

Tiia Kauppinen

Elämyksellisen teematapahtuman suunnittelu ja toteuttaminen

Case: Kyrön Matkailun Edistämiskeskus

Opinnäytetyö

Syksy 2018

SeAMK Ruoka

Restonomi (AMK), Ravitsemispalvelut



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Ruoka

Tutkinto-ohjelma: Restonomi (AMK), Ravitsemispalvelut

Tekijä: Tiia Kauppinen

Työn nimi: Elämyksellisen teematapahtuman suunnittelu ja toteuttaminen, Case: Kyrön Matkailun Edistämiskeskus

Ohjaaja: Paula Juurakko

Vuosi: 2018 Sivumäärä: 35 Liitteiden lukumäärä: 2

Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa elämyksellinen teematapahtuma, Kyröön Kekri. Toimeksiantajana opinnäytetyöllä toimi Isossakyrössä sijaitseva Kyrö Distillery Companyn vierailukeskus Kyrön Matkailun Edistämiskeskus. Vierailukeskus on pääsääntöisesti avoinna tilauksesta yli kymmenen hengen ryhmille, joten tapahtuman ideana oli tavoittaa kohderyhmän ulkopuolelle jäävät asiakkaat ja tarjota heille mahdollisuus päästä osallistumaan Juurella illalliselle ja kokea ainutlaatuinen Kyrö-elämys.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostui Tarssasen ja Kyläsen (2009) elämyskolmio -mallista, palvelumuotoilusta, tarinallistamisesta sekä FAMM-mallista (Gustafsson, Öström, Johansson & Mossberg 2006). FAMM-mallin avulla tarkasteltiin ravintolan palvelukokonaisuutta viiden teeman pohjalta: tilan, kohtaamisen, tuotteen, johtamisen ja tunnelman. Prosessissa pyrittiin huomioimaan ja hyödyntämään tekijöitä, jotka muodostavat elämyksellisen kokemuksen asiakkaalle.

Opinnäytetyön tuloksena järjestettiin 12.10.2018 Kyröön Kekri -tapahtuma yhteistyössä Juurella ravintolan kanssa. Tapahtuma mitoitettiin 50 hengelle ja tapahtumaa edeltävänä päivänä Kyröön Kekri oli loppuunmyyty. Varsinaisena tapahtumapäivänä 2 henkilöä ei päässeet osallistumaan, joten lopullinen osallistujamäärä oli 48 henkilöä. Tapahtuman päätteeksi osallistujille jaettiin palautekyselylomake, johon lopulta vastasi 47 henkilöä. Pääosin palaute oli positiivista ja vastaajista 37 koki, että tapahtuma vastasi odotuksia erinomaisesti. Palautekyselylomakkeen avulla saatiin kartoitettua asiakkaiden yleistä tyytyväisyyttä sekä kerättiin kehittämisside-
oita, joita hyödynnetään tulevaisuudessa samankaltaisten tapahtumien suunnittelussa.

Avainsanat: elämyksellisyys, teemat, kekri, ravintolat

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: SeAMK Food and Agriculture

Degree programme: Food and Hospitality

Author/s: Tiia Kauppinen

Title of thesis: Planning and Implementing a Themed Experience Event, Case: Kyrö Tourism Board

Supervisor(s): Paula Juurakko

Year: 2018 Number of pages: 35 Number of appendices: 2

The aim of this functional thesis was to plan and implement a themed experience event for Kyrö Tourism Board, which is the centre of Kyrö Distillery Company. The visitor centre has a distillery bar that organizes dinners in cooperation with restaurant Juurella in Seinäjoki. The minimum group size of the centre is 10 and it is a reservation restaurant. The purpose was to plan and implement a traditional harvest festival themed event to the customers who are outside of the target group and offer them a possibility to experience this event.

The theoretical frame of the thesis consisted of service design, experiences, storytelling and Five Aspects Meal Model (Gustafsson, Öström, Johansson & Mossberg 2006). With the FAMM-model it was possible to take into consideration all five factors of developing the meal services in restaurants such as space, meeting, product, management control system and atmosphere. All these factors are in a key position when creating experiences for the customers.

The thesis resulted in a harvest festival themed event, "Kyröön Kekri", on 12th October 2018. The event was designed for 50 people and by the day before the event it was sold out. Eventually two people were not able to participate so there were altogether 48 participants. At the end of the event, the participants were given a feedback form and 47 out of 48 replied. The feedback was mostly positive and 37 of the respondents thought that the event met their expectations very well. The results of the feedback are used for evaluating the customer satisfaction and improving other events in the future.

Keywords: experience, theme, harvest, restaurant

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo	5
1 JOHDANTO	6
2 ELÄMYKSELLISYYS RAVINTOLASSA	8
2.1 Elämys käsitteenä	8
2.2 FAMM-malli	10
2.3 Palvelumuotoilu	12
2.4 Tarinallistaminen	14
3 KEKRI – SUOMALAINEN SADONKORJUUN JUHLA	15
3.1 Historia	15
3.2 Ruoka	15
3.3 Perinteitä	16
3.4 Kekri nykypäivänä	17
4 TEEMATAPAHTUMA: KYRÖÖN KEKRI	18
4.1 Toimeksiantaja	18
4.2 Työn tavoitteet ja rajaukset	18
4.3 Juurella ravintola, menu ja juomat	20
4.4 Yleisilme, kattaus ja musiikki	22
4.5 Illallisten aikataulu ja henkilökunta	25
4.6 Markkinointi	26
4.7 Asiakaspalaute	26
5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	30
LÄHTEET	33
LIITTEET	35

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuva 1. Ravintolan yleisilme.	23
Kuva 2. Kyröön Kekrin pöytien kattaus.	24
Kuva 3. Tapahtuman mainos Pohjankyrö-lehdessä.	26
Kuvio 1. Elämyskolmio-malli	8
Kuvio 2. FAMM-malli	10
Kuvio 3. Palvelutuokiot palvelupolulla.	13
Taulukko 1. Palautekyselyn tulokset n= 46.	28

1 JOHDANTO

Elämyksellisyys ja tunnereaktioiden tuottaminen ovat nykypäivänä monen matkailu- ja ravintola-alan palveluita tarjoavan yrittäjän tavoitteena, sillä ainutlaatuisuus on yhä enemmän arvostetumpaa. Pelkkä palveluiden myyminen ei enää riitä, vaan asiakkaalle on pystyttävä tarjoamaan kokonaisvaltaisia ja tunnerikkaita kokonaisuuksia, elämyksiä. Elämyksien suurin haaste on se, että ne ovat varsin henkilökohtaisia tapahtumia. Elämyksen syntyyn on mahdollista vaikuttaa asiakaspalvelutilanteessa, mutta loppujen lopuksi elämys on kuitenkin omakohtainen kokemus. (Tarssanen & Kylänen 2009, 10.)

Kekri on vanha maalaisyhteisön sadonkorjuujuhla, jota vietettiin, kun sato oli korjattu ja varastoitu, karja oli tuotu laitumelta suojaan ja syysteurastukset oli suoritettu. Kekri sijoittui alun perin mikkelinpäivän ja pyhäinpäivän väliselle ajalle, mutta jokainen tila vietti kekriä sitä mukaa, kun oman maatilan työt olivat tehtynä. Kekrinä oli tarkoitus syödä ja juoda runsaasti, sillä perinteisten uskomusten mukaan karja kasvaisi ja voisi hyvin, jos syötiin paljon lihaa ja ohrapellet puolestaan kukoistaisivat, jos juotiin paljon olutta. Satovuoden päättäjäisten lisäksi kekri tarkoitti lomaa työntekijöille, sillä piijat ja rengit saivat päättää, jatkavatko he saman maatalon palveluksessa vai etsivät he uuden työpaikan. Teollistumisen ja kaupungistumisen myötä kekrin vietto väheni hiljalleen ja useat sen perinteet siirtyivät muihin juhliin, kuten jouluun. Nykypäivänä kekri on kuitenkin kasvattanut suosiotaan, sillä sen arvot, kuten yhteisöllisyys ja lähiruoan suosiminen istuvat hyvin nyky-yhteiskunnan aatteisiin. (Talonpoikaiskulttuurisäätiö, [viitattu 13.11.2018].)

Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa elämyksellinen teematapahtuma, joka pohjautuu vanhaan sadonkorjuujuhlaan, kekriin. Toimeksiantajana toimi isokyröläisen tislaamon Kyrö Distillery Companyn vierailukeskus ja tislaamoravintola, Kyrön Matkailun Edistämiskeskus. Vierailukeskus on auki pääosin tilauksesta ja järjestää illallistoimintaa yhteistyössä seinäjokisen Juurella ravintolan kanssa yli kymmenen hengen ryhmille. Työn tarkoituksena oli luoda niin sanottu avoin dinner-konsepti eli järjestää kohderyhmän ulkopuolelle jääville yksittäisille ihmisille mahdollisuus osallistua Juurella ravintolan kolmen ruokalajin illalliselle ja päästä kokemaan myös ainutlaatuinen tarinoista koostuva Kyrö-elämys.

Opinnäytetyön tuloksena suunniteltiin ja toteutettiin Kyröön Kekri eli kyröläinen sadonkorjuuillallinen yhteistyössä Juurella ravintolan kanssa. Ennen illallista vieraat saivat myös mahdollisuuden osallistua tislaamokierrokselle ja tasting-tilaisuuteen, jossa maisteltiin ohjatusti neljää Kyrö Distilleryn tuotetta. Illallisen aikana vieraat pääsivät nauttimaan lähiruoasta, Kyrön nimikkocktaileista sekä harmonikkamusii-kista, josta vastasivat Rami ja Miika Rinta-Korkeamäki. Tapahtuma mitoitettiin 50 hengelle ja tapahtumaa edeltävänä päivänä se oli loppuunmyyty. Varsinaisena tapahtumapäivä kaksi henkilöä ei päässyt osallistumaan, joten osallistujien lopullinen lukumäärä oli 48 henkilöä. Tapahtuman päätteeksi vieraille jaettiin palautekyselylomake, jolla haluttiin kartoittaa asiakkaiden yleistä tyytyväisyyttä ja mahdollisia kehittämisideoita. Palautekyselyyn vastasi lopulta 47 henkilöä, joten palautetta saatiin riittävästi.

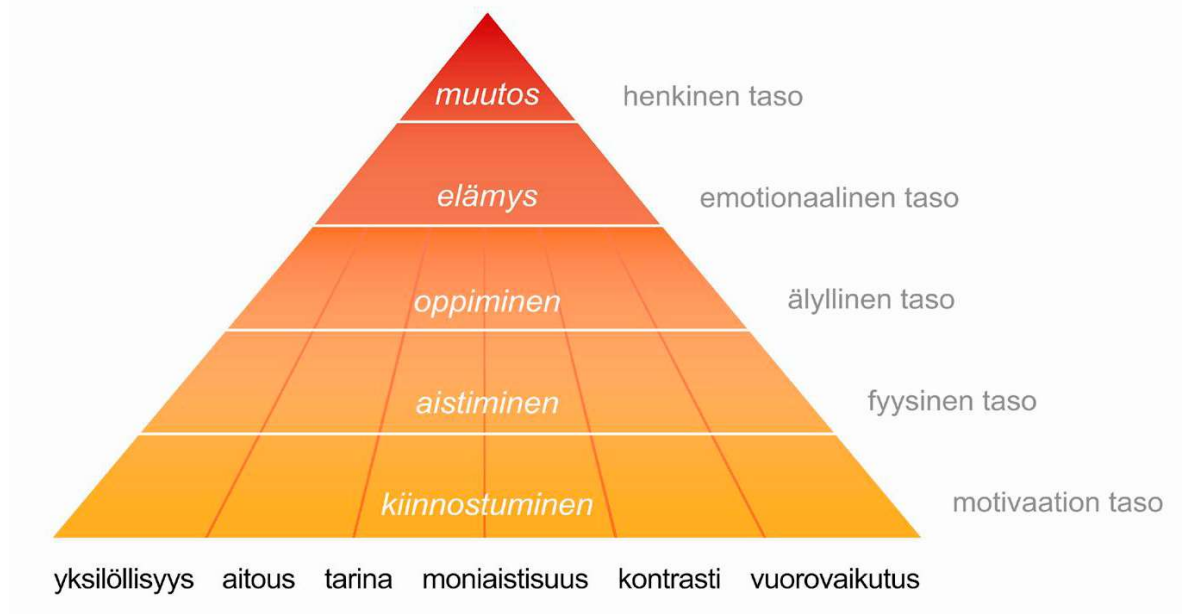
Teoriaosuudessa käsitellään elämyksellisyyttä, palvelumuotoilua ja Tarssasen ja Kyläsen (2009) elämyskolmio-mallia, jossa elämystä ja sen muodostumista tarkastellaan elämystuotteen ja asiakkaan näkökulmasta askel askeleelta. Lisäksi opinnäytetyössä tarkasteltiin tarinallistamista eli tarinalähtöistä palvelumuotoilua, jolla yrityksen palveluita voidaan nitoa yhteen tarinoiden avulla. Opinnäytetyön teoriaan, toteutukseen ja palautekyselyyn sovellettiin pääasiallisesti FAMM-mallia (Gustafsson ym. 2006), jonka avulla tarkasteltiin kokonaisuudessaan ravintolan palvelukokonaisuutta eri osa-alueiden, kuten tilan, kohtaamisen, tuotteen, johtamisen ja tunnelman kautta.

2 ELÄMYKSELLISYYS RAVINTOLASSA

2.1 Elämys käsitteenä

Elämys eroaa tavanomaisesta palvelusta siten, että elämys sisältää jonkin teeman, joka on yksilöllisesti räätälöity. Siinä missä palveluiden ostaja on asiakas, elämys-tuotteen ostaja on enemmänkin vieras, jota pyritään kohtelemaan tietyllä tavalla. Itse elämys syntyykin tämän kohtaamisen ja kokemuksen aikana. (Tarssanen & Kylänen 2009, 8.)

Elämyskolmio -mallissa elämystä voidaan tutkia kahdesta eri näkökulmasta, elämys-tuotteen ja asiakkaan (kuvio 1). Kolmion alareunassa on kuvattuna elämys-tuotteen elementit, jotka vaikuttavat asiakkaan kokemukseen ja pystyakselilla ovat ta-sot, jotka askel askeleelta muodostavat elämyksen alkaen kiinnostuksen heräämi-sestä ja päättyen mahdollisesti tunteita herättävään muutkokokemukseen. (Tarssa-nen & Kylänen 2009, 12–15.)



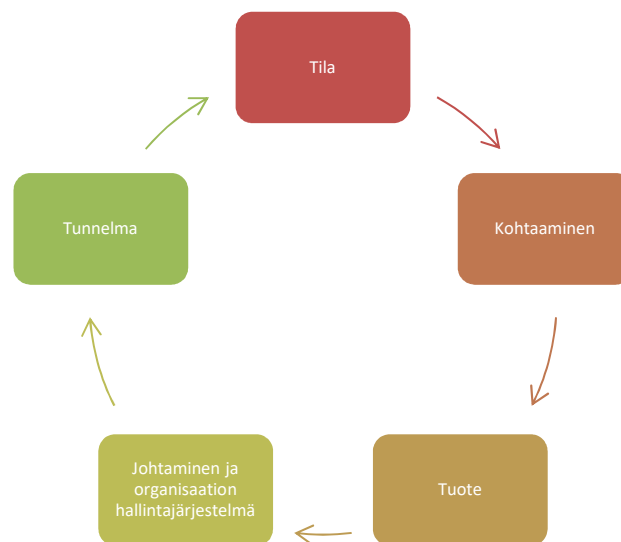
Kuvio 1. Elämyskolmio-malli (Tarssanen & Kylänen 2009, 11).

Elämys on unohtumaton kokemus, joka muodostuu kuudesta elämyksen elementistä. *Yksilöllisyys* tarkoittaa, että kokemus on niin ainutlaatuinen, ettei sitä voi verrata muuhun. Käytännössä yksilöllisyys tarkoittaa kuitenkin palveluiden räätälöintiä asiakaskohtaisesti. *Aitous* tarkoittaa tuotteen luotettavuutta ja uskottavuutta. Loppujen lopuksi kuitenkin asiakas itse määrittelee tuotteen tai palvelun aitouden, sillä tuote tai palvelu on aito vain silloin, jos asiakas uskoo niin. *Tarina* on yhteydessä aitouteen, sillä tarinan tehtävä on kietoa kaikki elementit yhdeksi kokonaisuudeksi uskottavasti. Tarinan tulisi olla pitkälle suunniteltu ja hyvin toteutettu, jotta se houkuttelisi asiakasta myös tunnetasolla. *Moniaistisuus* tarkoittaa sitä, että kaikki aistiärsykkeet reagoivat suunnitellulla tavalla toivottuun teemaan. *Kontrasti* merkitsee muutosta asiakkaan perspektiivistä, joten tuotteen tai palvelun on siis poikettava asiakkaan arjesta. Asiakkaan on koettava jotain erilaista, uutta ja normeista poikkeavaa. Kontrastin muotoilussa on kuitenkin otettava huomioon asiakkaan kansallisuus ja tausta, sillä se mikä on jollekin eksoottista, voi olla toiselle varsin tavallista. *Vuorovaikutus* on onnistunutta viestintää eri tahojen välillä, kuten tarjoilijan ja asiakkaan. Vuorovaikutus liittyy yhteisöllisyyden tunteeseen, jossa koetaan jotain yhdessä. (Tarssanen & Kylänen 2009, 12–14.)

Asiakkaan elämys koostuu viidestä erilaisesta kokemus -tasosta, joiden avulla on tarkoitus analysoida asiakkaan motivoituneisuutta, kiinnostuneisuutta sekä tunne- ja muutkokemuksia (Kalliomäki 2011). *Motivaation taso* on ensimmäinen kontakti, jonka tarkoitus on ensisijaisesti kiinnittää asiakkaan huomio ja saada aikaan kiinnostusta tuotetta kohtaan. *Fyysisellä tasolla* määritellään tuotteen tekninen laatu sen perusteella, miten asiakas tuntee ja kokee tuotteen aisteillansa. *Älyllisellä tasolla* määritellään tyytyväisyys ja se, että vastaako tuote asiakkaan odotuksia. Tuote on hyvä silloin, kun se mahdollistaa asiakkaalle kokemuksen oppia uutta tai kehittää jo olemassa olevaa. *Emotionaalinen taso* on se, jossa varsinainen elämys koetaan tuotteen ollessa hyvä ja sen saadessa aikaan positiivisia tunteita asiakkaassa, kuten iloa, liikutusta tai onnellisuutta. *Henkisellä tasolla* koetaan mahdollinen muutkokokemus, joka tarkoittaa, että voimakkaan tunnereaktion seurauksena asiakas kokee omaksuvansa jotain uutta osaksi itseään. (Tarssanen & Kylänen 2009, 15–16.)

2.2 FAMM-malli

Five Aspects Meal Model eli FAMM-malli on työkalu, jonka avulla voidaan tarkastella ja edistää ravintolan palvelukokonaisuutta viiden teeman pohjalta: tilan, kohtaamisen, tuotteen, tunnelman ja johtamisen sekä organisaation hallintajärjestelmän (kuvio 2). Toimintatapaa on mahdollista soveltaa myös muihin aterioita tarjoaviin tahoihin, kuten yksityisiin tai julkisiin ruokapalveluihin. FAMM-mallin ovat kehittäneet ruotsalaisen Örebron yliopiston Restaurant and Culinary Art-koulutusohjelman tutkijat, jotka ovat käyttäneet mallia muun muassa opetussuunnitelmien luomisessa ja opetussisältöjen kehittämisessä. FAMM-mallin idea pohjautuu perusperiaatteeltaan ranskalaisen Michelinin julkaisemaan oppaaseen, jonka avulla luokitellaan maailmanlaajuisesti ravintoloita sekä hotelleja tarkoin määritellyin kriteerein. (Gustafsson ym. 2006, 84–85.)



Kuvio 2. FAMM-malli (Gustafsson ym. 2006, 86).

Tila. Olosuhteita tai paikkaa, jossa aterioita nautitaan, kutsutaan tiloiksi. Ravintolamaailmassa tilojen suunnitteluun on kiinnitettävä erityistä huomiota, sillä muun muassa valaistuksella, äänillä, väreillä ja tekstiileillä on suuri vaikutus ruokailutilanteeseen. Oikeaoppisen tilasuunnittelun perustana on ammattimainen tietämys eri tyyleistä, arkkitehtuurista, tekstiileistä ja taiteesta. Myös huonekalujen tulisi olla yhdenmukaisessa linjassa ravintolan tyylin kanssa. (Gustafsson ym. 2006, 86.)

Kohtaaminen. Kohtaamisella tarkoitetaan asiakkaiden ja henkilökunnan välistä kohtaamista, mutta myös asiakkaiden kohtaamista toisten asiakkaiden kanssa ja ravintolan henkilökunnan keskinäistä kohtaamista (Gustafsson ym. 2006, 87).

Henkilökunta on usein eniten tekemisissä asiakkaiden kanssa, joten heidän toiminnallaan on suurin vaikutus asiakkaan viihtyvyyteen ravintolassa. Ammattimainen kohtaaminen edellyttää henkilökunnalta ja etenkin tarjoilijoilta ymmärrystä tunnetiloista, sosiaalisesta kanssakäymisestä sekä käyttäytymissäännöistä. Tarjoilijoiden ja asiakkaiden välinen suhde voi toisinaan olla hankala sen eriarvoisuuden vuoksi. Tarjoilijoilla on usein enemmän auktoriteettia ja valtuuksia, sillä heillä on enemmän tietoa menuista sekä tarjottavista juomista kuin asiakkaalla. Mikäli tarjoilija käyttäytyy ylimielisesti tai huolettomasti asiakasta kohtaan voi koko ruokailukokemus mennä pilalle. Tarjoilijoiden olisi myös hyvä muistaa, että kun ruokailukokemus perustuu nautintoon ja elämykseen, voi asiakkaan käyttäytyminen muuttua. Asiakkaat voivat antaa ymmärtää olevansa varakkaampia, sivistyneempiä tai menestyneempiä kuin he todellisuudessa ovat ja tällöin tarjoilijoiden täytyy osata mukautua tilanteeseen. Tarjoilija voi kohdata myös asiakkaita, jotka ovat epävarmoja, koska heillä ei ole aikaisempia ravintolakokemuksia tai he eivät ole kovin varakkaita. Ammattimainen ja tarkkaavainen tarjoilija voi tämän huomatessaan suhtautua asiakkaisiin huomaavaisesti ja avuliaasti ja näin osaltaan edistää ravintolan mainetta. (Gustafsson ym. 2006, 87.)

Tuote. Tuotteeksi luetaan ravintolan tarjoama ruoka, juoma sekä näiden kahden yhdistelmä. Ravintolassa työskenteleviltä kokeilta ja tarjoilijoilta vaaditaan teoreettista ja käytännöllistä ammattitaitoa, jotta he pystyvät tuottamaan erityisiä makuelämyksiä asiakkailleen. Kokeilta vaaditaan erityistä tietämystä kemiasta ja tarjoilijoilta kykyä osata suositella oikeanlaisia viinejä tiettyjen ruokalajien kanssa. Tämä edellyttääkin tuntemusta esimerkiksi viineistä ja muista juomista, niiden valmistamismenetelmistä, raaka-aineista, rypälelaaduista sekä aistinvaraisesta tunnusomaisuudesta. (Gustafsson ym. 2006, 88.)

Johtaminen ja organisaation hallintajärjestelmä. Johtaminen ja organisaation hallintajärjestelmä muodostuvat ravintola-alalla liiketaloudellisista ja lakiperusteisista osatekijöistä sekä johtamisesta kokonaisuudessaan. Näihin lukeutuvat muun muassa raaka-ainehankinnat, tavarantoimitukset, markkinointi, työlänsäädäntö

sekä työympäristö ja logistiikka. Organisaation hallintajärjestelmä toimii yleensä kullissien takana eikä näin ollen näy asiakkaalle, mutta vaikuttaa silti suuresti palvelukokemukseen. (Gustafsson ym. 2006, 89.)

Tunnelma. Tunnelma koostuu kaikista muista edellä mainituista osatekijöistä eli tilasta, kohtaamisesta, tuotteesta ja johdon hallintajärjestelmästä. Lisäksi ruokailukokemusta täydentävät kaikki aistimme; näkö-, kuulo-, haju-, maku- ja tuntoaisti. Näiden kaikkien tekijöiden ollessa harmoniassa keskenään on myös asiakkaalla rentoutunut ja mukava olo ruokailukokemuksensa aikana. (Gustafsson ym. 2006, 89–90.)

2.3 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu tarkoittaa erilaisten palvelujen luomista ja kehittämistä muotoilemalla. Palveluja muotoillaan käyttäjälähtöisesti, jotta ne tuottaisivat asiakkaalle mahdollisimman paljon arvoa. Palvelun tulisi olla helposti ostettavissa ja käytettävissä, mutta kokonaisuudessaan sen tulisi olla myös elämyksellinen ja merkittävä kokemus asiakkaalle. Palvelumuotoilussa keskitytään pieniin yksityiskohtiin, jotka lopulta muodostavat kokonaisuuden ja parhaimmassa tapauksessa vetoavat asiakkaaseen niin, että asiakas muistaa kokemansa ja myös suosittelee palvelua jatkossa muille. (Kalliomäki 2014, 46.)

Palvelumuotoilua voidaan verrata brändäykseen, jossa asiakkaille halutaan tuottaa tiettyjä mielikuvia tietyistä tuotemerkeistä. Palvelumuotoilulle ja brändäykselle on yhteistä se, että molemmilla halutaan luoda asiakkaille positiivinen brändikokemus, mutta brändääminen ei koske palvelun eri prosesseja toisin kuin palvelumuotoilu. Tästä syystä palvelumuotoilu hyödyntääkin eri alojen osaamista, ei pelkästään muotoilua. (Koivisto 2007, 68.) Palvelumuotoilua voisi ajatella enemmänkin ajattelutapana, työvälineinä tai prosessina, joka koostuu useammasta osaamisalueesta (Pitkäkoski 2015, 145).

Palvelupolku kuvaa, kuinka asiakas etenee ja kokee palvelun eri askeleet (kuvio 3). Kokonaisuudessaan palvelupolku koostuu palvelutuokioista ja palvelutuokiot taas kontaktipisteistä. Palvelupolku on jaoteltu eri osa-alueisiin, sillä näin on mahdollista

käsitellä ja kehittää yksittäisiä osahaasteita. Kun asiakkaan kokeman palvelun polku kuvataan vaiheittain, voidaan sitä analysoida helpommin ja yksityiskohtaisemmin suunnittelun keinoin. (Tuulaniemi 2011, 79–78.)



Kuvio 3. Palvelutuokiot palvelupolulla (Tuulaniemi 2011, 79).

Jokainen yksittäinen palvelutuokio muodostuu kontaktipisteistä, joiden kautta asiakas on kaikilla aisteillaan yhteydessä palveluun. Yleisimpiä kontaktipisteitä ovat ihmiset, jotka tuottavat tai kuluttavat palvelua eli asiakkaat ja palveluntarjoajat. Toinen kontaktipiste on ympäristöt, joissa palvelu tarjotaan. Ympäristö voi olla joko fyysinen tai virtuaalinen, mutta molemmissa tapauksissa se ohjaa ihmisten käyttäytymistä ja vaikuttaa heidän mielialaansa. Kolmas kontaktipiste on esineet, jotka liittyvät palvelun tuotantoon ja kuluttamiseen sekä käyttöoikeuteen, tällaisia esineitä ovat muun muassa pankki- ja luottokortit ja matkaliput. Neljäs kontaktipiste on toimintatavat, jotka tarkoittavat palveluhenkilökunnan ennalta sovittuja ja palveluun kuuluvia käyttäytymismalleja. (Tuulaniemi 2011, 81–81.)

Kontaktipisteillä halutaan suunnitelmallisesti vaikuttaa asiakkaaseen ja tuottaa hänelle arvoa. Kontaktipisteet toimivatkin palvelun ominaispiirteenä, mutta myös suurena haasteena, sillä ihmisen ja palvelun välillä voi olla lukuisiakin kontaktipisteitä. (Tuulaniemi 2011, 80.)

2.4 Tarinallistaminen

Tarinallistaminen tarkoittaa yrityksen tarjoaman palvelukokemuksen muotoilua tarinaksi keskittyen kokonaisvaltaisen palvelukokemuksen luomiseen, arvon lisäämiseen ja elämyksellisyyden tuottamiseen. Tarinallistamisen tavoitteena on luoda, kehittää ja suunnitella palveluita tarinalähtöisesti, jotta yrityksen toiminta ja erillisten palvelujen prosessit saadaan tarinan avulla sidottua yhteen. Tarinalähtöisessä palvelumuotoilussa pyritään erottumaan joukosta luomalla yritykselle tarinallinen kehys (*framework*), joka kuvastaa yrityksen arvoja, asiakkaiden elämäntyyliä sekä heidän arvojaan ja muutosta, jota asiakkaille tarjotaan palveluiden kautta. (Kalliomäki 2014, 14.)

Tarinallistamisen pohjana on yrityksen tarinaidentiteetti eli yrityksen arvot, osaaminen ja tarinamuotoon kiteytetty visio. Näiden tekijöiden tulee näkyä myös käytännössä, sillä palvelu ympäristö suunnitellaan tukemaan tarinaa. Yrityksen tarjoamat palvelut ovat sitä halutumpaa, mitä aidompaa, persoonallisempaa ja läpinäkyvämpää sen toiminta on. Tarinassa ilmenevä dramatisointi on pääosin keino elämyksellistää ja vahvistaa jo olemassa olevaa, eikä se välttämättä tarkoita totuuden vääristämistä. Parhaimmillaan tarinallistaminen vahvistaa yrityksen brändiä, jolloin asiakkaat tunnistavat yrityksen ja sitoutuvat sen palveluihin. Kun tarina toteutuu käytännössä, se on konkreettinen osa asiakkaan palvelukokemusta ja jättää asiakkaalle positiivisen mielikuvan, jolloin asiakas todennäköisesti myös suosittelee tulevaisuudessa yrityksen palveluita. Toisaalta tarinallistaminen menetelmänä ei toimi, jos se perustuu valheellisuuteen, yrityksen ahneuteen tai tavoitteeseen tienata nopeasti rahaa asiakkaiden kustannuksella. Tällöin liiketoiminta on varsin hauraalla pohjalla. (Kalliomäki 2014, 15.)

3 KEKRI – SUOMALAINEN SADONKORJUUN JUHLA

3.1 Historia

Kekri (*keyri, köyri tai köyry* murrealueesta riippuen) on vanha suomalainen sadonkorjuun juhla, joka sijoittuu Mikkelinpäivän ja Pyhäinpäivän väliselle ajalle. Kekristä on löydetty mainintoja jopa viiden sadan vuoden takaa, mutta varmuutta sanan alkuperästä ei ole. Myöhemmistä kirjoituksista päätellen *kekri* tunnetaan muun muassa karjansuojelijana. (Hänninen 2010.)

Kekrin viettäminen on liittynyt vahvasti maanviljelykseen ja satokauden päättymiseen, joten siksi se olikin 1800-luvulta 1900-luvun alkupuolelle suomalaisten maanviljelysyhteisöjen tärkein juhlapäivä. Alun perin kekriellä ei ollut tarkkaa päivämäärää vaan kekriä juhlittiin talokohtaisesti vasta sitten, kun sato oli korjattu, karja oli tuotu laitumelta suojaan, jyvät olivat laarissa ja juurekset kuopassa, mutta myös syys-
teurastukset ja syyskynnot oli tehty. Säilöminen ja varastointi olikin tehtävä huolella, sillä kasvukausi oli lyhyt ja tulevasta talvesta oli selvittävä varaston antimilla. Sadonkorjaamisen jälkeen koitti myös palvelusväen vapaaviikko, jolloin piiat ja rengit saivat mennä lapsuudenkotiinsa, mutta mikäli sellaista ei ollut, saivat he jäädä myös taloon, jossa tarjottiin ruoka loman ajaksi. Vapaaviikko olikin ainoa laatuaan palvelusvuoden aikana. Tämän lisäksi kekrinä oli mahdollista hankkia palvelustalo, jos sellaista ei ollut tai vaihtaa taloa kokonaan. (Hänninen 2010 & Talonpoikaiskulttuurisäätiö, [viitattu 11.06.2018].)

3.2 Ruoka

Kekrijuhlissa oli tapana syödä ja juoda ylenpalttisesti, jotta seuraavasta satovuodesta tulisi runsas. Nälkä ei saanut jäädä kellekään, sillä tällöin tuleva satovuosi olisi laiha ja niukka. Juhlää varten valmistettiin erityinen kekriateria, johon osallistuivat kaikki oman talon ja suvun jäsenet, ei pelkästään vain elävät vaan myös kuolleet. Kekrinä katettiin pöytään ruokaa myös edesmenneille esi-isille, sillä uskottiin, että kekrinä vainajat palaavat katsomaan, onko maatilasta pidetty huolta, maatilat kun olivat yleensä siirtyneet sukupolvelta toiselle. Uskottiin myös, että esi-isät suojelevat

viljelysmaita, joten oli tärkeää pitää heidät tyytyväisinä esimerkiksi lämmittämällä heille sauna kekrinä. (Koskinen & Vuolio 1989, 7.)

Kekrijuhlissa tarjottuja perinteisiä ruokia olivat muun muassa itsevalmistetut makkarat, perunat ja juurekset, juustot, tuoreet leivät ja puuro, mutta aterian keskipisteenä oli sitä varta vasten varattu eläin, esimerkiksi kekripässi, josta valmistettiin lammaspaisti. Kekripaistiksi joutuvaa eläintä alettiinkin lihottamaan jo hyvissä ajoin, jotta juhlapäivänä olisi mahdollisimman paljon lihaa ruokapöydässä. Liha olikin pääosassa aterialla, sillä uskottiin, että näin karja kasvaisi. Juomana nautittiin pääsääntöisesti ohrasta valmistettua olutta. (Koskinen & Vuolio 1989, 7.)

3.3 Perinteitä

Kekrinä erityisesti nuorilla oli tapana pukeutua hengiksi, *kekripukeiksi* tai *kekrittäriksi* ja vaeltaa talosta taloon kestitystä pyytäen, sillä uskottiin, ettei ihmisten ollut kohteliasta lähteä liikkeelle esi-isien läsnä ollessa. Nuoret miehet pukivat päällensä nurinpäin käännetyn turkin, tuohinaamarin ja laittoivat sarviksi esimerkiksi keritsimet tai lusikat. Nuoret naiset pukeutuivat kauttaaltaan valkoisiin ja osa saattoi myös peittää kasvonsa harsolla. Kekripukit ja kekrittäret kulkivat kylän taloissa ja pysyivät kestitystä isäntäväeltä, joka yleensä myös vastasi pyyntöihin myönteisesti, sillä kekrinä ei saanut kukaan jäädä nälkäiseksi. Mikäli talon väki oli haluton tarjoamaan ruokaa, saattoivat kekripukki tai kekrittär uhata esimerkiksi uunin rikkomisella. Kestityksen lomassa isäntäväeltä kyseltiin, kuinka sadonkorjuu talossa sujui ja saatiinko kaikki työt tehtyä ajallaan. (Talonpoikauskulttuurisäätiö [viitattu 25.06.2018].)

Kaikki kekrin aikoihin kuljeskelevat esi-isät eivät olleet hyväntahtoisia vaan joukossa oli myös levottomia edesmenneitä. Näitä ei-toivottuja vieraita varten poltettiin tulia, kuten erilaisia soihtuja ja päreitä. Lisäksi nauriista voitiin kaivertaa lyhty, jonka sisälle asetettiin palamaan lampaanrasvassa liotettu puulastu. (Talonpoikauskulttuurisäätiö [viitattu 25.06.2018].)

3.4 Kekri nykypäivänä

Kekri oli aikakautensa suurin ja tärkein juhla, mutta lopulta teollistumisen ja kaupungistumisen myötä perinteet hiipuivat ja tavat siirtyivät muihin juhliin, kuten jouluun ja uuteenvuoteen. Kekrin vietto säilyi pisimpään Itä-Suomessa, mutta hiljalleen 2000-luvulta lähtien kekrin viettäminen on levinnyt pitkin Suomea. Vanha kulttuuriperinne on hiljalleen heräämässä henkiin, sillä kekriissä yhdistyvät monet nykypäivän arvot, kuten yhteisöllisyys, yhdessä tekeminen, lähiruoka, terveellisyys, ruoantuottajien arvostaminen sekä satokausiajattelu. Lisäksi sadonkorjuujuhla valaisee ja piristää arkista ja pimenevää syksyä. (MTK [viitattu 30.08.2018].)

Vuonna 2009 Talonpoikaissäitiö aloitti Kekristä Kansanjuhla -hankkeen, jonka tavoitteena on herätellä vanhoja perinteitä ja vakiinnuttaa taas kekrin vietto suomalaisena sadonkorjuunjuhlana. Tähän mennessä hankkeen avulla on julkaistu muun muassa kekriaiheinen lastenkirja *Ahmattien yö*, verkko-opiskelumateriaalia sekä erilaisia kekritapahtumia ympäri Suomea. Lisäksi Talonpoikaiskulttuurisäätiö on suunnitellut ja luonut erityisen kekrikonseptin, joka koostuu kekrikemuista, kekrirokista, kekrileikeistä ja -tarinoista sekä kekrimenuista. Tämän tarkoituksena on edistää kekriperinnettä suomalaisessa kulttuurissa sekä korostaa yhdessäoloa ja nauttia syksyn satokauden tarjoamista antimista. (Talonpoikaiskulttuurisäätiö [viitattu 11.06.2018].)

4 TEEMATAPAHTUMA: KYRÖÖN KEKRI

4.1 Toimeksiantaja

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Kyrön Matkailun Edistämiskeskus, joka on isokyröläisen ruisviski- ja ginitislaamon Kyrö Distillery Companyn vierailukeskus, tislamoravintola sekä cocktailbaari. Kyrön Matkailun Edistämiskeskuksen toimitusjohtaja on Miko Heinilä ja ravintolapäällikkönä toimii Tony Sivula. Tämän lisäksi työntekijöitä on yrityksessä seitsemän.

Alun perin Kyrönmaan Matkailun Edistämiskeskus oli Helsingissä toukokuussa 2014 avattu pop up-baari, jossa lanseerattiin Kyrö Distillery Companyn ensimmäinen tuote, Juuri. Saman vuoden elokuussa Kyrönmaan Matkailun Edistämiskeskus siirtyi Isoonkyröön samoihin tiloihin Kyrö Distillery Companyn kanssa. Elokussa 2017 nimi muuttui Kyrönmaasta Kyröksi, sillä huomio haluttiin kiinnittää entistä tarkemmin itse Isoonkyröön ja Kyrö Distillery Companyyn yrityksenä.

Kyrön Matkailun Edistämiskeskuksen tarjoamia palveluita ovat muun muassa Juurella -illallinen, tislamokierros, tasting, jossa asiakkaat pääsevät maistelemaan oikeaoppisesti vahvoja alkoholijuomia, blending workshop, jossa asiakkaat saavat luoda oman ginin ja lopuksi valmistaa siitä cocktailin haluamallaan koristeilla ja cocktailkoulu, jossa asiakkaat oppivat valmistamaan cocktaileja kotikeittiöstä löytyvillä välineillä. Lisäksi Kyrön Matkailun Edistämiskeskuksesta löytyvät myös remontoituneet kokoustilat, joten asiakas voi halutessaan koota itselleen kokouspaketin, johon voi sisällyttää esimerkiksi aamukahvit, lounaan, illallisen tai muun palvelun. Tarvittaessa myös ravintolasalin saa muutettua 70-paikkaiseksi kokoustilaksi. (Kyrö Distillery Company 2018.)

4.2 Työn tavoitteet ja rajaukset

Toiminnallisen opinnäytetyön aiheena oli suunnitella Kyrö Distillery Companyn tislamoravintolalle, Kyrön Matkailun Edistämiskeskukselle elämyksellinen sadonkor-

juu-teematapahtuma, Kyröön Kekri. Vierailukeskus ja tismaamoravintola ovat pääosin avoinna tilauksesta yli kymmenen hengen ryhmille, joten tapahtuma oli suunnattu asiakkaille, jotka jäävät tämän kohderyhmän ulkopuolelle. Osallistuminen vaati edelleen ennakkoilmoittautumisen, mutta tapahtumaan sai tehdä varauksen pienemmällä, alle kymmenen hengen ryhmällä, pariskuntana tai itsekseen.

Opinnäytetyön tavoitteena oli järjestää elämyksellinen teematapahtuma, joka tarjoaa vieraille ainutlaatuisen ja kokonaisvaltaisen Kyrö-elämyksen, joka koostuu ravintola Juurella -illallisesta, Kyrön omista nimikkocktaileista, tismaamokierroksesta sekä tasting-tilaisuudesta, jossa vieraat pääsevät maistelevaan monipuolisesti Kyrön tuotteita. Kyrö-elämyksessä painotetaan yhteisöllisyyttä ja rehellistä hifistelyä, ruoassa ja juomassa sen sijaan läheltä hankittuja raaka-aineita ja laadukkuutta.

Tapahtuma mitoitettiin korkeintaan 50 hengelle ja torstai-iltapäivään 11.10.18 mennessä tapahtuma oli loppuunmyyty, joten osallistujatavoite saavutettiin. Lopulta vain kaksi henkilöä ei ilmaantunut paikalle, joten osallistujia oli 48 tapahtumapäivänä.

Elämyksellisen teematapahtuman suunnittelun ja toteuttamisen työkaluna käytettiin FAMM-mallia, jonka pohjalta kiinnitettiin huomiota viiteen eri tekijään, jotka vaikuttavat ruokailutilanteeseen. Tavallinen ravintolassa käynti on ihmisille elämyksien etsimistä, sillä hyvän ruoan lisäksi asiakkaat haluavat rentoutua ja nauttia ilmapiiristä sekä muiden ihmisten seurasta. Ravintolassa käyminen on yleissivistävä ja sosiaalinen prosessi, jonka tarkoitus on täyttää asiakkaiden toiveet. (Gustafsson ym. 2006, 85.)

Opinnäytetyö rajattiin käsittämään sekä suunnitteluosuus että itse toteutusosa. Tapahtuman toteutusosassa käsiteltiin laajoja kokonaisuuksia, kuten ruokalistan suunnittelua, raaka-aineiden ja viinien valintaa, markkinointia sekä tilaisuuden aikataulusta ja ohjelmaa. Muita toteutuksen osa-alueita olivat myös kattaminen ja somistaminen, valaistus, musiikki ja esiintyjät sekä palautteen kerääminen.

4.3 Juurella ravintola, menu ja juomat

Juurella on Seinäjoen keskustassa sijaitseva fine dining-ravintola, joka keskittyy käyttämään luomua sekä lähellä tuotettuja raaka-aineita. Ravintolan ovat perustaneet Miia Keski-Nikkola ja Jani Unkeri vuonna 2012. Kyrön Matkailun Edistämiskeskus ja Juurella ovat tehneet yhteistyötä syksystä 2014 lähtien, sillä tuolloin yritykseltä toivottiin erillisiä illallispalveluita. Ravintolan oma keittiö ei soveltunut ruoanvalmistukseen, joten illalliset päätettiin toteuttaa yhteistyössä Juurella ravintolan kanssa.

Illan menu suunniteltiin erityisesti tätä tapahtumaa varten ja siinä pyrittiin ottamaan huomioon satokausi ja sen tarjoamat raaka-aineet. Menun toteutuksesta vastasi Juurella ravintola, mutta sain vaikuttaa yksittäisiin käytettäviin raaka-aineisiin. Lähtökohtaisesti menussa pyrittiin käyttämään sellaisia raaka-aineita, joita oli aikoinaan saatavilla myös kekrin aikakaudella ja joita perinteisissä sadonkorjuujuhliissa tarjottiin. Tällaisia raaka-aineita olivat muun muassa perunat, juurekset, sienet, liha ja juustot sekä yrtit.

Cocktailit. Kyröön Kekriä varten suunniteltiin kaksi erikoista cocktailia, alkucocktail ja jälkiruokacocktail. Alkucocktailissa haluttiin hyödyntää erityisen hyvää pihlajanmarjasatoa ja pihlajanmarjan omintakeista makua. Pihlajanmarjoista keitettiin erillinen siirappi, joka toi cocktailiin makeutta ja hentoa happamuutta. Lisäksi cocktail sisälsi tyrnitislettä, Red & Rye-ginilikööriä ja karpalomehua.

Jälkiruokacocktailia suunniteltaessa todettiin, että sen olisi hyvä olla kuumana tarjottava, sillä alkucocktail oli kylmä. Jälkiruokacocktail sisälsi Koskue Sherryä, vaaleaa glögiä ja omenamehua. Koristeena cocktailissa oli uunissa kuivattu ja kandeerattu satsumaviipale. Lämmin cocktail toi mukavaa vaihtelua ja täydensi maultaan jälkiruokaa, jossa oli käytetty mausteena muun muassa kanelia.

Juomissa haluttiin hyödyntää raaka-aineita, joilla oli jotain yhteistä niin Kyrön kuin kekrinkin kanssa. Näitä raaka-aineita olivat muun muassa omenat ja pihlajanmarjat. Omenoita on parhaiten saatavilla syksyn satokaudella ja jopa aliarvostettua pihlajanmarjaakin on mahdollista hyödyntää esimerkiksi cocktailikäytössä tai ruoanlaitossa.

Viinit. Sopivat viinit tilattiin Interbrands Wines & Spirits Oy:ltä, joka toimii kaikissa Pohjoismaissa (Interbrands Oy, [viitattu 15.10.2018]). Yhteyttä otettiin Interbrand-silla työskentelevään Juho Lokkaan, joka toimii myös Kyrö Distillery Companyn brändilähettiläänä. Hänelle esiteltiin illan teema alustavine ruokalistoineen ja budjetti, joka oli käytettävissä. Valkoviinit, joita hän suositteli, olivat Rhône to the Bone Blanc ja Tommasi Poggio al Tufo Vermentino. Suositellut punaviinit olivat Rhône to the Bone Rouge ja Tommasi Poggio al Tufo Rompicollo. Viineistä tilattiin näytepullot ja ne maisteltiin yhdessä Jani Unkerin kanssa Juurella ravintolassa. Maistelussa pyrittiin ottamaan huomioon, kuinka hyvin ne sopivat tarjottavat ruoan kanssa ja sopiiko pullon visuaalinen ilme tapahtuman teemaan. Lopulta valkoviiniksi valikoitui ranskalainen Rhône to the Bone Blanc, joka oli sopivan kepeä ja hieman pähkinäinen makuprofiililtaan. Punaviiniksi valittiin italialainen Tommasi Poggio al Tufo Rompicollo, joka oli keskitanniininen, hilloinen sekä juuri sopivan täyteläinen. Valkoviiniä tilattiin 12 pulloa ja punaviiniä 24 pulloa, sillä oletuksella, että punaviiniä menee yleensä hieman enemmän. Jäljelle jäävät pullot on mahdollista käyttää Kyrön illallisilla, sillä ne sopivat ennestään yhteen Kyröllä tarjottavan ruoan kanssa ja tuovat vaihtelua viinitarjontaan.

Vaihtoehtoisesti ruokajuomaksi olisi ollut mahdollista valita myös erilaisia oluita, sillä alun perin suomalaiseen kekrin vieton valmisteluun on kuulunut olennaisena osana myös oluen paneminen ja sen nauttiminen. Suomessa yleisimpiä juhla juomia ovat aikoinaan olleet ohrasta valmistettu olut ja sahti (Hotelli- ja ravintolamuseo 2014). Oluella on ollut tärkeä rooli niin arjessa kuin juhlassakin, sillä arkena oli tapana tarjoilla ruokajuomana laimeampaa olutta, kun taas voimakkaampi olut kuului juhliin (Suomi syö ja juo 2016).

Menu. Kyröön Kekrissä oli vieraille tarjolla kolmen ruokalajin illallinen. Alkuruoaksi tarjoiltiin vihersalaattia, paahdettua kurpitsaa ja tyrniä, graavattua siikaa, tilliä ja punasipulia sekä lammasta, karpaloa ja rosmariinikreemiä. Pääruoaksi oli tarjolla härän rintaa sekä sienimuhennosta juurespedillä ja jälkiruoaksi leipäjuustoa, kanelituorejuustovaahtoa ja kinuskikrokanttia.

Ruokailu toteutettiin vatitarjoiluna, sillä buffet on liian yleinen ja lautasannokset ovat Kyrön ja kekrin tyyliin hieman liian hienostelevaa. Tarjottava ruoka aseteltiin isom-

mille vadeille ja pöydässä istujat saivat jakaa ruokaa keskenään samalla periaatteella kuin kotona. Tällä tavalla halutaan korostaa myös yhteisöllisyyttä, joka on yksi Kyrön tärkeimmistä arvoista. Vatitarjoilu täytyi ottaa huomioon kattauksessa, sillä kaikissa pöydissä tuli istua lähes saman verran henkilöitä, jotta voitiin käyttää samankokoisia ruokavateja. Käytössä oli yhteensä kuusi pöytää, joista neljässä istui kahdeksan henkilö ja kahdessa istui yhdeksän henkilöä.

Pelkän illallisen hinta oli 50 € per henkilö, mutta halutessaan osallistujat saivat liittää illalliseen tislaamokierroksen ja tasting-tilaisuuden, jolloin hinta oli 65 € per henkilö. Illallisella vieraillo oli myös mahdollisuus valita juomapaketti ruoan lisäksi. Juomapaketti sisälsi alkucocktailin, kaksi kaatoa viiniä sekä jälkiruokacocktailin. Juomaketin hinta oli 25 € per henkilö ja lopulta sen valitsi noin 35 henkilöä.

4.4 Yleisilme, kattaus ja musiikki

Yleisilme. 60-paikkaiseen ravintolasaliin pyrittiin luomaan sadonkorjuun tunnelmaa koristelun ja somistamisen kautta (kuva 1). Ravintolassa on käytössä Vaasan upseerikerholta hankitut ajan patinoimat pitkät pöydät, jotka itsessään edustavat yhtä yrityksen tärkeintä arvoa, yhteisöllisyyttä. Isojen pöytien ajatus on tuoda ihmiset yhteen ja herättää keskustelua tuntemattomienkin välillä. Pöytien ääressä olevat tuolit ovat entisiä ala-asteen tuoleja ja niissäkin on havaittavissa ajan hampaan vaikutukset. Tumman puun väriset pöydät ja tuolit kuitenkin kuvastavat perinteitä ja menneitä aikoja, joita myös itse yritys kunnioittaa ja vaalii. Tästä syystä ne sopivat hyvin ravintolan tyyliin, jossa yhdistyy mustan ja kuparin värimaailma. Ravintolan salia tuotiin vielä koristamaan kolme kappaletta tuotannosta poistuneita tammitynnyreitä, joiden päälle aseteltiin tuikkua tuomaan lisää valoa ja tunnelmaa.

Teeman haluttiin näkyvän heti jo ulkona terassilla, joten sinne sommiteltiin myrskylyhtyjä. Myös sisällä käytettiin pienempiä myrskylyhtyjä, joita jokaisessa pöydässä olikin yksi kappale. Myrskylyhtyjien turvallisuutta epäiltiin hieman ensin, kun testausvaiheessa käytettiin tavallista lamppuöljyä. Tavallinen lamppuöljy savutti hieman, mutta onneksi kaupasta löydettiin sisäkäyttöön soveltuvaa parafiinipohjaista lamppuöljyä, joka osoittautui lopulta varsin toimivaksi ja turvalliseksi vaihtoehdoksi.



Kuva 1. Ravintolan yleisilme (Kauppinen 2018).

Kattaus. Kaitaliinoja ei käytetty kattauksessa, koska niille ei ollut tarvetta, eivätkä ne oikein sopineet ravintolan tai kekrin tyyliin (kuva 2). Sen sijaan kattauksessa haluttiin hyödyntää mahdollisimman paljon luonnosta saatuja koristemateriaaleja, kuten viljan tähkiä, kanervaa, puolukanvarpuja sekä kuusen ja lepän käpyjä. Näistä tehtiin kaksi asetelmaa pöydälle ja asetelman keskelle sommiteltiin myrskylyhty tuomaan valoa ja tunnelmaa pöytään. Kattauksesta haluttiin tehdä kaunis ja yksinkertainen tavallisilla raaka-aineilla, koska näin on koristeltu myös aikoinaan Kekrinä. Illassa haluttiin painottaa hyvää ruokaa, juomaa, seuraa sekä valoa ja niistä koostaa yhtenäinen kekrielämys. Kekrissä eikä Kyrössä ole kyse materiasta ja siitä, että kaikkea on paljon, vaan enemmänkin siitä, että kaikkea on juuri sopivasti ja siitä kaikesta saadaan nauttia yhdessä mukavassa ja lämpimässä tunnelmassa.

Jokaisen vieraan paikalle katettiin lautanen, taskumallinen lautasliina, jonka sisältä löytyi haarukka ja veitsi, litalan juomalasit, kaksi viinilasia, pikkulusikka jälkiruokaa varten ja juomakortti, johon merkittiin vieraan tilaamat juomat. Kortista löytyi myös tietoa kekristä sekä siihen liittyvistä uskomuksista. Tällä haluttiin korostaa teemaa ja tarjota hieman lukemista, sillä aikaa, kun odotellaan ruokia. Lisäksi juomakortti helpotti henkilökuntaa, sillä siihen oli helppo merkitä asiakkaan ottamat ruoat ja illan päätteeksi asiakas otti vain juomakorttinsa kassalle mukaan ja henkilökunta sai helposti veloitettua oikean summan.



Kuva 2. Kyröön Kekrin pöytien kattaus (Kauppinen 2018).

Musiikki. Illallisen aikana vieraat pääsivät nauttimaan livemusiikista, kun Rami ja Miika Rinta-Korkeamäki esiintyivät yhdessä ja soittivat harmonikkaa illallisen aikana. Musiikki on omiaan kohottamaan tunnelmaa, mutta mikäli musiikki ei vastaa ravintolan tyyliä, se voi pahimmillaan jopa huonontaa ruokailukokemusta (Gustafsson ym. 2006, 90). Harmonikkamusiikki täydensi iltaa hienosti ja sopi illan teemaan.

ja tunnelmaan. Kappaleita soitettiin laidasta laitaan, osa oli hieman vanhempaa tuotantoa ja osa taas harmonikkaversioita nykypäivän hiteistä.

4.5 Illallisten aikataulu ja henkilökunta

Aikataulu. Vieraille järjestettiin mahdollisuus päästä osallistumaan tislaamokierrokselle ja tasting-tilaisuuteen ennen illallista. Ilta alkoi tislaamokierroksella klo. 18.00 ja tasting-tilaisuus järjestettiin heti kierroksen perään klo. 19.00. Itse illallinen oli suunniteltu alkavaksi klo. 20.00, mutta aikataulusta myöhästettiin hieman ja illallinen alkoi vasta noin klo. 20.15, joka ei toki tunnelmaa haitannut. Ovet olivat auki klo. 23 saakka.

Tavallisina iltoina kierros on päinvastainen, ensin nautitaan illallinen, seuraavana on tislaamokierros ja viimeisenä tasting. Kyröön Kekriä varten järjestystä päätettiin kuitenkin vaihtaa, sillä haluttiin ottaa huomioon, etteivät kaikki välttämättä halua osallistua kierrokselle ja tasting-tilaisuuteen. Illasta olisi tullut hieman pirstaleinen, mikäli illallisen jälkeen osa ihmisistä olisi lähtenyt ja osa olisi jäänyt istuskelemaan ravintolaan. Tapahtumassa oli myös esiintyjät, joten ajateltiin, että osaa vieraista saattaa harmittaa, jos he joutuvat lähtemään tislaamokierrokselle kesken esityksen.

Henkilökunta. Kyröön Kekkissä työskenteli neljä Kyrö Distilleryn työntekijää ja kaksi Juurella ravintolan kokkia. Henkilökuntaa oli riittävästi vierailijoiden määrään suhteutettuna ja työskentely sujuikin jouhevasti ilman suurempia vaikeuksia.

Tapahtumaan oli luotu oma istumajärjestys, jolloin asiakkaiden saapuessa ravintolaan, henkilökunta otti heidät vastaan ja ohjasi oikeille paikoille istumaan. Vieraisiin pyrittiin kiinnittämään huomiota heti heidän saapuessaan, mutta myös koko tapahtuman ajan, sillä henkilökunnan toiminnalla on suurin vaikutus asiakkaan viihtyvyyteen (Gustafsson ym. 2006, 87). Vieraille haluttiin osoittaa, että heidän viihtyvyydestään välitetään ja että he ovat erittäin lämpimästi tervetulleita.

Kekri-teema ei näkynyt henkilökunnan työasuista erityisemmin, sillä haluttiin noudattaa yrityksen linjaa työasuissa. Jokaisella työntekijällä oli kuitenkin samanlainen työpaita, jossa luki ”In rye we trust”. Tällä pienellä yksityiskohdalla haluttiin korostaa rukiin ja viljan merkitystä sekä kekrielle että myös toimeksiantajan yritykselle.

4.6 Markkinointi

Teematapahtuman markkinointi toteutettiin yhteistyössä Kyrön Matkailun Edistämiskeskuksen markkinointivastaavan, Jenna-Leena Toivosen kanssa. Tapahtumaan mainostettiin lähinnä sosiaalisessa mediassa, yrityksen sivuilla ja luomalla Facebookiin event-päivitys. Lisäksi tapahtumasta luotiin mainos paikalliseen Pohjankyrö-sanomalehteen (kuva 3).

KYRÖÖN KEKRI



JUURELLA ILLALLINEN 12.10 KYRÖN TISLAAMOLLA

MENU 50€/HLÖ
Alkuruoka: Vihersalaattia, paahdettua kurpitsaa ja tyrniä.
 Graavattua siikaa, punasipulia ja tilliä. Lammasta, karpaloa ja rosmariinikreemiä.
Pääruoka: Häränrintaa sekä sienimuhennosta juurespedillä.
Jälkiruoka: Leipäjuustoa, kaneli-tuorejuustovaahtoa ja kinuskikrokanttia.

VARAUKSET & ERITYISRUOKAVALIOT
 Tiia Kauppinen, tiia@kyrodistillery.com

Illallinen on tarkoitettu vain alle 10 hengen ryhmille/pariskunnille. Lisätietoja www.kyrodistillery.com.

Kuva 3. Tapahtuman mainos Pohjankyrö-lehdessä.

4.7 Asiakaspalaute

Tapahtuman alussa osallistujille mainittiin, että kyseessä on samalla myös opinnäytetyö ja toivoisimme, että mahdollisimman moni vastaisi illallisten päätteeksi palautekyselyyn (liite 1). Palautekyselyssä kysyttiin muun muassa, onko henkilö vierailut yrityksessä aikaisemmin, vastasiko tapahtuma odotuksia ja kuinka tapahtumaa voisi

kehittää. Palautekysely jaettiin 47 osallistujalle, sillä kaksi henkilöä ei lopulta saapunut paikalle ja yksi henkilö ei halunnut täyttää palautekyselyä.

Tapahtuman palautekyselyllä haluttiin pääsääntöisesti kartoittaa yleisen tyytyväisyyden tasoa ja mahdollisia kehittämisideoita, joten siksi tulosten syvempi vertailu jäi ulkopuolelle. Avoin dinner-konsepti on toteutettu Kyrön Matkailun Edistämiskeskuksessa nyt kolme kertaa, joten tavoitteenamme on myös jatkojalostaa tämän palautekyselyn tuloksia hyödyntämällä niitä tulevien tapahtumien suunnittelussa.

Palautekyselylomake kirjoitettiin puhtaaksi Kyrö Distillery Companyn omalla fontilla Napue Sansilla sekä myös Etelä-Pohjanmaan murteella. Näin haluttiin korostaa toimeksiantajan yrityksen omaa brändiä ja visuaalista ilmettä sekä täydentää Kekri -teemaa.

Sukupuoli ja ikäjakauma. Kaikista vastaajista 29 oli naisia ja 16 oli miehiä. Tyhjiä vastauksia jätettiin kaksi. Vastaajista 18–29-vuotiaita oli 15 henkilöä, 30–62-vuotiaita oli 19 henkilöä ja yli 63-vuotiaita oli 13 henkilöä. Tyhjiä vastauksia ei jätetty yhtään.

Aikaisemmat vierailut. Vastaajista 33 oli vierailut Kyrön Matkailun Edistämiskeskuksessa aikaisemmin ja 14 ei ollut vierailut aikaisemmin. Tyhjiä vastauksia ei jätetty.

Tapahtumasta kuuleminen. Useimmat vastaajat olivat kuulleet tapahtumasta Facebookista, ystävältään, puolisoltaan tai Pohjankyrö-lehdestä. Noin 10 vastaajaa saapui tapahtumaan myös viettämään syntymäpäiväjuhlia. Lisäksi tapahtumasta oli saatu tietää myös Kyrön Matkailun Edistämiskeskuksen henkilökunnalta.

Odotukset tapahtumasta. Vastaajista 10 koki, että tapahtuma vastasi odotuksia hyvin ja 37 koki, että tapahtuma vastasi odotuksia erinomaisesti.

Kehittämisehdotukset. Suurin osa vastaajista koki, että tapahtuma oli tällaisenaan hyvä, mutta saimme kuitenkin muutamia kehittämisehdotuksia. Vastaajat toivoivat muun muassa, että tulevaisuudessa Kyrön Matkailun Edistämiskeskukseen järjestettäisiin kaupunkikuljetuksia, seuraavalla tapahtumalla olisi jatkot ja että livemusiikki säilyisi jatkossakin.

Tapahtumaa koskevien asioiden arviointi. Tapahtumaa koskevia asioita arvioi 46 vastaajaa, sillä yksi henkilö jätti vastaamatta kyseiseen kohtaan. Kohdassa oli kahdeksan väittämää, joissa vastausvaihtoehtoina oli *täysin eri mieltä, jokseenkin eri mieltä, jokseenkin samaa mieltä* ja *täysin samaa mieltä*.

Taulukko 1. Palautekyselyn tulokset n= 46.

	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä
Koin olevani ter- vetullut			2	44
Teema tuli selke- ästi esille			7	37
Ilmapiiri oli läm- min ja miellyttävä			2	43
Henkilökunta oli ystävällistä				46
Ruoka ja juoma vastasivat odo- tuksia			5	41
Ilta oli onnistunut			2	44
Osallistuisin vas- taavanlaiseen ta- pahtumaan uu- destaan			3	43

Palautekyselyssä pyydettiin arvioimaan myös väittämä ”*Kierros ja tasting olivat mie-
lenkiintoisia.*” Väittämä jätettiin taulukon ulkopuolelle, koska kaikki vastaajat eivät
näihin osallistuneet. Kierrokselle ja tastingille osallistui yhteensä 26 henkilöä, joista
1 oli *jokseenkin eri mieltä*, 3 oli *jokseenkin samaa mieltä* ja 22 oli *täysin samaa
mieltä*.

Avoin palaute. Tapahtumaa koskevaa avointa palautetta antoi vastaajista 30. Pää-
osin avoin palaute oli positiivista, asiakkaat vaikuttivat tyytyväisiltä ja moni kommentoi vielä kiitokset illasta. Eräs vastaajista kommentoi, että pöydät saisivat olla pie-
nemmät, jotta yksityisyyden tunne säilyisi. Tätä asiaa on pohdittu aikaisemminkin,
mutta pitkät pöydät kuvastavat yhteisöllisyyttä ja yrityksen omaa tapaa tuoda ihmisiä

yhteen, joten pöytiä ei näillä näkymin vaihdeta. Kaikki avoimet palautteet löytyvät liite osiosta (liite 2).

” Ihailen yrityksen raffia brändäystä, jonka olisin toivonut näkyvän hieman enemmän illan tunnelmassa. Ravintolatiloiissa se tuli hyvin esiin.”

” Ilta oli paremmin organisoitu, kun kierros ja tasting oli ennen illallista. Ihana ja ystävällinen henkilökunta. Tulen mielelläni takaisin :)”

”Hyvä tunnelma, vastaanotto kiva, ruoka oli todella hyvää.”

”Useammin tällaisia! Ehkä pienemmät pöydät niin on suomalaiselle helpompaa!”

”Ilta oli erittäin onnistunut ja elävä musiikki kruunasi kaiken.”

”Saatiin tällä kertaa aivan fantastinen ohjelmanvetäjä Tiia. Hän pystyi luomaan ryhmälle hyvän hengen. Tulen lämpimästi suosittelemaan tätä paikkaa muille ihmisille.”

”Kiitos tosi paljon kaikesta. Ja jaksakaa pitää tunnelma, ruoka, tietotaito – kaikki tällä tasolla!”

5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa sadonkorjuujuhlaan pohjautuva elämyksellinen teematapahtuma, Kyröön Kekri. Toimeksiantajana opinnäytetyöllä oli Isossakyrössä toimiva tislaamoravintola ja tislaamon vierailukeskus Kyrön Matkailun Edistämiskeskus. Tapahtuma toteutettiin, koska vierailukeskus on pääosin avoinna tilauksesta yli kymmenen hengen ryhmille ja tästä syystä kohderyhmän ulkopuolelle jää yksittäisiä ihmisiä, joilla olisi kiinnostusta illallistaa Kyröllä, mutta joilla ei ole siihen mahdollisuutta. Tavoitteena oli samalla myös vastata kysyntään, jota Juurella ravintolan illallinen ja Kyrö-elämys ovat asiakkaissa herättäneet.

Opinnäytetyötä varten lähdettiin ensin hahmottamaan teoreettista viitekehystä, jonka avulla työtä saatiin rajattua. Teoriaosuus koostui kokonaisuudessaan elämyksellisyydestä, elämyskolmio-mallista, tarinallistamisesta sekä palvelumuotoilusta. Opinnäytetyö noudatti pääosin FAMM-mallia (Gustafsson ym. 2006), jonka avulla lähdettiin tarkastelemaan ravintolan palvelukokonaisuutta viiden eri teeman pohjalta; tilan, kohtaamisen, tuotteen, johtamisen ja tunnelman. Myös tapahtuman jälkeisen palautekyselomakkeen sisältö rakentui edellä mainittuja teemoja noudattaen. Palautekyselyssä vastaajia pyydettiin arvioimaan muun muassa tapahtuman tunnelmaa ja ilmapiiriä, henkilökuntaa, ruokaa ja juomaa sekä teeman selkeyttä.

Opinnäytetyössä yhtenä työkaluna käytettiin myös tarinallistamista (Kalliomäki 2014), joka tarkoittaa tarinalähtöistä palvelumuotoilua. Tarinallistamisen tarkoituksena on punoa tarinamuotoon yrityksen palvelut, arvot ja visiot, jolloin saadaan tuotettua arvoa ja elämyksellisyyttä asiakkaalle. Erilaiset tarinat ovatkin Kyröllä pääosassa, sillä ne toimivat samalla yrityksen kilpailuetuna. Kyrö Distillery Company on tislaamoksi varsin nuori yritys verrattuna satoja vuosia vanhoihin viskinvalmistajiin, joten yrityksen perustamisen alussa päätettiin, että perinteikkään ja pitkän historian sijaan yritys keskittyisi erottumaan joukosta omintakeisuudellaan ja hulluudellaan, joka kumpusi ensimmäisestä saunaillasta ja ideasta valmistaa ensimmäisenä suomalaista ruisviskiä (Keskuskauppakamari 2016).

Tapahtumaa suunniteltaessa oli otettava huomioon useita yksityiskohtia ja se, että suunnittelussa ja toteutuksessa säilyy niin sanottu punainen lanka. Tapahtuman

suunnittelua helpotti se, että toimeksiantaja oli myös työnantajani, joten minulla oli jo ennestään kokonaisvaltaista käsitystä siitä, minkälainen tapahtuman täytyy olla ja mitä siltä odotetaan. Tapahtuman suunnittelun ja toteutuksen suhteen sain varsin vapaat kädet toimeksiantajalta, joka oli pääosin hyvä asia, sillä se kertoi luottamuksesta. Budjettia tai hintoja koskevissa asioissa olin aina yhteydessä toimeksiantajaan ja varmistin hyväksynnän mahdollisille hankinnoille.

Tapahtuman teeman määrittäminen ei ollut erityisen vaikeaa, sillä kesäsesonki oli jo takana ja Halloweeniin oli vielä aikaa. Ajankohta lokakuuiselle sadonkorjuujuhlaa oli lähes täydellinen ja kekriteema sointuikin hienosti yhteen yrityksen arvojen ja perusperiaatteiden kanssa. Kekri on aikoinaan vaipunut unholaan, mutta nykypäivänä sen arvostus on kasvussa, sillä kekriessä yhdistyvät useimmat tänä päivänä arvostetut elementit, kuten yhdessä oloinen, lähiruoka, luomu ja ruoantuottajien arvostaminen. Alusta asti rustiikkista ja rosoista sadonkorjuuteemaa haluttiin tuoda selkeästi esille muun muassa ruoan ja visuaalisen ilmeen kautta, mutta samalla kuitenkin pitäytyä minimalistisessä tyyliässä, sillä materialismi ei kukoistanut kekrin aikana. Somistuksessa tähdättiin siihen, että jokaisella komponentilla ja yksityiskohdalla oli tietty syy, minkä takia juuri sitä päädyttiin käyttämään. Sama päti myös ruokalistassa ja cocktaileissa käytettäviin raaka-aineisiin, jotka mietittiin huolella vastaamaan kekrin perinteitä ja Kyrön makumaailmaa.

Palautekyselyn vastausten ja pohdinnan perusteella teemaa olisi voitu tuoda hieman selvemmin esille muun muassa somistuksen ja tilan koristelun kautta. Ravintolasaliin tai terassille olisi voitu asetella esimerkiksi olki- tai heinäpaaleja korostamaan juurikin sadonkorjuuta. Kekrin perinteiden mukaisesti olisi ollut myös mahdollista ottaa viinien rinnalle suositellut oluet, sillä olut oli kekrin aikana yleisin juhla-juoma. Erikoisemmat oluet olisivat ehkä saattaneet olla miespuolisten vieraiden keskuudessa suositumpi ruokajuoma kuin viinit ja se olisi tuonut vielä entistä enemmän vaihtelua illallisten ruokajuomavalikoimaan.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyö saavutti kuitenkin sille asetetut tavoitteet ja palautekyselyn vastausten perusteella tapahtumaan osallistuneet henkilöt olivat erittäin tyytyväisiä ja suurin osa olisi valmis osallistumaan myös tulevaisuudessa vas-

taavanlaiseen tapahtumaan. Toimeksiantajan mielestä tapahtuma oli hyvin onnistunut ja todennäköisesti tulevaisuudessa tullaan järjestämään lisää vastaavanlaisia tapahtumia.

LÄHTEET

- Gustafsson, I.-B., Öström, Å., Johansson, J. & Mossberg, L. 2006. The Five Aspects Meal Model: A Tool For Developing Meal Services In Restaurants. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 3.7.2018]. Saatavana: <https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/matvanor-halsa-miljo/maltider-var-d-skola-omsorg/maltidsmodellen/trivsamt/famm-vetenskaplig-artikel.pdf>
- Hotelli- ja ravintolamuseo. 2014. Suomalaisen oluen pitkä historia. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 7.11.2018]. Saatavana: <https://www.hotellijaravintolamuseo.fi/museosta/yhteisty/suomalaisen-oluen-pitka-historia/>
- Hänninen, A. 3.11.2010. Kekri ja pyhäinpäivä. [Verkkosivu]. Kotimaisten kielten keskus. [Viitattu 11.6.2018]. Saatavana: [https://www.kotus.fi/nyt/kolumnit/tiesitko_taman_\(2004_2014\)/kekri_ja_pyhainpaiva](https://www.kotus.fi/nyt/kolumnit/tiesitko_taman_(2004_2014)/kekri_ja_pyhainpaiva)
- Interbrands Oy. Ei päiväystä. Meistä. [Verkkosivu]. [Viitattu 15.10.2018]. Saatavana: <https://www.interbrands.fi/meista/>
- Kalliomäki, A. 9.12.2011. Miten luodaan elämyksiä? [Verkkojulkaisu]. Tarinakone. [Viitattu 7.11.2018]. Saatavana: <http://www.tarinakone.fi/blogi/4-miten-luodaan-elamyksia/>
- Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen: Palvelukokemuksen punainen lanka. Helsinki: Talentum.
- Keskuskauppakamari. 28.7.2016. Kun tarina on tuote: Kyrö Distillery Company. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 8.11.2018]. Saatavana: <https://kauppakamari.fi/2016/07/28/tarina-tuote-kyro-distillery-company/>
- Koivisto, M. 2007. Mitä on palvelumuotoilu? Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. [Verkkojulkaisu]. Taideteollinen korkeakoulu. [Viitattu 6.11.2018]. Saatavana: http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/Loppu-tyo_TaM_MikkoKoivisto_2007.pdf
- Koskinen, R. & Vuolio, K. 1989. Suomalaiset juhlat. Helsinki: WSOY.
- Kyrö Distillery Company. 2018. Palvelut. [Verkkosivu]. [Viitattu 26.6.2018]. Saatavana: <https://kyrodistillery.com/fi/visits-fin/#kokouspaketti>
- Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto. 29.9.2017. Kekrin aika on täällä. [Verkkosivu]. [Viitattu 30.8.2018]. Saatavana: https://www.mtk.fi/ajankohtaista/uutiset/uutiset_2017/fi/FI/Kekrin_aika/

- Pitkäkoski, T. 2015. Elämysperusteisen ruokapalvelutapahtuman tuottamisen konseptointi: Teemallisuus, prosessimaisuus ja kokonaisvaikutelma markkinoinnin johtamisen haasteena. [Verkkajulkaisu]. Vaasan yliopisto. [Viitattu 6.11.2018]. Saatavana: https://www.univaasa.fi/materiaali/pdf/isbn_978-952-476-627-2.pdf
- Suomi syö ja juo. 1.9.2016. Hörpyn verran sahdin historiaa. [Verkkajulkaisu]. Hotelli- ja ravintolamuseo. [Viitattu 7.11.2018]. Saatavana: <https://suomisyoja-juo.fi/2016/09/01/horpyn-verran-sahdin-historiaa/>
- Talonpoikaiskulttuurisäätiö. Ei päiväystä. Kekritietoa. [Verkkosivu]. [Viitattu 11.6.2018]. Saatavana: <http://www.kekri.fi/kylalle/kylalle-kekritietoa>
- Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2009. Elämystuottajan käsikirja. [Verkkajulkaisu]. Rovaniemi: LEO, Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. 6. uud. p. [Viitattu 6.11.2018]. Saatavana: [http://87.108.50.97/re-lis/REL_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/\\$FILE/elamys-tuottajan-kasikirja.pdf](http://87.108.50.97/re-lis/REL_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/$FILE/elamys-tuottajan-kasikirja.pdf)
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

LIITTEET

Liite 1. Palautekyselylomake

Liite 2. Avoin palaute

Liite 1. Palautekyselylomake

KYRÖÖN KEKRI
PALAUTELOMAKE

1. Olen ☐ Nainen ☐ Mies
2. Ikäni ☐ 18 - 29 ☐ 30 - 62 ☐ Yli 63

3. OOKKO VIERAALLU AIKAASEMMIN KYRÖN MATKAILUN
EDISTÄMISKESKUKSESSA?

- ☐ Kyllä ☐ En

4. MISTÄ KUULIT TAPAHTUMASTA JA MIKÄ SAI SINUT
OSALLISTUMAHAN KYRÖÖN KEKRIIN?

5. VASTASIKO KYRÖÖN KEKRI – TAPAHTUMA OROTUKSIA?

- ☐ Ei lainkaan ☐ Jonkin verran ☐ Hyvin ☐ Erinomaasesti

6. KEHITTÄMISEHEROOTUKSIA TULEVIA TAPAHTUMIA VARTEN:

7. ARVIOI SEURAAVIA KYRÖÖN KEKRIÄ KOSKEVIA ASIOITA:

	<i>1= Täysin eri mieltä</i>	<i>2= Jokseenkin eri mieltä</i>	<i>3= Jokseenkin samaa mieltä</i>	<i>4= Täysin samaa mieltä</i>
<i>Koin olevani tervetullut</i>				
<i>Kierros ja tasting oli mielenkiintoosia (vastaa jos osallistuit)</i>				
<i>Teema tuli selektiästi esille</i>				
<i>Ilimapiiri oli lämmin ja miellyttävä</i>				
<i>Henkilökunta oli ystävällistä</i>				
<i>Ruoka ja juoma vastas orotuksia</i>				
<i>Ilta oli onnistunut</i>				
<i>Osallisuusin vastaavanlaisehen tapahtumahan uurestahan</i>				

8. AVOIN PALAUTE:

KIITOS RISUUSTA JA RUUSUUSTA. PALAUTTEESI ON MEILLE TÄRKIÄ!

Liite 2. Avoin palaute

"Paljon ruusuja illasta!"

"Hauska, että käytätte murretta! Oikein oivallinen emäntä <3 Ja kierros tislaamossa oli rento ja informatiivinen pläjäys. Jaettu ruoka oli kiva ajatus. Musiikki sopi hyvin."

"Opiskelija Tiia Kauppiselle arvo opinnäytetyöstä: Erinomainen!"

" Tunnelma oli loistava! Ruoka oli hyvää ja sitä oli riittävästi. Host oli luonteva ja mukava oli kuunnella."

"Jatkakaa samaan malliin! Ilta ylitti odotukset. Tulimme kahdestaan, mutta lopulta nautimme illasta 8 hengen voimin. Hyvä ruoka ja juoma yhdistää :) Alkuruuista kala oli ehdoton suosikki!"

"Hyvä paikka, paras palvelu ja ruoka. Lämpimät kiitokset. Lukulasit jäi kotiin, en nähnyt kaikkia kohtia täyttää... :)"

"Pehmeet istuimet."

"Kiva juttu yhteisen aterian jakaminen. Samoin vanhat eripari-astiat, saman lautasen käyttö ilman vaihtoa, suurenmoisen maukasta ruokaa, musiikki täydensi, henkilökunnan esitys kaikenkaikkiaan loistava. Ilonaihe: paikalla on nuortaväkeä. Toivon Kyröön Kekristä perinnettä. Pitäis saada ajopullo joukkohon kotimatkalle! Älkääkä laittako kesäkukkalautasia pesukoneeseen, kuvat ja kultaus häviää!"

"Tällaisia lisää! Tullahan uurestaan <3 Ihana ilta!"

"Kiitos mahtavasta illallisesta."

"Hinta-laatusuhde erittäin positiivinen!"

"Erittäin hienoa, että tällaisia tapahtumia vielä on!"

"10 kiitos"

"Kyllä kyrölääset osaa"

"Kyrö <3 Ja hienoa Tiia, onnea restonomille! :) Hauska idea jakaa ruoka, toimii ilmapiiirin luojana."

"Mahtava ilta. Jäi lämmin ja mukava tunnelma."

"Hyvä jengi, oli mahtia! Ps. Terkut Tontolle."

"Mukavaa ja maukasta. Kiitos!"

"Kaikki ok. Musiikki sujuvaa, ei liian kovalla volyymilla."

"Ystävän 70-v. synttärit. Kyläläisenä tuttu paikka on tämä!"

"Hyvin meni, hyvää jatkoa"

"Komia toteutus"

"Kiitos!"