

VAPAA-AJAN MATKUSTAJIEN KOKEMUKSIA HOTELLIMAJOITUKSESTA

Sokos Hotel User Room -projekti

Katri Tiainen
Sini Saukko

Opinnäytetyö
Helmikuu 2012

Matkailun koulutusohjelma
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala





Tekijä(t) SAUKKO, Sini TIAINEN, Katri	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 13.2.2012
	Sivumäärä 97	Julkaisun kieli suomi
	Luottamuksellisuus () saakka	Verkojulkaisulupa myönnetty (X)
Työn nimi VAPAA-AJAN MATKUSTAJIEN KOKEMUKSIA HOTELLIMAJOITUKSESTA Sokos Hotel User Room –projekti		
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) NUIJANMAA, Susanna		
Toimeksiantaja(t) Lutakko Living Lab Sokos Hotel Paviljonki		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön toimeksiantaja oli Lutakko Living Lab yhteistyössä Sokos Hotel Paviljongin kanssa. Työn tavoitteena oli teemahaastatteluiden avulla saada tietoa vapaa-ajan matkustajien hotellikokemuksista, jotta tuloksia voitaisiin tulevaisuudessa hyödyntää käyttäjälähtöisyyden kehittämiseksi. Tutkimuskysymyksenä oli, miten vapaa-ajan matkustajat kokevat hotellimajoituksen eri vaiheet.</p> <p>Työn tietoperusta koostuu ajankohtaisesta tiedosta vapaa-ajan matkustuksesta, kuluttajakäyttämisen ja palvelumuotoilusta. Teoria luo perustaa tutkimukselle ja tulosten analysoinnille. Opinnäytetyö on osana Lutakko Living Labin palvelumuotoiluprosessia, joten on tärkeä ymmärtää myös palvelumuotoilun ominaispiirteet.</p> <p>Tutkimusote oli laadullinen, ja tutkimusmenetelmänä oli teemahaastattelu. Haastattelut toteutettiin marras-joulukuussa 2011 Sokos Hotel Alexandrassa. Haastatteluita tehtiin yhteensä 10 kappaletta. Haastatteluissa kysyttiin asiakkaiden aiempia hotellikokemuksia ja käytiin läpi vaihe vaiheelta hotelliin majoitusprosessi matkan suunnittelusta matkakokemusten muisteleminen.</p> <p>Tuloksia esitellään asiakasprofiilien ja tarinoiden kautta, jotka ovat keskeisiä palvelumuotoiluprosessin menetelmiä. Tutkimuksen tuloksista käy ilmi vapaa-ajan matkustajien hotellikokemuksiin vaikuttavia tekijöitä. Haastatteluihin osallistuneet korostivat sujuvan ja joustavan asiakaspalvelun merkitystä sekä hotellihuoneen tilavuutta ja siisteyttä. Yksittäisenä ongelmana esiin nousi selkeimmin hotellien parkkipaikkojen saavutettavuusongelma. Lutakko Living Lab voi yhteistyössä Sokos Hotellin kanssa käyttää tuloksia User Room -projektin seuraavissa vaiheissa. Sokos Hotelli voi hyödyntää tuloksia suoraan ja kehittää palveluitaan käyttäjälähtöisempään suuntaan pienillä toiminnan muutoksilla.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Käyttäjätutkimus, käyttäjälähtöisyys, kuluttajakäyttäytyminen, palvelumuotoilu, Sokos Hotel, teemahaastattelu, vapaa-ajan matkailu		
Muut tiedot		



Author(s) SAUKKO, Sini TIAINEN, Katri	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 13.2.2012
	Pages 97	Language Finnish
	Confidential () Until	Permission for web publication (X)
Title LEISURE TRAVELER'S EXPERIENCES FROM HOTEL ACCOMMODATION Sokos Hotel User Room project		
Degree Programme Degree programme in Tourism		
Tutor(s) NUIJANMAA, Susanna		
Assigned by Lutakko Living Lab Sokos Hotel Paviljonki		
Abstract <p>The thesis was assigned by Lutakko Living Lab in cooperation with Sokos Hotel Paviljonki. The purpose of the thesis was to collect information on leisure travelers' hotel experiences, using theme interviews. Another purpose was to utilize the results in developing services to be more customer-oriented. The research question was: How do the leisure travelers experience different stages of the accommodation process.</p> <p>The theory section was based on actual information of leisure travel, consumer behavior and service design. The theory provides the basis for the research and analyzing its results. The thesis is part of the Lutakko Living Lab's service design process. Therefore, understanding the special characteristics of service design is essential.</p> <p>The approach was qualitative and theme interviews were used as the research method. The interviews were carried out in November and December in 2011 at Sokos Hotel Alexandra. Ten interviews were conducted in total. Customers were asked about their previous hotel experiences and the whole hotel process was reviewed stage by stage from planning to reminiscing the trip.</p> <p>The results are presented by customer profiles and stories, which are essential tools of service design. The results showed the factors that influenced the experiences of leisure travelers. The interviewees highlighted fluent and flexible customer service and spacious clean hotel rooms. One individual problem was the accessibility of hotels' parking areas. Lutakko Living Lab can in cooperation with Sokos Hotels utilize the results in the next stages of the User Room project. Sokos Hotels can benefit the results in developing more customer-oriented hotel services.</p>		
Keywords Customer research, customer-oriented approach, customer behavior, service design, Sokos Hotel, theme interview, leisure travel		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO.....	4
1.1	Lutakko Living Lab.....	4
1.2	Sokos Hotel.....	6
2	KULUTTAJAKÄYTTÄYTYMINEN MATKAILUSSA	7
2.1	Motivaatio matkailussa	9
2.2	Asiakaslähtöisyys.....	13
3	VAPAA-AJAN MATKAILU	15
3.1	Työ- ja vapaa-ajan matkailu.....	15
3.2	Vapaa-ajan matkailu Jyväskylässä	16
3.3	Majoitustoiminnan trendit	17
4	PALVELUMUOTOILU.....	20
4.1	Palvelumuotoilu käsitteenä	20
4.2	Palvelumuotoiluprosessi.....	21
4.3	Hyöty liiketoiminnalle.....	24
5	TUTKIMUSPROSESSI	26
5.1	Tutkimusmenetelmä.....	26
5.2	Aineiston keruu	28
5.3	Tutkimuksen luotettavuus.....	29
6	TUTKIMUSTULOKSET	30

6.1 Ennen matkaa.....	31
6.2 Matkalla.....	36
6.3 Matkan jälkeen.....	41
6.4 Arkityypit.....	45
6.5 Yhteenveto vastauksista.....	49
6.6 Jatkokehitysideoita.....	53
7 POHDINTA.....	54
LÄHTEET.....	57
LIITTEET.....	59
Liite 1: Karoliina.....	59
Liite 2: Leena.....	62
Liite 3: Marja.....	65
Liite 4: Riitta.....	68
Liite 5: Marika.....	71
Liite 6: Johanna ja Kari.....	74
Liite 7: Mikko.....	78
Liite 8: Laila.....	81
Liite 9: Heikki ja Martta.....	84
Liite 10: Suvi ja Matti.....	88
Liite 11: Teemahaastattelurunko.....	91
Liite 12: Kuvasarja.....	97

KUVIOT

KUVIO 1. Kuluttajakäyttäytyminen matkailussa.....	8
KUVIO 2. Motivaatio matkailussa	10
KUVIO 3. Kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavat henkilökohtaiset tekijät.....	12

1 JOHDANTO

Hotellit kehittävät toimintaansa asiakkaan valintapäätösten ja asiakkaalta saamansa palautteen avulla. Asiakasryhmien tunteminen, heidän vaatimustensa selvittäminen sekä ennakkoluuloton uusien tuotteiden tarjoaminen vaativat hotellitoiminnassa syvällistä asiakaslähtöisyyttä. (Alakoski, Hörkkö & Lappalainen 2006, 37.)

Opinnäytetyö on osana Sokos Hotel User Room -projektia. Sen kohteena on Jyväskylän Lutakkoon kesällä 2012 avattava Sokos Hotelli Paviljonki. Tällä hetkellä prosessi on vaiheessa, jossa taustatietoa ja asiakasymmärrystä pyritään hankkimaan. Työn toimeksiantaja on Lutakko Living Lab yhteistyössä Sokos Hotellin kanssa.

Opinnäytetyö keskittyy hotellipalveluiden tutkimiseen vapaa-ajan matkustajan näkökulmasta. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää vapaa-ajan matkustajien hotellikokemuksia ja heidän mielipiteitään hotellin palveluista sekä puitteista. Työn tutkimuskysymyksenä on, miten vapaa-ajan matkustajat kokevat hotellimajoituksen eri vaiheet.

Opinnäytetyön tietoperustassa käsitellään vapaa-ajan matkustuksen ja matkailijan määritelmiä, majoitusmatkailua, kuluttajakäyttämistä, asiakaslähtöisyyttä sekä palvelumuotoilua. Näiden tietojen avulla luotiin tutkimuksen pohjaa ja pohdittiin tärkeimpiä asioita, joihin tutkimuksen avulla haetaan vastausta. Lisäksi taustalla olevien teorioiden ymmärtäminen on tärkeää, jotta tutkimustuloksia voidaan jatkossa soveltaa tehokkaasti ja tuloksellisesti käytäntöön.

1.1 Lutakko Living Lab

Työn toimeksiantaja Lutakko Living Lab työskentelee käyttäjälähtöisyyden ja palveluinnovaatioiden parissa. Sen toiminta perustuu oppimis- ja innovaatioympäristönä toimimiseen ja tarjoaa alueen yrityksille mahdollisuuden hyötyä opiskelijoiden tuo-

reista projekteista. Living Labin olennainen työkalu on palvelumuotoilu eli palveluiden muotoileminen asiakkaiden tarpeisiin sopivaksi.

Lutakko Living Lab keskittyy käyttäjälähtöisiin palveluinnovaatioihin ja tekee niitä yhteistyössä asiakkaiden kanssa. Se on jäsenenä ENOLL- (European Network of Living Labs) sekä Service Design Network -verkostoissa. (Ruuska 2011b.) Lutakko Living Lab on sekä oppimis- että innovaatioympäristö, jossa opiskelijat osallistuvat yritysten ja julkisten toimijoiden toimeksiannoista rakennettuihin projekteihin. Lutakko Living Lab on projektien operaattori, joka kokoaa sopivat tekijät projekteille yhdessä toimeksiantajan kanssa. (JAMK 2011.)

Living Labin toiminta perustuu käyttäjälähtöisyyteen, avoimeen innovaatioon, ekosysteemiin ja tosielämän ympäristöön. Käyttäjälähtöisyys näkyy Lutakko Living Labin toiminnassa käyttäjien aktiivisessa osallistamisessa kehitysprosessiin, jolloin käyttäjästä tulee objektin sijasta subjekti. Avoin innovaatio näkyy siinä, että organisaatio ei voi turvautua vain omaan kehitystoimintaansa vaan tarvitsee myös muita tekijöitä. Lisäksi peruselementteihin kuuluu mukana olevien tahojen muodostama yhteistyöverkosto, joka mahdollistaa yhteiskehittämisen. Myös tosielämän ympäristö on olennaista toiminnassa, steriiliksi rakennetun ympäristön sijaan. Lähtökohtana on, että käyttäjä toimii ja elää omaa arkeaan. (Ruuska 2011b.)

Living Lab käyttää monenlaisia menetelmiä toiminnassaan. Tavoitteena on tuottaa erilaista tietoa käyttäjistä. Luodaan erilaisia identiteettitarinoita, havaitaan arjen käytäntöjä ja tehdään yhdessä. Tätä kautta haetaan suuntaa konseptisuunnitteluun. Menetelminä käytetään etnografisia ja laadullisia menetelmiä, jotta saadaan selville oikeanlaista tietoa asiakkaiden ymmärtämiseksi. (Ruuska 2011b.)

Yhtenä oleellisena työkaluna Living Labin toiminnassa on palvelumuotoilu. Palvelumuotoilu on palveluiden innovointia, suunnittelua ja kehittämistä muotoilun metodeja käyttäen. Palvelumuotoilusta enemmän luvussa 4. Sokos Hotel Paviljonkiin liittyvän projektin tarkoituksena on tuottaa informaatiota eri käyttäjäryhmistä ja tätä kautta ymmärtää asiakkaita. (Ruuska 2011b.)

Opinnäytetyö on osana Lutakko Living Labin hallinnoimaa suurempaa kattoprojektia. Tiloja suunnitellaan ja mahdollisesti konseptoidaan osa huoneista ottaen huomioon käyttäjäryhmien tarpeet. Brändiä vahvistetaan differoimalla, korostamalla hotellin roolia edelläkävijänä ja luomalla entistä elämyksellisempi palveluprosessi. Tavoitteena on myös luoda hotellihuoneesta elävä palveluiden kehittämissympäristö ja mahdollistaa jatkuva tuotekehitys. Verkostojen luominen kehittämistarkoituksiin on myös osana tavoitetta. Projektiin pyritään saamaan suunnitteluun ja toteutukseen vaadittavat palveluntuottajat ja teknologiakumppanit. (Ruuska 2011a.)

1.2 Sokos Hotel

S-ryhmän hotellitarjontaan kuuluu kolme erilaista brändiä. Näistä tunnetuin ja vanhin on Suomen suurin hotelliketju Sokos Hotels, jonka palvelut on suunnattu erityisesti asiakasomistajille sekä kotimaisille liikematkustajille. Radisson Blu -ketju on kansainvälinen ketju, jonka asiakaskunnassa on paljon liikematkustajia. Radisson Blu -hotellit suuntaavat tarjontaansa nykyisin entistä vahvemmin myös asiakasomistajille. Kolmas brändi on Holiday Club Spa -hotellit, jonka asiakaskunnasta enemmistö on asiakasomistajia. (SOK-yhtymä vuosikertomus 2010, 20.)

Sokos Hotels -ketjuun kuuluu yli 50 hotellia Suomessa, Tallinnassa ja Pietarissa. Kaikki hotellit sijaitsevat aivan kaupunkien keskustoissa tai keskellä vapaa-ajan kohteita, hyvien liikenneyhteyksien varrella. Majoituksen lisäksi Sokos Hotellit tarjoavat monipuolisia kokous- ja ravintolapalveluita, jotka löytyvät yleensä hotellien välittömästä läheisyydestä. Useimmiten hotellin kanssa samassa kokonaisuudessa on ruokaravintola ja viihtyisä pubi sekä useissa hotelleissa myös yökerho. Sokos Hotellien toimintaa ohjaavat koko S-ryhmän yhteiset arvot: asiakaslähtöisyys, vastuullisuus, tuloksellisuus, uudistuminen ja kumppanuus. (Sokos Hotels 2011.)

S-ryhmän periaatteena on, että joka vuosi uudistetaan perusteellisesti vähintään yksi hotelli, minkä lisäksi pienempiä remontteja tehdään jatkuvasti. Aivan uusi Sokos Hotelli avataan vuonna 2012 Jyväskylään Paviljongin messu- ja kongressikeskuksen yhteyteen. Tampereelle on suunnitteilla 24 kerrokseen korkeuteen nouseva tornihotel-

li. (SOK-yhtymä vuosikertomus 2010, 21.)

SOK-yhtymän vuosikertomuksen (2010) mukaan S-ryhmä pyrkii uudistamaan verkko-palveluita ja varausmahdollisuuksia sekä kehittämään joustavaa hinnoittelua nyky-päivän kulutuskäyttäytymistä vastaavaksi, koska verkossa hintojen vertailu on täysin läpinäkyvää ja myös yksityiset ihmiset ovat entistä omatoimisempia hotellivaroituksia tehdessään. Majoitus- ja ravitsemiskaupassa S-ryhmä haluaa kuunnella entistä enemmän asiakkaiden toiveita ja vastata osuvalla tarjonnalla heidän kysyntätarpei-siinsa. Yksi yhä tärkeämpi keino kuunnella asiakkaita ja kommunikoida heidän kans-saan on sosiaalinen media, jossa S-ryhmän majoitus- ja ravitsemisliiketoiminta on tosissaan mukana. Vuosikertomuksen mukaan taantuma-aika osoitti jälleen oikeaksi näkemyksen, jonka mukaan hyvä ja osaava asiakaspalvelu on ratkaisevan tärkeä me-nestystekijä. Henkilökunnan koulutuksessa painotetaan muun muassa aktiivista myyntityötä, jonka asiakkaat tutkimusten mukaan kokevat hyväksi palveluksi. (SOK-yhtymä vuosikertomus 2010, 21.)

2 KULUTTAJAKÄYTTÄYTYMINEN MATKAILUSSA

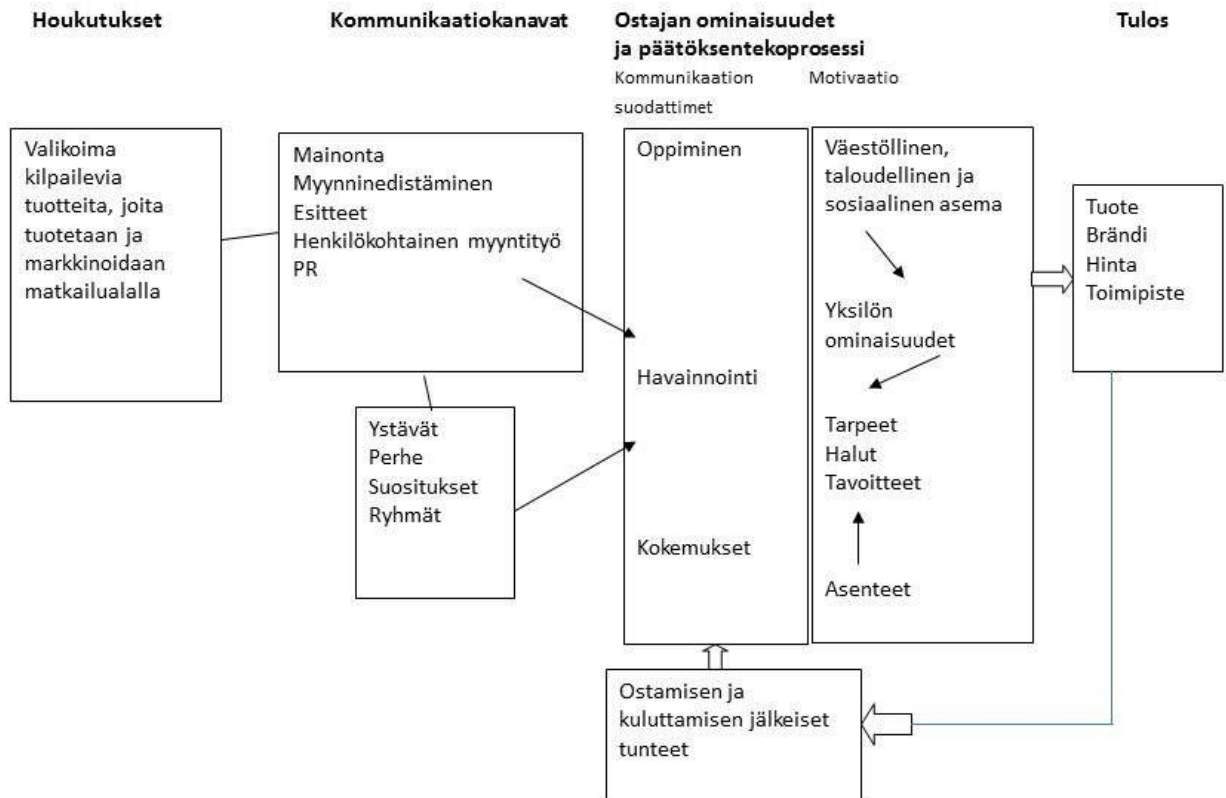
Työn tutkimuksen pohjana ja teemahaastattelurungon suunnittelun avuksi on hyvä ymmärtää kuluttajakäyttämisen perusteita ja etenkin matkailun motivaatiotekijöitä. Horner ja Swarbrooke (1996) määrittelevät kuluttajakäyttämisen matkailussa seu-raavasti:

Kuluttajakäyttäytyminen on tietoa siitä, miksi ihmiset ostavat tuotteen ja kuinka he tekevät päätöksensä tästä. (Horner & Swarbrook 2007, 10-11.)

Kuluttajakäyttämisen ymmärtäminen on tärkeää, jotta yrityksen markkinointi olisi mahdollisimman tehokasta. Markkinoinnin kulmakivi on, että organisaatio keskittyy toiminnassaan ja sen kehittämisessä ennen kaikkea kuluttajaan.

Middleton ja Clark (2001) esittelivät ja sovelsivat mallia kuluttajakäyttämisestä

matkailuun. Heidän mallinsa perustuu neljään interaktiiviseen osaan, joiden keskiössä ovat ostajan ominaisuudet ja päätöksentekoprosessi. Malli erittelee motivaation lähteet ja päätöksentekoon vaikuttavat asiat kuluttajan ostokäyttäytymisessä sekä korostaa sitä tärkeää vaikutusta, joka yrityksellä voi olla kuluttajan ostoprosessissa kommunikaatiokanavien kautta. (Swarbrook & Horner 2007, 45.)



KUVIO 1. Kuluttajakäyttäytyminen matkailussa

(Horner & Swarbrook 2007, 46.)

Ostopäätösprosessi sisältää ne tekijät, jotka vaikuttavat siihen, että matkailija ostaa tietyn matkailutuotteen. Matkailijat ostavat kokonaisvaltaisen kokemuksen ennemminkin kuin tarkasti määritellyn tuotteen: innokkaan odottamisen vaihe ennen matkaa, kuluttamisen vaihe matkan aikana sekä muistojen vaihe matkan jälkeen.

Matkailutuotteiden tai palveluiden ostaminen ei koskaan ole samanlaisena toistuva rutiinomainen prosessi, vaan jokainen ostotapahtuma on erilainen. Matkailu tuotteiden ja palveluiden aineettoman olemuksen vuoksi matkailijalla on usein suuri epä-

varmuuden tunne ostopäätöstä tehdessä. Matkailija ei voi testata tuotetta etukäteen ennen ostopäätöstä ja hakee siksi vakuuttelua valintojensa tueksi muun muassa ystäviltä, matkatoimistoilta ja erilaisista matkakohteiden arviointisivustoilta ja -ohjelmista. (Horner & Swarbrooke 2007, 73.)

2.1 Motivaatio matkailussa

Motivaatio on keskeinen matkailukysynnän rakenteita selittävä tekijä ja matkailutuotteilla voidaan myös luoda näitä motivaatioita. On kuitenkin muistettava, että tarpeita sinänsä ei voi luoda. Yleistäen motivaatio käsittää matkailun yhteydessä seuraavia seikkoja: Matkailumotivaatio ja siten matkailukäyttäytyminen syntyvät ihmisten tarpeista. Motivaatio perustuu sosiologisiin ja psykologisiin normeihin ja asenteisiin, kulttuuriin, havaintoihin ja ilmenee yksilöllisin muodoin. Määränpään eli matkakohteen imago vaikuttaa motivaatioon ja matkatyyppin valintaan. (Vuoristo 2002, 41.)

Motivaatiotekijöitä ovat: ne tekijät, jotka motivoivat matkailijaa haluamaan tietyn tuotteen ostamista. Ne voidaan jakaa kahteen osaan matkailun saralla: ensisijaiset ja toissijaiset motiivit. Ensisijaiset motiivit ovat niitä, jotka motivoivat lähtemään lomalle. Toissijaiset motiivit taas määrittelevät tietyille matkalle lähtemisen, tiettyyn paikkaan ja tiettyinä aikana.



KUVIO 2. Motivaatio matkailussa

(Puustinen & Rouhiainen 2007, 152-153.)

Yllä oleva kuvio hahmottaa käsitystä motiivien ominaisuuksista. Ensisijaisia motiiveja yhdistää se, että ne motivoivat ihmisiä lähtemään lomalle. Nämä motiivit voivat liittyä työhön, kuten työmatkat, konferenssit, kokoukset ja koulutustilaisuudet. Ne voivat olla myös fyysisiä tai fysiologisia, kuten lepääminen, arjesta irtautuminen, rentoutuminen, terveyttä ja hyvinvointia lisäävät aktiviteetit sekä urheilu. Kulttuuriset, psykologiset ja henkilökohtaiset motiivit voivat olla esimerkiksi omaa kiinnostusta erityyppisiä aktiviteetteja kohtaan tai liittyä festivaaleihin, tapahtumiin, perinteisiin, historiaan tai omaan henkilökohtaiseen oppimiskokemukseen. Vierailu sukulaisissa, häissä, hautajaisissa ja matkustus jonkun viiteryhmän innoittamana tai lukeutuvat sosiaalisiin ja etnisiin motiiveihin. Lisäksi viihde, huvittelu ja nautinto voi motivoida lähtemään lomalle ja näitä motiivitekijöitä ovat esimerkiksi ostosmatkailu ja elämyspuistot. Uskonto voi motivoida ihmisiä lähtemään esimerkiksi pyhiinvaellukselle, retrettiin tai muille uskonnollisille matkoille. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 152-153.)

Ensisijaisten motiivien määrätessä lomalle lähtemisen, toissijaiset motiivit määrittävät matkan kohteen ja ajankohdan. Ne koostuvat sisäistä ja ulkoisista tekijöistä. Sisäiset tekijät voivat olla olosuhteet, kuten käytettävissä olevat tulot, terveys, vapaa-ajan määrä sekä työhön ja perheeseen liittyviä sitoumuksia. Myös asenteet ja käsitykset vaikuttavat ja niitä voi olla esimerkiksi käsitys matkakohteesta ja matkailuorganisaatioista, poliittiset mielipiteet, kulttuureja ja maita koskevat preferenssit, matkustus- ja turvallisuuden liittyvät uskomukset, matkan suunnitteluun ja varaamiseen käytettävä aika sekä käsitys palvelujen rahallisesta arvosta. Tiedot matkakohteista, tuotteista ja palveluista sekä näiden saatavuudesta hinnoista ja hintaeroista vaikuttaa myös matkan kohteeseen ja ajankohtaan. Lisäksi valintaan vaikuttavat matkailijan kokemukset tuotteista ja matkakohteista, erityyppisistä lomista, matkaseurasta ja hinnoista. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 152-154.)

Toissijaisten motivaatiotekijöiden ulkoisia tekijöitä voivat olla kansainväliset, poliittiset ja taloudelliset tekijät, kuten lainsäädäntö, verotus sekä viisumikäytäntö. Lisäksi ne voivat liittyä teknologiaan, sillä tiedon saannin, varaamisen ja ostamisen helppous ja turvallisuus on olennaista. Lisäksi valintaan vaikuttavat mediassa esillä olevat asiat, matkailukirjallisuus, artikkelit, tv-sarjat sekä uutiset. Matkailuelinkeinon ja yritysten markkinointikeinot ja kanavat sekä tuttujen mielipiteet vaikuttavat myös vahvasti. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 152-154.)

Täytyy kuitenkin huomioida, että jokaisen yksilön kohdalla nämä motivaatioon vaikuttavat tekijät vaihtelevat suuresti elämäntilanteen ja iän mukaan. Lisäksi usein ihmisen päätöksiin vaikuttaa yhtä aikaa useita eri motivaatiotekijöitä ja ihmisten lomavalinta voi määräytyä joko yhden dominoivan motivaatiotekijän mukaan tai olla useampien kompromissi, jolloin jokaisesta ainakin osa käy toteen matkan aikana jollain tasolla. Usein voi olla myös niin, etteivät ihmiset näytä todellisia motivaatiotekijöitä, vaan esimerkiksi sanovat lähtevänsä rentoutumaan ja pitämään hauskaa, kuin että sanoisivat suoraan aikovansa juhlia koko loman. (Horner & Swarbrook 2007, 55-56.)

Ratkaisevia tekijöitä ovat: ne tekijät, jotka määrittelevät, millä laajuudella matkailijoiden on mahdollista ostaa haluamansa tuote. Ratkaiseviin tekijöihin kuuluu kaksi eri osaa:

- 1) Ne tekijät, joka määrittelevät, onko jonkun mahdollista lähteä matkalle vai ei
- 2) Ne tekijät, jotka määrittelevät matkan tyyppin, jos ensimmäisen kohdan tekijät mahdollistavat matkalle lähtemisen.

<p>Olosuhteet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terveys • Varallisuus • Vapaa-aika • Työ • Perhe • Auto 	<p>Tietoisuus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kohteista • Matkailutuotteiden saatavuudesta • Hintaeroista eri tarjoajien välillä
<p>Asenteet ja havainnot</p> <ul style="list-style-type: none"> • Käsitys kohteista ja matkailuorganisaatioista • Poliittiset näkemykset • Suositukset tietyistä maista ja kulttuureista • Pelko tiettyjä matkailun muotoja kohtaan • Kuinka paljon etukäteen matka suunnitellaan ja varataan • Rahankäyttö • Asenne perinteisiä matkailijakäyttäytymisen olettamuksia kohtaan 	<p>Kokemukset</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erilaisista lomista • Erilaista kohteista • Erilaista matkailutuotteista • Matkasta tiettyjen ihmisten tai ryhmän kanssa • Löytää halvempia hintoja

KUVIO 3. Kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavat henkilökohtaiset tekijät

(Horner & Swarbrook 2007, 63.)

Useimmiten matkailijat eivät tee täysin järkiperäisesti päätöksiä, jotka perustuvat paikkansa pitävään tietoon, vaan he saattavat tietoisesti jättää huomiotta tekijöitä, jotka voisivat estää matkalle lähtemisen. Esimerkiksi nuori pariskunta kahden pienen lapsen kanssa voi olla hyvin tietoinen siitä, ettei heillä olisi varaa matkaan. Toisaalta he tuntevat tarvitsevansa ehdottomasti irtiotta arjesta ja pientä lomaa, joten he päättävät lähteä joka tapauksessa. Kuten muillakin elämän saroilla, stressi ja tunteet usein menevät usein loogisuuden edelle myös matkalle lähdön päätöksenteossa.

(Horner & Swarbrook 2007, 66.)

Vapaa-ajan matkustajien hotellivalintaan vaikuttavat tekijät

Suomen Gallupin 1990-luvun lopulla tekemän tutkimuksen mukaan vapaa-ajan matkustajien keskuudessa tärkeimmät hotellivalintaan liittyvät tekijät olivat siisteys, pal-

velun taso, majoitusliikkeen yleinen taso, savuttomat tilat ja hinta. Keskeistä oli myös, millaisia ruokaan ja juomaan liittyvät asioita, luontoon tutustumismahdollisuuksia tai omaehtoista toimintaa luonnossa, ostosmahdollisuuksia ja kulttuurikäyntikohteita hotellin läheisyydestä löytyy. Myös ekologisuuteen kiinnitetään huomiota ostopäätöstä tehdessä.

Tutkimuksen mukaan useimmiten tietoa lomakohteista saatiin sukulaisilta ja tuttavilta, jotka ovat tärkeimpiä tiedottamiskanavia hotellin valinnassa, eli hotellissa asiakkaan saama kohtelu on aina tärkeä asia, ja siihen voi vaikuttaa hyvä vastaanotto ja palveluhenkilöstö. (Alakoski, Hörkkö & Lappalainen 2006, 38.)

2.2 Asiakslähtöisyys

Palvelu ja vieraanvaraisuus ovat aina olleet matkailuyrityksen kunnia-asioita. Useat yritykset kutsuvat edelleen asiakkaitaan sanalla "vieras". Matkailija on matkailuyrityksen asiakas, joka on mukana palvelujen syntymisessä, kokee ja kuluttaa tuotteet ja palvelut vuorovaikutuksessa yrityksen henkilöstön ja ympäristön kanssa. Matkailija on tuotteiden loppukäyttäjä, joka kertoo kokemuksistaan joko positiivista tai negatiivista. Matkailijan synonyymina käytetään usein sanaa turisti, joka viittaa enemmänkin vapaa-ajan matkailijaan. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 133.)

Asiakslähtöisyys on matkailumarkkinoinnin perusta. Asiakkaan tarpeet, toiveet ja ikä on tunnettava. Kun saman kohteen asiakkailta tiedustellaan miksi he tulivat juuri tähän paikkaan ja juuri nyt, he antavat yleensä samanlaisia vastauksia: "Kohde oli edullinen ja sattui olemaan lomaa jäljellä". Mutta jos asiakasta kuunnellaan tarkasti ja haastatellaan perusteellisemmin, voidaan saada selville hyvin yksityisiä ja intiimejäkin motiiveja. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 135.)

Menestyvän matkailuyrityksen taustalla on aina asiakas. Asiakslähtöisyys tarkoittaa yksinkertaisesti sitä, että yritys ei toimi vain omien mieltymystensä ja tarpeidensa mukaan vaan huomioi potentiaaliset ja nykyiset asiakkaansa. Käytännössä tämä tarkoittaa asiakkaiden mieltymysten ennakoimista ja toiminnan kehittämistä jatkuvasti

huomioiden asiakkaiden tarpeet ja odotukset käyttäen hyväksi systemaattista seuranta- ja kuuntelujärjestelmää. Kaikki yrityksessä ovat vastuussa asiakaslähtöisyydestä. Asiakaslähtöisyys ei kuitenkaan saa olla ainoa lähtökohta yrityksen kehittämiseksi, yrityksen pitäisi olla edelläkävijä ja tarjota asiakkaalle jotakin, mitä hän ei osaa edes odottaa. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 136.)

Käyttäjälähtöinen yritys hyötyy ajattelumallillaan monella tapaa. Se tunnistaa oman osaamisensa, tuntee omat asiakkaansa ja tuotteensa sekä kehittää omaa vahvuuttaan. Käyttäjälähtöisyyden kautta syntyy tarpeellisempia tuotteita juuri oikeille asiakkaille, miellyttävämpää palvelua ja kattavampaa kokonaisuuden hallintaa. Se tarjoaa myös ponnahduslaudan kustannusten alenemiseen ja yrityksen kykyyn erottua kilpailijoistaan. Yrityksen parantaessa palveluaan, ovat asiakkaat tyytyväisempiä ja ostavat yrityksen tuotteita uudelleen. Asiakaslähtöisen toiminnan kautta yrityksen säästämät kustannukset voidaan hyödyntää turvaamaan tulevaisuuden kehittämistyötä ja alentamalla tuotteen hintaa. (De Mooij 2005, 18-20.)

Käyttäjän ymmärtäminen vaatii asiaan perehtymistä ja huolellista taustatutkimusta. Käytännössä käyttäjätutkimuksessa tutustutaan alle kymmeneen yksittäiseen käyttäjään, joiden uskotaan edustavan kohderyhmää. Käyttäjiä haastatellaan ja havainnoidaan. Haastattelut ovat keskustelunomaisia ja se tapahtuvat usein samaan aikaan kuin palvelua kulutetaan sen todellisessa käyttöympäristössä. Päämääränä haastattelussa on järjestelmällinen tiedon kerääminen, jonka perusteella pyritään ymmärtämään käyttäjän ajattelutapaa. Tietoa hyödynnetään houkuttelevampien ja toimivampien tuotteiden kehittämiseen. Käyttäjätutkimuksessa mennään käyttäjän sanojen taakse ja pohditaan mitä niiden taustalla on. Olennaista on siis kerätyn tiedon tulkinta. (De Mooij 2005, 147-149.)

3 VAPAA-AJAN MATKAILU

Työn tarkoituksena on keskittyä asiakaslähtöisyyden kehittämiseen vapaa-ajanmatkailijoiden näkökulmasta. Vapaa-ajan matkailun määritelmän rajausta on vaikea vetää, sillä sen käsitteen alle voidaan lukea lähes kaikki matkailu, joka tapahtuu muutoin kuin työajalla. Vapaa-ajan matkailun alakohtina on useita erikoisempia matkailun muotoja, kuten vihreä matkailu, extreme-matkailu ja low-budjet matkailu. Myös kulttuurimatkailu voidaan katsoa kuuluvaksi vapaa-ajanmatkailun käsitteen alle. Vapaa-ajan matkailijaa kutsutaan usein myös sanalla turisti.

3.1 Työ- ja vapaa-ajan matkailu

Työmatkailija on pohjimmiltaan erilainen kuluttaja kuin vapaa-ajan matkustaja. Työmatkailija on kuluttaja, joka käyttää palvelun, mutta ei varsinaisesti ole asiakas, joka tekee ostopäätöksen. Yleensä työnantaja tekee päätöksen siitä, että matka tehdään ja hoitaa kaikki siihen liittyvät kulut. Vapaa-ajan matkustaja puolestaan on sekä asiakas, joka tekee päätöksen ja maksaa kaikki kulut, että kuluttaja, joka käyttää palvelua. (Horner & Swarbrooke 2007, 146-147.)

Työmatkailija ei yleensä itse valitse matkakohdetta. Hän matkustaa verrattain säännöllisesti ja matkat ovat yleensä kestoltaan lyhyitä. Vapaa-ajan matkailija puolestaan yleensä aina valitsee matkakohteen, tekee matkoja verrattain harvoin ja matkat ovat kestoltaan keskimäärin pidempiä kuin työmatkailijalla. Työmatkailijan matkan suunnitteluun käyttämä aika voi olla hyvin lyhyt, vain joitakin tunteja, tai hyvin pitkiä, jopa vuosia. Työmatkailija ei ajattele liiemmin matkan kuluja, koska ei maksa niitä henkilökohtaisesti. Vapaa-ajan matkailija suunnittelee matkaa yleensä parista viikosta jopa vuoteen ja on hyvin tietoinen matkan kokonaiskuluista ja harkitsee niitä tarkkaan, koska maksaa matkan täysin itse. Työmatkailija on yleensä hyvin kokenut ja näin ollen myös vaativa asiakas, koska hänellä on laajempi käsitys yleisestä matkailutarjonnan tasosta sekä keskimäärin suurempi matkabudjetti päivää kohden kuin vapaa-ajan

matkustajalla. Vapaa-ajan matkailija puolestaan on useimmiten vähemmän kokenut ja vaatimattomampi asiakas. (Horner & Swarbrooke 2007, 146-147.)

Horner & Swarbrooke nostavat kuitenkin esille sen, että nykypäivänä useat vapaa-ajan matkailijat ovat myös työmatkailijoita. Kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta työmatkailun ja vapaa-ajan matkailun välillä on useita erilaisia linkkejä:

- Työpäivän jälkeen työmatkailijasta tulee vapaa-ajan matkailija, joka käy ravintoloissa ja baareissa sekä erilaisissa iltatapahtumissa
- Konferenssien ohjelmat sisältävät usein iltaohjelmaa esimerkiksi erilaisiin show-esityksiin tai vaikkapa museoihin, jotka on suunnattu vapaa-ajan matkustajille
- Työmatkailijan päättäessä työntekonsa kohteessa hän voi yleensä päättää jäädä kohteeseen pariksikin päivää vapaa-ajan matkustajana, etenkin jos kohde on kaukana
- Työmatkailijalla voi olla puoliso mukana työmatkalla, jolloin puoliso on vapaa-ajan matkailija samalla aikaa kun työmatkailija työskentelee (Horner & Swarbrooke 2007, 146-147.)

3.2 Vapaa-ajan matkailu Jyväskylässä

Jyväskylässä on monipuolinen matkailutarjonta aina perinteisestä hotellimajoituksesta erilaisiin ohjelmapalvelu aktiviteetteihin. Jyväskylän keskustan tuntumasta löytyy useita hotelleja, jotka tarjoavat vapaa-ajanmatkailijoille erilaisia paketteja. Nämä sisältävät yleensä yöpymisen ja hotelliaamiaisen lisäksi esimerkiksi risteilyn, teatterilipun tai vaikkapa pääsylipun Peukkulaan. (Jyväskylän seudun matkailu 2011.)

Jyväskylän hotellitarjonnasta löytyy muun muassa kaksi Sokos hotellia, Scandic, Cumulus sekä erikoisempana boutique hotel Yöpuu. Kesäisin majoitusta löytyy kohtuullisen edullisesti kesähotelli Rentukasta ja Harjusta. Tapahtumia tarjoaa monipuolisesti kongressi- ja tapahtumakeskus Paviljonki, joka sijaitsee tulevan Sokos Hotel Paviljongin välittömässä läheisyydessä. Paviljongissa on ympäri vuoden erilaisia vapaa-ajan messuja, kuten Kädentaitomessut, Hyvinvointi- ja vapaa-aikamessut sekä Jou-

lumarkkinat. Lisäksi siellä järjestetään erilaisia konsertteja ja kiertueita, kuten stand up -esityksiä ja lasten tapahtumia. (Jyväskylän seudun matkailu 2011.)

Kulttuurista kiinnostuneille löytyy muun muassa Alvar Aalto -museo, useita erilaisia Alvar Aallon kohteita ja Suomen käsityön museo. Jyväskylästä löytyy myös useita erilaisia gallerioita ja vaihtuvia näyttelyitä. Jyväskylän kaupungin teatteri tarjoaa monipuolisesti erilaisia esityksiä ja ympäri vuoden järjestetään myös useita erilaisia tapahtumia ja festivaaleja, kuten Jyväskylän kesä, Yläkaupungin yö ja Suomi POP -festivaali. (Jyväskylän seudun matkailu 2011.)

Art Travel Oy:n tilastokeskuksen raporteista tekemän tiivistelmän mukaan Jyväskylän seudun majoitusliikkeiden rekisteröidyt yöpymiset (523.800) vähenivät tammi-marraskuussa edellisvuodesta 3,4 %. Vähennys tuli kokonaan kotimaasta yöpymisten (435.900) miinuksen ollessa 4,4 %. Ulkomailta saapuneiden yöpymisluku (87.800) sen sijaan nousi 1,8 %. Ulkomaalaisyöpyymiä tuli eniten Saksasta yöpymismäärän, 18.800, pienentyessä 3 %. Venäläiset (15.000, - 0 %), britit (6.700, + 17 %), ruotsalaiset (5.100, - 7 %) ja virolaiset (4.200, - 13 %) olivat seuraavilla sijoilla. (Art Travel Oy 2011.)

Saman tilaston mukaan vapaa-ajan matkailijoiden yöpymiset vähenivät tammi-marraskuussa 39 000 työmatkalla olleiden yöpymisluvun lisääntyessä 20.100:lla, mikä tuli pääasiassa kotimaasta, josta toisaalta tuli myös vapaa-ajan matkailun miinus (- 41.100) ulkomaisten yöpymisten lisääntyessä 2.200:lla. Yöpymiset jakoutuivat tammi-marraskuussa matkan tarkoituksen mukaan seuraavasti: vapaa-aika 47,5 %, ammattiin liittyvät 49,9 % ja muu tarkoitus 2,7 %. (Art Travel Oy 2011.)

3.3 Majoitustoiminnan trendit

Hotelliala on toiminut perinteisten operatiivisten mallien mukaan vuosia; tuotekehitys on ollut varovaista, ja se on pääosin perustunut tuotantoon ja kulujen säästöperiaatteisiin. Hotellihuone on ollut tila, josta ei voi tunnistaa ketään tai mitään, muuttumaton ja mukauttamaton. Viime vuosien aikana asiakkaiden kokemusten ja kulu-

tuskäyttäytymisen muutoksen seurauksena tarve miettiä uudelleen perinteisen hotellin lähtökohtia on noussut pinnalle. Samaan aikaan globaalit megatrendit kuten kestävä kehitys, valtaavat yhä enemmän huomiota myös hotellialalla. Kestävän kehityksen periaatteet eivät kuitenkaan enää tarjoa merkittävää kilpailuetua. Ne edustavat itsestään selvää perustaa asiakaslähtöisen, mutta myös luontoa suojelevan, kestävä kehityksen mukaisen majoitusalan rakentamisessa tulevina vuosikymmeninä. (Björkqvist 2009, 5.)

Raportissa *Concepting the hotel of tomorrow* mainitaan hotellitoimialaan vaikuttavia megatrendejä. Väestön ikääntyminen ja pidemmät eliniän odotukset tuovat uusia haasteita sekä myös mahdollisuuksia. Hyvinvoinnin tason yleinen kasvu niin länsimaissa kuin kehittyvissä maissakin tuovat muutoksia globaalisti hotellibisnekseen. Kestävä kehitys ja rajalliset energiavarat vaikuttavat kulutustottumuksiin. Naisten kasvava määrä hotelliasiakkaina tuo uusia haasteita huoneiden sisustukseen, rakenteisiin ja yksittäisiin elementteihin. Raportissa heitetäänkin ilmaan kysymys, kuinka hotellikonseptien kehittäminen ottaa tulevaisuudessa nämä asiat huomioon. (Björkqvist 2009, 13-14.)

Hotellit on perinteisesti jaettu business- ja vapaa-ajan hotelleihin, mutta tämä jako on muuttumassa. Useat hiljattain rakennetut lifestyle-, design- ja chic-hotellit tarjoavat asiakkaille "näyttämön", jossa asiakkaat, joilla on samanlainen elämäntyyli, voivat tavata toisiansa. Samaan aikaan kuluttajista tulee yhä vaativampia, sisukkaampia, kärsimättömämpiä, kokeneempia ja halukkaampia etsimään muutakin kuin vain huoneita, baareja ja ravintoloita, niiden sijaan etsitään kokemuksia - henkilökohtaisia ja räätälöityjä ennemminkin kuin massoille suunnattuja kokemuksia. Hotellialan tulisi vastata näihin muuttuviin tarpeisiin Maslow'n tarvehierarkian ylimmän palkin eli itsensä toteuttamisen ja nautiskelun mukaan, sen sijaan että keskitytään tyydyttämään tarve saada suoja ja ruokaa. Kuluttajat ovat myös huikentelevaisempia, terveempiä ja kärsimättömämpiä sekä valmiimpia maksamaan hetken päähänpistoista. Ehkäpä tämä megatrendi johtaa siihen, että hotelli konseptien elinkaari tulee yhä lyhyemmäksi. Tällöin hotellialan kehitys saattaa seurata ravintoloiden konseptien kehitystrendiä, jossa konsepteja parannellaan ja muutetaan parin vuoden välein. (Björkqvist 2009, 6-7.)

Teknologian kehittyminen näkyy hotelleissa ja sen palveluissa. Näiden innovaatioiden kautta pyritään matkustajan tarpeiden tyydyttämiseen eli takaamaan hyvä uni, hyvä olo, työskentelyn helppous ja oikea tila. Uusimpia kehityskohteita on ollut muun muassa automaattiset check in -pisteet kanta-asiakkaille prosessin nopeuttamiseksi. Niiden kautta asiakkaat voisivat myös valita itse huoneensa hotellin pohjakartasta, kuten lentomatkustajat lentoaan varatessa. Teknologian kehitys näkyy myös hotelli-huoneessa, sen sisustuksessa ja ergonomiassa. Lisäksi joissakin hotelleissa on otettu käyttöön yleiskaukosäädin, jolla voidaan hallita kaikkia huoneen toimintoja ilmastoinnista valaistukseen. (Harju-Autti 2009, 26-27.)

Suomalainen vapaa-ajan matkustaja valitsee lyhyellä lomalla majoitukseksi hotellin. Pitkällä lomalla hotelli on toiseksi suosituin valinta heti vuokramökin jälkeen. Lisäksi suomalainen vapaa-ajan matkustaja haluaa olla omatoiminen ja varata palvelunsa ilman erityistä paketointia sekä matkustaa autolla yhdessä perheensä tai ystäviensä kanssa. Usein matka valitaan Internetin kautta ja ostopäätökseen vaikuttavat hinta, palvelun sisältö ja monipuolisuus sekä sijainti suhteessa matkakohteen ydinpalveluihin. (Harju-Autti 2009, 23.)

Matkailuyritysten tulevaisuus on asiakaskeskeistä ja keskittyy asiakkaan tarpeiden täyttämiseen. Ainutlaatuisista palvelukonsepteista ollaan valmiita maksamaan. Majoitustoiminnan toimialaraportissa 2009 on listattu alan menestystekijät. Sijainti ja saavutettavuus ovat olennaisia seikkoja, jotka vaikuttavat majoitusta tarjoavan yrityksen menestymiseen. Lisäksi brändin vaikutus asiakkaan mielikuviin ja koettuun palvelun laatuun on suuri. Ketjuuntuminen mielletään myös yhdeksi tämän hetken kehityssuunnaksi. Toisaalta myös yksilöllisyys näkyy hotellien liiketoiminnassa teema- ja lifestyle-hotellien yleistyessä. Asiakassuhteiden ylläpitämisestä on myös tullut entistä tärkeämpää ja tätä kautta kanta-asiakasrekisterin ja palkintosysteemin ylläpitämisestä elinehto. (Harju-Autti 2009, 43.)

4 PALVELUMUOTOILU

Palveluiden käyttäminen ja kuluttaminen muuttuu jatkuvasti. Yksittäisten palveluiden merkitys vähentyy ja kokonaisratkaisujen asema kasvaa. Asiakkaan tarve huomioidaan entistä huolellisemmin ja sen mukaan tuotetaan sekä palveluita, että tavaroita yhdistettynä kokonaisratkaisuksi. (Tuulaniemi 2011, 18-20.)

Lutakko Living Labin toiminta perustuu käyttäjälähtöisyyteen ja palveluinnovaatioihin. Se muotoilee alueen yritysten palveluita asiakkaiden tarpeisiin sopivaksi. Palveluiden kehittäminen vaatii laajan käyttäjätuntemuksen, jota varten toteutetaan tutkimuksia asiakkaiden tarpeista. Palvelumuotoilun tavoitteena on sekä tyytyväinen asiakas että tyytyväinen organisaatio. (JAMK 2011.)

4.1 Palvelumuotoilu käsitteenä

Moritzin mukaan palvelumuotoilu on kehitystapa, joka yhdistelee monia eri aloja. Tarkoituksena on luoda asiakkaalle kokonaisvaltainen palvelukokemus kehittämällä joko uusia tai muokkaamalla jo olemassa olevia palveluita. (Moritz 2005, 39.) Palvelumuotoilu ohjaa palveluiden toimivuutta ja muotoa asiakkaiden näkökulmasta. Tarkoituksena on varmistaa, että palvelut ovat asiakkaiden mielestä käytännöllisiä, helppokäyttöisiä ja haluttuja sekä liiketoiminnan kannalta tehokkaita, tuottavia ja kilpailijoistaan erottuvia. Palvelumuotoilijat visualisoivat ja muotoilevat ratkaisuja ongelmiin havainnoimalla ja tulkitsemalla asiakkaiden vaatimuksia, jonka kautta muodostetaan uudenlaisia palveluita. (Mager 2007, 355; Moritz 2005, 40.)

Palvelumuotoilun tavoitteena on siis asiakasymmärryksen ja liiketoiminnan tavoitteiden symbioosi. Tyytyväiset asiakkaat ja tyytyväinen, tuottava organisaatio saadaan oikeanlaisilla palvelutuotteilla. Tavoitteena on siis tuloksellisuus, tehokkuus, erottuvuus, hyödyllisyys, käytettävyys, johdonmukaisuus ja haluttavuus, jotta palvelusta saataisiin menestyvä. Palvelumuotoilussa lähestytään kokonaisvaltaisesti kohteena

olevaa ongelmaa sekä pohditaan palvelua pienempinä osakokonaisuuksina. Työryhmissä ja -pajoissa työskenneltäessä on olennaista kaikkien osapuolien sitouttaminen projektiin jo suunnitteluvaiheessa. (Tuulaniemi 2011, 27-28.) Olennaista palvelumuotoilussa on muotoiluosaamisen hyödyntäminen prosessi- ja menetelmäosaamisen kautta. Tämä tarkoittaa kulttuuristen toimintakontekstien ymmärtäminen, luovan ja analyyttisen lähestymisen yhdistäminen ja keinoja asiakasymmärryksen lisäämiseksi. Tämän lisäksi visualisointi ja prototypointi on oleellista ideoiden konkretisoimisen kannalta. (Tuulaniemi 2011, 63.)

Keskeinen ajatus palvelumuotoilussa on palvelujen yhteiskehittäminen. Palveluprosessissa on mukana eri tahoja, kuten itse asiakas, asiakaspalveluhenkilöstö, palvelutuotannon henkilöstö, järjestelmäylläpidon ym. henkilöstö. Loppukäyttäjän mukaan ottaminen kehitysprosessiin hyödyttää suunnittelua, tiedon kulkua ja arvon rakentumista. Vain itse loppukäyttäjä tietää omat mieltymyksensä parhaiten. Palvelun yhteiskehittämisen tarkoituksena on kaikkien palveluun liittyvien näkökantojen tuleminen huomioiduksi tiedon keräämis- ja analysointivaiheessa. (Tuulaniemi 2011, 116-117.)

4.2 Palvelumuotoiluprosessi

Moritz jakaa palvelumuotoiluprosessin kuuteen vaiheeseen. Se lähtee ymmärtämisestä (understanding) ja johtaa ajattelun (thinking) kautta kehittämiseen (generating) ja suodattamiseen (filtering). Tämän jälkeen vuorossa on selittäminen (explaining), jonka jälkeen prosessi päättyy toteuttamiseen (realising). Jokaiseen vaiheeseen kuuluu sen omat tavoitteet ja työkalut näiden tavoitteiden toteutumisen avuksi. (Moritz 2005, 123.)

Tämä opinnäytetyö on osana Lutakko Living Labin palvelumuotoiluprosessia. Työn tavoitteena on luoda perusta asiakasymmärrykselle keräämällä tietoa asiakkaista ja tätä kautta luoda lähtökohdat koko palvelumuotoiluprosessille. Tässä työssä keskityttiin prosessin ensimmäiseen ja toiseen vaiheeseen, eli ymmärtämiseen ja ajattelemi-

seen. Kerättyjen tietojen kautta projektin seuraavat tahot jatkavat prosessia sen seuraavissa vaiheissa.

Ymmärtäminen

Palvelumuotoilun pohjana on ilmiön ymmärtäminen. Silloin kerätään tietoa ja tätä kautta pyritään ymmärtämään muun muassa asiakkaiden tarpeita, arvoja ja tavoitteita. Lisäksi markkinoiden sekä liiketoiminnan tavoitteiden ymmärtäminen on olennaista. Ymmärryksen muodostamiseksi tehdään taustatyötä, jonka työkaluina voi olla esimerkiksi benchmarking, havainnointi, haastattelut, toimintaympäristön analyysit sekä valmiit lähteet. (Moritz 2005, 124-127.) On tärkeä ymmärtää, millaisia odotuksia palvelun käyttäjällä on, jotta niihin osataan varautua palvelua rakennettaessa. Lisäksi tutkimuksissa pyritään löytämään kohderyhmälle merkityksellisiä asioita ja ymmärtämään asiakkaiden toiminnan todellisia motiiveja. Palvelumuotoilun tutkimusmenetelmänä on laadullinen eli kvantitatiivinen tutkimus, sillä se mahdollistaa tarkemman asiakasymmärryksen. (Tuulaniemi 2011, 142-146.)

Tämän opinnäytetyön tutkimus tukee tätä palvelumuotoiluprosessin vaihetta, sillä haastattelujen avulla pyrittiin ymmärtämään ilmiötä laajemmin ja tarkemmin. Ilmiössä tutkimuksessa oli siis vapaa-ajan matkustajien hotellitottumukset ja niihin liittyvät tarpeet, joista pyrittiin keräämään tietoa haastattelemalla kohderyhmää eli vapaa-ajan matkustajia. Kaikki kerätty tieto hyödynnetään palvelumuotoiluprosessin seuraavassa vaiheessa.

Ajatteleminen

Tiedonkeruulla saavutettujen tietojen perusteella, ryhdytään pohtimaan kyseistä ilmiötä. Aihetta rajataan, tarkennetaan ja määritellään prosessin tarkemmat kriteerit. Analysoinnin tuloksena syntyy design drivereita, jotka toimivat prosessin ohjaajina sen seuraavissa vaiheissa. Analysoinnin työkaluina toimivat muun muassa käsittekartat ja erilaiset matrixit. (Moritz 2005, 128-131.)

Opinnäytetyöhön kuului kerättyjen tietojen jatkokäsittelyä. Tiedonkeruun tuloksia hyödynnettiin muodostettaessa asiakasprofiileja, joista käy ilmi tyypillisten vapaa-ajan matkustajien ominaisuuksia ja tarpeita. Nämä ominaisuudet ovat olennaisessa

asemassa palvelumuotoiluprosessin seuraavassa vaiheessa, jossa lähdetään kehittämään palveluita asiakkaiden tarpeita vastaavaksi.

Kehittäminen

Kehittämävaiheessa tarkoituksena on kerätä innovatiivisia ideoita. Ideoimisen avuksi on luotu monenlaisia työkaluja, joita ovat esimerkiksi aivoriihet ja visualisointi. Ideointi tapahtuu määriteltyjen design drivereiden ohjaamana. (Moritz 2005, 132-135) Parhaimmiksi katsotut ideat ja niiden yhdistelmät valitaan tarkempaan tarkasteluun ja niitä konseptoidaan. Palvelukonseptissa kuvataan palvelupolku palvelutuokioineen ja kontaktipisteineen, jotta saadaan kokonaiskuva tuotettavasta palvelusta. (Tuulaniemi 2011, 189.)

Seulominen

Palvelumuotoilu on luovaa ongelmanratkaisua. Ominaista on, että ensin tuotetaan paljon ideoita, joita myöhemmin analysoidaan ja karsitaan. Ideoiden tuottaminen (divergenssi) on mielikuvituksellista asioiden vapaata yhdistelyä ja karsimisvaihe (konvergenssi) perustuu tietoon ja analyyttiseen päättelyyn. Näitä kahta vaihetta on käytettävä erillään, ja varottava niiden päällekkäin menemistä. Iteratiivisessa kehittämisessä näitä vaiheita toistetaan. (Tuulaniemi 2011, 112-113.) Tärkeää on arvioida tuotettuja ideoita ja konsepteja. Niistä valitaan parhaimmat, joita työstetään eteenpäin. Seulomisen työkaluina voidaan käyttää SWOT-analyysiä ja erilaisia testauksia. Tärkeää on tarkastella ideoita luotujen asiakasprofiilien näkökulmasta. (Moritz 2005, 136-139.)

Selittäminen

Seulomisen jälkeen tarkastellaan jäljelle jääviä palvelukonsepteja. Niitä pyritään visualisoimaan aistien kautta ja sovittamaan mahdollisiin tulevaisuuden skenaarioihin. Tavoitteena on luoda yhteisymmärrys palvelun yksityiskohdista. Tärkeänä työkaluna tässä vaiheessa on prototyyppien rakentaminen. (Moritz 2005, 140-143.) Prototyyppien testaajina voivat olla esimerkiksi asiakkaat tai palveluntuottajat. Palvelumuotoilussa prototypoinnilla tarkoitetaan nopean mallin kokoamista kehitystyön avuksi. Prototyypin testaamisen avulla selvitetään onko palvelu asiakkaan näkökulmasta helppokäyttöinen, kiinnostava ja haluttava ja erotetaan kätevästi ne kohdat palvelus-

ta, jotka eivät toimi. Lisäksi ilmi tulee myös palvelun taloudellisuus. Prototyypointia tehdään prosessin aikana jatkuvasti. Se tuo kolmannen ulottuvuuden kehitysprosessiin visuaalisen ja verbaalisen ulottuvuuden rinnalle. Prototyypointi havainnollistaa palveluketjua ja palveluympäristöä. (Tuulaniemi 2011, 194-195.)

Toteuttaminen

Palvelukonsepti toteutetaan testaamalla laadittuja prototyyppisiä ja kehitetään niitä palautteen kautta. Konseptien yksityiskohtia tarkennetaan edelleen ja tuote lanseerataan. Blueprint-malli, ajatuskartta ja simulaatiot ovat apuna tässä vaiheessa. (Moritz 2005, 144-147.)

Prosessin alkuvaiheessa saatujen tietojen perusteella lähdetään testaamaan palveluita markkinoilla palveluita pilotoimalla. Tietojen kautta muodostetaan kuva palvelun ominaisuuksista ja määritellään sen heikot lenkit. Palvelukonsepteja on syytä testata asiakkailta jo aikaisessa vaiheessa. Kun palvelu on todistettu toimivan, kuvataan lopullinen palveluprosessi sekä siihen liittyvät ympäristöt ja kontaktipisteet. (Tuulaniemi 2011, 230-232.)

Tuotteen lanseerauksessa hyödynnetään prosessin aikana saatuja tietoja. Aiemmin selvitettyjen tietojen perusteella määritellään oikeat markkinointikanavat ja muut viestintään liittyvät seikat. Asiakkaiden tarpeet sekä ympäristö muuttuvat jatkuvasti. Siksi on tärkeä tarkastella muuttuvia markkinoita, asiakkaita ja trendejä. Palvelun lanseeraamisen jälkeen arvioidaan palvelumuotoiluprosessin onnistumista. (Tuulaniemi 2011, 238 & 243.)

4.3 Hyöty liiketoiminnalle

Palvelumuotoilun rooli kasvaa taloudellisten paineiden kasvaessa organisaatioissa. Palvelumuotoilun tavoitteena on sekä tyytyväinen asiakas että organisaatio. Sen avulla ymmärretään asiakaslähtöisyyttä, mikä on välttämätöntä asiakkaiden tarpeiden ja vaatimusten kasvaessa. Palvelumuotoilun liiketoiminnalliset hyödyt liittyvät niin organisaation strategiaan, toiminnan asiakaslähtöisyyteen, sisäisten prosessien

kehittämiseen ja brändin ja asiakassuhteen syventämiseen. Lisäksi siitä on hyötyä uusien palveluiden kehittämisessä. (Tuulaniemi 2011, 95.)

Moritz on määritellyt palvelumuotoilulla saavutettavat hyödyt. Palvelumuotoilulla yritys

- ymmärtää asiakkaiden tarpeita
- tuottaa asiakkailleen arvoa
- parantaa organisaatiokulttuuria
- saa tulevaisuuden näkökulman kehittämiseen
- luo organisaation sisäistä tehokkuutta
- käyttää resurssejaan tehokkaammin
- yhdistää organisaation ja asiakkaat lähemmäksi toisiaan
- parantaa palveluiden laatua
- erottuu kilpailijoiden joukosta
- luo brändiuskollisuutta

(Moritz 2005, 57.)

Palvelumuotoilun avulla yritys havaitsee uusia liiketoimintamahdollisuuksia, luo palveluita, jotka ovat strategisesti järkeviä ja arvoa tuottavia. Sen avulla määritetään palvelutarpeet ja vastataan niihin. "Palvelumuotoilun on prosessi, joka auttaa havaitsemaan, missä, milloin ja kuinka organisaatio voi tehdä palvelunsa arvokkaammaksi asiakkailleensa sekä itselleen." (Tuulaniemi 2011, 96.)

Palvelumuotoilu auttaa kohdistamaan yrityksen sisäisiä prosesseja asiakkaan ympärille. Palvelumuotoilijat havainnoivat kohdeorganisaation henkilökuntaa ja asiakkaita ymmärtääkseen heitä ja heidän tarpeitaan. Yrityksen sisäiset prosessit siis muokataan asiakaslähtöisyyttä tukeviksi ja kannattaviksi. Palvelumuotoilu suunnittelee palveluympäristöä ja vuorovaikutusta, mikä on merkittävää brändisuhteen luomisessa. (Tuulaniemi 2011, 99.)

Uuden palvelun kehittämisessä on hyödyllistä käyttää palvelumuotoilua. Se visualisoi palvelun ja auttaa ymmärtämään asiakkaita, ideoimaan, lanseeraamaan palvelua

sekä arvioimaan. Asiakasymmärryksen kautta yritys osaa havaita uusia tarpeita, joista voidaan lähteä kehittämään uutta palvelua. Palvelumuotoilu auttaa asiakaskokemuksen ja -palvelun suunnittelussa. Se myös vähentää uuden tuotteen riskejä palveluiden prototypoinnilla ja testaamisella. Se näkyy pitkällä tähtäimellä myös yrityksen taloudessa sekä parantaa kehitysinvestoinnin tuottoa. (Tuulaniemi 2011, 100.)

Matkailussa palvelumuotoilun tavoitteena on kestävä vuorovaikutuksen muodostaminen. Samalla se myös määrittelee sen, miten palvelua tulisi tuottaa positiivisen asiakaskokemuksen saavuttamiseksi. Se siis tarjoaa mahdollisuuden palvelun parantamiseen ja tätä kautta vaikuttaa myönteisesti asiakastyytyvyyteen. (Tuulaniemi 2011, 270.)

5 TUTKIMUSPROSESSI

Työ pohjautuu laadulliseen tutkimukseen, jota varten järjestettiin kymmenen teema-haastattelua marras-joulukuussa 2011 Jyväskylässä. Haastattelu valittiin tutkimusmenetelmäksi, koska ajatuksena oli saada koottua asiakkaiden kokemuksia ja näkemyksiä sekä antaa heille mahdollisuus kertoa mielipiteistään avoimesti ja laajasti.

5.1 Tutkimusmenetelmä

Laadullinen tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedon hankintaa, jonka aineisto kootaan luonnollisissa, todellisissa tilanteissa. Siinä tutkija luottaa enemmän omiin havaintoihinsa ja keskusteluihin tutkittaviensa kanssa kuin mittausvälineillä hankittavaan tietoon. Laadullisen tutkimuksen aineiston hankinnassa suositaan metodeja, joissa tutkittavien näkökulmat ja ”ääni” pääsevät esille, kuten teemahaastatteluja. Kohdejoukko valitaan tarkoituksen mukaisesti, ei satunnaisotoksen menetelmää käyttäen. Lisäksi laadullisessa tutkimuksessa tapauksia käsitellään ainutlaatuisina ja tulkitaan aineistoa sen mukaisesti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 164.)

Haastattelu on hyvin joustava menetelmä ja sopii moniin erilaisiin tutkimustarkoituksiin. Haastattelussa ollaan suoraan kielellisessä vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa, joten tiedonhankintaa on mahdollista suunnata haastattelutilanteen aikana sekä saada esiin vastausten taustalla olevia motiiveja. Ei-kielelliset vihjeet auttavat ymmärtämään vastauksia ja niiden merkityksiä, jopa erilailla kuin alussa ajateltiin. Lisäksi etuna on, että haastatteluaiheiden järjestystä on mahdollista säädellä. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 34-35.)

Haastattelu kannattaa valita tutkimusmuodoksi, jos tiedetään ennalta, että tutkimus tuottaa monitahoisesti ja moniin suuntiin viittaavia vastauksia sekä halutaan syventää saatavia tietoja. Haastattelun aikana voidaan esimerkiksi pyytää esitettyjen mielipiteiden perusteluja sekä esittää tarvittaessa lisäkysymyksiä. Toisaalta haastattelusta sopiminen, haastateltavien etsiminen ja itse haastattelun toteutus vievät runsaasti aikaa. Lisäksi haastatteluaineiston litterointi on varsin hidasta puuhaa. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 34-35.)

Teemahaastattelussa tutkija määrää haastattelun aihepiirit ja teemat, jotka käydään läpi eri sanamuodoin ja joustavasti haastateltavien kanssa. Haastattelu on eräänlaista keskustelua, jolla on tietty tarkoitus, mikä asettaa vaatimuksia haastattelijalle. Haastattelijan on käytäyttyävä ja puhuttava niin, että haastateltavat hyväksyvät hänet ja ymmärtävät häntä. Teemahaastattelussa korostetaan ihmisen tulkintoja asioista, heidän asioille antamia merkityksiä sekä sitä, miten merkitykset syntyvät vuorovaikutuksessa. On makukysymys, pitääkö kaikille tiedonantajille esittää kaikki suunnitellut kysymykset, pitääkö kysymykset esittää kaikille samassa järjestyksessä, pitääkö sanamuotojen olla jokaisessa haastattelussa samat jne. (Pitkäranta 2010, 80-81, 106-107.)

Teemahaastattelun teemat on syytä määritellä etukäteen. Ne pohjautuvat esimerkiksi aiheesta julkaistuun kirjallisuuteen, muihin tutkimuksiin tai teorioihin. Niiden tulee pohjautua tutkimuksen tavoitteisiin ja asetettuun tutkimusongelmaan. Teemoja ei tulisi keksiä intuition perusteella, sillä tutkimus rajautuu tällöin tutkijan omiin näkemuksiin eikä todellista kuvaa aiheesta saada. Tuloksia on myös vaikea analysoida, jos aiheet eivät perustu mihinkään kirjalliseen tietoon. (Eskola & Vastamäki. 2001, 33.)

Tutkimusta varten laadittiin haastattelurunko, joka on jaoteltu teemoihin hotellimatkan vaiheiden mukaan. Haastattelurunko on liitteenä 11. Jokaisen teeman alla on pääkysymys ja sitä tukevia lisäkysymyksiä. Lisäkysymyksiä esitettiin tarpeen mukaan haastateltavan vastauksista riippuen. Haastattelun kulkua ohjaamaan tehtiin visualisoitu kuvasarja hotellin palveluprosessin eri vaiheista. Kuvasarjan avulla pyrittiin auttamaan haastateltavan ajatusprosessia ja herättämään mielikuvia sekä muistoja hotellimatkan eri vaiheista. Kuvasarja on liitteenä 12.

5.2 Aineiston keruu

Toteutimme 10 teemahaastattelua marras-joulukuussa 2011. Teimme yhteistyötä Sokos hotel Alexandran kanssa, joka otti yhteyttä saapuviin vapaa-ajan matkustajiin ja kysyi heiltä halukkuutta osallistua haastatteluun. Asiakkaiden lähestymistä varten teimme Sokos hotellille tiivistetyn saatekirjeen, jonka avulla oli helppoa kertoa pääpiirteittäin asiakkaille, mistä haastattelussa on kysymys. Asiakkaille tarjottiin kiitoksena haastatteluun osallistumisesta joko nosto standardihuoneesta sviittiin, jos sviittikyseisenä ajankohtana oli vapaana, tai lahjakortti Sokos hotelliin. Kaikki haastateltavat valitsivat kiitokseksi yhden yön majoituslahjakortin.

Sokos hotelli sopi haastatteluun suostuneiden asiakkaiden kanssa suoraan heille parhaiten sopivan ajankohdan ja ilmoitti loppuviikosta tiedot eteenpäin meille. Haastattelut toteutettiin kolmena viikonloppuna. Koska Sokos Hotelli otti yhteyttä asiakkaisiin, emme voineet juurikaan vaikuttaa haastateltavien valintaan. Ennen asiakkaille soittelun aloittamista ohjeistimme Sokos Hotellin haastateltavien valintaa niin, että asiakkaiden tulisi olla vapaa-ajan matkustajia, jotka matkustavat yksin, pariskuntana tai kaveriporukalla. Jätimme pois perheen kanssa matkustavat, koska kyseisestä segmentistä ollaan tekemässä omaa tutkimusta. Suurin osa haastatelluista oli hotellipakettimatalla; museopaketti, pari shoppailupakettia ja pari teatteripakettia. Haastateltavien valinta oli hyvin onnistunut, ainoastaan yksi haastatelluista ei ollut varsinaisesti vapaa-ajan matkalla, vaan esittelemässä oman yrityksen käsitöitä Jyväskylän joulumessuilla.

Haastateltavien ikä vaihteli 25 ja 65 ikävuoden välillä. Suurin osa haastatelluista oli pariskuntia, joista viisi osallistui myös haastattelutilanteeseen pariskuntana. Neljä matkusti puolison kanssa, mutta haastattelussa oli mukana vain toinen osapuoli. Yksi haastateltavista matkusti ystäväporukan kanssa. Haastattelut pidettiin Sokos Hotel Alexandran tiloissa. Aamupäivisin kun hotellin yhteydessä oleva ravintola oli kiinni, saimme käyttää sen tiloja, ja illemmalla saimme käyttöömmme pienen kokoushuoneen.

Ennen haastattelun aloittamista haastateltaville kerrottiin tutkimuksen tarkoitus ja taustat sekä kysyttiin lupa haastattelun nauhoittamiseen. Kaikki haastattelut nauhoitettiin, jotta tulosten käsittely jälkikäteen olisi helpompaa. Haastatteluiden kesto oli keskimäärin noin 20-30 minuuttia.

5.3 Tutkimuksen luotettavuus

Haastatteluita suunniteltaessa on syytä kiinnittää huomiota niiden luotettavuuteen. Jotta aineiston keruuta voitaisiin säädellä joustavasti tilanteen edellyttämällä tavalla ja vastaajia myötäillen, täytyy haastattelijalta löytyä riittävästi taitoa ja kokemusta. Haastattelun katsotaan sisältävän monia virhelähteitä. Virheitä aiheutuu sekä haastattelijasta että haastateltavastakin. Esimerkiksi haastattelun luotettavuutta saattaa heikentää haastateltavan taipumus antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia. (Hirsjärvi & Hurme 2009, 35.)

Tutkimuksen toteutuksessa huomioitiin laadullisen tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttavat tekijät. Luotettavuutta lisättiin nauhoittamalla kaikki haastattelut, jotta mitään olennaista ei jäisi ylöskirjaamatta. Haastattelu tutkimusmuotona mahdollisti tarkentavien lisäkysymysten esittämisen ja tarvittaessa tutkija pystyi ohjailemaan haastatteluiden kulkua. Toisaalta haastattelun luotettavuuteen voi vaikuttaa se, etteivät haastateltavat välttämättä aina kertoneet kaikkea asiaan liittyvää, jos esimerkiksi kokivat, että se on liian henkilökohtaista tai menee liian kauaksi alkuperäisestä kysymyksestä.

Teemahaastatteluista erityisen haastavaa teki niiden osittainen vapaamuotoisuus. Vaikka haastattelupohja eteni hotelliprosessin vaiheitten mukaan matkan suunnittelusta kokemusten muisteleminen, haastateltavat saattoivat kesken yhden aihealueen palata edelliseen tai kertoa jo vähän seuraavasta kohdasta. Tämän vuoksi haastattelupohjan kysymyksiä piti esittää välillä valikoiden ja eri kohdassa kuin haastattelupohjan mukaan.

Haastatteluiden kesto oli käytännössä lyhyempi kuin mitä tutkimuspohjaa suunniteltaessa arvioitiin. Todennäköisesti haastatteluiden keston vaikutti ainakin se, että lähes kaikki haastattelut toteutettiin haastateltavien vasta saavuttua hotellille. Eli haastateltavat saattoivat alitajuisesti yrittää selvittää haastattelutilanteesta mahdollisimman nopeasti, jotta se olisi pois alta ja he pääsisivät loman viettoon. Parempi haastatteluajankohta olisi mahdollisesti voinut olla esimerkiksi silloin, kun haastateltavat odottelivat hotellilta poislähtöä, jolloin heillä välttämättä olisi ollut syytä kiirehdiä. Tutkimukseen osallistuneista suurin osa oli keski-ikäisiä pariskuntia. Enemmän olisi voinut olla esimerkiksi yksin matkustavia tai ystäväporukalla matkustavia. Tällöin vastauksiin olisi voitu saada hiukan enemmän eroavaisuuksia ja poikkeuksia. Teemahaastattelu oli joka tapauksessa tutkimuksen toteutukseen kaikista paras ja luotettavin keino, koska tavoitteena oli saada kerättyä haastateltavien kokemuksia ja näkemyksiä vapaamuotoisesti ja laaja-alaisesti.

6 TUTKIMUSTULOKSET

Haastattelujen litterointien pohjalta laadittiin jokaisesta haastattelusta oma tarinansa, jossa on kaikki olennaiset asiat haastateltavien vastauksista. Tarinoiden henkilöiden nimet ovat vaihdettu keksittyihin, jotta haastateltavien anonymiys säilyisi. Tarinoiden avulla saadaan käsitys kymmenen erilaisen asiakkaan hotellikokemuksista ja hotellimatkan eri vaiheista. Niiden pohjalta voidaan pohtia erilaisten hotellipalvelui-

den ja puitteiden merkitystä hotellin käyttäjälähtöisyyden kehittämisessä. tarinat löytyvät liitteistä 1-10.

Litterointien ja tarinoiden pohjalta kokosimme vastaukset jaotellen ne kolmen eri teeman alle: ennen matkaa, matkalla ja matkan jälkeen. Nämä kolme isoa teemakokonaisuutta jakaantuvat edelleen pienemmiksi alateemoiksi. Näin tuloksia on helppo käydä läpi vaihe vaiheelta tai etsiä tuloksia vain tietyistä hotellimatkan vaiheesta kuten vaikka saapumisesta.

Lopuksi tuloksien pohjalta luotiin kolme erilaista vapaa-ajan hotellimatkustajan arkityyppiä. Arkityypit antavat suuntaa sille, millainen on nykyajan vapaa-ajan matkustaja, mitä hän matkaltaan haluaa ja mitkä asiat ovat tärkeitä hänelle.

6.1 Ennen matkaa

Yleiset matkustustottumukset

Vastaajista suurin osa matkustaa useimmiten yhdessä puolison kanssa. Yksi vastaajista kertoi matkustavansa useimmiten perheen kanssa. Yksi vastaajista matkustaa läheisen työ-/ystäväporukan kanssa. Vastaajista kolme käy kotimaan matkoilla enemmän kuin viisi kertaa vuodessa. Useimmat matkustavat keskimäärin 2 - 4 kertaa vuodessa. Kaksi haastatelluista on käynyt kuluneen vuoden aikana kahdesti ulkomailla. Yksi pariskunta matkustaa pääasiassa Keski-Euroopassa, noin kahden kuukauden välein. Loput vastaajista käyvät ulkomailla hyvin harvoin, jos ollenkaan.

Yksi pariskunta on juuri jäänyt eläkkeelle ja uskoo matkustuksen lisääntyvän entisestään, koska siihen on enemmän aikaa. Yksi vastaajista matkustaa niin usein, ettei aina edes välttämättä tahtoisi lähteä matkalle kun sen aika on. Pari vastaajista sanoi lähtevänsä matkalle aina kun vain haluavat. Kuitenkin useimmat vastaajista haluisivat matkustaa enemmän, jos aikaa ja resursseja olisi. Pariskunnista useimmat mainitsivat, että mies matkustaa jonkin verran työkseen ja vaimo saattaa toisinaan olla työmatkoilla mukana.

Kyllä tekisi mieli lähteä useammin, mutta sitten ei aina ole aikaa eikä resursseja. Laila

Erityisen hyvä vapaa-ajan matkan hotellikokemus

Useiden vastaajien mielestä hyvä hotellikokemus syntyy kokonaisuudesta, hotelliympäristöstä ja palvelukulttuurista. Tähän vaikuttavina asioina mainittiin muun muassa se, että vastaanotossa on hyvä ja asiallinen palvelu sekä kerrotaan hotellin palveluita. Useat mainitsivat myös hotellin sijainnin vaikuttavan suuresti siihen, että kokemus on hyvä. Tilava ja rauhallinen huone mainittiin myös useaan otteeseen vaikuttavan suuresti hyvän hotellikokemuksen syntymiseen.

Rauhallinen hotelli, jossa hiljaiset yöt on ihan hyvä, sitä arvostaa ite. Suvi ja Matti

No ei nyt varmaan mitä sellaista erityistä oo että yleisesti ottaen on ollu siistit huoneet ja sen laatuiset mistä ollaan maksettukin. Yleisesti ottaen on oltu ihan tyytyväisiä. Johanna ja Kari

Vastaajat mainitsivat myös suoraan joitain esimerkkejä hotelleista, jotka olivat jääneet erityisesti mieleen. Jyväskyläläisen hotelli Yöpuun kerrottiin tuovan mukavaa vaihtelua persoonallisuudellaan ketjuhotelleihin verrattuna. Helsingistä mainittiin hotelli, jossa vastaajille varatussa huoneessa oli tupakoitu ja heille oli vaihdettu tilalle vastaajan sanoin ”luksushuone”, joten kokemus oli jäänyt erityisen hyvänä mieleen. Eräs vastaajista puolestaan kertoi Intian Goalla olleen hotellin jääneen mieleen ja mainitsi lisäksi, että yleisestikin se, että hotellissa on ravintola eikä ruokaa tarvitse etsiä muualta, tekee kokemuksesta hyvän. Yksi vastaajista kertoi heidän olleen aina tyytyväisiä ja huoneiden olleen sen laatuista, mistä he ovat maksaneetkin.

Hyvänä kokemuksena kerrottiin myös Seinäjoella sijaitsevasta Sokos hotellista, jossa asiakkaat olivat valittaneet meluisasta huoneesta. Seuraavalla kerralla heidän yöpyessään samaisessa hotellissa oli heille erikseen mainittu, että nyt heidät on laitettu varmasti rauhalliseen huoneeseen. Belgian Gentistä eräälle vastaajista oli jäänyt mieleen erityisesti huoneistohotelli, joka oli ollut hyvin viihtyisä ja lapsille sopiva sekä mukavasti vanhan ajan henkeä huokuva. Yhden vastaajan mukaan kokemusta erilaisista hotelleista on kertynyt niin runsaasti, että hän osaa ottaa palvelun vastaan sel-

laisena kuin se on. Naantalin kylpylän mainittiin olevan paikka, jonne palaa aina uudestaan. Siitä erityisen hyvän tekevät miljöö ja kokonaisuus. Yksi vastaajista kertoi Jyväskylän olleen niin mukava paikka, että sinne tulee mielellään uudestaan ja hotellikin oli oikein mieluista.

Erityisen huono vapaa-ajan matkan hotellikokemus

Useat vastaajista mainitsivat huonon hotellikokemuksen syyksi meluisan ja rauhatoman huoneen. Pari vastaajista nosti esille liian vanhahtavat ja nuhjuiset hotellit, joita heidän mukaansa löytyy vielä Suomesta jonkin verran. Tällaisiin kohteisiin ei heidän mukaansa haluta lähteä lomaa viettämään.

Vastauksissa mainittiin myös muun muassa vanhahtava ja pienehkö hotelli Rikala Savossa, teatterilippusekaannus Sokos Hotel Alexandrassa ja meluinen hotelli Kyp-roksella. Yksi vastaajista kertoi Mikkeliissä sijaitsevasta motellista, johon oli tehty heidän varauksensa kanssa kaksoisbuukkaus ja toiseen heidän seurueensa huoneeseen ei ollut toimitettu etukäteen tilattua lisäsänkyä. Lisäksi mainittiin Ruoholahden Holiday Inn, joka ei vastaajan mukaan vastaa nykypäivän totuttua Suomen hotellien yleistä tasoa. Yksi pariskunta oli pettynyt Heinolassa sijaitsevaan hotelliin, josta ei saanut enää minkäänlaista ruokaa iltayhdeksän jälkeen.

Eräs vastaaja kertoi Tallinnassa sijaitsevan hotellin olleen erityisen huono kokemus, koska siellä huoneeseen pääsemistä piti odottaa todella kauan ja palvelu oli hyvin epäystävällistä. Lisäksi heille varatussa huoneessa oli tupakoitu, joten huoneessa ei ollut mukava viettää aikaa.

Joskus että naapurit häirihtee, mutta ei mitenkään hirveetä ongelmaa oo tullu, mutta joissakin hotelleissa kuuluu melua pitkään yöllä.

Heikki ja Martta

Vaikka huonojakin kokemuksia löytyi, vastaajista suurin osa korosti kuitenkin olevansa useimmiten tyytyväisiä hotellivalintoihinsa. Koska hotelleita etsitään netistä ja kuunnellaan paljon muiden suosituksia, on hotelleiden taso yleensä etukäteen melko hyvin tiedossa ja odotukset sen mukaisia.

Vapaa-ajan matkan suunnittelu

Useimmat vastaajista kertoivat matkan idean taustalla olevan joku tietty tapahtuma, kuten teatteri, konsertti tai messut. Yksi vastaajista kertoi matkalle lähtöön vaikuttavan suuresti sen, milloin lapsille saa hoitajan ja pääsee kahden kesken lähtemään lomalle. Eräs vastaajista matkusti usein huutokauppojen perässä eri puolille Suomea ja toinen puolestaan erilaisten messujen takia. Pari vastaajista kertoi, että matkan tarkoitus voi olla tuttavien tai sukulaisten luona vierailu. Yksi vastaajista kertoi, että he valitsevat neljän naisen porukalla joka kesä jonkin Suomen kaupungin, mieluiten sellaisen, jossa kukaan heistä ei ole käynyt.

No se lähtee ihan semmosesta, että jos tietää, että on vapaa viikonloppu tai on muuten vapaata silleen enemmän. Sit me ollaan yleensä aateltu, että nyt voisi lähtee käymään jossain, että lähtee kotoo pois välillä. Vähän pitää laatuakaa niin sanotusti. Se on semmonen pähänpisto meillä ollut. Karoliina

Saattaa lähtee kun jotakin huomataan että hei siellä on sitä ja voi olla joku antiikkihuutokauppa jossain tai tämmöne meitä kiinnostava asia jonka tiimoilta lähetään ja ollaan. Heikki ja Martta

Osa vastaajista kertoi lähtevänsä matkalle usein myös vain lomailun vuoksi, eikä koh- teessa tarvitse sillä hetkellä olla mitään erityistä tapahtumaa tai aktiviteettiä. Useimpien vastaajien mukaan se, kuinka paljon matkaa suunnitellaan etukäteen, riippuu matkan tarkoituksesta. Jos matkan keskiössä on jokin tapahtuma, määrää se aikataulun pitkälti kokonaan. Mutta jos matka tehdään muuten vain, jätetään ohjelma yleensä lähes täysin avoimeksi ja päätetään vasta paikan päällä mitä halutaan tehdä. Kolme vastaajista kertoi, että jos matka tehdään yhdessä ystävien tai vaikkapa tuttavapariskunnan kanssa, suunnitellaan matkan ohjelmaa yhdessä kuunnellen kaikkien toiveita ja ideoita. Yksi vastaajista kertoi, että matkan ohjelma on yleensä aina suunniteltu huolellisesti jo kotona.

Hyvin usein lähdetään niin, ettei suunnitella ohjelmaa etukäteen juurikaan. Ainut asia mikä tulee mietittyä niin on yleensä se parkkijuttu, että minne saa auton. Mikko

Jos ollaan vähän aikaa vaan niin kyllä sitä on hyvä suunnitella etukäteen, ettei mee siihen haahuilemiseen siellä aika. Toisaalta, viime ke-

sänäkin ei haluttu sitten niin täyteen buukata sitä parin päivän reissua.
Leena

Hotellin varaaminen

Monet mainitsivat, että hotellin valintaan vaikuttaa suuresti sen sijainti, keskeisyys ja palveluiden löytyminen läheltä sekä se mitä matkalla tehdään. Yhden vastaajan mukaan hotellin valintaan voi vaikuttaa negatiivisesti, jos hotellista on ollut negatiivisia juttuja mediassa. Pari vastaajista kertoi myös, että hotellivalintaan vaikuttavat aiemmat kokemukset. Kaksi vastaajista mainitsi, että nettisivuilla olevat kuvat ja tuttavien suositukset voivat myös vaikuttaa valintaan. Yksi vastaajista kertoi, että valintaan vaikuttaa myös se, kuinka uudelta ja viihtyisältä hotelli vaikuttaa.

Hotellille ehkä keskeisintä on se sijainti. Ja sitten se, että se on siisti. Sitä on tietysti sitten vaikea ennakoida etukäteen. Mut silleen, et se yleisilme, kun sieltä netistä kattoo, niin se olis semmonen uudehko ja siisti ja semmonen viihtyisä. Marja

Kaikki vastaajat mainitsivat asiakasomistajuuden ja S-etukortin tuomien etujen vaikuttavan hotellivalintaan. Suurin osa mainitsi, että S-ryhmän hotelli on aina etusijalla, ja yleensä niissä majoitutaan, koska niitä löytyy lähes joka kaupungista ja ne sijaitsevat usein hyvällä paikalla. Pari vastaajista sanoi majoittuvansa useimmiten S-ryhmän hotellissa, mutta se ei kuitenkaan ollut välttämätöntä tai ainut vaihtoehto, jota mietitään.

No kyllä se että kun nykyään on hirmu iso merkitys ihmisellä tuo kortti-homma, niin kyllä se sitä kautta tulee. Että kyllä ensimmäinen on se että katotaan S-ryhmän hotelli, sitten jos ei oo tilaa niin sittenpä ei oo niinku merkitystä. Että kuitenkin ajatellaan niin että ehkä se s-ryhmän hotelli on niinku edullisin näille kanta-asiakkaille. Mikko

No meillä ainakin tämä Sokos hotelli on sillai että se on asiakasomistajahotelli niin se vaikuttaa että me yleensä ollaan Sokos hotellissa. Jossakin näissä että näitähän on joka paikkakunnalla. Marika

Vastaajista muutama kertoi toisinaan varmistavansa varausvaiheessa ettei huone ole vilkkaan kadun varrella tai yökerhon läheisyydessä, sillä hotellilomalta kaivataan rauhallisuutta ja kunnon yöunia. Yksi vastaajista kertoi välillä haluavansa saunallisen huoneen. Yhdelle vastaajista oli erityisen tärkeää, että hotellihuoneessa on amme.

Lähes kaikki vastaajista varaavat hotellihuoneen internetin kautta. Syynä tähän oli muun muassa se että se on nopeaa, kätevää, sujuvaa, selkeää ja helppoa. Kaksi vastaajista kertoi, että jos kyseessä on hotellipaketti, hoidetaan varaus mieluummin puhelimitse, jotta on helpompi kysyä asiasta lisätietoja. Yksi vastaajista kertoi katselevansa hotellivaihtoehtoja netistä, mutta tekevänsä varauksen aina puhelimitse, koska haluaa hoitaa sen puhumalla ihmisen kanssa ja varmistamalla, että kaikki menee niin kuin halutaan.

Netti on kyllä ihan näppärä. Puhelimen kautta sitten paremmin saa sen ehkä tilanteen tavallaan ja onko tulossa jotain peruutuksia tai muuta. Että jos nettissä on näyttänyt täyttä ja sitten on kuitenkin soittanut niin on saattanutkin päästä jne. Suvi ja Matti

6.2 Matkalla

Saapuminen

Kaikki vastaajat kertoivat matkustavansa kotimaan matkoilla useimmiten omalla autolla. Suurin osa mainitsi lisäksi, että omalla autolla matkustaminen vaikuttaa osittain hotellin valintaan, koska halutaan varmistua että parkkipaikka löytyy. Suurin osa vastaajista mainitsi tarkastavansa parkkipaikkatilanteen etukäteen Internetistä.

Yhden vastaajan mielestä oletuksena aina on, että parkkipaikka hotellin läheisyydestä löytyy helposti, mutta Jyväskylässä tämä on ikuinen ongelma. Pari muutakin vastaajista nostivat tässä kohdassa esille etenkin Jyväskylän Sokos Hotellien huonon ja epäselvän parkkitilanteen. Kaksi vastaajista kertoi, että vaikka matkustetaan omalla autolla, ei se vaikuta millään tavalla hotellin valintaan. Yksi vastaajista kertoi matkustavansa toisinaan julkisilla, jolloin hotellin täytyy sijaita lähellä asemaa.

Vastaajien saapumisajankohta vaihteli suuresti. Muutama kertoi saapuvansa useimmiten kello 12 aikaan, jotta aikaa paikan päällä oleskeluun jäisi mahdollisimman paljon. Osan saapumisajankohta vaihteli kahden ja kuuden välillä. Muutama kertoi saapuvansa useimmiten kello kuuden jälkeen ja ilmoittavan myöhäisestä saapumisesta

hotellille puhelimitse. Saapumisajankohta riippuu vastaajien mukaan paljolti siitä, mikä on matkan tarkoitus ja kuinka pitkä matka kohteeseen on.

Vastaajien mielestä sisäänkirjautumistilanne on useimmiten ollut vaivatonta ja sujuvaa, eikä siihen kaivata liiemmin muutoksia. Kolme vastaajista kertoi maksavansa hotellihuoneen mieluiten saapuessa, jotta lähtöpäivänä ei tarvitse jonottaa. Muutama vastaajista mainitsi, että vastaanotossa saatu palvelu luo pohjaa koko hotellikokemukselle ja siinä saatu palvelu on erityisen tärkeää kokonaisuuden kannalta.

Hotellin palvelut

Vapaa-ajan matkustajat käyttävät vaihtelevasti hotellien palveluita. Kahta vastaajaa lukuunottamatta kaikki haastatteluun osallistuneet myönsivät käyttävänsä hotellin ravintolapalveluita. Yleisesti ottaen hotellin ravintola koettiin hyväksi ja kokemukset olivat positiivisia. Vastaajat, jotka eivät käyttäneet hotellin ravintolapalveluita, kertoivat ruokailevansa mielummin jossain muussa paikallisessa ravintolassa. Ravintolapalveluiden lisäksi vastauksissa toistui hotellin baari ja sauna. Myös kuntosalia käytettiin varsinkin pidemmällä vapaa-ajan matkoilla. Lisäksi yksi vastaajista kaipasi hotelliinsa uima-allasta. Toisaalta, eräs vastaaja kertoi valitsevansa kylpylähotellin mikäli kaipasi kylpyläpalveluita lomansa ajaksi.

Sauna ja ehkä kuntosali ois ihan hyvä. Tullaan ja käydään saunassa ja vähän aikaa touhutaan huoneessa ja sitten lähdetään syömään ja sitten lasilliselle vaikka. Johanna ja Kari

Suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä hotellin tarjoamien palveluiden monipuolisuuteen. Yksi vastaaja kertoi aiemmin lastensa kanssa matkustettaessa kaivanneensa enemmän aktiviteetteja lapsille. Myös kampaajaa ja kosmetologia kaivattiin hennotteluloman hotellin yhteyteen. Myös kuntosali, sauna ja uima-allas mainittiin.

Yleensä kun mennään hotelliin niin se on kaupungin keskustassa ja kaikki on sitten siinä lähellä että jos jotain tarvii niin voi kipaista sitten käymään. Suvi ja Matti

Sen tylisiä asioita, jotka naisille vois olla sen vapaa-ajan kruununa. Heikki ja Martta

Hotellin lisäpalvelut ja palvelun räätälöintimahdollisuudet olivat suurimmalle osalle vastaajista tuntemattomampia. Hotellilta odotettiin eniten vain majoitusta ja ruokailumahdollisuutta jättäen muut palvelut toissijaisiksi. Useista vastauksista kävi ilmi, että palvelut otettiin vastaan niin kuin ne olivat, eikä niitä juuri kyseenalaistettu. Vastaajista kuitenkin kolme kertoi joskus pyytävänsä hotellilta erityisjärjestelyjä huoneeseensa. Niitä olivat ilmastoinnin säätäminen allergian vuoksi oikeanlaiseksi, parisänky erillisten vuoteiden sijaan, silitysraudan sekä kuohuviinin ja hedelmien saaminen huoneeseen.

No ei, oikeastaan se on hotellissa se huone mitä tarttee, että kaikki muu saa olla. Muut jutut tulee muualta sitten, se on huone on se tärkein että saa sen yöpymismahdollisuuden. Marika

Kyllä aika niukka kalustus joissakin huoneissa. Ne on niin pieniä että ei oikein sovi tai sitten en on niin moderneja että on vain se yksi tuoli siinä. Heikki ja Martta

Kysyimme haastateltavilta myös mielipiteitä palveluiden parantamisesta. Reilulla puolella vastaajista oli mielessä asioita, joita voisi parantaa. Esiin nousi selkeimmin parkkipaikkojen sekavuus. Hotellilta toivottiin selkeämpiä ohjeita jo ennen saapumista hotellille, jotta parkkipaikka löytyisi helpommin ja he saapuessa tietäisivät miten sen kanssa menetellään. Sekavuutta aiheutti se, että voiko parkkipaikalle ajaa suoraan vai tarvitseeko siihen jonkun luvan vastaanotosta. Myös jonottaminen ja melu saivat useamman vastauksen. Huoneiden sijoitteluun toivottiin parannusta, sillä kokemuksia oli esimerkiksi yökerhojen läheisyydessä yöpymisestä. Lisäksi kaksi vastaajaa toivoi useamman tuolin huoneeseensa. Yksittäisiä vastauksia saivat huoneiden siisteyden ongelmat, ravintolan laatu ja satunnainen töykeä palvelu.

Hotellin tarjoama tieto paikkakunnasta ja sen tapahtumista

Yleisesti ottaen hotellit tarjoavat hyvin tietoa paikkakunnasta ja sen tapahtumista. Suurin osa vastaajista kertoi saaneensa tarvittaessa tietoa hotellin vastaanotosta. Paikkakunnan tapahtumista on kerrottu sisäänkirjautumistilanteessa ja vastaanoton tiskiltä on joskus haettu myös aikatauluja, esitteitä ja karttoja. Toisaalta, tietoa paikkakunnasta ja tapahtumista on kaivattu jo hotellin varausvaiheessa. Yksi vastaaja kertoi, että hotellin varausvahvistuksen yhteydessä voisi olla ehdotuksia vapaa-ajan

ohjelmaa varten. Toinen vastaaja taas sanoi nettiyhteyden olevan tärkeä, jotta tietoa voitaisiin itse etsiä.

Osa vastaajista kertoi suunnitelleensa matkansa ohjelman jo etukäteen. He eivät kai-
vanneet tietoa paikkakunnasta ja sen tapahtumista enää paikan päällä. Toisaalta, he
arvostavat sitä, että hotelli on kuitenkin varustautunut näillä tiedoilla jos niitä joskus
tarvitsisi.

*Me ollaan kyllä sillalailloilla ite tietoisia, että yleensä otetaan vähän niinku
etukäteen selville netin kautta, että mitä tapahtuu kaupungissa. Mutta
tietenkin sitten jos sattuu olemaan kaupungissa just joku niin se on ihan
mukavaa varmaan tietää, että meillä on nyt tänään tällainen kaupunki-
festivaali. Ja sitten jossain niinku kaupungin kartta, jonka sais helposti
mukaan niin se on ihan näppärä että sitä ei tule ite aina otettua mu-
kaan. Suvi ja Matti*

Ajan viettäminen huoneessa

Ajan viettäminen hotellihuoneessa vaihteli jonkin verran. Osa vastaajista kertoi huo-
neen olevan vain nukkumista varten ja siellä käydään vain pikaisesti päivän aikana.
Tällöin huoneeseen tullaan vaihtamaan vaatteita, lepäämään, tuomaan ostoksia ja
käymään suihkussa. Kaksi vastaajaa kertoi viettävänsä aikaa huoneessa sitä enem-
män, mitä pidempään lomalla ollaan. Tuolloin huoneessa saatettiin kylpeä, lukea tai
viettää aikaa muuten. Yksi vastaaja kertoi viipyvänsä huoneessa loman aikana joskus
hyvinkin paljon, koska se oli hänen tapansa rentoutua. Hän arvosti huoneessa hyvää
nojatuolia, jossa istua ja viettää aikaa.

*Saattaa levätä välillä ja lähtee jonnekin taas. Aika vähäiseksi se loppu-
jen loppuksi jää se oleminen siellä. Karoliina*

Tärkeää itse hotellihuoneessa on tutkimuksen mukaan rauhallisuus, viihtyvyys, tila-
vuus ja siisteys. Osa vastaajista toivoi huonetta kadun puolelta, jossa on parhaat nä-
kymät ikkunasta. Toisaalta osa vastaajista arvosti hiljaisen sisäpihan puolella olevaa
huonetta. Kaksi vastaajaa kiinnitti huomiota huoneiden läheisyyteen toisiinsa näh-
den, jos isommalla seurueella oli useampi huone. Huoneen tulisi olla tilava, jotta
matkatavarat eivät ole tiellä ja huoneessa pitäisi pystyä viettämään aikaa suurem-
mallakin porukalla.

Vastaajien mielipiteet sisustuksesta olivat melko samankaltaisia. Tärkeimpinä elementteinä esiin nousi hyvä sänky ja riittävästi laskutilaa omille tavaroille ja vaatteille. Myös TV ja nettiyhteys saivat pari vastausta. Yksi vastaaja mainitsi jääkaapin ja toinen toivoi jotain lisäarvoa tuottavaa, kuten keinutuolin. Lisäarvoa kaivattiin myös persoonallisella palvelulla ja luksuksella, kuten turn down -palvelulla, jossa huone valmisteltaisiin iltaa varten muun muassa sängyn valmistelulla. Esiin nostettiin myös tupakoimattomuus eli hajuttomuus sekä hyvä ilmastointi kuumalla ilmalla.

Ja kyllä mun mielestä on tärkeää että yleisilme on siisti ja ei verhot repsoa ja semmosta. Kyllä mä niinkun ihan sitä semmosta yleisilmettä siinä. Johanna

Ei mulle ainakaan tarvi olla semmonen joku luksus, mitä näitä sviittejä on joskus ollu, että tavallinen taso ihan kyllä riittää. Kari

Niin esimerkiksi kun joissakin hotelleissa on tämmöinen tyynypalvelu, että joku tulee tiettyyn kellonaikaan käymään huoneessa ja poistaa päiväpeiton tai joku tämmönen on joskus aika luksusta. Ja sit mahdollisesti, vaikka hotelli ei sitä välttämättä aina tiedä, mut jos joku olisi juhlimassa vaikka juhla- tai merkkipäivää niin se hotellin puolesta antaisi sinne huoneeseen jonkun pienen complimentaryyn sinne. Silleen yllätyksenä. Ne tekee aika hirveen hyvän mielen. Marja

Haastateltavien unen laatu arvioitiin yhtä vastaajaa lukuun ottamatta hyväksi. Häntä lukuun ottamatta jokainen myönsi nukkuvansa hyvin hotelleissa. Tärkeimpänä syynä tähän mainittiin lomapäivän aiheuttama väsymys, jonka seurauksena nukahtaa hyvin nopeasti. Myös mukava sänky tyynyineen ja sopiva ilmastointi ja lämpötila mainittiin.

No tyynyjen kanssa on ollut vähän ongelmia. Mä yleensä otan oman tyynyn mukaan, mut nyt mä en muistanut. Kyllä vois sanoo. Kyl mä nyt viime yönäkin kun oltiin kadun puolella, niin nukuin ja en enää kuullut sitä meteliä. Kyllä sitten illalla jonkin verran häiritsi se liikenne ja jumputusautot. Leena

No ainakin se, että on rauhallista ja se että ei oo liian kuuma, se nukkumisilma on silleen hyvä. Sit on tietysti hyvä sänkykin niin kyllä se vaikuttaa. Muutenkin väsynyt päivän jälkeen. Karoliina

Hotellista lähteminen

Tutkimuksen perusteella suurin osa vapaa-ajan matkustajista lähtee hotellista puolen päivän huoneenluovutusajan aikana tai pari tuntia ennen sitä. Seitsemän vastaajaa kertoi klo 12 olevan sopiva aika huoneen luovutukselle, eikä arvioinut siitä koituvan ongelmia. Osa vastaajista kertoi tuolloin olevan jonkin verran jonoja, mutta osasi asennoitua hyvin odottamiseen. Suurin osa vastaajista kertoi ymmärtävänsä hotellien käytäntöä luovutusajan suhteen. Kolme vastaajaa kuitenkin kaipaisi myöhempää luovutusaikaa ja osa on myös vaatinut sitä. Yksi vastaaja perusteli myöhäisempää luovutusaikaa sillä, että hän on riippuvainen julkisten kulkuneuvojen aikatauluista ja täten joutuu odottamaan lähtöä. Moni vastaaja on tarvittaessa jättänyt laukkuja säilöön hotellille päivän ajaksi ennen kotiinpaluuta. Yksi vastaaja näkee tämän kuitenkin ongelmalliseksi, sillä esimerkiksi vaatteiden vaihtaminen päivän aikana on silloin monimutkaista ja yksityisyyttä ei ole. Aamupala oli hyvin suosittu palvelu ja sen monipuolisuutta arvostettiin. Yksi vastaaja kuitenkin kaipasi myöhäisempää ajankohtaa aamupalalle.

Yksi vastaaja kertoi maksavansa huoneensa jo sisäänkirjautumisvaiheessa. Tämän lisäksi yksi vastaaja haluaisi nopeuttaa uloskirjautumista ja välttää jonottamista maksamalla huoneensa jo etukäteen, mutta ei tiennyt tästä mahdollisuudesta. Jonojen välttämiseen toivottiin myös useampia asiakaspalvelijoita.

6.3 Matkan jälkeen

Hotellin rooli loman onnistumisen kannalta

Hotellin rooli koettiin tärkeäksi loman onnistumisen kannalta. Kaksi vastaajaa vähätelti hotellin vaikutusta ja koki hotellin vain nukkumispaikaksi. Suurin osa oli kuitenkin sitä mieltä, että huono hotellikokemus voi pilata koko loman ja päinvastoin. Perusteluiksi tälle kerrottiin rauhallisten yönien vaikutus mielialaan ja tätä kautta koko loman kokemiseen.

Huoneessa odotetaan kaiken toimivan ja palvelun olevan miellyttävän tasalaatuista. Luksusta palvelulta ei odoteta vaan halutaan saada henkilökunnasta motivoitunut

mielikuva. Loman aikana ei haluta välittää enää mistään ongelmista vaan keskittyä loman viettämiseen. Huoneessa olevasta viasta ilmoittaminen henkilökunnalle koetaan epämiellyttäväksi. Toisaalta, ongelmien korjaaminen motivoituneesti ja pahoitellen luo positiivisen kuvan palvelusta.

Hotellin tärkeää roolia perusteltiin myös jo ennen lomaa muodostetulla odotusarvolla. Matkailijat odottavat rentoutuvansa ja ovat muodostaneet odotuksia myös hotellin palvelun laadulla. Mikäli palvelu ei ole täyttänyt odotuksia, voi se vaikuttaa koko loman onnistumiseen. Toisaalta, vapaa-ajan matkustajat voivat yllättyä erityisen hyvällä palvelulla. Näitä tapoja on vastaajien perusteella ollut esimerkiksi tilanteet, joissa hotelli on ilmoittanut ennakkoon asiakkailleen sesonkiajasta, jotta he osaisivat ennakoida mahdolliset jonot kirjautumistilanteissa. Tätä kautta asiakkaat eivät ole joutuneet pettymään odottamisen vuoksi.

Vastauksista kävi ilmi, että hotellia pidetään usein loman keskuksena. Se on paikka, jossa levätään ja ruokaillaan. Sinne sovitaan myös kätevästi tapaamisia jos matkustetaan isommalla porukalla. Myös matkatavarat jätetään hotellin huostaan loman aikana ja luotetaan niiden säilyvän siellä.

Sehän on lepopaikka ja jos on hyvä ruokapaikkakin siinä ja se on tämmönen loman keskus. Että sä tuot tavarat sinne ja voit kulkee. Se on tavallaan kuin koti siinä. Leena

Niin että kyllä sitä olettaa kun sen huoneen saa että sitten kaikki on kunnossa, että sun ei tarvii siinä vaiheessa enään niinku välittää mistää että kaikki toimii eikä tarvii enää puuttua mihinkään että voi sitten keskittyä siihen mitä haluaa. Suvi ja Matti

Hotellin roolia loman onnistumisen kannalta myös vähäteltiin. Sitä perusteltiin sillä, että lomaa muistellessa muistetaan yleensä eri asioita jättäen hotellin toissijaiseksi. Lisäksi mielipidettä perusteltiin sillä, että huoneessa vietetään niin vähän aikaa ja kotimaan vapaa-ajan lomat ovat yleensä lyhyitä. Ulkomaan matkat mainittiin menevän kotimaan matkoja helpommin pilalle, jos hotellissa on ollut huonoa palvelua, koska nämä lomat ovat yleensä pidempiä.

Palautteen antaminen

Vastaukset palautteen antamisesta vaihtelivat suuresti. Yleisesti ottaen palautetta annettiin harvoin ja kasvokkain. Selvästi suurin osa mielsi palautteen antamisen puuttumisena johonkin epäkohtaan. Vain kaksi vastaajaa kertoi antavansa yleensä vain positiivista palautetta. Kolme vastaajaa myönsi antavansa palautetta usein kun taas loput seitsemän haastateltavaa tekee tätä harvoin tai ei koskaan. Palautteen antaminen tapahtuu lähes aina palveluhetkellä kasvokkain tai hotellilta uloskirjautuessa vastaanottotiskillä. Vain kaksi vastaajaa myönsi käyttävänsä mielellään asiakas-tyytyväisyyskyselyitä jälkikäteen. Yksi pariskunta kertoi keskustelewansa keskenään, jos palvelu ei ole onnistunut ja sanoo, että hyödyllisempää palvelun kehittämisen kannalta olisi antaa palautetta.

No kyllä minä asiasta sanon. Turhasta en lähde huutamaan, koska me ollaan ihmisiä kaikki ja jokainen tekee virheitä. Mutta semmonen iha selkee asia jos on niin kyllä minä siitä palautetta yleensä annan. Mikko

Monesti on puhuttu että pitäis antaa sitä palautetta koska eihän sitä palvelua tiedetä kehittää jos ei. Johanna ja Kari

Jälkiyhteydenotto hotellilta

Vaihtelua oli myös vastauksissa kysyttäessä mielipiteitä hotellin jälkiyhteydenpidosta. Puolet vastaajista kertoi olevansa tyytyväinen jos hotelli lähettää esimerkiksi sähköpostilla viestin kiitokseksi asiakkuudesta. Pari vastaajaa uskoo sen vaikuttavan myös koko kokemukseen kyseisestä hotellista ja tätä kautta vaikuttavan positiivisesti seuraavan matkan hotellin valintaan. Toisaalta puolet vastaajista suhtautuu neutraalisti tai negatiivisesti näihin viesteihin, sillä he mieltävät ne roskapostiksi. Syynä tähän he kertoivat ajan ja kiinnostuksen puutteen.

Hotellin lähettämiin tarjouksiin vastaajat suhtautuivat yhtä vaihtelevasti. Vastaajista puolet kokivat nämä viestit turhiksi. Perusteluina kerrottiin niiden hyödyttömyys, sillä matkoja tehdään harvemmin ja omaehtoisesti. Tarjousviestit hukkuvat muiden mainoksien joukkoon. Toisaalta, puolet vastaajista koki tarjoukset positiivisiksi ja luki niitä mielellään. He myös uskoivat näiden tarjouksien vaikuttavan seuraavaan vapaa-

ajan matkaan ainakin lähitulevaisuudessa. Yksi vastaaja kertoi suhtautuvansa yleisesti ottaen kriittisesti mainospostiin, mutta lukee S-ryhmän postit.

Siis se ois ihan hieno homma ja sitten ois vielä hienompi homma että kuitenkin yövytään paljon ni sais joskus ilmasen hotelli yön tai jotakin bonuksia, sellanen kiva palkinto, sitä minä kaipaan kyllä. Marika

No minä kuitenkin deletoin ne. Että enemmän sit omaehtoisesti ja ei ne vaikuta siihen. Laila

Hotellikokemukset ja niiden suosittelu

Hotellikokemuksista kerrotaan joskus myös tuttaville. Usein kerrotaan niin loman ohjelman onnistumisesta kuin itse hotellistakin. Asiasta puhutaan useimmiten juuri niissä tilanteissa ja niille ihmisille kenen kanssa asia on tullut puheeksi, eikä asiaa välttämättä muuten nosteta esille. Osa vastaajista kertoi puhuvansa mieluummin positiivisista asioista kun taas osa negatiivisista. Pari vastaajaa kuitenkin myönsi, että ei koe hotellikokemuksistaan puhumista tuttaville tarpeellisina.

Hotelleja myös suositellaan eteenpäin usein. Suositteleminen tapahtuu yleensä niissä tilanteissa, missä on ilmennyt tuttavan olevan lähdössä samalle paikkakunnalle. Tällöin puheeksi usein otetaan positiiviseksi koettu hotelli ja suositellaan sitä.

Oltiin tuolla tuttavapariskunnan kanssa niin rouva sanoi että olivat olleet täällä ja tuo Fransmanni on kuulemma hyvä, että menkää sinne syömään. Niin kyllä tätä puskatiedotusta niin se on äärettömän iso ja tärkeä asia. Ne jotka ovat ite kokeneet minkinlaisen asian niin niinhän me puhutaan, niin varmaan kaikissa elämän alueissa puhutaan että miten oot sen ja sen asian kokenut. Heikki ja Martta

Kyllä me sanotaan varsinkin jos on sellasia tuttavavia, jotka ei tunne paikkoja ja kysyy, mikä hotelli ois kiva tai osaatteko suositella, niin tottakai sillan sanoo niistä omista positiivista kokemuksista. Johanna ja Kari

No ainakin jos siinä on jotain ekstra. Kyllä me sitä keinutuolia hehku-tettiin. Tai sitten jos on jotain, ahdasta tai jotain tämmöstä niin, tai jostain syystä ollut epäsiistiä. Kyllä mä luulen, että siitä tulee sanottua. Hyvästä kuin pahastakin. Leena

6.4 Arkityypit

Tämän tutkimuksen arkityyppejä on kolme ja ne edustavat tyypillisimpiä hotellin vapaa-ajan matkustajia. Tutkimuksessakin eri-ikäiset pariskunnat olivat huomattavan suuressa roolissa. Lisäksi nykyaikana yksi tyypillinen vapaa-ajan matkustaja on usein yksin tai kaveriporukalla matkustava itsenäinen matkailija.

Arkityyppien avulla voidaan miettiä syvemmin nykyajan hotellimatkustajan tarpeita ja motiiveja yksilön näkökulmasta. Hotellin on tärkeä miettiä, mitkä ovat ne arkityypit, joita he haluavat asiakkaikseen tavoitella ja kuinka sen tulisi kehittää palveluita sekä puitteita vastatakseen yhä paremmin näiden arkityyppien tarpeisiin.

Kaija

Minä olen Kaija, 54-vuotias opettaja. Olen eronnut ja minulla on kolme ihanaa lasta. Matkustelen pari kertaa vuodessa yhdessä työkavereista koostuvan ystäväporukan kanssa. Olemme päättäneet, että matkustamme yhdessä joka kesä johonkin Suomen kaupunkiin.

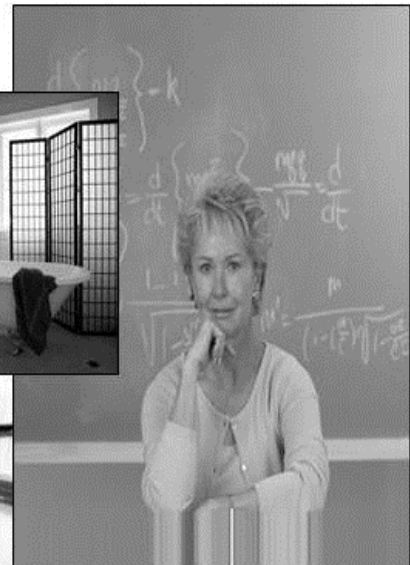
Matkaan lähdemme rentoutumaan ja viettämään aikaa yhdessä. Amme on ihan ehdoton ja semmoisen toivon huoneessani olevan. Pidän hemmottelusta ja joskus kysyn mahdollisuuksista kauneushoitoihin. Oudolla paikkakunnalla on hienoa, että hotellin henkilökunta osaa vastata kysymyksiin ja kertoa tapahtumista.

Hotellin puitteissa ärsyttää usein huoneiden pieni koko. Istumapaikkoja on liian vähän ja vaatteille ei ole kunnollista laskupaikkaa. Lisäksi aamupala on viikonloppuisin vähän turhan aikaisin, samoin kuin uloskirjautumisaika. Olisi mukavampaa herätä kiireettömästi ja lähteä rauhassa, eikä odotella iltapäivä bussia kaupungilla vaan hotellihuoneessa leväten.

”Kyllä mulle on iso merkitys että se on siinä lähellä, että se todellakin on keskustahotelli.

Just niinku kesälläkin Mikkelissä mehän käytiin koko ajan hotellissa just viemässä tavaroita ja sit lähettiin taas uudestaan kättelemaan paikkoja. Ihan ehdoton.”

”Kyllä se receptionin ensikohtaaminen, se luo aika paljon niinku jos se on ystävällinen niin se tekee semmoisen hyvän fiiliksen siihen.”



Kuvat: ClipArt

Pauliina ja Joni

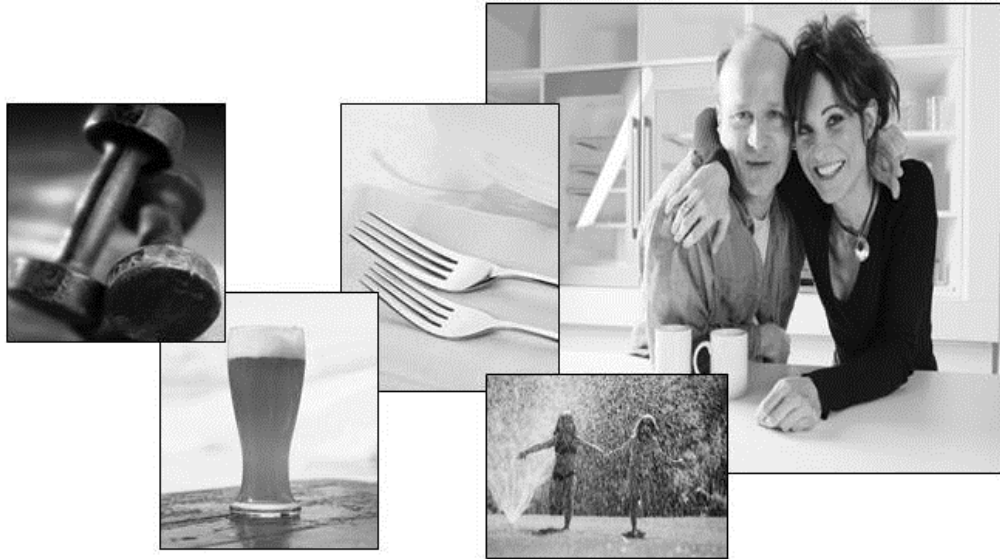
Me olemme Pauliina ja Joni. Olemme olleet naimisissa jo 15 vuotta. Matkustamme usein kahdestaan, ja kahdelle lapsellemme löytyy hoitaja helposti. Matkustaisimme mielellämme enemmänkin, jos aikaa ja rahaa olisi.

Kotimaan matkoilla etusijalla on aina S-ryhmän hotelli, koska olemme asiakasomistajia. Varaamme hotellin netistä ja tartumme usein tarjouksiin.

Hotellissa tärkeää on ystävällinen palvelu. Lisäksi omalla autolla matkustettaessa oletuksena on, että hotellin läheisyydestä löytyy vaivattomasti parkkipaikka. Käymme yleensä aina syömässä hotellin ravintolassa, koska se on helpoin vaihtoehto. Myös hotellin baarit ja pidemmillä lomilla kuntosali ovat käyneet tutuiksi.

“Hyvä ja asiallinen palvelu, ei mitään krumeluuria tarvitse olla. Vaan tuntee että se todella haluaa tehdä työnsä hyvin se ihminen jonka kanssa siinä asioipi.”

“Kyllä tämmöseen matkailuun vois vaikuttaa jos tulis pakettitarjouksia sähköpostiin että tarttus ehkä sit useammin, mut pitäis sitten olla kyllä jotain muuta kun pelkkä hotelli, että vaikka lätkämätsi tai jotain.”



Markku ja Liisa

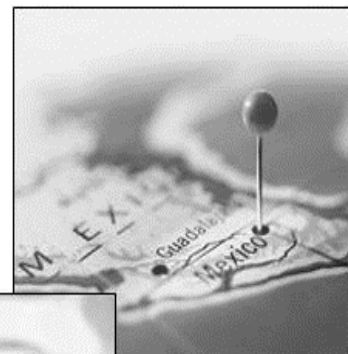
Me olemme Markku ja Liisa. Olemme jo eläkkeellä, mutta tunnemme itsemme seikkailuhenkiseksi nuorukaisiksi. Matkustelemme aina silloin kuin vain haluamme ja matkaan lähdemme kahdestaan. Vieraillemme usein myös lastemme ja lastenlastemme luona eri puolella Suomea.

Kulttuuri ja historia kiehtoo meitä. Erityisesti teatterimatkat ovat mieleisiä. Hotellivaihtoehtoja selaamme netistä, mutta varaus on mieluisampaa puhelimitse, kun pääsee juttelemaan ihan oikealle ihmiselle koneen sijaan. Hotellin valitsemme sen keskeisen sijainnin perusteella, jotta palvelut löytyvät läheltä. Kuuntelemme mielellämme myös tuttujen suositteluja.

Olemme jo kokeneita hotellin asiakkaita. Arvostamme rauhallisuutta, siisteyttä ja tilavuutta. Vietämme lomilla joskus paljonkin aikaa huoneessa. On tärkeää, että kaikki toimii, eikä turhaa odottelua synny. Usein keskustelemme matkoista ystävien ja jälkikasvun kanssa.

“Hyvä kokemus on sellainen että respassa kerrotaan miten hommat toimii ja tulee sellainen huoleton olo ettei tartte ite miettiä että hetkinen onko kaikki asiat hoidettu, vaan voi sitten vaan ihan oikeasti rentoutua.”

“Kyllä sitten illalla jonkin verran häiritse se liikenne ja jumputusautot.”



Kuvat: ClipArt

6.5 Yhteenveto vastauksista

Haastattelujen perusteella voidaan tehdä joitakin johtopäätöksiä. Vapaa-ajan matkustajat matkustavat lähes aina puolisonsa kanssa. Useimmille matkoja kertyy vuodessa 2 - 4, joista suurin osa suuntautuu kotimaahan. Tämä määrä koetaan yleensä riittämättömäksi ja halua tiheämpään matkustamiseen on.

Hyvään vapaa-ajan hotellikokemukseen liittyy toimiva kokonaisuus. Ystävällinen palvelu ja tilavat modernit puitteet miellyttävät, minkä lisäksi kokemukseen vaikuttaa persoonallinen sisustus. Monipuolisia palveluita arvostetaan, vaikka niitä ei aina käytettäisikään. Onnistuneeksi kokemukseksi koetaan myös tilanteet, joissa henkilökunta korjaa nopeasti mahdolliset ongelmakohdat.

Huono hotellikokemus koostuu melusta, tunkkaisuudesta ja epäystävällisestä palvelusta. Erityisesti yökerhot ja naapurit häiritsevät unta, kun taas ehkä yllättäen liikenteen meluun ei kiinnitetä huomiota. Lisäksi hotellin tekemät virheet varaukseen liittyvissä asioissa ja eteenkin niiden huono selvittäminen ärsyttää. Hotelleilta toivotaan myös enemmän joustavuutta esimerkiksi palveluiden aukioloaikojen kannalta.

Vapaa-ajan matkustajat hakevat lomaltaan erilaisia asioita. Luvussa 3.2 kerroimme matkustajien motiiveista. Ensisijainen motiivi matkustamiseen haastatteluissa vaihtelee fyysisten ja fysiologisten, kulttuuristen ja psykologisten, sosiaalisten ja etnisten, viihteen ja huvittelun välillä. Osa vastaajista lähtee lomalle fysiologisten motiivien, kuten rentoutumisen ja arjesta irtautumisen vuoksi. Matkalle lähdetään tällöin vain lomailun vuoksi, eikä suunnitelmia tällöin tehdä liikaa. Osa matkustajista lähtee matkalle tapahtuman perässä ja myös tuttavien luona vierailaan. Tällöin motiivi on kulttuurinen tai sosiaalinen. Tällöin matkan ohjelma suunnitellaan hieman tarkemmin. Myös viihde ja huvittelu ovat osan vastaajista motivaatiotekijänä lomalle lähtemiseen sillä pari kertoi tullessa ostosmatkalle. Suuremmalla porukalla matkustettaessa suunnitellaan enemmän kuin kahden matkustettaessa. Matkan tarkoitus ja seuraamäärä määrittävät sen, kuinka paljon matkan ohjelmaa suunnitellaan etukäteen.

Matkan kohteen valintaan vaikuttavat monet asiat. Nämä matkan toissijaiset motiivit voivat olla sisäisiä tai ulkoisia. Haastatteluissa tuli ilmi sisäisiä tekijöitä, joista selkeimmin käytettävissä olevat tulot ja vapaa-ajan määrä. Etenkin perheelliset vastaajat pohtivat oman vapaa-aikansa määrää. Vapaa-ajan matkustajat mainitsivat, että S-ryhmä vaikuttaa suuresti hotellin valintaan. Asiakkuuden keskittäminen S-ryhmään koettiin hyödylliseksi ja ryhmän hotellit ovat sijoittuneet ympäri Suomen. Itse hotellissa tärkeää on sen keskeinen sijainti palveluiden läheisyydessä. Kohteen valintaan kerrottiin vaikuttavan myös ulkoiset tekijät, joista taas nousi esille tuttavien näkemykset ja mielipiteet. Suosittelulla ja kokemusten kertomisella voi vaikuttaa muiden hotellivalintaan.

Verraten Suomen Gallupin tekemään tutkimukseen vapaa-ajan matkustajien hotellivalintaan vaikuttavista tekijöistä (luku 2.1), haastatteluissamme nousi esiin samankaltaisia asioita. Suomen Gallupin mukaan hotelli valitaan siisteyden, palvelun tason, majoitusliikkeen yleisen tason, savuttomuuden ja hinnan perusteella. Myös ruokailuun ja sijaintiin liittyvät asiat vaikuttavat päätökseen. Tämä kävi ilmi myös haastatteluissa, sillä kaikki vastaajat vaativat hotelliltaan keskeistä sijaintia tarvittavien palveluiden keskellä. Tarvittavat palvelut määräytyvät matkan motiivin perusteella. Siisteys, sopiva laatutaso ja hinta korostuivat vastauksissa.

Varaus tehdään yleensä Internetin kautta, koska se koetaan nopeaksi ja helpoksi. Erityisesti hotellipaketteja varatessa käytetään yleensä puhelinta, jonka kautta on yksinkertaisempi tiedustella lisätietoja. Internet-varaukseen suhtauduttiin myös epäilevästi ja ihmisen kanssa asioiminen koettiin mielekkäämmäksi. Varausvaiheessa ei yleensä ole suuria vaatimuksia huonetta kohtaan, vaikka joskus varmistetaankin huoneen rauhallinen sijainti ja oikeanlaiset puitteet. Yleensä palvelut otetaan vastaan sellaisina kuin ne ovat.

Kotimaan vapaa-ajan matkat tehdään lähes poikkeuksetta omalla autolla. Hotellin oletetaan tarjoavan parkkipaikan asiakkailleen ja ne yleensä tarkistetaan ennen matkaa. Hyvä parkkipaikka on hotellin välittömässä läheisyydessä ja helposti löydettävissä. Osalla vastaajista oli ongelmia juuri parkkipaikan löydettävyyden kanssa. Yleisesti ottaen ongelmallisimmaksi asiaksi nousi hotelleissa juuri parkkipaikat.

Hotellille saapuminen vaihtelee suuresti. Matkan kohde, ajankohta ja tarkoitus määrittelevät sen, milloin hotellille saavutaan. Ajat vaihtelevat puolesta päivästä iltaan. Hotellille saavuttaessa oletetaan, että palvelu on ystävällistä. Sisäänkirjautuminen koetaan vaivattomaksi ja osa matkustajista maksaa matkansa mieluiten jo saavuttaessa, sillä he kokevat sen selkeämmäksi ja nopeuttavan hotellista lähtemistä. Jonottamiseen he osaavat yleensä varautua. Hotellin henkilökunnan ystävällisyyttä ja nopeutta arvostetaan. Heidän tietämystään paikkakunnasta ja sen palveluista arvostetaan.

Hotellin palveluilta odotetaan monipuolisuutta vaikka niitä ei aina käytettäisi. Lähes aina vapaa-ajan matkustavat käyttävät hotellin ravintolapalveluita, sillä ne koetaan helpoksi vaihtoehdoksi ja laadukkaiksi. Ravintolan jälkeen suosituimpia palveluita ovat baari ja sauna. Kuntosalin merkitys korostuu erityisesti pidemmällä matkoilla. Suurin osa vastaajista on tyytyväisiä hotellin palveluiden monipuolisuuteen, sillä laajempia palveluita odotettiin löytyvän hotellin ulkopuolelta sen välittömästä läheisyydestä. Hajaääniä hotellin palvelutarjontaan saivat esimerkiksi kampaaja, kosmetologi ja kylpyläpalvelut.

Vapaa-ajan matkustajille on tärkeää, että hotellihuone on siisti, rauhallinen ja tilava. Myös viihtyisyyttä arvostetaan, vaikka ajan viettäminen huoneessa vaihtelee suuresti. Huoneessa käydään päivän aikana silloin tällöin, jolloin siellä levätään, käydään suihkussa, vaihdetaan vaatteita tai tuodaan ostoksia. Tärkeimpiä kalusteita huoneessa ovat hyvä sänky ja riittävä laskutila tavaroille. Lisäksi TV ja Internet-yhteys koetaan tarpeellisiksi, ja ilmastoinnin tarpeellisuutta korostetaan eteenkin kuumalla ilmalla. Eteenkin ilmastoinnin ja lomapäivän aiheuttaman väsymyksen vuoksi hotellissa nukahtaan yleensä hyvin.

Hotellista lähteminen tapahtuu yleensä huoneen luovutusaikana. Puolenpäivän aikaan lähteminen koettiin sopivaksi, vaikka osa vastaajista toivoi joskus myöhäisempää luovutusaikaa. Syynä tähän mainittiin myöhään nukkuminen ja jonojen välttäminen puolen päivän ruuhkan aikaan.

Vapaa-ajan matkustajat kokevat hotellin tärkeäksi koko loman kannalta. Vapaa-ajan lomilta haetaan rentoutumista ja oletetaan palvelun toimivan, joten huono hotelli saattaa pilata koko loman. Toisaalta se voi myös pelastaa erinomaisella palvelullaan muuten huonosti menneen loman. Kunnan yöunilla on merkitystä mielialaan. Ennen lomaa hotellin palvelun laadusta muodostetaan odotuksia, joiden oletetaan vastaavan palvelukokemusta. Liian suuret odotukset saattavat vaikuttaa negatiivisesti kokemukseen.

Vapaa-ajan matkustajat antavat suhteellisen harvoin palautetta. Yleensä palautteen antaminen on mielekkäintä kasvokkain, ja motivaatiota ei riitä palautteen antamiseen jälkikäteen. Palaute koetaan yleensä puuttumisena johonkin epäkohtaan, kun taas harvempi myöntää antavansa positiivista palautetta. Hotellin tulisikin miettiä, kuinka rohkaista asiakkaita säännöllisempään palautteen antamiseen, jolloin palveluiden jatkuva kehittäminen asiakkaiden toiveiden ja tarpeiden mukaan olisi yhä helpompaa.

Mielipiteet hotellien jälkiyhteydenpidosta jakaantuvat selvästi. Sähköpostiviestit, joissa hotelli kiittää jälkikäteen asiakkuudesta, vaikuttavat positiivisesti noin puoleen vapaa-ajan matkustajien kokemukseen hotellista. Toisaalta, puolet suhtautuu niihin negatiivisesti tai neutraalisti kokien ne roskapostiksi. Vastaukset jakautuvat yhtälailla myös tarjouksista kysyttäessä, mikä kyseenalaistaa niiden hyödyn. Tässä voisi olla yksi aihe jatkotutkimukselle, eli selvittää, millaiset asiakassegmentit kaipaavat hotelleilta jälkiyhteydenpitoa ja miten se vaikuttaa heidän kokemuksiinsa.

Vapaa-ajan matkustajat kertovat usein kokemuksistaan tuttaville. Usein kerrotaan niin loman ohjelman onnistumisesta kuin itse hotellistakin jos aihe nousee esille keskustelussa. Samalla myös suositellaan hotelleja jos käy ilmi, että tuttava on lähdössä kyseiselle paikkakunnalle. Tämä korostaa palvelun laadun tärkeyttä ja pientenkin epäkohtien korjaamista asiallisesti ja nopeasti.

6.6 Jatkokehitysideoita

Haastateltavien vastauksista nousi esiin joitakin asioita, joihin olisi hyvä kiinnittää tulevaisuudessa enemmän huomiota hotellin toiminnassa. Vastaajista suurin osa matkustaa kotimaan vapaa-ajan matkalla omalla autolla, joten eniten huomiota saivat parkkipaikkojen määrä ja saavutettavuus. Haastateltavien mielestä Jyväskylän Sokos hotellien parkkipaikkojen sijainnista pitäisi olla selkeät ohjeet jo esimerkiksi varausvahvistuksen mukana. Lisäksi hämmennystä aiheutti se, että parkkipaikoille ajaa suoraan vai täytyykö ensin käydä vastaanotossa hakemassa parkkilippu. Ongelman ratkaisuksi kannattaisi miettiä, kuinka asiakkaille tiedotetaan selkeämmin parkkipaikoista ja kuinka tieto varmasti saavuttaa kaikki asiakkaat ennen heidän saapumistaan hotellille.

Osa vastaajista toivoi varausvahvistukseen myös pientä infoa paikkakunnan ajankoh-
taisista tapahtumista. Tieto voisi vaikuttaa vapaa-ajan matkan ohjelman suunnitte-
luun. Tässä voisi olla yhteistyökumppaneilla mahdollisuus mainostaa palveluitaan.
Tapahtumista kertominen sisäänkirjautuessa koettiin hyvin positiiviseksi, joten käy-
täntöä on hyvä pitää yllä jatkuvasti, sillä useat haastateltavista kokivat sen hotelliko-
kemusta nostattavaksi asiaksi.

Useampien vastaajien mielestä hotellin palveluista kertominen sisäänkirjautumisen
yhteydessä luo positiivisen ja ammattimaisen kuvan hotellista ja sen palveluista. Tie-
to hotellin saunoista, kuntosalista ja ravintolapalveluista koettiin tärkeäksi, vaikka
näitä palveluita ei aina välttämättä käytettäisi. Hotellin palveluiden monipuolisuus
luo asiakkaalle mielikuvan tasokkaasta ja monipuolisesta hotellista, joten tätä vaihet-
ta tulisi korostaa etenkin uusien työntekijöiden keskuudessa.

Hotellihuoneista esille nostettiin niiden ahtaus. Haastateltavat toivoivat tilavampia
hotellihuoneita, joissa olisi enemmän istumatilaa. Useat haastateltavista käyttävät
penkkejä myös vaatteiden laskutilana. Lyhyemmillä vapaa-ajan matkoilla vaatekaapit
koettiin turhiksi, sillä vaatteet lasketaan ennemmin tuolin selkänojalle, koska se on
helpompaa ja nopeampaa. Vaatteille pitäisi olla oma laskutaso huoneessa, esimerkik-

si sängyn päädyssä rahi. Näin ollen tuoli jäisi vapaaksi istumista varten. Useat vanhemmat pariskunnat mainitsivat, että olisi mukava, jos huoneessa olisi kaksi nojatuolia, sillä niissä istuminen koettiin miellyttävämmäksi kuin sängyllä istuminen.

Osa vastaajista oli sitä mieltä, että hyvin ajoitetut pakettitarjoukset sähköpostiin voisivat vaikuttaa hyvinkin paljon hotellivalintoihin. Tällöin paketin sisällön tulisi olla kiinnostava ja tarjota jotakin lisäarvoa tai rahallista etua asiakkaalle. Tämä asia kaipaa tarkempaa asiakastuntemusta, jotta oikeanlainen paketti kohtaa oikean asiakkaan. Esimerkiksi tieto asiakkaan harrastuksista tai mieltymyksistä voi olla hyödyllistä, joten tätä vaihtoehtoa tulisi miettiä etenkin kanta-asiakkaiden kohdalla.

Kaikki vastaajista olivat asiakasomistajia ja useimmat keskittivät hotellivalintansa S-ryhmän hotelleihin. Usein S-ryhmän hotelleissa yöpyvät kokivat itsensä jollain tapaa kanta-asiakkaiksi ja heidän mielestään lisäarvoa ja asiakasuskollisuutta toisi lisää, jos heitä joskus muistettaisiin. Rahallisen edun ja bonuksen lisäksi pieni lahja hotellihuoneeseen tai toisinaan majoituslahjakortti voisi vaikuttaa positiivisesti asiakkaiden mielikuvaan S-ryhmästä ja sen palveluista, sekä kannustaa käyttämään niitä jatkossakin. Lisäksi erityistä lisäarvoa hotellikokemukseen voisi tuoda pieni muistaminen jos asiakkaalla on merkkipäivä.

7 POHDINTA

Tutkimuksen tavoitteena oli tuottaa tietoa Sokos Hotellin vapaa-ajan matkustajista Lutakko Living Labin palvelumuotoilijoille. Tutkimusongelmana oli miten vapaa-ajan matkustajat kokevat hotellimajoituksen eri vaiheet. Tarkoituksena oli selvittää, millaisia hotellikokemuksia vapaa-ajan matkustajilla on ollut, miten he kokevat hotelliprosessin eri vaiheet matkan suunnittelusta kokemuksien läpikäyntiin ja mitä muutoksia tai parannettavaa he näkevät hotelliprosessin eri vaiheissa.

Palvelumuotoilun avulla saadaan kokonaiskuva asiakkaiden tarpeista. Oma roolimme palvelumuotoiluprosessissa oli selvittää käyttäjätutkimuksen avulla tietoa prosessin seuraaviin vaiheisiin. Haastatteluiden avulla siis otettiin itse asiakas mukaan palvelun kehittämiproessiin. Haastateltavat edustavat palvelumuotoilussa palveluiden loppukäyttäjiä, jonka mukaanottaminen kehitysprosessiin tuo tärkeää tietoa palvelumuotoilijoille. Vain itse loppukäyttäjä tietää omat mieltymyksensä parhaiten. Tämänlaisen palveluiden yhteiskehittämisen tarkoituksena on kaikkien palveluun liittyvien näkökantojen tuleminen ilmi tiedonkeruusta lähtien.

Pyrimme tekemään tutkimuksemme niin, että tuloksia voitaisiin tarkastella yleistäen. Tulokset voivat olla verrattavissa myös muihin hotelleihin, kuin Sokos Hotel Alexandraan. Tutkimuksesta hyötyy siis niin Sokos Hotellit kuin muutkin vapaa-ajan matkustajien suosimat hotellit. Tutkimuksen yleistettävyyttä tukee tutkimuksen toteutuksen ajankohta, sillä teimme haastatteluja kolmen eri viikonlopun aikana.

Oma ammatillinen osaamisemme kehittyi työn aikana. Saimme paljon kokemusta projektityöskentelystä ja tutkimuksen laatimisesta. Olemalla vastuussa haastatteluisista ja niiden toteutuksesta, kehitimme omia taitojamme myös vastuun kannosta. Kertynyt kokemus haastattelujen teosta ja niihin osallistumisesta on varmasti hyödyllistä myös tulevaisuudessa. Lisäksi tutkimuksen aikana oli mielenkiintoista tarkastella hotellin palveluita kahdesta eri näkökulmasta, palveluntarjoajan ja asiakkaan näkökulmasta katsoen.

Menetelmänä teemahaastattelu sopi työn tavoitteisiin. Laadullisen tutkimuksen avulla saatiin kokonaisvaltaista tietoa luonnollisessa ympäristössä eli hotelleissa. Haastateltavien mielipiteet pääsivät esille ja niitä pystyttiin tarkentamaan haastatteluiden aikana. Koska haastattelujen aikana ollaan suorassa vuorovaikutuksessa haastateltavan kanssa, voidaan saada tarkemmin selville vastausten taustalla olevia motiiveja.

Tutkimuksen aikana huomasimme, että haastatteluissa olisi voinut mennä entistä syvemmälle joissain asioissa. Asiakkaiden sosiaalisen median käyttäminen ja sen kautta hotellien suosittelu olisi voinut olla mielenkiintoinen aihe käsiteltäväksi. Osa haastatteluihin osallistuneista mainitsi olevansa uskollinen S-ryhmän asiakas,

mikä olisi kaivannut lisää käsittelyä. Lisäksi hotellien jälkimarkkinointi ja sen hyödyt voisivat olla mielenkiintoista selvittää.

LÄHTEET

Alakoski L., Hörkkö P. & Lappalainen H. 2006. Hotellin vastaanoton operatiivinen toiminta. Helsinki: Restamark.

Art Travel Oy 2011. Jyväskylän seutu kutsuu: matkailun tunnuslukuja 16.9.2011. Viitattu 16.9.2011. <http://jyvaskylanseutu.fi/matkailu>, Jyväskylän seudun matkailu, tilastotietoja matkailusta, matkailutilastoja marraskuulta 2011.

Björkqvist. A. 2009. Concepting the hotel for tomorrow. Haaga-Helia R&D-reports 2/2009. Helsinki: Edita. Viitattu 25.10.2011. <http://www.haaga-helia.fi/fi>, palvelut ja yhteistyö, julkaisut, concepting the hotel of tomorrow

De Mooij, M. 2005 Kompassina asiakas. Näkemyksiä ja kokemuksia käyttäjälähtöisyydestä. Helsinki: Teknologiainfo Teknova.

Eskola, J. & Vastamäki, J. 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Toim. Aaltola, J. ja Valli, R. Jyväskylä: PS-Kustannus.

Harju-Autti, A. 2009. Majoitustoiminnan toimialaraportti 2009.

Hirsjärvi. S. & Hurme. H. 2009. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uud. p. Helsinki: Tammi.

Horner S. & Swarbrooke J. 2007. Consumer behaviour in Tourism. 2. p. , Jordan Hill, Oxford: Butterworth-Heinemann/Elsevier Ltd. Linacre House.

JAMK. 2011. Lutakko Living Lab - palveluinnovaatioita ja palvelumuotoilua. Viitattu 3.10. 2011. <http://www.jamk.fi>, tutkimus ja kehitystyö, Lutakko Living Lab.

Jyväskylän seudun matkailu. 2011. Viitattu 25.10.2011. <http://jyvaskylanseutu.fi/matkailu>

Keski-Suomen matkailuelinkeinon strategia 2015. 2008. Keski-Suomen liiton julkaisu 12.11.2008. Viitattu 11.10.2011. <http://www.keskisuomi.fi/matkailu>

Koivisto, M. 2009. Frameworks for structuring services and customer experiences. Kirjasta Designing new services with innovative methods. Miettinen, S. Kuopio: Kuopion Muotoiluakatemia.

Linna, S. 2011. Projektiassistentti. Lutakko Living Lab. Tapaaminen 17.10.2011.

Mager, B. 2007. Design Dictionary: Perspectives on Design Terminology. Basel: Birkhäuser.

Moritz, S. 2005. Service design. Practical access to an evolving field. International school of design, Köln.

Pitkäranta. A. 2010. Laadullisen tutkimuksen tekijälle: työkirja. Satakunnan Ammatti-
korkeakoulu. 5.2.2010.

[http://193.166.40.20/download/13153 Laadullisen tutkimuksen työkirja APitkaran
ta.pdf](http://193.166.40.20/download/13153_Laadullisen_tutkimuksen_tyokirja_APitkaran
ta.pdf)

Puustinen A. & Rouhiainen U-M. 2007. Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja.
Helsinki: Edita.

Ruuska, J. 2011a. Asiakkaan Sokos Hotel Paviljonki -Useroom -konsepti. 31.5.2011.
Optima.

Ruuska, J. 2011b. Living Lab - palveluinnovaatioita käyttäjälähtöisesti. Viitattu
3.10.2011.

http://www.maaseutupolitiikka.fi/files/1727/LLLJuhaRuuska_OKM12052011.pdf

Sokos hotels 2011. Viitattu 3.10.2011. <http://www.sokshotels.fi/hotellit/>

Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK). 2011. SOK-yhtymä vuosikertomus 2010
25.3.2011. Viitattu 3.10.2011. <http://www.s-kanava.fi/web/vk/asiakasomistajalle>, Tie-
toa S-ryhmästä, Taloustieto, Raportit, Vuosikertomukset.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Talentum.

Vuoristo K-V. 2002. Matkailun muodot.3.p. Helsinki: WSOY.

LIITTEET

Liite 1: Karoliina

Karoliina on 24-vuotias restonomiopiskelija Joensuusta. Vapaa-ajan matkalle hän lähtee useimmiten miesystävänsä kanssa ja matkoja kertyy vuodessa noin kolme. Matkat ovat usein kotimaankaupunkilomia, mutta myös ulkomaille pyritään lähtemään kerran vuodessa. Matkoja kertyisi varmasti enemmänkin, jos vaan aikaa ja rahaa olisi.

Karoliina on ollut tyytyväinen hotellikokemuksiinsa. Karoliinalle on jäänyt mieleen viime kesän Jyväskylän loma erityisen hyvänä kokemuksena. Tuolloinkin hotelliksi valikoitui Alexandra. Se oli ensimmäinen kerta paikkakunnalla ja loma oli kaikin puolin onnistunut. Vaikka viikonloppu oli helteinen, oli huoneen ilmastointi toiminut hyvin. Loman aikana tehtiin paljon ostoksia ja rentouduttiin. Myös hotellin ravintolan ruoka jäi mieleen erityisen maistuvana. Jyväskylän lisäksi Sokos Hotellit ovat olleet mieluisia myös muilla paikkakunnilla. Palvelu on toiminut hyvin ja tilat ovat olleet siistejä. Myös hotellien ravintolat ovat miellyttäneet.

Huonot hotellikokemukset sijoittuvat ulkomaan kohteisiin. Siellä on joskus ollut ongelmia joidenkin hotellien siisteyden kanssa. Joskus huoneen ovi ei ole toiminut ja henkilökunta ei ole tarjonnut apua ongelmaan. Suomessa hotellien kanssa ei ole koskaan ollut suurempaa ongelmaa, mutta Karoliinan mieleen on jäänyt viimekesäinen Helsingin reissu, jonka pilasi lapsiperheet. Ongelma kuitenkin oli hotellin sijaan päivän aktiviteeteissa. Loma oli kaikkea muuta kuin levollinen. Lisäksi negatiivisena asiana Karoliina on huomannut joidenkin hotellien rajalliset autopaikat ja toivoisi niitä lisää.

Karoliinan lomat ovat yleensä hyvin spontaaneja. Idea lähtee yleensä siitä, että halutaan rentoutumaan ja suunnittelu aloitetaan vapaan viikonlopun tai pidemmän loman ympärille. Matkan kohde päätetään sen mukaan, missä hän ei ole miesystävänsä kanssa vielä käynyt. Toisaalta, joskus valitaan jokin tuttu kohde jos siitä on jäänyt

erityisen hyvät mielikuvat. Tämän enemmän ei yleensä matkaa suunnitella etukäteen, vaan lopulliset päätökset ohjelmasta jäävät päätettäväksi vasta paikan päällä.

Hotellilta haetaan keskeistä sijaintia alueen palveluihin nähden. Myös Internetissä näytettävät kuvat hotellista, sen siisteydestä ja tyylistä vaikuttavat valintaan. Koska matka tehdään autolla, tulisi hotellilla olla myös parkkipaikka ja sen löydettävyys isoimmissa kaupungeissa tulisi olla helppo. Varauksen Karoliina tekee myös netin kautta sen helppouden takia. Karoliinalla ei ole mitään vaatimuksia huoneensa suhteen vaan ottaa sen, mikä annetaan.

Karoliina saapuu hotelliin iltapäivällä, yleensä klo 15-16 välillä. Toisaalta kaukaisimpiin kohteisiin saattaa saapuminen venähtää parilla tunnilla. Hän maksaa mielellään matkansa jo saapumishetkellä, koska hän kokee sen kätevämmäksi ja nopeuttaa hotellista lähtemistä. Hän tietää, että ei tule käyttämään minibaaria, eikä muitakaan lisämaksullisia palveluita tulevan lomansa aikana joten maksu on hyvä tehdä jo tullessa hotelliin. Sisäänkirjautuminen on aina toiminut moitteettomasti.

Karoliinalle on tärkeää, että hotelli on siisti ja palvelu toimivaa. Huoneen tulisi olla tilava, jotta siellä olisi mukava olla vaikka viettääkin nukkumisen lisäksi hyvin vähän aikaa huoneessa. Hyvä sänky, laskutila tavaroille sekä tuoli kenkien jalkaan laittamista varten ovat olennaisia sisustuselementtejä. Kylpyhuoneessa tulisi olla myös pyyhkeet ja kaapissa henkareita. Hän nukkuu aina hyvin hotellissa ja uskoo huoneen rauhallisuuden ja sopivan lämpötilan vaikuttavan siihen. Pitkän lomapäivän jälkeen hän on muutenkin niin väsynyt, että nukahtaa nopeasti. Karoliina on nuori ja ei välitä mahdollisista pienistä meluhaitoista.

Majoituksen lisäksi Karoliina käy usein syömässä hotellin ravintolassa. Useamman yön matkoilla jää aikaa jonkun muun ravintolan etsimiseen, mutta lyhyemmillä matkoilla helpointa on ruokailla hotellilla. Hänen ei myöskään kaipaakaan muita palveluita hotelleihin majoituksen ja ruokailun lisäksi. Hän ei käytä hotellin lisäpalveluita koskaan ja ei katso niitä omalla lomallaan tarpeellisiksi.

Karoliinan mielestä hotellit tarjoavat hyvin tietoa paikkakunnasta ja sen tapahtumista. Hänelle on usein mainittu asiasta vastaanotossa ihan kysymättäkin. Karoliina arvostaa tätä tietoa ja mielestään hyötyy siitä, jos mielenkiintoa niitä kohtaan on.

Karoliina lähtee hotellista yleensä klo 11-12 aikaan. Majoitus on maksettu jo etukäteen, joten tämä on helppoa ja nopeaa. Hän kokee, että huoneen luovutusaika klo 12 on sopiva eikä siitä aiheudu ongelmia. Koskaan hänen ei ole täytynyt kysyä myöhäisempää aikaa.

Hotellilla on Karoliinan mielestä suuri vaikutus loman onnistumiseen. Jos hotellissa ei ole toiminut palvelu niin kuin pitäisi, jää siitä huono mielikuva ja sinne tuskin tullaan enää uudestaan. Tämä kerrotaan myös helposti kavereille, jos käy ilmi, että he ovat matkustamassa samaan kohteeseen. Useimmiten kokemuksista kuitenkin kerrotaan jos ne ovat olleet mieluisia. Karoliina opiskelee matkailualaa ja osaa tarkastella eri näkökulmista hotellin palvelua. Hän tuntee hotellien prosessit ja tätä kautta ymmärtää, että kiireessä jotkin asiat saattavat järjestyä hitaammin. Hän antaa mielellään positiivista palautetta kasvokkain jos aihetta on ollut, mutta negatiivista palautetta hän ei juuri koskaan anna. Joskus jälkikäteen hän saa hotellilta asiakastyytyväisyyskyselyitä ja vastaa niihin mielellään.

Karoliina suhtautuu positiivisesti hotellin jälkimarkkinointiin. Hän on mielissään, jos hotellilta saapuu sähköposti, jossa kiitetään asiakkuudesta. Myös tarjoukset ovat Karoliinan mielestä mieluisia ja vaikuttavat seuraavan liman suunnitteluun. Usein myös seuraavan loman kohde valikoituu tarjousten perusteella.

Liite 2: Leena

Leena on 51-vuotias opettaja Suolahdelta. Hän matkustaa 1 - 2 kertaa vuodessa, ja usein seurana on ystäväporukka, jotka ovat samalla työkavereita. Ulkomaan matkoja hän ei juurikaan tee ja viimeisimmästä matkasta ulkomailla on jo aikaa. Häntä harmittaa se, että matkalle tulee lähdettyä niin harvoin ja haluaisikin matkustella enemmän.

Erityisen hyvänä vapaa-ajan matkan majoituskokemuksena on jäänyt mieleen huoneistohotelli Gentissä, Belgiassa. Se oli entisöity navetan vintti ja siinä kiehtoi sen autenttisuus. Sisustus oli miellyttävä ja lapsilla oli tilaa leikkiä. Paikan historian pystyi tuntemaan ja kokemus oli kaiken kaikkiaan hieno.

Huonona hotellikokemuksena mieleen on jäänyt Tallinnassa sijaitseva hotelli. Sen epäystävällinen palvelu ilmeni tilanteessa, jossa Leena seurueineen sai huoneen, jossa oli kielloista huolimatta tupakoitu ja häiritsevän hajun pystyi havaitsemaan. Huoneen vaihtovaatimukseen suhtauduttiin epäammattimaisesti ja uusi huone saatiin hyvin hitaasti.

Leena matkustaa useimmiten kolmen ystävänsä kanssa. He ovat päättäneet, että joka vuosi tehdään vähintään yksi matka yhdessä. Yleensä idea vapaa-ajan matkaan lähtee siitä, että päätetään matkustaa johonkin Suomen kaupunkiin, joka on entuudestaan hieman tuntemattomampi ja johon voidaan sitten yhdessä tutustua. Kohteeseen vaikuttaa kuitenkin vahvasti S-ketju ja lähes aina yövytään Sokos Hotelleissa. Matkoilta haetaan rentoutumista ja mukavaa yhdessäoloa.

Yleensä Leena suunnittelee matkansa huolella etukäteen. Varsinkin lyhyempiä lomia tulee suunnitella hyvin. Toisaalta, aikaa tulisi jäädä myös rentoutumiseen. Huoneen Leena varaa netissä ja se on sujunut hyvin. Joskus pitempiä lomia varatessa varausvaiheessa Leena varaa myös erilaisia kauneushoitoja, jos niitä on tarjolla. Jos Leena on arvioinut hotellin sijaitsevan vilkkaalla alueella, hän pyytää usein huonetta sisäpihan puolelta.

Leena matkustaa ystäväporukan kanssa autolla. Joskus hän matkustaa myös julkisilla kulkuneuvoilla kohteesta riippuen. Näissä tapauksissa hotelli tulisi sijaita sopivan matkan päässä asemasta. Saapuminen tapahtuu yleensä iltapäivällä. Sisäänkirjautuminen on yleensä onnistunut hyvin, vaikka ongelmiakin on ollut. Hänen S-etukorttinsa kanssa on ollut vaikeuksia, sillä siihen on joskus kirjautunut väärät tiedot ja tätä kautta bonuksetkin ovat joskus jääneet saamatta. Lisäksi hotellille saavuttaessa on usein joutunut odottamaan kauan. Turhan jonotuksen hän välttäisi lisähenkilökunnalla ja hän voisi olla valmis korvaamaan sen myös automaateilla.

Hotellissa Leenalle on tärkeää palvelun sujuvuus ja huoneen tilavuus. Huoneeseen tulisi mahtua isommallakin porukalla viettämään aikaa. Hän viettää joskus paljonkin aikaa huoneessa ja kiinnittää huomiota sen viihtyvyyteen. Hän käy siellä usein päivän aikana ja ottaa usein päiväunet tai muuten tulee huoneeseensa lepäämään. Hotelli toimii usein myös kohtaamispaikkana esimerkiksi lasten kanssa matkustaessa. Huoneessa tulisi olla amme, joka tuo Leenan matkaan luksusta. Kahden hengen huoneessa olisi myös hyvä olla kaksi tuolia ja riittävästi laskutilaa matkatavaroille. Myös pienet persoonalliset yksityiskohdat huoneen sisustuksessa ovat jääneet mieleen, kuten erään Helsingin Sokos Hotellin keinutuoli ja mikkeliäläisen hotellin parveke. Huoneessa on tärkeää myös sen oikeanlainen ilmasto. Leena on allerginen ilmastoinnille ja arvostaa huoneita, joissa hän saa itse säätää ilmastoinnin sopivaksi. Lisäksi Leenalla on ollut ongelmia hotellin tyynyjen kanssa ja hän yleensä ottaa oman tyynynsä mukaan matkalle.

Hotellin palveluista Leena käyttää yleensä aina ravintolapalveluita. Se on helpoin vaihtoehto ruokailulle. Ravintolalta hän kuitenkin odottaa monipuolisuutta. Leena käyttäisi mielellään myös hotellin kylpyläpalveluita, mikäli niitä on. Pelkkään saunaan hän ei lähtisi, ellei se olisi infrapunasauna. Pidemmällä lomalla hän saattaisi käyttää myös kuntosalia. Vaikka Leena suunnittelee lomansa suurin piirtein etukäteen, arvostaa hän silti hotellilta saamia tietoja paikkakunnasta.

Leena kirjautuu hotellista ulos viime hetkellä. Joskus hän kuitenkin toivoisi lähtöajan olevan myöhemmin, sillä hän kulkee usein julkisilla kulkuneuvoilla ja on niiden aika-

taulujen armoilla. Hän on joskus pyytänyt myöhempää huoneen luovutusaikaa, mutta hänelle on tarjottu säilytyspaikkaa matkatavaroille. Se on kuitenkin hankalaa, sillä esimerkiksi vaatteiden vaihtaminen onnistuisi tuolloin vain hotellin julkisessa vessassa. Myös aamupalan rinnalle voisi tuoda brunssin, sillä aamupala loppuu aikaisin.

Leena inhoaa jonottamista. Usein uloskirjautumisvaiheessa maksamista jonottaessa mieleen on tullut ajatus: miksi en tehnyt tätä kirjautuessani sisään. Hänen mielestään se olisi paljon käteväämpää saapuessa hotellille, jotta uloskirjautuminen sujuisi nopeammin.

Hotelli vaikuttaa suuresti loman onnistumiseen. Se on lepopaikka ja joskus myös ruokapaikka. Parhaimmassa tapauksessa se on koko loman keskus ja kuin toinen koti, josta lähdetään ja jonne palataan. Jos hotellista löytyy kaikki palvelut, sieltä ei välttämättä tarvitse lähteä pois juurikaan. Ostoksilla voi kuitenkin käydä missä vaan.

Leena antaa aika herkästi palautetta. Hän täyttää usein kirjallisia palautelomakkeita, jos niitä eteen sattuu. Joskus hän on ystävineen antanut jopa lahjan hotellin keittiölle kiittääkseen loistavasta palvelusta. Hän myös kertoo hyvistä kokemuksistaan tuttavilleen.

Parhaimpina kokemuksina mieleen jäävät hotellit, jossa on ollut jotain ekstra, kuten se keinutuoli. Myös huonot kokemukset jäävät helposti mieleen. Hän myös itse kyselee hyvistä hotelleista tuttaviltaan jos on aikeissa matkustaa vieraalle paikkakunnalle.

Hotellin jälkimarkkinointiin Leena suhtautuu vaihtelevasti. Hän kokee kiitos-sähköpostit myönteisiksi, jos niitä lähetetään harvemmin. Tarjoukset hän kokee roskapostiksi, koska eihän sitä koskaan voi tietää, milloin ihminen on lähdössä reissuun. Liian monet sähköpostit hän kokee rasitteeksi. Mieluummin hän säilyttäisi jotain paperista esitettä.

Alexandrassa Leena oli kaveriporukalla pikkujoulun vietossa. Vaikka kaupunki onkin entuudestaan tuttu ja koti sijaitsee suhteellisen lähellä, päätettiin kuitenkin jäädä hotelliin yöksi, jotta kotiin paluusta ei tarvitsisi stressata.

Liite 3: Marja

Marja on 33-vuotias viestintöpäällikkö Espoosta. Hän matkustaa usein perheensä kanssa, mutta joskus hänen seurakseen lähtee myös tyttöporukka. Vapaa-ajan matkoja kertyy vuodessa noin 3-5 ja niistä puolet suuntautuu ulkomaille. Hänen mielestään matkoja on tarpeeksi ja hän ei kaipaa useammin matkoille.

Marja ei vaadi hotellilta peruspalvelun lisäksi suuria. Keskeisintä vapaa-ajan matkan hotellille on sen hyvä sijainti ja yleinen siisteys. Valintaan vaikuttavat myös se, kuinka uudelta ja viihtyisältä hotelli vaikuttaa.

Hyvänä hotellikokemuksena on jäänyt mieleen Naantalin kylpylä, joka toimii kauniin miljöönsä kanssa niin hyvin, että hän palaa sinne aina uudestaan. Päinvastoin huonoja hotellikokemuksia ei juuri ole jäänyt mieleen, vaan myös vaatimattomampiin hotelleihin mentäessä hän on osannut suhtautua palvelun tasoon jo etukäteen. Toisaalta joskus odotukset ovat olleen suuremmat kuin mitä paikan päällä on todettu, jos netissä on ollut harhaanjohtava kuva hotellihuoneesta.

Yleensä idea vapaa-ajan matkaan lähtee siitä, jos tulossa on useamman päivän loma töistä. Hän myös suunnittelee ystäviensä kanssa pieniä reissuja. Matkan kohde päätetään yleensä jonkun tietyn tapahtuman perusteella ja loman ohjelma on yleensä jo kotona suunniteltu huolella.

Marja käyttää paljon nettiä. Hän selailee hotellivaihtoehtoja ja tietoa paikkakunnasta jo hyvissä ajoin. Varauksen hän kuitenkin tekee mieluiten puhelimitse, jotta varaukseen liittyvät yksityiskohdat tulisivat huolellisesti hoidettua. Esimerkiksi hotellin ravintolan pöytävaraus onnistuu samalla myös hotellia varatessa. Lisäksi Marja tiedustelee usein mahdollisuutta saada huone ylimmistä kerroksista mahdollisia meluhaittoja ennakkoiden. Puhelun aikana on myös tarvittaessa helppo kysellä esimerkiksi saunoista ja muista palveluista.

Marja matkustaa yleensä omalla autolla ja siksi hotellilla tulisikin olla parkkimahdollisuudet. Saapuminen hotellille on aina ollut vaivatonta ja hotellille saapumisesta on saatu hyvin tietoa jo etukäteen. Yleensä saapuminen tapahtuu niin aikaisin, kuin mahdollista, sillä hän haluaa ottaa kaiken irti lomastaan.

Positiivisuus ja iloinen asenne on asioita, joita Marja todella arvostaa. Se tulisi näkyä myös hotellin palveluissa. Saavuttaessa hotellille, kiinnittää Marja huomiota vastaanoton ensikohtaamiseen, sillä se luo ennakkokäsityksen koko hotellin palvelusta. Yleisesti ottaen kokemukset ovat olleet positiivisia ja palvelu on ollut kohteliasta. Myös sisäänkirjautuminen on onnistunut aina vaivatta.

Marja viettää aikaa huoneessaan jonkin verran myös päivän aikana. Usein huoneessa pistäytytään viemässä ostoksia, ehostautumassa ja vaihtamassa vaatteita. Hän arvostaa huoneita, joissa on tila oleskella ja istuskella. Myös yleissiisteys ja nettiyhteys ovat tärkeitä. Marjan mielestä hotellin tarjoamat pienet arjen ylellisyydet ovat mukavaa lisää onnistuneelle palvelulle. Luksuksena hän pitää palveluita, joissa joku henkilökunnasta käy tiettyyn kellonaikaan huoneessa esimerkiksi poistamassa päiväpeiton. Toisaalta, myös tilanteet, jossa hotelli muistaa asiakkaitaan heidän merkkipäivinään esimerkiksi pienin yllätyksin, tekevät hyvän mielen.

Kaveriporukan kanssa matkustaessa Marjalle on tärkeää huoneiden sijainti toisiinsa. Ne eivät saisi olla liian kaukana toisistaan, sillä loman aikana pyritään olemaan mahdollisimman paljon toistensa kanssa. Positiivista huoneissa on myös se, jos niissä olisi tilaa viettää aikaa suuremmallakin porukalla. Tällaisilla matkoilla käytetään usein myös saunapalveluita ja mahdollisesti ruokaillaan hotellin ravintolassa. Joskus Marja myös tilaa huoneeseensakin jotain ja on tyytyväinen tähän palveluun.

Marja arvostaa, jos hotellilta olisi mahdollista saada tietoa paikkakunnasta ja sen tapahtumista, varsinkin jos paikkakunta on ennestään vieraampi. Toisaalta, hän suunnittelee matkansa hyvin etukäteen ja osaa itse etsiä tietoa netistä.

Marjan mielestä puolenpäivän aikaan oleva huoneen luovutus on liian aikainen. Hän yleensä toivookin myöhäisempää aikaa ja katsoo klo 14 paremmaksi ajaksi. Uloskirjautuminen on muuten sujunut hyvin, eivätkä mahdolliset jonotkaan haittaa.

Marjan mielestä hotellilla on merkitystä loman onnistumisessa. Esimerkiksi liian suuret odotukset hotellista ovat voineet vaikuttaa latistavasti kokemukseen. Marja antaa usein palautetta kasvotusten henkilökunnalle. Hänen mielestään hän huomauttaa useammin negatiivisista asioista kuin positiivisista. Marja suhtautuu hotellin jälkimarkkinointiin neutraalisti ja hänen mielestään kiitossähköpostit ovat kivoja. Hän myös arvioi, että hotellin lähettämät mainokset tarjouksineen saattavat vaikuttaa seuraavan matkan hotellivalintaan.

Marja keskustelee usein kokemuksistaan muiden kanssa. Jos hänen tuttavansa on matkustamassa paikkakunnalle, jossa Marja on aiemmin ollut, suosittelee hän usein hyväksi kokemaansa hotellia. Myös huonot kokemukset nousevat usein esiin.

Alexandrassa Marja kiinnitti huomiota hotellin erityisen ystävälliseen vastaanottohenkilökuntaan. Myös muulla henkilökunnalla oli asenne kohdallaan. Myös hänen toiveensa saada huone yläkerroksesta toteutui. Lisäksi hän oli iloinen, että ravintolaan pääsi myös ilman varausta.

Liite 4: Riitta

Riitta on kuopiolainen 52-vuotias yrittäjä. Hän matkustaa jopa kahden kuukauden välein ja matkakumppanina on eläkkeellä oleva aviomies. Vapaa-ajan matkalle on helppo lähteä, koska Riitta saa helposti töistä vapaata. He matkustavat enimmäkseen ulkomailla ja tahti on niin tiheä, että sen useammin Riitta ei välttämättä haluaisi matkustaa.

Tiuhan matkustustahdin vuoksi Riitalle on kertynyt paljon kokemusta myös hotelleista ympäri Euroopan. Riitta on kuitenkin tottunut ottamaan tyytyväisesti vastaan palvelun, niin kuin se on. Turha valittaminen tai turhat vaatimukset eivät kiinnosta. Toisaalta, viime matkallaan hän pyysi hotellin vastaanotolta aamiaisen hotellihuoneeseen.

Riitta muistelee huonoimpia hotellikokemuksiaan, mutta muistaa vain Riikassa sijaitsevan hotellin niukan aamupalan. Toisaalta, sekin tiedettiin jo varausvaiheessa, joten se ei tullut yllätyksenä.

Yleensä heidän matkansa kohdistuvat Keski-Eurooppaan. Idea vapaa-ajan matkaan lähtee yleensä siitä, että keskustellaan, missä he eivät ole aviomiehensä kanssa vielä käyneet. Internet on tässä vaiheessa olennainen väline, jonka kautta suunnitellaan matkaa ja haetaan tietoa. Esimerkiksi kuukausi sitten he matkustivat Wieniin konserttimatkalle. Matkan suunnitteluvaiheessa jätetään matkan tarkemmat yksityiskohdat päätettäväksi vasta paikan päällä.

Matkan suunnittelun lisäksi myös varaus hoidetaan helposti Internetin välityksellä. Tärkeää hotellille on sen hyvä sijainti palveluiden keskellä. Paikalliset nähtävyydet tulisi olla kävelymatkan päässä. Itse majoitukseksi kelpaa perustasoinen hotelli. Hotellin valintaan vaikuttavat kuitenkin suositukset ja nettisivuilla olevat kuvat hotellista ja sen huoneista.

Kulkuneuvo valikoituu kohteen mukaan. Ulkomaan matkat tehdään luonnollisesti lentäen kotikaupungista Kuopiosta lähtien ja kotimaan matkat sujuvat helpoiten omalla autolla. Lentäessä Riitalle on tärkeää lyhyet ja sujuvat odotusajat lentojen välillä. Kotimaassa matkustaessa valitaan hotelli myös saatavilla olevien parkkipaikkojen perusteella.

Riitan saapumisajankohta hotellille vaihtelee. Yleensä hän pyrkii saapumaan niin, että hän saisi huoneen samalla ja odottelematta. Joskus tämä ei ole onnistunut, mutta siitä ei ole koitunut ongelmia, sillä he ovat jättäneet laukkunsa hotellille säilöön ja lähteneet loman viettoon. Itse sisäänkirjautuminen on sujunut hyvin ja sujuvasti.

Hotellihuoneelta Riitta ei odota suuria. Hän ei vietä huoneessa kovin paljon aikaa, mutta mainitsee jääkaapin tärkeänä. Joskus huoneessa tulee käytyä myös päivän aikana, mutta vain pikaisesti esimerkiksi ostoksia vieden tai suihkussa käymällä.

Riitta ei käytä aamupalan lisäksi muita hotellin palveluita. Muut palvelut löytyvät yleensä hotellin välittömästä läheisyydestä. Toisaalta, hotelleilla voisi olla vielä enemmän tietoa paikkakunnan palveluista esimerkiksi esitteiden muodossa. Riitta luultavasti käyttäisi näitä tietoja oman lomansa aikana.

Uloskirjautuminen sujuu Riitan mielestä ihan hyvin. Hän lähtee yleensä juuri ennen kuin hotellihuone tulisi luovuttaa, eikä siitä ole ikinä koitunut mitään ongelmia. Kokeneena matkustajana Riitta tietää, että hotellin henkilökunnan on ehdittävä siivoamaan huoneet ennen seuraavia asiakkaita. Matkatavarat kuitenkin voidaan jättää säilöön hotellille. Riitta antaa mielellään palautetta kasvatusten, jos siihen on tarvetta.

Riitan mielestä hotellilla on suuri rooli vapaa-ajan matkan onnistumisessa. Erityisesti sijainti on olennainen asia, joka täytyy olla kunnossa. Hän ei kuitenkaan osaa sanoa, voisiko huono hotellikokemus pilata koko loman, sillä hänellä ei ole semmoisia kokemuksia.

Riitta kuuntelee ja lukee mielellään suositteluja hotelleista, mutta myös itse suosittelee omia hyviä kokemuksiaan. Esimerkiksi, jos Riitan tuttu on lähdössä johonkin kaupunkiin, jossa Riitta on jo käynyt, mainitsee Riitta omista hyvistä kokemuksistaan.

Hotellien jälkimarkkinointiin Riitta suhtautuu myönteisesti. Hänen mielestään hotellien lähettämät kiitos-sähköpostit ja tarjoukset ovat mukavia ja hän uskoo tarjouksien vaikuttavan seuraavan matkan hotellin valintaan, jos kohde sattuu olemaan tarjousten joukossa. Toisaalta hotellien lähettämät kyselyt palvelusta eivät kiinnosta Riittaa ja hän harvoin jaksaa vastata niihin. Palaute on kuitenkin annettu jo paikan päällä, jos siihen on ollut aihetta.

Tällä kertaa Riitta on Alexandrassa aviomiehensä kanssa. He ovat valinneet teatteripaketin ja käyneet edellisenä iltana näytöksessä. Heidän paikkakuntalaiset tuttavansa olivat kertoneet heille muun muassa joulumessuista ja muista asioista, joita he voisivat vapaa-ajallaan tehdä Jyväskylässä. Alexandran vastaanoton palvelu oli hänen mielestään erityisen ystävällistä.

Liite 5: Marika

Marika on 62-vuotias käsityöalan yrittäjä Kärsämäeltä. Hän matkustaa usein yhdessä miehensä kanssa, pääosin erilaisille messuille ja käsityötapahtumiin viikonloppuisin. He matkustavat messujen ja tapahtumien perässä vuoden aikana kotimaassa melko paljon, ulkomaanmatkoilla he eivät ole käyneet. Marikan mielestä olisi mukava matkustaa vapaa-ajan puitteissa useammin, koska viikonloput messumatkoilla eivät kuitenkaan ole pelkkää lomailua. He ovat kuitenkin niin tottuneita hotellielämään, että todennäköisesti tulevaisuudessa myös puhtaasti vapaa-ajan matkat tulevat varmasti lisääntymään.

Hyvänä hotellikokemuksena Marikalle on jäänyt mieleen hotelli Seinäjoella, jossa he majoittuvat lyhyen ajan sisällä kaksi kertaa peräkkäin. Ensimmäisellä kerralla heidän huoneeseensa kuului ravintolan meteli ja Marika mainitsi asiasta vastaanottoon. Seuraavalla kerralla heidän saapuessaan heille ilmoitettiin, että heille on nyt laitettu varmasti rauhallinen huone. Marikan mielestä tällainen palvelu oli erityisen hienoa. Huonoja hotellikokemuksia heille ei ole jäänyt mieleen, muutoin kuin se jos ei saa rauhassa nukkua.

Idea vapaa-ajan matkaan lähtee yleensä siitä, että Marika tuntee tarvetta lähteä lomalle lepäämään. Matkan ohjelmaan voisi tällöin kuulua esimerkiksi shoppailua. Marika ei useimmiten suunnittele matkan ohjelmaa paljoa etukäteen, vaan päättää vasta paikan päällä sen hetkisen mielialan mukaan mitä haluaa tehdä.

Marika varaa hotellihuoneen useimmiten netistä. Hänen mielestään se on aina sujunut ongelmitta ja ollut vaivatonta. Hotellin valinnassa etusijalla on aina Sokos Hotelli, joissa he useimmiten yöpyvät. Marikalla ei ole erityisiä toiveita hotellihuoneen suhteen, mutta jos he haluavat saunaan niin hän varaa saunallisen huoneen. Hän mieluummin saunoo hotellihuoneessa omassa saunassa, kuin hotellin yleisessä saunassa.

He matkustavat aina omalla autolla, mutta se ei vaikuta hotellin valintaan, koska he luottavat aina siihen, että parkkipaikka lähistöltä kyllä järjestyy. Tällä kertaa hotellin

parkkipaikat olivat kuitenkin täynnä ja heidän piti jättää auto torin parkkiin. Marikan mielestä on myös erityisen rasittavaa, jos parkkipaikkaa täytyy tulla kysymään vastaanotosta ja sen jälkeen siirtää autoa uudelleen. Hänen mielestään hotellilta pitäisi jo etukäteen tulla paremmat ohjeistukset parkkipaikoista, jotta asiakkaan ei tarvitsisi juosta edestakaisin.

Hotellille he saapuvat useimmiten viiden ja kuuden välillä. Ennen saapumista he käyvät yleensä jossain syömässä. Marikan mielestä sisäänkirjautuminen on aina sujunut ongelmitta ja ilman kummempia jonotuksia, eikä hän koe että se kaipaisi mitään muutoksia. Marikalle hotelli on etupäässä nukkumista ja lepoa varten. Hänellä ei ole halua viettää hotellissa liiemmin aikaa, huoneessa tai käyttäen hotellin muita palveluita, vaan yleensä hän käy siellä vain nukkumassa.

Marikan mielestä on hyvä, että hotellilla on paikkakunnan esitteitä ja infoa, koska oudolle paikkakunnalle matkustettaessa ne voivat tulla tarpeeseen. Marika nukkuu hotellissa yleensä tosi hyvin ja siellä on hänen mielestään erityisen hyvät sängyt. Hotellihuoneessa hänelle on tärkeää, että se on viihtyisä ja sinne on mukava mennä. Päivän aikana he eivät useimmiten käy hotellihuoneessa ollenkaan, paitsi ostosmatkalla siellä saatetaan käydä kääntymässä välillä. Marikan mielestä päivä on kuitenkin aina niin lyhyt aika, että se vietetään jossain muualla kuin huoneessa.

Hotellista Marika kirjautuu useimmiten ulos kymmenen ja yhdentoista välillä. Hänen mielestään aika on ihan sopiva ja jos on tarvetta jäädä myöhempään, niin silloin yleensä vietetään hotellissa kaks yöttä. Marikan mielestä hotellin rooli matkan onnistumisessa on ihan hyvä, tärkeintä on se että saa nukuttua hyvin. Erityisen hienoa hänen mielestään on myös hotelliaamiainen, jolla jaksaa pitkään ja ei tarvitse lähteä etsimään ruokapaikkaa muualta aamuisin.

Marika ei ole juurikaan antanut palautetta hotelleille, eikä heillä oikeastaan ole koskaan ollut syytä. Hänen mielestään negatiivista palautetta antaa huomattavasti helpommin kuin positiivista, mitä hänen mielestään pitäisi yrittää antaa useammin. Marika ei ole koskaan saanut hotellilta jälkikäteen yhteydenottoa, mutta hänen mielestään sellainen olisi ihan hienoa. Koska he matkustelevat paljon ja yöpyvät aina Sokos hotellissa, olisi hänen mielestä hienoa jos välillä saisi lahjaksi esimerkiksi majoituslah-

jakortin tai jonkun muun kivan palkinnon. Toisinaan Marika suosittelee hotellia eteenpäin ystäville tai tuttaville, jos he ovat matkustamassa paikkaan minkä hotellin hän tietää.

Liite 6: Johanna ja Kari

Johanna on 43-vuotias palvelupäällikkö ja hänen 46-vuotias miehensä Kari työskentelee tuotepäällikkönä. He asuvat Helsingissä ja matkustelevat paljon yhdessä. Kotimaan matkoilla he käyvät vuodessa noin kahdeksan kertaa ja tänä vuonna he ovat käyneet ulkomaan matkalla kaksi kertaa. He lähtevät yleensä matkalle aina jos heistä jos tuntuu siltä, että lomalle olisi mukava vaihteeksi lähteä.

Heidän hotellikokemuksensa ovat useimmiten olleet hyviä ja he ovat olleet tyytyväisiä hotellilomiin. Mieleen ei ole jäänyt mitään erityistä vaan yleensä aina hotellihuone on ollut siisti ja sen laatuinen mistä he ovat maksaneetkin.

Kuitenkin yhtenä huonona kokemuksena Johannalle ja Karille on jäänyt mieleen reisu Heinolaan. He saapuivat myöhään hotellille, jolloin kävi ilmi, ettei hotelli tarjoa ruokaa enää iltayhdeksän jälkeen. Koska he matkustivat keskellä viikkoa, oli koko Heinolasta hankala löytää avoinna olevaa kunnon ruokapaikkaa siihen aikaan. Heidän mielestään oli iso yllätys ja pettymys, ettei sen kokoisesta paikasta saanut ruokaa enää myöhään illalla.

Johanna ja Kari matkustavat usein Jyväskylään, koska he molemmat ovat sieltä kotoisin ja myös heidän lapsiaan asuu siellä. Toisinaan idea matkaan lähtee myös siitä, että tuttavapariskunnan kanssa on sovittu yhteisestä matkasta tiettyyn kaupunkiin esimerkiksi teatteria katsomaan. Aina matka ei kuitenkaan tarvitse mitään erityistä syytä, vaan Johanna ja Kari saattavat lähteä tuulettumaan johonkin viikonloppulomalle, jos he kokevat että siihen on tarvetta työn vastapainoksi.

Etenkin kahdestaan matkustettaessa Johanna ja Kari eivät suunnittele matkan ohjelmaa kovin tarkkaan etukäteen, eivätkä he useimmiten kaipaa edes mitään kovin kummoista ohjelmaa esimerkiksi viikonloppulomalta. Sitten jos he matkustavat isomman porukan, kuten tuttavapariskuntien kanssa, on matkan kiinnekohtana yleensä joku teatteri- tai musiikkiesitys, jolloin aikaa ei juuri jää muulle ohjelmalle.

Johanna ja Kari varaavat hotelliloman yleensä netin kautta, mutta jos he haluavat jotain lisätietoja varmistaa jo varausvaiheessa on heidän mielestään hyvä hoitaa varaus puhelimitse. Hotellin valintaan vaikuttaa etupäässä ketju, joista s-ryhmä on etusijalla ja sen lisäksi aiemmat hotellikokemukset.

Matkalle he lähtevät aina omalla autolla ja Karin mielestä yleensä oletusarvona on, että parkkipaikka löytyy hotellin yhteydestä vaivattomasti. Kuitenkin Karin mielestä Jyväskylässä Sokos Hotellin parkkipaikat ovat todella huonosti löydettävissä sekä liian sokkeloiset ja niitä on varattu hotelliasukkaille aivan liian vähän.

Johanna ja Kari saapuvat yleensä hotellille kahden ja kuuden välillä. Heidän mielestään sisäänkirjautuminen on yleensä ollut vaivatonta, palvelu on ollut ystävällistä ja ei ole tarvinnut kummemmin jonottaa. Useimmiten heti saapumisen jälkeen he käyvät saunassa, jonka jälkeen he rentoutuvat hetken huoneessa. Sen jälkeen he käyvät syömässä hotellin yhteydessä olevassa ravintolassa ja jos hotellista löytyy baari saatavat he illalla istua siellä muutamalla lasillisella. Jos lomalla on aikaa riittävästi, niin Kari saattaa käyttää myös hotellin kuntosalia. Hotellihuoneessa he käyvät tarpeen mukaan päivän aikana.

Karin mielestä kuumalla ilmalla hotellihuoneessa on ehdottomasti oltava ilmastointi. Johannalle puolestaan on tärkeää, että yleisilme hotellihuoneessa on siisti, eikä mikään ole huonosti. Karin mielestä he eivät kaipaa mitään luksustason majoitusta, joskus he ovat sviitissäkin yöpyneet, mutta heille riittää yleensä aivan tavallisen tasoinen huone.

Johanna ja Karin mielestä esimerkiksi yhdistetty hotelli-teatteripaketti on osaltaan jonkinmoinen räätälöity palvelu ja toisinaan he ostavat tällaisia paketteja. Mutta muutoin he eivät ole käyttäneet hotellin tarjoamia lisäpalveluita. Johannan mielestä on kuitenkin hienoa, jos hotellihuoneeseen on mahdollista erillistilauksesta saada vaikkapa kuohuviiniä tai hedelmiä. Tällä kertaa hotellia varatessa Johanna huomasi, ettei netin kautta varatessa ole mahdollista pyytää parivuodetta. He kuitenkin kysyivät asiaa saapuessaan ja asia järjestyi heti. Tällainen asiakkaiden toiveiden mukainen räätälöinti on Johannan mielestä tärkeää ja tuo lisäarvoa hotellille.

Yleensä ennen matkalle lähtemistä Johanna ja Kari selvittävät netistä paikkakunnan tietoja ja mahdollisia tapahtumia, joten he eivät ole kaivanneet hotellin puolelta tällaisia tietoja. Hotellilomilla molemmat nukkuvat yleensä hyvin. Hotelleissa heitä on joskus ärsyttänyt ylimääräinen meteli ja rauhattomuus, tai joskus on ravintolassa saattanut olla huonoa ruokaa.

Johanna ja Kari lähtevät hotellista yleensä 11-12 aikaan, toisinaan he ovat saattaneet pyytää esimerkiksi tunnin myöhäisempää luovutusaikaa. Heidän mielestään uloskirjautuminen on useimmiten sujuva, eikä se tarvitse muutoksia. Hyvä kuitenkin on, jos maksun voi suorittaa jo saapuessa, jotta hotellista voi sitten poistua vaivattomammin.

Heidän mielestään hotellin rooli loman onnistumisessa riippuu vapaa-ajan matkan tarkoituksesta. Tällä kertaa kun he ovat viikonloppulomalla ja tulleet tervehtimään sukulaisia, ei hotellilla juurikaan ole merkitystä. Karin mielestä hotellihuoneessa pitäisi olla jotain tosi pahasti pielessä, että se pilaisi viikonloppuloman. Eri asia sitten on, jos ollaan esimerkiksi ulkomailla ja hotellissa vietetään kaksi viikkoa, jolloin pienemmätkin asiat vaikuttavat.

Johanna ja Kari antavat palautetta hotellille, jos siihen on aihetta. Mutta useimmiten he kuitenkin keskustelevat asiasta vain kahdestaan ja palautteen antaminen voi jäädä, jos asia ei ole kovin suuri. Monesti he ovat kuitenkin miettineet, että aina pitäisi palautetta antaa jos kokee saaneensa huonoa palvelua, koska muutoin sitä ei osata kehittää. Hyvää palautetta he saattavat antaa, jos molemmat huomaavat saman asian olevan jollain tapaa erityisen hyvä.

Johanna mielestä jälkikäteen tuleviin palautekyselyihin voi uhrata 5 minuuttia ja vastata niihin. Karin mielestä erilaiset jälkiyhteydenotot ja kiitossähköpostit ovat useimmiten merkityksettömiä. Toisaalta Karin mielestä matkailupäätöksiin voisi vaikuttaa, jos hotellilta tulisi sähköpostilla pakettitarjouksia, niin niihin ehkä tarttuisi useammin. Mutta tällöin pelkkä hotelli ei riitä, vaan paketissa pitäisi olla esimerkiksi mukana lippu lätkämatsiin tai vastaavaa.

Usein matkan jälkeen he puhuvat kokemuksistaan muille. Heidän mielestään lomakokemus ei kuitenkaan synny niistä hotellin seinistä, vaan siitä porukasta ja palvelukokonaisuudesta. Omien positiivisten hotellikokemusten pohjalta he myös suosittelivat paikkoja eteenpäin tuttaville, jos asia tulee puheeksi.

Liite 7: Mikko

Mikko on 46-vuotias Kuopiolainen. Hän työskentelee teollisuusalalla ja matkustelee jonkun verran myös työkseen. Vapaa-ajan matkoilla hän käy vaimonsa kanssa noin viisi kertaa vuodessa. Ulkomaanmatkoja he tekevät noin kolmen vuoden välein. Jos mahdollisuuksia olisi, hän lähtisi mielellään vapaa-ajan matkoille hieman useamminkin.

Hyvänä hotellikokemuksena hänelle on jäänyt mieleen hotelli Intian Goalla. Suomesta ei niinkään mikään hotelli ole jäänyt erityisesti mieleen. Kun lapset olivat pieniä, oli kylpylähotelli yleensä se juttu, josta loman kohokohdat tulivat. Mikon mielestä hyvä hotellikokemus muodostuu muun muassa siitä, että ravintolaa ei tarvitse lähteä etsimään muualta, vaan voi syödä hotellin ravintolassa. Lisäksi parkkipaikan hyvä sijainti ja edullinen hinta ovat tärkeitä asioita. Huonona hotellikokemuksena Mikolla on jäänyt mieleen Helsingissä sijaitseva Holiday Inn, jonka taso ei hänen mielestään vastaa totuttua Suomen hotellien hyvää tasoa oikeastaan mitenkään.

Yleensä idea matkaan lähtee siitä, että jossain on joku mielenkiintoinen tapahtuma. Tällä kertaa he tulivat viikonlopuksi Jyväskylään, koska Mikon vaimo halusi tulla Paviljonkiin joulumessuille. Hyvin usein he lähtevät matkalle suunnittelematta tarkempaa ohjelmaa juurikaan etukäteen, vaan tekevät päätöksiä ennemminkin paikan päällä.

Mikko varaa hotellin yleensä netin kautta, mikä on hänen mielestään selkeä ja hyvä tapa hoitaa varaukset. Hotellin valinnassa yleensä ensimmäisenä on S-ryhmän hotelli, koska Mikon mielestä asiakasomistajuus on kuitenkin melko tärkeä juttu. Jos S-ryhmän hotellissa ei ole tilaa, niin sitten hotellivalinnalla ei juuri ole merkitystä muuten. Lisäksi hotellin valintaan vaikuttaa se, että se sijaitsee keskeisellä paikalla, josta on helppo liikkua joka suuntaan. Etenkin Helsingissä on hyvä että hotellin välittömästä läheisyydessä on hyvät yleiset kulkuyhteydet joka suuntaan. Mikko matkustaa yleensä kohteeseen omalla autolla, joten hotellin läheisyydestä löytyvä parkkipaikka on ehdoton.

Useimmiten vapaa-ajan matkoilla Mikko saapuu hotellille niin myöhään, että soittaa matkalta hotellille heidän saapuvan vasta kello 18 jälkeen. Sisäänkirjautumistilanteessa hänen mielestään on tärkeää että yleisistä asioista kerrotaan, vaikka hotelli olisikin jo tuttu. Tällä kertaa hänen mielestään oli erityisen hienoa, että vastaanotossa mainittiin mahdollisista jonoista ja odottelusta, jos menee illalla ravintolaan syömään tai lasilliselle johonkin, koska on pikkujouluaika. Hotellihuoneessa on tärkeää erityisesti se, että se ei sijaitse vaikkapa yökerhon yläpuolella, vaan että se olisi mahdollisimman rauhallinen. Plussaa Mikon mielestä on myös se, jos huone sijaitsee kadun puolella, jotta sieltä olisi mielenkiintoinen näkymä kaupungille, eikä minkään umpinaisen parkkipaikan puolella. Lisäksi Mikon mielestä nykypäivänä oletuksena on, että huoneesta löytyy toimiva nettiyhteys ja televisio.

Lomallaan Mikko käyttää yleensä hotellin ravintolapalveluita ja saunaa. Lisäksi jos aikaa on tarpeeksi saattaa hän käydä myös kuntosalilla. Nykyään hän ei kaipaa lisää palveluita hotelliin, lasten ollessa pieniä, olisi heille pitänyt olla paremmat leikkimahdollisuudet hotellissa. Erilaisille lisäpalvelu tai räätälöinti mahdollisuuksille Mikolla ei koskaan ole ollut koskaan tarvetta. Toisinaan Mikko on oudossa kaupungissa ollessa kysynyt vastaanotosta esimerkiksi bussiaikatauluja tai muita tietoja. Hänen mielestään on hyvä juttu, että vastaanotossa osataan vasta tällaisiin kysymyksiin. Mikko nukkuu yleensä hotellissa todella hyvin, koska hotellin ilmastointi takaa optimaalisen lämpötilan nukkumiseen ja lisäksi hotellin sänky ja tyyny ovat niin mukavat. Hotellihuoneessa Mikko käy lomapäivän aikana yleensä huilaamassa, etenkin vaimon kanssa reissatessa. Jos koko päivä menee eri paikoissa pyöriessä, on mukavaa välillä päästä lepäämään.

Yleensä Mikko kysyy jo saapumisvaiheessa, olisiko huone mahdollista luovuttaa vasta kello 14. Hänen mielestään on mukavampi lähteä vaikka sitten yhden maissa, jolloin ei ole niin paljon jonoa uloskirjautumisessa. Yleensä pyyntö on onnistunut aina sunnuntaisin, mutta jos lähtö on jo lauantaina, ei huonetta ole aina saanut pitää pidempään. Uloskirjautuminen on hänen mielestään aina ollut sujuvaa, ja jonotkaan eivät toisaalta ole ongelma kun asennoituu hommaan oikein.

Mikon mielestä hotellilla on varsin merkittävä rooli loman onnistumisessa. Jos viikonloppua mennään johonkin viettämään, niin totta kai odotusarvo hotellin suhteen on aika korkea. Toisinaan jälkikäteen hotellivalinta on kaduttanut. Mikolle on jäänyt mieleen Virossa ollut S-ryhmän hotelli, jota oli myyty täysin uutena, vaikka hotelli oli paikoin keskeneräinen ja Mikon mielestä jopa vaarallinen.

Mikko antaa toisinaan palautetta hotellille, useimmiten vaimo antaa positiivista palautetta ja Mikko negatiivista. Mutta toisaalta Mikon mielestä ei ole järkeä turhasta valittaa, vaan vasta sitten jos joku asia selkeästi on pielessä. Mikon mielestä olisi hienoa, jos hotelli jälkikäteen lähettäisi esimerkiksi kiitossähköpostin tai toisinaan tarjouksia. Ne varmasti vaikuttaisivat hotellipäätöksiin, koska antaisivat mielikuvan, että hotelli on hyvä ja sinne kannattaa mennä. Hotellikokemuksista Mikko kertoo yleensä eteenpäin jos aiheesta satutaan keskustelemaan ja helposti tulee myös suositeltua hotelleja muille.

Liite 8: Laila

Laila on 56-vuotias museonhoitaja Helsingistä. Hän matkustaa aika vähän, noin 3-4 kertaa vuodessa. Vapaa-ajan matkat suuntautuvat useimmin kotimaahan, mutta ulkomaillaakin käydään silloin tällöin. Hänen miehensä matkustaa työn vuoksi jonkin verran ja hän matkustaa myös ulkomailla. Yhdessä miehensä kanssa matkustetaan kuitenkin kotimaassa. Laila myöntää, että vapaa-ajalla voisi myös matkustella enemmän, mutta aikaa ja resursseja ei aina ole.

Tällä kertaa Laila on matkalla miehensä kanssa, jolla on työtehtäviä Jyväskylässä. Sokos Hotel Alexandra valikoitui s-etukortin ja sijainnin perusteella. Museonhoitajana Laila on kiinnostunut myös alueen museoista, joten he yhdessä miehensä kanssa varasivat hotellin kautta museopakettin. He viipyivät hotellissa yhden yön. Tällä kerralla hotellihuone oli Lailan mielestä hieman ahdas ja huomion kiinnitti pölyiset tuuletusriitat. Myös parkkipaikan löytymisessä oli ongelmia.

Hotellissa Laila arvostaa siisteyttä ja tilavuutta. Myös rauhallisuus ja hyvä tasainen palvelu on olennaista. Mikään hotelli ei ole jäänyt mieleen erityisen hyvänä kokemuksena. Hotellihuone on hotellihuone ja siltä ei odoteta sen kummempia. Sen sijaan huonot hotellikokemukset ovat jääneet tuoreena mieleen. Ensimmäisenä mieleen tulee Kyproksella tyttären kanssa lomaillessa käytetty hotelli, jossa yöunet jäivät vähälle. Heidän huoneensa sijaitsi kadun puolella ja lähistöllä sijaitsi meluisa pelipaikka, joka valvotti pitkälle aamuyöhön. Tapauksesta on jo aikaa, mutta se on jäänyt selkeästi mieleen. Toisena esimerkkinä huonosta hotellikokemuksesta on viimekesäinen sukulaisten häissä vieraileminen Mikkelin seudulla. He yöpyivät järven rannalla sijaitsevassa motellissa, joka ennakkotietojen perusteella vaikutti mukavalta. Kokemus oli kuitenkin erittäin huono, sillä motellille oli Lailan mukaan tapahtunut kaksoisbuukkaus ja yöllä huoneeseen pyrki joku omaan seurueeseen kuulumaton. Lisäksi Lailan tytär perheineen oli varannut huoneen kyseisestä motellista ja he olivat tilanneet huoneeseen lisävuoteen. Huoneesta kuitenkin puuttui kaivattu lisävuode, joten he päätyivät lähtemään ajamaan takaisin kotiin Helsinkiin yöksi.

Laila suunnittelee matkansa ohjelman yleensä etukäteen. Hotellivaihtoehtoja hän vertailee yleensä Internetin kautta, mutta itse varauksen hän mieluiten tekee puhelimen välityksellä. Lailalle on tärkeää varaustilanteessa se, että varauksen voi tehdä nimenomaan puhumalla ihmisen kanssa. Se on hänelle jotenkin selvempää ja hänen mielestään se toimii sujuvasti. Hotelli valitaan yleensä sijainnin ja hinnan perusteella. Myös s-ryhmän hotelleista saadut bonukset vaikuttavat positiivisesti valintaan.

Laila tekee kotimaan matkansa yleensä yhdessä miehensä kanssa autolla. Joskus myös ulkomailla käydään autolla. Hotellille saapuminen autolla ei aina suju ongelmitta. Viimeisin kokemus liittyi Sokos Hotel Alexandran parkkipaikalle ajamiseen. He saapuivat autolla hotellille ja tiesivät, että hotellin takana on parkkipaikka. He eivät kuitenkaan tienneet, että parkkipaikalle voi ajaa suoraan ja ottaa puomilta lipukkeen, jota vastaan hotellilta saa ilmainen parkkipaikan. He olettivat, että hotelli olisi maininnut siitä jo etukäteen. Sen sijaan he ajoivat autonsa yleiselle parkkipaikalle ja hotellin vastaanotossa vierailtuaan he siirsivät autonsa hotellin parkkipaikalle. Lailan mielestä hotellin tulisi tämän tilanteen välttämiseksi kertoa asiasta etukäteen.

Sisäänkirjautumisen ja hotelliin saapumisen Laila mieltää hieman sekavaksi tilanteeksi. Hän ei kuitenkaan osaa sanoa, pitäisikö sisäänkirjautumista jotenkin helpottaa. Hän saapuu hotellille yleensä jo hyvissä ajoin, mutta aika riippuu paikasta ja matkan syystä. Hänen mielestään niin sisään- kuin uloskirjautumisaika on sopiva.

Laila viipty hotellissa lomansa aikana aika vähän. Yleensä aikaa vietetään jossain muualla, mutta riippuen matkasta, hotellihuoneessa käydään myös päivän aikana. Laila kokee hotellissa esillä olevat esitteet kaupungista ja sen tapahtumista hyödyllisinä, vaikka suunnitteleekin matkansa etukäteen. Matkansa aikana hän käyttäisi mielellään saunaa ja kuntosalia. Itse huoneessa on tärkeää, että siellä on televisio. Hän ei ole koskaan käyttänyt mitään räätälöintimahdollisuuksia vaan hän pyrkii ottamaan palvelut niin kuin ne ovat. Hän nukkuu yleensä hyvin ja hänellä ei ole ollut ongelmia nukkua hotelleissa. Hän on yleensä matkallaan niin väsynyt kaikkien elämysten tai matkustamisen jälkeen, että uni tulee nopeasti. Hotelliloman päätyttyä Laila kirjautuu ulos hotellista yleensä aamupalan jälkeen. Hän arvostaa nopeaa palvelua ja hänen mielestään on hyvä, että palvelijoita on useampi ruuhka-aikoina.

Hotellilla on Lailan mielestä suhteellisen pieni rooli hänen vapaa-ajan matkansa onnistumisessa. Hänen mielestään palvelu on onnistunutta, kun sitä ei huomaa ja sitä ei muistella jälkikäteen. Vain huonot kokemukset jäävät mieleen ja niistä kerrotaan myös tuttaville. Laila ei anna palautetta ja ottaa hotelliin yhteyttä jälkikäteen vain esimerkiksi tilanteissa, jolloin hotellille on unohtunut jotain. Lailan mies on aktiivisempi palautteenantaja ja hän antaa myös positiivista palautetta. Tilanteet, joissa hotelli ottaa yhteyttä asiakkaaseen jälkikäteen esimerkiksi kiitosviestin tai tarjouksien avulla, Laila kokee tarpeettomiksi.

Liite 9: Heikki ja Martta

Heikki ja Martta ovat eläkkeellä oleva pariskunta Vuokatista. He matkustavat yleensä kahdestaan ja käyvät kotimaassa vapaa-ajan matkoilla noin viisi kertaa vuodessa. Ulkomaille he ovat tänä vuonna matkustaneet kaksi kertaa. He ovat vastikään jääneet eläkkeelle ja toivoisivat tulevaisuudessa voivansa matkustaa enemmän. He uskovat, että nyt kun työ ei enää rajoita matkustelua se tuleekin lisääntymään.

Kotimaan matkoilla he majoittuvat yleensä Sokos hotelleissa, koska he ovat asiakasomistajia ja heillä on hyviä kokemuksia S-ryhmän hotelleista. Erityisen hyvä hotelli on heidän mielestään Helsingissä sijaitseva Sokos hotelli, jossa auton saa kätevästi hotellin alla sijaitsevaan parkkihalliin, josta pääsee hissillä suoraan aulaan. Hotelli jäi heidän mieleensä erityisen hyvänä myös sen takia, että alun perin heille varatussa huoneessa oli tupakoitu ja heidän huomautettuaan asiasta heidät siirrettiin välittömästi parempitasoiseen, heidän mielestään luksushuoneeseen. Huonona vapaa-ajan hotellikokemuksena heidän mieleensä ovat jääneet hotellit, joissa yökerhon melu on kantautunut hotellihuoneeseen.

He matkustavat useimmiten omalla autolla, joten hotellivalintaan vaikuttaa suuresti sen välittömässä läheisyydessä olevat parkkimahdollisuudet. Heikki kertoo tarkistavansa etenkin Helsinkiin matkustettaessa aina, että sopiva parkkipaikka hotellin läheisyydestä löytyy helposti. Heillä on autossaan navigaattori, joka useimmiten tekee vieraaseenkin kaupunkiin matkustamisesta helppoa. Joskus he myös tulostavat etukäteen kohdekaupungin kartan netistä, jotta hotellille löytäminen on helpompaa.

Tällä kertaa idea viikonloppulomaan lähti siitä, että he halusivat tulla Jyväskylään katsomaan Edith Piafin näytelmää. Yleensäkin idea matkaan lähtee siitä, että he huomaavat jossain kaupungissa jonkun heitä kiinnostavan tapahtuman, useimmiten kulttuuriin liittyvän kuten teatterinäytöksen tai taidenäyttelyn. Heikin harrastus on huutokauppojen seuraaminen, joten he matkustavat usein niiden perässä etenkin Helsinkiin. He eivät ole aiemmin ostaneet hotellipakettia johon sisältyy teatterilippu kuten he tällä kertaa tekivät. Mutta Heikin mielestä pakettina hinta ei ole huomatta-

vasti, jos ollenkaan edullisempi, vaan olisi aivan sama ollut ostaa erikseen hotelli ja teatteriliput.

Vapaa-ajan matkoille he lähtevät toisinaan hyvinkin spontaanisti, huomattuaan esimerkiksi heitä kiinnostavan näyttelyn jossain kaupungissa. Jos vain aikaa on ja sopiva hotelli löytyy helposti, niin matkaan saatetaan lähteä hyvinkin lyhyellä varoitusajalla. Toisinaan matkaa suunnitellaan pidempäänkin etukäteen, kuten tätä matkaa, josta oli alettu puhua jo pari kuukautta sitten. Matkaan lähtemistä oli kuitenkin viivästyttäneet erinäiset esteet, mutta varmaa oli että tämän kauden aikana Jyväskylään piti päästä näytös katsomaan.

Hotellien varaukset Heikki hoitaa yleensä etsimällä ensin tietoa Sokos hotelleista internetistä ja soittamalla sitten varauskeskukseen. Hänen mielestään varauskäytäntö on toimiva ja yhdellä puhelinsoitolla selviää paikkakunnan kaikkien Sokos hotellien tilanne ja mahdolliset tarjoukset, mikä tekee varauksen teosta nopeaa ja vaivatonta. He valitsevat yleensä aina Sokos hotellin, mutta toisaalta jos niistä ei tilaa löydy ja paikkakunnalla on tapahtuma johon he ehdottomasti haluavat, valitsevat he tällöin toisen hotellin.

Heikin ja Martan hotellille saapumisajankohta vaihtelee riippuen siitä, mitä he ovat paikkakunnalle tulossa tekemään. Toisinaan he soittavat hotellille ja kertovat kyllä olevansa tulossa, vaikkakin vasta myöhään illalla. Mutta esimerkiksi tällä kertaa he saapuivat jo iltapäivällä, jotta heillä olisi hyvin aikaa valmistautua illan teatteriesitykseen.

Martan mielestä heti hotelliin saapuessa hyvä ja asiantunteva palvelu vastaanotossa luo pohjaa onnistuneelle hotellilomakokemukselle. Ystävällisen vastaanottovirkailijan kertomat tiedot hotellin palveluista, kuten hotellihuoneen sijainti, aamupala ja illan ruokailuvaihtoehdot ovat tärkeää tietoa. Heidän mielestään on myös tärkeää, että vastaanotossa työskentelevillä on hyvä yleistietämys kaupunkista ja sen tapahtumista, jos asiakkaalla on jotain kysyttävää näihin liittyen.

Heidän mielestään saapumistilanne on useimmiten toimiva kokonaisuus ja se ei tarvitse muutoksia. Heikin mielestä ulkomailla joskus tulee vaivautunut olo, jos joku on heti tulossa auttamaan laukkujen kannossa, mihin ei ole Suomessa tottunut. Heidän mielestään esimerkiksi laukkujen kanto palvelua ei Suomessa tarvitse olla, paitsi tietenkin lisäpalvelua täytyy aina tarjota ihmisille jotka sitä tarvitsevat, kuten vanhukset ja huonokuntoiset.

Martta ja Heikki kaipaavat lisätietoa kaupungin tapahtumista sisäänkirjautumisen yhteyteen. Vastaavasti heidän mielestään hyvä idea voisi olla myös varausvahvistuksen yhteydessä saatu tieto paikkakunnasta. Viestissä voisi olla tietoa ajankohtaisista tapahtumista ja kampanjoista, joiden ympärille vapaa-ajan matkan ohjelmaa voisi rakentaa. Näin he voisivat suunnitella etukäteen mitä kaikkea haluavat tehdä ja nähdä matkansa aikana.

Heikki ja Martta eivät vietä lomillansa kovinkaan paljoa aikaa hotellihuoneessa. Jos loma on useamman päivän mittainen, on silloin enemmän tarvettakin oleskella huoneessa, levätä ja virkistäytyä. Hotellin palveluita he käyttävät vaihtelevasti. Melko usein he käyvät hotellin ravintolassa syömässä ja toisinaan saattavat istuskella iltaa lasillisen ääressä hotellin baarissa. Saunapalveluita he käyttävät hyvin harvoin. Martan mielestä olisi mukavaa, jos hotelli tekisi yhteistyötä esimerkiksi kampaajan tai kosmetologin kanssa. Hänen mielestään tällaiset palvelut voisivat toimia naisille vapaa-ajan kruununa.

Heidän mielestään hotelli on aina suuressa roolissa vapaa-ajan matkan onnistumisen kannalta. Jos hotelli tuottaa pettymyksen, se vie muultakin lomalta mielialaa alaspäin, koska vapaa-ajan matkoja tulee aina odottaneeksi etukäteen todella paljon. Kokemuksia, jotka mahdollisesti olisivat voineet latistaa matkan onnistumista, heillä on ollut muutamia; yökerhon melu on häirinnyt parissa hotellissa, Torniossa huoneen ikkuna oli jäänyt auki ja se oli saavuttaessa jääkylmä, Englannissa puolestaan hotellihuone oli ollut aivan liian kuuma, jotta siellä olisi voinut oleskella. Martan ja Heikin mielestä nämäkään asiat eivät kuitenkaan välttämättä latista tunnelmaa, jos ne voidaan hoitaa esimerkiksi vaihtamalla hotellihuonetta. Heidän mielestään tällaisissa tilanteissa ei auta hermostua, vaan ilmoittaa ongelmatilanteesta asiallisesti henkilö-

kunnalle. Tällä tavalla he ovat yleensä saaneet vastineeksi loistavaa palvelua ja ratkaisun ongelmaan.

Siisti ja puhdas hotellihuone, jossa on hyvä sänky, on Martan mielestä tärkeä. Heidän mielestään Suomessa alkaa olla jo melko paljon vanhahkoja nuhruisia hotelleja, joihin he eivät halua mennä koska heidän mielestään se latistaa jo heti alkuunsa hotellielämystä. Joissakin hotelleissa on heidän mielestään liian niukka kalustus. Jos huoneessa on vain yksi tuoli ja siihen laskee vaatteet ei jää tilaa istumiseen. Tai yleensäkin huoneissa on vain yksi tuoli, jolloin toinen joutuu istumaan sängyllä jos huoneessa oleskelee. Martan ja Heikin mielestä useat hotellihuoneet on tehty liian pieniksi tai ne yritetään pitää liian moderneina laittamalla sinne vain se yksi pieni nojatuoli. Martan mielestä kokolattiamatot luovat usein hieman tunkkaisen ilman ja tunnelman hotelliin. Mutta hänen mielestään se ei kuitenkaan haittaa liiaksi, koska hotellissa ei vietetä kuitenkaan kovin paljoa aikaa ja toisaalta kokolattiamatot vaimentavat askeleita käytävässä.

Martta ja Heikki poistuvat hotellista yleensä heti aamupalan jälkeen 10-11 aikoihin. He eivät ole koskaan tarvinneet myöhempää uloskirjautumisaikaa. Toisinaan he saattavat mennä ennen lähtöä kaupungille ostoksille, tai vaikkapa seuraamaan huutokauppaa. Tällöin jättävät tavaransa hotellin säilytykseen päivän ajaksi, mikä on heidän mielestään hyvin tärkeä ja tarpeellinen palvelu.

Matkan päätyttyä he antavat harvoin palautetta hotellille. Kerran he ovat saaneet jälkeenpäin kyselyn sähköpostiin hotellilta loman onnistumisesta. Heikin mielestä kyselyissä ei ole mitään pahaa ja ne osoittavat, että hotelli haluaa kehittää palveluitaan, joten he vastaavat niihin mielellään.

Matkan jälkeen ystäville kerrotaan tietenkin matkan pääkohdat ja samalla käydään läpi myös hotelli ja ruokailut. Juuri ennen tätä matkaa, heidän tuttavansa olivat suositelleet Jyväskylän Fransmanni-ravintolaa, joten illalla he aikovat mennä sinne syömään. Heidän mielestään puskaradio on äärettömän iso ja tärkeä asia. Hotellilomat ovat heille vapaa-aikaa, ja sillä on suuri merkitys onnistuuko se loma kokonaisuutena.

Liite 10: Suvi ja Matti

Suvi ja Matti ovat nuori pariskunta Tikkakoskelta. Heillä on kolme pientä lasta, joten mahdollisuuksia lomamatkalle ilman lapsia ei tule kovin usein. He käyvät vapaa-ajan matkoilla kahdestaan kaksi tai kolme kertaa vuodessa. Matti matkustelee lisäksi työn puolesta jonkun verran. Ulkomaan matkoja he tekevät harvoin, viimeksi vuonna 2007. Pienten lasten kanssa pidempien reissujen tekeminen on hankalampaa, mutta he uskovat että lasten kasvaessa myös ulkomaanreissuja voi tulla enemmän.

Suvin ja Matin mielestä hyvä hotellikokemus lähtee siitä, että jo vastaanotossa kerrotaan miten hotellin palvelut toimivat ja mistä ne löytyvät. Tällöin tulee varma olo siitä, että kaikki asiat ovat hoidossa ja itse voi keskittyä vain rentoutumiseen heti saapumisesta lähtien. Suvin mielestä Jyväskylässä sijaitseva Hotelli Yöpuu on virkistävän erilainen persoonallisine huoneineen ja tuo kaivattua vaihtelua ketjuhotellien tarjoamaan samankaltaiseen majoitukseen.

Matilla huonona kokemuksena mieleen on jäänyt työmatkalta Savossa sijaitseva hotelli Rikala, joka hänen mielestään on vähän turhan vanhahtava ja huoneet ovat pieniä. Lisäksi tuoreena muistissa on meneillään oleva hotelliloma, jonka piti olla teatteripaketti mutta sekaannuksen vuoksi heiltä jäi teatteriliput saamatta. Erityisesti heitä harmittaa, että matka oli varattu lähes kaksi kuukautta sitten ja lapsille oli hommattu hoitaja hyvissä ajoin, joten kaiken piti olla kunnossa. Matti oli viikkoa ennen saapumista soittanut hotellille ja varmistanut, että varaus on kaikin puolin kunnossa. Nyt he toivovatkin saavansa illan kuluessa vielä peruutuspaikat, jotta pääsisivät katsomaan kauan odotetun teatterinäytöksen.

Kahdenkeskisen matkan suunnittelu lähtee yleensä siitä, että Suvi ja Matti ja alkavat miettiä mahdollista ajankohtaa ja lapsille hoitajaa. Matkalle voidaan lähteä ihan muuten vaan, yleensä johonkin lähikaupunkiin kuten Tampereelle tai Kuopioon, eikä välttämättä tarvitse olla tiedossa mitään erityistä tapahtumaa tai tekemistä kohteessa. Yleensä he alkavat miettiä loman sisältöä sitten kun varaukset on tehty ja matkan toteutuminen on varmistunut.

Matti hoitaa useimmiten matkan varaukset internetin tai puhelimen välityksellä. Pelkkä hotelli on kätevintä varata netistä, kun taas esimerkiksi teatterihotelli paketti on varmempi varata puhelimitse, jotta saa samalla tarvittavat lisätiedot. Hotelli on yleisimmin S-ryhmän hotelli, koska he ovat asiakasomistajia ja Sokos Hotellit sijaitsevat heidän mielestään kätevästi yleensä keskeisellä paikalla kaupungissa, joten liikkuminen on helppoa.

Heidän mielestään pienet asiat, kuten hotellin ympäristöystävällisyydestä mainitseminen esittelyssä, voi vaikuttaa positiivisesti mielikuvaan hotellista. Mutta tällaiset asiat eivät kuitenkaan välttämättä vaikuta lopulliseen päätökseen siitä missä majoitutaan. Toisaalta negatiivisesti hotellivalintaan voi vaikuttaa esimerkiksi se, että hotellista on ollut uutisissa juttuja esimerkiksi siellä tapahtuneista väärinkäytöksistä tai muista epäselvyyksistä. Tällöin Suvi ja Matti eivät yleensä harkitse kyseistä hotellia majoitusvaihtoehdoksi.

Useimmiten he eivät kaipaa erityispalveluita hotellilomaansa varten. Joskus Matti saattaa varausvaiheessa varmistaa, ettei huone ole yökerhon läheisyydessä tai vilkkaan kadun puolella, koska he haluavat aina hotellilomaltaan rauhallisuutta ja kunnon yöunet. Lomalle he lähtevät useimmiten omalla autolla, mutta se ei kuitenkaan välttämättä vaikuta suuremmin hotellinvalintaan. Yleensä he tarkastavat etukäteen Internetistä, löytyykö hotellin läheltä helposti saavutettavissa oleva parkkitalo.

Hotellille he pyrkivät lomalla saapumaan heti kun huoneeseen vaan pääsee, eli kello kahden maissa. Heidän mielestään saapumistilanteessa on tärkeää, että varaus on kunnossa ja kerrotaan yleiset tiedot hotellin palveluista. Vaikka he käyttävät esimerkiksi saunaa tai kuntosalia harvemmin, jos ollenkaan, lomillansa on heidän mielestä kuitenkin tärkeää että näistä asioista kerrotaan. Tällöin tulee tunne että hotelli pitää asiakkaistaan huolta ja tarjoaa erilaisia vaihtoehtoja.

Suvin ja Matin mielestä hotelli voi toimia hyvinkin latistavana kokemuksena koko lomaan nähden. Jos huoneessa on jotain vikaa ja asiasta joutuu menemään mainitsemaan, niin se latistaa heti tunnelmaa. Hotelliin saapuessa kuitenkin aina olettaa,

että huoneessa on kaikki kunnossa ja valmiina, jotta voi keskittyä heti lomailuun ja rentoutumiseen.

Hotellilomilla ollessa he käyttävät toisinaan hotellin ravintolapalveluita. Sen sijaan lisäpalveluita he eivät juuri koskaan käytä, kuten vaikka minibaaria. Heidän mielestään hotelli ei juuri kaipaa mitään palveluita lisää. Koska useimmat hotellit joissa he majoittuvat sijaitsevat kaupungin keskustoissa on huoneesta helppo kipaista kaupungilla asioilla jos jotain erityistä tarvitsee. Yleensä ennen matkalle lähtöä he tarkistavat netistä kaupungin mahdollisuuksia ja tapahtumia. Mutta toisaalta heidän mielestään olisi ihan mukava lisä jos saavuttaessa vastaanotossa mainittaisiin esimerkiksi meneillään olevasta kaupunkifestivaalista tai muusta tapahtumasta. Lisäksi heidän mielestään on hyvä, jos vastaanotosta löytyy kaupungin keskustan kartta, jonka saa ottaa mukaansa.

Matti on joskus törmännyt Tanskassa töykeään asiakaspalveluun vastaanotossa ja ärsyttävänä seikkana hotellin palveluissa on myös tuoreena mielessä tämänkertainen lippu sekaannus. Suvi ja Matti nukkuvat yleensä hyvin hotellissa ja plussaa Matin mielestä on jos huoneesta löytyy teenkeittomahdollisuus. Matkan he eivät juuri vietä aikaa hotellihuoneessa, mutta päivän aikana siellä voi tulla käytyä useamminkin keran esimerkiksi ostoksia tuomassa tai vaatteita vaihtamassa.

Hotellista he lähtevät useimmiten melko lähellä luovuttamisajankohtaa. Joskus he ovat pyytäneet myöhäisempää huoneenluovutusta, mutta useimmiten sille ei ole ollut tarvetta. Heidän mielestään hotellilla on iso rooli loman onnistumisessa ja siinä millainen kokonaiskuva lomasta jää mieleen. He antavat harvemmin palautetta hotellille, useimmiten heti kasvokkain positiivista palautetta jos siihen on aihetta. Heidän mielestään mahdolliset hotellilta tulevat yhteydenotot ja kiitossähköpostit voisivat olla ihan kivoja, mutta toisaalta niihin ei välttämättä kiinnittäisi kovinkaan paljoa huomiota. Matkan jälkeen he toisinaan kertovat kokemuksistaan sukulaisille, tuttaville ja ystäville.

Liite 11: Teemahaastattelurunko

Tavataan sovituspaikassa ja viedään haastateltava varattuun tilaan. Kerrotaan haastateltavalle lyhyt pohjustus haastatteluun.

Kiitos kun pääsitte osallistumaan tähän haastatteluun. Olen Jyväskylän Ammattikorkeakoulun opiskelija Katri Tiainen/Sini Saukko. Olemme kiinnostuneita vapaa-ajan matkustamisesta ja haluaisimme kuulla teidän kokemuksianne vapaa-ajan matkustamisesta, erityisesti majoituksen näkökulmasta. Asiakastutkimuksen tuloksia käytetään apuna hotellipalveluiden kehittämisessä.

Haastattelu kestää noin tunnin ja on luonteeltaan hyvin vapaamuotoinen, joten haluaisimme nauhoittaa haastattelun, jotta voimme palata haastatteluun ja saamme siitä kaiken tarvitsemamme tiedon. Haastattelutulokset käsitellään luottamuksellisesti ja anonyymisti. Sopiihan tämä järjestely teille? Onko jotakin, mitä haluaisit kysyä? Keskustellaan vapaasti aluksi.

Valmistellaan haastattelu, käynnistetään nauhuri ym. Haastattelun aikana käytetään tätä haastattelurunkoa, sarjakuvaa ja nauhuria apuna. Ydinasioita voidaan myös kirjata ylös.

1. Sarjakuva

Annetaan haastateltavalle sarjakuva, jossa on kuvattu hotelliprosessi. Avataan sarjakuvaa haastateltavalle hieman selittämällä ja annetaan sen jälkeen hänelle aikaa tutustua sarjakuvaan hetken ajan.

Sarjakuvaa käytetään apuna haastattelun kulussa ja sen tarkoitus on auttaa haastateltavaa assosioimaan hotellikokemuksiaan paremmin. Prosessinhallinta on myös helpompaa sarjakuva-avulla, koska kuvia katsomalla kaikki majoittumiseen liittyvät vaiheet ovat hyvin esillä, eikä mikään vaihe unohdu vahingossa. Jutustelun on tarkoitus jatkaa luontevasti tästä eteenpäinkin ja haastattelija kysyy tarvittaessa tukikysymyksiä, joilla saadaan johdateltua keskustelua haluttuun aiheeseen ja tuloksiin.

Haastateltavan annetaan kertoa hyvin vapaasti omia kokemuksiaan ja haastateltava

pyrkii poimimaan kertomuksesta olennaisia kohtia ja tarttumaan kriittisiin pisteisiin, jotka ovat tulosten kannalta tärkeitä. Tarkoituksena on keskittyä vapaa-ajan matkustukseen.

Tähän alkuun muutamia yleisiä kysymyksiä teidän matkustustottumuksistanne:

- Kenen kanssa yleensä matkustat?
- Kuinka usein käyt vapaa-ajan matkalla?
- Kuinka usein matkustat kotimaassa ja ulkomailla?
- Tekisikö mieli lähteä vapaa-ajan matkalle useammin?

2. Hyvä vapaa-ajan matkan hotellikokemus:

Tavoitteena on selvittää, millaisia kokemuksia haastateltavalla on ollut hotelleista

- Kuvaile millainen on ollut sinulle erinomainen vapaa-ajan hotellikokemus joko Suomessa tai ulkomailla?

Kertomuksen myötä tarkennetaan tarinaa ”miksi”- kysymyksillä?

Johdatellaan puhumaan enemmän kotimaan matkustuksesta.

3. Huono vapaa-ajan matkan hotellikokemus:

- Kuvaile millainen on ollut sinulle erityisen huono vapaa-ajan hotellikokemus joko Suomessa tai ulkomailla?

Tarkennetaan myös ”miksi”- kysymyksillä.

Johdatellaan puhumaan enemmän kotimaan matkustuksesta.

”Sitten käymme läpi koko matkan prosessia tämän sarjakuvan avulla” TMS...

4. Lomalle lähdön suunnittelu:

Kuvat 1 ja 2. ”Ville saa idean matkasta” ja ”Ville suunnittelee matkaa”. Kuvat toimivat pohjustuksena prosessiin, joka käynnistyy päätöksestä lähteä lomalle.

Tavoitteena on saada tietoa haastateltavan matkan suunnittelusta aina idean saamisesta lomakohteen valintaan

- Pääkysymys: Mistä idea matkaan lähtee ja miten sen suunnittelu etenee?

Tukikysymyksiä:

- Miten suunnittelet matkaa? Mitä asioita otat ensimmäisenä huomioon ja mitkä asiat ovat jo tässä vaiheessa erityisen tärkeitä asioita sinulle? Miksi?
- Kerro mistä idea matkaan lähtee?
- Miten kohde valikoituu? Onko joku tietty tapahtuma tms.
- Kerro kuinka paljon suunnittelet lomasi ohjelmaa etukäteen? vai teetkö päätökset paikan päällä esim. sen mukaan mitä tapahtumia, konsertteja yms. paikkakunnalla on?

Kuva 3. "Ville varaa hotellihuoneen"

Tavoitteena on saada tietoa haastateltavan kokemuksista ja toimintatavoista varauspäätöksen teossa ja varaustapahtumasta sekä selvittää syitä näihin kokemuksiin ja toimintatapoihin.

- Pääkysymys: Kerro hotellin varaamisestasi, miten sinun hotellin varaus tapahtuu?

Tukikysymykset:

- Oletko tyytyväinen toimintatapaan, onko helppoa ja sujuvaa? Miksi?
- Kerro millä perusteella varaat hotellin vapaa-ajan matkaa varten? Miksi? Varaatko aina hotellin samalla perusteella?
- Mitkä asiat hotellissa ovat itsellesi tärkeitä? Miksi?
- Tuleeko mieleesi jotakin, mitä haluaisit jo varausvaiheessa valita huoneeseen/hotellissa asumiseen?

Kuva 4. "Ville Ostaa matkaliput"

Tavoitteena on saada tietoa haastateltavan lomakohteeseen matkustusvaiheesta.

- Pääkysymys: Miten matkustat kohteeseen?

Tukikysymykset:

- Onko kulkuväline aina sama? Miksi?
- Vaikuttaako kulkuväline hotellin valintaan? Miksi?
- Onko saapuminen kohteeseen yleensä vaivatonta?

Kuva 5. "Ville saapuu hotelliin"

Tavoitteena on saada tietoa haastateltavan hotelliin saapumisvaiheesta.

- Pääkysymys: Kerro hotelliin saapumisestasi. Millaisia kokemuksia sinulla on ollut?

Tukikysymykset:

- Milloin yleensä saavut hotelliin? Miksi?
- Kerro sinulle tärkeistä asioista liittyen saapumistilanteeseen? Miksi mainitsemasi asiat ovat tärkeitä?
- Tuleeko mieleesi jotain mitä muuttaisit tai poistaisit hotelliin saapumistilanteeseen liittyen? Miksi?

Kuva 6. "Ville herää, syö ja..."

Kuva 8. "Ville nauttii lomastansa ja nukkuu hotellissa"

Tavoitteena on selvittää haastateltavan kokemuksia ja tapoja viettää aikaa hotellissa.

- Pääkysymys: Kerro hotellissa olostasi omin sanoin. Miten vietät aikaa hotellissa kun olet vapaa-ajan matkalla? Miksi?

Tukikysymykset:

- Mitkä asiat ovat sinulle tärkeitä majoittuessasi? Miksi?
- Miten hotelli voi toimia nostattavana/latistavana elementtinä vapaa-ajan matkallesi?
- Mitä hotellin palveluja käytät? Miksi?
- Millaisia palveluita kaipaisit lisää hotelliin? Miksi?
- Oletko käyttänyt lisäpalvelu/räätälöinti mahdollisuuksia? Haluaisitko tai koetko sellaisen tärkeänä itsellesi? (tyynyvalikoima, lämpötila, minibaarin sisältö? Jotakin muuta?)

- Onko hotellissa mielestäsi tarpeeksi tietoa paikkakunnan tapahtumista? Käytätkö tietoja?
- Onko jotakin, mikä on ärsyttänyt hotellin puitteissa tai palveluissa? Miksi ärsyttää?
- Nukutko yleensä hyvin hotellissa? Miksi? Vastauksesta riippuen: Miten parantaisit unen laatuasi?
- Tuleeko mieleesi jotakin muuta hotellihuoneesta? Mikä on sinulle ehdottoman tärkeää hotellin huoneessa? Miksi? Tuleeko mieleesi jotakin mikä ärsyttää sinua hotellihuoneessa? Miksi ärsyttää?

Kuva 7. ”...lähtee tapahtumaan ”

*Tapahtuma yleisesti johdattelevana sanana sille mitä henkilö tekee kohteessa; tapahtumat, konsertit, shoppailu, nähtävyydet

Tavoitteena on selvittää, mitä haastateltava tekee loman aikana ja miten paljon hotelli vaikuttaa hänen päiväänsä

- Pääkysymys: Kerro lomapäiväsi kulusta.

Tukikysymykset:

- Onko sinulla tarvetta käydä hotellihuoneessa päivän aikana? Miksi?

Kuva 9. ”Ville lähtee paluumatkalle”

Tavoitteena on selvittää haastateltavan kokemuksia lähtötilanteesta.

- Pääkysymys: Kerro hotellista lähtemisestä.

Tukikysymykset:

- Milloin kotiin lähtösi yleensä tapahtuu?
- Mitä yleensä teet lähtöpäivänä? Miksi? Tekisitkö jotenkin toisin, jos olisi mahdollista? Miksi?
- Miten koet hotellin uloskirjautumistilanteen? Olisiko jotain parannettavaa? Mitä? Onko ajankohta hyvä? Miksi? Tuleeko uloskirjautumisajasta (klo 12.00) sinulle jotakin ongelmia? Vastauksesta riippuen: Mitä? Mikä olisi hyvä aika? Miksi?

Kuva 10. ”Ville muistelee lomaansa”

Tavoitteena on selvittää, miten haastateltava kokee lomansa ja hotellissa yöpymisen jälkeenpäin.

- Pääkysymys: Minkälainen rooli hotellilla on loman onnistumisessa? Pohditko jälkikäteen hotellivalinnan onnistumista? Kuinka herkästi annat palautetta hotellille?

Tukikysymykset:

- Haluaisitko hotellilta jälkeenpäin esim. kiitos sähköpostin tms.? Entä jatkossa tietoa tarjouksista ja esim. pakettikokonaisuuksista; yöpyminen+ tapahtuma?
- Kerrotko usein kokemuksistasi muille, hyvistä/huonoista? Suositteletko helposti hotellia eteenpäin?

Lopuksi:

Lopuksi kysytään, että tuleeko vielä jotain hotellikokemuksia mieleen tai jotain muuta mitä haastateltava haluaisi sanoa.

Kysytään/ täytetään perustiedot haastateltavasta:

- Sukupuoli
- Ikä
- Ammatti
- Asuinpaikkakunta

Kiitetään haastateltavaa kohteliaasti osallistumisesta, annetaan majoituslahjakortti ja toivotetaan mukavaa loman jatkoa! Saatetaan haastateltava ulos.

Liite 12: Kuvasarja

VAPAA-AJAN MATKA

