

TAMPEREEN AMMATTIKORKEAKOULU  
Tampere University of Applied Sciences

**KANSAINVÄLISEN KONGRESSIN  
ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS TAMPERE-  
TALOSSA**

Lions Europa Forum 2009

Anne Mäkinen

Opinnäytetyö  
Tammikuu 2010  
Matkailun koulutusohjelma  
Tampereen ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Matkailun koulutusohjelma

MÄKINEN, ANNE:

Kansainvälisen kongressin asiakastytyväisyystutkimus Tampere-talossa –  
Lions Europa Forum 2009

Opinnäytetyö 74 s.  
Tammikuu 2010

---

Markkinoinnin tärkeimpiä kilpailukeinoja on asiakaspalvelu. Se on tehokas tapa erottua kilpailijoista. Hyvän asiakaspalvelun määrittelyssä lähdetään siitä, että asiakkaan tarpeisiin vastataan.

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää Tampere-talossa vierailevien sekä kansainvälisten että kotimaisten kongressivieraiden asiakastytyväisyyttä yrityksen tiloihin ja palveluun, sekä tuottaa ehdotuksia toiminnan kehittämiseksi ja asiakastytyväisyyden parantamiseksi. Tarkoituksena oli saada luotettavia mielipiteitä Tampere-talosta, joka voi tutkimuksen avulla kehittää palvelujaan.

Tampere-talossa järjestettiin 17–19.9.2009 suuri kansainvälinen kongressitapahtuma nimeltään Lions Europa Forum 2009. Tutkimuksen aineisto kerättiin siellä. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena, eli määrällisenä tutkimuksena. Kaikkiin tutkimusongelmiin saatiin vastaus.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys perustuu asiakastytyväisyyteen, hyvään asiakaspalveluun ja kongressin järjestämiseen. Tampere-talo, Tampere ja Lions Club liittyvät myös olennaisena osana opinnäytetyöhön.

Tampere-talon kansainvälisen kongressin asiakastytyväisyyttä selvitettiin kirjallisten kyselylomakkeiden avulla. Lions Europa Forum 2009 kongressiin osallistujille jaettiin kyselylomakkeet jokaisen kongressisalkkuun. Kyselylomake oli tehtävä englanniksi, koska suurin osa asiakkaista oli kansainvälisiä vieraita. Tutkimuksen tuloksista selvisi, että asiakkaat ovat Tampere-taloon ja sen palveluihin tyytyväisiä. Pienellä kehittämisellä asiakastytyväisyyden tasoa voidaan nostaa vielä entisestään.

---

Avainsanat: asiakastyytyväisyys, asiakaspalvelu, kongressi, Tampere-talo, Tampere, Lions Club.

## ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme of Tourism

MÄKINEN, ANNE:

A customer satisfaction survey in an international congress at the Tampere Hall – Lions Europa Forum 2009

Bachelor's thesis 74 pages  
January 2010

---

Customer service is one of the most important methods to compete in marketing. It is an effective way to stand out from the other competitors. Good customer service is meeting the customer's needs.

The object of the bachelor's thesis was to find out the level of the customer satisfaction among international and domestic congress guests at Tampere Hall and suggest how to improve operations and customer satisfaction. The purpose of this survey is to receive reliable information, in order to develop the facilities of Tampere Hall.

Tampere Hall organized a big international congress on 17–19.9.2009 named Lions Europa Forum 2009. The material of this survey was collected at the Tampere Hall. This customer satisfaction survey is quantitative and research received responses.

The theoretical part of the bachelor's thesis was based on customer satisfaction, good customer service and organizing a congress. The Tampere Hall, the city of Tampere and Lions Club are all related to bachelor's thesis.

The state of the customer satisfaction at Tampere Hall was investigated by using a questionnaire. Lions Europa Forum 2009 participants received questionnaires in their material portfolios. Questionnaires were in English language due to the international congress guests. The results of the survey indicated that customers were satisfied with Tampere Hall and its services. The level of the customer satisfaction can be improved by small developments.

---

Key words: customer satisfaction, customer service, congress, Tampere Hall, city of Tampere, Lions Club.

## SISÄLLYS

|  |    |
|--|----|
| 1. JOHDANTO .....  | 7  |
| 1.1 Tutkimuksen kohde.....   | 7  |
| 1.2 Käsitteet ja teoriat.....  | 8  |
| 1.3 Tutkimuskysymykset.....  | 9  |
| 1.4 Aineisto ja menetelmät.....  | 9  |
| 1.5 Tutkimuksen kulku.....   | 10 |
| 2. TAMPERE MATKAILUKAUPUNKINA.....   | 12 |
| 2.1 Tampere kongressikaupunkina.....   | 13 |
| 2.2 Tampere-talo.....  | 14 |
| 2.3 Lions Club International.....  | 16 |
| 2.4 Lions Europa Forum 2009.....   | 17 |
| 3. KONGRESSI.....  | 18 |
| 3.1 Kongressien merkitys.....  | 18 |
| 3.2 Kongressin erilaisia tarpeita.....   | 18 |
| Kongressia järjestettäessä on otettava huomioon kongressin erilaiset tarpeet. Näitä ovat muun muassa kokoustilat, suunnittelu, tekniikka, turvallisuusvaatimukset sekä kuljetus- ja majoitustarpeet..... | 18 |
| 3.2.1 Kokoustilat ja suunnittelu.....  | 18 |
| 3.2.2 Kongressitekniikka.....  | 19 |
| 3.2.3 Turvallisuusvaatimukset.....   | 21 |
| 3.2.4 Kuljetustarpeet.....   | 22 |
| 3.2.5 Majoitustarpeet.....   | 22 |
| 3.3 Kansainvälisen kongressin kriteerit .....  | 23 |
| 4. TAMPERE-TALO KONGRESSIPAikkANA.....   | 24 |
| 4.1 Kokoustilat.....   | 24 |
| 4.2 Tekniikka.....   | 24 |

|  |    |
|--|----|
| 4.3 Turvallisuus.....                                | 25 |
| 4.4 Lämpööt, kahvila ja ravintolat.....              | 25 |
| 4.5 Majoitus.....                                    | 26 |
| 4.6 Palvelu.....                                     | 26 |
| 4.7 Muut palvelut.....                               | 27 |
| 4.8 Kuljetustarpeet.....                             | 27 |
| 5. ASIAKASPALVELU.....                               | 29 |
| 5.1 Palvelukulttuuri.....                            | 31 |
| 5.2 Palvelupaketti.....                              | 31 |
| 5.3 Palvelutuotanto.....                             | 32 |
| 5.4 Palvelun laatu.....                              | 33 |
| 6. ASIAKASTYYTYVÄISYYS.....                          | 34 |
| 6.1 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen .....          | 35 |
| 6.2 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät ..... | 35 |
| 6.3 Asiakastyytyväisyystutkimukset .....             | 37 |
| 6.4 Asiakastyytyväisyyskontaktit.....                | 38 |
| 7. ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS TAMPERE-TALOSSA.....  | 39 |
| 7.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimusmenetelmä.....  | 39 |
| 7.2 Tutkimuksen luotettavuus.....                    | 39 |
| 7.3 Perusjoukko ja otos.....                         | 40 |
| 7.4 Kyselylomakkeen laatiminen.....                  | 40 |
| 7.5 Tutkimuksen suorittaminen.....                   | 42 |
| 7.6 Aineiston käsittely.....                         | 43 |
| 7.7 Tutkimuksen tulokset.....                        | 43 |
| 7.7.1 Vastaajan taustatiedot.....                    | 43 |
| 7.7.2 Tampere-talon palvelut .....                   | 47 |
| 7.7.3 Tampere-talon henkilökunta.....                | 52 |

|  |    |
|--|----|
| 7.7.4 Tampere-talon miljöö .....                           | 57 |
| 7.7.5 Arvio Tampereen kaupungista .....                    | 58 |
| 7.7.6 Arvio hotelleista.....                               | 60 |
| 7.7.7 Kyselylomakkeen avoimien vastausten analysointi..... | 64 |
| 8. LOPUKSI.....  | 67 |
| 9. LÄHTEET.....  | 68 |
| 10. LIITTEET.....  | 70 |

## 1. JOHDANTO

Tampere-talo on yksi Suomen johtavimmista kokous- ja kongressikeskuksista sekä Tampere itsessään on vetovoimainen matkailukaupunki. Teen tutkimusta siitä, mitä kansainväliset ja kotimaiset kongressivieraat ovat mieltä Tampere-talon palveluista sekä pitävätkö he Tamperetta viehättävänä kongressikaupunkina.

### 1.1 Tutkimuksen kohde

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää Tampere-talossa vierailevien sekä kansainvälisten että kotimaisten kongressivieraiden asiakastyytyväisyyttä yrityksen tiloihin ja palveluun, sekä tuottaa ehdotuksia toiminnan kehittämiseksi ja asiakastyytyväisyyden parantamiseksi. Tutkimuksen avulla halutaan saada kongressivierailta tietoa siitä, kuinka tyytyväisiä he ovat Tampere-talossa järjestettävään kongressiin. Tarkoituksena on saada luotettavia mielipiteitä Tampere-talosta, joka voi tutkimuksen avulla kehittää palvelujaan.

Tutkimuksessa selvitetään asiakkaiden mielipiteitä Tampere-talon asiakaspalvelusta, neuvonnasta, opastuksesta, liikenneyhteyksistä, tiloista ja teknisestä puolesta (äänentoisto, mikrofonit, tietokoneet jne.) sekä kuinka hyvin Tampere-talo on onnistunut kongressin järjestämisessä. Tutkimuksessa halutaan myös saada vastauksia siitä, miltä Tampere kongressikaupunkina näyttää kansainvälisin silmin sekä millainen majoitus on hinta-laatusuhteiltaan. Tietysti halutaan myös mielipiteitä siitä, voiko Tampere-taloa suositella muille kongressipaikkana.

## 1.2 Käsitteet ja teoriat

Tutkimuksen pääkäsitteet ovat kongressi, asiakastyytyväisyys ja asiakaspalvelu. Alakäsitteitä ovat Tampere-talo, Tampere ja Lions Club.

### Kongressi

Kongressi järjestetään yleensä säännöllisin väliajoin, ja sinne kokoontuu satoja - tai jopa tuhansia - saman ammatillisen, kulttuurisen, uskonnollisen tai muun ryhmittymän edustajia. Tapahtuma järjestetään yleensä tietyn teeman käsittelyä varten. Järjestävän organisaation jäseniltä tulevat esitysten ja keskustelun aiheet. Kongressi voidaan järjestää joka vuosi tai useamman vuoden välein, ja sen järjestämistiheys on yleensä ennalta määrätty. Kotimaisia kongresseja järjestetään tavallisesti vuosittain, kun taas useimpia kansainvälisiä kongresseja järjestetään muutaman vuoden välein. Kongressin aikana järjestetään monia samanaikaisia istuntoja ja kongressi kestää yleensä useita päiviä. Kansainvälinen kongressi kestää vähintään kaksi päivää. Kongressissa täytyy olla vähintään 30 osanottajaa, jotka ovat vähintään neljästä valtiosta ja osanottajista on vähintään puolet ulkomailta. (Rautiainen & Siiskonen 2003, 25.)

### Asiakaspalvelu

Palvelutapahtumassa on kaksi osapuolta: palvelun tuottaja ja palvelun käyttäjä. Kaupallisissa palveluissa palvelun käyttäjä tavallisesti maksaa käyttämästään palvelusta, myös itsepalvelusta, palvelun tuottajalle korvauksen. Palvelu on teko, toiminta tai tapahtuma, jossa palvelun käyttäjälle tuotetaan tai annetaan kokemus, mielihyvä tai materia. Palvelun käyttäjä voi kokea käyttämänsä palvelun tuhansilla eri tavoilla, muutoin kuin mitä sen tuottaja on ajatellut. (Rissanen 2005, 18.)

### Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyys ilmaisee asiakkaan palveluun kohdistuvien kokemusten ja odotusten suhdetta. Ensimmäisen kerran asiakkaat ostavat lähinnä odotustensa perusteella. Seuraaviin ostoihin vaikuttaa palvelukokemusten ja palveluodotusten vertailu. Asiakkaan laatuvaatimukset ja palveluodotukset

kohoavat, kun asiakkaalla on kokemuksia tavarasta tai palvelusta. Jotta liikeyritys pystyisi pitkäaikaisiin kanta-asiakassuhteisiin, on asiakkaan kokemusten oltava jatkuvasti tasaisen hyviä, palvelipa häntä kuka tahansa henkilökunnasta. (Lahtinen & Isoviita 1998, 50.)

### 1.3 Tutkimuskysymykset

Tutkimusongelma on se, joka muotoillaan yleensä kysymykseksi ja siihen pyritään saamaan tutkimuksella ratkaisu. (Heikkilä 2005, 14.)

1. Kuinka tyytyväinen Lions Europa Forum 2009 osallistuja on Tampere-talon palveluihin? Tutkimuksessa halutaan tietää kuinka tyytyväisiä Lions Europa Forum 2009 osallistujat ovat Tampere-talon kokoustiloihin, opastukseen, teknisiin laitteisiin, ravintolapalveluihin sekä saniteettitiloihin.

2. Kuinka hyväksi Lions Europa Forum 2009 osallistuja kokee Tampere-talon henkilökunnan palvelun? Tutkimuksessa haetaan tietoja liittyen henkilökunnan ammattitaitoon, ystävällisyyteen, halukkuuteen auttaa sekä taitoon palvella englanniksi.

3. Mikä on Lions Europa Forum 2009 kongressin osallistujien yleinen arvio Tampere-talosta?

4. Pitävätkö Lions Europa Forum 2009 kongressin osallistujat Tamperetta viehättävänä kongressipaikkana? Tutkimuksessa kysytään kongressiin osallistujilta onko Tampereen kaupunki heidän mielestään viehättävä kongressikaupunki.

5. Kuinka turvalliseksi Lions Europa Forum 2009 kongressin osallistujat kokevat Tampereen kaupungin? Tutkimuksessa halutaan saada vastauksia siitä, kokevatko Lions Europa Forum 2009 osallistujat liikkumisen Tampereen kaupungilla turvalliseksi.

### 1.4 Aineisto ja menetelmät

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena, eli määrällisenä tutkimuksena, kyselynä. Asiakkaat saivat kyselylomakkeet Lions Europa Forum 2009 kongressin materiaalisalkun yhteydessä. Lomakkeet olivat jokaisen asiakkaan materiaalisalkussa. Kyselylomake on englanninkielinen, koska suurin osa asiakkaista on kansainvälisiä vieraita. Tutkimuksen tarkoituksena on saada luotettavia tutkimustuloksia sekä kansainvälisten että kotimaisten kongressivieraiden mielipiteistä Tampere-talosta ja Tampereesta kongressikaupunkina.

Lions Europa Forum 2009 kongressiin osallistuu myös lukuisia suomalaisia leijonia, joten tutkimuksessa on myös odotettavissa heidän vastauksiaan. Kongressiin osallistujista noin puolet on kansainvälisiä vieraita ja muut heidän suomalaisia kollegoitaan.

Aineistona tutkin kyselyn tuloksia. Lomakkeissa käytin pääasiassa strukturoituja kysymyksiä, koska niihin on nopea ja helppo vastata. Strukturoitujen kysymysten lisäksi käytin muutamaa avointa kysymystä. Kyselylomakkeiden tuloksia tutkin ja analysoin tutkimuskysymyksiin vastaten. Analysoinnissa käytin apunani Tixel-ohjelmaa.

Kvantitatiivista tutkimusta voidaan kutsua myös nimellä tilastollinen tutkimus. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä ja eri asioiden välisiä riippuvuuksia. Tutkimus edellyttää tarpeeksi suurta ja edustavaa otosta. Aineiston keruussa käytetään yleensä sellaisia tutkimuslomakkeita, missä on valmiit vastusvaihtoehdot. Tuloksia voidaan havainnollistaa taulukoin ja kuvioin. (Heikkilä 2005, 16.)

### 1.5 Tutkimuksen kulku

Työn teoriaosuudessa käsitellään Tampere-taloa, Tamperetta, Lions Clubia ja kongressia, jotka liittyvät olennaisena osana työhön. Tampereen kaupunkia tarkastellaan matkailun näkökulmasta, jotta kävisi paremmin ilmi se, miten tärkeää kaupungin läheisyys on Tampere-talolle.

Ennen varsinaista tutkimusosuutta selvitetään asiakastytyväisyyden muodostumista, asiakastytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä, asiakastytyväisyystutkimuksia sekä hyvän asiakaspalvelun osatekijöitä. Asiakastytyväisyyteen voidaan vaikuttaa parhaiten hankkimalla tietoa suoraan asiakkaalta.

Lopuksi työssä on tutkimustulosten analysointia ja kehittämissuhteita Tampere-talon kongressivieraiden asiakastytyväisyyden parantamiseksi. Nämä ehdotukset pohjautuvat suoritettujen tutkimusten tuloksiin.

## 2. TAMPERE MATKAILUKAUPUNKINA

Tampere on perustettu vuonna 1779 ja se on suurin sisämaankeskuksemme. Vanhat tehdasalueet Näsijärven ja Pyhäjärven välisen Tammerkosken äärellä liittyvät keskeisesti maamme teollistumisen historiaan. (Mäkinen, 1984, 49.)

Kesällä Tampere on keksitty ja syksyllä perustettu. Talvella on taisteltu ja tehty töitä, keväällä juhlistettu punaisin lipuin ja valkoisin lakein. Tampere on vastakohtaisuuksien kaupunki ja tästä syystä se on luomisvoimainen kaupunki. (Kautia & Seppälä, 1983, 5.)

Tampereen seudun matkailualue kattaa Pirkanmaan maakunnan keskiosat eli vyöhykkeen, joka ylittää Karkkuun lännessä ja Kangasalan harjuilta Ikaalisiin luoteessa. Matkailualue sijaitsee Näsijärven vesistöissä, missä komeat harju- ja selännemaastot kohtaavat koskireittien ja putousten yhdistämät kauniit järvet. Teollinen kehitys ja maantieteellinen sijainti ovat muokanneet synnynnäisestä luonnonmaisemasta talous- ja kulttuuriympäristön. Kun edellä kuvattu alkuperäinen matkailumaisema on osittain menetetty, tilalle on alkanut viritä uudenlaista vetovoimaa: esimerkiksi iäkkäät tehdasmiljööt on suojeltu ja valjastettu uuteen käyttöön kulttuuritarjonnan sekä ostosmatkailun kohteiksi. Tampereen kaupunkiin ja sen ympäristöön on näin syntynyt matkailualue, jossa luontomatkat on muovautunut yhteiseloon talouskasvusta lisävoimaa saaneen kulttuurimatkailun kanssa. (Vuoristo 2001, 180.)

Tampereen kaupungin maamerkinä toimii nykyisin tehtaanpiippujen sijasta Näsinneulan pitkälle näkyvä torni. Näsinneula sijaitsee Särkänniemen huvipuistossa, joka kuvastaa iäkkään teollisuuskaupungin uutta roolia yhtenä Suomen johtavista matkailukeskuksista. Tampere tunnetaan etenkin

monipuolisesta virkistys- ja kulttuurimatkailutarjonnastaan: huvipuistostaan, museoistaan ja tapahtumistaan. Samalla kaupunki on erittäin tärkeä liike- ja kongressimatkailun keskus. (Vuoristo 2001, 182.)

Tampereen laajin luonnonsuojelualue on rajattu Pyynikille, kyseessä on noin 50 hehtaarin kokoinen alue. Alueen kasvillisuus vaihtelee kallio- ja harjukasveista lehtokasvillisuuteen. Pyynikki on nykyisin ennen kaikkea virkistys- ja matkailualue sekä näköalapaikka komeiden mäntyjen keskellä. Pyynikin näkötorni on 26 metriä korkea ja sieltä avautuu upea näköala joka suuntaan. (Neuvonen 2006, 98.)

Tampere on kansallisromantiikan ja jugendin kaupunki. Jugendtyyliä Tampereella edustavat muun muassa Tuomiokirkko ja Keskustorin talot, lisäksi 1900-luvun alun huippukohteita ovat Wivi Lönnin Keskuspaloasema sekä Lars Sonckin piirtämä Tirkkosen kauppiastalo. Kalevan kirkko ja kaupungin pääkirjasto Metso ovat suunnittelijoiden Raili ja Reima Pietilän käsialaa. (Mansikka & Valkonen, 2004, 298.)

Tampere on täynnä erilaisia museoita. Amurin työläismuseokortteli esittelee työväen elinoloja 1880-luvun ajoista nykypäivään. Työläismuseokortteli avaa ovet yli 30 vaatimattomaan tamperelaiskotiin. Maailman ainoassa Lenin-museossa voi käydä Tampereen Työväentalolla. Hatanpään kartanon Nukke- ja pukumuseo esittelee nukkeja 1100-luvulta alkaen. Tampereen taidemuseossa näyttelyt vaihtuvat tasaisin väliajoin ja jokainen näyttely edustaa korkeaa tasoa. Sara Hildénin taidemuseo keskittyy moderniin taiteeseen ja lapsiperheiden suosikkeihin kuuluu Metso-kirjaston Muumilaakso. (Mansikka & Valkonen, 2004, 298.)

Museoiden ja lukuisten hyvien hotellien, ravintoloiden ja kongressitilojen ansiosta Tampere on suosittu matkailu- ja kongressikaupunki. Kesäaikana Tampereelle voi myös saapua laivalla, sillä se on Suomen Hopealinjan ja Runoilijantien päätepiste. (Niemi, 2007, 447.)

## 2.1 Tampere kongressikaupunkina

Keskeinen sijainti ja hyvät liikenneyhteydet tekevät Tampereesta suosituksen kokoontumispaikan. Helsingistä pääsee Tampereelle noin 90 minuutissa autolla tai junalla. Tampere-Pirkkala lentokentältä on suorat lentoyhteydet Helsinkiin, Tukholmaan, Riikaan, Frankfurtiin, Bremeniin, Lontooseen, Milanoon, Dubliniin ja Kuopioon. Majoituspalveluita Tampereelta löytyy runsaasti, kuten hotelleja, kylpylöitä, lomamökkejä tai leirintäalueita. Nähtävyyksiä ja muita käyntikohteita on kaikenikäisille, joten puuhailua ja tekemistä riittää keskellä kauneinta järvi-suomea.

Tampere on kansainvälinen kokous- ja kongressikaupunki. Tampereelta on joustavat liikenneyhteydet eri puolille Suomea. Tampere on vireä yliopisto-, teatteri- ja taidekaupunki. Kaupunkikuva on monivivahteinen, tunnettu vanhoista jugendrakennuksistaan ja uudesta arkkitehtuuristaan. Ensiluokkaiset hotellit, viihtyisät ravintolat, ostoskeskukset ja tavaratalot sijaitsevat lähellä toisiaan. Puhtaitten järvien ja metsien ympäröimä Tampere tarjoaa erinomaiset virkistys- ja liikuntamahdollisuudet kautta vuoden. (Tampere-talo esite.)

Tampere on Suomen toiseksi suurin kaupunki ja talousalueen keskus, josta löytyy yliopisto, teknillinen korkeakoulu, lukuisia muita oppilaitoksia, teknologiakeskus, taidemuseoita, gallerioita, useita teattereita, kesäteatteri, sinfoniaorkesteri, ooppera, UKK-instituutti, erinomaiset urheilu- ja ulkoilumahdollisuudet. (Tampere-talo esite.)

## 2.2 Tampere-talo

Tampere-talo on valmistunut vuonna 1990 ja se on Pohjoismaiden suurin kongressi- ja konserttikeskus. Tampere-talon toiminta on vakaalla pohjalla ja se on neljä kertaa valittu Suomen parhaaksi kongressikeskukseksi. Rakennuksen ovat suunnitelleet arkkitehdit Esa Piironen ja Sakari Aartelo. Tampere-talo sijaitsee Tampereella, lyhyen kävelymatkan päässä kaupungin ydinkeskustasta. Talon neljään eri kerrokseen mahtuu useita erikokoisia ja ensiluokkaisia ryhmätyöhuoneita, luentosaleja ja auditorioita. Tilat soveltuvat jopa 3000 hengen kongresseihin. Kaikissa tiloissa ja saleissa on moderni kokoustekniikka ja tietoliikenneyhteydet. Tampere-talossa järjestetään myös paljon muitakin

tapahtumia, kuten näyttelyitä, messuja, konsertteja, balettiesityksiä, oopperatuotantoja sekä monia muita viihde-esityksiä. (Tampere-talo esite.)

Tampere-talon julkisivujen materiaaleina ovat keraaminen laatta ja Kurun harmaa graniitti. Vitriinit ovat sähkölämmitteistä selektiivilasia. Sisällä Ison ja Pienen salin seinien ja ovien materiaali on suomalainen koivu. Sisääntuloaulan lattia on Kurun harmaata graniittia, portaat Carraran marmoria ja lattioissa on käytetty saarniparkettia. Sininen suora on Kimmo Kaivannon teos, joka jatkuu sisääntuloaulasta aina noin 200 metrin matkan Tampere-talon hallin ulkoseinään. Materiaali on sininen betoni. (Sininen suora-esite.)

Tampere-talo on osakeyhtiö, jonka omistaa Tampereen kaupunki. Kongressitoimisto vastaa kokous-, kongressi- ja näyttelytoiminnasta. Ohjelmatoimisto tuottaa taloon omaa ohjelmistoa, vuokraa tiloja muille ohjelmanjärjestäjille ja avustaa kongressitoimiston ohjelmatarpeissa. Tampere-talon tekniikkaa ja palveluja myydään myös talon ulkopuolelle. (Sininen suora-esite.)

Monine taideteoksineen ja nykyaikaisen arkkitehtuurin luomuksena Tampere-talo on jo sinänsä nähtävyysskohte. Monipuolisesti muunneltavat tilat ja uusien tekniikka mahdollistavat useiden muunlaisten tilaisuuksien järjestämisen samaan aikaan ja luovat näin kilpailuedun muihin kongressikeskuksiin nähden. (Vuoristo 2001, 186.)

Tampere-talo on tehnyt vuosikausia urauurtavaa työtä ympäristön suojelussa. Talo oli ensimmäisiä kongressikeskuksia maailmassa, joka ryhtyi muuttamaan toimintojaan ympäristöä säästävämmiksi. Tampere-talo on toteuttanut ympäristöohjelmaa, joka on ulotettu kaikkeen toimintaan. Ympäristöohjelman mukaisesti kaikkia toimintoja on tarkasteltu myös ympäristönäkökulmasta. (Tampere-talon ekotekoja lehti 1999, 3.)

Viehättävä, keskeinen sijainti, valoisa tunnelma, toimivat tilat, moderni teknologia, hyvä ilmasto ja joustava palvelu tekevät Tampere-talosta erinomaisen kongressien- ja konserttien pitopaikan vuoden jokaisena päivänä. (Cultural and Congress Venues in Finland – esite.)

## 2.3 Lions Club International

Lions-klubien historia alkaa vuodesta 1917 ja Suomeen perustettiin ensimmäinen Lions-klubi vuonna 1950. Lions-klubeja toimii yli 200 maassa ja maantieteellisellä alueella. Suomesta Lions-klubeja löytyy 950, joihin kuuluu noin 26 500 jäsentä. (Uusia ulottuvuuksia elämäsi lionstoiminnasta- esite.)

Vuonna 2007 Financial Timesin tekemän tutkimuksen mukaan Lions Clubs International arvioitiin maailman arvostetuimmaksi vapaaehtoisjärjestöksi. Lions-klubit toimivat oman paikkakuntansa hyväksi ja osallistuvat kansainväliseen avustustyöhön. Järjestön tärkein palvelutehtävä kansainvälisellä tasolla on sokeiden ja näkövammaisten auttaminen. Suomessa työskennellään muun muassa lasten, nuorten ja vanhusten tukemiseksi. (Uusia ulottuvuuksia elämäsi lionstoiminnasta- esite.)

Tyypillinen Lions-klubi lahjoittaa vuosittain 6000 euroa koulujen ja urheiluseurojen stipendeihin. Erilaiset myyjäiset, kirpputorit, näytökset, konsertit, arvonnat, tanssiaiset sekä muut kilpailut ovat Lions-klubien yleisimpiä varainhankintoja. Naispuoleiset leijonat rahoittavat turvapaikkoja pahoinpidetyille naisille ja lapsille. Suomalaiset Lions-klubit tukevat 700 kummilasta Sri Lankassa. (Finland – a Small but Great Country- esite.)

Lions-klubin jäsenenä pääsee suunnittelemaan ja toteuttamaan paikallista ja kansainvälistä vapaaehtoistyötä, joka parantaa elinympäristöä ja läheisten elämänlaatua. Suomen Lions-klubit eri puolilla maata tarjoavat sekä miehille että naisille monia mahdollisuuksia toimia vapaaehtoistyössä. Lionstoiminta antaa uusia näkökulmia työhön, vapaa-aikaan ja lähimmäisiin. (Uusia ulottuvuuksia elämäsi lionstoiminnasta- esite.)

Yksi arvokkaimmista tunnustuksista, jonka yksittäinen Lions-maa voi saavuttaa, on saada mies tai nainen omasta maastaan koko järjestön johtoon kansainväliseksi presidentiksi. Kansainvälinen presidentti valitaan luottamustehtävään yhdeksi vuodeksi kerrallaan ja hän johtaa täten koko Lions-järjestöä. Presidentin ohjauksessa toimivat maailman 700 piiriä, 46 500 klubia ja 1 365 000 lionia. (Suomi johtoon 2010, tietopaketti suomalaisille leijonille- esite.)

## 2.4 Lions Europa Forum 2009

Tampere-talossa järjestettiin 17–19.9.2009 suuri kansainvälinen kongressitapahtuma nimeltään Lions Europa Forum 2009. Kongressiin osallistui noin 1100 kansainvälistä vierasta. Lions Europa Forum on eurooppalaisten leijonien suurin vuotuinen tapaaminen. Forumin pääpuhujana oli Nobelin rauhanpalkinnolla palkittu presidentti Martti Ahtisaari. Tampere ja kongressikeskus Tampere-talo tarjosivat loistavat puitteet ison kongressin järjestämiseen.

”Eurooppa Forum on 36 Eurooppa Forumin jäsenmaan leijonien vuotuinen tapaaminen. Forum on tarkoitettu kaikille leijonille. Siellä tapaa koko järjestön johdon, saa seminaareissa koulutusta ja informaatiota siitä, mitä Euroopan ja maailman lionsklubeissa tapahtuu.” (Tampere 2009, Connecting Generations-  
esite.)

### 3. KONGRESSI

#### 3.1 Kongressien merkitys

Suomelle ja kokouspaikkakunnille kansainvälisten kokousten ja kongressien tärkeys on erittäin suuri. Kokoukset ja kongressit tuovat merkittävää voittoa elinkeinoelämälle. Lisäksi kansainvälisten kongressien organisoiminen on Suomelle kannattavaa erityisesti tietyn tieteenalan kansainvälisen yhteistyön kehittämiseksi. Samalla esitellään suomalaisia tutkimustekoja ja tehdään niitä tunnetuiksi. Virkamiehet, toimittajat ja kokousedustajat kuluttavat paikallisia majoitus-, ravintola- ja kuljetuspalveluja. Paikalliselle palvelu- ja matkailuelinkeinolle kokouspäivien tulot ovat huomattavat. Hyvin hoidettu kongressi ja palvelujen myynti on ekonomisesti kannattava ja pitkällä tähtäimellä monipuolista hyötyä tuottava. (Rautiainen & Siiskonen 2003, 14.)

#### 3.2 Kongressin erilaisia tarpeita

Kongressia järjestettäessä on otettava huomioon kongressin erilaiset tarpeet. Näitä ovat muun muassa kokoustilat, suunnittelu, tekniikka, turvallisuusvaatimukset sekä kuljetus- ja majoitustarpeet.

##### 3.2.1 Kokoustilat ja suunnittelu

Ensiluokkaiset kongressi- ja monitoimitilat ovat pohjasuunnittelultaan yksinkertaisia: tilat voidaan jakaa liukuovilla pienemmiksi, aulat ovat riittävän avaria ja muunneltavissa myös näyttelykäyttöön. Aulojen ja muiden yleisötilojen

seinämateriaalien täytyy olla helppohoitoisia ja kelvollisia myös taidenäyttelyyn. Toimitsijoiden tilojen on sijaittava aulatilán estottomassa läheisyydessä sekä lastauslaiturit tavarahissien ja säilytystilojen lähetyvillä. Myös liikuntarajoitteisille henkilöille tilojen pitäisi olla sujuvasti kuljettavissa ja salien myös heille soveltuvia. (Aarrejärvi 2003, 11.)

Koska eri tieteenalojen tapahtumat ovat nykyään erittäin erikoistuneita, kokouskeskusten on vaikea olla sopivia jokaiseen erilaiseen kokoukseen tai tapahtumaan. Erikokoisia tiloja tarvitaan yhden tilaisuuden aikana. Kokouskeskuksessa on oltava yksi varsinainen pääsali tai juhlasali, joka riittää alueelle tai vastaa osanottajien tarpeita. Kokouskeskuksessa on myös oltava toinen, noin puolet pääsalia pienempi tila sekä muutama pienempi, pääsalista noin neljäsosaa vastaava tila, useita pienempiä huoneita, posterinäyttelyyn soveltuvia tiloja ja kaupalliseen ja/tai tieteelliseen näyttelyyn aula- tai lämpiötila. (Rautiainen & Siiskonen 2003, 56.)

Rakennusta suunniteltaessa on huomioitava nämä vaatimukset, joko erikokoisia tiloja järjestämällä tai mahdollistamalla hyvin äänieristetyt, tilaa jakavat ja liikuteltavat rakenteet. Ryhmähuoneet ovat suositeltavia kokouskeskusten käyttöasteen kannalta. Lisäksi tarvitaan erillisiä tiloja seminaarituloiksi, VIP-tiloiksi ja erikoistuntijoiden tai lehdistön käyttöön. Toimistotiloja tarvitaan myös sihteeristön käyttöön kongressin ajaksi. Toimistotilat tulee sijoittaa rakennuksessa luonnollisesti keskelle kokousväen käytössä olevia tiloja. Lisäksi ne on varustettava ensiluokkaisella valaistuksella ja ilmanvaihtotekniikalla. (Rautiainen & Siiskonen 2003, 57.)

Suuri kongressi tarvitsee useita kymmeniä toimitsijoita. Rankkaa työpäivää tekevät kongressiavustajat tarvitsevat tauko- tai lepohuoneen, jossa voi esimerkiksi vaihtaa vaatteita ja siemaista kupillisen kahvia. Kongressin tekninen henkilökunta joutuu kokouksen aikana suoriutumaan erittäin voimakkaasta työpaineesta. Vähintä mitä järjestäjät voivat tehdä heidän hyväkseen, on kalustaa yksi tila henkilökunnan taukokuoneeksi. (Aarrejärvi 2003, 12.)

### 3.2.2 Kongressitekniikka

Useimmissa kongressitiloja tarjoavissa yrityksissä on jo kokousten perustekniikka. Projektorit, fläppitaulut, mikrofonit ja piirtoheittimet löytyvät salien vakiokalustosta. Kongressijärjestäjän on kuitenkin käytävä asia läpi sopimusta tehdessään. Jos ylimääräistä laitteistoa tarvitaan, on tarkkaan selvitettävä kuka laitteet tilaa ja mitä ne maksavat. Selvintä on kysyä tarjoukset monesta avkalustoa vuokraavasta yrityksestä ja tehdä valinta hintavertailun perusteella. (Aarrejärvi 2003, 15.)

Mikrofonit ovat langallisia tai langattomia. Jos kokouksissa neuvotellaan paljon pöydissä istuen, tarvitaan yksi mikrofoni aina kahta henkilöä kohden. Jos pöytämikrofoneja tarvitaan enemmän kuin viisi, silloin käytetään ns. kongressimikrofoneja. Kaiuttimien sijainti on aina puheenjohtajiston pöydän mikrofonien edessä korokkeella tai salin seinillä, kun on kysymys puheäänien toistosta. (Aarrejärvi 2003, 15.)

Video- tai datatykki kuuluu useimpien kongressikeskusten vakiovarustukseen. (Aarrejärvi 2003, 15.)

Tulkkauslaitteet kuuluvat monien kongressikeskusten kiinteisiin varustuksiin. Kongressitekniikkaa vuokraavilta yrityksiltä on mahdollista saada tulkkauslaitteet. Tulkkausvastaanottimia tilattaessa on muistettava, että kaikki osallistujat eivät käytä laitetta koko ajan. Silloin arvioidaan se enimmäismäärä yleisöstä, joka mahdollisesti tarvitsee tulkkausta samanaikaisesti ja laitteet tilataan sen mukaisesti. (Aarrejärvi 2003, 16.)

Nykyaikainen kuvansiirtotekniikka tekee mahdolliseksi välittää yleisölle reaaliajassa tapahtuva esittäminen luennoitsijan ollessa esimerkiksi toisella paikkakunnalla. Tällä tavoin kiireisten kansainvälisten huippuasiantuntijoiden luentoja voidaan saada kokouksiin huomattavasti helpommin ja halvemmalla kuin mitä heidän läsnäolonsa maksaisi. (Aarrejärvi 2003, 16.)

Kokoussalin av-tekniikassa esiintyy usein ongelmia. Teknisen varustelun on oltava riittävä kokouksen tarpeisiin. Koulutustilaisuuksissa pääpaino on äänentoisto- ja heijastustekniikassa, koska puhujalla on todennäköisesti paljon esitettävää av-materiaalia. Tiedon pitäisi välittyä kuulijalle esteettömästi ja häiriöttä, istuu hän missä päin salia tahansa. (Aarrejärvi 2003, 16–17.)

### 3.2.3 Turvallisuusvaatimukset

Turvallisuus-käsitteeseen liittyvät esimerkiksi henkilöturvallisuus, onnettomuudet, tapaturmat, palo- ja laiteturvallisuus sekä kokousturvallisuus. Kun järjestäjä valitsee kokouspaikkaa, turvallisuus ei ole aina ensimmäisiä asioita, joita hän pohtii. Kansainväliset kokousvieraat pitävät Suomea turvallisena valtiona ja he pitävät suomalaisia vieraanvaraisina ja ystävällisinä. Koska Suomessa ei ole ollut terrorismia tai muuta rauhattomuutta, tämä on osaltaan lisännyt käsitystä turvallisesta kokousmaasta. Turvallisuus on Suomen yksi kilpailullisista eduista. Kokousvieras arvostaa erityisesti henkilökohtaista turvallisuutta Suomessa. Kokousvieras voi vapaasti liikkua Suomessa ilman pelkoa henkilöön tai omaisuuteen koskevasta väkivallasta. (Rautiainen & Siiskonen 2003, 137.)

Kokous- ja kongressikeskuksille myös turvallisuus on kilpailutekijä. Turvallisuusvaatimukset ovat korostuneet, koska kokousjärjestäjien asiakkaat kysyvät paljon kokouspaikkojen turvallisuustasosta. Tietoturva kuuluu olennaisena osana kongressikeskusten kokousturvallisuuteen. Kokousasiakkaan on luotettava, että tieto pysyy kongressitalon sisällä. (Rautiainen & Siiskonen 2003, 137. )

Kongressijärjestäjän olisi hyvä pohtia suuren kansainvälisen tapahtuman ilmoittamisesta suojelupoliisille, jonka turvallisuusosasto arvioi kokouksen turvallisuusluokan. Määrittelyssä sovelletaan kolmea eri turvallisuusluokkaa, joista 1 ja 2 kuuluvat sellaisiin tapahtumiin, joissa poliisi ottaa vastatakseen turvajärjestelyistä. Nämä tapahtumat ovat yleensä valtioiden päämiesten ja ministeritason tapaamisia. (Aarrejärvi 2003, 83.)

Osallistujien rintamerkkien tarkastus on ainoa toimenpide, jolla kongressinjärjestäjä voi edesauttaa sitä, että asiattomat vieraat pysyvät poissa näistä tilaisuuksista. Kongressitalon henkilökunta voidaan velvoittaa huolehtimaan sisääntulo-ovien luona tehtävästä rintamerkkien tarkastuksesta. (Aarrejärvi 2003, 84.)

Jokaiseen kongressin yhteydessä järjestettäviin juhliin täytyy tehdä kutsukortti, joka esitetään sisääntulon yhteydessä. Mitään sellaista syytä ei voi olla, että henkilö voisi osallistua tilaisuuteen ilman asianmukaista kutsua tai korttia. Jos kortiton henkilö väittää unohtaneensa kortin esimerkiksi hotelliin, asia voidaan helposti tarkastaa järjestäjän toimittamasta listasta. (Aarrejärvi 2003, 84.)

#### 3.2.4 Kuljetustarpeet

Ennen kongressin alkua listataan tilaisuudet, joihin järjestetään kuljetukset ja pyydetään tarjoukset liikennöitsijältä. Aikataulu tulee jokaiseen kongressisalkkuun ja aikatauluun merkitään pysähtymispaikat (pick-ups). Linja-autoja varten teetetään kyltit ja aikataulut toimitetaan myös majoituspaikkoihin. (Aarrejärvi 2003, 76.)

Jos kongressiin osallistujille on järjestetty kuljetukset eri tilaisuuksiin, retkille jne., on niistä tehtävä selkeä aikataulu. Aikataulun on oltava esillä hotelleissa, kongressipaikoilla ja osallistujille jaettavan materiaalisalkun yhteydessä. (Aarrejärvi 2003, 76.)

Aikataulussa ilmoitetaan päivämäärä, kuljettava reitti ja mahdolliset pysähdykset matkustajien kyytiin ottoa varten. Aikataulussa on myös ilmoitettava lähtöajat ja – paikat, että liikennöitsijän nimi, linja-auton väri ja tunnuksat. Liikennöitsijän kanssa on syytä tarkistaa järjestelyt vielä kerran kongressia edeltävällä viikolla, jotta viimeisetkin muutokset tulevat kuljettajan tietoon. (Aarrejärvi 2003,76.)

#### 3.2.5 Majoitustarpeet

Hotellien valinnassa lähdetään usein siitä, että majoitus on kävelymatkan päässä kongressikeskuksesta. Tämä ei pitäisi olla ainoa määräävä tekijä, sillä ihastuttavia vaihtoehtoja löytyy usein vähän kauempaa. Maailman suurkaupungeissa asuva vieras ei luultavasti pane pahakseen puolen tunnin bussi- tai junamatkaa, jos vaihtoehtona on edullinen ja rauhallinen majoitus. Hotellien valinnan yhteydessä pitää selvittää myös savuttomien ja ns. allergiahuoneiden saatavuus sekä liikuntarajoitteisille sopivat huoneet. (Aarrejärvi 2003, 71.)

Järjestäjä varaa valitsemistaan hotelleista kiintiön vieraidensa käyttöön. Huoneiden tarkkaa lukumäärää on vaikea arvioida monta kuukautta etukäteen, varaajan on syytä tutustua edeltävien kongressien varauksiin ja tehdä varaukset sen mukaisesti. Hotellimajoituksen lisäksi kannattaa olla monia majoitusvaihtoehtoja: huoneistohotellit, lomamökit, retkeilymajat ja perhemajoitus. (Aarrejärvi 2003, 72.)

### 3.3 Kansainvälisen kongressin kriteerit

Kansainvälisessä kongressissa on oltava vähintään 30 osanottajaa ja nämä osanottajat tulevat vähintään 4 eri maasta. Valtaosa osanottajista on ulkomailta ja kongressin kesto on vähintään 2 päivää. (Rautiainen & Siiskonen 2003, 17.)

Lions Europa Forum 2009- kongressi täyttää kaikki kohdat kansainvälisen kongressin kriteereistä. Eli osanottajia oli noin 1100 henkilöä ja suurin osa tulee monista eri Euroopan maista. Kongressi kesti kolme päivää ja se järjestettiin Tampere-talossa 17.–19.9.2009.

## 4. TAMPERE-TALO KONGRESSIPAIKKANA

Tampere-talolla on maailmalla hyvä maine, sillä se pystyy yhtä aikaa järjestämään kongresseja, huolehtimaan tieteellisestä ohjelmasta, tarjoamaan ruokaa ja järjestämään myös kulttuurinautintoja. Näin väki ei hajoa pitkin kaupunkia niin kuin monessa metropolissa käy. (Helsingin Sanomat 1999, E1.)

### 4.1 Kokoustilat

Tampere-talon varsinainen pääsali on nimeltään Iso sali, jonne mahtuu jopa 1800 henkilöä samanaikaisesti istumaan. Toista, noin puolet pääsalia pienempää tilaa kutsutaan Pieneksi saliksi, jonka kapasiteetti on määrätty 500 hengelle. Muita kokoustitiloja ovat Studio, Sopraano, Sonaatti 1 & 2, Rondo, VIP-huone, Sorsapuistosali, Opus 1-4, Aaria sekä Basso. Nämä edellä mainitut tilat ovat hyvinkin erikokoisia, joihin mahtuu ihmisiä 10–750. Sorsapuistosali muuntuu myös näyttelytilaksi. ([http://www.tampere-talo.fi/tilat-ja-tekniikka/tilat/kokoustilat/.](http://www.tampere-talo.fi/tilat-ja-tekniikka/tilat/kokoustilat/))

Ison salin jälkikaiunta-aika on säädettävissä. Mitoitus, muotoilu ja pintaverhoukset on valittu siten, että sali toimii suurtenkin orkestereiden, oopperan ja kuorojen esiintymistilana sekä hyvänä kokoussalina. Pieni sali on suunniteltu erityisesti kamarimusiikille, mutta se soveltuu myös kokouksille ja muille pienimuotoisemmille tilaisuuksille. Jälkikaiunta-aikaa voidaan säätää katon rakenteen avulla. (Tampere-talo esite.)

### 4.2 Tekniikka

Tampere-talon luentosaleissa on vakiona tietty tekninen varustus. Jokaisessa luentosalissa on esitysgrafiikkaohjelmalla varustettu tietokone, jonka kuvan voi heijastaa valkokankaalle videoprojektorilla. Kaikista saleista löytyy myös dataprojektori, fläppitaulu sekä erillinen äänentoistolaitteisto tarvittavine ohjelmistoineen. Tampere-talon pienessä ja isossa salissa on molemmissa käytössä kiinteät, standardien mukaiset viiden kielen simultaanitulkkausjärjestelmät. Tulkkausvastaanottimia on 800 kappaletta. Tampere-talo vuokraa järjestelmäänsä myös talon ulkopuolelle. (Rautiainen & Siiskonen 2003, 70.)

Tampere-talon tietokoneohjattu LVI-tekniikka täyttää korkeat viihtyvyys- ja äänitasovaatimukset. Kolmessa kerroksessa olevia lämpiöitä yhdistää yhteinen ilmatila, joka avautuu lasivitriineihin. Vitriinien suuret pinnat ovat sähkölämmitteisiä erikoiselementtejä. Saleissa on täydellinen teatterivalaistuslaitteisto valonheittimineen. (Tampere-talo esite.)

Ison salin äänilaitteisto mahdollistaa nykyaikaiset musiikkiteatteriesitykset. Linjaverkosto on suunniteltu Yleisradion antamien ohjeiden mukaan, jotta TV-lähetykset ja radion äänitykset järjestyvät vaivatta. Saleissa on kongressiääni- ja simultaanitulkkauslaitteet. Salit voidaan myös kytkeä toisiinsa sekä ääni- että videolinjoin. (Tampere-talo esite.)

#### 4.3 Turvallisuus

”Suurissa kongressitaloissa, kuten Tampere-talossa, on omat turvavalvomot. Työskentelevä henkilökunta suorittaa valvontaa monitorien välityksellä seuraamalla kameraotoksia tallentavalla valvontajärjestelmällä. Turvavalvomot ovat miehitetty 24 tuntia vuorokaudessa.” (Rautiainen & Siiskonen 2003, 137.)

#### 4.4 Lämpööt, kahvila ja ravintolat

Tampere-talon sisäänkäyntejä yhdistävä 100 metriä pitkä ja 7 metriä leveä sisäkatu avartuu aulaksi, jonka palvelugalleriaan sijoittuvat lippumyymälät ja kongressitoiminnan vaatimat palvelupisteet. Talvipuutarhaan sijoitettu kahvila

laajenee kesällä puistoon ulkoterassille. Avarat, ilmavat lämpiötilat ovat kolmessa kerroksessa puiston puolella. Lämpötilat toimivat myös salien sisäänkäyntitasoina. Toisessa kerroksessa sijaitseva 200-paikkainen gourmet-tason ravintola on joustavasti yhdistettävissä päälämpioon, jolloin voidaan tarjota illallinen 1200 vieraalle. (Tampere-talo esite.)

Sisääntulokerroksessa olevaa kahvilaa kutsutaan Café Sooloksi, joka on avoinna päivittäin. Kahvilassa on 60 asiakaspaikkaa ja sen valikoimiin kuuluu monenlaiset kahvit ja virvokkeet sekä suolaiset ja makeat kahvileivät. Kesäisin puistossa on 100-paikkainen terassi. Ravintola Fuugassa toisessa kerroksessa on 110 asiakaspaikkaa, mutta cocktailtilaisuuksia pystytään järjestämään 200 henkilölle. Ravintola Duuri sijaitsee Tampere-talon kolmannessa kerroksessa ja siellä on 100 asiakaspaikkaa ja 200 cocktailtilaisuuspaikkaa. Ravintola Fuuga ja Ravintola Duuri ovat tilausravintoloita, joita molempia voi tarpeen mukaan laajentaa lämpiöihin. Esimerkiksi 900 henkilön cocktailtilaisuuden voi kattaa Ravintola Fuugaan ja siihen liitettäviin lämpiöihin tai samoissa tiloissa viettää pöytiin tarjoiluja juhlaillallisia 530 vieraan voimalla. Sorsapuistosali on isojen juhlien pitopaikka; iltabanketti 750 henkilölle tai cocktailtilaisuus 1200 henkilölle. (<http://www.tampere-talo.fi/ravintolapalvelut/ravintolat/#soolo>.)

#### 4.5 Majoitus

Itse Tampere-talossa majoitusta ei järjestetä, mutta sijaintinsa perusteella talo on kävelymatkan päässä Tampereen keskustasta ja siellä sijaitsevista hotelleista ja muista majoituspaikoista. Tässä muutama hotelli, joka sijaitsee lähellä Tampere-taloa: Cumulus Koskikatu, Cumulus Hämeenpuisto, Sokos Hotel Villa, Sokos Hotel Tammer, Cumulus Pinja, Sokos Hotel Ilves, Scandic Tampere City, Hotelli Victoria ja Holiday Inn.

#### 4.6 Palvelu

Korkean asiakastytyvyyden turvaaminen sekä kannustaa että velvoittaa koko Tampere-talon henkilökuntaa kehittymään työssään ja tarjoamaan

kilpailijoihin nähden ylivertaista kokonaispalvelua. Toistuvat isot kotimaiset tapahtumat ja kokoukset sekä kanta-asiakkaiden järjestämät tilaisuudet ovat talon kongressitoiminnan kivijalka. Kansainvälisiä kongresseja hankitaan yhteistyössä Tampere Convention Bureauun kanssa. Hyvä yhteistyö Tampereen teknillisen yliopiston, Tampereen yliopiston, Tampereen yliopistollisen sairaalan ja muiden tiede- ja tutkimusyhteisöjen kanssa luo pohjan kongressien saamiselle Tampereelle ja Tampere-taloon. Valtaosa Suomessa järjestettävistä kongresseista on tieteellisiä, ja lähes kaikki kongressit edellyttävät suomalaista isäntäorganisaatiota. (Tampere-talo toimintakertomus 2008, 4.)

Kongressitoimistot vastaavat yleensä tietyn kongressikeskuksen markkinoimisesta kansainvälisen kongressin saamiseksi. Kongressitoimistot hoitavat kongressikeskusten kokous-, kongressi- ja näyttelytoimintaa. Kongressitoimistosta käytetään myös Convention bureau-nimitystä. Se markkinoi tiettyä kaupunkia kongressipaikkakuntana, esimerkkinä Tampere Convention Bureau. Toimisto tarjoaa ilmaista apua ja asiantuntemusta kansainvälisten kongressien järjestäjille kutsu- ja suunnitteluvaiheessa. (Rautiainen 2003, 51.)

#### 4.7 Muut palvelut

Tampere-talossa ensiapu- ja lepohuone sijaitsee sisääntuloaulan yhteydessä. Pyörätuoleja saa tarvittaessa ja pyörätuolin akun lataaminen on mahdollista. Kuulovammaiset saavat tarvittaessa laitteisiinsa induktiosilmukan ja kuulokkeet käyttöönsä. Näkövammaisia varten portaiden reunat on merkitty värikontrastein ja lasiovet huomiopisteillä. Näkövammaiset, jotka liikkuvat opaskoiran kanssa, sijoittuvat takapermannon irtotuolipaikoille. (Tampere-talo, palvelutietoa esite.)

#### 4.8 Kuljetustarpeet

Kuljetusten järjestäminen on kongressin järjestäjätahon, eli asiakkaan, itse hoidettavissa oleva asia. He miettivät, onko tarpeellista järjestää kuljetusta majoituspaikoista Tampere-talolle tai iltatilaisuuksiin. Tämä luonnollisesti lisää kongressin kustannuksia, ja usein budjetti vaikuttaa siihen, halutaanko tämä

palvelu tarjota osallistujille. Tampereen etu kongressien järjestämisessä on se, että valtaosa hotelleista sijaitsee kävelyetäisyyden päässä Tampere-talosta. Mikäli kuljetus kuitenkin halutaan järjestää, käytännössä useimmiten PCO-toimisto eli Professional Congress Organiser (jos käytössä) tekee kuljetusvaraukset. Jos PCO:ta ei ole, Tampere-talo tai Convention Bureau neuvovat järjestäjiä, mistä kuljetuksia kannattaa varata, mutta ei siis suoranaisesti tee varauksia. Aikataulut tai info kuljetuksista voidaan painattaa kongressin ohjelmalehtiseen, ja ne voidaan myös laittaa Tampere-talon infomonitoreihin (Lumio 2009).

## 5. ASIAKASPALVELU

”Palvelu on vuorovaikutus, teko, tapahtuma, toiminta, suoritus tai valmius, jossa asiakkaalle tuotetaan tai annetaan mahdollisuus lisäarvon saamiseen ongelman ratkaisuna, helppoutena, vaivattomuutena, elämyksenä, nautintona, kokemuksena, mielihyvä, ajan tai materiaalin säästönä jne.” (Rissanen 2005, 18.)

Asiakaspalvelu on palveluun tai tuotteeseen liittyvää kanssakäymistä asiakkaan kanssa. Se on vuorovaikutusta, jossa pätevät samat säännöt kuin missä tahansa muussakin ihmisten välisessä kanssakäymisessä. (Kannisto & Kannisto 2008, 6.)

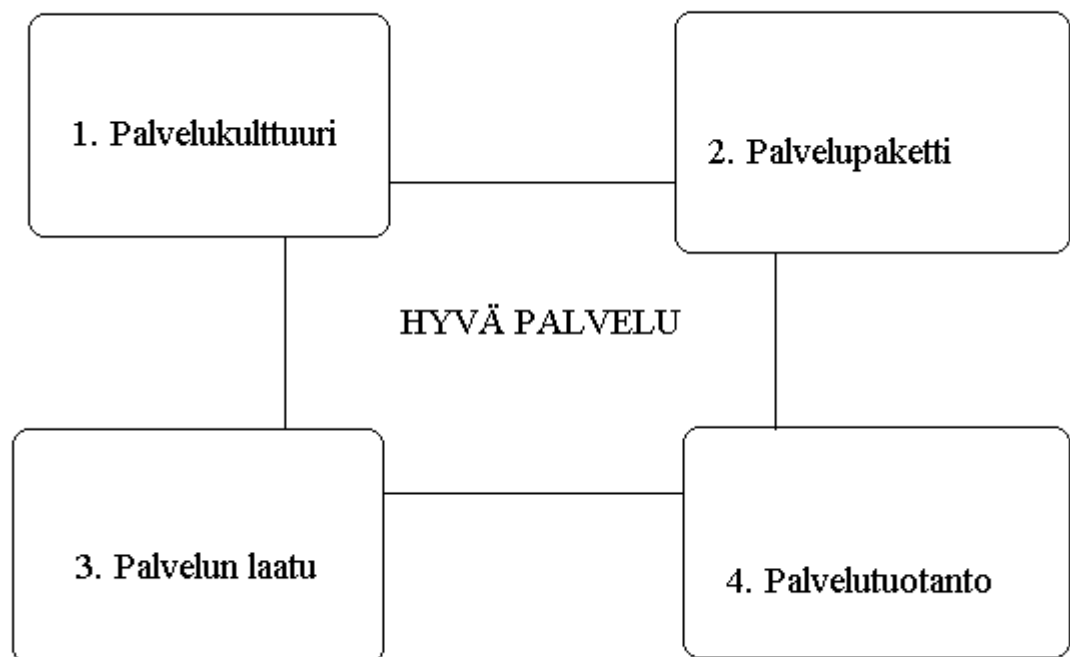
Markkinoinnin merkittävimpiä kilpailukeinoja on asiakaspalvelu. Kilpailijoista erotutaan vaikuttavalla palvelulla. Tuotteita on helppo kopioida, mutta erinomaisen palvelukonseptin ja ihmissuhdetaitojen kopiointi on vaikeaa. Kilpailijoiden on vaikea saada kiinni etumatkaa, joka syntyy siitä, että yhdellä liikeyrityksellä on alan muita yrityksiä palveluhaluisempi, koulutetumpi, innostuneempi ja taitavampi henkilökunta. (Lahtinen & Isoviita 1998, 51.)

Hyvän asiakaspalvelun määrittelyssä lähdetään siitä, että asiakkaan tarpeisiin ja toiveisiin vastataan. Hyvässä asiakaspalvelussa asiakasta kuunnellaan ja hänet asetetaan aina etusijalle. Hyvä palvelu kunnioittaa asiakasta ihmisenä ja hänelle annetaan aikaa. Palvelun tulee olla luotettavaa ja tasalaatuista. (Kannisto & Kannisto 2008, 12–14.)

Asiakaspalvelulla tarkoitetaan yksilöllistä palvelua. Hyvään palveluun sisältyvät myös mainonta, myyntityö, myynninedistäminen ja suhdetoiminta. Kaikki asiakkaiden hyväksi tehty työ on asiakaspalvelua. Kun asiakkaiden ja kontaktihenkilöiden välinen vuorovaikutus onnistuu hyvin, toiminnan seuraus syntyy siitä. (Lahtinen & Isoviita 1998, 51.)

Huono asiakaspalvelu ei kanna ikuisesti, koska asiakas saa jossain vaiheessa tarpeekseen. Huonosta palvelusta kertynyt kuona ja tukahdetut aggressiot purskahtavat jonkun toivottoman silmille, joka on mitä suuremmalla todennäköisyydellä syytön tunnevyöryyn. Liiketoiminnan olemassaolon oikeutus on asiakas ja hän ansaitsee tämän vuoksi parasta mahdollista palvelua omilla ehdoillaan. (Kannisto & Kannisto 2008, 67.)

Hyvään palveluun kuuluu neljä osatekijää. Nämä ovat palvelukulttuuri, palvelupaketti, palvelutuotanto ja palvelun laatu. (Lahtinen & Isoviita 1998, 54.)



KUVIO 1. "Hyvän palvelun osatekijät eli palvelujärjestelmä. Kuvion numerointi tarkoittaa, että palvelujärjestelmän kehittäminen tapahtuu numeroiden osoittamassa järjestyksessä." (Lahtinen & Isoviita 1998, 54.)

## 5.1 Palvelukulttuuri

Palvelukulttuuriin kuuluu kaikki se, mitä asiakas itse kokee, näkee, huomaa ja aistii palveluyhteisössä. Käytännössä se kuvaa palveluyhteisön palveluilmapiiriä, joka heijastaa yhteisön arvoja ja vaikuttaa palvelujärjestelmän muiden osien toimintaan. Palvelukulttuuri on sanaton sopimus siitä, mikä yhteisössä on kiellettyä, sallittua ja toivottua. (Lahtinen & Isoviita 1998, 55.)

Päälliköt ja työnjohtajat pitävät yllä kulttuuria. Jos yritys haluaa noudattaa palvelukulttuuria, heidän on pidettävä yllä palveluhenkeä ja tuettava kulttuurin normeja ja arvoja. Työnjohtajat ovat vastuussa työryhmiensä ja osastojensa yhteisistä arvoista ja ajattelu- ja työskentelytavoista. Päällikkö on menestyksen avain jos työntekijöiden pitää olla jatkuvasti palveluhenkisiä. (Grönroos 2000, 271.)

Palvelukulttuuri on olemassa silloin, kun organisaation tärkeimpinä normeina ovat kiinnostus asiakkaita kohtaan ja palveluhenkisyys. Kun palvelukulttuuri luodaan, sitä on pidettävä aktiivisesti yllä. Muuten yrityksen normit ja henkilöstön asenteet palaavat helposti takaisin tekniseen tehokkuuteen. (Grönroos 2000, 286–287.)

Yhteisön palvelukulttuuri on parhaimmillaan silloin, kun jokainen tietää, kuinka asiakkaita palvellaan eri tilanteissa eli mikä on yhteisön kanta kuhunkin asiaan. Tutkimusten mukaan menestyvillä liikeyrityksillä on vahva palvelukulttuuri, johon on pyritty määrätietoisesti. Se näkyy hyvien suoritusten palkitsemistavoissa ja tavassa käsitellä ihmisiä. Jos palvelukulttuuri on vahva, sitoutuvat yhteisön jäsenet kantamaan vastuuta siitä, että jokainen asiakas saa hyvää palvelua ja että jokainen palvelutilanne otetaan yhtä vakavasti. (Lahtinen & Isoviita 1998, 56.)

## 5.2 Palvelupaketti

Palveluyritys markkinoi useiden palvelujen muodostamia kokonaisuuksia, jotka tyydyttävät asiakkaiden tarpeita. Näistä kokonaisuuksista käytetään nimeä

palvelupaketti. Yhteisön ja yrityksen on tiedettävä, mitä palvelupaketteja asiakkaat haluavat ostaa. Kauppa ei käy jos arvioinnissa epäonnistutaan. Palvelupaketti on markkinoijan kannalta eräänlainen valintamyymälä, josta asiakas voi ostaa itselleen sopivan yhdistelmän. Palvelupaketit rakennetaan niin, että asiakas kokee myönteisiä elämyksiä. (Lahtinen & Isoviita 1998, 57.)

Palvelupakettimallin mukaan tuotteen palvelu kuvataan pakettina, joka koostuu konkreettisista, erilaisista tai aineettomista palveluista, jotka yhdessä muodostavat kokonaistuotteen. Paketti jakautuu kahteen luokkaan: peruspalveluun, jota kutsutaan ”ydinpalveluksi” ja lisäpalveluihin, joita kuvataan ”liitännäispalveluiksi”. (Grönroos 2000, 117.) Tampere-talossa voi olla kokous- ja kongressitoiminta perus- tai ydinpalveluna ja ravintolapalvelut ja takkipalvelu lisä- tai liitännäispalveluna.

### 5.3 Palvelutuotanto

Palvelujen tuottaminen on vaiheittainen tapahtumasarja. Palvelu syntyy asiakkaan ollessa kontaktissa palveluntuotantoprosessin muiden osien kanssa. Palvelutuotannon pääosia ovat palveltava asiakas, palveluympäristö, kontaktihenkilöstö ja muut asiakkaat. (Lahtinen & Isoviita 1998, 59.)

Palveluympäristöön tulee kiinnittää huomiota palvelualoilla. Siitä tehdään värien, kalusteiden, valojen ja somistuksen avulla mahdollisimman viihtyisiä ja toimivia. Joillakin toimialoilla palveluympäristö on tärkeä menestystekijä. (Lahtinen & Isoviita 1998, 59.) Tampere-talo on suunniteltu näyttämään hyvältä sekä ulkoa että sisältä päin. Tampere-talossa on käytössä hillitty sekä erittäin valoisa sisustus, joka varmasti miellyttää katsojien silmiä.

Asiakaskontaktihenkilöstön pitää huolehtia siitä, että palveluympäristö ja muut asiakkaat vahvistavat halutun mielikuvatavoitteen tavoittamista. Asiakkaat voivat olla herkkiä esimerkiksi sille, että jotkin asiakkaat käyttäytyvät hyökkäävästi tai metelöiden. Toisia taas voi häiritä muiden asiakkaiden passiivisuus tai hiljaisuus. Koska asiakkaat ovat erilaisia, kontaktihenkilöiltä vaaditaan joustavuutta sekä halua ja kykyä palvella erilaisia asiakkaita. (Lahtinen & Isoviita 1998, 59.)

Erilaisten asiakkaiden osallistumistyyliä palvelutilanteissa saattavat vaihdella. Osa asiakkaista osallistuu palveluntuotantoon tehokkaasti. Eli he tekevät ehdotuksia, tarkkailevat kontaktihenkilöstön toimintaa, antavat kielteistä tai myönteistä palautetta ja muokkaavat siten lopputulosta haluamaansa suuntaan. Tällaiset aktiiviset asiakkaat olisi hyvä saada mukaan tuotekehitystoimintaan. Toinen osa asiakkaista haluaa pysyä välinpitämättömänä antaen kontaktihenkilöstön toimia oman näkemyksen mukaan. (Lahtinen & Isoviita 1998, 60.)

#### 5.4 Palvelun laatu

”Asiakas arvioi palvelun laatua palveluntuotantoprosessin jokaisessa vaiheessa. Arvioinnin kohteena ovat ydintuote ja kaikki liitännäispalvelut. Asiakkaille muodostuu nopeasti luotettavalta vaikuttava kuva siitä, mikä on hyvää ja mikä huonoa tavaraa. Sen sijaan asiakkaan ei ole yhtä helppo arvioida palvelun laatua.” (Lahtinen & Isoviita 1998, 61.)

Laatu tarkoittaa sitä, miten hyvin tuote, palvelu tai tavara vastaa asiakkaan odotuksia tai vaatimuksia. Eli toisin sanoen, miten hyvin asiakkaan tarpeet ja toiveet tyydyttyvät. Laatu eli kvaliteetti on näin asiakkaan muodostama yleinen näkemys palvelun tai tuotteen onnistuneisuudesta. (Ylikoski 1999, 118.)

Markkinoinnin näkökulmasta hyvä laatu ei sinänsä ole itseisarvo, vaan se on hyödykkeen ominaisuus, jolla voi olla markkinoinnin kannalta myönteistä merkitystä. Mutta mahdollista on myös kielteinen merkitys markkinoinnin kannalta, sillä hyvä kvaliteetti nostaa muun muassa tuotteen hintaa, ehkä yli asiakkaan maksuvalmiuden tai peräti maksukyvyn. (Rissanen 2005, 59.)

Palvelun laatutaso on seurausta palvelukulttuurista, palvelupaketeista ja palvelun tuotantoprosessista. Tämä tarkoittaa sitä, että palvelun laadun parantamiseksi joudutaan selvittämään kolme muuta palvelujärjestelmän osaa. Tämän tästä palveluyhteisöt etsivät vikaa palvelun laadusta, vaikka vikaa pitäisi etsiä esimerkiksi vanhentuneesta palvelupaketista. (Lahtinen & Isoviita 1998, 61.)

Palvelun laatumielikuva ja asiakastyytyväisyys perustuvat kunkin asiakkaan yksilöllisiin käsityksiin. Kun asiakkaan kokemukset vastaavat odotuksia tai ylittävät ne, on asiakas tyytyväinen. Asiakas on tyytymätön jos palvelukokemus alittaa asiakkaan odotukset. (Lahtinen & Isoviita 1998, 62.)

Hyvä palvelukokemus rakentuu palvelun laadun, asiakkaan palvelusta saaman lisäarvon sekä asiakkaan tyytyväisyyden pohjalle. (Rissanen 2005, 405.)

## 6. ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Yksi matkailuyrityksen menestyksen mitta on asiakkaiden tyytyväisyys. Jos asiakaskeskeisyys on matkailuyrityksessä perustana koko markkinoinnin päätöksenteolle, asiakastyytyväisyys on erittäin tärkeä kriteeri arvioitaessa tehtyjä päätöksiä. (Albanese & Boedeker 2003, 89.)

Liiketoiminnan peruseriaate on yksinkertainen: liikeyrityksen tehtävänä on tuottaa tulosta pitämällä asiakkaat tyytyväisinä. Asiakkaat, joita on palveltu hyvin, tuovat mukanaan lisää asiakkaita. (Kannisto & Kannisto 2008, 56.)

Suhdemarkkinoinnin ja laatujohtamisen eräs työväline on asiakastyytyväisyystutkimus. Asiakastyytyväisyystutkimuksen ideana on selvittää asiakkaiden kulloinkin tärkeimpänä pitämät laatukriteerit, jotta yritys tietäisi, mihin seikkoihin sen kannattaa keskittyä. Yritys saa myös tietoonsa asiat, joilla ei asiakkaiden mielestä ole kovin oleellista merkitystä. Olisi varojen tuhlausta sijoittaa merkityksettömiin seikkoihin. (Lahtinen & Isoviita 1998, 103.)

Asiakastyytyväisyydeksi määritellään laatu. Tästä syystä asiakastyytyväisyyden mittaaminen, aikaansaaminen, ja parantaminen pitää olla yritysjohton merkittävin painopiste. Laatua on syntynyt siten, kun asiakkaan odotukset tavarana ja palvelun osalta ylittyvät. Minimitavoitteena on asiakkaan odotuksien täyttyminen. (Lahtinen & Isoviita 1998, 103.)

Yrityksen näyteikkunana toimivat asiakaspalvelijat. Jos asiakas näkee yrityksessä vai huonon palvelun, on yhdentekevää, miten hyvää työtä yrityksessä tehdään. Asiakaspalvelu on kuten lehti-, radio-, tv-, internet- ja

suoramarkkinointikin, ja koska se tavoittaa asiakkaan suoraan, se on kanavista merkittävin ja kriittisin. (Kannisto & Kannisto 2008, 104.)

### 6.1 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Asiakas on joko tyytyväinen tai tyytymätön käytettyään yrityksen palvelua. Hyvään laatuun on todella mutkatonta olla tyytyväinen. Arkikielessä termejä laatu ja tyytyväisyys käytetään usein toistensa synonyymeinä. Myös muut palvelukokemukseen liittyvät asiat voivat tuottaa tai ehkäistä tyytyväisyyttä. Tyytyväisyys on laatua laajempi käsite. (Ylikoski 1999, 149.)

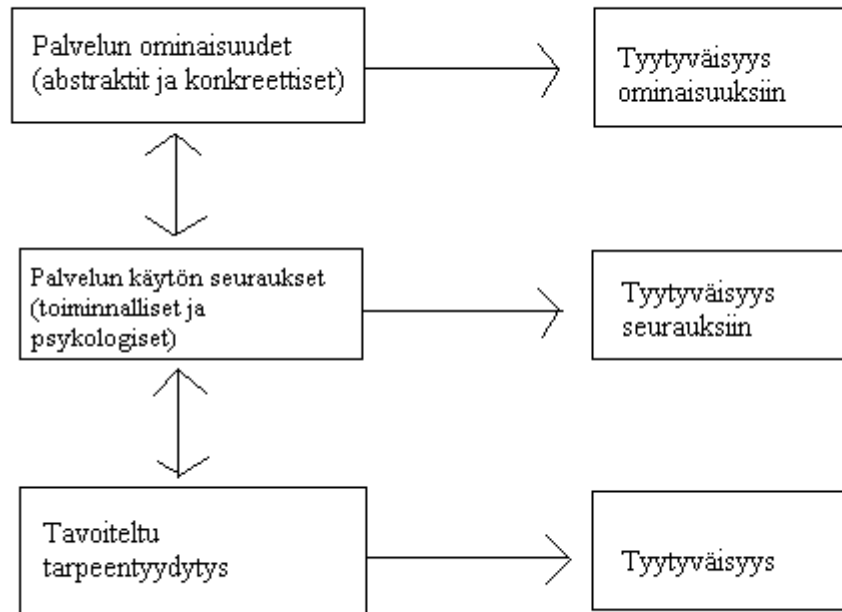
”Asiakaskeskeinen organisaatio pyrkii tavoitteidensa toteutumiseen juuri asiakastyytyväisyyden avulla. Jotta tyytyväisyyteen voidaan vaikuttaa, tarvitaan täsmällistä tietoa siitä, mitkä asiat tekevät asiakkaat tyytyväisiksi. Asiakaskeskeisyys edellyttää, että tietoa hankitaan suoraan asiakkaalta itseltään.” (Ylikoski 1999, 149.)

Tyytyväisyysseuranta sinänsä ei riitä. Tarvitaan lisäksi seurantaan perustuvaa toimintaa, jonka avulla asiakastyytyväisyyttä parannetaan. Vaikka asiakkailta pyydettäisiin jatkuvasti palautetta tyytyväisyyden tasosta, he eivät tule sen tyytyväisimmiksi. Asiakkaiden odotuksia lisää organisaation kiinnostus asiakkaiden mielipiteisiin. Asiakkaat odottavat, että erilaiset tutkimukset ja selvitykset saavat aikaan toimenpiteitä, joiden vaikutukset näkyvät palvelun paranemisena. (Ylikoski 1999, 149–150.)

Yksittäisellä tyytyväisyystutkimuksella tai asiakkaiden tekemiä valituksia koskevalla selvityksellä on organisaatiossa erittäin vähän käyttöä. Ne kertovat vain jonkin tietyn hetken tilanteen. Asiakastyytyväisyyden seuranta on jatkuvaa tietojen keruuta ja hyväksi käyttöä. Seurannan pohjalta tehdään toimenpiteitä asiakastyytyväisyyden parantamiseksi. (Ylikoski 1999, 150.)

### 6.2 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät

Asiakas käyttää palvelua tyydyttääkseen jonkin tarpeen. Motiivit palvelujen käyttämiseen ovat usein tiedostamattomia. Tyytyväisyyden kokemus kuluttajan mielessä (tiedostettuna) liittyykin siihen, minkälaisen hyötykimpun hän palvelun ostaessaan saa. Tyytyväisyyttä tuottavat palvelun käytön seuraukset ja palvelun ominaisuudet. (Ylikoski 1999, 151.)



KUVIO 2. Palvelun ominaisuudet, käytön seuraukset ja asiakkaan tyytyväisyys. (Ylikoski 1999, 151.)

Tampere-talossa konkreettinen ominaisuus, joka tuottaa asiakkaalle tyytyväisyyttä, voi olla esimerkiksi kokoustilojen hyvä varustetaso. Abstrakti ominaisuus voi olla esimerkiksi korkeatasoinen asiakaspalvelu. Palvelun käytön seuraukset voivat olla toiminnallisia tai psykologisia. Käytännön seuraukset ovat toiminnallisia seurauksia. Nähtävyyksistä kiinnostuneelle kongressimatkailijalle tyytyväisyyttä tuottaa esimerkiksi Tampere-talon keskeinen sijainti, jonka toiminnallinen seuraus on, että kaupungin nähtävyydet ja palvelut ovat lähellä. Palveluiden käyttöön liittyy myös psykologisia seurauksia, kuten statuksentavoittelua käytettäessä Tampereen korkeatasoista majoitusmahdollisuutta.

Halutessa vaikuttaa asiakkaan tyytyväisyyteen, etsitään sellaisia palvelun konkreettisia ja abstrakteja ominaisuuksia, jotka tuottavat asiakkaalle tyytyväisyyden kokemuksia. Palvelun käytön toiminnallisista ja psykologisista seurauksista kerrotaan puolestaan asiakkaalle mainonnassa. Palveluorganisaatio yrittää vaikuttaa palvelun laatutekijöihin, koska juuri ne tuottavat asiakastyytyväisyyttä. (Ylikoski 1999, 152.)

Yksittäisten palvelutilanteiden menestyminen vaikuttaa asiakkaan tyytyväisyyteen organisaation toimintaan kokonaisuutena. Asiakkaan tyytyväisyyttä voidaan tarkastella sekä kokonaistyytyväisyytenä että myös yksittäisen palvelutapahtuman tasolla. Asiakas voi olla tyytyväinen organisaation toimintaan kokonaisuutena, mutta silti tyytymätön johonkin yksittäiseen palvelutapahtumaan, tai päinvastoin. (Ylikoski 1999, 155.)

### 6.3 Asiakastyytyväisyystutkimukset

Jokaisella organisaatiolla on jonkinlainen käsitys asiakkaidensa tyytyväisyydestä. Organisaation johdolla on oma näkemyksensä ja asiakaspalvelutehtävissä toimivien henkilöillä omansa. Kielteisestä asiakaspalautteesta saa tietoa siitä, mihin seikkoihin asiakkaat ovat olleet tyytymättömiä. Palautteesta saadaan arvokasta tietoa, mutta ei kerro riittävän kattavasti itse asiakkaiden mielipidettä. Siksi organisaatioon tarvitaan asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmä. (Ylikoski 1999, 155.)

Asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmä koostuu sekä suoran palautteen järjestelmästä että tutkimuksista. Asiakkailta voidaan kerätä suoraa palautetta kysymällä sitä välittömästi palvelutilanteessa. Suoraa palautetta on suhteellisen helppo saada palveluorganisaatiossa. Erilaiset asiakastyytyväisyystutkimukset ja suora palaute tukevat toisiaan. Molemmat tavat ovat tärkeitä, sillä silloin saadaan monipuolisempi kokonaiskuva asiakastyytyväisyydestä. Tutkimusten rooli asiakastyytyväisyyden seurannassa on kuitenkin keskeinen. (Ylikoski 1999, 155–156.)

Asiakastyytyväisyystutkimusten avulla pyritään parantamaan asiakastyytyväisyyttä ja seuraamaan toimenpiteiden vaikutuksia. Neljä

asiakastyytyväisyystutkimuksen päätavoitetta on asiakastyytyväisyyteen vaikuttavien keskeisten tekijöiden selvittäminen, tämänhetkisen asiakastyytyväisyyden tason mittaaminen, toimenpide-ehdotusten tuottaminen sekä asiakastyytyväisyyden kehittymisen seuranta. (Ylikoski 1999, 156.)

Sellaista tiedon keräystä nimitetään asiakaskuunteluksi, jossa tiedon lähteenä on asiakas. Kuuntelua ovat asiakastyytyväisyystutkimukset. Suurin osa asiakaskuuntelusta on perinteistä markkinatutkimusta: puhelin-, postilomake- ja internetkyselyjä. Lisäksi seurataan blogeja ja keskustelufoorumeita, järjestetään ryhmäkeskusteluita sekä tehdään syvähaastatteluja. (Arantola 2006, 65.)

#### 6.4 Asiakastyytyväisyyskontaktit

Kun yritys haluaa parantaa asiakastyytyväisyyttään, sen tulee keskittyä ryhmittelyn tekijöihin. Tämä ryhmittelykokonaisuus pitää sisällään yrityksen henkilöstökontaktit, matkailupalvelukontaktit, tukijärjestelmäkontaktit sekä miljöökontaktit. (Albanese & Boedeker, 2002, 91.)

Henkilöstökontakteilla tarkoitetaan jokaista asiakkaan ja yrityksen henkilökunnan sekä asiakkaan ja muiden asiakkaiden välisiä vuorovaikutuksia. (Albanese & Boedeker, 2002, 91.) Tampere-talossa henkilöstökontakteja on muun muassa aulapalvelussa, kun asiakas saapuu Tampere-talon tiloihin ja jättää esimerkiksi päällysvaatteensa henkilökunnan huostaan.

Matkailupalvelukontaktit sisältävät matkailupalvelun teknisen toimivuuden ja sen kyvyn tuottaa matkailullisia elämyksiä. (Albanese & Boedeker, 2002, 91.) Tampere-talossa matkailupalvelukontakteiksi luetaan esimerkiksi kongressiin osallistuminen sekä niiden asiakkaille tuottamat hyvinvointielämykset.

Tukijärjestelmäkontaktit pitävät sisällään esimerkiksi yrityksen varaus- ja laskutusjärjestelmät. (Albanese & Boedeker, 2002, 91.) Tampere-talossa tukijärjestelmäkontakteja ovat tilavarausjärjestelmä, ja kongressin järjestäjän maksaessa tilojen ja palvelujen käytöstä.

Miljöökontaktit kattavat yrityksen sisustuksen, siisteyden ja tunnelman. (Albanese & Boedeker, 2002, 91.) Tampere-talo on sisustukseltaan kaunis ja

hillitty, jonne asiakkaan on mukava saapua. Tampere-talo edustaa niin ulkoiselta kuin sisäiseltä sisustukseltaan glamouria, joten tähän yritys panostaa paljon. Ystävällinen tunnelma välittyy asiakkaalle miljöön sekä henkilöstön välityksellä.

## 7. ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS TAMPERE-TALOSSA

### 7.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimusmenetelmä

Asiakastyytyväisyystutkimuksen tarkoituksena oli selvittää Tampere-talossa vierailevien sekä kansainvälisten että kotimaisten kongressivieraiden tyytyväisyyttä yrityksen tiloihin ja palveluun, sekä tuottaa ehdotuksia toiminnan kehittämiseksi ja asiakastyytyväisyyden parantamiseksi. Lisäksi tarkoituksena oli saada luotettavia mielipiteitä Tampere-talosta, joka voi tutkimuksen avulla kehittää palvelujaan.

Tutkimus suoritettiin kvantitatiivisena tutkimuksena. Tutkimusaineisto kerättiin kyselylomakkeen (Liite1) avulla. Lomakkeet jaettiin Lions Europa Forum 2009 kongressisalkkuihin. Näin varmistin sen, että varmasti jokainen kongressiin osallistuja saa lomakkeen täytettäväkseen. Lions Europa Forum 2009 kongressi järjestettiin Tampere-talossa 17.–19.9.2009. Lomakkeen alkuun laadin esittelytekstin, jossa kerroin muutamalla lauseella miksi olen kyseisen kyselyn tehnyt. Tekstin tarkoituksena oli kannustaa vastaajaa vastamaan kyselyyn. Porkkanana oli saada maistiainen suomalaista suklaata.

### 7.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen arviointiin liittyvät käsitteet reliabiliteetti ja validiteetti. Tutkimuksen validiteetti eli pätevyys tarkoittaa, mittaako tutkimus sitä, mitä sen avulla on tarkoitus selvittää. Tutkimuksen reliabiliteetti tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta. Reliabiliteetti tarkoittaa siis sen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. (Hirsjärvi & Remes & Sajavaara 2005, 216.)

Validiteetti oli tutkimuksessa hyvä, koska tutkimus vastasi niihin kysymyksiin joihin etsittiin vastausta. Tutkimuksessa oli hyvin edustettuina kaikki ikäryhmät sekä molemmat sukupuolet. Tutkimuksen tulokset eivät olleet sattumanvaraisia, joten myös tutkimuksen reliabiliteetti oli hyvä.

Testasin lomakkeen 15 henkilöllä, joiden iät olivat 20–50-vuotta. Pidin tärkeänä testata lomaketta kaiken ikäisillä, sillä kongressiin osallistui ihmisiä monista sukupolvista. Kyselylomakkeen testaamisella oli tarkoitus selvittää ymmärretäänkö kysymykset oikein ja oliko mukana turhia kysymyksiä tai vastausvaihtoehtoja. Halusin myös saada tietoa puuttuuko joku oleellinen kysymys tai vastausvaihtoehto.

### 7.3 Perusjoukko ja otos

Perusjoukko on tutkimuksen kohteena oleva joukko, josta tietoa halutaan. Otos on tietty perusjoukon osajoukko. (Heikkilä 2005, 14.)

Tutkimuksen perusjoukko koostui sekä kansainvälisistä että kotimaisista Lions Europa Forum 2009 kongressivieraista. Kongressiin osallistui noin 1100 henkilöä ja odotin saavani vastauksia 200 kappaletta. Vastauksia saatiin 131 kappaletta.

### 7.4 Kyselylomakkeen laatiminen

Aloitin kyselylomakkeen laadinnan kesällä 2009, hyvissä ajoin ennen Lions Europa Forum 2009- kongressia. Koska kongressiin osallistui noin 1100 kansainvälistä henkilöä ympäri Euroopan, oli kyselylomake tehtävä englannin kielellä. Kyselylomakkeiden kysymysten muoto on yleisin virheiden aiheuttaja tutkimuksissa, joten tämän vuoksi oli erittäin tärkeää muotoilla kysymykset mahdollisimman helppolukuisiksi ja yksinkertaisiksi. Suurin osa kongressiin osallistuneista vieraista puhuu äidinkielenään jotain muuta kuin englantia, joten oli tärkeää saada kysymyksistä sellaisia, jotka kaikki varmasti ymmärtää. Tein kyselylomaketta yhdessä ohjaajani, Tampere-talon kongressipäällikön ja projektipäällikön sekä englannin opettajan kanssa. Lomakkeessa käytin

pääasiassa strukturoituja kysymyksiä, koska niihin on nopea ja helppo vastata. Strukturoitujen kysymysten lisäksi käytin muutamia avoimia kysymyksiä.

Kysymyksillä 1-5 selvitettiin vastaajan taustatietoja. Näihin kysymyksiin oli helppo vastata ja lomakkeen täyttö pääsi hyvin käyntiin. Ensiksi haluttiin saada tietoa siitä, mikä on vastaajan sukupuoli ja ikä. Ikää ei tietenkään suoraan kysytty vaan vastaaja sai itse valita mihin ikäryhmään hän kuuluu. Kolmantena kysymyksenä kysyttiin vastaajan kotimaata. Tämä oli tärkeää, koska kongressiin osallistui henkilöitä kymmenistä eri maista. Seuraavaksi haluttiin saada vastauksia siitä, onko vastaaja aiemmin vierailut Suomessa ja Tampereella.

Kohta 6 oli monivalintatehtävä. Kysymyksen avulla haluttiin saada tietoa siitä, kuinka tyytyväisiä asiakkaat olivat Tampere-talon kokoushuoneisiin, ravintolapalveluihin, saniteettitiloihin, opastukseen ja teknisiin laitteisiin. Vastaajat saivat itse ympyröidä numeroista 1-5 kuinka tyytyväisiä he ovat edellä mainittuihin kohtiin. Pidän erittäin tärkeänä kysyä tätä, koska yksi tutkimusongelmista kuului näin: kuinka tyytyväinen Lions Europa Forum 2009 osallistujia on Tampere-talon palveluihin?

Kohta 7 oli myös monivalintatehtävä. Kysymyksen avulla haluttiin saada tietoa siitä, kuinka tyytyväisiä kongressiin osallistujat olivat Tampere-talon henkilökunnan ammattitaitoon, ystävällisyyteen, haluun auttaa, kykyyn palvella englanniksi ja neuvontaan. Myös tässä kysymyksessä vastaajat saivat itse ympyröidä numeroista 1-5 haluamansa numeron. Yksi tutkimusongelmista liittyi Tampere-talon henkilökunnan palveluun.

Kysymys 8 oli avoin kysymys. Siinä haluttiin vastaajien antavan palautetta kuinka Tampere-talo voisi kehittää palvelujaan. Etukäteen oli jo tiedossa, etteivät monet jaksaa vastata avoimiin kysymyksiin ja näin kävi myös tässä tutkimuksessa. Onneksi noin kymmenen vastaajaa antoi kehitysehdotuksia.

Kysymyksessä 9 kysyttiin vastaajien yleistä arviota Tampere-talosta, koska tämä oli yksi tutkimusongelmista. Vaihtoehtoina yleiseen arvioon oli erinomainen, hyvä, keskinkertainen, tyytymätön ja heikko.

Kysymyksessä 10 haluttiin saada tietoa, pitävätkö vastaajat Tamperetta viehättävänä kongressikaupunkina. Kysymyksessä oli myös mukana avoin kohta sille, jos vastaaja halusi perustella vastaustansa.

Kysymys 11 liittyi Tampereen kaupungin turvallisuuteen, koska se oli yksi tutkimusongelmista. Vastaajilta haluttiin saada tietoa siitä, kuinka turvalliseksi he kokevat olonsa kaupungilla liikkumiseen.

Kysymys 12 ja 13 liittyivät vastaajan majoituskohteeseen. Vastaajilta kysyttiin hotellin nimeä ja mitä mieltä he ovat hotellin palveluista. Kysymykset eivät sinällään liity tutkimuksen kohteeseen Tampere-taloon, mutta yleisesti kongressin järjestämiseen.

Lopuksi kysymyksessä 14 vastaajat saivat lähettää terveisensä Tampere-talolle. Kysymys oli tietysti avoin.

## 7.5 Tutkimuksen suorittaminen

Lions Europa Forum 2009 kongressi kesti kolme päivää, torstaista lauantaihin 17.–19.9.2009. Kyselylomakkeet jaettiin jokaiseen kongressisalkkuun. Tämä saattoi olla huono päätös, koska monet asiakkaat kertoivat, etteivät he olleet huomanneet kyseistä lomaketta. Kongressisalkkuihin laitetaan monenlaisia papereita liittyen kongressiin, joten ihmiset eivät jaksaisi selaila jokaista paperia erikseen läpi.

Päätimme yhdessä Tampere-talon kongressipäällikön kanssa, että olen muistuttelemassa ihmisiä vastaamaan kyselyyn perjantaina 18.9. sekä lauantaina 19.9.2009. Päätimme, että kongressin ensimmäisenä päivänä minun on turha tulla, sillä kyseessä on kongressin asiakastytyväisyystutkimus, ja ihmiset mielellään vastaavat siihen kunnes heillä on hieman kokemusta talon tiloista jne. Minulla oli oma palautuspisteeni Tampere-talon aulassa. Palautuspisteessäni oli suuri pöytä, Pirkanmaan ammattikorkeakoulun mainosstandy sekä koulun esitteitä, kyniä, kyselylomakkeita, postilaatikko lomakkeita varten ja kulho täynnä suklaata.

Monet kongressiin osallistujat olivat kiinnostuneita pisteestäni ja suklaistani. Ihmiset luulivat aluksi, että jaan jokaiselle suklaata, kunnes kerroin, että suklaata saa sen jälkeen kun on muistanut palauttaa lomakkeen. Monet kertoivat, etteivät olleet nähneetkään kyseistä lomaketta. Tämän jälkeen muistuttelin ihmisiä katsomaan kongressisalkkuunsa ja useimmat halusivat kirjoittaa vastauksensa samalla kun kävivät pisteessäni. Tämän vuoksi olin varustautunut tyhjiillä lomakkeilla ja niihin moni kirjoittikin vastauksensa. Lomakkeita palautettiin yhteensä 131 kpl. Olisimme säästäneet paperikuluissa, jos tutkimukseen olisi voinut vastata ainoastaan palautuspisteessäni.

## 7.6 Aineiston käsittely

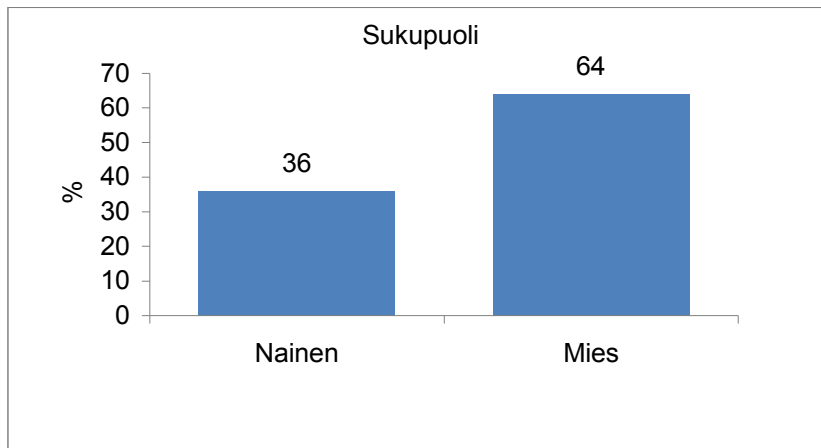
Keräämisen jälkeen aineisto tarkistettiin ja syötettiin tietokoneelle. Käytin havaintomatriisien teossa MS Tixel -laskentaohjelmaa. Tixel-ohjelmalla sain tuloksia havainnollistavat diagrammit.

Kyselylomakkeita jaettiin suuri 1100 kappaleen määrä ja niistä vain 131 palautettiin. Vastausprosentiksi tuli näin ollen 8,4 %. Kaikki lomakkeet olivat hyväksytysti palautettuja eli en hylännyt yhtään lomaketta. Muutamat jättivät vastaamatta sellaisiin kohtiin joista heillä ei ollut kokemusta. Lomakkeita olisi varmasti hylätty, jollen itse olisi ollut paikalla ja muistuttelemassa ihmisiä vastaamaan jokaiseen kohtaan.

## 7.7 Tutkimuksen tulokset

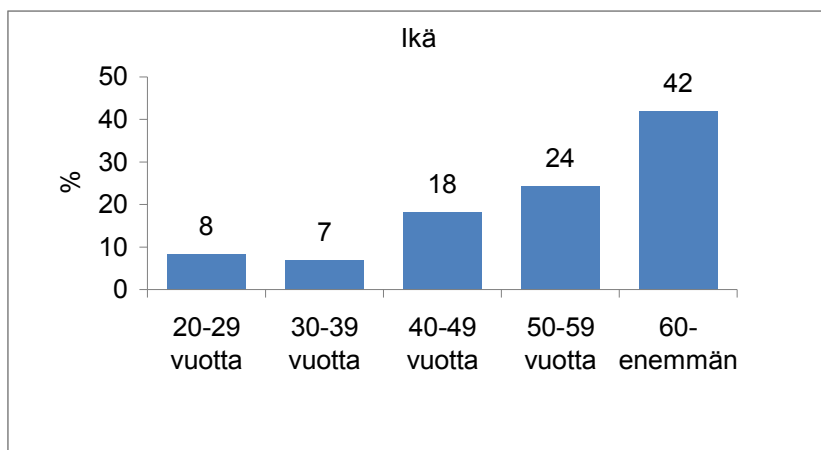
Seuraavaksi esittelen Lions Europa Forum 2009 kongressin asiakastytyväisyystutkimuksen tulokset.

### 7.7.1 Vastaajan taustatiedot



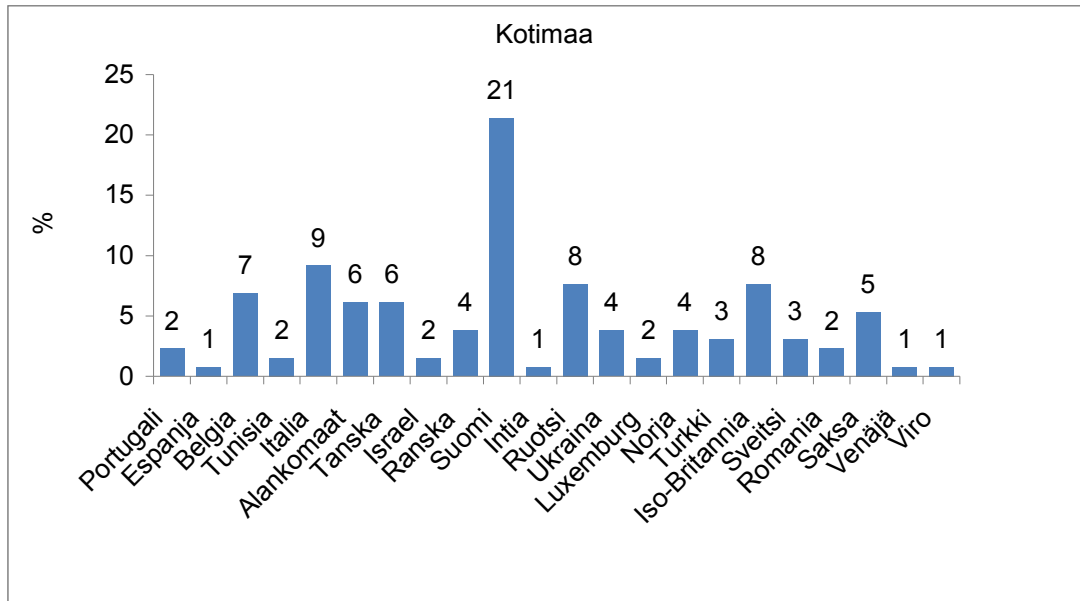
KUVIO 3. Vastaajien sukupuoli.

Tutkimukseen osallistuneista henkilöistä 36 % (47 kpl) olivat naisia ja loput 64 % (84 kpl) olivat miehiä. Kaiken kaikkiaan vastaajia oli 131 henkilöä.



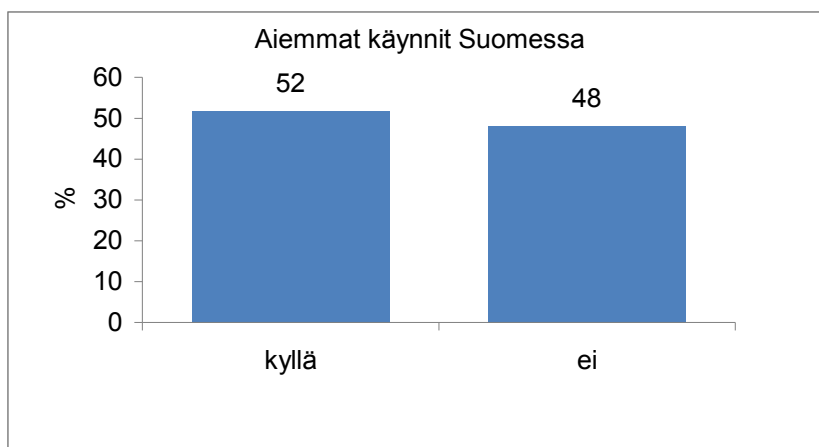
KUVIO 4. Vastaajien ikä.

Suurinta ikäryhmää tutkimuksessa edustivat yli 60-vuotiaat (42 %) ja pienintä 30–39 vuotiaat (7 %). Kuviosta voimme päätellä, että suurin osa tutkimukseen osallistuneista ovat keski-ikäen ylittäneitä henkilöitä. Sain monelta kongressiin osallistuneilta henkilöiltä palautetta, että tähän kysymykseen olisi voinut laittaa vielä yhden vastausvaihtoehdon, joka olisi ollut yli 70-vuotiaat.



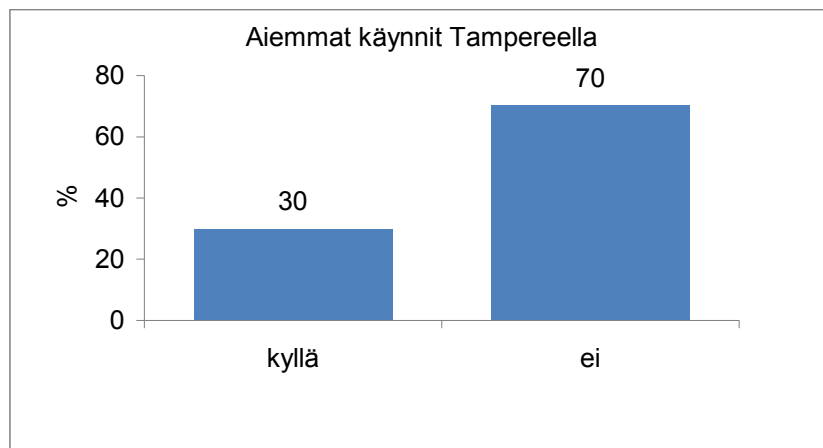
KUVIO 5. Vastaajien kotimaa.

Tutkimukseen osallistui vastaajia jopa 22 eri maasta. Suomalaisten osuus 21 % on suuri siitä syystä, että noin puolet koko kongressiin osallistujista olivat suomalaisia. Seuraavaksi eniten vastauksia saatiin Italiasta 9 % (12 kpl), Ruotsista 8 % (10 kpl), Iso-Britanniasta 8 % (10 kpl) ja Belgiasta 7 % (9 kpl). Kaukaisin maa, mistä saatiin yksi vastaus, oli Intia. Suomen kaikista naapurimaista eli Venäjältä, Virosta, Tanskasta, Norjasta ja Ruotsista saatiin myös vastauksia.



KUVIO 6. Vastaajien aiemmat käynnit Suomessa.

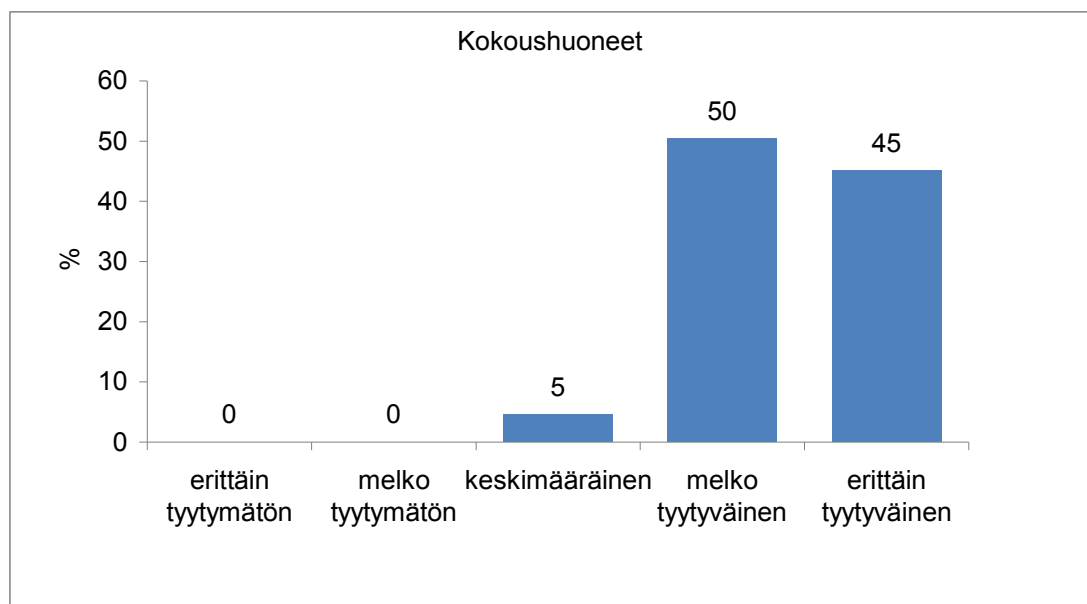
Tutkimukseen osallistuneista henkilöistä 52 % (68 kpl) on vierailut Suomessa aikaisemmin ja 48 % (63 kpl) ei ole. Koska tutkimukseen vastanneista 21 % oli suomalaisia, voimme päätellä, että he ovat tietysti vastanneet tähän kysymykseen kyllä. Toisin sanoen kansainvälisistä vieraista suuri osa eivät ole Suomessa aiemmin vierailleet. Nämä, jotka ovat aikaisemmin Suomessa vierailleet, ovat vastausten perusteella keski-ikä ylittäneitä henkilöitä, joilla on aikaa ja rahaa matkustaa.



KUVIO 7. Vastajien aiemmat käynnit Tampereella.

Tutkimuksessa haluttiin myös saada vastaus, että ovatko osallistujat vierailleet aikaisemmin Tampereella. 70 % vastaajista ei olleet aikaisemmin käyneet Tampereella ja 30 % olivat. Ei-vastausprosentti taas nousee kun vähennetään suomalaisten (21 %) osuus vastaajista. Syynä siihen etteivät kansainväliset vieraat ole matkustaneet aikaisemmin Tampereelle voi olla esimerkiksi se, että jos Suomeen matkustetaan, päämääränä on yleensä Helsinki tai Lappi. Helsingissä on Suomen suurin lentokenttä ja sinne tehdään paljon matkoja. Suomen Lappi houkuttelee matkailijoita tutustumaan talven kaamokseen, revontuliin ja kesän yöttömään yöhön.

### 7.7.2 Tampere-talon palvelut

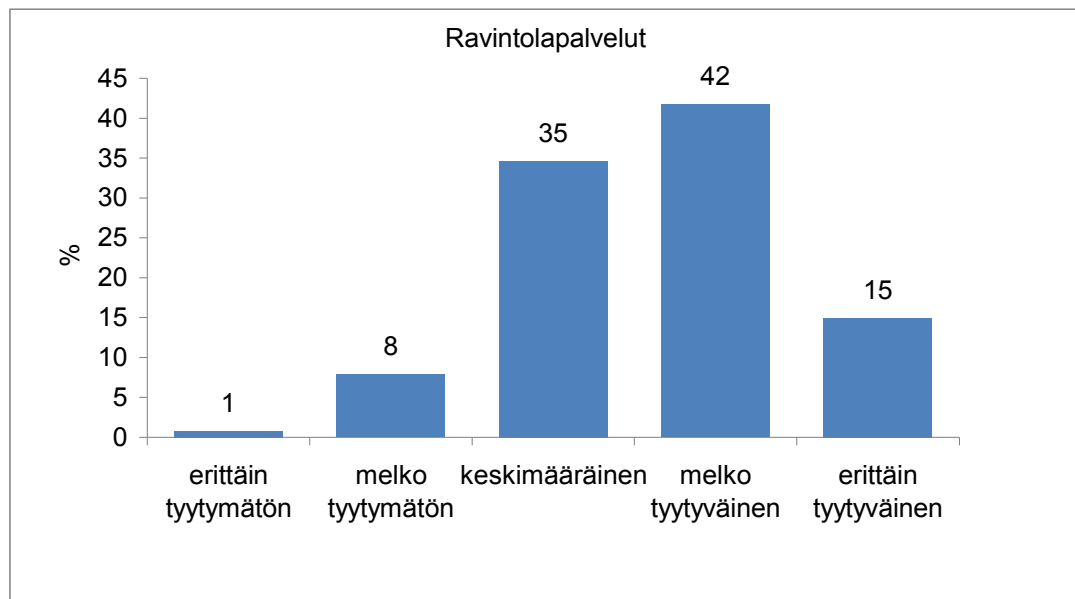


KUVIO 8. Vastaajien tyytyväisyys kokoushuoneisiin.

Tutkimukseen vastanneista henkilöistä jopa 45 % (59 kpl) olivat erittäin tyytyväisiä Tampere-talon kokoushuoneisiin ja 50 % (66 kpl) vastaajista oli melko tyytyväisiä. Vain 5 % (6 kpl) vastaajista pitivät Tampere-talon kokoushuoneita keskimääräisinä. On hienoa huomata, ettei kukaan vastannut olevansa tyytymätön kokoushuoneisiin.

Kuten Rautiainen ja Siiskonen (2003) kirjassaan kertovat, kokouskeskuksessa on oltava yksi varsinainen pääsali, toinen, noin puolet pääsalia pienempi tila sekä muutama pienempi, pääsalista noin neljäsosaa vastaava tila, useita pienempiä huoneita, posterinäyttelyyn soveltuvia tiloja ja kaupalliseen ja/tai tieteelliseen näyttelyyn aula- tai lämpiötila. Nämä kaikki erikokoiset tilat löytyvät Tampere-talosta.

Tutkimustuloksista voimme päätellä, että Tampere-talo on yksi kokoustilojen edelläkävijä, koska melkein kaikki vastaajat olivat tyytyväisiä kokoustiloihin. Tampere-talon kokoustiloista löytyvät kaikki tarpeellinen laitteisto kongressin pitämiseen. Kehittämisehdotuksista olen sitä mieltä, että Tampere-talon täytyy pitää kokoustilojen hyvää imagoa yllä ja kehittää laitteistoaan sitä mukaan kun uutta teknologiaa keksitään. On myös hyvä pitää kokoustilojen siisteyttä yllä ja korjata heti mahdolliset kalusteviat, jos sellaisia ilmenee. Kokoustilojen ensivaikutelma on oltava kohdallaan, kun asiakas saapuu kyseiseen tilaan.



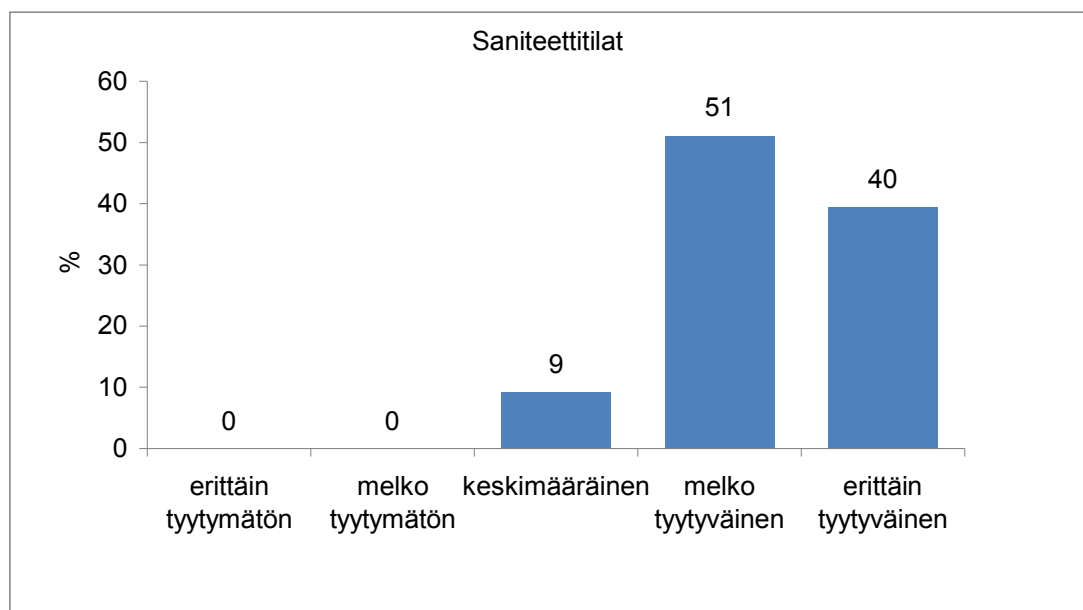
KUVIO 9. Vastaajien tyytyväisyys ravintolapalveluihin.

Tutkimukseen vastanneista henkilöistä 15 % (19 kpl) olivat erittäin tyytyväisiä Tampere-talon ravintolapalveluihin ja 42 % (53 kpl) olivat melko tyytyväisiä. 35 % (44 kpl) vastaajista pitivät Tampere-talon ravintolapalveluita keskimääräisinä ja 8 % (10 kpl) melko tyytymättöminä. Yksi tutkimukseen vastanneista henkilöistä oli erittäin tyytymätön ravintolapalveluihin.

Kuviosta voimme päätellä sen vastaushajonnan olevan suuri. Noin puolet vastaajista oli tyytyväisiä ravintolapalveluihin, mutta taas vajaa puolet vastaajista piti ravintolapalveluita keskimääräisinä tai sitä huonompina. Yksi syy siihen, miksi vastaajat olivat tyytymättömiä ravintolapalveluihin, on se, että ruokaliput ja ruoka loppuivat kongressin aikana kesken. Sain tiedon eräältä kongressiin osallistuneelta leijonalta, että yritys Konffa Ltd. varasi kongressin ruokaliput ja

yrittäjä ei varautunut siihen, että moni ei varaa lippuja etukäteen vaan ostavat liput mielellään vasta paikan päällä. Tämän vuoksi Tampere-talo ei ollut varautunut tarpeeksi suureen ruokamäärään ja kävi niin, että ruoka loppui kesken. Uskon, että tämän syyn vuoksi sain ravintolapalveluista huonon vastauksen ja ruoan kesken loppumiseen voi olla syyllisenä Konffa Ltd. eikä itse Tampere-talo.

Tulevaisuudessa Tampere-talon on hyvä varautua kongressin suureen asiakasmäärään ja valmistaa tarpeeksi ruokaa asiakkaille. Kongressinjärjestäjän on siis otettava selvää kuinka monta henkilöä aikoo kongressiin osallistua. Ravintolahenkilökuntaa on hyvä kouluttaa, jotta heiltä saama asiakaspalvelu pysyy parhaalla mahdollisella tasolla. Ravintoloissa olevat kalusteet on pidettävä siistinä ja käyttökuntoisina, jotta asiakkaalle muodostuu hyvä vaikutelma paikasta. Ravintolahenkilökuntaa on myös oltava tarpeeksi monta paikalla, jotta palvelu sujuu jouheasti.

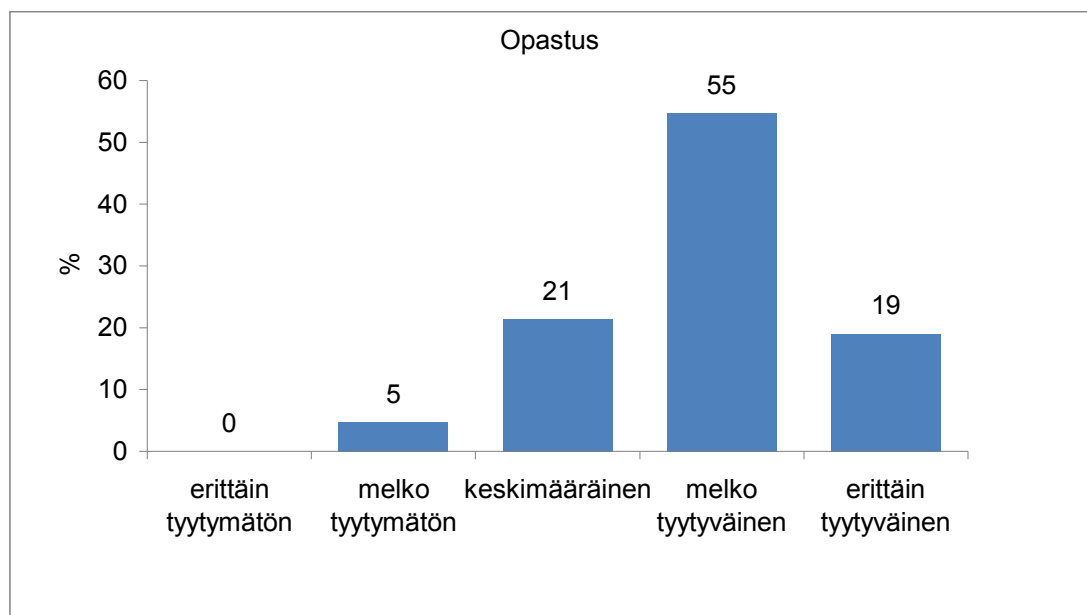


KUVIO 10. Vastaajien tyytyväisyys saniteettitiloihin.

Tutkimukseen vastanneista henkilöistä jopa 40 % (51 kpl) olivat erittäin tyytyväisiä Tampere-talon saniteettitiloihin ja jopa 51 % (66 kpl) olivat melko tyytyväisiä. Kukaan tutkimukseen vastanneista eivät olleet tyytymättömiä ja vain 9 % (12 kpl) pitivät saniteettitiloja keskimääräisinä.

Kuviosta voimme päätellä, että Tampere-talo on onnistunut pitämään saniteettitilat viihtyisinä ja siisteinä, koska 91 % vastaajista oli tyytyväisiä saniteettitiloihin. Tästä Tampere-talo voi kiittää talonsa siistijöitä, jotka pitävät huolta talon siisteydestä. Kuviosta voimme myös päätellä, että saniteettitiloja on tarpeeksi paljon talon sisällä ja ne ovat tarpeeksi suuria, joten liikuntarajoitteisetkin henkilöt pystyvät saniteettitiloja käyttämään.

Tampere-talon on pystyttävä pitämään yllä saniteettitilojen tyytyväisyyden tasoa, jotta myös muut talossa vierailevat asiakkaat ovat asiasta samaa mieltä. Siistijöiden on pidettävä huolta, että saniteettitiloissa on tarpeeksi vessapaperia, käsipyyhepaperia ja käsisaippuaa. Tilojen yleinen siisteys kuuluu myös siistijöiden harteille, joten saniteettitilat pitää tarkastaa päivittäin tasaisin väliajoin.

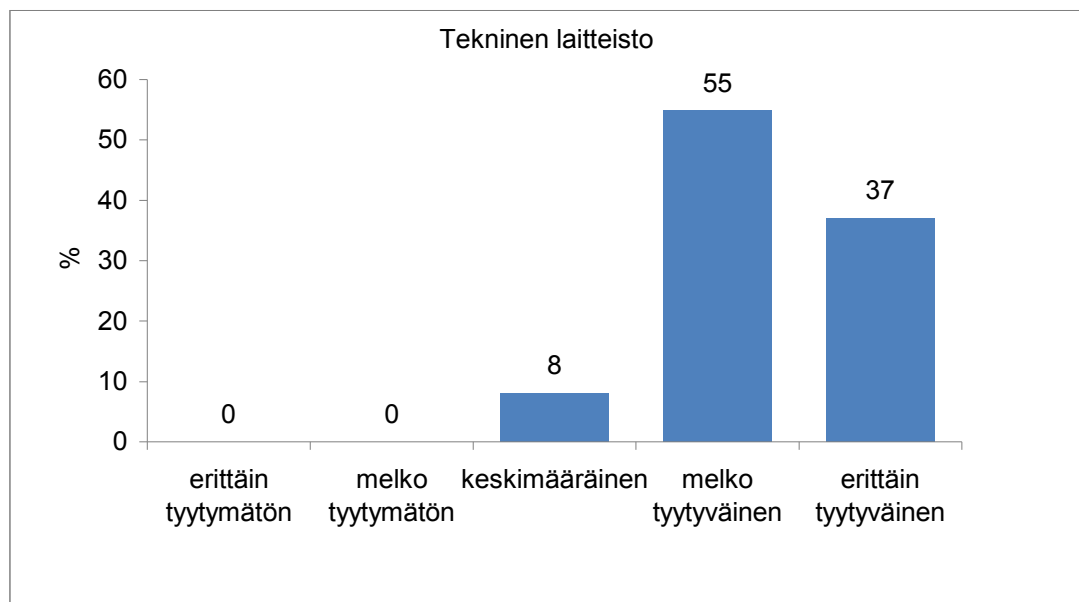


KUVIO 11. Vastaajien tyytyväisyys opastukseen.

Tutkimukseen vastanneista henkilöistä 19 % (24 kpl) olivat erittäin tyytyväisiä Tampere-talon opastukseen ja 55 % (69 kpl) olivat melko tyytyväisiä. 21 % (27 kpl) vastaajista pitivät opastusta keskimääräisenä ja 5 % (6 kpl) melko tyytymättömänä. 74 % vastaajista oli selkeästi tyytyväisiä opastukseen, mutta loput vastaajista olivat eri mieltä, joten Tampere-talon opastuksessa on vielä parantamisen varaa.

Opastuksella tarkoitetaan siis sitä, että löytävätkö Tampere-taloon tulevat asiakkaat esimerkiksi kokoustilat helposti. Kyseessä on kuitenkin suuri 4-kerroksinen rakennus, joten opasteita tarvitaan, jotta asiakkaat löytävät oikean tilan.

Kehittämisehdotuksena voisi sanoa, että pääovien viereen olisi hyvä laittaa samanlainen tilakartta, mikä on Tampere-talon aulassa naisten vessojen vieressä. Näin tilakartta näkyisi heti, kun asiakas saapuu Tampere-taloon. Monet eivät huomaa aulassa olevaa karttaa ja se ei välttämättä ole asiakkaan kulkureitin varrella. Olen sitä mieltä, että tilakarttoja voisi lisätä talon sisälle ja varsinkin pääovien viereen. Onneksi aulassa on Tampere-talon infopiste, josta voi tarvittaessa pyytää neuvoa. Sain muutamalta vanhemmalta kongressiin osallistuneelta henkilöltä suullista palautetta, että tilojen opaskyltit ovat kovin pieniä ja tekstiä on vaikea hahmottaa. Kyseessä on siis tilojen edessä olevat kyltit, jotka ovat katossa kiinni. Opaskylttejä voisi parantaa esimerkiksi vaihtamalla kylttien värit sellaisiksi, jotka näkyisivät kauas. Näin myös hieman iäkkäämmät asiakkaat huomaisivat opasteet paremmin.



KUVIO 12. Vastaajien tyytyväisyys tekniseen laitteistoon.

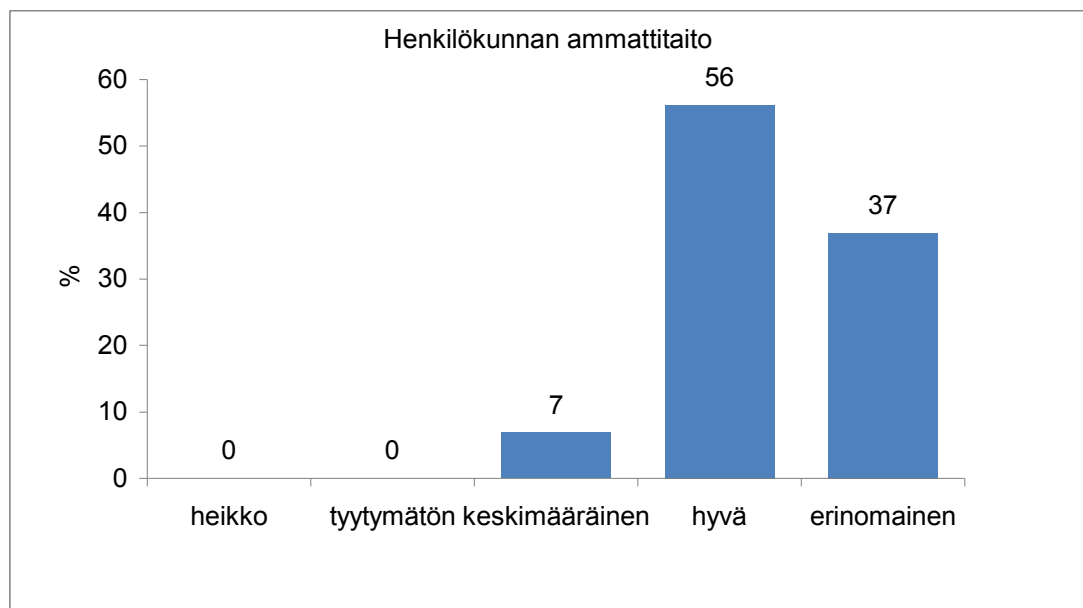
Tutkimukseen vastanneista henkilöistä 92 % olivat tyytyväisiä Tampere-talon tekniseen laitteistoon. Erittäin tyytyväisiä olivat 37 % (46 kpl) ja melko tyytyväisiä

55 % (68 kpl). Tyytymättömyys ei saanut kannatusta ja ainoastaan 8 % (10 kpl) olivat keskimääräisesti tyytyväisiä tekniseen laitteistoon.

Kuten Aarrejärvi (2003) kirjassaan kertoo, kongressikeskusten perustekniikassa on oltava projektorit, fläppitaulut, mikrofonit, piirtoheittimet, videotykit, videonauhurit, monitorit, valkokankaat, tulkkuslaitteet, nykyaikainen kuvansiirtotekniikka sekä hyvä av-tekniikka. Kaikki nämä edellä mainitut laitteet ovat Tampere-talon kokoustiloissa.

Tulevaisuudessa Tampere-talon on pidettävä huolta teknisestä laitteistostaan ja huollettava sitä tasaisin väliajoin, jotta laitteiden kunto säilyy hyvänä. Laitteita on vaihdettava uusiin sitä mukaan kun teknologia kehittyy.

### 7.7.3 Tampere-talon henkilökunta



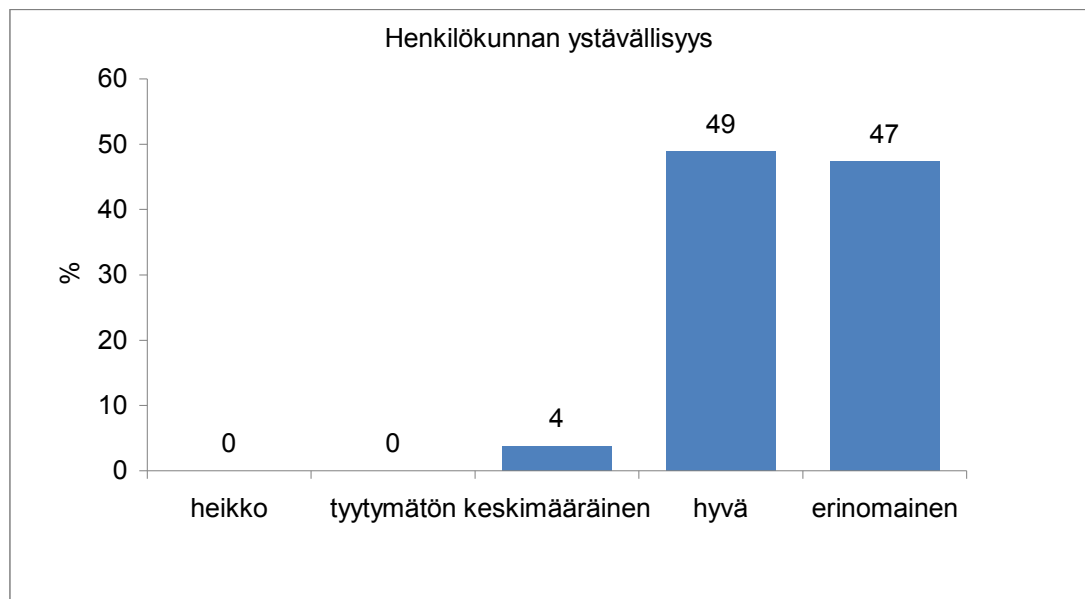
KUVIO 13. Vastaajien tyytyväisyys henkilökunnan ammattitaitoon.

Tutkimukseen vastanneista henkilöistä jopa 93 % olivat tyytyväisiä henkilökunnan ammattitaitoon. 37 % (48 kpl) vastaajista pitivät henkilökunnan ammattitaitoa erinomaisena ja 56 % (73 kpl) hyvänä. Kukaan ei ollut tyytymätön henkilökunnan ammattitaitoon ja vain 7 % (9 kpl) olivat keskimääräisesti tyytyväisiä.

Kuviosta voimme päätellä, että Tampere-talossa työskentelee työntekijöitä, jotka haluavat hoitaa työnsä mahdollisimman hyvin. Henkilökuntaa nähtävästi koulutetaan ja heiltä saa hyvää palvelua. Henkilökunnalla on tarvittavaa ammattitaitoa työnsä hoitoon ja työt hoidetaan reippaasti, iloisesti ja positiivisesti.

Kuten Kannisto ja Kannisto (2008) kirjassaan kertovat, hyvässä asiakaspalvelussa asiakasta kuunnellaan ja hänet asetetaan aina etusijalle. Tampere-talon henkilökunnan olisi erittäin tärkeää muistaa tämä, jotta asiakas olisi tyytyväinen palveluun.

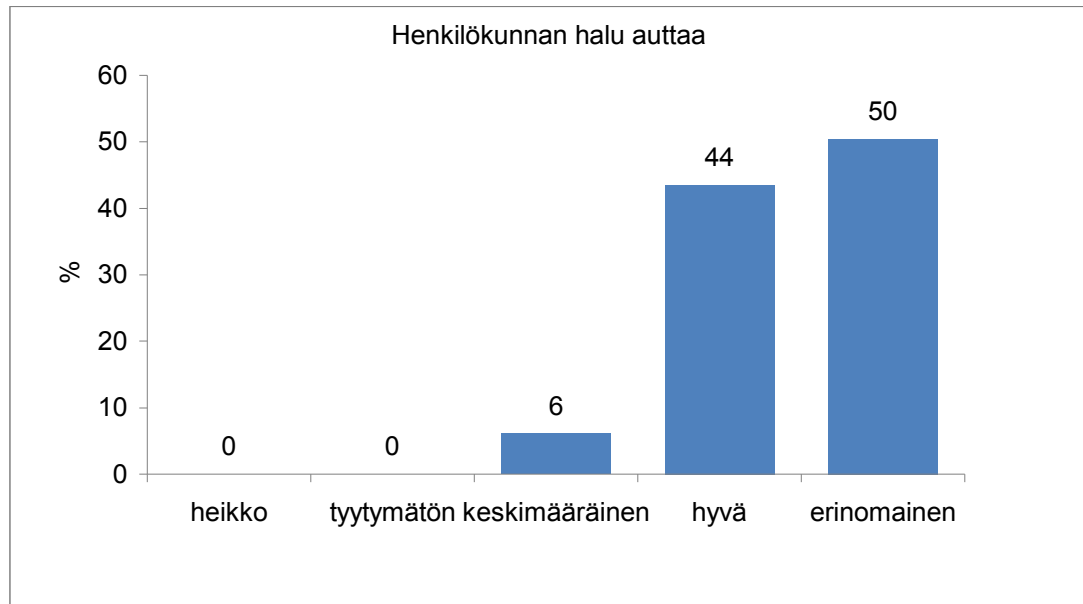
Henkilökunnan ammattitaito on tutkimuksen perusteella hyvää ja se olisi pidettävä hyvän tasolla, miksei se voisi myös nousta kokonaan erinomaisen puolelle, mutta huonommaksi se ei saa mennä. Tampere-talon on pidettävä henkilökunnan ammattitaitoa yllä tarjoamalla heille esimerkiksi koulutuksia, palavereja ja kahdenkeskisiä kehityskeskusteluja.



KUVIO 14. Vastaajien tyytyväisyys henkilökunnan ystävällisyyteen.

Tutkimukseen osallistuneista henkilöistä 47 % (62 kpl) pitivät henkilökunnan ystävällisyyttä erinomaisena ja 49 % (64 kpl) hyvänä. Vain 4 % (5 kpl) pitivät ystävällisyyttä keskimääräisenä. Jopa 96 % vastaajista piti henkilökunnan ystävällisyyttä hyvänä ja jopa parempana.

Kuviosta voimme päätellä, että Tampere-talo on kouluttanut henkilökuntansa käyttäytymään ystävällisesti asiakkaita kohtaan. Tätä tasoa on pidettävä tulevaisuudessa yllä, sillä henkilökunta edustaa Tampere-taloa yrityksenä asiakkaille. Henkilökunnan on kohdeltava asiakkaita ystävällisesti, sillä asiakas näkee Tampere-talon sellaisena miten henkilökunta heitä kohtelee.

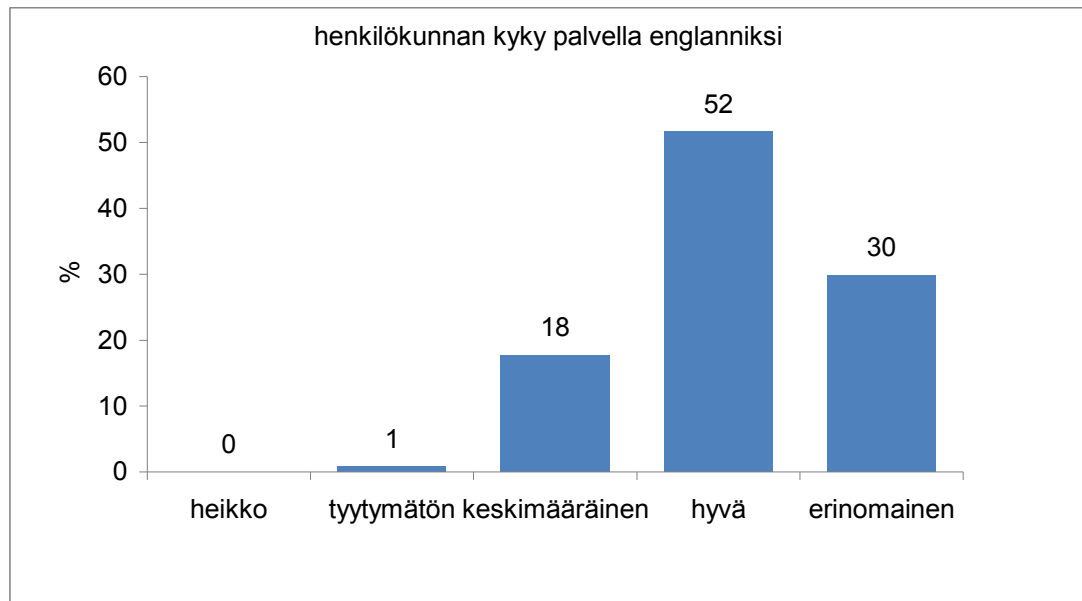


KUVIO 15. Vastaajien tyytyväisyys henkilökunnan haluun auttaa.

Tutkimukseen osallistuneista henkilöistä 50 % (66 kpl) pitivät henkilökunnan halua auttaa erinomaisen tasolla ja 44 % (57 kpl) hyvän tasolla. Eli yhteensä 94 % olivat tyytyväisiä henkilökunnan haluun auttaa. Ainoastaan 6 % (8 kpl) olivat keskimääräisesti tyytyväisiä.

Kuviosta voimme päätellä, että Tampere-talon henkilökunta on halukkaita auttamaan asiakkaitaan. Heiltä voi kysyä neuvoa ja he mielellään vastaavat asiakkaiden mieltä askarruttaviin kysymyksiin. Jos henkilökunnasta joku ei tiedä vastausta, he ottavat selvää kysymältä joltain toiselta kollegaltaan.

Kehittämisehdotuksena voisi sanoa, että henkilökunta voisi olla vieläkin innostuneempi auttamaan asiakkaita. Henkilökunnan pitäisi muistaa, että kukaan ei ole täydellinen ja aina kehitettävää löytyy.

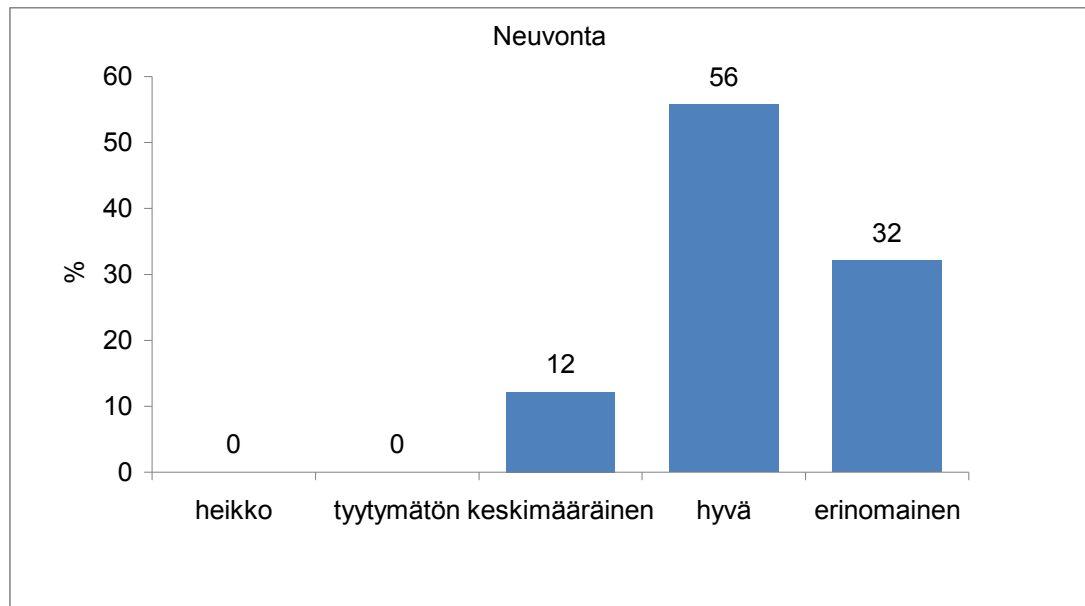


KUVIO 16. Vastaajien tyytyväisyys henkilökunnan kykyyn palvella englanniksi.

Koska kyseessä oli kansainvälinen kongressi, oli vastaajilta kysyttävä kuinka hyvin henkilökunta osaa palvella heitä englanniksi. Vastaajista 30 % (37 kpl) olivat sitä mieltä, että henkilökunta osaa palvella englanniksi erinomaisesti ja 52 % (64 kpl) oli sitä mieltä, että hyvin. 18 % (22 kpl) vastaajista olivat keskimääräisesti tyytyväisiä henkilökunnan kykyyn palvella englanniksi. Vain yksi henkilö oli tyytymätön henkilökunnan kykyyn palvella englanniksi. Aika yllättävää on, että tämä yksi tyytymätön henkilö oli suomalainen eikä esimerkiksi Isobritannialainen. Halusiko hän vain leikkimielisesti vastata kysymykseen näin vai oliko hänellä kokemusta henkilökunnan englanninkielen taidoista.

Kuviosta voimme päätellä, että Tampere-talon henkilökunnalla on hyvät englanninkielen taidot ja he pystyvät kansainvälisiä vieraita auttamaan ja neuvomaan. Tutkimukseen osallistujat olivat suurimmaksi osaksi tyytyväisiä henkilökunnan englanninkielen taitoihin.

Kielitaitoa voi jokainen aina parantaa, mutta mielestäni Tampere-talon henkilökunnan ei tarvitse tätä tehdä. Tietysti työnantaja voi antaa työntekijöilleen ammattisanaston opettelemista, jotta henkilökunta voi kehittää kielitaitojaan.



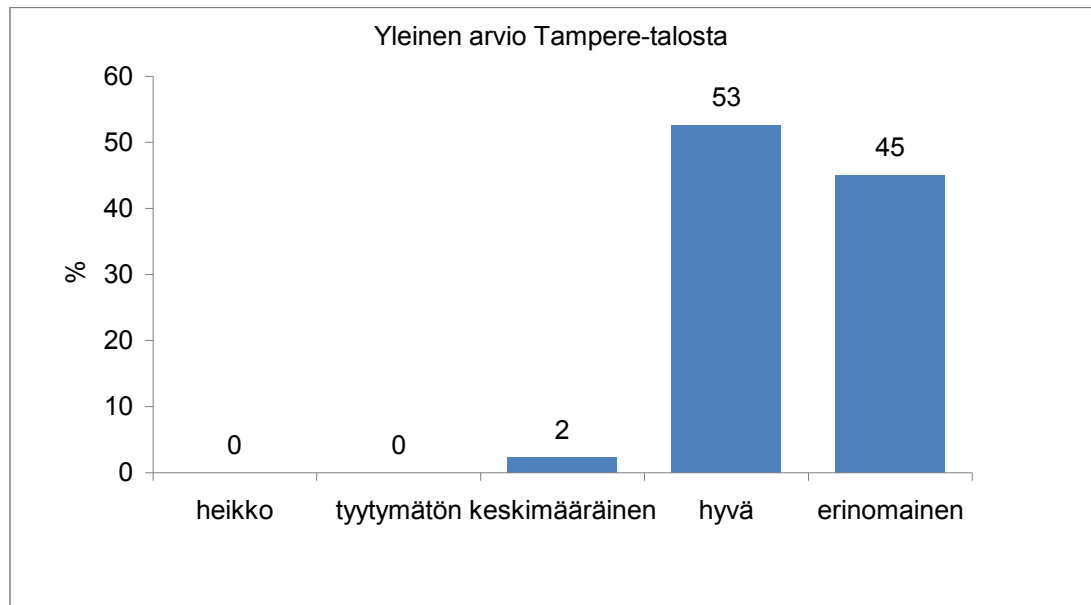
KUVIO 17. Vastaajien tyytyväisyys henkilökunnan neuvontaan.

Tutkimukseen osallistuneista henkilöistä 32 % (42 kpl) pitivät henkilökunnan antamia neuvoja erinomaisen tasolla ja 56 % (73 kpl) hyvän tasolla. 12 % (16 kpl) olivat keskimääräisesti tyytyväisiä neuvontaan. Kukaan vastaajista ei ollut tyytymättömiä neuvontaan.

Kuviosta voimme päätellä, että henkilökunta osaa antaa neuvoja asiakkaille. He osaavat esimerkiksi neuvoa missä sijaitsee Tampere-talon eri tilat, lähin pankkiautomaatti, kuinka saa tilattua taksin, lähimmät hotellit ja kauppakeskukset. Jolleivät he osaa selittää, apuna voi käyttää Tampereen keskustan karttaa tai kysyä neuvoa toiselta työntekijältä.

Ainoa kehittämissuositukseni on, että Tampere-talon henkilökunta voisi palaverissaan jakaa toistensa tietoja missä mikäkin kohde sijaitsee. Joku saattaa tietää paremmin kuin toinen ja näin kaikille työntekijöille tulisi varmuus osata neuvoa asiakas oikeaan paikkaan.

#### 7.7.4 Tampere-talon miljöö



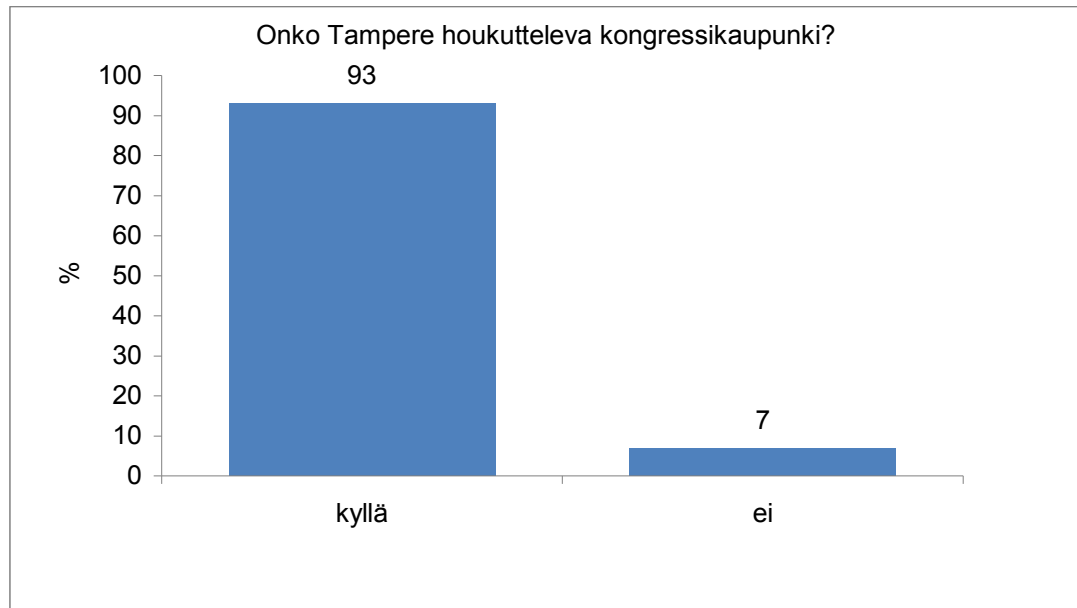
KUVIO 18. Tampere-talon yleinen arvio.

Yleisellä arviolla tarkoitetaan mitä mieltä asiakkaat olivat Tampere-talosta kokonaisuutena. Tähän kokonaisuuteen kuuluu kaikki mitä Tampere-talossa on eli sijainti, ulkonäkö, tilat, ravintolapalvelut, tekniikka ja henkilökunnan palvelutaidot. 45 % (59 kpl) vastaajista antoi Tampere-talolle arvosanaksi erinomaisen ja 53 % (69 kpl) hyvän. Vain 2 % (3 kpl) antoi keskimääräisen arvosanan.

Kuviosta voimme päätellä, että Tampere-talo on onnistunut pitämään imagoonsa hyvällä tasolla. 98 % vastaajista antoi Tampere-talolle hyvän arvosanan. Tampere-talon on pidettävä tätä positiivista imagoa yllä samanlailla kuin ennenkin.

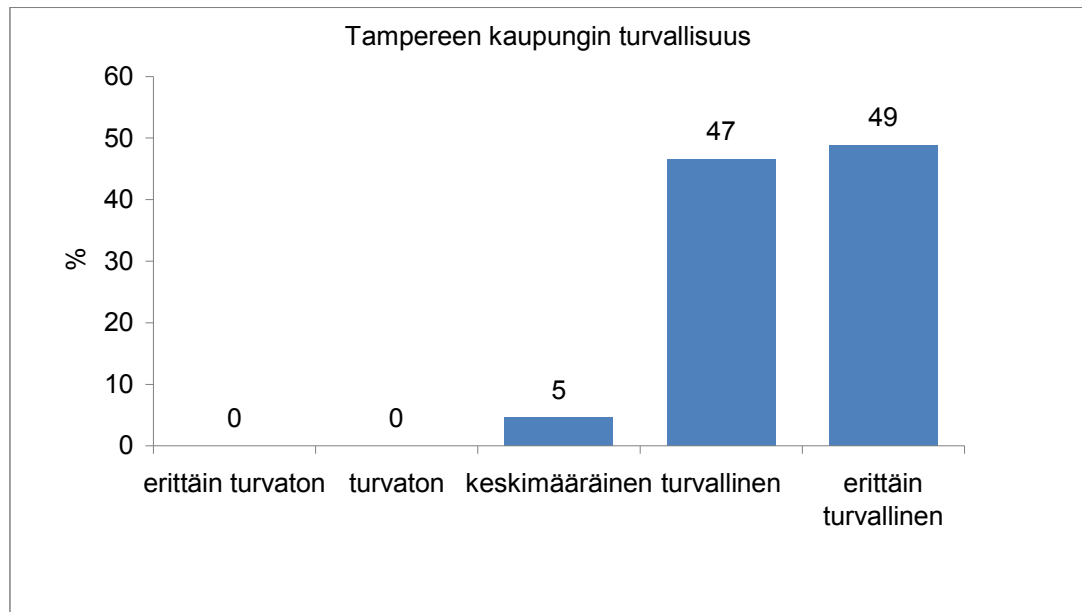
Lahtinen ja Isoviita (1998) kertovat kirjassaan, että joillakin toimialoilla palveluympäristö on tärkeä menestystekijä. Palveluympäristöstä tehdään värien, kalusteiden, valojen ja somistuksen avulla mahdollisimman viihtyisä ja toimiva. Tampere-talo on onnistunut tekemään yrityksen ympäristöstä viihtyisän, joka miellyttää katsojan silmiä.

### 7.7.5 Arvio Tampereen kaupungista



KUVIO 19. Tampereen kongressikaupungin houkuttelevuus.

Tutkimuksessa haluttiin saada tietää pitävätkö vastaajat Tamperetta houkuttelevana kongressikaupunkina. 93 % (122 kpl) olivat sitä mieltä, että Tampereella voisi tulevaisuudessakin järjestää kongresseja ja vain 7 % (9 kpl) olivat toista mieltä. Henkilöt, jotka vastasivat kysymykseen ei, perustelivat vastauksensa avoimen kysymyksen muodossa. Analysoin avoimet vastaukset myöhemmin.



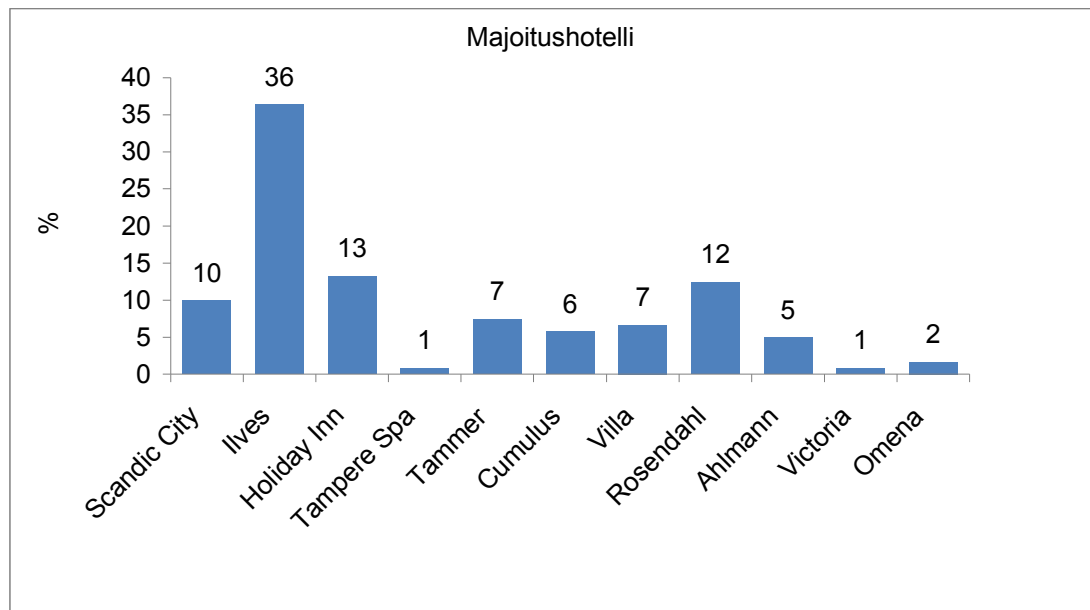
KUVIO 20. Tampereen kaupungin turvallisuus.

Tutkimukseen osallistuneista vastaajista 49 % (64 kpl) pitivät Tamperetta erittäin turvallisena kaupunkina liikkua ja 47 % (61 kpl) turvallisena. Vain 5 % (6 kpl) olivat sitä mieltä, että Tampere on keskimääräisesti turvallinen kaupunki. Keskimääräisesti vastanneet henkilöt olivat Suomesta, Ruotsista, Norjasta, Iso-Britanniasta ja Italiasta.

Kuten Rautiainen ja Siiskonen (2003) kirjassaan kertovat, kansainväliset kokousvieraat pitävät Suomea turvallisena kokousmaana ja he myös kokevat suomalaiset vieraanvaraisina ja ystävällisinä. He myös kertovat, että Suomi on turvallinen kokousmaa myös siksi, koska Suomessa ei ole ollut terrorismia tai muuta rauhattomuutta.

Kuviosta voimme päätellä, että niin kotimaiset kuin kansainvälisetkin vieraat pitävät Tampereen kaupunkia turvallisena. Tampereen kaupungilla voi liikkua ilman varkauden uhriksi joutumista. Kaupungilla liikkuu päivässä tuhansia ihmisiä, joten on aika epätodennäköistä, että kukaan esimerkiksi hyökkäisi kenenkään kimppuun. Tampereella toimii kaupungin omat poliisivoimat ja jopa Suomen ainoa poliisiammattikorkeakoulu, joten he saapuvat varmasti nopeasti paikalle jos jotain sattuu. Tampereen kaupungin pitäisi pitää tätä hyvää turvallisuutta yllä.

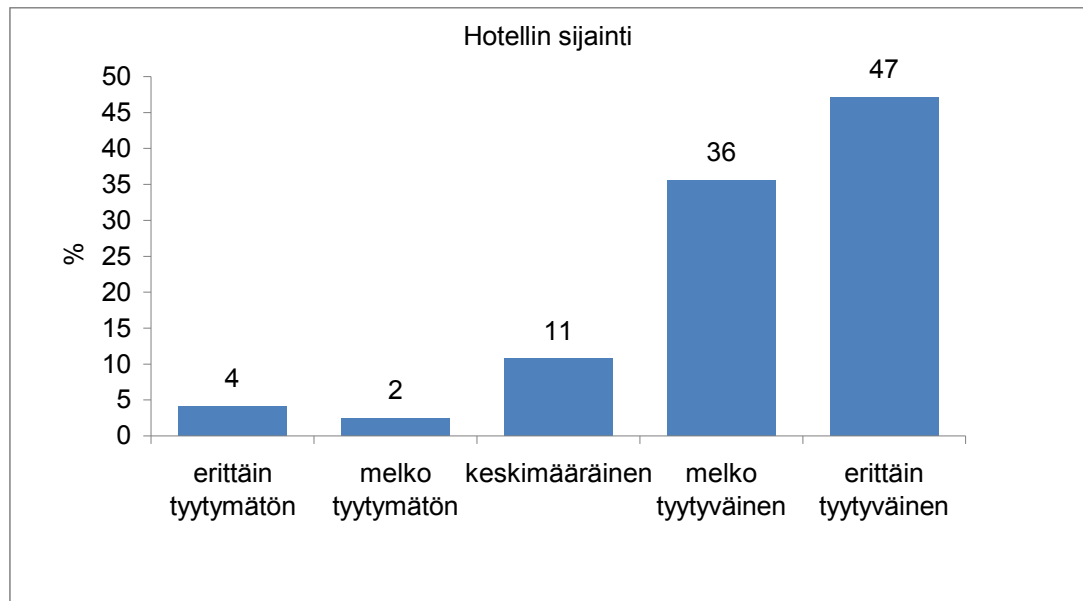
### 7.7.6 Arvio hotelleista



KUVIO 21. Vastaajien majoitushotelli.

Tutkimukseen osallistuneet henkilöt majoittuivat 11 eri hotellissa ja muutamat suomalaiset majoittuivat kotona tai sukulaisilla. Scandic Tampere Cityssä majoittuivat 10 % (12 kpl) vastaajista. Kolmasosa vastaajista 36 % (44 kpl) majoittuivat Sokos Hotel Ilveksessä. Holiday Inn hotelli sijaitsee aivan Tampere-talon vieressä ja siellä yöpyi 13 % (16 kpl) vastaajista. Holiday Club Tampereen kylpylässä yöpyi 1 % (1 kpl) vastaajista. 7 % (9 kpl) vastaajista majoittuivat Sokos Hotel Tammerissa. Cumulusissa yöpyi 6 % (7 kpl) vastaajista, mutta epäselväksi jäi yöpyivätkö he Cumulus Koskikadulla, Hämeenpuistossa vai Pinjassa. 7 % (8 kpl) vastaajista majoittuivat Sokos Hotel Villassa. Scandic Rosendahllissa yöpyi 12 % (15 kpl) vastaajista. 5 % (6 kpl) vastaajista majoittuivat Ahlmanin ammattiopistolla. Hotelli Victoriassa yöpyi 1 % (1 kpl) vastaajista ja Omena hotellissa 2 % (2 kpl).

Aarrejärvi (2003) kertoo kirjassaan, että hotellien valinnassa on syytä selvittää savuttomien ja allergiahuoneiden saatavuus sekä liikuntarajoitteisille sopivat huoneet. Melkein jokaisessa Tampereen hotellissa asiakas voi valita näistä edellä mainituista vaihtoehdoista haluamansa huoneen.



KUVIO 22. Vastaajien tyytyväisyys majoitushotellin sijaintiin.

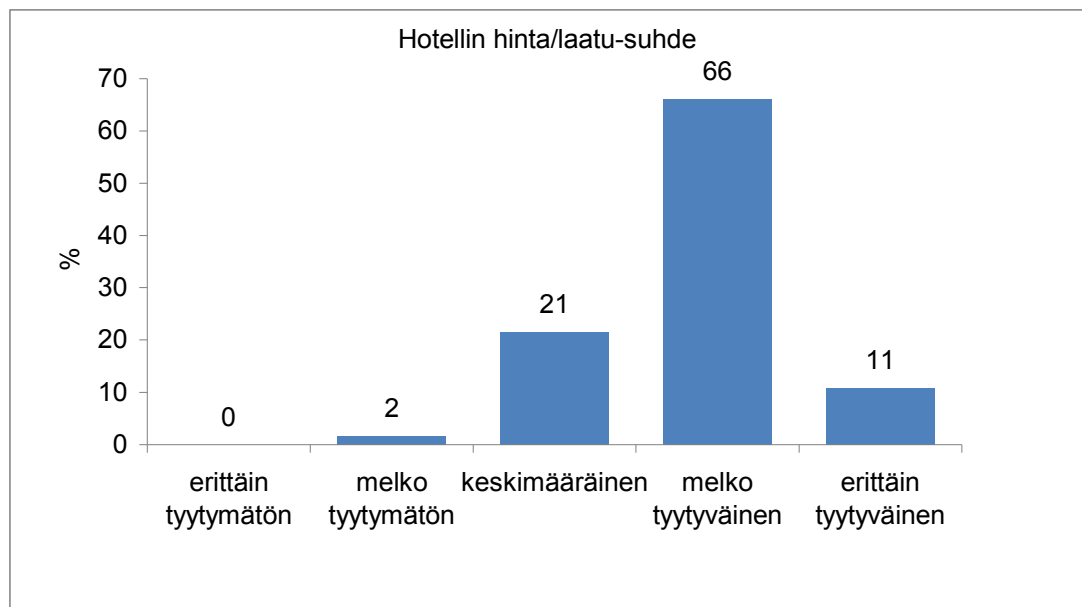
Tutkimukseen vastanneiden majoitushotellin sijainnissa oli paljon hajontaa. 47 % (57 kpl) vastaajista olivat erittäin tyytyväisiä sijaintiin ja 36 % (43 kpl) olivat melko tyytyväisiä. 11 % (13 kpl) vastaajista olivat keskimääräisesti tyytyväisiä. 6 % (8 kpl) vastaajista olivat tyytymättömiä hotellinsa sijaintiin.

Keskimääräisesti majoitushotellinsa sijaintiin tyytyväisiä olivat vastaajat, jotka yöpyivät Scandic Rosendahllissa, Holiday Inn hotellissa, Cumuluksessa, Ahlmanin ammattiopistolla sekä Sokos hotel Ilveksessä.

Majoitushotellinsa sijaintiin tyytymättömät majoittuivat Scandic Rosendahllissa ja Ahlmanin ammattiopistolla. Tämä johtuu varmasti siitä, että Scandic Rosendahl hotelli sijaitsee Tampereella Pyyrikintiellä, jota ei voi kutsua Tampereen keskustaksi ja se myös sijaitsee hieman kauempana Tampere-talosta. Ahlmanin ammattiopisto sijaitsee Hallilantiellä Tampereella ja se ei ole Tampereen keskustaa vaan sijaitsee lyhyen automatkan päästä Tampereesta. Ehkä vastaajat olivat toivoneet hotellinsa sijaitsevan lähellä Tampere-taloa ja Tampereen keskustaa, jotta he olisivat voineet kävellä haluamiinsa paikkoihin eikä käyttää julkisia liikennevälineitä tai taksia.

Koska Tampere-talo ei järjestä asiakkailleen kuljetuksia majoituspaikkoihin, mielestäni heidän pitäisi valita asiakkailleen majoitushotelliksi sellainen hotelli, joka sijaitsee Tampereen keskustassa. Näin ollen asiakkaan on helppo saapua

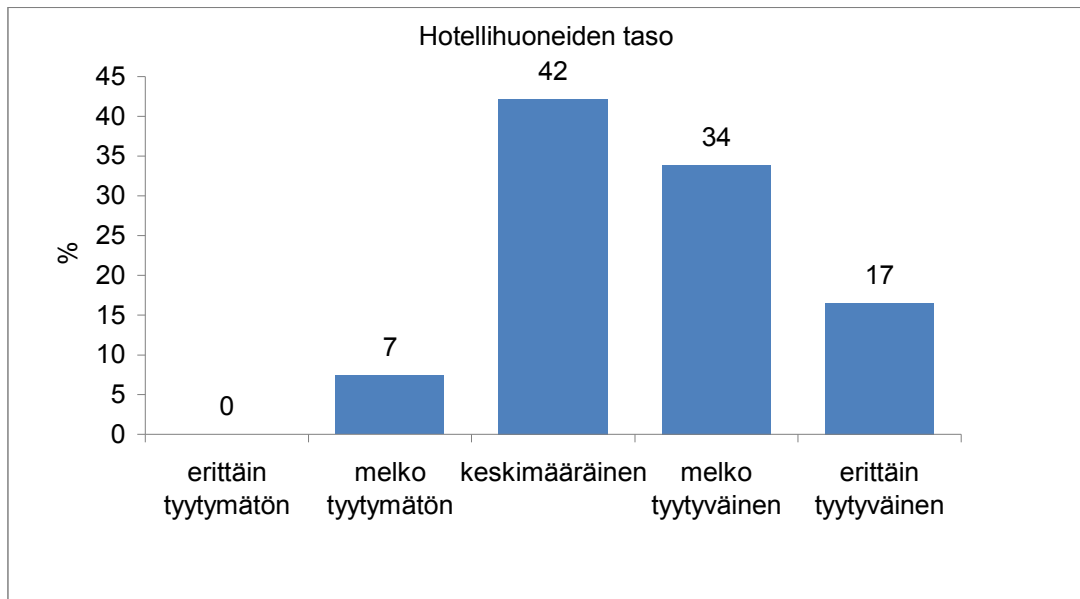
Tampere-taloon, eikä hänelle tule liikaa kustannuksia käyttämällä omakustanteisia liikennevälineitä.



KUVIO 23. Vastaajien tyytyväisyys majoitushotellin hinta/laatu-suhteeseen.

Tutkimukseen osallistuneista henkilöistä 11 % (13 kpl) olivat erittäin tyytyväisiä majoitushotellinsa hinta/laatu-suhteeseen ja jopa 66 % (80 kpl) olivat melko tyytyväisiä. 21 % (26 kpl) vastaajista olivat keskimääräisesti tyytyväisiä ja ainoastaan 2 % (2 kpl) olivat tyytymättömiä hotellinsa hinta/laatu-suhteeseen. Vastaajat, jotka tyytymättömiä hotellinsa hinta/laatu-suhteeseen majoittuivat Cumuluksessa ja Holiday Inn hotellissa. On hienoa huomata, että vastaajat, jotka olivat tyytymättömiä hotellinsa sijaintiin, pitävät kuitenkin hotellin hinta/laatu-suhdetta hyvänä.

Kuviosta voimme päätellä, että Tampereen hotellit ovat hinta/laatu-suhteiltaan onnistuneita. Tulevaisuudessa hotellit voisivat remontoida hotellihuoneitaan ja pitää yrityksen siisteyttä yllä. Toivottavasti hotellit eivät nosta hintojaan ennen kuin ovat nostaneet hotellinsa laatua.

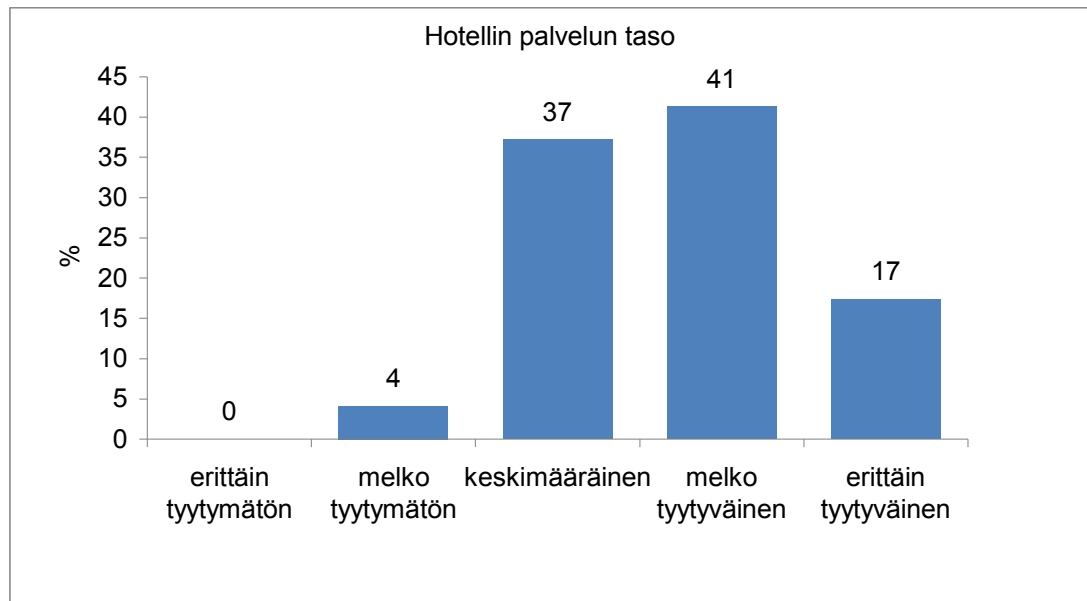


KUVIO 24. Vastaajien tyytyväisyys majoitushotellihuoneiden tasoon.

Tutkimukseen vastanneista henkilöistä 17 % (20 kpl) olivat erittäin tyytyväisiä hotellihuoneensa tasoon ja 34 % (41 kpl) olivat melko tyytyväisiä. Noin puolet vastaajista, 49 % (60 kpl), pitivät hotellihuonettaan keskimääräisenä tai huonompana.

Kuviosta voimme päätellä, että Tampereen hotelleilla on paljon parantamisen varaa huoneissaan. Muutamit vastaajat vastasivat lomakkeen avoimiin kysymyksiin, että hotellihuoneet olivat aivan liian pieniä jopa yhdelle ja myös kahdelle henkilölle. Uskon, että hotellihuoneista löytyvät kaikki tarvittava välineistö, mutta huoneiden koko vaikuttaa suurelta osin huoneen tyytyväisyyteen.

Koska huoneiden kokoon ei voi enää tässä vaiheessa vaikuttaa, on hotellin pidettävä huoli huoneiden viihtyvyydestä. Hotellin työntekijöillä, varsinkin siistijöillä, on suuri rooli tässä. Heidän täytyy hoitaa hotellihuone siihen kuntoon, jotta asiakkaalla on mukava majoittua hotellissa.



KUVIO 25. Vastaajien tyytyväisyys hotellin palvelun tasoon.

Tutkimukseen vastanneista henkilöistä 17 % (21 kpl) olivat erittäin tyytyväisiä majoitushotellinsa palvelun tasoon ja 41 % (50 kpl) olivat melko tyytyväisiä. Jopa 41 % (50 kpl) vastaajista pitivät hotellin palvelun tasoa keskimääräisenä tai melko tyytymättömänä.

Kuviosta voimme päätellä, että hotellin henkilökunnan palvelun tasossa on parantamista. Hienoa on kuitenkin huomata, että vastaajat olivat tyytyväisiä Tampere-talon henkilökunnan palveluun ja Tampere-talo ei voi vaikuttaa hotellien henkilökuntaan.

#### 7.7.7 Kyselylomakkeen avoimien vastausten analysointi

Kyselylomakkeessa oli kolme erilaista avointa kysymystä, johon vastaajat saivat omin sanoin kertoa mielipiteensä. Tiedossa oli jo etukäteen, etteivät monet vastaa avoimiin kysymyksiin, koska se vie aikaa ja henkilölle ei ehkä heti tule vastausta mieleen. Avoimien kysymysten vastaukset ovat liitteessä 2. Jouduin hylkäämään muutaman vastauksen käsialojen vuoksi.

Kyselylomakkeen kahdeksannessa kysymyksessä haluttiin saada vastaajilta ehdotuksia siitä, miten Tampere-talo voi parantaa palvelujaan. 12 henkilöä olivat vastanneet tähän kysymykseen ja ehdottaneet muun muassa seuraavaa.

Tampere-talon opasteita voisi lisätä ja parantaa, koska esimerkiksi kokoussaleja on vaikea löytää ilman karttaa. Karttoja voisi lisätä yrityksen tiloihin ja asettaa selkeämmät opasteet eri tilojen eteen. Onneksi Tampere-talossa on informaatiopiste, josta voi kysyä apua, jollei löydä etsimäänsä tilaa. Vastaajat olivat myös pyytäneet enemmän istuimia Tampere-talon käytäville. Tämä johtuu siitä, että kongressiin osallistui yhteensä 1100 henkilöä, joten kaikille ei valitettavasti istuimia ollut. Tampere-talo voisi tulevaisuudessa hoitaa yrityksen käytäville enemmän istuimia silloin, kun kyseessä on suuri tapahtuma. Monet Lions Europa Forum 2009 kongressiin osallistujat olivat keski-ikäisiä ylittäneitä henkilöitä, joten ymmärrettävää on, että he tarvitsevat istuimia esimerkiksi heikkojen jalkojen vuoksi. Muutama vastaaja oli pettynyt Tampere-talon ravintolapalveluihin. Vastaajat ehdottivat laajempia kahvilapalveluita ja mainitsivat, että lounaat olivat surkeita. Kaikilla ihmisillä on omat mieltymyksensä ruuan suhteen, joten en usko, että Tampere-talon tarvitsee muuttaa lounaitaan muutaman huonon palautteen vuoksi.

Kyselylomakkeen kymmenennessä kysymyksessä haluttiin saada vastaajilta tietoa siitä, miksi Tampereen kaupunki ei ole houkutteleva kongressikaupunki. Vastaajat olivat jokainen samoilla linjoilla toistensa kanssa ja he osasivat hyvin perustella, miksei Tampere ole hyvä kongressikaupunki. Päällimmäisenä syynä esiin tuli huonot liikenneyhteydet. Tampere-Pirkkala lentokentälle ei ole monia suoria lentoyhteyksiä ja suurin osa ulkomaan lennoista saapuu Helsinkiin. Helsinki on vajaa 200 kilometrin päässä Tampereesta, joten matkailija joutuu hankkimaan kulkuvälineen. Matkailija joutuu joko hankkimaan jatkolentoyhteyden, junan, linja-auton tai kyydin päästäkseen Tampereelle. Yksi vastaaja oli valittanut kielimuurista, mutta mielestäni suurin osa suomalaisista puhuu englannin kieltä ymmärrettävästi, joten en usko kielimuurin liittyvän kongressikaupungin ominaisuuksiin. Ehkä tulevaisuudessa Tampere nousee vielä vetovoimaisemmaksi kongressikaupungiksi, kun Tampere-Pirkkala lentokentän lentoyhteydet paranevat. Tampere tarvitsee myös enemmän nähtävyyksiä, kuten yksi vastaaja oli maininnut.

Kyselylomakkeen viimeisessä kysymyksessä haluttiin saada vastaajia lähettämään terveisiä Tampere-talolle yleisesti sekä Tampere-talon henkilökunnalle. Monet halusivat lähettää kiitoksensa Tampere-talolle, joka oli

onnistunut kongressin järjestämisessä. Henkilökuntaa ja Tampere-talon tiloja keuhuttiin todella paljon. Henkilökunnan ystävällisyyttä kehuivat monet ja itse Tampere-taloa keuhuttiin yhdeksi Suomen ja Skandinavian parhaimmista kokouskeskuksista. Tampere-talo on kehunsa enemmän kuin ansainnut, kuten Lions Europa Forum 2009 kyselytutkimuksesta käy ilmi.

## 8. LOPUKSI

Opinnäytetyön tekeminen Tampere-talon asiakastytyväisyydestä oli aikaa vievää, haastavaa, mutta samalla todella mielekästä. Opin tutkimuksen kautta uusia asioita kongressin järjestämisestä ja Tampere-talosta yleisesti.

Tutkimukseen osallistui yhteensä 131 henkilöä jopa 22 eri maasta. Vastaajat olivat suurimmaksi osaksi tyytyväisiä Tampere-talon palveluihin. Ainoastaan kysymys ravintolapalveluiden tyytyväisyydestä sai huonoja vastauksia sekä muutamat vastaajat eivät olleet tyytyväisiä majoitushotelliinsa.

Tutkimustulosten pohjalta voin todeta, että Tampere-talossa vierailleet tutkimukseen osallistujat olivat tyytyväisiä Tampereen kaupunkiin sekä Tampere-taloon ja sen palveluihin. Tampere-talolla on hyvä maine, joten tämä arvo on kiinnipitämisen arvoinen myös tulevaisuudessa.

Toivon, että työstäni on apua Tampere-talon palvelujen kehittämisessä. Tampere-talon asiakastytyväisyyden tason kehittymistä on hyvä seurata myös jatkossa. Uusia tutkimuksia on hyvä järjestää tasaisin väliajoin.

Tulevaisuudessa samantyyllisen asiakastytyväisyystutkimuksen voisi järjestää Tampere-talossa esimerkiksi kaukomailta tuleville vieraille. Heillä saattavat olla täysin erilaiset mielipiteet kuin eurooppalaisilla henkilöillä. Tutkimuksessa voisi kysyä sanoja asioita kuin tässä, mutta lisäksi voisi kysyä ihmisiltä mielipiteitä Tampere-talon imagosta, rakennuksen ulkonäöstä, sisustuksesta, kuljetustarpeista jne.

Opinnäytetyöni voisi kiteyttää erään Lions Europa Forum 2009 kongressiin osallistujan sanoihin; Tampere-talo on yksi Suomen ja Skandinavian parhaimmista kokouskeskuksista.

## 9. LÄHTEET

- Aarrejärvi, L. 2003. Kokoukset ja kongressit, järjestäjän käsikirja. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Albanese, P., Boedeker, M. 2003. Matkailumarkkinointi. Toinen painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Arantola, H. 2006. Customer insight, Uusi väline liiketoiminnan kehittämiseen. Juva: WS Bookwell Oy.
- Cultural and Congress Venues in Finland –esite.
- Finavia. 2009. Tampere-Pirkkalan lentoasema. Luettu 5.12.2009. [http://www.finavia.fi/lentoasemat/lentoasema\\_tampere-pirkkala?pg=1091731](http://www.finavia.fi/lentoasemat/lentoasema_tampere-pirkkala?pg=1091731).
- Finland – a Small but Great Country –esite.
- GoTampere Oy. 2009. Matkailutoimisto. Luettu 11.10.2009. <http://www.gotampere.fi/kokouksetjakongressit>.
- Grönroos, C. 2000. Nyt kilpaillaan palveluilla. Viides painos. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Heikkilä, T. 2005. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Heikura, P. Tampere-talon ekotekoja lehti. 1999. Kolmas uudistettu painos. Oriveden kirjapaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. 2005. Tutki ja kirjoita. 11. painos. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Jokinen, K. Tampere-talon sanomia 1/2009 – Tampere-talon asiakaslehti.
- Jokinen, K. Tampere-talo Osakeyhtiö, toimintakertomus 2008.
- Kannisto, P., Kannisto, S. 2008. Asiakaspalvelu, tiedettä, taikuutta vai talonpoikaisjärkeä?. Ensimmäinen painos. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Kautia, L., Seppälä, R. 1983. Tampere keväästä kevääseen. Keuruu: Kustannusosakeyhtiö Otava.
- Keurulainen-Roggo, R. Helsingin Sanomat. 28.2.1999.E1.
- Lahtinen, J. Isoviita, A. 1998. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Ensimmäinen painos. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Lumio, T. Projektipäällikkö Tampere-talo. 2009. Haastattelu 24.11.2009. Haastattelija Anne Mäkinen.
- Mansikka, M., Valkonen, K. 2004. Matkalla Suomessa. Valitut palat – Reader's Digest Ab. Italy: Officine Grafiche DeAgostini.
- Mäkinen, V. 1984. Suomi Finland etelästä pohjoiseen. Porvoo: WSOY.
- Neuvonen, V. 2006. Löytöretkiä Suomen luontoon. Porvoo: WS Bookwell Oy.

- Niemi, A. 2007. Turisti – suomen matkailuopas 2007-2008. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Rautiainen, M., Siiskonen, M. 2003. Kokous- ja kongressipalvelut. Kolmas painos. Vantaa: Restamark.
- Rissanen, T. 2005. Hyvä palvelu. Vaasa: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti Polestar Ltd.
- Rissanen, T. 2005. Hyvällä palvelulla kannattavuutta ja kilpailukykyä. Yrittäjän käsikirja 2005. Vaasa: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti Polestar Ltd.
- Sininen suora, Tampere-talo- esite.
- Suomi Johtoon 2010, tietopaketti suomalaisille leijonille- esite.
- Tampere-talo esite.
- Tampere-talo esite 2.
- Tampere-talo esite 3.
- Tampere-talo esite. Palvelutietoa.
- Tampere-talo Osakeyhtiö. 2009. Luettu 20.09.2009.  
<http://tampere-talo.fi/tilat-ja-tekniikka/tilat/kokoustilat/>.
- Tampere-talo Osakeyhtiö. 2009. Luettu 06.10.2009.  
<http://www.tampere-talo.fi/ravintolapalvelut/ravintolat/#soolo>.
- Tampere 2009, Connecting Generations- esite.
- Uusia ulottuvuuksia elämääsi lionstoiminnasta- esite. Painokurki 2008.
- Vuoristo, K., Vesterinen, N. 2001. Lumen ja Suomen maa. Ensimmäinen painos. Porvoo: Werner Söderström Oy.
- Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas?. Toinen uudistettu painos. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

## 10. LIITTEET

Liite 1 Kyselylomake

Liite 2 Avoimet vastaukset

**DEAR LIONS EUROPA FORUM- PARTICIPANT!**

I am a student of tourism studying in Pirkanmaa University of Applied Sciences. I'm writing my thesis on the topic of international congress guest's customer satisfaction with the services of Tampere Hall and Tampere. The purpose of this survey is to receive reliable information, in order to develop the facilities of Tampere Hall. Please return this form on the box in Tampere Hall's entrance hall. In return for your effort you will receive a sample of finest Finnish chocolate!

## 1. Gender

Male       Female

## 2. Age

20-29 years       30-39 years       40-49 years  
 50-59 years       60 years or more

## 3. Home country

---

## 4. Have you been to Finland before?

Yes       No      If you answered yes, how many times? \_\_\_\_\_

## 5. Have you been to Tampere before?

Yes       No      If you answered yes, how many times? \_\_\_\_\_

## 6. Evaluate your satisfaction with Tampere Hall.

Ring the best alternative of these:

5 = extremely satisfied      4 = quite satisfied      3 = average  
 2 = quite unsatisfied      1 = extremely unsatisfied

|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| meeting rooms         | 5 4 3 2 1 |
| restaurant facilities | 5 4 3 2 1 |
| washrooms             | 5 4 3 2 1 |
| guidance              | 5 4 3 2 1 |
| technical equipment   | 5 4 3 2 1 |

7. Estimate your satisfaction with the personnel of Tampere Hall.  
Ring the best alternative of these:

5 = excellent    4 = good    3 = average    2 = unsatisfied    1 = poor

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| professional skills         | 5 4 3 2 1 |
| friendliness                | 5 4 3 2 1 |
| willingness to help         | 5 4 3 2 1 |
| ability to serve in English | 5 4 3 2 1 |
| counselling/advice          | 5 4 3 2 1 |

8. Do you have any suggestions how Tampere Hall can improve its facilities and/or services?

---



---



---

9. General estimate of Tampere Hall:

excellent     good     average     unsatisfied     poor

10. Would you consider Tampere an attractive host city for international congresses?

Yes     No    If you answered no, why is that so? \_\_\_\_\_

---

11. How safe do you feel moving around in the city of Tampere?

very safe     safe     average     unsafe     extremely unsafe

12. Which hotel are you staying in? \_\_\_\_\_

13. Please evaluate this hotel:

5 = extremely satisfied    4 = quite satisfied    3 = average  
2 = quite unsatisfied    1 = extremely unsatisfied

|                     |           |
|---------------------|-----------|
| location            | 5 4 3 2 1 |
| price/quality       | 5 4 3 2 1 |
| standard of rooms   | 5 4 3 2 1 |
| standard of service | 5 4 3 2 1 |

14. Is there anything else you would like to say about Tampere Hall? Regards to Tampere Halls personnel:

---



---



---

**THANK YOU FOR YOUR REPLIES! ☺**

## AVOIMET VASTAUKSET KYSELYISTÄ:

## Kysymys 8:

- Paremmat ravintolapalvelut (Italia)
- Lounaat surkeita, kuppilaruokaa gourmet hintaan, mitenhän on gaala-illallinen? (Suomi)
- Kokoushuoneissa voisi olla hieman viileämpi ilma (Norja)
- Yksi pieni huomautus: tieto ei ehkä kulkenut 100 %:sti studion näyttämön oven avaamisesta eli oli lukossa 10 minuuttia ennen musiikkikilpailun alkua (Suomi)
- Positiivinen asia: musikaaliset produktiot (Suomi)
- Laajentakaa kahvilapalveluita. Enemmän istuimia talon käytäville (Iso-Britannia)
- En löytänyt yhtään neuvontakoppia, information booth, ehdotan myös kohtausta paikkaa (Romania)
- Ei parannusehdotuksia, he ovat jo erittäin hyviä (Italia)
- Opasteet voisivat olla paremmat (Alankomaat)
- Paremmat ja selkeämmät opasteet, vaikea löytää kokoussaleja, kun ei ole selkeää nuolta (Suomi)
- Kaikki on hyvin järjestetty, jatkakaa samaan malliin (Venäjä)
- Opasteet paremmaksi! Ei tietoa minne pitäisi mennä ilman karttaa (Belgia)

## Kysymys 10:

- Vaikeiden lentoyhteyksien vuoksi Italian kanssa (Italia)
- Kaupunkiin vaikea saapua, vain muutama nähtävyys (Italia)
- Liikenneyhteydet ovat huonot (Norja)
- Mutta ongelmana ovat liikenneyhteydet (Norja)
- Tampere on kehittymässä vähitellen, muttei vielä ihan valmis, yritys hyvä (Suomi)
- Hyvä sijainti, paljon majoituskapasiteettia (Suomi)
- Voisi olla enemmän suoria lentoja kaikkialle (Iso-Britannia)
- Liian kaukana meistä (Turkki)
- Paljon hyviä ohjelmia ja sosiaalisia tapahtumia iltaisin (Italia)
- Sijainti (Ranska)
- Kielimuuri, sijainti ja ei kansainvälistä lentokenttää (Belgia)

## Kysymys 14:

- Paljon hymyjä henkilökunnalle ja Tampere-talo toimii oikein sujuvasti (Ranska)
- Ei ongelmia (Suomi)
- Tampere tarvitsee parempia hotelleja (Intia)
- Henkilökunta on tehnyt hyvää työtä (Portugali)
- Opasteet lähemmäs ovea (Suomi)
- Kiitokset teille (Turkki)
- Oikein ystävällistä (Suomi)
- Tiina Lumiolle numeroksi 5 hänen taidoistaan (Suomi)
- Ilveksen ja Victorian huoneet todella pieniä (Suomi)
- Ruokaliput loppuivat kesken! Pitäisi varautua ylimääräisiin ruokailijoihin (kaikki eivät olleet tehneet etukäteisvarausta, joten ihmiset jäivät ilman ruokaa) (Suomi)
- Sokos Hotel Tammerin myyntipalvelussa annettiin virheellistä informaatiota Tammerista: Kysyin onko hotellissa saunaa, johon vastattiin kyllä. Hotelille saapuessa respassa sanotaan: sauna on Ilveksessä! (Suomi)
- Tampere-talo on yksi Suomen ja Skandinavian parhaimmista kokouskeskuksista

(Suomi)

- Bussikuljetus Tampere-talon ja hotellien välille (Iso-Britannia)
- Kaikki ovat olleet todella ystävällisiä (Iso-Britannia)
- Kiitokset (Suomi)
- Pitäkää yllä hyvää tasoa. Muistakaa maksaa oikean kokoiset palkat henkilökunnallenne ja kohdelkaa heitä hyvin (Suomi)
- Hyvä kokouspaikka, jossa paljon palveluita, kiitos siitä (Italia)
- Kiitokset (Alankomaat)
- Kaunis maa (Alankomaat)
- Huono kuuluvuus torstaina salissa (Suomi)
- Yövimme Sokos Hotel Ilveksessä huoneessa numero 1720, ihan tiedoksi teille; huone on aivan liian pieni kahdelle ihmiselle (Luxemburg)
- Suomalaiset leijonat tekivät vierailustamme mahtavan (Luxemburg)
- Kiitos (Venäjä)
- Ystävällisiä ihmisiä (Belgia)
- Yövyin Sokos Hotel Ilveksessä; huoneet liian pieniä, ei vaatekomeroa ja kylpyhuone kovin pieni (Belgia)
- Tampere-talo on hieno rakennus ulkoapäin katsottuna, Iso Sali todella upea (Belgia)

