiden selvittäminen lisäaineiston avulla onnistuisi Customer Journey Canvasin avulla. Vastaanoton kontaktipisteen havainnoimisesta saisi aineistoa tarinallisuutta hyödyntävän palveluprosessin suunnittelussa. Lasten huomioiminen tietyn kysymyksen sekä tarinan, leikkipaikan ja kirjepohjien suunnittelu ovat konkreettisia jatkokehitysehdotuksia. Lisäksi paketin suunnittelua helpottaisi rajaaminen tietyn ikäisiin lapsiin. Tällä hetkellä kohdeikäryhmä on ala-asteikäiset, mutta tulisiko teini-ikäisille lapsille tarjota enemmän palveluita?

Hotelli Nuukso mainitsi saaneensa hyviä ideoita asiakaskokemuksen ja lapsiperheiden lomien kehittämiseen. Ohjelmapalveluiden hintojen mainittiin olevan korkeita yhdistää pakettiin. Kuitenkin ajatus Piece of Forestista hyvänä palveluntarjoajana tuli hotellilta. Kyseessä on ohjelmapalveluyritys, joka järjestää aktiviteetteja metsässä keskittyen ryhmiin, myös perheisiin ja lapsiin (Piece of Forest). Lisäksi saunatilan käytön luovuttaminen perheelle ei ole kannattavaa toisen yrityksen ollessa kiinnostunut sen varaamisesta. Kompromissina on yleiseen saunaan osallistuminen ja yksityinen iltapalohetki takahuoneessa. Rantasaunahetkeä varten lyhdyt vaihdettiin taskulamppuihin käytännöllisyyden vuoksi.

12.6 Omat tavoitteet ja oppiminen

Palvelumuotoilun valitsin tutkimusmenetelmäksi henkilökohtaisen kiinnostuksen takia, koska olin huomionnut sen merkittävyyden yritysmaailmassa. Opinnäytetyö antoi mahdollisuuden tutustua sen teoriaan syvällisemmin, mikä oli yksi tavoitteistani. Sen ohella elämyksellisyys oli uusi mielenkiintoinen ja inspiroiva aihe. FinRelaxista kiinnostuin ammatillisen taustani ja lapsuuteni vuoksi. Kosmetologin ammatissa tehtäväni oli välittää hyvinvointia ja tällä hetkellä työni Kämp Span vastaanotossa yhdistää hemmottelun ja matkailun hyvin motivoivalla tavalla. Lapsuuteni maaseudulla viettäneenä ymmärsin FinRelaxin idean ja ohjelma tuntui omaltani.

Tehtävänannossa yhdistyi yllä olevien aiheiden lisäksi luovuus, mikä vaikutti haasteen vastaanottamiseen. Paketin tunnelma ja merkityksellisten kokemusten luominen vastasivat tavoitettani, mutta tiedostan tuotteen olevan vielä luovassa ja yleisessä vaiheessa. Vaikka aavistin tehtävän olevan vaativa, sen laajuus yllätti. Alkuperäinen tavoite jäi osittain saavuttamatta paketin jäädessä vielä viimeistelyä vaille. Oma kunnianhimoinen ja pe-

rusteellinen asenne lisäsivät työn vaativuutta ja palvelumuotoilun opiskeleminen alusta alkaen itse teki alun työlääksi. Koska koin tarvitsevani työhön paljon teoriapohjaa sen onnistumiseksi, jouduin muokkaamaan tietoperustaa useaan otteeseen rönsyilyn vuoksi. Lopulta, eri teorioiden löytäessä paikkansa neljän vaiheen suunnitelmassa, alkoi työn kulku hahmottua. Tavoitteeksi muodostui hyväksyttävä paketti sellaisenaan tai sen kaltaisena.

Jälkeenpäin olen pohtinut, että työpari olisi lisännyt luovuutta ja helpottanut työmäärää sopivasti. Opinnäytetyössä meni muutama kuukausi pidempään kuin olin suunnitellut. Kestoon vaikutti osittain myös oman palkkatyön lisääntyneet työtunnit ja Hotelli Nuuksion kiinnoleminen loma-aikoina liiketoiminnan kannattamattomuuden takia. Työ eteni koko ajan, mutta sallin itselleni myös leppoisamman työtahdin kuin aikaisemmin kouluaikana. Opinnäytetyötä tehdessä opin ison projektin hallintaa: yksintekemistä, aiheiden rajaamista ja energian keskittämistä tarpeellisiin asioihin. Jatkossa isojen projektien tullessa vastaan keskityn aluksi sen kokonaisuuden ymmärtämiseen, tarkkaan rajaamiseen, suurien linjojen ja pienten yksityiskohtien erottamiseen sekä selkeisiin tavoitteisiin. Tutkimusmenetelmien toteuttamisessa suunnittelu on tärkeää. Muun muassa havainnoinnin suunnitteluun käytin paljon aikaa, mutta ymmärsin, että suunnittelusta jäi silti pois määrällinen tavoite ja kohderyhmien määrittely. Toisinaan tehdyn työn muuttaminen kirjalliseen muotoon oli hyvin haastavaa. Myös joustavuus ja pitkäjänteisyys ovat tärkeitä ominaisuuksia, sillä kaikki asiat eivät yleensä toteudu niin kuin on alun perin suunnitellut.

Työn edetessä ymmärsin kuinka paljon rajoitteita ja realiteetteja suunnittelussa tulee vastaan. Yhteistyökumppanuuksien solmimisessa ja kulujen suhteessa vastaantulevat rajoitukset olivat tiedotettavissa alusta alkaen. Muita rajoittavia asioita ovat henkilökunnan määrä ja kysymys kannattavuudesta luovuttaa kiinteistön tiloja käyttöön yritykselle vai pakettiasiakkaille. Käytännökokeilussa tuotteista ja palveluista olisi tullut vielä ilmi kehitettäviä kohtia. Lisäksi ymmärsin markkinoinnin tärkeyden ja arvon. Hotelli on ollut kiinni lomaaikojen ja sen palvelut eivät erotu kunnolla pääkaupunkiseudun tarjonnassa. Pienen budjetin hotellin on erotuttava tuotteilla ja palveluilla sekä tehtävä moitteetonta asiakaspalvelua, jotta sen nimi leviää suusanallisesti.

Olin toivonut näkeväni tuotteen valmiimpana työn päättyessä. Kuitenkin, koska työssä yhdistyi moni kiinnostukseni kohde, voin sanoa nauttineeni työn tekemisestä, vaikka prosessi olikin ajoittain haasteellinen. Koen projektin olleen koulutöistäni tähän asti opettavaisin ja uskon voivani käyttää sen teorioita myöhemmin työssäni.

Lähteet

Anttolanhovi 2017a. Puhtaita, aitoja makuja yli 30 lähituottajalta. Luettavissa: <http://www.anttolanhovi.fi/lahiruoka>. Luettu: 17.9.2016.

Anttolanhovi 2017b. Mieli lepää Saimaan rannalla. Luettavissa: <http://www.anttolanhovi.fi/loma>. Luettu: 17.9.2016.

Anttolanhovi 2017c. Hyvän olon joogakurssit 2017. Luettavissa: <http://www.anttolanhovi.fi/jooga>. Luettu: 17.9.2016.

Anttolanhovi 2017d. Joogakurssit 2017. Luettavissa: <http://www.anttolanhovi.fi/resources/public//esitteet/2016/Joogakurssit%202017.pdf>. Luettu: 17.9.2016.

Anttolanhovi 2017e. Hemmottelua päivänsankarille. Luettavissa: http://www.anttolanhovi.fi/hemmottelupaiva_paivansankarille. Luettu: 18.9.2016.

Anttolanhovi 2017f. Day Spa -lomanen 2vrk. Luettavissa: http://www.anttolanhovi.fi/day_spa_lomanen_2vrk. Luettu: 17.9.2016.

Anttolanhovi 2017g. Romanttinen yö kahdelle. Luettavissa: http://www.anttolanhovi.fi/romanttinen_yo. Luettu: 24.1.2017.

Anttolanhovi 2017h. Seitsemäs taivas -viikonloppuloma. Luettavissa: http://www.anttolanhovi.fi/seitsemas_taivas. Luettu: 24.1.2017.

Anttolanhovi 2017i. Lumoudu luonnosta vuodenaikojen mukaan. Luettavissa: <http://www.anttolanhovi.fi/aktiiviloma>. Luettu: 17.9.2016.

Anttolanhovi 2017j. Metsä, järvi ja puhdas luonto kutsuvat sinut liikkumaan. Luettavissa: <http://www.anttolanhovi.fi/ulkoaktiviteetit>. Luettu: 17.9.2016.

Anttolanhovi 2017k. Työkykyä ylläpitävä päivä, osa 1. Luettavissa: http://www.anttolanhovi.fi/tyokyky_yllapitava_paiva. Luettu: 17.9.2016.

Anttolanhovi 2017l. Virkistyspäivät ryhmille. Luettavissa: <http://www.anttolanhovi.fi/virkistyspaiva>. Luettu: 17.9.2016.

Anttolanhovi 2017m. Oheisohjelmaa. Luettavissa: <http://www.anttolanhovi.fi/oheisohjelmaa>. Luettu: 17.9.2016.

Anttolanhovi 2017n. Veneretki vartiosaareen. Luettavissa: <http://www.anttolanhovi.fi/fi/page/192>. Luettu: 24.1.2017.

Anttolanhovi 2017o. Koe historialliset kalliomaalaukset risteillen. Luettavissa: <http://www.anttolanhovi.fi/fi/page/193>. Luettu: 24.1.2017.

Arctic Expedition. Products and partners. Luettavissa: http://www.arcticexpedition.fi/Arctic_Expedition/Products_and_partners.html. Luettu: 4.10.2016.

Boswijk, A., Thijssen, T. & Peelen, E. 2007. The Experience Economy. Pearson Education Benelux. Amsterdam.

Clipartfest 2016. Gnome head clipart. Luettavissa: <https://clipartfest.com/categories/view/4ca1abacb5a5c8c00ccf0775a3941b61aed4a016/gnome-head-clipart.html>. Luettu: 22.3.2017.

Elämyksen Taika a. Muut ohjelmat. Luettavissa: <http://www.elamyksentaika.fi/fi/ohjelmat/muut-ohjelmat>. Luettu: 4.10.2016.

Elämyksen Taika b. Eräruokailut. Luettavissa: <http://www.elamyksentaika.fi/fi/ohjelmat/eraruokailut>. Luettu: 4.10.2016.

Elämystorppa Oy. Vesillä. Luettavissa: <http://www.elamystorppa.fi/fi/VESILL%C3%84/>. Luettu: 4.10.2016.

Erä-Atlas a. Ohjelmapalvelut. Luettavissa: <http://www.era-atlas.fi/fi/Ohjelmapalvelut.html>. Luettu: 4.10.2016.

Erä-Atlas b. Aktiviteetit- Luettavissa: <http://www.era-atlas.fi/aktiviteetit>. Luettu: 6.3.2017.

Eventure 2015. Ohjelmapalvelut. Luettavissa: <http://www.eventure.fi/ohjelmapalvelut/>. Luettu: 4.10.2016.

Facebook 27.3.2017. Hotelli Nuuksio. Luettavissa: https://www.facebook.com/pg/hotellinuuksio/reviews/?ref=page_internal. Luettu: 27.3.2017.

Feel The Nature. Retket Nuuksioon. Luettavissa: <https://feelthenature.fi/fi/category/nuuksion-kansallispuisto/>. Luettu: 4.10.2016.

Fine Dictionary 2017. Savage definitions. Luettavissa: <http://www.finedictionary.com/savage.html>. Luettu: 22.3.2017.

FinlandCare 2015. FinlandCare -ohjelma kansainvälistymisesi tukena. Luettavissa: <http://www.finlandcare.fi/finlandcare-ohjelma>. Luettu: 5.5.2016.

Flowerpecker 2015. Retket. Luettavissa: <http://www.nature360.net/retket/>. Luettu: 3.10.2016.

Folkhälsan Utbildning Ab 2012a. Opiskele liikunta-alaa. Luettavissa: <http://www.folkhalsan.fi/fi/utbildning-fi/Opiskele/>. Luettu: 5.10.2016.

Folkhälsan Utbildning Ab 2012b. Lyhyet kurssit (1-7 päivää). Luettavissa: <http://www.folkhalsan.fi/fi/utbildning-fi/Opiskele/Lyhyet-kurssit-1-7paivaa/>. Luettu: 5.10.2016.

Folkhälsan Utbildning Ab 2012c. Nlp -Practitioner koulutus. Luettavissa: <http://www.folkhalsan.fi/fi/utbildning-fi/Kurssit-ja-leirit/Lyhyet-kurssit/activities/37068/>. Luettu: 7.3.2017.

Folkhälsan Utbildning Ab 2012d. Solvalla. Luettavissa: <http://www.folkhalsan.fi/fi/utbildning-fi/Solvalla/>. Luettu: 5.10.2016.

Folkhälsan Utbildning Ab 2012e. Tilat. Luettavissa: <http://www.folkhalsan.fi/fi/utbildning-fi/Solvalla/Tilat/>. Luettu: 6.10.2016.

Folkhälsan Utbildning Ab 2012f. Kokoukset. Luettavissa: <http://www.folkhalsan.fi/fi/utbildning-fi/Solvalla/Kokoukset/>. Luettu: 7.3.2017.

Glo hotels. Enjoy Glo. Luettavissa: <https://www.glohotels.fi/tarjoukset/enjoy-glo>. Luettu: 19.9.2016.

Green Window Oy 2014a. Ohjelmapalvelut. Luettavissa: <http://www.greenwindow.fi/ohjelmapalvelut-c-4.html>. Luettu: 4.10.2016.

Green Window Oy 2014b. Tilat Nuuksiossa. Luettavissa: http://www.greenwindow.fi/content_categories/show/3. Luettu: 6.10.2016.

GreenCare Finland. Mitä on Green Care? Luettavissa: <http://www.gcfinland.fi/MitaOnGreenCarePaavalikko;jsessionid=A63A7EFDF9D119FD68E4B39B9A22123.08>. Luettu: 5.5.2016.

Haltia 2016a. Haltia – Suomen luontokeskus. Luettavissa: <http://www.haltia.com/fi/haltia-suomen-luontokeskus/>. Luettu: 3.10.2016

Haltia 2017b. Vieraille Haltiassa. Luettavissa: <https://www.haltia.com/fi/vieraile-haltiassa/>. Luettu: 6.3.2017.

Hawkhill. Archive for the” Mökit” category. Luettavissa: <http://www.hawkhill.fi/mokit>. Luettavissa: 6.10.2016.

Helsingin kaupunki 2016. Yrjönkadun uimahalli. Luettavissa: <http://www.hel.fi/www/helsinki/fi/kulttuuri-ja-vapaa-aika/liikunta/sisaliikuntapaikat/uimahallit/yrjonkadun-uimahalli>. Luettu: 20.4.2016.

Hirsala Golf 2015. Majoitus. Luettavissa: <http://www.hirsalagolf.fi/palvelut/?p=majoitus&lang=fi>. Luettu: 24.1.2017.

Hotel Kämp. Hotel Kämp, Helsinki. Luettavissa: <http://www.kampcollectionhotels.com/fi/hotellit/hotel-kamp/>. Luettu: 17.9.2016.

Hotelli Lepolampi a. Majoitus. Luettavissa: <http://lepolampi.fi/majoitus/>. Luettu: 17.10.2016.

Hotelli Lepolampi b. Ravintola. Luettavissa: <http://lepolampi.fi/ravintola/#1464107385975-85833701-b0aa>. Luettavissa: 17.10.2016.

Hotelli Lepolampi c. Juhlat ja kokoukset. Luettavissa: <http://lepolampi.fi/juhlat-ja-kokoukset/>. Luettu: 17.10.2016.

Hotelli Lepolampi d. Sauna ja virkistys. Luettavissa: <http://lepolampi.fi/sauna/>. Luettu: 17.10.2016.

Hotelli Lepolampi e. Hotelli. Luettavissa: <http://lepolampi.fi/hotelli/>. Luettu: 17.10.2016.

Hotelli Nuuksio a. Nuuksperience. Luettavissa: <http://hotellinuuksio.fi/fi/nuuksperience>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio b. Seikkailut. Luettavissa: <http://hotellinuuksio.fi/fi/nuuksperience/seikkailut/valitseseikkailusi>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio c. Forest escape -basecamp Nuuksio, huonepakopeli, mutta metsäisessä ympäristössä. Luettavissa: <http://hotellinuuksio.fi/fi/nuuksperience/seikkailut/seikkailutuote/s=forest-escape-basecamp-nuuksio-huonepakopeli-mutta-metsaisessa-ymparistossa/body0=224.29/body0:template=johkuproduct.tpl>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio d. Metsäkokemukset. Luettavissa: <http://hotellinuuksio.fi/fi/nuuksperience/metsakokemukset>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio e. Hyvän tuulen melonta, avokanootein Nuuksion Siikajärvellä. Luettavissa: <http://hotellinuuksio.fi/fi/nuuksperience/vesilla/vesillatuote/s=hyvan-tuulen-melonta-avokanootein-nuuksion-siikajarvella/body0=220.4/body0:template=johkuproduct.tpl> Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio f. Mobiiliseikkailu luonnon helmassa Suomen luontokeskus Haltian lähiluonto. Luettavissa: <http://hotellinuuksio.fi/fi/nuuksperience/seikkailut/seikkailutuote/s=mobiiliseikkailu-luonnon-helmassa-suomen-luontokeskus-haltian-lahiluonto/body0=439.8/body0:template=johkuproduct.tpl>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio g. Melontaa Nuuksion Pitkäjärvellä Suomen luontokeskus Haltian lähiluonto. Luettavissa: <http://hotellinuuksio.fi/fi/nuuksperience/vesilla/vesillatuote/s=hyvan-tuulen-melonta-avokanootein-nuuksion-siikajarvella/body0=220.4/body0:template=johkuproduct.tpl>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio h. Tentsile Experience. ?Yö puussa? Maailman vihrein Eco Camp -tuote Nuuksiossa. Luettavissa: <http://hotellinuuksio.fi/fi/nuuksperience/majoittuminen/majoitus-tuote/s=tentsile-experience-yo-puussa-maailman-vihrein-eco-camp-tuote-nuuksiossa/body0=437.18/body0:template=johkuproduct.tpl>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio i. Nuuksion lautturi. Luettavissa: <http://hotellinuuksio.fi/fi/nuuksperience/vesilla/vesillatuote/s=nuuksion-lautturi/body0=416.2/body0:template=johkuproduct.tpl>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio j. Patikkaretket Nuuksion kansallispuistoon. Luettavissa: <http://hotellinuuk-sio.fi/fi/nuuksperience/metsakokemukset/metsaretkituote/s=patikkaretket-nuuksion-kansallispuisto/body0=430.11/body0:template=johkuproduct.tpl>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio k. Tiistairetki 25.7/22.8.2017 klo 17 - 20 patikkaretki Nuuksion kansallispuisto Hotelli Nuuksio/ Soidinsuo/ Kolmoislammet n.6.5km. Luettavissa: <http://hotellinuuk-sio.fi/fi/nuuksperience/metsakokemukset/metsaretkituote/s=tiistairetki-25-7-22-8-2017-klo-17-20-patikkaretki-nuuksion-kansallispuisto-hotelli-nuuksio-soidinsuo-kolmoislammet-n-6-5km/body0=222.32/body0:template=johkuproduct.tpl>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio l. Vesillä. Luettavissa: <http://hotellinuuk-sio.fi/fi/nuuksperience/vesilla>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio m. Mindfulness ja metsäviikonloppu 15.-16.10.2016. Luettavissa: <http://hotellinuuk-sio.fi/fi/nuuksperience/nuuksiowellness/valmiittuotteetjapaketit/mindfulnessjамет-saviikonloppu1516102016>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio n. Hyvinvointiviikonloppu 14.-15.10.2016 Hotelli Nuuksiossa. Luettavissa: <http://www.hotellinuuk-sio.fi/fi/nuuksperience/tapahtumatjakurssit/hyvinvointiviikonloppu>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio o. Nuuksion tapahtumakalenteri. Luettavissa: <http://www.hotellinuuk-sio.fi/fi/nuuksperience/tapahtumatjakurssit/nuuksiontapahtumakalenteri>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio p. Saunat. Luettavissa: <http://www.hotellinuuk-sio.fi/fi/nuuksperience/nuuksiowellness/saunat>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio q. Aulabaari. Luettavissa: <http://www.hotellinuuk-sio.fi/fi/ravintolanuuk-sion-tupa/aulabaari>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio r. Kuntosali. Luettavissa: <http://www.hotellinuuk-sio.fi/fi/nuuksperience/nuuksiowellness/kuntosali>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio s. Hoidot. Luettavissa: <http://www.hotellinuuk-sio.fi/fi/nuuksperience/nuuksiowellness/hoidot>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio t. Kosmetologi. Luettavissa: <http://www.hotellinuuksio.fi/fi/nuuksperience/nuuksiowellness/hoidot/kosmetologi>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio u. Muita hoitoja. Luettavissa: <http://www.hotellinuuksio.fi/fi/nuuksperience/nuuksiowellness/hoidot/muitahoitoja>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio v. Vesijumppa 5 krt. Luettavissa: <http://www.hotellinuuksio.fi/fi/nuuksperience/nuuksiowellness/wellnesstuote/s=vesijumppa-5-krt/body0=545.104/body0:template=johkuproduct.tpl>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio x. Rantakabinetti. Luettavissa: <http://hotellinuuksio.fi/fi/kokoukset/kokoustuote/s=rantakabinetti/body0=151.97/body0:template=johkuproduct.t>. Luettu: 6.11.2016.

Hotelli Nuuksio y. Kokoustilat. Luettavissa: <http://hotellinuuksio.fi/fi/kokoustilat>. Luettu: 12.2.2017.

Hotelli Nuuksio z. Lasten synttäripaketit. Luettavissa: <http://hotellinuuksio.fi/fi/nuuksperience/lapsillenuorillejakouluryhmille/synttaripaketit>. Luettu: 12.2.2017.

Hotelli Nuuksio å. Yhden hengen huoneet. Luettavissa: <http://hotellinuuksio.fi/fi/huoneet/yhdenhengenuoneet>. Luettu: 7.3.2017.

Häkkinen, K. 2016. Hyvinvointimatkailu kasvaa eniten. Matkailusilmä, 01/16, s. 24.

Hämäläinen, K. (toim.) 2012. Matkailupalveluita muotoilemassa. Verkostomainen palvelutuotanto elämystuotteiden murroksessa. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Helsinki. Luettavissa: <http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/humak-periskooppi-verkko.pdf>. Luettu: 18.5.2016.

ISPA 2015. SPA -GOERS. Luettavissa: <http://experienceispa.com/resources/spa-goers>. Luettu: 13.4.2016.

Jyväskylän ammattikorkeakoulu. 2010-2012. Palvelumuotoilun työkalupakki. Luettavissa: <http://sdt.fi/materiaali/ServiceDesignToolkit.pdf>. Luettu: 27.12.2016

Kiertävä luontokoulu Naakka 2014. Etusivu. Luettavissa: <http://kiertavaluontokoulu.fi/>. Luettu: 6.10.2016.

Kneipp. Kneipp -since 1891. Luettavissa: <http://www.kneippus.com/the-kneipp-story/>. Luettu: 19.4.2016.

Konu, H. & Pesonen, J. 2008. Luontoa, henkisyttä, rentoutumista ja liikuntaa: Itä-Suomen hyvinvointimatkailun potentiaaliset asiakassegmentit. Teoksessa Toivanen, T. & Halme, M. (toim.). Kulttuurin, luonnon ja liiketoiminnan näkökulmia matkailuun, s. 57-78. Turun kauppakorkeakoulu. Turku.

Koulutusyhtiö Kirsikkapuisto 2011. Koulutusyhtiö kirsikkapuisto. Luettavissa: <http://www.kirsikkapuisto.com/kirsikkapuisto.html>. Luettu: 6.10.2016.

Kämp Spa a. Kämp Spa & Kämp Brasserie Brunssi Sunnuntain hemmottelupaketti. Luettavissa: <http://kampspafi.virtualserver22.nebula.fi/kamp-spa-kamp-brasserie-brunssi-sunnuntain-hemmottelupaketti>. Luettu: 11.2.2017.

Kämp Spa b. Winter break paketti täydelliseen hemmotteluhetkeen! Luettavissa: <http://kampspafi.virtualserver22.nebula.fi/winter-break-paketti-taydelliseen-hemmotteluhetkeen>. Luettu: 11.2.2017.

Kämp Spa 2016a. Yrityksille ja ryhmille. Luettavissa: <https://www.kampspa.com/yrityksille-ryhmille>. Luettu: 17.9.2016.

Kämp Spa 2016b. Spa käyntisi suunnittelu. Luettavissa: <https://www.kampspa.com/yritys/spa-etiketti>. Luettu: 17.9.2016.

Kämp Spa 2016c. Kunto- ja hyvinvointivalmennus. Luettavissa: <https://www.kampspa.com/kuntosali/kunto-ja-hyvinvointivalmennus>. Luettu: 17.9.2016.

Luontoon.fi 2016. Yhteistyötahojen tarjoamia palveluja Nuuksion kansallispuistossa. Luettavissa: <http://www.luontoon.fi/nuuksio/palvelut/yhteistyotahot>. Luettu: 6.10. 2016.

Långvik a. Ohjelmapalvelut. Luettavissa: <http://www.langvik.fi/kokous/ohjelmapalvelut>. Luettu: 24.1.2017.

Långvik b. Ulkoilu. Luettavissa: <http://www.langvik.fi/sport>. Luettu: 24.1.2017.

Långvik c. SUP-melonta. Luettavissa: <http://www.langvik.fi/sport/sup-melonta>. Luettu: 24.1.2017.

Långvik d. Talvi. Luettavissa: <http://www.langvik.fi/sport/talvi>. Luettu: 24.1.2017.

Långvik e. Långvikin aamupilates. Luettavissa: <http://www.langvik.fi/sport/langvikin-aamupilates>. Luettu: 24.1.2017.

Långvik f. Ryhmäliikunta. Luettavissa: <http://www.langvik.fi/aktiviteetit/ryhmat/aktiviteetit-ryhmille>. Luettu: 24.1.2017.

Långvik g. Hotellihuoneet. Luettavissa: <http://www.langvik.fi/hotelli>. Luettu: 24.1.2017.

Långvik h. Kylpylä & Spa. Luettavissa: <http://www.langvik.fi/kylpyla-spa>. Luettu: 24.1.2017.

Långvik i. Rantasauna. Luettavissa: <http://www.langvik.fi/kylpyla-spa/tilausaunat/rantasauna>. Luettu: 24.1.2017.

Långvik j. Spa-hoidot ryhmille. Luettavissa: <http://www.langvik.fi/hoidot-ryhmille>. Luettu: 24.1.2017.

Långvik k. Elämyshoidot. Luettavissa: <http://www.langvik.fi/kylpyla-spa/spa-by-comfort-zone/elamysoidot>. Luettu: 24.12.2017.

Långvik l. Maistelumenu. Luettavissa: <http://www.langvik.fi/ravintola/maistelumenu>. Luettu: 24.1.2017.

Långvik m. Kirkkonummi menu. Luettavissa: <http://www.langvik.fi/ravintola/tapahtumat-japaketit/kirkkonummi-menu>. Luettu: 24.1.2017.

Långvik n. Långvik bistro. Luettavissa: <http://www.langvik.fi/ravintola>. Luettu: 24.1.2017.

Långvik o. Thank God it's Långweekend. Luettavissa: <http://www.langvik.fi/thank-god-its-langweekend>. Luettu: 24.1.2017.

Långvik p. Transport. Luettavissa: <http://www.langvik.fi/info/transport>. Luettu: 24.1.2017.

Länsiväylä 2015. Rakennusliitto myi Siikarannan opistonsa –”Ei muutu vastaanottokeskukseksi”. Luettavissa: <http://www.lansivayla.fi/artikkeli/327373-rakennusliitto-myi-siikarannan-opistonsa-ei-muutu-vastaanottokeskukseksi>. Luettu: 20.3.2017.

Löytänä, J & Korkiakoski, K. 2014. Asiakkaan aikakausi: rohkeus + rakkaus = raha. Talentum. Helsinki. Luettavissa: <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789521418907>. Luettu: 1.7.2016.

Mattila, A. S. & Aarninsalo, P. 2009. Onnentaidot. Kustannus Oy Duodecim & Yle. Helsinki.

Miettinen, S. 2009. Johdatus palvelumuotoiluun. Luettavissa: <http://www.sli-deshare.net/samietti/johdatus-palvelumuotoiluun>. Luettu: 15.5.2016.

Moritz, S. 2005. Service Design. Practical access to an evolving field. Luettavissa: <http://hci.liacs.nl/files/PracticalAccess2ServiceDesign.pdf>. Luettu: 6.7.2016.

MTLH. Perustietoa tuetuista lomista. Luettavissa: <http://www.mtlh.fi/fi/2016-2017%20lomatarjonta/Perustietoa%20tuetuista%20lomista/>. Luettu: 8.11.2016.

Naantalispä 2017a. Day Spa luksuspäivä. Luettavissa: <http://www.naantalispä.fi/tarjous/day-spa-luxuspaiva-2/>. Luettu: 24.1.2017.

Naantali Spa 2017b. Kylpyläperinteet 2 vrk. Luettavissa: <http://www.naantalispä.fi/tarjous/kylpylaperinteet-2-vrk/>. Luettu: 24.1.2017.

Naantali Spa 2017c. Kauneusssauna. Luettavissa: <http://www.naantalispä.fi/tarjous/kauneusssauna/>. Luettu: 24.1.2017.

Naantali Spa 2017d. Luonto- ja tuolijooga. Luettavissa: <http://www.naantalispä.fi/tarjous/luonto-tai-tuolijooga/>. Luettu: 24.1.2017.

Naantali Spa 2017e. Juhlat. Luettavissa: <http://www.naantalispä.fi/kokoukset-tapahtumat/juhlat/>. Luettu: 24.1.2017.

Naantali Spa 2017f. Ulkoilu ja liikunta. Luettavissa: <http://www.naantalispä.fi/aktiviteetit/ulkoilu-liikunta/>. Luettu: 24.1.2017.

Naantali Spa 2017g. Oma Trainer-palvelut. Luettavissa: http://www.naantalispa.fi/wp-content/uploads/2014/10/nli_spa_fitness_omatrainer_14_fi.pdf. Luettu: 24.1.2017.

Naantali Spa 2017h. Liikuntakalenteri. Luettavissa: http://www.naantalispa.fi/wp-content/uploads/2014/10/Liikuntakalenteri_NaantaliSpa.pdf. Luettu: 24.1.2017.

Naantali Spa 2017i. Fitness Center-kuntosali. Luettavissa: <http://www.naantalispa.fi/aktiviteetit/fitness-center-kuntosali/>. Luettu: 24.1.2017.

Niittymaa, V. 2013. Suomalainen ruoka on EU:n puhtainta. Maaseudun tulevaisuus. Luettavissa: <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/maatalous/suomalainen-ruoka-on-eu-n-puhtainta-1.35518>. Luettu: 6.5.2016

Nuukio Hostel & Camping 2016a. Our activities. Luettavissa: <http://kaikuva.fi/our-activities/>. Luettu: 4.10.2016.

Nuukio Hostel & Camping 2016b. Rooms & Camping. Luettavissa: <http://kaikuva.fi/rooms-camping/>. Luettu: 6.10.2016.

Nuukion Taika 2008a. Ratsastusterapia ja hevoskyydit. Luettavissa: <http://www.nuukiontaika.fi/hevoset/>. Luettu: 4.10.2016.

Nuukion Taika 2008b. Vuokraa mökki Nuukiosta järven rannalta. Luettavissa: <http://www.nuukiontaika.fi/vuokraa-moekki-nuukiosta/>. Luettu: 6.10.2016.

Ojasalo, K., Moilanen T. & Ritalahti J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Sanomapro Oy. Helsinki.

Piece of Forest. Tervetuloa lähiluontoretelle! Luettavissa: <http://pieceofforest.fi/fi/retket/>. Luettu: 10.4.2017.

Pine II, B.J. & Gilmore J. H. 2011. The Experience Economy. Harvard Business Review Press. Boston. Massachusetts.

Sea & Mountain Adventures a. Inipi Spa. Luettavissa: http://www.sma.fi/02b_kokoustilat_inipi_fin.html. Luettu: 5.10.2016.

- Sea & Mountain Adventure b. Aktiviteetit -kesä. Luettavissa: http://www.sma.fi/03_aktiviteetit_fin.html. Luettu: 5.10.2016.
- Sea & Mountain Adventures c. Kokoustilat. Luettavissa: http://www.sma.fi/02_kokoustilat_fin.html. Luettu: 6.10.2016.
- Sea & Mountain Adventures d. Ruoka ja juoma. Luettavissa: http://www.sma.fi/04_syo_fin.html. Luettu: 6.10.2016.
- Smith, M. & Puczkó, L. 2014. Health, tourism and hospitality: spas, wellness and medical travel. Routledge. Lontoo.
- Solaris-lomat. Kuka voi hakea tuettua lomaa? Luettavissa: http://www.solaris-lomat.fi/tuetut_lomat. Luettu: 20.3.2017.
- Suvikumpu, L. 2014. Suomalaiset kylpylät. Suomalaisen kirjallisuuden seura Helsinki.
- Taivastalo. 2016. Mindfulness ja metsä -viikonloppu. Luettavissa: <http://www.taivastalo.fi/2016/08/mindfulness-ja-metsa-viikonloppu-15-16-10-2016/>. Luettu: 6.10.2016.
- TAK 2015. TAK rajatutkimus 2015. Vuosiraportin liite: Ulkomaiset matkailijat pääkaupunkiseudulla. Luettavissa: http://www.visithelsinki.fi/sites/default/files/legacy_files/files/Tutkimukset/tak_rajatutkimus_vuosiraportti_2015_-_paakaupunkiseutu.pdf. Luettu: 18.6.2016.
- TripAdvisor 2017. Hotelli Nuuksio. https://www.tripadvisor.fi/ShowUserReviews-g784765-d9809637-r444232155-Hotelli_Nuuskio-Kirkkonummi_Uusimaa.html. Luettu: 7.3.2017.
- Tilastokeskus 2017. Suomalaisten matkailu Ruotsiin ja Espanjaan kasvoi vuonna 2016. Luettavissa: http://www.stat.fi/til/smat/2016/smat_2016_2017-03-29_tie_001_fi.html. Luettu: 29.3.2017.
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Talentum Media Oy. Hämeenlinna.
- Vierumäki a. Parisportti. Luettavissa: <http://vierumaki.fi/liikuntalomat-ja-kurssit/parisportti/>. Luettu: 24.1.2017.
- Vierumäki b. Tölttiä ja sporttia -ratsastusviikonloppu. Luettavissa: <http://vierumaki.fi/liikuntalomat-ja-kurssit/toltia-ja-sporttia/>. Luettu: 24.1.2017.

Vierumäki c. Perhe on paras -kurssit. Luettavissa: <http://vierumaki.fi/perheille/perhe-on-paras-kurssit/>. Luettu: 24.1.2017.

Vierumäki d. Body & Mind -hyvinvointiloma. Luettavissa: <http://vierumaki.fi/hyvinvointi-ja-hemmottelu/hyvinvointilomat/body-mind/>. Luettu: 24.1.2017.

Vierumäki e. Edut ja maksutavat. Luettavissa: <http://vierumaki.fi/alueinfo/edut-ja-maksutavat/>. Luettu: 24.1.2017.

Vierumäki f. Active Hours -tuntikuvaukset. Luettavissa: <http://vierumaki.fi/liikuntatilat-ja-lajit/active-hours-tuntikuvaukset/>. Luettu: 24.1.2017.

Vierumäki g. Lasten Active Hours -tuntikuvaukset. Luettavissa: <http://vierumaki.fi/liikuntatilat-ja-lajit/lasten-active-hours-tuntikuvaukset/>. Luettu: 24.1.2017.

Vierumäki h. Henkilöstölle. Luettavissa: <http://vierumaki.fi/tyohyvinvointi/henkilosto/>. Luettu: 24.1.2017.

Vierumäki i. Palvelut kokouksiin ja tapahtumiin. Luettavissa: <http://vierumaki.fi/kokoukset/lisapalvelut-kokouksiin-ja-tapahtumiin/>. Luettu: 24.1.2017.

Vierumäki j. Hoitomenu. Luettavissa: <http://vierumaki.fi/hyvinvointi-ja-hemmottelu/day-spa-massage/hoitomenu/>. Luettu: 24.1.2017.

Vihdin Ratsutalli. Maastoratsastusretket Nuuksiossa. Luettavissa: http://www.vihdinratsutalli.fi/wp/?page_id=181. Luettu: 5.10.2016.

Visit Espoo 2016. Media & tilastot. Luettavissa: <http://www.visitespoo.fi/fi/media/>. Luettu: 18.6.2016.

Visit Finland 2014. Hyvinvointimatkailustrategia kansainvälisille markkinoille. Luettavissa: http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2015/01/HYVINVOINTIMATKAILUSTRATEGIA-2014-2018_final1.pdf?dl. Luettu 5.11.2016.

Visit Finland 2015a. FinRelax -aloitusseminaari. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/campaignevent/FinRelax-aloitusseminaari/>. Luettu: 27.12.2016

Visit Finland 2015b. FinRelax -konsepti. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat/hyvinvointimatkailu/FinRelax-konsepti/>. Luettu: 27.2.2016

Visit Finland 2015c. Visit Finlandin kansainvälistymiskriteerit. Luettavissa: http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2015/08/VF_Kansainv%C3%A4listymiskriteerit_Low.pdf?dl. Luettu: 27.2.2016.

Visit Finland 2015d. FINRELAX – Suomesta hyvinvointimatkailun kärkimaa. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat/hyvinvointimatkailu/>. Luettu: 27.2.2015

Visit Finland 2015e. Visit Finland matkailijatutkimus 2015. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2016/04/3-Visit-Finland-matkailijatutkimus-2015.pdf?dl>. Luettu: 28.6.2016.

Visit Finland 2016. FinRelax AKATEMIA – mitä, missä, kenelle ja milloin? Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat/hyvinvointimatkailu/FinRelax-akatemia-mita-missa-kenelle-ja-milloin/>. Luettu: 7.5.2016

Visit Finland 2016b. FinRelax -Suomi on maailman paras luonnollisen hyvinvoinnin lähde. Luettavissa: http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2016/01/FinRelax_aloitusseminaari-Haltiassa.pdf?dl. Luettu: 11.5.2016.

Visit Finland 2016c. Vuoden 2015 FinRelax-tähtituotteet. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/news/vuoden-2015-FinRelax-tahtituotteet/>. Luettu: 12.2.2017.

VTT 2013. Arvioimalla oivallukseen. Opas matkalle palvelukulttuuriin. Luettavissa: http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/PKK_opas.pdf. Luettu: 17.5.2016

Liitteet

Liite 1. Aikataulupohjat paketeille

VAIHTOEHTO 1	VAIHTOEHTO 2
Perjantai	Perjantai
<ul style="list-style-type: none">• Majoittuminen, innostuksen herääminen, toimintaympäristön esitteleminen klo 16–	<ul style="list-style-type: none">• Majoittuminen, innostuksen herääminen, toimintaympäristön esitteleminen klo 16–
<ul style="list-style-type: none">• Tervetulokirje lasten hahmolta ja herkut huoneessa (info postilaatikosta)	<ul style="list-style-type: none">• Tervetulokirje lasten hahmolta ja herkut huoneessa (info postilaatikosta)
<ul style="list-style-type: none">• Päivällinen klo 17–18.30	<ul style="list-style-type: none">• Päivällinen klo 17–18.30
<ul style="list-style-type: none">• Sauna- ja allasosasto klo 18–19.30	<ul style="list-style-type: none">• Sauna- ja allasosasto klo 18–19.30
<ul style="list-style-type: none">• Iltapala klo 19.30–21	<ul style="list-style-type: none">• Iltapala klo 19.30–21
Lauantai	Lauantai
<ul style="list-style-type: none">• Aamiainen ma–pe klo 7.30–9.30/ la–su klo 8–10.30	<ul style="list-style-type: none">• Aamiainen ma–pe klo 7.30–9.30/ la–su klo 8–10.30
<ul style="list-style-type: none">• 1. aktiviteetti klo 10–13<ul style="list-style-type: none">○ Voi koota useammasta aktiviteetista○ Lounasevääät	<ul style="list-style-type: none">• 1. aktiviteetti klo 10–15<ul style="list-style-type: none">○ Voi koota useammasta aktiviteetista○ Lounasevääät
<ul style="list-style-type: none">• Omaa aikaa klo 13–15<ul style="list-style-type: none">○ 2. kirje lapsille	<ul style="list-style-type: none">• Omaa aikaa klo 15.30–17<ul style="list-style-type: none">○ 2. kirje lapsille
<ul style="list-style-type: none">• 2. aktiviteetti klo 15–16.30	<ul style="list-style-type: none">• Päivällinen klo 17–18.30
<ul style="list-style-type: none">• Päivällinen klo 17	<ul style="list-style-type: none">• 2. aktiviteetti klo 18.30–19.30
<ul style="list-style-type: none">• Rantasauna ja iltapala klo 18.30	<ul style="list-style-type: none">• Rantasauna ja iltapala klo 19.30
<ul style="list-style-type: none">• Takaisin hotelliin klo 20.30–21	<ul style="list-style-type: none">• Takaisin hotelliin klo 21.30
Sunnuntai	Sunnuntai
<ul style="list-style-type: none">• Aamiainen ma–pe klo 7.30–9.30/ la–su klo 8–10.30<ul style="list-style-type: none">○ 3. kirje lapsille	<ul style="list-style-type: none">• Aamiainen ma–pe klo 7.30–9.30/ la–su klo 8–10.30<ul style="list-style-type: none">○ 3. kirje lapsille
<ul style="list-style-type: none">• Uloskirjautuminen klo 11–13	<ul style="list-style-type: none">• Uloskirjautuminen klo 11–13
<ul style="list-style-type: none">• Lounasmahdollisuus (omakustanne) klo 11–13	<ul style="list-style-type: none">• Lounasmahdollisuus (omakustanne) klo 11–13

Liite 2. Tavoitteet ja metodit vaiheittain

1. Kartoita ja ymmärrä	1. Kartoita ja ymmärrä
<ul style="list-style-type: none"> • Toimintaympäristön, asiakkaiden ja tulevaisuuden linjausten kartoittaminen • Kohderyhmät ja heidän tavoittaminen • FinRelax • Espoon ja Hotelli Nuuksion matkailija-profiilit • Hotelli Nuuksion palautteet • Hotellin yhteistyökumppanit • Hotellin ja lähiympäristön palvelut • Asiakkaan palvelupolun selvittäminen • Asiakasnäkökulman selvittäminen • Tilanteiden ja tuotteiden hahmottaminen 	<ul style="list-style-type: none"> • Havainnointi <ul style="list-style-type: none"> ○ Lomakkeet, muistiinpanot, valokuvat • Työntekijöiden haastattelu ○ Customer Journey Canvas • Asiakkaiden kanssa keskusteleminen • Ongelman, tavoitteiden ja tarkkuuden jäsentäminen • Benchmarking • Tiedon selvittäminen • Mittareiden päättäminen • Asiakasnäkökulman kartoittaminen kysymysten avulla
2. Ennakoi ja ideoi	2. Ennakoi ja ideoi
<ul style="list-style-type: none"> • Leikillisuus, avoimuus ja ideointivapaus • Tulevaisuuden asiakasprofiilit, palvelutarinat (kuvaukset palvelupolusta ja -kokemuksista) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ideointityöpaja hotellin kanssa <ul style="list-style-type: none"> ○ Palvelumuotoilun pelit ja leikit • Itsenäinen, luova työskentely havainnoinnin, keskustelujen ja työpajan tulosten pohjalta
3. Mallinna ja arvioi	3. Mallinna ja arvioi
<ul style="list-style-type: none"> • Ideoiden valinta • Optimaaliset toimintaratkaisut • Tunteiden liittäminen kokemuksiin • Mallit 	<ul style="list-style-type: none"> • Visualisointi, tarinat <ul style="list-style-type: none"> ○ Kehitysideoiden kuvaileminen
4. Konseptoi ja vaikuta	4. Konseptoi ja vaikuta
<ul style="list-style-type: none"> • Palvelujen toimivuus käytännössä • Viimeinen analyysi 	<ul style="list-style-type: none"> • Mittarit • Kokeilu • Business Model Canvas

Liite 3. Asiakaskokemus, arvonmuodostus ja elämyksellisyys vaiheittain

Asiakaskokemus ja arvonmuodostus

1. Kartoita ja ymmärrä

Havainnointi

- Asiakaspolun, palvelutuokioiden ja kontaktpisteiden selvittäminen (esi-, ydin- ja arvopalveluvaiheet, painottaen ydin- ja arvopalveluvaiheita)
- Palveluprosessin selvittäminen
- Asiakaskokemustasojen selvittäminen (seur. sivu)

2. Ennakoi ja ideoi

- Asiakaskokemuksen toiminnallinen taso: sujuvuus, hahmotettavuus, saavutettavuus, asiakkaan tarpeeseen vastaaminen ja tehokkuus
- Asiakaskokemuksen tunnetaso: helppous, tunnelma ja kiinnostavuus

3. Mallinna ja arvioi

- Toiminnallinen arvo (laatu, luotettavuus, helppous ja vaivattomuus)
- Emotionaalinen arvo (tunteiden liittäminen, tuotteiden räätälöiminen)
- Symbolinen arvo: (luonto, rauha, rentoutuminen)
- Asiakaskokemuksen merkityksellinen taso: tarinat, lupaukset, kulttuurin merkitys ja henkilökohtaisia oivallukset
- Palveluprosessin kehikon muodostaminen
- Asiakaspolun, palvelutuokioiden ja kontaktpisteiden suunnittelemisen
- Myös arvopalveluvaiheen huomioiminen

4. Konseptoi ja vaikuta

- Taloudellinen arvo (kilpailukykyinen hinta)
- Pyrkimys asiakkaan odotusten ylittämiseen

Elämysten elementit

1. Kartoita ja ymmärrä

- Elämysten elementit, teoria ja lähtötilanne
 - syventynyt keskittyminen, innostuneisuus, moniaistillisuus, ajantajun menettäminen, tunnetason koskettaminen, ainutlaatuisuus, merkityksellisyys, aitous, leikkilisyys, läpikäymisen prosessi, sopiva haasteellisuus
- Havainnointi & haastattelut
- Merkitykselliset tilanteet, sijainti, voimakkuus

2. Ennakoi ja ideoi

- Elämyksen elementit
- Teema, merkitys, harmonia
- Jännitys ja innostaminen

3. Mallinna ja arvioi

- Asiakkaan kokemukset, näkemys ja mielipide
- Tapahtumien loogisuus, edistymisen keinot, rytmi, tempo
- Yksityiskohdat, negatiivisten ärsykkeiden poistaminen, aistit, ajantajun menettäminen, sujuvuus, runko, tunteiden liittäminen
- Draamankaari ja kokemuksen läpikäyminen asiakkaan näkökulmasta
- Mahdolliset muistoesineet?
- Arvioidaan asiakkaan haasteiden ja kykyjen suhde
- Aistit ja autenttisuus

4. Konseptoi ja vaikuta

- Elämyksellisyys sulautuu osaksi suunniteltuja palvelupaketteja

Liite 4. Asiakaskokemustasojen selvittäminen

Toiminnallinen taso (havainnointi):

- Miten asiakas löytää hotellin tai hotellin vastaanoton?
- Ohjataan asiakasta alueella?
- Esitelläänkö rakennus/toiminta-alue?
- Kerrotaan asiakkaalle ohjelma ja/tai aikataulu?
- Onko ohjelman rakenne helposti hahmotettavissa?
- Vastuuhenkilön vaihtuessa tapahtuuko vaihto sujuvasti?
- Pitääkö aikataulu?
- Onko kaikki mahdolliset järjestelyt etukäteen mietitty?
- Toimivatko tekniset järjestelyt?
- Kuinka asiakas vastaanotetaan eri palvelupisteissä?
- Saako asiakas tarpeeksi informaatiota eri palvelupisteissä?
- Huomioidaanko asiakkaan toiveet/kommentit?
- Ollaanko tarvittaessa asiakkaan saatavilla?
- Kuinka ongelmatilanteissa toimitaan?

Tunnetaso (havainnointi ja haastattelu):

- Onko merkkejä positiivisesta ja negatiivisesta ilmapiiristä, rentoudesta, rentoutumisesta, keskittymisestä, innostuksesta, uteliaisuudesta, hämmennyksestä, ahdistuksesta tai pettymyksestä?
- Vastasiko ohjelma odotuksia?
- Millaisia tunteita tai olotiloja päivän/loman/ohjelman aikana heräsi tai kehittyi, miksi ja missä tilanteessa?
- Oliko päivä/loma kiinnostava?
- Huomioitiinko asiakas hyvin hotellissa?
- Saiko asiakas tarvittavan informaation?
- Millaisilla adjektiveilla asiakas kuvaisi päivänsä/lomaansa?
- Millaisia elementtejä asiakas haluaisi ohjelmassa olevan?
- Tapahtuiko asiakkaan olotilassa muutoksia, kun verrataan olotilaa ennen ja jälkeen palvelun?
- Kokiko asiakas palvelun tarpeelliseksi?

Merkityksellinen taso (haastattelu):

- Onko palvelulla pidempiaikaisia vaikutuksia asiakkaaseen?
- Paraniko asiakkaan elämänlaatu merkityksellisesti?
- Millaisia elämyksiä tai oivalluksia asiakas koki?
- Kuinka paljon palvelulla oli asiakkaalle merkitystä, koskettiko palvelu tunnetasolla (positiivisesti tai negatiivisesti)?
- Mitkä ovat syyt ja seuraukset tunnetason kokemuksiin?
- Saiko palvelu aikaan suurempia muutoksia?

Liite 5. Palvelumuotoilun apukysymykset

Palvelumuotoilu:

(asiakkaan tarpeiden, odotuksien, tapojen, arvojen kartoittaminen sekä muiden mielipiteiden, hinnan, vastaavien palveluiden hintojen, hotellin palveluiden ominaisuuksien kartoittaminen)

- Asiakkaan ikä, sukupuoli, sinkku/parisuhteessa/perheellinen/perheetön
- Millä adjektiivilla/adjektiiveilla asiakas kuvailee tämänhetkistä elämäntilannetta? Miksi?
- Asiakkaan tämänhetkiset unelmat?
- Asiakkaan unelmat pidemmällä tähtäimellä?
- Mikä aiheuttaa asiakkaalle negatiivisia tunteita/ahdistusta tällä hetkellä?
- Vakituinen asuinpaikka kaupungissa vai maaseudulla?
- Saiko asiakas sitä mitä palvelusta etsi?
- Käyttääkö asiakas vastaavanlaisia palveluita usein?
 - Jos kyllä, millaiset elementit tekevät palvelusta hyvän?
 - Millaisia hyviä/huonoja kokemuksia vastaavanlaisista palveluista on?
- Vertailiko asiakas vastaavanlaisia palveluita ennen valintaansa?
 - Mikä sai asiakkaan valitsemaa Hotelli Nuuksion tai sen yhteistyökumppaneiden palvelut?
 - Mitä kanavia hän käytti?
- Loman/palvelun parhaimmat ja huonoimmat hetket?
- Puuttuiko palvelupaketista/hotellin tarjonnasta/oheispalveluista jotain?
- Mitä asiakas toivoisi lisää/jonkun tilalle?
- Kokeeko asiakas vastaavanlaiset palvelut tarpeelliseksi?
- Oliko palvelu hintansa väärsti?
- Toimiko yhteydenpito esipalvelutilanteessa?
- Suosittelesiko asiakas palvelua muille?
- Oliko palvelulle suositelijoita ystävä/perhe/työpiirissä?