

Mötes- och konferenstjänster

Utvärdering av Villa Elbas konferensverksamhet

Githa Sundelin

Examensarbete för restonom (YH)-examen

Utbildningsprogrammet för turism

Åbo 2017



EXAMENSARBETE

Författare: Githa Sundelin

Utbildning och ort: Turism, Åbo

Handledare: Maria Engberg

Titel: Mötes- och konferenstjänster, utvärdering av Villa Elbas konferensverksamhet

Datum 27.10.2017

Sidantal 37

Bilagor 2

Abstrakt

Villa Elba är huvudsakligen ett ungdomscentra men erbjuder även inkvartering, restaurang, evenemang, och mötes- och konferenstjänster. Villa Elba är beläget i Karleby cirka 4km utanför Karleby centrum.

Syftet med detta examensarbete är att utvärdera Villa Elbas mötes- och konferenstjänster samt ge utvecklings förslag och förbättringsidéer för deras mötes- och konferenstjänster. För att uppnå syftet gjordes en enkätundersökning i september 2017 där mötes- och konferenskunder kunde besvara frågor angående servicen och utbudet. Villa Elba önskade även att enkäten skulle fungera som bas för tio stycken telefonintervjuer som jag utförde under processen.

Den teoretiska delen för examensarbetet består av litteratur om mötes- och konferensturism, affärsturism, mötesteknik och kundbetjäning. I teorin behandlas olika delområden mera noggrant som kan kopplas till mötes- och konferensverksamheten.

Resultatet av undersökningen visar att kunderna överlag är nöjda med utbudet och servicen. Det framkom både positiva och negativa kommentarer samt förbättringsförslag. Resultatet av detta examensarbete kommer eventuellt att tillämpas och användas av Villa Elba för att utveckla och förbättra deras mötes- och konferenstjänster.

Språk: Svenska

Nyckelord: utvärdering, mötestjänst, konferenstjänst, mötesteknik, Villa Elba

OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Githa Sundelin

Koulutus ja paikkakunta: Matkailu, Turku

Ohjaaja(t): Maria Engberg

Nimike: Kokous- ja konferenssipalveluita, arviointi Villa Elban konferenssitoiminnasta

Päivämäärä 27.10.2017

Sivumäärä 37

Liitteet 2

Tiivistelmä

Villa Elba on ensisijaisesti nuorisokeskus, sen lisäksi palveluihin kuuluu majoitus-, ravintola-, tapahtuma-, kokous- ja konferenssipalvelut. Villa Elba sijaitsee Kokkolassa, noin neljä kilometriä Kokkolan keskustan ulkopuolella.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on arvioida Villa Elban kokous- ja konferenssipalveluita sekä kehittää ehdotuksia ja kehotusideoita kyseessä oleville kokous ja konferenssipalveluille. Tavoitteen toteutumiseen on käytetty kyselytutkimusta, jota jaettiin syyskuussa 2017 jonka avulla Villa Elban kokous ja konferenssiasiakkaat pääsivät vastaamaan kysymyksiin liittyen palveluihin ja tarjontaan. Villa Elba toivoisi myöskin kyselylomakkeen pohjan toimivan kymmenelle puheluhaastattelulle jonka minä suoritin prosessin aikana.

Opinnäytetyön teoriaan kuuluu kirjallisuutta koskien kokous- ja konferenssimatkailua, liikematkailua, kokoustekniikkaa ja asiakaspalvelua. Teoria käsittelee myös erilaisia osia-alueita, joka liittyvät kokous- ja konferenssitoimintaan.

Tutkimuksen tulokset näyttivät asiakkaitten olevan laajalti tyytyväisiä Villa Elban tarjontaan ja palveluihin. Tuloksesta saadut kommentit olivat positiivisia, sekä negatiivisia, mutta antoivat myös parannusehdotuksia. Villa Elba voi mahdollisesti soveltaa tämän opinnäytetyön tuloksia kehittääkseen ja parantaakseen kokous- ja konferenssipalveluitaan.

Kieli: Ruotsi

Avainsanat: arviointi, kokouspalvelu, konferenssipalvelu, kokoustekniikka, Villa Elba

BACHELOR'S THESIS

Author: Githa Sundelin

Degree Programme: Tourism, Turku

Supervisor(s): Maria Engberg

Title: Meeting and conference services, an evaluation of Villa Elba's conference facilities

Date 27.10.2017

Number of pages 37 Appendices 2

Abstract

Villa Elba is mainly a youth center but also offers lodging- restaurant-, event- meeting, and conference services. Villa Elba is located about 4 km outside the center of the city Kokkola.

The purpose of this Bachelor's thesis is to evaluate Villa Elbas meeting and conference facilities and possibly give suggestions to improve their meeting and conference services. A survey was done in September 2017 where meeting and conference customers had a chance to answer questions about the service and supply at Villa Elba. Villa Elba also wished that the survey could work as a base for doing ten surveys over the phone that I implemented during the process.

The theoretical part for this thesis consists of literature on meetings and conference tourism, business tourism, meeting technique and customer service. Also, different areas concerning meeting- and conference tourism are applied in the theory.

The result of this survey showed that the customers are overall pleased with the supply and service that is offered. The additional comments were both positive and negative but also comments for improvements were given. The result of this thesis will possibly be used by Villa Elba to develop and improve their meeting and conference services.

Language: Swedish

Key words: evaluation, meeting service, conference service, meeting technique, Villa Elba

Innehållsförteckning

1	Inledning	1
1.1	Syfte och avgränsning	2
1.2	Metod	2
2	Företaget Villa Elba	3
2.1	Villa Elbas konferensverksamhet	3
2.1.1	Konferensutrymmen	4
2.1.2	Program för konferensgäster	5
3	Affärsturism	6
3.1	Olika former inom affärsturism	6
3.1.1	Affärsresor	7
4	Mötes- och konferensturism	8
4.1	Olika typer av möten och konferenser	8
4.2	Anläggningar	9
4.2.1	Krav och förutsättningar	10
4.3	Arrangörer och bokning	12
4.3.1	Planering	12
5	Mötesutrustning	13
5.1	Utrustning och material för konferenser	13
5.1.1	Metoder för möten och konferenser	14
5.2	Virtuella möten	14
5.2.1	Bakgrund	15
5.2.2	Syften med virtuella möten	15
5.2.3	Rätt teknik	16
5.2.4	Införandet av virtuella möten	17
6	Kundservice	18
6.1	Servicekvalitet	18
6.2	Kundbehov	19
7	Val av metod	21
7.1	Den kvantitativa metoden	22
7.2	Enkätundersökning	23
7.2.1	Grunder för en enkät	23
7.2.2	Arbetsprocessen	24
7.2.3	Mina enkätfrågor	25
8	Resultatredovisning	27
8.1	Redovisning över de öppna frågorna	32
8.2	Analys och utvecklingsidéer	34

9	Sammanfattning.....	36
	Källor.....	37

Bilageförteckning

Bilaga 1 Intervjufrågor

Bilaga 2 Enkät

1 Inledning

Mötesindustrin är en bransch som uppvisar flera olika former. Området är en del av turistnäringen och utgör en stor del av turismens omsättning. (Verhelä, 2000, s. 16). Det finns olika typer av möten, både stora och små med olika syften och mål under begreppet konferens. En konferens eller ett möte har alltid ett syfte, syftet beskriver ofta vad konferensens betydelse är. (Luthin-Kärling;Wigerstad;& Wiksborg, 1995, ss. 127-128).

Som mitt examensarbete har jag valt att göra en utvärdering för företaget Villa Elbas mötes- och konferenstjänster, företaget jag valt ligger i min hemstad Karleby. Jag började med att ta kontakt med Villa Elbas kundbetjäningsschef Barbro Forsell för att höra ifall företaget skulle ha något färdigt uppdrag åt mig. Villa Elba gav mig i uppgift att utvärdera deras mötes- och konferenstjänster samt möjligtvis komma med utvecklingsidéer för att kunna förbättra deras mötes- och konferenstjänster. Barbro Forsell har fungerat som min kontaktperson för arbetet.

Jag inleder mitt examensarbete med att presentera mitt syfte och avgränsning samt hur jag gått tillväga för att uppnå mitt syfte. Sedan presenterar jag företaget Villa Elba och går därefter igenom den teori jag läst in mig på. I slutet av arbetet presenterar jag resultaten samt några utvecklingsidéer jag kommit fram till på basen av den information som jag samlat in via enkäter och intervjuer.

1.1 Syfte och avgränsning

Syftet med mitt examensarbete är att utvärdera Villa Elbas konferenstjänster som består av mötes- och konferensutrymmen, mötesteknik och andra program som erbjuds åt konferenskunderna. Jag kommer att ta i beaktande det som Villa Elba redan erbjuder och det som fungerar bra, men med hjälp av utvärderingen kan jag möjligtvis bidra med nya idéer och förbättringsförslag angående Villa Elbas konferensverksamhet. För mitt examensarbete har jag gjort en enkät för att få Villa Elbas mötes- och konferenskunders syn på och deras åsikter om Villa Elbas konferensverksamhet, enkäten fungerar sedan som en del för att uppnå mitt syfte. Enkätens analys bidrar till att Villa Elba kan upprätthålla och eventuellt utveckla sin konferensverksamhet.

I mitt arbete kommer jag enbart att fokusera på Villa Elbas konferensverksamhet, jag kommer att avgränsa arbetet och inte desto mera gå in på de andra tjänster som Villa Elba erbjuder sina kunder, så som inkvartering, program för ungdomar och evenemangstillställningar.

1.2 Metod

För att uppnå mitt syfte har jag ytterligare läst litteratur som behandlar konferensverksamhet, mötesteknik, affärsturism och kundbetjäning. Jag har också gjort en enkätundersökning och läst teori angående kvantitativ forskning. För att lyfta fram punkter som kan hjälpa att utveckla konferenstjänsterna, så kommer jag även att utgå från kundernas åsikter. Det innebär att jag utformat en enkät som baserar sig på frågor som berör Villa Elbas konferenstjänst; vad som fungerar bra och vad som borde förbättras. Enkäten kommer att besvaras fysiskt av minst 50 mötes- och konferensdeltagare och kommer att fungera som bas för att evaluera kundernas belåtenhet, och lyfta fram eventuella förbättringsmöjligheter. Villa Elba har också bitt mig ringa upp tio olika företag som använder företagets konferens och mötestjänster mer eller mindre, med enkäten som stöd så kommer jag att per telefon kunna djupare gå igenom enkäten för att få svar på mina frågor. Jag kommer också att intervjua Barbro Forsell som ansvarar för konferensavdelningen och Catarina Silvander som fungerar som Villa Elbas verkställande direktör. Barbro fungerar även som min kontaktperson och som en källa för mitt slutarbete, eftersom hon handhaft konferensverksamheten vid Villa Elba samt besitter erfarenhet och information om verksamheten. Jag inleder mitt examensarbete med att presentera Företaget Villa Elba för att sedan gå vidare med den teori som jag läst in mig på.

2 Företaget Villa Elba

För att kunna redovisa för hurudant företag Villa Elba är så intervjuade jag Villa Elbas verkställande direktör Catarina Silvander samt Villa Elbas kundbetjäningsschef Barbro Forsell. Intervjufrågorna kan ses i bilaga 1.

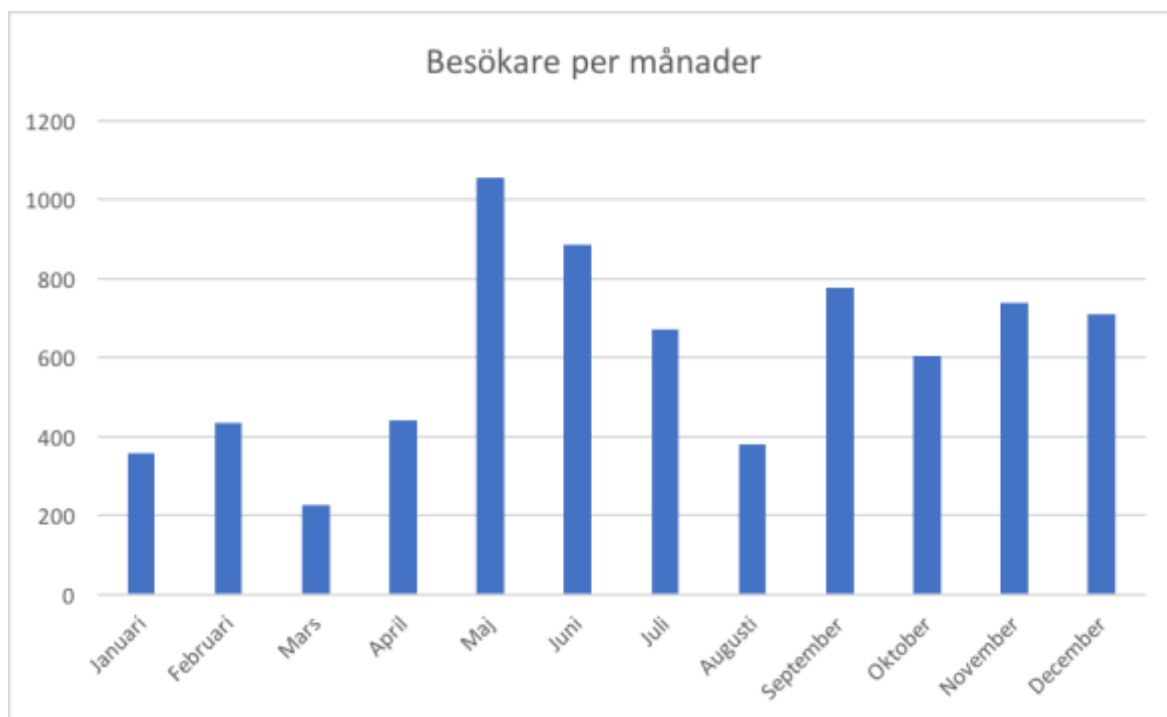
Villa Elba grundades år 1991 och ägs av Karleby stad, Villa Elbas främsta och huvudsakliga prioritering är ungdomsarbete men vuxna kunder är ytterst viktiga för företaget, eftersom inkomsten är bättre vilket ger företaget mera möjligheter inom ungdomsarbete samt möjlighet att erbjuda olika tjänster åt de vuxna kunderna. Villa Elba har 15 fastanställda men även visstidsanställda och inhoppare, personalen är uppdelade inom förvaltning, service och det pedagogiska området. Villa Elbas läge är ypperligt, vackert och lugnt, naturnära men ligger ändå tillräckligt nära Karleby centrum dit till exempel tåg anländer från andra städer och kommuner. Läget attraherar kunder både från Karleby och regionen. Eftersom Villa Elba är ett ungdomscentra så koncentrerar sig företaget på barn och ungdomsarbete men erbjuder också inkvartering, restaurang, mötes- och konferenstjänster, och ordnar tillställningar och evenemang som bröllop och företagsfester. (Silvander, Personlig kommunikation, 18.9.2017)

2.1 Villa Elbas konferensverksamhet

Konferensverksamheten har funnits sedan år 1991 men vuxit en del sen dess. Målsättningen är inte att bli den största konferensanläggningen i Karleby men det finns planer på att bygga till flera och större utrymmen för att kunna ta emot större grupper. Bokning för mötes- och konferenstjänster sker via e-post eller telefon där personalen skräddarsyr en offert åt kunderna. I offerten ingår hyra för utrymmet, AV-utrustning, och eventuellt mat med för- och eftermiddagskaffe. Lunch med tillbehör tillverkas av Villa Elbas egna kock och serveras varje vardag i matsalen, enligt behov också i mötesutrymmen och utöver lunchen så finns det olika menyer att beställa från. I AV-utrustningen det vill säga bild och ljudutrustning med mera, ingår en videokanon, dator och dokumentkamera, annan utrustning kan lånas av samarbetspartners men ingen AV-utrustning hyrs. Kunderna har också med sig egen utrustning som kan användas i de olika utrymmena. Servicepersonalen tar hand om mötes- och konferensgästerna medan större grupper har egen konferensvärd eller -värdinna. De vanligaste kunderna är dags- och heldags möteskunder men även övernattningskunder förekommer. Kunderna erbjuds också olika programalternativ som kan kombineras med

konferenser och möten, därför är heldagskunder viktiga för de köper även tilläggstjänster såsom lunch och eventuella program. (Forsell, Personlig kommunikation, 18.9.2017)

Nedan i figur 1 syns antalet konferenskunder från år 2016 månadsvis, till dessa kunder är också evenemangsgäster inräknade eftersom de faller inom samma kategori vilket ökar antalet men, infaller oftast under månaderna juni-juli. (Elba, 2017)



Figur 1 Antalet vuxna kunder som besökt Villa Elba 2016

2.1.1 Konferensutrymmen

Villa Elbas mötesutrymmen är populära bland företag och organisationer, utrymmen är olika stora och utrustade med modern AV-utrustning. Det finns fem olika utrymmen: Gamla Villan för 20–30 personer, Elbas Pärla för 20–25 personer med bastumöjlighet, Elba Salen för cirka 190 personer, Naturskolan för cirka 35 personer, och Strandmagasinet som är öppet för sommargäster rymmer cirka 20 personer. (Villa Elba, u.å)

Elba Salen ligger i huvudbyggnaden och är handikapputrustad, i salen finns även en vit duk, ljudanläggning och mikrofon som tillägg till övrig AV-utrustning. I de mindre utrymmena finns tillgång till den vanliga AV-utrustningen. Kaffe med tillägg serveras i alla utrymmen enligt behov. Förutom de utrymmen som redan nämdes finns Styrelserummet för sex personer och matsalen som rymmer cirka 70 personer för till exempel frukostgäster. (Forsell, Personlig kommunikation, 18.19. 2017)

Nedan i figur 2 är en bild på Elba salen som ligger i huvudbyggnaden. (Elba, 2017)



Figur 2 Elba salen

2.1.2 Program för konferensgäster

Villa Elba erbjuder också program för sina konferens- och mötesgäster. De kan vara avkopplande-, underhållande- eller äventyrsprogram. Programmen varar mellan 45 minuter ända upp till fyra timmar. Alla program har en egen instruktör som hjälper och vägleder genom programmet. Det 45-minuters programmet Happi hour ger mötesgästerna en chans att få frisk luft och sätta igång blodcirkulationen med lite utomhus gymnastik. Andra aktiviteter som erbjuds är till exempel, geocaching, båtutflykter, orientering, vandring, och flera kreativa och äventyrsfyllda aktiviteter. Villa Elba anpassar programmen och skräddarsyr dem enligt företagets utsatta tidtabell. (Forsell, Personlig kommunikation, 2017). Till näst beskriver jag affärsturism som även fungerar som en grund till varför mötes- och konferenstjänster behövs och används.

3 Affärsturism

Termen affärsturism innebär förenklat att den som reser gör det på grund av sitt arbete. Resenären är inte alltid den högsta chefen som reser ifall det inte är fråga om en ensam företagare. Inom olika företag finns det oftast en tjänsteman som fokuserar på kundmöten och tar hand om företagets kundrelationer och reser runt för att uppehålla och skapa nya kontakter. Resorna kan också handla om att sälja eller köpa en produkt eller tjänst, inom vissa branscher handlar resandet om att utveckla eller utvecklas inom det egna området, lära eller bli lärd något angående den egna branschen. (Verhelä, 2000, s. 10)

Affärsturism består av de resenärer som reser på grund av sitt arbete och motsatsen är då fritidsresenärer, skillnaden mellan dessa två kan i vissa fall vara väldigt små speciellt om en affärsresande vill inkludera personliga program under sin affärsresa. (Verhelä, 2000, s. 10) De vanligaste tjänsterna, som erbjuds affärsresenärer, är oftast kost och logi, transport och guidning. Resenärens avsikt med resan är det som skiljer en fritidsresenär från en resenär på arbetsresa. Andra skillnader som skiljer dessa två resenärer åt är till exempel resans destination, tidpunkt, bokningstid och finansiering av resan. Affärsresenärer reser oftast under vardagar med kort varningstid till städer som spelar stor roll inom industrivärlden och arbetsgivaren står för resans kostnader. Fritidsresenärer bokar oftast resan i god tid, till varmare breddgrader eller städer fokuserade på turister under högsäsong och veckoslut. (Verhelä, 2000, ss. 13-14)

3.1 Olika former inom affärsturism

Inom turismforskning delas olika affärsresor in i olika grupper för att klargöra de olika begreppen. Ett sätt att dela upp de olika resorna inom affärsturism är i fyra olika huvudgrupper, där grupperna är vanliga affärsresor, mäss- och utställningsresor, kongress- och mötesresor och belöningsresor. En affärsresa kan dock innehålla flera olika egenskaper, vilket gör det svårt att definiera till vilken grupp affärsresan hör, eftersom samma resa kan ha flera olika syften. (Verhelä, 2000, s. 16). Kommer att nedan kort redogöra för dessa huvudgrupper trots att jag i detta examensarbete endast fokuserar på mötes- och konferensresor.

3.1.1 Affärsresor

En vanlig affärsresa är en väldigt allmän form bland affärsresenärer. När en företagare eller företags tjänsteman reser från den fasta bopplatsen eller fasta stationsplatsen där företaget ligger för att sedan ta hand om företagets affärsverksamhet. På dessa resor kan affärsresenärens uppgifter vara att ta hand om affärsrelationer, ta del i olika affärsförhandlingar, besöka dotterbolag, sköta inspektioner eller leverera uppdrag utomlands eller i hemlandet. Vanliga affärsresor kan inom vissa branscher vara en offentlig del av arbetsuppgiftens befattningsbeskrivning, till exempel jobb för försäljningsagenter, reporter, utstationerade tjänster eller korrespondenter. De vanligaste turismtjänsterna som används under dessa resor är; flygbolag, hotell och biluthyrningstjänster. (Verhelä, 2000, s. 16)

Nationella och internationella mässor och utställningar kan ordnas på olika sätt utgående från syftet och målet med mässan. Det är delvis en mötesplats för de yrkesverksamma, samtidigt en specialiserad marknadsföring för konsumenter. Vid mässor och utställningar finns det möjlighet att skapa nya kontakter och marknadsföra sin egen verksamhet. (Verhelä, 2000, ss. 16-18). Affärsresor kan också vara nationella och internationella kongresser som är ämnesinriktade, stora formella möten där deltagare med olika yrkes bakgrund träffas för diskussioner. (Verhelä, 2000, ss. 18-19).

En belöningsresa kan vara vad som helst som belönar en arbetstagare, vanligen är det en resa, ett restaurangbesök eller en present av något slag. Det är dock viktigt att företagets kunder som eventuellt blir med bjudna på en belöningsresa, inte tolkar det som en muta, eftersom företaget ofta står för alla kostnader för att belöna sina kunder. (Mårtensson; Nilsson; & Tengling, 2004, s. 39). Ofta ingår det logi, transport och program under en belöningsresa, resan är dock ändå en affärsresa eftersom resenären inte själv betalar för den. (Verhelä, 2000, s. 23). En vanlig mötesresa kombineras ofta med belöningsresor, det är vanligt att avbryta ett vanligt möte med någon form av aktiviteter eller någon ny upplevelse för mötesdeltagare. Resan bidrar redan med en annan miljö vilket uppskattas och är inspirerande. (Johansson & Westerblad, 2006, s. 17). I nästa kapitel presenterar jag noggrannare mötes- och konferenstjänster samt de olika faserna och verksamhetsområden inom ämnet.

4 Mötes- och konferensturism

När två eller flera personer möts för att nå ett uppsatt mål, rådslår de och överlägger tillsammans, detta kallas för att konferera. Företagsvärldens snabba utveckling och förändrade struktur lyfte fram konferenser och förstärker konceptets popularitet. En senare trend inom konferensstrukturen blev att förlägga mötet till en restaurang eller ett hotell med konferensanläggning. Med trenden följde också en ny uppgift för personalen, att utbilda konferensvärdinnor och –värdar. (Luthin-Kärling;Wigerstad;& Wiksborg, 1995, ss. 120-121). En värd eller värdinnas uppgift är att se till att kunderna trivs och slappnar av. De tar också hand om tekniken och kundernas eventuella behov. (Rautiainen & Siiskonen, 2013, ss. 58-60). En konferens kan jämföras med kongresser men det är mindre antal deltagare, de mindre konferenserna kan organiseras av ett företag eller en organisation. I regel varar en konferens i en till två dagar med en tidsbegränsning för att uppnå specifika mål och kan även kombineras med aktiviteter alternativt inom eller utanför konferensanläggningen. (Johansson & Westerblad, 2006, s. 15). Inom konferensbranschen ordnas även internationella konferenser med hela världen som marknad. Dessa ordnas av bland annat multinationella företag, vars personal kommer från olika huvudkontor och länder för att träffas. (Luthin-Kärling;Wigerstad;& Wiksborg, 1995, s. 124)

4.1 Olika typer av möten och konferenser

En konferens eller ett möte har alltid ett syfte, syftet beskriver ofta konferensens betydelse. Deltagarna delges mötets eller konferensens syfte. Affärskonferenser handlar om att informera, fatta beslut och diskutera. Detta kan vara gällande frågor kring företagsverksamhet, nyanställningar eller nya produkter. Exempel på affärsmöten eller affärskonferenser kan vara årliga bostadsstämmor eller föreningars årsmöten som arrangeras efter ett verksamhetsår. Olika försäljningskonferenser är också vanliga, när till exempel en ny produkt skall introduceras på en mässa, när en ny försäljningskampanj planeras eller riktlinjer för företagets marknadsföring dras upp. Under samma kategori faller kick-off tillfällen, det är en annan benämning för olika slags motivationskonferenser som ordnas för att stimulera och motivera anställda inför en ny säsong eller inför en ny verksamhet. (Luthin-Kärling;Wigerstad;& Wiksborg, 1995, ss. 127-128)

Inom ett företag eller en organisation är utveckling och utbildning viktigt för alla människor. Seminarier och symposium är exempel på två olika utbildningskonferenser. Symposiumutbildning kan omfatta två eller flera personer med liknande kunskaper och arbetsområden.

De möts och diskuterar med varandra utgående från gemensam kunskap och erfarenhet. Seminarier av olika slag innehåller gemensamma föreläsningar och grupparbeten i mindre grupper samt en gemensam redovisning. (Luthin-Kärling;Wigerstad;& Wiksborg, 1995, s. 128). Workshops eller verkstäder ordnas för en arbetsgrupp där syftet är att alla deltar aktivt och jobbar tillsammans för att nå möjliga resultat. Det kan också sammankopplas med symposium eftersom en verkstad kan fungera som ett parallell-program inom ett symposium. (Johansson & Westerblad, 2006, s. 20)

Förutom olika typer av möten och konferenser så finns det också konferensarrangemang. De tre vanligaste är; dagskonferens, kvällskonferens och konferens med övernattnig. Konferenser kräver olika mycket tid. Beroende på program, syfte och mål kan arrangemanget vara flera dagar eller bara ett par timmar. Som benämningen syftar på, så förlöper en dagskonferens under hela dagen eller bara i ett par timmar. Kvällskonferenser däremot är vanliga bland föreningar och förbund som träffas kvällstid i några timmar efter den egna arbetsdagen. Deltagarna bokar ingen logi för besöket utan åker som oftast hem efter mötet, vilket är kännetecknande för kvällskonferenser. Typiska kunder som bokar dag- och kvällskonferenser är lokala företag inom närmarknaden. Då deltagarna bokar logi pågår konferensen under flera dagar. Konferens med övernattnig har ofta övriga aktiviteter inplanerat i programmet under tiden som spenderas på den valda anläggningen. (Luthin-Kärling;Wigerstad;& Wiksborg, 1995, ss. 131-132)

4.2 Anläggningar

När företag, organisationer eller föreningar möts under en konferens, görs det oftast i de egna utrymmena, men att konferera externt utanför de egna lokalerna har blivit vanligare och ökat efterfrågan på externa mötes- och konferensanläggningar. I vissa fall har företag inte anpassade utrymmen och väljer därför att konferera på en extern plats, men det finns också andra anledningar till varför det kan vara bra att välja en annan anläggning än den egna. Av rent praktiska skäl så är det inte alltid möjligt att konferera i den egna lokalen om det är brist på utrymme, service eller utrustning. Genom att jobba i en kreativ miljö så kan själva omgivningen ibland fungera som en inspirationskälla. Det viktigt att deltagarna får arbeta i lugn och ro och detta kan vara enklare när anläggningen är en annan än den egna. Föreläsare och deltagare distraheras och störs inte av telefonsamtal eller besök som de eventuellt kunde bli i den egna lokalen. Konferenser kan också ordnas i samband med andra aktiviteter och fungera som en belöning eller upplevelse för att motivera deltagarna för framtida uppgifter. Att göra ett avbrott i konferensen för att plötsligt göra något helt annat

kan uppmuntra och öka motivationen. Ifall deltagare från olika orter eller länder träffas, är en extern central mötesplats ekonomiskt och praktiskt den bästa lösningen, gärna då på en plats med goda transportmöjligheter till och från anläggningen. (Luthin-Kärling;Wigerstad;& Wiksborg, 1995, ss. 125-126)

Företag som har konferenskunder som målgrupp kallas även för konferensanläggningar. De betjänar utgående från konferensens syfte. De kan innebära konferenshotell, som också erbjuder kost och logi, eller transportmedel som transporterar alla under konferensens gång till ett annat evenemang. Vanliga hotell och restauranger har ofta utrymme och möjlighet att ta emot konferensgäster men har dock inte konferenskunder som en specifik målgrupp. (Luthin-Kärling;Wigerstad;& Wiksborg, 1995, ss. 130-131). Utbudet är stort och kraven är höga: fritidsintressen, ekonomi, miljö, utrustningen med mera är faktorer som styr valet av anläggning. Kursgård, slott och herrgårdar ligger oftast på vackra ställen med fina vyer i en lugn miljö. Konferenskunder som inte vill bo så centralt, som värdesätter personlig service och tillgång till aktiviteter, väljer oftast dessa typer av anläggningar. Ett annat koncept är spahotell, vildmarkshotell och fjällhotell, vilka inte enbart bidrar med konferensrum, utan även med upplevelser och möjligheter till olika aktiviteter till sina kunder. Slutligen är två väldigt ofta använda och i viss mån tidssparande anläggningar färjor och flygplatser. Att resa med färja för att ta sig från en plats till en annan och samtidigt delta i en konferens är inspirerande och ur en viss synvinkel väldigt praktiskt. Ombord på färjan erbjuds kost och logi, samt som bonus fina havsvyer. Konferenser på flygplatser lämpar sig särskilt för snabba möten då affärsresenärer träffas för att diskutera akuta ärenden. Flygstationen skall gärna ligga centralt i landet så att deltagarna har lätt att ta sig till och från mötesplatsen med flyg eller annat transportmedel. (Johansson & Westerblad, 2006, ss. 16,20-24)

4.2.1 Krav och förutsättningar

Före den perfekta lokalen bokas så finns det vissa krav som bör reflekteras över. Utrymmen bör vara ljusa och finnas i en trevlig miljö med fönster som släpper in mycket natur ljus. Det ska finnas bra ventilation eftersom teknisk utrustning producerar mycket värme. Rummen skall vara ljudisolerade men även tillföra god akustik så talare kan skapa kontakt med åhörarna. Det är också viktigt med bra utskyltning så nya kunder hittar fram till de olika lokalerna och restaurangen. Utrymmen skall vara väl utrustade med AV – hjälpmedel, mörkläggningsgardiner samt ljusanläggning, bekväma stolar och breda arbetsbord. Mindre grupprum i närheten för eventuella grupparbeten, samt sekretariat med printar och scanner. (Luthin-Kärling;Wigerstad;& Wiksborg, 1995, s. 142)

Vid bokning av anläggning bokas möjligtvis också rum för övernattnig och olika aktiviteter för deltagarna. I dagens läge är det vanligt att arbetet i samband med konferenserna, sker utgående från kundens egna bärbara dator och då är det viktigt att arbetet kan fortsätta på inkvarteringsrummen. Detta ställer vissa krav på rummens utrustning -arbetsyta, skrivbord, eluttag och god belysning. Också små detaljer som inverkar på konferenstrivseln är klädhängare i garderoben, bekvämligheter, som bra belysning och utrustning på toaletten och en bra säng. Andra aktiviteter som kan anses spela en betydande roll för gästerna är möjlighet till gym och bastu, samt andra sportaktiviteter så som golf, tennis, simning eller äventyrsaktiviteter. Detta aktivitetsutbud sker oftast utanför konferensen, ifall det inte är inplanerat i konferensprogrammet som ett delarrangemang. Önskemål som gäller aktiviteter kan vara svårare att uppfylla eftersom alla konferensanläggningar inte har tillgång till fritidscenter m.m. (Luthin-Kärling;Wigerstad;& Wiksborg, 1995, ss. 142-143)

Övriga krav som inte gäller anläggningen direkt utan berör personalen desto mera är maten och servicen på plats. En frukostbuffé fungerar bra, eftersom den erbjuder flera olika frukostalternativ. En välgjord måltid bör vara näringsrik men inte för tung, det gäller speciellt lunchen men även de andra måltiderna. Deltagare kan oftast bli lite trött efter att ha ätit en tung måltid, medan middagen gärna får vara en tvårätters meny med vin- och ölsortiment därtill. Det har också blivit vanligare att byta ut konceptet kaffe med kaka till frukt och juice. Personalen vid konferensanläggningen skall vara väl förberedda och noggrant följa tidtabellen. Om lunchen eller kaffet inte är klart för servering inom den utsatta tiden, inverkar detta på konferensgästernas tidtabell. När det gäller servicen ska personalen vara lätt tillgänglig och flexibel, vara medvetna om eventuella förändringar, allergier eller andra behov som gästerna kan ha. När konferensen är avslutad så är det viktigt att faktureringen är korrekt, att allt är fakturerat - rätt antal måltider, gäster och rum. (Luthin-Kärling;Wigerstad;& Wiksborg, 1995, ss. 143-146)

Konferensgäster kan också ställa krav som alla anläggningar inte kan uppfylla för deltagare med speciella behov. Särskild utrustning och uppmärksamhet behövs om en eller flera gäster är rörelsehindrade, syn- eller hörselskadade, eller har allvarliga allergier. Personer med hög sekretess kan också behöva särskild utrustning. För att konferensanläggningen och personalen skall kunna uppfylla alla krav så bör bokningen göras i god tid, så att förberedelserna är klara då gästerna anländer. Det är ytterst viktigt att all personal är väl informerad om gästernas närvaro och ankomst samt eventuella önskemål. (Luthin-Kärling;Wigerstad;& Wiksborg, 1995, ss. 129-130)

4.3 Arrangörer och bokning

När en konferens skall bokas externt, utanför de egna lokalerna så sköts det av företaget, ett bokningsbolag eller en konferensarrangör. Uppdraget kan vara att arrangemanget sköts från början till slut, vilket innebär att företaget som skall konferera, enbart dyker upp för genomförandet och låter arrangören sköta resten. Vill kunden själv vara med och utforma konferensarrangemangen, kan uppdraget ges ett bokningsbolag, vars uppgift är att finna en lämplig anläggning, som sedan bokas och kunden är i direkt kontakt med anläggningen. (Luthin-Kärling;Wigerstad;& Wiksberg, 1995, ss. 134-135). Ifall konferensbeställaren vill boka själv görs det via ett bokningsprogram eller per telefon, att lämna en förfrågan per e-post till den anläggning som övervägs är också en möjlighet eftersom önskemål och andra kriterier då kan nämnas i samma e-post. Om kunden som bokar ännu vill diskutera valet av anläggning med ledningen i ett företag, så kan en preliminär bokning göras vilket innebär att bokningen inte är bindande. Att anlita ett bokningsbolag underlättar konferensbeställarens roll, eftersom bokningsbolag ofta har bra kontaktnät och finner snabbt den rätta anläggningen utgående från kundens specifika behov. Vid större arrangemang, med mera omfattande program och service, är det vanligare att direkt kontakta konferensarrangörer för att nå det perfekta resultatet. (Johansson & Westerblad, 2006, ss. 28-30)

4.3.1 Planering

När konferensen och anläggningen är bokad, alla önskemål och små detaljer är klara, så är det oftast konferensanläggningen som brukar ringa upp företaget för att gå igenom bokningen ifall inte annat är överenskommet, detta kallas också för detaljplanering. När kunden och den ansvariga konferensvärdin eller -värdinnan diskuterar detaljplanering, går de inte enbart igenom bokningen, utan hela paketet som ingår. I de fall då enbart lokalen är bokad är detaljplaneringen inte lika viktig. Detaljplanering inför konferensmöten minimerar risken för missförstånd och betjäningen blir mera personlig. (Johansson & Westerblad, 2006, s. 32)

Innan konferensgästerna anländer ska konferensvärdin vara väl förberedd för att ankomsten skall gå så smidigt som möjligt. Antalet konferensgäster skall stämma överens med eventuella rum och måltider som blivit bokade och konferenssalen jämte utrustning skall vara klar för användning. När gästerna anländer är det viktigt att välkomna dem och visa dem runt i konferensanläggningen, att ge instruktioner om hur utrustningen fungerar är nödvändigt så att eventuella frågor kan besvaras med detsamma. Allt detta innefattar även

små detaljer- som var toaletten ligger eller hur belysningen fungerar. Under dagen så är det viktigt att konferenspersonalen finns tillgänglig för frågor gällande utrymmen, utrustningen eller frågor gällande lunch och kaffeservering som eventuellt ingår. När konferensen planeras är det viktigt att gå igenom även de små detaljer flera gånger före gästerna anländer. Utrustningen skall fungera, menyn skall vara välplanerad, även för eventuella allergiker, arbetsrummet skall vara av rätt storlek och bokas för rätt grupp och eventuella aktiviteter skall vara välplanerade. (Johansson & Westerblad, 2006, ss. 32-34)

5 Mötesutrustning

Möteteknik är en viktig del av konferensutrustningen, allt ska finnas på plats och fungera. Deltagarna ska inte behöva leta efter pennor eller annat material när mötet redan börjat. Utrustningen som används kallas också för AV-utrustning som står för audio visuell utrustning alltså bild- och ljudutrustning. (Johansson & Westerblad, 2006, s. 37)

Möteteknik kan också betyda olika metoder och lösningar för hur mötet framskrider, hur mötet ska ledas, vem dokumenterar, mötande med andra kulturer och hur ett möte kan bli mera effektivt. (Johansson & Westerblad, 2006, ss. 92-93). Jag tänker börja med att gå igenom väsentlig konferensutrustning och möblering. Deltagarna på konferenser vill gärna sitta bra så de hör och ser allt som händer på mötet. Att planera lämpliga placeringar beroende på vad mötets syfte är, några exempel på vanliga sittningar är; att sitta runt borden som bildar små öar, u-bord och fiskben som är riktade så en föreläsare ser och hör alla deltagare på nära håll och skolsittning eller biosittning för möten med större antal deltagare. (Johansson & Westerblad, 2006, s. 36)

5.1 Utrustning och material för konferenser

För olika konferenslokaler ingår skilt material men de som huvudsakligen bör finnas som också oftast ingår i lokalhyran är en skrivtavla, blädderblock, pennor, filmduk och projektorer. En skrivtavla kan verka som föråldrad teknik men är till stor nytta när föreläsare förklarar och visar material, om tavlan innehåller lackerad plåt så kan också magneter användas för att fästa dokument på tavlan. (Johansson & Westerblad, 2006, ss. 37-38). Denna tavla kallas också för en whiteboard-tavla och fordrar speciella pennor som kan användas för att skriva på tavlan men senare suddas bort. De som ansvarar för konferensutrymmen bör se till att rätt pennor används för tavlan så den inte förstörs. Blädderblock är väldigt vanliga där fördelen är att det som skrivs ner på pappret inte behöver

suddas ut och kan visas under hela mötet. För personalen gäller det att se till att blocket innehåller tillräckligt med papper och att inte slänga bort något dokument före konferensen är avslutad. Övrigt kontorsmaterial bör också finnas tillhands. (Luthin-Kärling;Wigerstad;& Wiksborg, 1995, ss. 149-150). Det finns flera slags projektorer som används på olika sätt. Alla konferensanläggningar innehar inte alla modeller av projektorer, nuförtiden är den vanligaste dataprojektorn som är kopplad till en dator och kan där med visa olika dokument, presentationer och annat material på en filmduk eller annan tavla. Ju bättre bild och ljus styrka en projektor har, desto bättre upplösning och styrka fås på bilder och presentationer. (Johansson & Westerblad, 2006, s. 39). Konferensvärderna ser till att AV-utrustningen fungerar och visar hur allt går till åt möteskunderna före mötets början. (Rautiainen & Siiskonen, 2013, s. 60). Det är också viktigt att utrymmen är färdigt inredda för rätt mängd människor och ändamål, samt att tekniken fungerar, det finns pennor och annat tillbehör tillhands och att utrymmet är rent. (Rautiainen & Siiskonen, 2013, s. 82)

5.1.1 Metoder för möten och konferenser

Tekniska lösningar och IT har ökat effektiviteten på flera sätt men på fysiska möten kan tekniken bara försnabba tekniska lösningar men inte påverka deltagarnas effektivitet. Det finns olika metoder som kan användas för att komma fram till den bästa mötesformen om möten inte fungerar tillräckligt väl. Genom att använda sig av idémöten, brainstorming eller swot-analyser kan deltagare komma fram till en lösning för hur möten blir effektivare. En swot-analys består av fyra ord som står för styrkor, svagheter, möjligheter och hot, orden är översatta från engelskan och fått namnet Swot på grund av de engelska ordens första bokstäver. När en swot-analys görs för att kunna planera effektivare möten står hot för olika begränsningar som deltagare kan uppleva och svagheter för vad som bör undvikas under möten. (Johansson & Westerblad, 2006, s. 92).

5.2 Virtuella möten

Begreppet jag nu kommer att behandla står för möten som hålls på distans där alla deltagare inte sitter i samma rum, utan med hjälp av olik teknik ges mötesdeltagarna möjlighet att kommunicera med varandra. Andra namn som ges för virtuella möten är smarta möten, resefria möten och e-möten det vill säga elektroniska möten. Teknik som används för att kunna hålla ett virtuellt möte kan vara telefon, video och webben. (Lid Falkman & Lid Falkman, 2014, s. 15)

5.2.1 Bakgrund

Virtuella kommunikationsmöten anses inte vara lika betydelsefulla möten, som de möten som sker fysiskt då alla deltagare träffas. De anses inte lika effektfulla och är oftast ett andra handsval, när deltagare träffas. Båda mötesmodellerna är lika officiella, till exempel beslut som fattas under virtuella möten gäller lika mycket som de som fattas på fysiska möten. (Lid Falkman & Lid Falkman, 2014, s. 21)

Mera grundligt förklarar så finns det tre olika funktioner för vad ett virtuellt möte innebär. En aspekt är ljudet som hörs, är det en telefonkonferens kan samtalet vara mellan två eller flera människor som hör och talar med varandra. Det andra är då ljud och bild sammankopplas -då det är möjligt att tala med och se andra deltagare under mötet. Utrustning som behövs är en webbkamera eller kamera, ljudet förmedlas ofta av dator, telefon eller plattor. Kvaliteten på förmedlingen av bild och ljud beror på den anläggning som används. Den tredje funktionen är ljud och material -då deltagare under möten kan se samma bilder och diskutera samtidigt, att dela en presentation och olika material under möten med varandra via streaming eller webbmöten är vanlig form av audiovisuella konferenser idag. Med hjälp av en applikation kan bilder och presentationer överföras, beroende på applikationen kan också skärmbilder och konversationer delas. Ifall det är frågan om ett webbmöte kombineras oftast webbmötets material med ett telefonmöte så att det inte skall uppstå fördröjning eller missförstånd under mötet. Detta för att överföring av ljud ibland kan bryta och vara otydligt. (Lid Falkman & Lid Falkman, 2014, s. 16)

5.2.2 Syften med virtuella möten

Ett virtuellt möte kan föra med sig mycket positivt. När deltagare inte har tid att delta fysiskt, kan ett virtuellt möte vara ett räddande koncept, till exempel när en deltagare inte har kunnat ta del av ett fysiskt möte kan personen kontaktas virtuellt för att besvara viktiga frågor. Det behöver inte vara en orsak till att inte ordna fysiska möten, utan dessa två kan kombineras så att alla deltagare har möjlighet att delta. En orsak till varför virtuella möten är bra och ordnas är för att de är flexibla och effektiva, samt att alla verksamheter kan använda sig av dem. (Lid Falkman & Lid Falkman, 2014, ss. 21-22)

Att arbeta virtuellt har flera fördelar, tre fördelar som framkommer tydligt är sparandet av miljö, tid och pengar, viktigast av dessa tre är tiden. Mycket av arbetstiden spenderas på olika transportmedel - för att ta sig till en mötespunkt, med hjälp av virtuella möten minskar resandet och tid sparas. Ekonomin påverkas då virtuella möten kunde användas mera,

eftersom det är tidssparande, men även kraven på ekonomiska resurser minskar. Utgifter för övernattnig, transport, restid och traktamenten minskar, då om resandet minskar. Men alla möten kan inte ersättas av virtuella möten, och att hålla virtuella möten är inte alltid helt kostnadsfritt, det behövs anläggningar, telefonutrustningar och annat material för att kunna koppla upp deltagarna virtuellt. När människor reser påverkas också miljön, en aspekt i tiden är att företag är miljövänliga och tänker grönt. När resandet minskar, minskar även utsläppet av koldioxidmängden, vilket sparar på miljön. (Lid Falkman & Lid Falkman, 2014, ss. 38-40)

Virtuella möten är begränsade och alla möten kan inte hållas virtuellt, men även fysiska möten är begränsade. Ett vanligt problem som kan uppstå är mängden av deltagare och utrymmen som behövs, för att alla ska rymmas med, medan de virtuella deltagarnas antal kan vara hur många som helst beroende på vilken virtuell lösning som används som bas för mötet. Flera människor har möjlighet att delta, och möten blir mera flexibla när deltagandet är flytande, det vill säga att en deltagare kanske bara deltar en stund i mötet för att svara på vissa frågor eller deltar i en specifik punkt på agendan, istället för att delta i mötet från början till slut. Att involvera flera människor, utan desto större förberedelser, är också lättare när mötet hålls virtuellt, eftersom ett tio minuters telefonsamtal är enklare att ordna än en flygresa för personen till mötesplatsen. Också effektiviteten ökar när man jobbar virtuellt, mindre resande sparar tid och resestressen minskar, dock kan en del stressa över huruvida tekniken fungerar som den ska när det gäller att koppla upp sig till det virtuella mötet. Ett virtuellt möte är tidsmässigt snabbare att ordna än ett fysiskt, eftersom arrangören inte behöver ta hänsyn till deltagarnas geografiska avstånd, dessutom kan mötet hållas kort och deltagarna kan snabbt gå tillbaka till sina egna arbeten efter att det virtuella mötet är avslutat. Ibland kan olika tidzoner vara problematiska för stora internationella företag. Det kan kräva att en eller flera personer arbetar utanför sin kontorstid – till exempel att börja arbetsdagen på kontoret extra tidigt eller att avsluta arbetsdagen flera timmar senare för att snabbt delta i ett videosamtal. (Lid Falkman & Lid Falkman, 2014, ss. 48-54)

5.2.3 Rätt teknik

Det är svårt att definiera program eller tjänster eftersom det hela tiden uppkommer nya applikationer och tjänster för virtuell kommunikation. Det finns många fördelar med att använda bra teknik för olika virtuella möten, utgångspunkten blir bra kvalitet på bild och ljud. Detta förutsätter att alla deltagande kontor har liknande anläggning för att nå bästa resultat. Även att kunna anpassa rummet på rätt sätt där tekniken används kan höja på

bildkvaliteten. En naturlig bild av deltagarna fås via rätt belysning och mera dämpade varma färger i rummet. Vita färger och takbelysning ger motsatt resultat, deltagarna kan se trötta och bleka ut på bild. Det finns också nackdelar, expertis behövs för att kunna använda och fixa tekniken och utrustningen, som fortlöpande kräver uppdatering och säkerhetsåtgärder. Tekniken kan också stressa deltagare, som känner sig pressade att vara kapabla att använda tekniken inför ett möte. För nybörjare kan det vara bra att testa sig fram och bekanta sig med tekniken. Att hålla ett telefonmöte är ett billigt och enkelt sätt att känna sig för hur det fungerar. Olika webblösningar kan testas gratis vilket gör det möjligt att t.ex. dela material online mellan alla deltagare och diskutera materialet per telefon på samma gång. Virtuella möten kräver ibland olika nivåer av säkerhet, här är det den som arrangerar mötet vars säkerhetspolicy gäller, då kan det också vara bra att reflektera över vilken teknik som skall användas speciellt ifall mötet kräver hög säkerhet. I dessa fall kan det ibland vara omöjligt att hålla virtuella möten eftersom tekniken kan vara opålitlig. I de fall då deltagaren kommunicerar via en högtalartelefon är det på deltagarens ansvar att ingen obehörig kan ta del av samtalet. (Lid Falkman & Lid Falkman, 2014, ss. 29-32)

5.2.4 Införandet av virtuella möten

En klar arbetsgrupp för de virtuella mötena bör utses, inte bara tekniker utan också blivande användare av programmet. För att kunna avgöra vilken teknik som behövs bör behovet redovisas. Det är viktigt att ha en klar policy för vilka möten som ska hållas virtuellt och vilka fysiskt. Tekniken bör motsvara behovet, den bör också fungera i samråd med den anläggning som kunder och kollegor använder sig av för att nå bra resultat. Tekniken skall kunna uppdateras och användas för de olika mötestillfällena. Att utnämna en ansvarig person som står för bokningen av möten och ansvarar för utrustningen, underlättar uppgifterna för resten av personalen. Intill teknikanläggningen bör finns enkla instruktioner för hur allt används, även övrig personal bör ges möjlighet att lära sig använda utrustningen. Personalen bör också ges information om skillnaderna mellan virtuella möten och fysiska möten. Ifall tekniken börjar krångla är det viktigt att veta på förhand vem som kan hjälpa till med problem inom systemet. Det är viktigt att skapa rätt motivation inför virtuella möten så hela personalen har en god attityd och att alla avdelningar tar del i användningen, annars kan virtuella möten ses som en belastning för de som använder och stöder användningen av tekniken. Efter en tid kan användningen följas upp för att se hur det påverkat arrangemangen och på det sättet utreda huruvida personalen är nöjda eller missnöjda med den nya tekniken. Att också skriftligt dokumentera hur många virtuella möten har förekommit, kan vara bra för att senare följa upp hur den ekonomiska effekten av denna mötestyp. Personalens

fortbildning stöder kunnandet och användningen av tekniken, nyanställda bör erbjudas inskolning. (Lid Falkman & Lid Falkman, 2014, ss. 81-84). Nästa kapitel behandlar varför kundservice och kundbehov är viktigt på en mötes- eller konferensanläggning.

6 Kundservice

Varje dag använder människor sig av någon slags tjänst eller service, de är immateriella men ansluts oftast till någon sak eller produkt. Kundservice kan grunda sig på enkla saker som att personalen är tillgänglig för sina kunder ifall kunderna behöver hjälp eller råd, en restaurang som erbjuder sina kunder på mat och dryck, eller att kunderna får välja att betala med bank eller kreditkort. (Ylikoski, 2001, ss. 17-18). Eftersom en immateriell service eller tjänst blir till först när kunden använder sig av den är det svårt att förutse vad det är kunden egentligen får. Det är också viktigt att påpeka att en tjänst eller service nästan alltid är varierande beroende på situationen. (Ylikoski, 2001, ss. 22-23)

6.1 Servicekvalitet

Servicekvalitet kan delas upp i två delar, den tekniska kvaliteten för en viss produkt och, funktionell kvalitet, hur kunden upplever betjäningen och servicen. I flera fall så kan bra kundbetjäning rädda en sämre produkt som kunden inte varit nöjd med. För att kunna mäta servicekvaliteten så behövs det alltid andra personer, det vill säga kunder. Olika företag kan skapa normer, riktlinjer och bestämmelser för hur kundbetjäning ska gå till. Enligt bestämmelserna så sätts en standard för förveklighandet av vad kundbetjäningen åtminstone ska innehålla. (Eräsalo, 2011, ss. 17-18) Servicepersonal som jobbar nära kunderna får tillgång till mycket värdefull information om servicen som personalen sedan kan föra vidare till en förman för att förbättra och kunna uppfylla kundens behov. Det är viktigt att personalen är närvarande, fokuserar sig på kunden och situationen för att upplevelsen skall bli så personlig som möjligt. (Eräsalo, 2011, ss. 20-21)

Ett arrangemang eller tjänstehändelse som består av service, handlar oftast om att personalen hjälper kunden. Kunden har flera behov som företaget kan uppfylla och när servicen är bra så är kunden nöjd. Servicen som uppfyller kundens behov kan betyda att företaget erbjuder kost, inkvartering, värkmedicin, en mötesplats eller andra tjänster som ger kunden det som behövs för stunden. Om kunden betjänas väl, personligt och vänligt så upplever kunden servicen som mycket mera än bara en tjänst som utförs av personalen. Egenskaper inom servicesituationer där kunder är i kontakt med personalen upplevas på samma sätt i nästan

alla situationer. Servicen skall inte upplevas som någon konkret eller materiell händelse, kunden ska uppleva känslor som förmedlas av personalen. En handling är en egenskap inom servicen som kan bestå av ett leende när kunden välkomnas, om personalen inte välkomnar och tackar kunden så förbrukas tjänsten ändå och kundens upplevelse förändras till det sämre. Service är till för kunderna, och de förbrukar service på samma gång som personalen förverkligar och uppfyller deras behov. Ett arrangemang eller tjänstehändelse av något slag där personalen finns till för kunderna är över först när kunden har förbrukat tjänsten till slut, när kunden inte längre deltar i händelsen. Beroende på den situation kunden är i så upplevs servicekvaliteten på olika sätt. Kunder skiljer sig från varandra baserat på deras förväntningar och tidigare erfarenheter och upplever därför servicen på skilda sätt. En del kan ha högre förväntningar på grund av tidigare erfarenheter som har varit lyckade medan andra inte alls har förväntningar på företaget eller personalen i fråga. (Eräsalo, 2011, ss. 12-13)

Kvaliteten påverkas också av interaktionen mellan kunden och kundbetjänaaren. Servicen och interaktionen mellan kunden och kundbetjänaaren sker inte alltid fysiskt, alltså ansikte mot ansikte, samtalet kan också ske via telefon eller via e-post. Kommunikationen är ändå en del av kvaliteten och tjänstehändelsen där kunden påverkas och bildar en uppfattning om tjänsten, servicen och företaget. Kundbetjänaaren uppfattas som en specialist inom sin bransch, att känna till produkter och tjänster som erbjuds är en självklarhet men den egna rollen inom kundbetjäning bör kännas till för att kunna betjäna kunderna på ett professionellt sätt. Interaktionen som sker mellan två eller flera personer hänger mycket ihop med kundbetjänaarens personlighet och vilja att agera och använda sin talang i olika kundsituationer. (Eräsalo, 2011, s. 14)

6.2 Kundbehov

Alla har vi behov som måste uppfyllas av tjänster eller en viss produkt. Det kan handla om enskilda behov eller flera behov på samma gång som ska tillfredsställas. Om behoven inte uppfylls korrekt eller glöms bort skapar det irritation hos kunden. Kunder har olika behov och förväntningar, även behov som är omedvetna. Dessa diverse behov kan delas in i tre grupper. (Bergman & Klefsjö, 2012, ss. 319-320)

Bergman och Klefsjö (2012, s. 320–321) beskriver basbehov, uttalade behov och omedvetna behov på följande sätt. De vanligaste basbehoven kan skapa missnöjdhet hos kunder ifall de inte tillfredsställs. De är så självklara att kunden i fråga inte tänker på dem om de blir

tillfrågade om sina behov. Därför kan nöjda kunder inte skapas genom att bara uppfylla basbehoven eftersom de kan vara så kallade omedvetna behov. När kunden berättar om sina behov är de oftast uttalande behov, medvetna behov som upplevs som viktiga för kunden. Uttalande behov är de behov som företag kan briljera med, genom att uppfylla dessa egenskaper kan kunder fortsättningsvis använda företagets tjänster och produkter. Det är dock inte en konkurrensfördel för företag eftersom dessa behov är lätta att identifiera. När ett företag kan identifiera omedvetna behov hos sina kunder får de också stor konkurrensfördel. Kunder vet inte alltid om vilka behov de har, om dessa omedvetna behov blir uppfyllda och kunden blir tillfredsställd med hjälp av en produkt eller tjänst ger det företaget som erbjuder detta, stort värde.

Som ett exempel på dessa behov kan man ta ett hotellrum där kunden anser att sängen är ett basbehov, tv:n ett uttalat behov och trådlös internetuppkoppling ett omedvetet behov. (Bergman & Klefsjö, 2012, s. 321)

När kundens behov och förväntningar uppfylls så kallas det också för kundtillfredsställelse. Faktorer som tidigare erfarenhet, löften som företaget har utlovat, företagets eller produktens rykte och pris påverkar kunder och kundtillfredsställelse till en viss del. Det finns också dimensioner som påverkar och kallas för kvalitetsdimensioner, den dimension som rankas som den viktigaste är pålitlighet som definierar att företaget håller det som lovats åt kunden, omgivning rankas som den dimension som spelar minst roll. De andra dimensionerna är lyhördhet, tillit och inlevelseförmåga. (Bergman & Klefsjö, 2012, ss. 333-334). En produkt kan ge kunden tillfredsställelse men även det som förknippas med ett inköp påverkar, och inte bara produkten som inhandlats. God kundbetjäning och det lilla extra som tidningar åt kunden i väntrummet spelar i flera fall lika stor roll som en produkt eller tjänst. (Bergman & Klefsjö, 2012, s. 335). Till näst

7 Val av metod

För att kunna få svar på en problemformulering är det viktigt att tänka efter vilka tillvägagångssätt som passar bäst för det som ska lösas och den teori som arbetats med. När metod sedan väljs skapas ett verktyg som kommer att kunna ge svar på det som undersökningen kräver. Det unika verktyget skall passa till undersökningens ändamål, få svar på problemformuleringen. (Eliasson, 2006, ss. 31-32).

Skillnaden mellan kvantitativ och kvalitativ metod kan förklaras enkelt på följande sätt. Kvantitativ metod kan användas när något beskrivs med siffror medan kvalitativ metod går att beskriva något med ord. Den kvalitativa metoden är bra att använda när det ska gås in på djupet och få information via observationer och intervjuer som är två av de vanligaste metoderna använda inom kvalitativ forskning. (Eliasson, 2006, ss. 21-22). Den kvalitativa metoden fungerar bäst när det gäller att förstå och finna svar för problem som inte är uppenbara utan blir tydligare med tiden. Det är en flexibel metod som kan kombineras med andra metoder och går att anpassa efter situationen. (Eliasson, 2006, ss. 27-28).

Mitt examensarbete går ut på att utvärdera Villa Elbas konferensverksamhet, det vill säga, utrymmen, teknik, service och tjänster. Efter utvärderingen kommer jag eventuellt kunna ge Villa Elba utvecklings förslag som berör deras konferensverksamhet. Därför passar den kvantitativa metodens arbetssätt bäst för mitt arbete. Mitt arbete innehåller också en enkät för Villa Elbas kunder och intervjuer med personalen. Eftersom jag även undersöker hur nöjda Villa Elbas kunder är med konferenstjänsten som erbjuds så är den kvantitativa metoden bra att använda för att den kan användas när man vill generalisera större grupper, och mitt ändamål är att bevisa att en mängd människor tycker på ett visst sätt. Min frågeställning svarar på frågan hur många som är nöjda eller missnöjda med Villa Elbas konferenstjänster.

Den kvantitativa metoden inkluderar matematiska lösningar och sifferdata som handlingsätt för att sedan kunna analysera uppgifter som skrivs ut i siffror. De vanligaste metoderna som används är intervju- och enkätundersökningar. (Eliasson, 2006, s. 28). Det är också en bra metod när det är frågan om att generalisera större grupper men bara har möjlighet till att undersöka en mindre grupp människor. (Eliasson, 2006, s. 30).

7.1 Den kvantitativa metoden

Grunden för undersökningen är problemformuleringen, problemet kan vara något man själv vill undersöka eller så har man fått i uppgift att finna svar på ett problem. Teori kan användas och tillämpas på flera olika sätt, de begrepp som används i teorin skall därför kunna svara på problemställningen i ett arbete, dessa begrepp är också med i undersökningen från början till slut. (Eliasson, 2006, ss. 9-10)

Utifrån problemformuleringen så har jag valt teori för mitt arbete. För att få så relevanta svar som möjligt så skall teorin stöda ens frågeställning, teorin kan täcka ett eller flera områden som stöder problemformuleringen. För att kunna ha nytta av teorin i sin undersökning är det viktigt att teorin innehåller olika uppfattningar som sedan kan undersökas, detta kallas också för operationalisering. Begreppen skall beskrivas tydligt så att de kan tolkas av andra på ett uppenbart sätt samt undvika missförstånd, begreppen skall även stämma överens med teorin som använts. I undersökningen är det viktigt att skapa definitioner för begreppen som sedan tydligt blir mätbara, det finns möjlighet att undersöka begreppen. Det finns två vanliga definitioner inom den kvantitativa metoden, den teoretiska definitionen som förbinds till teorin och den operationella definitionen som beskriver hur man kan mäta begreppen. (Eliasson, 2006, ss. 12-13)

Det som framkommit vid operationaliseringen kan sedan användas som basfrågor för enkät- och intervjuundersökningar som också är de vanligaste metoderna. Intervjuer kräver en intervjuare och ett frågeformulär samt en lämplig tidpunkt för utförande som kan ske per telefon eller genom att träffa den som ska intervjuas. Fördelar med intervjuer är att intervjuaren kan förtydliga sina frågor och få tydliga och flera svar. Enkätundersökningar består också av ett frågeformulär som kan delas ut fysiskt eller elektroniskt där respondenterna besvarar frågorna. Det är mera utmanande att få svar på enkätundersökningar än intervjuundersökningar eftersom den personliga kontakten oftast fattas. (Eliasson, 2006, ss. 28-29)

7.2 Enkätundersökning

Enkätundersökning är en form som används när det är frågan om att samla in data av något slag med hjälp av ett frågeformulär. Formulären kan delas ut per post, fysiskt av den som sköter om utdelningen och insamlingen av formuläret, eller elektroniskt via dator. (Trost, 2012, ss. 9-11). Syftet varför en enkät görs skall vara klar och tydlig, vad vill mätas, och vilka svar kan fås med hjälp av enkäten. (Trost, 2012, s. 16). Därefter bör man tänka på sin population, det vill säga den grupp människor som enkäten riktas åt. Definitionen på populationen skall vara specifik och avgränsad så att urvalet inte blir för stort. (Trost, 2012, ss. 25, 28). I enkätundersökningar är det svårt att samla in data från alla människor i den population som blivit vald att undersökas, eftersom mängden varierar så kan det vara både komplicerat och dyrt att samla in all data, därför underlättar det att göra ett urval. När ett urval görs för den kvantitativa metoden blir populationens urval slumpmässig eller icke-slumpmässig, det vill säga på vilket sätt enkätens svarare väljs. Icke-slumpmässiga urval används i detta examensarbete och kan delas in på följande sätt: kvoturval, bekvämlighetsurval och strategiska urval. Ett exempel på kvoturval är när svaren fördelas jämnt bland kvinnliga och manliga svarare, samt olika åldersgrupper, bekvämlighetsurval baserar sig på den population som finns till hands när enkäten delas ut, strategiskt urval används mera i kvalitativa forskningar då det är viktigt att få variation i svaren och använder då hellre mera intervjuer som en undersökningsmetod än enkäter. (Trost, 2012, ss. 29-33)

I den kvantitativa undersökningen är det viktigt att ha hög reliabilitet och validitet för sin enkät. Med reliabilitet menas tillförlitlighet, mätningen är stabil, det skall gå att upprepa undersökningen och få samma resultat. Ju noggrannare mätningarna bearbetas och utförs desto högre reliabilitet. Hög validitet är när frågorna som används i undersökningen klarar av att mäta det som skall mätas, frågorna skall vara lätt förstådda, blir de missförstådda får man kanske inte de svar som behövs eller så kallade fela svar, vilket betyder att mätningen inte ger de svar som enkäten är avsedd för. (Trost, 2012, ss. 61-63).

7.2.1 Grunder för en enkät

Ett frågeformulär ska ta fram den data man är ute efter i sin undersökning, därför är det viktigt att en fråga verkligen är tydlig och utgår från operationalisering, den teori som arbetet innehåller. Före frågan formuleras ska man bestämma om det ska vara en öppen-, sluten- eller attitydfråga. Öppna frågor ger svararen fria händer och en möjlighet att skriva ner det som hon eller han vill få fram, det finns även nackdelar med öppna frågor, respondenter vill inte lägga tid på att själv skriva ner och formulera ett svar på en öppen fråga. De öppna

frågorna ska också läsas igenom och tolkas för att kunna vara till nytta för undersökningen, men finns det flera fördelar än nackdelar för öppna frågor så kan det ändå löna sig vara att använda öppna frågor. Slutna frågor ger färdiga svarsalternativ åt respondenten och underlättar processen, slutna frågor ökar även mängden besvarade frågor. Nackdelar med slutna frågor är att respondenten eventuellt har övriga åsikter om ämnet som frågan berör, detta kan lösas genom att lämna ett öppet kommentarsfält under den slutna frågan för till exempel övriga kommentarer. När svaren skall analyseras så är slutna frågor med färdiga svarsalternativ lättare att läsa av än öppna frågor. (Eliasson, 2006, ss. 36-37).

Det finns två sätt att ställa attitydfrågor, frågan kan bestå av olika påståenden som respondenten tar ställning till och anger var på skalan han eller hon ligger, jakande och nekande svarsalternativ är det andra alternativet som används när man ställer attitydfrågor. (Trost, 2012, s. 69). Grunden för ett lyckat frågeformulär är att frågorna är formulerade på ett enkelt och tydligt sätt, det ska finnas en tydlig struktur bland de olika frågorna, använda sig av vardagligt språk, undvika negationer och att styra svararen mot ett visst svar med ledande frågor, samt att fråga endast en fråga i gången. (Eliasson, 2006, ss. 39-41). Före enkäten delas ut till den verkliga populationen, kan den bli pilottestad. Det är en provundersökning där enkäten blir ifylld och svararen kan ge feedback på frågorna. (Eliasson, 2006, s. 43)

7.2.2 Arbetsprocessen

När enkäten var färdig för användning, delade min kontaktperson vid Villa Elba, Barbro Forsell ut enkäterna under några veckors tid i september, till sådana mötes- och konferenskunder som hade en öppning i sin tidtabell då de kunde besvara frågorna. Forsell förklarade även hur enkäten skall fyllas i och att hon svarade på eventuella frågor gällande enkäten. Detta på grund av att jag inte själv kunde vara fysiskt på plats. Eftersom jag valde att inte pilottesta min enkät så gick vi extra noggrant igenom enkäten med Forsell så att vi båda säkert förstätt den på samma sätt. Jag hade som mål att samla in 50 stycken enkäter, och fick sammanlagt insamlat 36 enkäter. Jag ringde även upp tio företag och gick igenom enkäten per telefon vilket gjorde det slutliga antalet insamlade enkäter till 46 stycken.

7.2.3 Mina enkätfrågor

Min enkät är avsedd för konferens- och mötesgäster. Enkäten är tvåsidig och tar cirka fem minuter att besvara. Enkäten består sammanlagt av tio frågor och innehåller både slutna och öppna frågor, dock flera slutna frågor med ett kommentarsfält där respondenten antingen öppet kan tillägga egna kommentarer eller kommentarsfält för relevant information som berör frågan. Min enkät består alltså av bakgrundsfrågor, attitydfrågor och frågor med fasta alternativsvar. I början av min enkät så har jag presenterat mig själv och förklarat kort syftet med min enkät och i slutet av enkäten så tackar jag respondenten för svaren. Det finns två versioner av min enkät, en finsk version och en svensk. Villa Elbas gäster är till största delen finskspråkiga men de har även gäster med svenska som modersmål. Jag frågade min uppdragsgivare om det också behövs en engelsk version av enkäten, men det var inte nödvändigt. Min enkät är inte heller pilottestad eftersom vi tillsammans med min uppdragsgivare tyckte frågorna var lätta att förstå och höll sig väl till syftet.

Med hjälp av min enkät kommer jag att uppnå mitt syfte som är att utvärdera Villa Elbas konferensverksamhet, det vill säga mötes- och konferenstjänster. Därmed ville jag också mäta kundnöjdheten bland Villa Elbas mötes- och konferenskunder för att få kundernas åsikter om utbudet, utrymmen, utrustningen och servicen. Frågorna är bundna till arbetets teoridel som behandlar ämnen som stöder enkäten, jag har skrivit ut hur viktigt det är med mötesutrustning, servicekvalitet, samt välfungerande utrymmen och program. Min handledare och uppdragsgivare för detta arbete har också påverkat och tillsammans har vi sedan utvecklat frågorna. Frågeformuläret finns som bilaga 2.

Mina tre första frågor är slutna bakgrundsfrågor där jag ber respondenten fylla i kön, varifrån de anlant och om de använt Villa Elbas tjänster tidigare, för att få ut så mycket information som möjligt har jag en följdfråga för fråga två och tre. Följdfrågan för fråga två är varifrån de anlant om inte Karleby, och för fråga tre, vilka tjänster de använt tidigare. Fråga fyra är en sluten fråga där respondenten svarar på om konferensen de deltagit i var en halvdagskonferens, heldagskonferens eller konferens med övernattnig. Fråga fyra ger en bild på vilken konferens typ som är den populäraste. Fråga nummer fem är också en sluten fråga där jag ber respondenten berätta om tekniken var tillräckligt modern, svarade respondenten nej på frågan så fanns det en följdfråga för varför de tyckte så.

Fråga nummer sex och sju är attitydfrågor. I fråga sex skall respondenten svara på hur följande saker upplevdes: utrymmen, teknisk utrustning, service, personal, måltider, inkvartering och program. På en skala från 1–5 kan respondenten ringa in det svar som

tilltalar mest, var 1=mycket dåligt, 5=mycket bra. Där har jag också satt in ett kommentarsfält för övriga kommentarer. Fråga sju är uppbyggd på samma sätt som fråga nummer sex men där frågar jag hur mycket följande saker påverkar när mötes- eller konferensutrymme väljs. Där fanns samma alternativ att välja mellan på en skala mellan 1–5, var 1=påverkar inte alls, 5=påverkar väldigt mycket, samt ett öppet kommentarsfält för övriga kommentarer.

I fråga åtta får respondenten själv ge förslag på vilka nya former av tjänster de är i behov av i framtiden, det är alltså en öppen fråga. Fråga nummer nio är en öppen fråga där respondenten kan skriva ner ytterligare kommentarer gällande Villa Elbas konferensverksamhet. I sista frågan, nummer tio får respondenten ringa in ett helhetsvitsord på en skala mellan 1–10 för Villa Elbas konferensverksamhet.

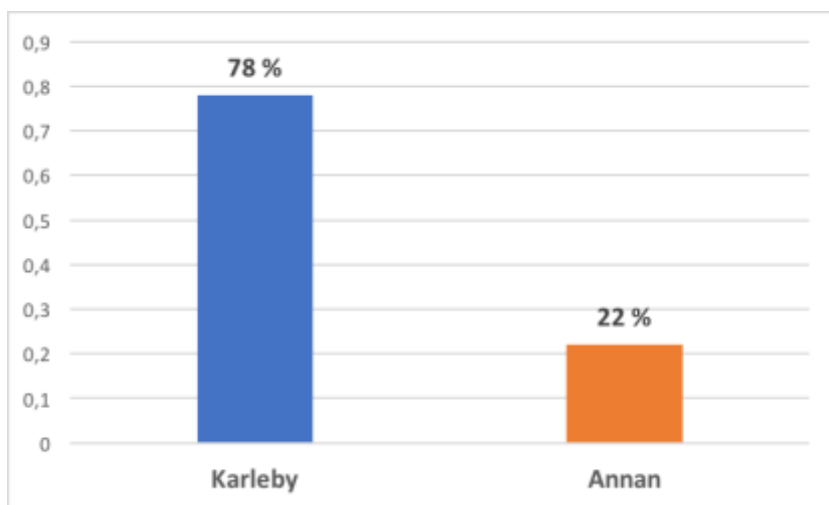
Som jag tidigare skrivit så bad min uppdragsgivare Villa Elba mig även utföra tio enkäter per telefon, jag ringde alltså upp tio stycken företag som Villa Elba valt ut som mera eller mindre använt Villa Elbas mötes- och konferenstjänster. Jag gick noggrant igenom alla frågor i enkäten och fick därmed svar på alla frågor, även de öppna frågorna. Några av de företag jag ringde upp har tidigare använt Villa Elbas tjänster flitigt men plötsligt i år desto mindre. Idéen med att ringa upp dessa företag var att eventuellt få svar på varför de slutat använda Villa Elbas tjänster. Resultatet för telefonintervjuerna kan ses i kapitel 8 och 8.1.

8 Resultatredovisning

Jag fick sammanlagt 46 besvarade enkäter. Därefter överförde jag min data till Excel. Med hjälp av figurer förklarar och redovisar jag för mitt resultat och de svar jag fick. Jag börjar med att redovisa mina bakgrundsfrågor såsom kön, varifrån respondenterna anlät och ifall de tidigare använt Villa Elbas tjänster. Till näst redovisar jag för de slutna frågorna och attitydfrågorna som har att göra med utbudet och servicen. Till sist går jag igenom och redovisar för de öppna frågorna och de övriga kommentarerna som respondenterna givit.

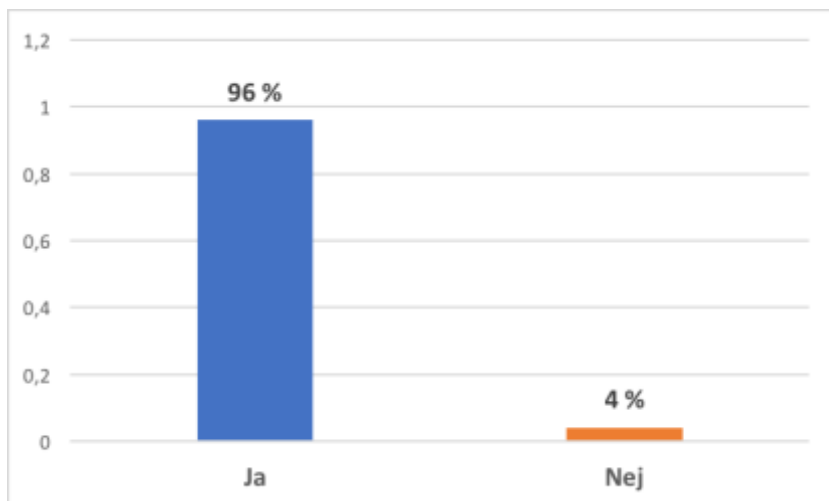
I enkäten deltog 46 respondenter varav 37 stycken (80%) var kvinnor och 9 stycken (20%) män. Resultatet redovisar för den första bakgrundsfrågan i enkäten.

I den andra bakgrundsfrågan ville jag få reda på varifrån respondenten anlät, resultatet visar att 78% (36 st.) anlät från Karleby medan 22% (10 st.) anlände från en annan kommun eller stad. Jag hade med en följdfråga för att få reda på vilka städer och kommuner det var frågan om. Av de 22% som fyllt i en annan stad eller kommun så var respondenterna från Sievi, Kalajoki, Kaustby, Vetil och Kannus. Resultatet åskådliggörs nedan i figur 3.



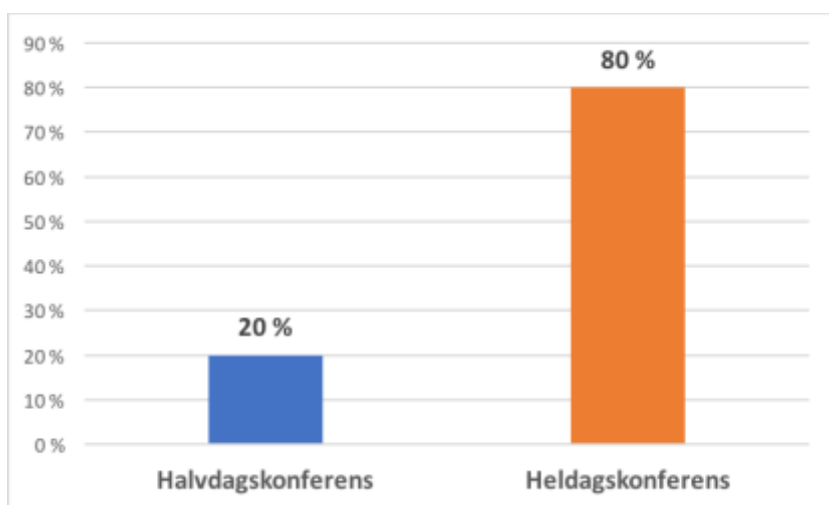
Figur 3 Respondenten anlände från

Den tredje bakgrundsfrågan löd om respondenten tidigare använt sig av Villa Elbas tjänster, där svarsalternativen var ja eller nej. Nedan i figur 4 visas det att 96% (44 st.) tidigare använt Villa Elbas tjänster och 4% (2 st.) aldrig tidigare använt Villa Elbas tjänster. Här hade jag också en följdfråga där jag bad respondenten skriva ner vilka tjänster som tidigare blivit använda. De tjänster som tidigare använts av 96% av respondenterna var mötestjänster, skolningstillfällen evenemangs- och festtillställningar samt lunchtjänster.



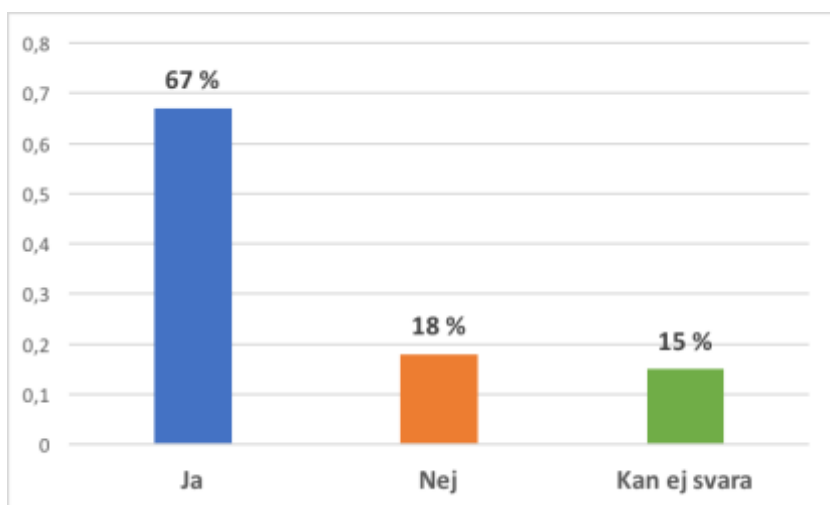
Figur 4 Respondenten har tidigare använt sig av Villa Elbas tjänster

Nedan i figur 5 visas tydligt att de flesta respondenterna deltagit i heldagskonferenser, där hela 80% (37 st.) av alla svarare varit heldagskonferens kunder. De andra svarsalternativen löd ifall respondenten deltagit i en halvdagskonferens (9 st., 20%), eller konferens med övernattnings (0%).



Figur 5 Konferensens form som respondenten deltog i

Fråga nummer fem löd ” Var tekniken tillräckligt modern” med svarsalternativen ja, nej eller kan ej svara. Ifall respondenten svarade nej så fanns det en följdfråga där jag bad respondenten skriva ner varför tekniken inte var tillräckligt modern. I figur nummer sex redovisar resultatet för att det var endast 18% (8 st.) som svarade att tekniken inte var tillräckligt modern, det som respondenterna var missnöjda med var; ljudanläggningen, som inte fungerat som den skulle vid alla tillfällen, långsam uppkoppling till internet, det fanns ingen videoprojektor, mörkläggningsgardiner eller ljusjustering i utrymmet, svårt att koppla bilder och dokument till skärmen och att det ibland förekommer små problem med tekniken förrän allting fungerar som det ska.

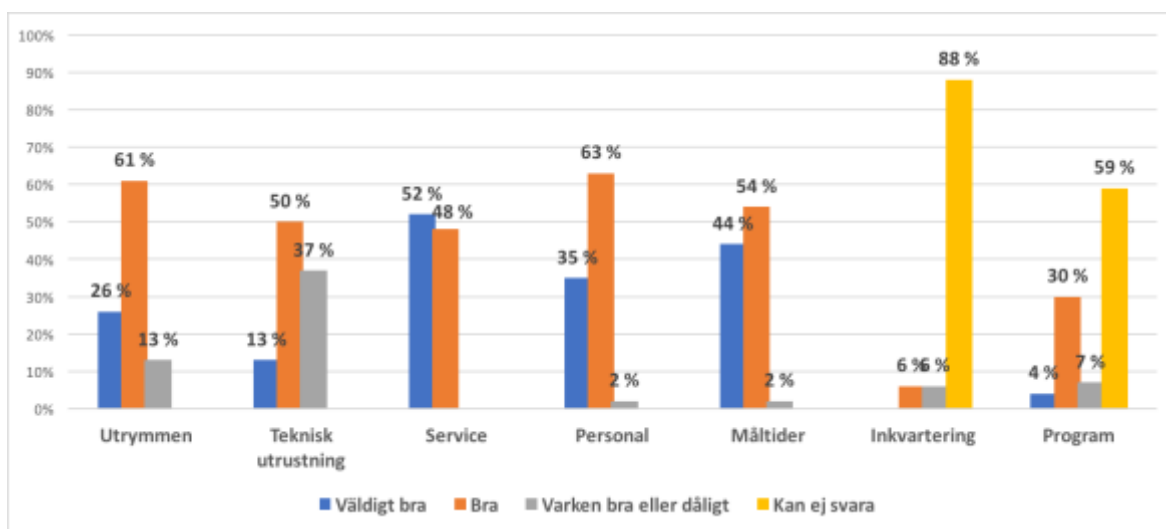


Figur 6 Var tekniken tillräckligt modern

Fråga nummer sex var en attitydfråga där respondenten bedömde utrymmen, teknisk utrustning, service, personal, måltider, inkvartering och program. Bedömningen skedde med hjälp av en skala på 1–5, där 1=väldigt dåligt, 3=varken bra eller dåligt och 5=väldigt bra. Respondenternas svar visas nedan i figur nummer sju.

Utrymmen fick bra respons där 61% (28 st.) tyckte att utrymmena var bra, 26% (12 st.) tyckte de var väldigt bra och 13% (6st.) som tyckte de var varken bra eller dåliga. Den tekniska utrustningen delade åsikter mera, 13% (6st.) tyckte utrustningen var väldigt bra, 50% (23 st.) av respondenterna tyckte att den tekniska utrustningen var bra medans 37% (17 st.) inte riktigt visste åt vilket håll de lutar. Servicen fick bra feedback eftersom 52% (24st.) tyckte servicen var väldigt bra och 48% (22st.) tyckte den var bra. Personalen fick bra respons, 63% (29st.) tyckte personalen var bra, 35% (16st.) tyckte personalen var väldigt bra. Måltider fick även bra feedback, 54% (25st.) som tyckte att måltiderna var bra och 44% (20st.) som tyckte de var väldigt bra.

När jag bad respondenterna ta ställning till inkvartering och program anade jag att de flesta inte kunnat svara och bedöma följande, eftersom de möjligtvis inte använt sig av inkvartering eller program under mötet eller konferensen, därför är det stor procentuell del som inte har kunnat ta ställning. Några hade ändå bedömt inkvartering och program grundat på tidigare erfarenheter. Inkvartering hade en stor del 88% (40st.) som inte kunnat svara på frågan men 6% (3st.) som tyckte att inkvarteringen var bra och. Även för punkten program så var det stor del 59% (27st.) som inte kunnat ta ställning, dock så svarade 4% (2st.) att programmen som erbjuds är väldigt bra, 30% (14st.) som tyckte de är bra.

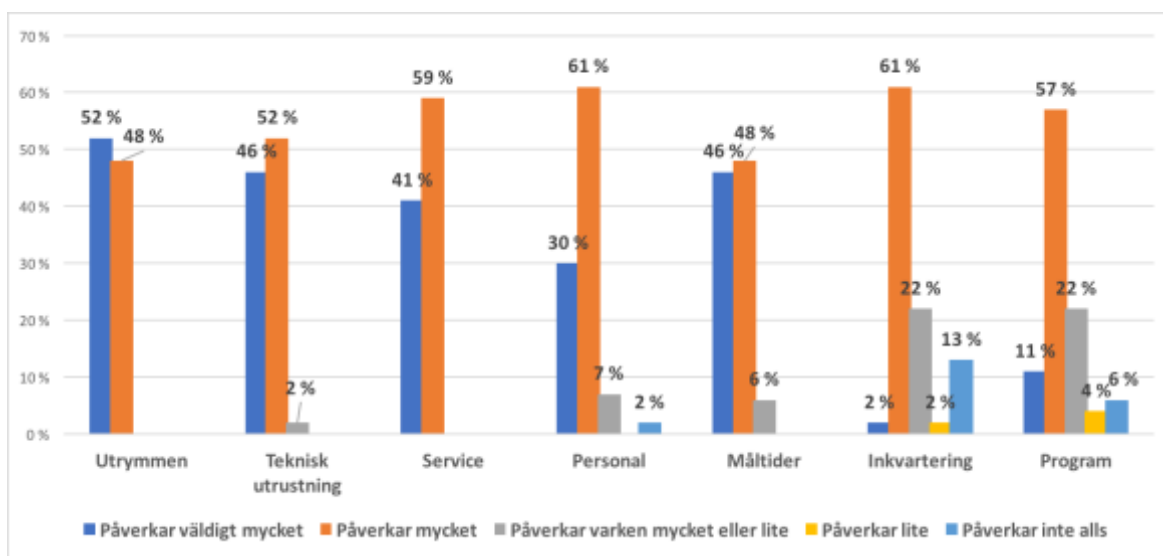


Figur 7 Respondenternas åsikter om Villa Elbas utbud och tjänster

I fråga nummer sju behandlades samma punkter som i fråga nummer sex men här skulle respondenterna ta i beaktande hur mycket följande punkter påverkar inför valet när det skall väljas mötes- eller konferensanläggning. Bedömningen skedde här också med hjälp av en skala från 1–5, där 1=påverkar inte alls, 3=påverkar varken mycket eller lite, 5=påverkar väldigt mycket. Resultatet redogörs nedan i figur nummer 8.

Överlag så påverkar alla punkterna mycket på beslutet. Speciellt utrymmen påverkar väldigt mycket 52% (24st.) samt 48% (22st.) tyckte att det påverkar mycket. Den tekniska utrustningen lika så, 46% (21st.) tyckte det påverkar väldigt mycket och 52% (24st.) tyckte det påverkar mycket. Den service som erbjuds åt kunderna påverkar väldigt mycket 41% (19st.) samt 59% (27st.) tyckte servicen påverkar mycket. Gällande personalens betydelse så tyckte 30% (14st.) att personalen påverkar väldigt mycket, 61% (28st.) tyckte det påverkar mycket, 7% (3st.) tyckte det påverkar varken mycket eller lite och 2% (1st.) tyckte det inte påverkar alls. Måltidernas procentuella fördelning blev väldigt jämn, 46% (21st.) tyckte måltiderna påverkar väldigt mycket och 48% (22st.) tyckte att det påverkar mycket.

Punkterna inkvartering och program delade åsikter lite mera än de tidigare påståenden. Endast 2% (1st.) tyckte att inkvartering påverkar väldigt mycket, medans 61% (28st.) tyckte det påverkar mycket, 22% (10st.) tyckte att det påverkar varken mycket eller lite, 2% (1st.) tyckte det påverkar lite och 13% (6st.) tyckte det inte påverkar alls. Respondenterna tyckte att program påverkar väldigt mycket 11% (5st.), 57% (26st.) tyckte det påverkar mycket, 22% (10st.) tyckte det påverkar varken mycket eller lite, 4% (2st.) tyckte det påverkar lite och 6% (3st.) tyckte det inte påverkar alls.



Figur 8 Hur respondenterna tyckte följande saker påverkar valet av mötes- eller konferensutrymme

8.1 Redovisning över de öppna frågorna

I min enkät hade jag med två stycken öppna frågor. I fråga nummer åtta bad jag respondenterna skriva ner vilka nya former av tjänster de är i behov av i framtiden, i fråga nummer nio bad jag respondenterna skriva ner ytterligare kommentarer som berör Villa Elbas mötes- och konferenstjänster. Även för fråga sex och sju hade jag tomma kommentarsrader för övriga kommentarer. Jag har sammanställt alla kommentarer och redovisar nedan, genom att dela in de olika kommentarerna i olika rutor. De flesta kommentarerna framkom genom telefonintervjuerna till de tio olika företagen som jag ringde upp. Kommentarererna är på finska eftersom kommentarerna kan få en ny mening ifall de översätts till ett annat språk. De är också direkt tagna ur enkätsvaren och kan därför innehålla vissa språkfel.

Positiva kommentarer:

- Ihanaa ruokaa
- Pidin paikasta. Voin tulla uudelleen. Henkilökunnalle kiitokset hyvästä palvelusta.
- Hieno paikka yhdessä ololle.
- Kiitos erityisesti vastaanoton henkilökunnalle, huippu palvelu!
- Ihana luonto, ihana paikka!
- Iso plussa luonnon läheisyys, luonnon kauneus.
- Kaikki toimii, hienoa!

Negativa kommentarer:

- AV-laitteita voi kehittää.
- Paljon melua
- Vähän vähemmän makeutta jälkiruokiin.
- Pienryhmäntyöskentelytiloja voisi kehittää.
- Äänentoisto oli epävarma, remonttiäänet häiritsivät työskentelyä.

- Paikointutila käy usein pieneksi, wc-tilat käyvät joskus pieneksi, aulaan lisää naulakoita.
- Pöytäjärjestely Elba-salissa hieman ahdas, puhujien/esiintyjien näkyvyys taakse huono.
- Epäsiistit tilat, teknisten laitteiden toimivuus
- Tiloissa liikaa ylimäärästä tavaraa (voisi olla selkeimmät, siisteimmät)
- Parempi tietotekniikka, ahtaat tilat
- Liian vähän pysäköintitila
- Huono ilmastointi (isot ryhmät)

Kommentarer gällande behov av framtida tjänster:

- Kokouksen ja luontoliikunnan yhdistäminen.
- Kehittää pienryhmätilat ja välineet.
- Kunnan sauna ja saunatilat, talvimajoitusta mökkien lisäksi.
- Laajentaa matkailun suuntaan.
- Kulkuyhteydet.
- Enemmän kulttuuri tarjonta.
- Runo, laulu, kertomus pläjäys.
- Luentoja isoille ryhmille.

I min sista fråga i enkäten bad jag respondenterna ge Villa Elba ett helhetsvitsord på en skala mellan 1–10, där 10 var bästa möjliga vitsord. Medeltalet blev 8,5.

8.2 Analys och utvecklingsidéer

För att analysera mina svar har jag sett på resultatredovisning och på teorin som mitt examensarbete innehåller. I min analys lyfter jag fram de punkter som jag anser vara viktiga för mitt examensarbete.

Min enkät användes huvudsakligen som ett verktyg för att mäta hur nöjda Villa Elbas kunder varit med utbudet och servicen, detta för att kunna utnyttja svaren som fåtts för att utveckla Villa Elbas mötes- och konferenstjänster. Enkäten inleddes med bakgrundsfrågor för att kunna bedöma om kundernas bakgrund påverkar deras följande svar, till exempel så anlände 78% av respondenterna från Karleby och endast 22% från en annan kommun eller stad. De övriga 22% av respondenterna anlände från närkommuner vilket kan tolkas som att de känner väl till Villa Elba från förut. Påståendet att de flesta som svarat känt till Villa Elba sen tidigare, stöds av nästa bakgrundsfråga som löd ”har ni tidigare använt Villa Elbas tjänster” där 96% svarade ja, de har tidigare använt sig av Villa Elbas tjänster. Som Eräsalo (2011, s. 12–13) påpekar så är det var synd att så många respondenter tidigare använt sig av Villa Elbas tjänster eftersom det betyder att tidigare erfarenheter har kunnat påverka respondenternas svar i denna enkät.

De flesta respondenterna (80%) hade svarat att de deltagit i heldagskonferenser och endast 20% hade deltagit i en halvdagskonferens. Att de flesta deltagit i heldagskonferenser är möjligen, så som Luthin-Kärling; Wigerstad; & Wiksborg (1995, s. 131–132) skriver, ofta lokala företag på närmarknaden som använder sig av heldagskonferenser, det är positivt för Villa Elba eftersom dessa företag valt att använda sig just av Villa Elbas tjänster. Villa Elbas kundbetjäningsschef Barbro Forsell (Forsell 2017) påpekar också ut att heldagskonferenser är viktiga eftersom kunderna köper tilläggstjänster såsom lunch och eventuella program under dagen. Det är svårt att definiera vad som räknas till modern teknik, i fråga nummer fem var det endast 18% som svarat att tekniken inte var tillräckligt modern, 67% som tyckt att tekniken var tillräckligt modern och 15% som inte kunnat svara. Det viktigaste är ändå som Johansson & Westerblad (2006, s. 37) skriver att mötesteknik är en viktig del av konferensutrustningen och skall fungera före mötet påbörjas. Flera kommentarer som redovisats i kapitel 8 och kapitel 8.1 tyder på att ljudanläggningen borde förbättras och att den tekniska utrustningen kunde utvecklas och förbättras.

Attitydfrågor där kundernas åsikter om utbudet och servicen kom fram i form av en skala där respondenterna kunde välja hur de upplevde följande saker: utrymmen, teknisk utrustning, service, personal, måltider, inkvartering och program. Responsen över utrymmen

var bra (61%) men endast 26% hade svarat att utrymmen upplevdes som väldigt bra, de sista 13% hade svarat att utrymmen upplevdes som varken bra eller dåliga. I de övriga kommentarerna kom det fram att utrymmen var till viss del inte tillräckligt rymliga, det förekom oljud samt att vissa utrymmen innehöll mycket onödiga föremål som gjorde utrymmet osnyggt. Enligt Luthin-Kärling; Wigerstad; & Wiksberg (1995, s. 142) uppnår inte dessa faktorer kraven för ett välfungerande utrymme. Bland de övriga kommentarerna kom det också fram att arbetsrum för mindre grupper kunde utvecklas. Tidigare svarade respondenterna på om tekniken var tillräckligt modern, här skulle de nu ta ställning till hur de upplevde den tekniska utrustningen. Den tekniska utrustningen upplevdes som bra av 50%, det var endast 13% som upplevde den som väldigt bra, och 37% som tyckte den tekniska utrustningen var varken bra eller dålig. Respondenterna hade kommenterat att det framkommit små tekniska problem med AV-utrustningen, att den tekniska utrustningen kunde utvecklas samt att ljudanläggningen krånglat. Att AV-utrustningen inte fungerat som den ska vid alla tillfällen under mötets gång har troligen påverkat respondenterna och därför har stor del (37%) svarat att den tekniska utrustningen varit varken bra eller dålig. Rautiainen & Siiskonen (2013, s. 60) poängterar att tekniken skall testas och demonstreras åt möteskunderna före mötet inleds. Servicen upplevdes som väldigt bra av 52% och bra av 48%, även personalen hade upplevts som bra 63%, väldigt bra 35% och endast 2% som upplevt personalen som varken bra eller dålig. Dessa resultat stöds av de övriga kommentarerna där personalen och servicen fått bra respons. Måltiderna upplevdes som väldigt bra av 44%, över hälften av svaren (54%) upplevde måltiderna som bra och 2% tyckte de var varken bra eller dåliga. Villa Elba serverar en varierande lunch varje dag i matsalen, men har också andra menyer att välja från. (Forsell 2017)

Det är svårt att analysera resultatet över inkvartering och program eftersom stor procent svarat att de ej kan svara på frågan, det var endast några respondenter som svarat på hur de upplevt inkvartering och program och svaren var grundade på tidigare erfarenheter. I de övriga kommentarerna kom det dock fram att inkvarteringen skulle kunna utvecklas så att stugorna skulle kunna användas vintertid och att Villa Elba skulle kunna utveckla sina program så att de skulle kunna kopplas mera till naturen. Olika kulturella program önskades också av flera.

Förutom de idéer som kommit fram genom enkätsvaren som respondenterna har kommenterat på så kommer jag till näst att gå igenom sådana punkter som jag kommit fram till via enkätsvaren och intervjuer.

Det skulle vara bra om program som erbjuds för mötes- och konferenskunder kunde utvecklas och förenklas, samt kopplas mera till naturen runt omkring. Ett önskemål var att programmen kunde vara mer kulturella, eventuellt samarbeta med konservatoriet i stan. Det skulle till exempel kunna vara sång, dikt eller teater framförande. Det kunde också vara bättre att tydligt avskilja konferensverksamheten från ungdomsverksamheten, samt komma ihåg att mötes- och konferenskunder är vuxna kunder. Detta för att kunna tydliggöra skillnaden, undvika missförstånd och skapa en lugnare miljö. För att förbättra mötes- och konferensgästernas trivsel skulle det också vara bra att utveckla ljudanläggningen och utrymmen, det skulle vara behändigt med flera mindre arbetsrum för grupparbete, mötesutrymmen bör vara klassiska med enkel inredning och att undvika onödig utstyrel. Ett sista förslag är att isolera köket från matsalen för att minimera ljud.

9 Sammanfattning

Mitt syfte med detta examensarbete var att utvärdera Villa Elbas konferenstjänster där jag behandlat mötes- och konferensutrymmen, mötesteknik samt andra program som erbjuds åt konferenskunderna. För att uppnå mitt syfte läste jag litteratur som behandlade konferensverksamhet, mötesteknik, affärsturism och kundbetjäning. Jag läste även litteratur om den kvantitativa forskningsmetoden för att kunna göra en kvantitativ forskning där jag med hjälp av en enkätundersökning och telefonintervjuer fick forskat fram mötes- och konferenskundernas åsikter gällande Villa Elbas konferensverksamhet.

Undersökningen visade att kunderna överlag var nöjda med servicen och personalen. Utrymmen och den tekniska utrustningen samt programutbudet för konferensverksamheten kunde utvecklas. Jag kunde också komma med konkreta utvecklingsförslag åt Villa Elba baserat på den information jag fick ut av enkätsvaren och intervjuerna.

Källor

- Bergman, B., & Klefsjö, B. (2012). *Kvalitet från behov till användning*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Elba, V. (2017).
- Eliasson, A. (2006). *Kvantitativ metod från början*. Lund: Studentlitteratur.
- Eräsalo, U. (2011). *Palvelu ammattina*. Helsingfors: Restmark Oy.
- Forsell, B. (2017). *Personlig kommunikation*.
- Johansson, M., & Westerblad, S. (2006). *Konferens och reception* (andra upplagan uppl.). Malmö, Sverige: Liber AB.
- Lid Falkman, L., & Lid Falkman, T. (2014). *Virtuella Möten Effektiv gränslös kommunikation*. Stockholm, Sverige: Liber AB.
- Luthin-Kärling, N., Wigerstad, C., & Wiksborg, M. (1995). *Hotellet B-C Reception, husfru och konferens*. Stockholm, Sverige: Sellin & Partner Bok och Idé AB.
- Mårtensson, S., Nilsson, J. H., & Tengling, M. (2004). *Affärs Turism*. Malmö, Sverige: Liber ekonomi.
- Rautiainen, M., & Siiskonen, M. (2013). *Kokous- ja kongressipalvelut*. Helsinki: Restmark.
- Silvander, C. (2017). *Personlig kommunikation*.
- Trost, J. (2012). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Verhelä, P. (2000). *Liikematkailu*. Helsinki, Finland: OY Edita AB.
- Villa Elba. (u.å). Hämtat från Palvelut aikuisille:
http://www.villaelba.fi/palvelut_aikuisille/fi_FI/kokoukset/ den 25 9 2017
- Ylikoski, T. (2001). *Unohtuiko asiakas*. Keuruu: KY-palvelu Oy.

FIGURFÖRTECKNING

Figur 1 Antalet vuxna kunder som besökt Villa Elba 2016	4
Figur 2 Elba salen	5
Figur 3 Respondenten anlände från	27
Figur 4 Respondenten har tidigare använt sig av Villa Elbas tjänster	28
Figur 5 Konferensens form som respondenten deltog i	28
Figur 6 Var tekniken tillräckligt modern	29
Figur 7 Respondenternas åsikter om Villa Elbas utbud och tjänster	30
Figur 8 Hur respondenterna tyckte följande saker påverkar valet av mötes- eller konferensutrymme	31

Intervjufrågor

1. Kan du berätta allmänt om företaget: dess bakgrund, syfte, personal och läge
2. Vad gör Villa Elba speciellt?
3. Vad erbjuder Villa Elba för slags tjänster?
4. Kan du berätta om Villa Elbas mötes- och konferenstjänster
5. Vad erbjuder era mötes- och konferenstjänster?
6. Hurudana mötesutrymmen har ni?
7. Kan du berätta om era program för mötes- och konferenstjänster

Mitt namn är Githa Sundelin, jag studerar till restonom på Yrkeshögskolan Novia i Åbo. Denna enkät är en del av mitt lärdomsprov vars mål är att utvärdera Villa Elbas konferensverksamhet. Genom att svara på denna enkät ger Ni värdefull information som behövs för mitt arbete samt för utvecklingsarbetet vid Villa Elba.

1. Kön

- Man
- Kvinna
- Annan

2. Ni anlände från

- Karleby
- Annan kommun

Varifrån: _____

3. Har ni tidigare använt Villa Elbas tjänster?

- Ja
- Nej

Om ja, vilka tjänster använde ni?

4. Var konferensen en

- Halvdagskonferens
- Heldagskonferens
- Konferens med övernattnig

5. Var tekniken tillräckligt modern?

- Ja
- Nej

Varför: _____

- Kan inte svara

6. Hur upplevde ni följande saker på en skala från 1-5? (1=mycket dåligt, 3=varken mycket eller lite, 5=mycket bra)

Utrymmen	1	2	3	4	5
Teknisk utrustning	1	2	3	4	5
Service	1	2	3	4	5
Personal	1	2	3	4	5
Måltider	1	2	3	4	5
Inkvartering	1	2	3	4	5
Program	1	2	3	4	5

Övriga kommentarer

7. Hur mycket påverkar följande saker när ni väljer mötes/konferensutrymme på en skala mellan 1-5?
(1=Påverkar inte alls, 3=påverkar varken mycket eller lite, 5=Påverkar väldigt mycket)

Utrymmen	1	2	3	4	5
Teknisk utrustning	1	2	3	4	5
Service	1	2	3	4	5
Personal	1	2	3	4	5
Måltider	1	2	3	4	5
Inkvartering	1	2	3	4	5
Program	1	2	3	4	5

Övriga kommentarer

8. Vilka nya former av tjänster är ni i behov av i framtiden?

9. Ytterligare kommentarer

10. Helhetsvitsord

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Tack för dina svar!

Olen Githa Sundelin, opiskelen restonomiksi Turun ammattikorkeakoulussa Noviassa. Tämä kysely on osa matkailualan opinnäytetyötäni, jonka tarkoituksena on arvioida Villa Elban Kokoustilatoimintaa. Vastaamalla tähän kyselyyn annat arvokasta tietoa työtäni varten.

1. Sukupuoli

- Mies
- Nainen
- En halua määritellä

2. Mistä saavuitte?

- Kokkolasta
 - Muualta suomesta
- Mistä: _____

3. Oletteko aikaisemmin käyttäneet Villa Elban palveluita?

- Kyllä
- Ei

Mitä palveluita käytitte?

4. Koukousenne oli

- Puolen päivän kokous
- Kokopäivän kestävä kokous
- Yön yli kestävä kokous

5. Oliko tilojen tekniikka riittävän nykyaikaista?

- Kyllä
 - Ei
- Miksi: _____
- En osaa sanoa

6. Kuinka arvioitte seuraavia asioita asteikolla 1-5? (1=Todella huono, 3=neutraali, 5=Todella hyvä)

Tilat	1	2	3	4	5
Tekniset laitteet	1	2	3	4	5
Palvelu	1	2	3	4	5
Henkilökunta	1	2	3	4	5
Ruokailu	1	2	3	4	5
Majoitus	1	2	3	4	5
Ohjelmat	1	2	3	4	5

Vapaa kommentti

7. Kuinka paljon seuraavat asiat vaikuttavat, kun valitsette kokous/konferenssi paikan asteikolla 1-5?
(1=Ei vaikuta lainkaan, 3=neutraali, 5=Vaikuttaa erittäin paljon)

Tilat	1	2	3	4	5
Tekniset laitteet	1	2	3	4	5
Palvelu	1	2	3	4	5
Henkilökunta	1	2	3	4	5
Ruokailu	1	2	3	4	5
Majoitus	1	2	3	4	5
Ohjelmat	1	2	3	4	5

Vapaa kommentti

8. Minkä uudenlaisia palveluita yrityksenne haluaa tulevaisuudessa?

9. Muita kommentteja?

10. Yleisarvosana

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Kiitos vastauksistasi!