



## **Hotellin itsepalvelukirjautumisen kehittäminen asiakaskokemuksen parantamiseksi**

Elvira Haapalainen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Restonomi

Opinnäytetyö

2025

## Tiivistelmä

<b>Tekijä(t)</b> Elvira Haapalainen
<b>Tutkinto</b> Restonomi
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Hotellin itsepalvelukirjautumisen kehittäminen asiakaskokemuksen parantamiseksi
<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 35+7
<p>Opinnäytetyössä selvitettiin Clarion Hotel Helsingin itsepalvelukirjautumispisteiden toimivuutta asiakkaiden ja henkilökunnan näkökulmasta. Työn tavoitteena oli tunnistaa järjestelmän toimintaan liittyviä haasteita sekä esittää kehittämissuhteita asiakaskokemuksen ja palveluprosessin parantamiseksi. Tutkimuksen ensisijaisena kohteena olivat Clarion Hotel Helsingin itsepalvelukirjautumispisteet, mutta asiakasvastauksia kerättiin kuitenkin myös laajemmin muista lähteistä täydentämään aineistoa, koska hotelli-kohtaisia vastauksia saatiin rajoitetusti.</p> <p>Tietoperustassa käsiteltiin itsepalveluteknologian vaikutuksia asiakaskokemukseen, henkilöstön rooliin ja vastuullisuuteen hotellialalla. Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena keuhällä 2025. Aineistonkeruun menetelminä käytettiin havainnointia, asiakaskyselyä ja puolistrukturoituja haastatteluja hotellin vastaanottotyöntekijöille. Havainnot tehtiin työvuorojen aikana hotellin vastaanotossa. Kyselyt kerättiin QR-koodilla ja sosiaalisen median kanavissa, ja haastattelut toteutettiin hotellin tiloissa työpäivien yhteydessä.</p> <p>Tuloksissa havaittiin, että itsepalvelupisteet toimivat sujuvasti suorien varausten yhteydessä, mutta kolmannen osapuolen varauksissa ilmeni ongelmia, erityisesti varaus- ja maksutietojen sekä huoneenvalinnan osalta. Kehittämistarpeina korostuivat järjestelmän selkeyttäminen, ohjeistuksen parantaminen ja tekninen yhteensopivuus eri varauskanavien kanssa.</p> <p>Opinnäytetyö tarjosi Clarion Hotel Helsingille konkreettisia kehittämissuhteita, joiden avulla voidaan parantaa itsepalvelutiskien toimivuutta, lisätä asiakastytytyväsyyttä ja tukea henkilökunnan työskentelyä.</p>
<b>Asiasanat</b> itsepalveluteknologia, asiakaskokemus, majoitusliiketoiminta, asiakaspolku, matkailu

# Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Tutkimuksen merkitys .....	1
1.2	Tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset .....	2
1.3	aiheen rajausta sekä työn rakenne .....	2
1.4	Vastuullisuuden näkökulma .....	3
2	Itsepalveluteknologiat: Mitä ne ovat ja miten ne toimivat hotellialalla .....	4
2.1	Haasteet ja rajoitukset automaattisessa sisäänkirjautumisessa .....	5
2.2	Henkilöstön roolin muutos itsepalveluteknologioiden myötä .....	6
2.3	Itsepalveluteknologioiden hyödyntämisen laajeneminen .....	6
2.4	Liiketoiminnalliset vaikutukset ja kustannustehokkuus .....	7
2.5	Tietoturva ja asiakastietojen suojaaminen itsepalveluteknologioissa .....	8
2.6	Tulevaisuuden näkymät .....	9
3	Asiakaskokemus ja asiakaspolku .....	11
3.1	Asiakaskokemuksen merkitys hotellialalla .....	12
3.2	Itsepalveluratkaisut asiakaskokemuksen näkökulmasta .....	13
3.3	Asiakaskokemuksen mittaaminen ja kehittäminen .....	14
4	Tutkimus .....	16
4.1	Tutkimuksen toteuttaminen .....	16
4.2	Aineiston kerääminen .....	19
5	Tulokset .....	21
5.1	Haastattelut .....	21
5.2	Clarion Hotel Helsingin asiakaskyselylomake .....	23
5.3	Laajemman kyselyn avoimien vastausten analyysi .....	25
5.4	Hotelissa tehdyt havainnot .....	27
6	Tutkimustulosten perusteella tehdyt johtopäätökset ja kehitysideat .....	29
	Lähteet .....	33
	Liitteet .....	38
	Liite. 1 Clarion Hotel Helsingin asiakaskysely suomeksi .....	38
	Liite 2. Clarion Hotel Helsingin asiakaskysely englanniksi .....	40
	Liite 3. Yleinen kyselylomake .....	42
	Liite 4. Haastattelu .....	44

# 1 Johdanto

Tässä opinnäytetyössä keskitytään Clarion Hotel Helsingin itsepalvelukirjautumispisteisiin ja niiden kehittämiseen. Aihe syntyi kiinnostuksesta hotellialan asiakaspalvelun kehittämiseen ja itsepalveluteknologioiden lisääntyvään käyttöön.

Nykyajan nopeatempoisessa elämäntyyliässä ja erityisesti pandemian jälkeisessä ajassa itsepalvelukioskit tarjoavat hotelleille merkittävän kilpailuedun. Vaikka jotkut kokevat automaation etäännyttävän palvelukokemusta, monet matkailijat arvostavat joustavuutta ja mahdollisuutta hoitaa kirjautumisen itsenäisesti. Tämä voi myös vapauttaa henkilökuntaa keskittymään yksilölliseen asiakaspalveluun. (Lacalle, 2021)

Itsepalvelutiskit voivat vähentää yrityksen henkilöstökuluja ja samalla kasvattaa hotellien myyntiä. Ne mahdollistavat laajemman tuote- ja palveluvalikoiman tarjoamisen asiakkaille sekä voivat parantaa asiakasuskollisuutta yksilöllisten suositusten avulla. (Sires, 2024)

Tämä opinnäytetyö liittyy osaksi laajempaa keskustelua asiakaslähtöisistä palveluista ja teknologian roolista hotellialalla ja matkailussa. Asiakkaiden suhtautuminen itsepalvelukioskeihin voi vaihdella eri asiakasryhmien välillä. Vaikka itsepalveluteknologiat tarjoavat monia etuja, kuten nopeuden, helppokäyttöisyyden ja kustannustehokkuuden, ne voivat myös huonontaa asiakasuskollisuutta. Itsepalvelukioskien käyttöönotto tuo merkittävän muutoksen perinteiseen palvelumalliin, mikä saattaa luoda haasteita asiakkaalle asiakkaiden tottumukset, sillä heidän on opittava käyttämään uutta teknologiaa. (Wu, Xiang, Wang & Huo, 2024, 2)

## 1.1 Tutkimuksen merkitys

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on Clarion Hotel Helsinki, joka kuuluu pohjoismaiseen Strawberry-hotelliketjuun. Clarion Hotel Helsinki sijaitsee Jätkäsaarella, eli lähellä Helsingin keskustaa. Sen tavoitteena on tarjota asiakkailleen miellyttävä ja sujuva vierailukokemus. (Strawberry, s.a.)

Tässä tutkimuksessa keskitytään erityisesti hotellin itsepalvelukirjautumispisteisiin, joiden avulla asiakkaiden sisäänkirjautumista pyritään nopeuttamaan ja jonotusta vähentämään. Näin henkilökunta voi vapauttaa aikaansa haastavampiin asiakaspalvelutehtäviin, mikä hyödyttää niin asiakkaita kuin työntekijöitäkin. (Lacalle, 2021). Tarkastelemalla itsepalvelupisteiden nykyistä toimivuutta ja käytettävyyttä, voidaan tunnistaa kehityskohteita, jotka parantavat asiakaskokemusta ja tukevat henkilöstön työskentelyä. Tutkimuksen tulokset on tarkoitus ottaa käyttöön Clarion Hotel Helsingissä, ja ne voivat auttaa kehittämään hotellin asiakaskokemusta ja palveluprosessia.

Kehitysehdotusten avulla Clarion Hotel Helsinki pystyy tarjoamaan asiakkailleen sujuvamman ja nopeamman sisäänkirjautumisen, mikä vähentää jonotusta erityisesti kiireisinä aikoina ja saattaa lisätä asiakastytyvyyttä. Tällä tavoin hotellin palveluprosessi tehostuu, ja henkilökunta voi keskittyä vaativampiin asiakaspalvelutilanteisiin, tämä parantaa niin työntekijöiden työtyytyvyyttä kuin asiakkaiden kokemusta. (Lacalle, 14.2.2021)

Asiakaskyselyiden avulla saadaan tietoa siitä, minkälaisina asiakkaat kokevat itsepalvelutiski ja millaisia haasteita he mahdollisesti kohtaavat. Henkilökunnan haastatteluilla taas saadaan tietoa henkilöstön näkökulmasta, sillä he kohtaavat pisteiden käyttöön liittyvät ongelmat päivittäin ja voivat kertoa asiakkaiden kokemuksista omasta näkökulmastaan. Näiden tietojen pohjalta voidaan ehdottaa parannuksia, jotka tukevat niin asiakkaiden kuin henkilökunnankin tarpeita.

## **1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset**

Opinnäytetyössä käsitellään Clarion Hotel Helsingin itsepalvelukirjautumisten toimivuutta ja sitä, miten niiden käytettävyyttä voisi parantaa asiakaskokemuksen ja henkilökunnan työskentelyn näkökulmasta.

Tutkimuskysymys on; Miten Clarion Hotel Helsingin itsepalvelukirjautumispisteet toimivat asiakkaille ja miten niitä voidaan parantaa? Tutkimusongelman ratkaisemiseksi on vastattava seuraaviin alakysymyksiin:

- Miten asiakkaat kokevat itsepalvelukirjautumispisteet ja mitä haasteita he kohtaavat niiden käytössä?
- Millaisia parannuksia asiakkaat toivovat itsepalvelukirjautumispisteisiin?
- Miten hotellin henkilökunta arvioi itsepalvelupisteiden toimivuutta ja miten he ehdottavat niiden kehittämistä?
- Miten itsepalvelukirjautumispisteiden parantaminen voi helpottaa hotellin henkilökunnan työskentelyä ja parantaa asiakaspalvelua?
- Miten itsepalvelukirjautumispisteet voivat tukea hotellin asiakaslähtöistä palvelustrategiaa?

## **1.3 aiheen rajaus sekä työn rakenne**

Tutkimus tarkastelee Clarion Hotel Helsingin itsepalvelukirjautumispisteiden toimivuuteen ja niiden parantamiseen. Työssä keskitytään erityisesti asiakkaiden kokemuksiin ja henkilökunnan näkemyksiin ja se ei tarkastele muiden hotelliketjujen itsepalvelukirjautumista tai muita laajempia teknologian kehittämisalueita. Tavoitteena on keskittyä vain itsepalvelupisteiden nykytilaan ja niiden parantamiseen, ei digitaalisten palveluiden kokonaisuudistukseen.

## 1.4 Vastuullisuuden näkökulma

Vastuullisuus merkitsee sitä, että yritykset ja organisaatiot toimivat kestäväällä ja eettisellä tavalla ottaen huomioon niin taloudelliset, ympäristölliset kuin sosiaalisetkin näkökulmat. Käytännössä tämä tarkoittaa esimerkiksi luonnonvarojen huolellista käyttöä, oikeudenmukaisia liiketoimintapäätöksiä sekä henkilöstön hyvinvoinnista huolehtimista. (Ekroos, s.a.)

Hotellialalla vastuullisuus näkyy muun muassa energiatehokkuuden parantamisena, ruokahävikin vähentämisenä sekä henkilöstön työhyvinvoinnin tukemisena. Lisäksi vastuullisuus ilmenee ympäristöystävällisten toimintatapojen edistämisenä, kuten kierrätyksen tehostamisena ja kestävien hankintojen suosimisena. Asiakkaiden kannalta vastuullisuus voi tarkoittaa esimerkiksi ekologisia majoitusvaihtoehtoja ja läpinäkyvää viestintää hotellin kestävä kehityksen toimenpiteistä. (Strawberry, s.a.)

Itsepalveluteknologiat voivat tukea vastuullisuutta monella tavalla. Ne voivat vähentää paperinkulutusta ja lisätä energiatehokkuutta, mutta vastuullisuus ei rajoitu pelkästään ympäristövaikutuksiin. Sosiaalinen vastuullisuus on yhtä tärkeää, ja siihen kuuluu muun muassa työntekijöiden hyvinvoinnin tukeminen. Itsepalveluteknologiat voivat vähentää työntekijöiden rutiinitehtäviä, jolloin he voivat keskittyä asiakaslähtöisempiin ja mielekkäämpiin työtehtäviin. Tämä voisi parantaa työtyytyväisyyttä ja työssä jaksamista.

Vastuullisuus voi näkyä myös asiakaskokemuksessa. Teknologian avulla voitaisiin varmistaa sujuva ja saavutettava palvelu, joka huomioi erilaiset asiakasryhmät. Toisaalta on hyvä varmistaa, ettei itsepalveluratkaisujen käyttö sulje pois niitä asiakkaita, jotka tarvitsevat henkilökohtaista palvelua. Siksi vastuullinen itsepalveluteknologian hyödyntäminen edellyttää tasapainoa automaation ja ihmisläheisen asiakaspalvelun välillä.

## 2 Itsepalveluteknologiat: Mitä ne ovat ja miten ne toimivat hotellialalla

Itsepalveluteknologia viittaa välineisiin, jonka avulla asiakkaat voivat hoitaa palveluita itsenäisesti ilman henkilökunnan apua. (Gupta & Sharma, 2021, 238) Itsepalveluteknologiaa voidaan hyödyntää monilla aloilla, mutta hotellialalla niiden rooli on erityisen tärkeä asiakaskokemuksen parantamisessa ja operatiivisten prosessien tehostamisessa. (Michalis, 2023)

Jo ennen pandemiaa itsepalvelu ja kontaktittomat sisäänkirjautumismenetelmät olivat saaneet paljon huomiota ja olleet suosittuja usein matkustavien keskuudessa. Koronapandemian jälkeen matkustaminen ja sosiaalisen etäisyyden säilyttäminen on saanut entistä enemmän huomiota. Kontaktittomat sisäänkirjautumispalvelut ovatkin tulleet tarpeelliseksi kaikille matkailijoille, sillä ne tarjoavat turvallisen vaihtoehdon. (Ariane, 2021) Tämän teknologian etuna on se, että se parantaa vieraiden kokemuksia ja keventää henkilöstön työtaakkaa. Tämä on erityisen tärkeää hotellialalla, jossa henkilöstövaihtuvuus on yleinen. Digitaalinen muutos voi siis paitsi parantaa asiakaspalvelua myös tukea henkilöstön hyvinvointia. (Michalis, 2023)

Itsepalvelutiskit ovat nopeita ja helposti käytettäviä vieraille. Ne mahdollistavat huoneen valitsemisen ja erityistoiveiden esittämisen, kuten esimerkiksi lisätyynyjä tai aikaisen sisäänkirjautumisen. Näiden etujen myötä sisäänkirjautumiskokemus voi vaihdella eri hotelleissa. (Michalis 20.12.2023)

Itsepalvelu check-in on saavuttanut suuren suosion, erityisesti liikematkailijoiden keskuudessa. Heidän ei tarvitse enää odottaa vastaanotossa tai kysellä hotellin käytännöistä ja palveluista joka kerta sisäänkirjautuessaan, koska he voivat hoitaa sen itse. Tämä säästää aikaa ja tekee majoittumisesta sujuvampaa, erityisesti toistuvilla matkoilla saman hotellibrändin kanssa. (Moskaleva, 2018)

Vieraat voivat aloittaa sisäänkirjautumisen syöttämällä luottokorttitiedot, skannaamalla varauskoodin tai syöttämällä tiedot manuaalisesti. Kioskit voivat pyytää asiakkailta henkilöllisyystodistuksia, kuten passin tai muun virallisen asiakirjan. Jos sisäänkirjautumiseen sisältyy maksu tai lisäkuluja, kuten huoneen päivityksistä tai muista palveluista, asiakkaat voivat suorittaa maksutapahtuman luottokortilla. Kioski myöntää korttiavaimen tai digitaalisen avaimen, joka on saatavilla myös mobiilisovelluksen kautta ja antaa pääsyn huoneeseen. Lisäksi kioskit tarjoavat tietoa hotellin palveluista sekä ympäröivistä nähtävyyksistä ja ruokailuvaihtoehdoista. (Michalis, 2023)

Itsepalvelu mahdollistaa samalla vieraiden tietojen keräämisen ja hyödyntämisen, mikä parantaa palvelua ja tekee kokemuksesta henkilökohtaisemman. Hotellit voivat käyttää kerättyjä tietoja

kehittääkseen asiakaspalvelua ja vastatakseen entistä nopeammin asiakkaidensa tarpeisiin. (Schaap, 2018)

## **2.1 Haasteet ja rajoitukset automaattisessa sisäänkirjautumisessa**

Automaattiset sisäänkirjautumispisteet ovat yhä yleisempi näky hotelleissa, sillä asiakkaat arvostavat nopeutta, joustavuutta ja helppoutta. Näiden teknologioiden tarkoitus on helpottaa sisään- ja uloskirjautumisprosessia ja poistaa jonot ja antaa henkilökunnalle enemmän aikaa keskittyä asiakkaiden palveluun. Järjestelmän on oltava helppokäyttöinen, luotettava ja yhteensopiva hotellin muiden palveluiden, kuten maksujen ja huoneavainten kanssa. (Triksoulas, 2023)

Erytyisesti nuoremmat matkailijat, kuten millenniaali-sukupolvi, arvostavat itsenäisyyttä ja ”tee-se-itse” -asennetta. He uskovat pystyvänsä hoitamaan asiat itsenäisesti, ja siksi he eivät epäröi käyttää tiskejä sisäänkirjautumiseen. Uudet sukupolvet ovat tottuneet teknologisiin muutoksiin ja ottavat ne helposti käyttöön. (Moskaleva, 2018)

Itsepalvelutiskit eivät aina toimi ongelmitta, ja niissäkin esiintyy välillä haasteita.

Sisäänkirjautumisruuhkassa vieraat ohjataan usein itsepalvelutiskeille, mutta jonotusongelma ei kuitenkaan siitä vähene. Pitkän matkustuspäivän jälkeen monet vieraat voivat tuntea itsensä väsyneiksi, silloin asiakas vain haluaa nopeasti huoneenavaimen, ilman ylimääräistä vaivaa. Itsepalvelutiskit voivat olla haastavia käyttää, erityisesti sille matkailijasegmentille, joka ei ole tottunut uusiin teknologioihin. Usein vieraat tarvitsevat henkilökunnan apua ongelmien ratkaisemiseen tai opastukseen, mikä lisää vieraiden kokemaa vaivannäköä ilman, että he saavat siitä lisäarvoa. (Operto, 8.12.2022)

Auloissa on usein vain rajallinen määrä kioskeja, mikä voi johtaa jonotukseen, vaikka itsepalvelu on tarjolla. Nykyajan matkailijat ovat tottuneet vaivattomuuteen ja henkilökohtaiseen palveluun, odottavat sujuvaa ja nopeaa kokemusta. (Operto, 8.12.2022)

Vaikka itsepalvelukioskit vähentävät henkilökunnan roolia tietyissä tehtävissä, ne eivät kuitenkaan poista sitä kokonaan. Itsepalvelukioskeilla voi silti olla tarvetta henkilökunnan apuun laitteiden käytössä ja teknisten ongelmien ratkaisemisessa, mikä lisää henkilökunnalle työn kuormitusta. (Operto, 8.12.2025)

## 2.2 Henkilöstön roolin muutos itsepalveluteknologioiden myötä

Itsepalveluteknologioiden käyttöönotto on tuonut merkittäviä muutoksia hotellialan työntekijöiden rooleihin. Vaikka teknologiat tarjoavat etuja, ne vaativat myös muutoksia henkilöstön tapaan kohdata asiakkaita ja hoitaa päivittäisiä tehtäviä. (Mexson, 2024)

Teknologia ei ole pelkästään työkalu hotellien operatiivisten prosessien tehostamiseen, vaan se parantaa myös vieraiden kokemusta. Monien vieraiden kirjaututtua sisään verkossa ennen saapumistaan, itsepalvelukioskit nopeuttavat sisäänkirjautumista entisestään. Tämä vapauttaa henkilökunnan aikaa rutiinitehtävistä, kuten papereiden käsittelystä, ja mahdollistaa heille keskittymisen enemmän henkilökohtaiseen asiakaspalveluun. (Ganapathy, 2021)

Teknologian kehittyminen tuo muutoksia työntekijöiden rooleihin. Hotellialan ammattilaisilta vaaditaan perinteisten asiakaspalvelutaitojen ohella myös osaamista digitaalisista järjestelmistä ja kykyä ratkaista teknisiä ongelmia. Tämä edellyttää sitä, että yritykset lisäävät koulutuksia, jotta henkilökunta osaa käyttää uusia järjestelmiä tehokkaasti ja tarjota asiakkaille parasta palvelua. (Mexson, 2024)

## 2.3 Itsepalveluteknologioiden hyödyntämisen laajeneminen

Teknologisia ratkaisuja voidaan hyödyntää laajemmin kuin pelkästään sisään- ja uloskirjautumisessa, ne voivat tukea myös muita prosesseja vierailun aikana. Esimerkiksi itsepalvelutiskeillä voi hoitaa erityistoiveita, kuten huoneluokan korotuksia tai lisäpalveluiden, kuten aamupalan, spa-pakettien ja paikallisten retkien varaamista. Tämä antaisi asiakkaille enemmän vapautta hallita omaa vierailuaan joustavasti. (Chalenko, 2024)

Itsepalvelukioskit, jotka alun perin kehitettiin lentoyhtiöiden käyttöön lähtöselvityksen nopeuttamiseksi, ovat nykyään yleistyneet myös hotelleissa, joissa niitä käytetään sisäänkirjautumisen nopeuttamiseen. (Wu, Xiang, Wang & Huo 2024, 1) Esimerkkinä voidaan mainita Marriott-hotellit, jotka pandemian alkaessa ottivat onnistuneesti käyttöön erilaisia itsepalveluteknologioita. Marriott otti käyttöön uusia teknologisia ratkaisuja parantaakseen vieraskokemusta ja vastataakseen muuttuneisiin matkustustarpeisiin pandemian jälkeen. Yhtiö testasi kontaktittomia sisäänkirjautumiskioskeja ja esitteli uusia itsepalvelumarkkinakonsepteja valituissa hotelleissa. Kioskit nopeuttavat sisäänkirjautumista ja tarjoavat mahdollisuuden kontaktittomaan uloskirjautumiseen. (Marriott International, 2021)

Citybox Helsinki on norjalaisen Citybox-ketjun ensimmäinen hotelli Suomessa. Se avattiin Helsingin Hakaniemeen vuonna 2024 yhteistyössä Ylvan kanssa. Hotelli sijaitsee Lyyran uudisrakennuksessa, joka on yksi Suomen vastuullisempia ja kestävimpiä rakennuksia. Ylva on

Helsingin yliopiston ylioppilaskunnan omistama yritys, joka keskittyy kiinteistö- ja ravintola-alan liiketoimintaan sekä edistää vastuullista ja kestävästä kaupunkikehitystä. (Ylva, s.a.)

Citybox-hotellit tunnetaan itsepalvelukonseptistaan, jossa sisään- ja uloskirjautuminen hoidetaan automaattisesti ilman perinteistä vastaanottoa. Cityboxin itsepalvelukonsepti tarjoaa joustavan ja tehokkaan tavan majoittua ilman tarpeetonta odottelua. (Citybox hotels, s.a.)

Cityboxin manageri Amelia Lintu kertoo, että heidän itsepalvelutiskinsä on suunniteltu yksinkertaisiksi ja käyttäjäystävällisiksi. Näiden tiskien ohjelmisto on yhteydessä hotellin verkkosivuihin, mikä auttaa asiakkaan varaustietojen, kuten nimen, puhelinnumeron, sähköpostiosoitteen ja luottokorttitietojen, huoneen takauksen varmistamiseksi. (Lintu, 25.2.2025)

Itsepalvelutiskit ovat helppokäyttöisiä, ja asiakas syöttää varausnumeron, passinumero tai henkilötunnus saadakseen avainkortin huoneeseensa. Mikäli avainkortti katoaa tai tarvitaan toinen avainkortti, asiakas voi helposti tehdä uuden itsepalvelutiskillä. (Lintu, 25.2.2025)

Cityboxin itsepalvelutiskeillä ei kuitenkaan voi ostaa lisäpalveluita, eikä hotellissa ole esimerkiksi aamupalaa. Mikäli asiakkaalla on huonetoiveita, ne voi ilmoittaa etukäteen, jolloin henkilökunta varaa huoneen toiveiden mukaisesti. Majoitus maksetaan aina paikan päällä. (Lintu, 25.2.2025)

## **2.4 Liiketoiminnalliset vaikutukset ja kustannustehokkuus**

Itsepalveluteknologiat tarjoavat hotelleille hyvän mahdollisuuden erottua kilpailijoistaan. Niiden avulla hotellit voivat vastata paremmin tämän päivän matkailijoiden tarpeisiin, jotka arvostavat erityisesti joustavuutta, nopeutta ja mahdollisuutta hoitaa asioita itse. Nämä teknologiat antavat hotelleille mahdollisuuden kerätä asiakaspalautetta ja hyödyntää sitä palveluiden jatkuvassa kehittämisessä. Tämä tukee palveluiden parantamista ja antaa mahdollisuuden tarjota asiakkaille yksilöllisempää kokemusta. Itsepalveluteknologiat tekevät asiainnista sujuvampaa, mutta niiden todellinen arvo on, että ne tukevat hotellien jatkuvaa kehitystä ja pitkän aikavälin menestystä. (Intelity, 2023)

Hotellialalla työvoimakustannukset ovat pitkään olleet yksi suurimmista kuluista, mutta teknologian avulla tämä voi muuttua. Itsepalveluteknologiat, kuten kioskit, voivat vähentää työvoimakustannuksia ja tehostaa asiakaspalvelua. Lisäksi ne voivat lisätä myyntiä tarjoamalla asiakkaille laajemman valikoiman palveluja ja tuotteita. (Wu, Xiang, Wang & Huo 2024, 2)

Teknologian lisääminen hotelleihin on yhä tärkeämpää, sillä se voi merkittävästi vähentää kustannuksia ja parantaa tuottoja. Teknologian integrointi auttaa hotelleja pysymään

kilpailukykyisinä ja täyttämään asiakkaidensa kasvavat odotukset, erityisesti digitaalisia ja itsepalveluvaihtoehtoja suosivassa ympäristössä. (Revinat, s.a.)

Kun hotellissa suunnitellaan budjettia, kannattaa miettiä, voiko teknologia auttaa säästämään rahaa pitkällä aikavälillä. (Revinat, s.a.) Vaikka teknologian käyttöönotto vaatii alkuinvestointeja, se voi pitkällä aikavälillä merkittävästi vähentää kustannuksia ja tehostaa toimintaa, mikä voi tuottaa rahallisia säästöjä. Automatisoimalla rutiinitehtäviä, kuten sisäänkirjautumista, hotellit voivat vapauttaa resursseja tärkeämpiin tehtäviin ja samalla parantaa tuottavuutta ja nopeampaa ja joustavampaa palvelua, mikä puolestaan voi lisätä asiakasuskollisuutta. (Revinat, s.a.)

## **2.5 Tietoturva ja asiakastietojen suojaaminen itsepalveluteknologioissa**

Hotellin asiakastietojen suojaaminen on todella tärkeää, sillä tiedot voivat levitä helposti esimerkiksi inhimillisten virheiden tai ohjelmistojen heikkouksien vuoksi. Usein suurin tietoturvariski liittyy ihmisten huolimattomuuteen tai puutteelliseen tietämykseen. Tämän vuoksi on tärkeää kehittää selkeät käytännöt ja ohjeet, jotka takaavat asiakastietojen turvallisen käsittelyn. (Chebet, 2021)

Kaikessa ohjelmistojen käytössä on varmistettava, että asiakastiedot siirretään aina salattujen yhteyksien kautta ja että ohjelmointi, palvelimet ja pilvipalvelut täyttävät ajantasaiset turvallisuusvaatimukset ja lainsäädännön. Maksukorttitietojen säilytys vaatii erityistä huolellisuutta, ja ne on aina säilytettävä turvallisesti ja noudatettava alan kansainvälisiä turvallisuusstandardeja. (Chebet, 2021)

Hotellien täytyy huolehtia asiakkaidensa yksityisyydestä ja tietoturvasta, sillä luottamus on keskeinen osa vieraanvaraisuutta. Tämä pitää sisällään paitsi asiakkaiden tietojen suojaamisen, myös heidän turvallisuutensa varmistamisen hotellissa oleskellessa. Nykyisin yhä useammat hotellit käsittelevät asiakkaidensa tietoja digitaalisesti, joten tietoturvatöiden korostaminen on tärkeää. (DahlCore, 2024)

Hotellien on oltava avoimia siitä, kuinka ne käsittelevät asiakastietoja. Tietoihin pääsy tulisi rajoittaa vain niille työntekijöille, jotka tarvitsevat niitä työtehtäviinsä. Tietojen salaus ja suojatut maksujärjestelmät suojaavat asiakkaita mahdollisilta kyberhyökkäyksiltä. Säännölliset turvallisuustarkastukset ja asianmukainen koulutus varmistavat, että hotellin tietoturva on ajan tasalla ja että henkilökunta osaa käsitellä arkaluonteisia tietoja oikein. (DahlCore, 2024)

Tietosuojaa on tärkeä osa yritysten vastuullisuutta ja myös lainsäädännöllinen vaatimus monissa maissa. Esimerkiksi EU:n GDPR-asetus asettaa tarkkoja vaatimuksia tietosuojalle, ja yritykset voivat kohdata merkittäviä seuraamuksia, jos niitä rikotaan. (DahlCore, 2024) EU:n tietosuoja-

asetus, eli GDPR, tuli voimaan 25.5.2018 ja koskee kaikkia EU:n alueella toimivia yrityksiä ja kansalaisia. Sen tarkoitus on estää tarpeettomien henkilötietojen kerääminen ja varmistaa, että tiedot käsitellään turvallisesti. (Savolainen, 2018) Asetuksen mukaan ihmisillä on oikeus tietää, mitä tietoja heistä kerätään, kieltää tietojen kerääminen, saada omat tietonsa siirrettävässä muodossa sekä saada tieto tietovuodoista. (Savolainen, 2018)

Käytäntöihin kuuluu myös käyttäjien yksityisyyden suojaaminen tiedonkeruussa. Tietojen keruussa on tärkeää noudattaa yksityisyyden suojaa, vain välttämättömiä tietoja saa kerätä, ja asiakkaille on kerrottava selkeästi, miksi niitä tarvitaan ja miten niitä käsitellään. Tämä lisää luottamusta asiakassuhteisiin. (Tan, 2024)

Mitä enemmän tietoa käsitellään ja tallennetaan, sitä suurempi tietoturvariski. Kioskit käsittelevät usein arkaluonteisia tietoja, kuten henkilötietoja ja maksutietoja, jotka voivat altistua kyberhyökkäyksille, mikä tekee niiden suojaamisesta erityisen tärkeää. Tämä tarkoittaa, että kioskeihin on asennettava korkeatasoiset salausjärjestelmät ja turvatoimet, jotka estävät hakkerointirytykset ja suojaavat asiakkaiden luottamuksellisia tietoja. (Tan, 2024)

Itsepalvelukioskien turvallisuus pysyy kunnossa, kun niitä huolletaan ja päivitetään säännöllisesti. Kaikki mahdolliset tietoturva-aukot ovat tärkeää tunnistaa ja korjata ajoissa, jotta laitteet ja asiakastiedot pysyvät suojassa. (Tan, 2024)

## **2.6 Tulevaisuuden näkymät**

Nykyiset itsepalvelukioskit eivät enää ole pelkkiä koneita, jotka antavat avainkortin. Osa niistä käyttää jo tekoälyä mukauttamaan palvelua asiakkaan aiemman käytön perusteella. Tällaiset kehityssuunnat voivat tehdä asioinnista joustavampaa, mutta samalla on tärkeää varmistaa, että ne pysyvät olemaan helposti käytettävänä kaikille asiakasryhmille. (KioskMachine, 2023)

Hotellien sisäänkirjautumistiskeissä tekoäly voisi esimerkiksi tunnistaa asiakkaan aiemmat vierailut ja suositella huoneita tai palveluja heidän mieltymystensä mukaan. Lisäksi tekoäly voisi tarjota reaaliaikaista apua chatbotin kautta, mikä nopeuttaisi ja helpottaisi prosessia. Tekoälytekniikat voisivat myös tehdä käyttöliittymästä entistä intuitiivisemmän ja tehokkaamman, mikä auttaisi asiakkaita suorittamaan tehtävät nopeammin. (RSI Geeks, 2024)

Tekoälystä voisi olla hyötyä asiakaspalvelussa, erityisesti toistuvien kysymysten käsittelyssä. Se voisi vapauttaa henkilökuntaa keskittymään niihin tilanteisiin, joissa inhimillinen vuorovaikutus on tärkeintä. Samalla on kuitenkin muistettava, että kone ei voi täysin korvata ihmistä esimerkiksi aidossa empatiassa tai vaikeiden tilanteiden ratkomisessa. Tekoäly voi käsitellä suuria määriä tietoa, kuten asiakkaiden palautetta ja aikaisempia toimintoja, räätälöidäkseen palvelut kunkin

vieraan mieltymysten mukaan. Esimerkiksi huoneen valaistus ja lämpötila voidaan automaattisesti säätää vieraan aiempien valintojen perusteella, tai järjestelmä voi ehdottaa aktiviteetteja ja palveluita, jotka vastaavat hänen kiinnostuksen kohteitaan. (Morch, 2024)

Tekoälystä olisi myös iso apu henkilökunnalle. Tekoäly pystyisi hoitamaan yksinkertaisia tehtäviä ja pyyntöjä, jolloin henkilökunnalla jäisi enemmän aikaa keskittyä tarjoamaan ainutlaatuisia ja henkilökohtaisia asiakaskokemuksia. Esimerkiksi chatbotit voivat käsitellä perusasioita, kuten pyyntöjä tuoda pyyhkeitä tai ottaa vastaan huonepalvelutilauksia. Tämä antaa henkilöstölle mahdollisuuden käyttää aikaansa asiakkaiden kanssa vuorovaikuttamiseen ja luoda lämpimämpi ja mieleenpainuvampi palvelukokemus. (Morch, 2024)

### 3 Asiakaskokemus ja asiakaspolku

Asiakaskokemus tarkoittaa asiakkaan saama kokemusta ja vaikutelmaa yrityksen tuotteista tai palveluista. Se muodostuu kaikista asiakkaan ja yrityksen vuorovaikutustilanteista, jota kutsutaan asiakaspoluksi. Asiakaspolku voi sisältää useita eri vaiheita, kuten markkinoinnin, myyntiprosessin, asiakaspalvelun ja tuotteen tai palvelun käytön. (Kähkönen & Villa, 2023)

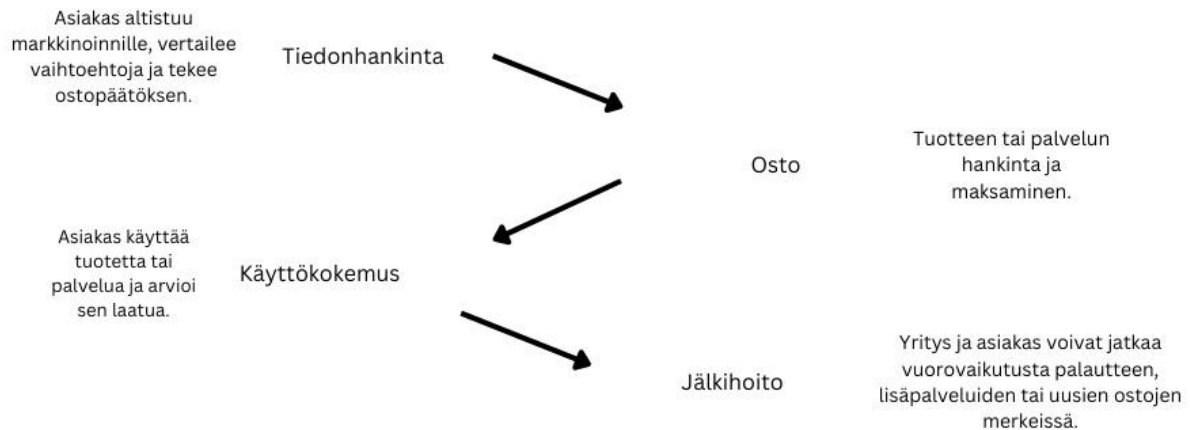
Asiakaskokemus on enemmän kuin pelkkä palvelu; se on tunne ja kokemus, joka saa asiakkaan palaamaan ja jakamaan positiivisia kokemuksiaan muille. (Fischer & Vainio, 2015, 9-10) Hyvä asiakaskokemus rakentuu asiakkaiden tarpeiden ymmärtämisestä ja niiden ylittämisestä. Tämä edellyttää yhtenäistä strategiaa, jossa kaikki yrityksen toiminnot tukevat sujuvaa ja miellyttävää asiakaspolkua aina ensimmäisestä mainonnasta asiakassuhteen ylläpitoon. (Kähkönen & Villa, 2023)

Asiakaskokemus perustuu asiakkaan odotuksiin, ja sen vuoksi, asiakasta kuunnellaan ja ymmärretään hänen tarpeensa. Jos asiakas kokee, että häntä arvostetaan ja että hän saa vastaukset kysymyksiinsä nopeasti, kokemus on positiivinen. Keskeistä on myös se, että lupaukset pidetään ja palvelun laatu on korkeaa. (Fischer & Vainio, 2015, 9-10)

Ennen ostopäätöstä asiakas altistuu yrityksen markkinoinnille ja viestinnälle. Hän saattaa tehdä vertailuja ja perehtyä tuotteen ominaisuuksiin tai valita nopeasti sen perusteella, mikä on saatavilla. Kun ostopäätös on tehty, varsinainen asiointi tapahtuu, tähän sisältyy tuotteen hankinta ja maksaminen. (Filenius 2015, luku 1.4)

Oston jälkeen yhteydenpito voi jatkua eri tavoin. Asiakas saattaa kysyä lisätietoja, antaa palautetta tai tehdä uuden ostoksen. Yritys puolestaan voi pyytää kokemuksia ja tarjota uusia tuotteita tai palveluita. (Filenius 2015, luku 1.4)

Kaikki nämä vaiheet yhdessä muodostavat asiakaskokemuksen, joka kehittyy jatkuvasti uusien kokemusten myötä. (Filenius 2015, luku 1.4) Kuva 1 havainnollistaa tätä asiakaspolkua ja sen eri vaiheita.



Kuva 1. Asiakaspolku

### 3.1 Asiakaskokemuksen merkitys hotellialalla

Asiakas- ja hotellialan asiakaskokemuksen merkitys on suuri. Laadukas asiakaskokemus voi luoda kestävästi kilpailuetua, kasvattaa myyntiä ja vahvistaa brändiä. Se ei ole vain lisäetu, vaan jopa välttämätön tekijä menestykselle. (Kähkönen & Villa, 2023) Kun työntekijät kokevat työnsä merkitykselliseksi ja kokevat saavansa arvostusta esimiehiltään ja kollegoiltaan, se luo positiivista energiaa, joka heijastuu paitsi työpaikalla myös asiakaskohtauksissa. (Fischer & Vainio, 2015, 11)

Asiakaskokemus hotellialalla on vieraanvaraisuuden perusta, mikä erottaa tavanomaisen vierailun unohtumattomasta elämyksestä. Kaikki hotellit, riippumatta niitten koosta tai tasosta hyötyvät hyvästä ja laadukkaasta palvelusta, joka saa vieraat aina palaamaan ja suosittelemaan kohdetta muille. (Patov, 2024)

Asiakaskokemukseen liittyvä arvo ei ole vain tuotteen tai palvelun ominaisuus, vaan se syntyy asiakkaan ja yrityksen välisessä vuorovaikutuksessa. Jokainen asiakas kokee palvelun eri tavalla, koska kokemukset ovat henkilökohtaisia ja sidoksissa siihen, millaisessa tilanteessa ja ympäristössä palvelua käytetään. Asiakaskokemusta ei voi siis tarkastella pelkästään yksittäisinä kohtauksina, vaan se rakentuu koko asiakaspolun aikana – ennen, aikana ja jälkeen palvelun käytön. (Edvardsson, Tronvoll & Åkesson, 2014)

Patovin (2024) mukaan positiivinen asiakaskokemus parantaa hotellin liiketoimintaa. Tyytyväiset asiakkaat ovat valmiita käyttämään enemmän rahaa ja palaavat todennäköisemmin uudelleen. Myönteiset kokemukset leviävät helposti ja sillä houkuttelevat uusia asiakkaita ja vahvistavat hotellin mainetta. (Patov, 2024)

On oleellista keskittyä asiakkaiden tarpeisiin ja ymmärtää heidän ostokäyttäytymistään sekä odotuksiaan. Kun tunnistetaan asiakkaiden kohtaamat ongelmat ostopolun aikana ja niihin puututaan, voidaan tarjota paremman asiakaskokemuksen. Suuri merkitys on myös henkilökohtaisilla kokemuksilla uskollisuuden rakentamisessa, siksi asiakkaiden tunteminen on avainasemassa. (Mäkelä, 2023)

Asiakkaita priorisoitaessa on ratkaisevaa kuunnella heidän palautettaan ja toimia sen perusteella. Olipa kyseessä kyselyt tai verkkosivuston arvostelut, palautteet antavat arvokasta tietoa siitä, miten tuote tai palvelu koetaan. (Mäkelä, 2023)

Asiakasuskollisuuden rakentamisessa ei voida unohtaa työntekijöiden roolia. Tyytyväiset ja motivoituneet työntekijät ovat keskeisessä roolissa erinomaisen asiakaskokemuksen tarjoamisessa. (Mäkelä, 2023)

### **3.2 Itsepalveluratkaisut asiakaskokemuksen näkökulmasta**

Itsepalveluratkaisut tarjoavat asiakkaille monia etuja, kuten nopeuden ja helppouden. Asiakkaat voivat hoitaa yksinkertaisia asioita itsenäisesti ilman jonottamista, mikä parantaa asiointin sujuvuutta. Esimerkiksi matkalippujen tilaaminen tai pikakassojen käyttö koetaan käteväksi ja vaivattomaksi tavaksi asioida. (ePressi, 2017)

Itsepalveluteknologioiden (SST) käyttö tuo asiakkaille sekä haasteita että mahdollisuuksia ja vaikuttaa siihen, millaisena he kokevat palvelun. Teknologian kehitys on muuttanut asiakaskäyttäytymistä merkittävästi, ja monet yritykset hyödyntävät itsepalvelua strategisesti erottuakseen kilpailijoistaan. (Edvardsson, Tronvoll & Åkesson, 2014)

Jotkut pelkäävät, etteivät he osaa käyttää järjestelmää, mikä voi luoda esteitä siirtymisessä perinteisestä asiakaspalvelusta itsepalveluun. Näin ollen asiakaskokemus kärsii ja asiakkaille jää huono kuva itsepalveluteknologioista. (Chan & Petrikat, 2022)

Itsepalveluteknologiat eivät aina paranna asiakaskokemusta, vaan voivat jopa vaikeuttaa sitä, erityisesti niiden kohdalla, jotka saattaisivat tarvita apua, kuten vanhemmat ihmiset. Tämä ajatus kuvastaa yhteiskunnassa vallitsevaa normia, jonka mukaan heikommassa asemassa olevia pitäisi tukea ja auttaa. (Edvardsson, Tronvoll & Åkesson, 2014)

Asiakaspalvelun henkilökohtaisuuden puute on toinen itsepalveluratkaisujen haaste. Vaikka itsepalvelu voi tarjota nopeutta ja tehokkuutta, se voi myös vähentää mahdollisuuksia saada reaaliaikaista asiakaspalvelua, mikä on monille asiakkaille tärkeä osa positiivista asiakaskokemusta. Ihmiset voivat kaivata vuorovaikutusta ja henkilökohtaista palvelua, etenkin jos

he kokevat, että he tarvitsevat apua tai tukea järjestelmän käytössä. Tämä asettaa itsepalveluratkaisut vaikeaan asemaan, sillä niiden täytyy löytää tasapaino tehokkuuden ja asiakaspalvelun laadun välillä. Esimerkiksi, jos asiakas ei ole varma siitä, kuinka käyttää itsepalvelukassaa, hän voi kokea turhautumista ja epäonnistumisen tunteita, mikä heikentää hänen kokemustansa. (Chan & Petrikat, 2022)

Itsepalveluratkaisujen käyttö edellyttää myös jatkuvaa kehittämistä ja päivityksiä. Teknologian kehittyessä asiakkaiden odotukset kasvavat, ja jotta itsepalveluratkaisut pysyvät ajankohtaisina ja houkuttelevina, ne täytyy päivittää ja optimoida säännöllisesti. Jotta asiakkaiden henkilökohtainen tietosuoja pysyy turvassa, itsepalvelujärjestelmien tulee olla ajan tasalla ja turvallisia. Jos järjestelmä ei ole turvallinen, se voi heikentää asiakkaiden luottamusta ja estää heitä käyttämästä palvelua. (Chan & Petrikat, 2022)

Vaikka itsepalvelu vähentää tarvetta fyysisille työntekijöille, se ei tarkoita, että asiakaspalvelu olisi kokonaan poistettava. Itsepalveluratkaisujen tueksi tarvitaan asiantuntevaa tukea, joka on saatavilla puhelimitse, sähköpostitse tai chatin kautta. Näiden kautta varmistetaan, että asiakkaat voivat saada apua milloin tahansa, kun he kokevat sen tarpeelliseksi. (Chan & Petrikat, 2022)

Hotelleissa pyritään yhä enemmän tarjoamaan asiakkailleen entistä enemmän monipuolisempia palveluja ja itsepalveluratkaisut ovat yhä suosittumia niiden helppouden vuoksi. Yhdistämällä henkilökuntaa ja itsepalvelua voidaan rikkoa käsityksen siitä, että itsepalvelut ei sovi esimerkiksi luksus tai keskitason hotelleihin. Tällainen ratkaisu voi vähentää henkilöstöön liittyviä riskejä ja operatiivisia kuluja. Yksi tärkeimmistä hyödyistä on se, että itsepalvelua ei enää nähdä huonona palveluna, vaan osana sujuvaa asiakaskokemusta. (Gaudoin, 2022)

Asiakaslähtöisyys on keskeinen tekijä liiketoiminnan menestyksessä. Organisaation on jatkuvasti pyrittävä täyttämään asiakkaidensa tarpeet ja odotukset, sillä ilman asiakkaita yrityksen toiminta ei ole kestävä. Asiakastytyväisyys on tärkeä mittari, joka voi johtaa asiakasuskollisuuteen ja pitkän aikavälin liiketoiminnan kasvuun. (Safariena & Mohd, 2020)

### **3.3 Asiakaskokemuksen mittaaminen ja kehittäminen**

Asiakaskokemus on hyvin subjektiivinen ja hetkellinen tunne, joten sen mittaaminen tarkasti on lähes mahdotonta. Silti yritysten on olennaista arvioida, millaista asiakaskokemusta ne tarjoavat ja missä osa-alueissa niillä olisi mahdollisuus parantaa. Asiakaskokemuksen mittaamisen tärkeimmät tavoitteet ovat palvelun nykytilan selvittäminen, kehittämiskohteiden ja esteiden tunnistaminen, kehityksen seuraaminen, vertailu kilpailijoihin ja johdon tukeminen päätöksenteossa. (Filenius 2015)

Asiakaskokemuksen mittaamiseksi on olemassa monia työkaluja ja menetelmiä, joista osa on suunniteltu erityisesti digitaalisten palveluiden arviointiin, mutta jotkut soveltuvat myös laajemmin. Ei ole yhtä oikeaa tapaa mitata asiakaskokemusta, sillä asiakkaiden tunteet ja tarpeet voivat olla hyvin yksilöllisiä. On kuitenkin olennaista yhdistää erilaisia analyysitietoja ja näkökulmia, sillä pelkkä data ei riitä, jos sitä ei osata tulkita ja yhdistää luovalla tavalla. (Filenius 2015, luku 4.2)

Net Promoter Score (NPS) on asiakaskokemuksen mittaamiseen yleisesti käytetty työkalu, joka perustuu yhteen yksinkertaiseen kysymykseen: kuinka todennäköisesti asiakas suosittelisi tuotetta tai palvelua muille? Mittari lasketaan vertaamalla niitä asiakkaita, jotka suosittelisivat, ja niitä, jotka eivät. Asiakkaat arvioivat asteikolla yhdestä kymmeneen, ja niistä, jotka antavat arvosanat 9 tai 10, tulee suosittelijoita. Vastaavasti arvosanat 1–6 antavat asiakkaat luokitellaan arvostelijoina. Laskettaessa NPS-arvoa suosittelijoiden määrästä vähennetään arvostelijoiden määrä. (Filenius 2015 luku 4.2)

Tämä mittari on erityisen hyödyllinen, kun sitä käytetään pitkällä aikavälillä, koska se mahdollistaa asiakaskokemuksen kehityksen seuraamisen. Lisäksi se antaa mahdollisuuden verrata omaa suoriutumista kilpailijoihin ja toimialan keskiarvoon. (Filenius 2015 luku 4.2)

Vaikka NPS on helppo ja yleisesti käytetty mittari, siinä on myös paljon ongelmia. Yksi isoimmista on se, että se ei aina anna tarkkaa kuvaa asiakkaiden kokemuksesta. Samalla NPS-arvolla voi olla täysin erilaisia taustasyitä: osa käyttäjistä saattaa rakastaa palvelua ja osa vihata sitä, tai sitten kaikki saattavat pitää sitä ihan kohtalaisena. Koska NPS ei huomioi vastausten jakautumista, se voi johtaa väärin tulkintoihin. (Mustonen, Pöyhönen & Santavuori, 2023, 229-230)

CES on erityisesti digitalisoitujen palveluiden arviointiin sopiva ja keskittyy siihen, kuinka helposti asiakas kokee tehtävänsä olevan. Kysymys on yksinkertainen ja liittyy siihen, kuinka paljon vaivannäköä asiakas kokee tietyssä palveluprosessissa. Tämän mittarin etu on, että sitä voi käyttää prosessin eri vaiheissa, jolloin voidaan tarkemmin arvioida, missä vaiheissa asiakas kokee eniten vaivannäköä. Isoilla käyttäjämäärillä voidaan kerätä riittävästi dataa, joka auttaa tunnistamaan mahdolliset kipupisteet ja parannettavat kohdat. (Filenius 2015 luku 4.2)

## 4 Tutkimus

Laadullinen tutkimus keskittyy aineiston syvälliseen tarkasteluun ja tulkintaan, jossa ei pyritä yleistäviin, tilastollisiin tai numeerisiin tuloksiin, vaan ymmärryksen syventämiseen ja ilmiöiden taustalla olevien merkitysten löytämiseen. Tällainen tutkimus ei ole irrallinen teoriasta, vaan siinä hyödynnetään aina tiettyä viitekehystä, joka ohjaa tutkimusprosessia ja auttaa jäsentämään tutkittavaa aihetta. Teoria ei pelkästään tue tutkimuksen suuntaa, vaan se myös ohjaa menetelmien valintaa sekä tulosten tulkintaa, jotta saadaan tarkempaa ja syvällisempää ymmärrystä. (Tuomi & Sarajärvi, 2013, 17-18)

Määrällisen ja laadullisen tutkimuksen erottelu perustuu siihen, millaista aineistoa ja analyysimenetelmiä tutkimuksessa käytetään. Määrällisessä tutkimuksessa keskitytään numeraaliseen dataan ja tilastollisiin analyyseihin, usein hypoteesien testaamisen kautta. Laadullisessa tutkimuksessa taas aineisto voi olla hyvin monimuotoista, kuten tekstiä, kuvia, videoita tai äänitteitä, ja sen analyysi keskittyy merkitysten ja ilmiöiden ymmärtämiseen. (Mustonen, Pöyhönen & Santavuori, 2023, 242–243)

Haastattelujen avulla voidaan saada aidompaa ja ihmisläheisempää tietoa asiakkaiden käyttäytymisestä ja valintaprosesseista. Esimerkiksi voidaan selvittää, millaisissa tilanteissa ja miten tuotetta tai palvelua käytetään, millaisia vaihtoehtoja asiakkaat harkitsevat ja mikä lopulta vaikuttaa heidän päätöksiinsä. (Mustonen, Pöyhönen & Santavuori, 2023, 182–184)

Haastattelut voidaan toteuttaa eri tavoin riippuen tutkimuksen tarpeista. Ne voivat olla avoimia ja joustavia keskusteluja tai tarkasti ennalta määriteltyjä kysymyssarjoja. Tyypillisiä haastattelumuotoja ovat esimerkiksi avoin haastattelu, jossa keskustelu etenee luonnollisesti ilman tarkkaa rakennetta, puolistrukturoitu haastattelu, jossa on etukäteen määriteltyjä teemoja mutta joustoa kysymysten muotoilussa, sekä strukturoitu haastattelu, jossa kaikki kysymykset ja niiden järjestys ovat tarkasti ennalta määrättyjä. Haastattelut voidaan toteuttaa yksilö- tai ryhmämuotoisina, ja erityistapauksissa voidaan käyttää esimerkiksi asiantuntijahaastattelua, jossa hyödynnetään tietyn alan osaajien näkemyksiä. (Jyväskylän yliopisto, s.a.)

### 4.1 Tutkimuksen toteuttaminen

Tutkimuksessa tarkastellaan Clarion Hotel Helsingin itsepalvelukirjautumispisteiden toimivuutta sekä niiden käytettävyyden kehittämistä asiakaskokemuksen ja henkilökunnan työskentelyn näkökulmasta. Keskeinen tutkimuskysymys on, miten itsepalvelukirjautumispisteet toimivat asiakkaille ja millä tavoin niitä voidaan parantaa.

Tutkimuksessa selvitetään, millaisena asiakkaat kokevat itsepalvelukirjautumisen ja millaisia haasteita he sen käytössä kohtaavat. Lisäksi tarkastellaan, mitä parannuksia asiakkaat toivovat palveluun ja miten hotellin henkilökunta arvioi itsepalvelupisteiden toimivuutta sekä kehitysmahdollisuuksia.

Tavoitteena on myös ymmärtää, miten itsepalvelukirjautumisen kehittäminen voi helpottaa henkilökunnan työtä ja parantaa asiakaspalvelua. Lopuksi tutkimuksessa arvioidaan, miten itsepalveluteknologiat tukevat hotellin asiakaslähtöistä palvelustrategiaa ja millä tavoin niitä voidaan hyödyntää osana hotellin toimintamallia. (luku 1.2) Tietoperustan keskeiset teemat, kuten luku 2 itsepalveluteknologioiden hyödyt ja haasteet, luku 3 asiakaskokemus ja asiakaspolku, ohjaavat tämän tutkimuksen kysymyksenasettelua ja analyysiä.

Luvussa 2.1 käsitellyt itsepalveluteknologioiden haasteet ja rajoitukset tarjoavat lähtökohdan sille, mitä tekijöitä on tärkeää arvioida asiakkaiden näkökulmasta. Lisäksi luvussa 2.2 henkilöstön roolin muutosta tarkastelemalla voidaan ymmärtää, miten itsepalvelukirjautuminen vaikuttaa työntekijöiden kokemukseen ja miten heidän työnsä on mahdollisesti muuttunut.

Luvussa 3 läpi käyty asiakaskokemus on keskeinen näkökulma tässä tutkimuksessa, sillä itsepalvelukirjautumisen tavoitteena on sujuvoittaa hotellivierailua. Tutkimuksessa hyödynnetään asiakaskyselyjä ja henkilökunnan haastatteluja, jotta saadaan kattava kuva siitä, miten asiakkaat kokevat itsepalveluratkaisujen vaikutuksen asiakaspolkuunsa luvussa 3.1, jossa käytiin läpi asiakaskokemuksen merkitys hotellialalla. Lisäksi tutkimuksessa hyödynnetään luvussa 3.3 esiteltyjä asiakaskokemuksen mittaamismenetelmiä, kuten Net Promoter Score (NPS) ja Customer Effort Score (CES), joiden avulla voidaan analysoida asiakkaiden tyytyväisyyttä ja palvelun käytön vaivattomuutta.

Tietoperustassa käsitellyt liiketoiminnalliset vaikutukset ja kustannustehokkuus luvussa 2.4 tarjoavat viitekehyksen sille, miten tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää hotellin palveluprosessin kehittämisessä. Tutkimuksessani käytän kolmea pääasiallista tutkimusmenetelmää: haastattelua, kyselylomaketta ja havainnointia. Näiden menetelmien avulla pyrin saamaan syvällistä tietoa asiakkaiden ja henkilökunnan kokemuksista Clarion Hotel Helsingin itsepalvelutiskien käytöstä ja toimivuudesta.

Onnistuneen kyselytutkimuksen toteuttaminen edellyttää huolellista suunnittelua ja monien tekijöiden huomioon ottamista. Kyselytutkimus on kvantitatiivinen menetelmä, jossa kerätään tietoa suurelta vastaajajoukolta, ja tulokset esitetään numeerisesti. Kyselyt voivat vastata kysymyksiin kuten "kuinka moni", "kuinka usein", "mitä" ja "millaisella tavalla". Kysymysten tulee olla loogisesti eteneviä ja helposti hahmotettavissa, yleensä ylhäältä alaspäin. Kyselylomakkeessa on tärkeää

ottaa huomioon sen pituus ja ulkoasu, sillä liian pitkä lomake voi heikentää vastaushalukkuutta. Erityisesti postitse lähetettävissä kyselyissä vastaamiseen kuluva aika ei saisi ylittää 15–20 minuuttia. (Kvantimotv, 2010; Ruohonen, S, 2022)

Haastattelut ovat myös keskeinen osa tutkimustani, sillä niiden avulla saadaan syvällisempää tietoa henkilökunnan kokemuksista ja näkemyksistä itsepalvelutiskien toiminnasta.

Tutkimuksessani käytän puolistrukturoituja haastatteluja, joissa kysymykset antavat vapauden keskustelulle ja tarkennuksille. Haastattelut ovat erityisen hyödyllisiä silloin, kun halutaan ymmärtää yksilön kokemuksia, käsityksiä ja mielipiteitä, ja ne mahdollistavat joustavan lähestymistavan tutkittavan aiheen syvälliselle käsittelylle. Haastattelujen aineistoa käsitellään sisällönanalyysin avulla, jolloin voidaan tunnistaa tärkeimmät teemat ja toistuvat näkökulmat, jotka auttavat ymmärtämään, mitä haasteita ja mahdollisuuksia itsepalvelutiskien käyttöön liittyy. (Hyvärinen, Suoninen & Vuoria, s.a.)

Havainnointi täydentää kyselyiden ja haastattelujen tuottamaa aineistoa tarjoamalla suoraa tietoa siitä, miten asiakkaat todellisuudessa käyttävät itsepalvelutiskejä ja miten heidän käyttäytymisensä eroaa siitä, mitä he kertovat haastatteluissa tai kyselyissä. Havainnointi mahdollistaa käyttäytymisen tarkastelun luonnollisessa ympäristössä ja voi paljastaa asioita, joita ei voida tavoittaa pelkästään haastattelujen tai kyselyiden avulla. Se tarjoaa arvokasta tietoa erityisesti silloin, kun tutkitaan tilanteita, jotka muuttuvat nopeasti tai ovat vaikeasti ennakoitavissa. (Puusniekka & Saaranen- Kauppinen, s.a.)

Analyysimenetelmänä tulen käyttämään sisällönanalyysia ja käytän sitä sekä asiakkaille tehdyn kyselyn että haastattelujen aineiston analysoinnissa. Sisällönanalyysi on eräs laadullisen tutkimuksen yleisimmistä analyysitavoista, ja se keskittyy aineiston merkitysten ja teemojen tunnistamiseen. Tällöin analysoidaan, mistä asioista aineisto kertoo ja millaisia teemoja ja ilmiöitä siinä toistuu. Sisällönanalyysissä ei yleensä keskitytä kielelliseen muotoon tai ilmaisun tapaan, vaan siihen, mitä aineistosta voidaan lukea ja tulkita. Tämä lähestymistapa sopii hyvin tutkimuksiin, joissa halutaan ymmärtää syvällisesti osallistujien näkemyksiä, kokemuksia ja mielipiteitä. Asiakkaille suunnatun kyselyn avoimet kysymykset analysoidaan sisällönanalyysin avulla, jolloin voidaan tunnistaa asiakkaiden tärkeimmät huolenaiheet ja kehitysehdotukset itsepalvelutiskien käytöstä. (Vuori, s.a.)

Lisäksi kyselylomakkeista lasketaan frekvenssejä. Laadullisessa tutkimuksessa aineistoon tutustutaan ensin huolellisesti, ja sieltä nostetaan esiin ne asiat, jotka toistuvat tai korostuvat selkeästi. Nämä havainnot ryhmitellään usein teemoihin, jotka voivat olla joko aineistosta nousseita tai tutkimuksen teoreettisista lähtökohdista johdettuja. Teemat toimivat kategorioina, joihin

havainnot voidaan luokitella. Havaintoyksikkö voi olla esimerkiksi sana, lause tai laajempi ajatuskokonaisuus. (Opinkirjo kehittämiskeskus, s.a.)

## 4.2 Aineiston kerääminen

Tutkimusaineisto kerätään Clarion Hotel Helsingin asiakkaiden ja henkilökunnan parista hyödyntäen kyselyitä ja haastatteluja. Kyselyyn osallistuu erilaisia asiakkaita, kuten liikematkustajia, turisteja ja vapaa-ajan matkustajia, eri ikäisiä ja kysely tehdään suomeksi ja englanniksi, jotta saadaan kattava kuva itsepalvelukirjautumispisteiden toimivuudesta ja kehitystarpeista eri näkökulmista. Tutkimuksessa kerätään asiakkailta ainoastaan sähköpostiosoitteet, joita käytetään vastaajien tavoittamiseen ja aamupalalahjakortin arvontaan osallistumiseen.

Kyselyissä käytetään sekä avoimia että suljettuja kysymyksiä, jotta saadaan monipuolinen näkemys käyttäjäkokemuksesta. Halukkaiden kesken arvotaan aamupalalahjakortti kahdelle Clarion Hotel Helsingin aamupalalle, mikä kannustaa osallistumaan tutkimukseen.

Asiakaskysely toteutetaan QR-koodin avulla, jonka asiakkaat voivat skannata omalla puhelimellaan ja vastata kysymyksiin helposti. Koodi asetetaan näkyville itsepalvelukirjautumispisteiden läheisyyteen, jotta asiakkaat voivat osallistua heti kirjautumisen yhteydessä. Lisäksi olen itse paikalla hotellilla rohkaisemassa asiakkaita vastaamaan kyselyyn ja tarjoamassa tarvittaessa lisätietoa tutkimuksesta. Tällä tavalla varmistetaan, että mahdollisimman moni voi jakaa kokemuksensa ja ehdotuksensa itsepalvelukirjautumisen kehittämiseksi.

Clarion Hotel Helsingissä työskentelee yhteensä 16 vastaanotovirkailijaa joista valitaan kuusi työntekijää haastatteluun, jotta saadaan kattava käsitys itsepalvelukirjautumispisteiden toimivuudesta. Keskusteluissa käydään läpi heidän kokemuksiaan, havaittuja haasteita sekä mahdollisia kehitysehdotuksia. Haastattelut äänitetään, jotta vastauksia voidaan tarkastella huolellisesti ja varmistaa, että kaikki tärkeät näkökulmat tulevat huomioiduksi.

Ennen aineiston keräämistä varmistetaan, että kaikki osallistujat antavat suostumuksensa tutkimukseen. Asiakkailta ja henkilökunnalta kysytään suostumus suullisesti, ja heille kerrotaan tutkimuksen tarkoituksesta sekä asiakkaille arvannon järjestämisestä. Osallistujilla on mahdollisuus peruuttaa osallistumisensa milloin tahansa ilman mitään seurauksia. Kerätty aineisto säilytetään turvallisesti, ja sähköpostiosoitteet käsitellään luottamuksellisesti, käytännössä tämä tarkoittaa, että tietoihin ei pääse käsiksi ulkopuolisia ja ne on vain henkilökunnalla luottamuksellisesti käytössä.

Kun opinnäytetyö on valmis, aineisto hävitetään asianmukaisesti. Koko tutkimusprosessi toteutetaan noudattaen tietosuojaa ja eettisiä periaatteita.

## 5 Tulokset

Tämän opinnäytetyön tueksi haastattelin yhteensä 6 Clarion Hotel Helsingin työntekijää. Haastateltavista kaikki olivat päivävuorolaisia, joista yksi oli hotellin manageri ja muut valittiin arpomalla. Haastattelut toteutettiin hotellin sisätiloissa heidän työvuorojensa aikana. Yksi haastattelu kesti keskimäärin noin 10 minuuttia.

Haastattelussa esitin kahdeksan kysymystä, jotka liittyivät työntekijän omaan tehtävään, itsepalvelutiskien käyttöön ja toimivuuteen, asiakkaiden kokemuksiin sekä mahdollisiin parannusehdotuksiin. Tavoitteena oli saada mahdollisimman aito kuva siitä, miten työntekijät kokevat itsepalveluprosessin osana arkea ja millaisia haasteita tai onnistumisia he ovat siinä havainneet.

Alun perin opinnäytetyöhöni oli suunniteltu vain yksi asiakaskysely, joka olisi kohdistettu Clarion Hotel Helsingin asiakkaille. Kuitenkin, koska vastauksia saatiin vain seitsemän, päätin laajentaa tutkimustani ja toteuttaa toisen kyselyn, joka käsitteli yleistä itsepalvelutiskien käyttöä. Tätä kyselyä jaoin laajemmin eri kanavissa, kuten Facebook-ryhmissä, LinkedIn-profiilissani ja Instagram Stories -julkaisussa. Osallistujia saatiin myös perheeltä, sukulaisilta ja ystäviltä. Tämän laajemman kyselyn avulla sain enemmän vastauksia ja pystyin saamaan kattavamman kuvan asiasta, mikä oli tärkeää tutkimuksen etenemiselle.

### 5.1 Haastattelut

Clarion Hotel Helsingissä itsepalvelutiskit ovat olennainen osa asiakaspalveluprosessia, mutta niiden toimivuus ja asiakastyytyväisyys vaihtelevat huomattavasti. Haastatteluista käy ilmi, että itsepalvelutiskien käyttö on yleisesti vähäistä, mutta ne tarjoavat kuitenkin hyödyllisen vaihtoehdon erityisesti ruuhkassa. Useimmat asiakkaat kuitenkin päätyvät siirtymään henkilökohtaiseen palveluun vastaanotolle, erityisesti silloin, kun itsepalveluprosessi ei suju odotetusti.

Haastattelujen mukaan itsepalvelutiskit auttavat vastaanoton työntekijöitä ruuhka-aikoina, mutta eivät toimi täysin ongelmattomasti. Itsepalvelupisteitä käyttävät asiakkaat kokevat usein prosessin hankalaksi, erityisesti kolmannen osapuolen kautta tehdyt varaukset, joissa varausta ei välillä löydy tai maksutietoihin liittyy virheitä. Järjestelmä ei tunnista varauksia aina oikein, ja usein asiakas joutuu pyytämään henkilökohtaista apua vastaanotosta.

Asiakkaiden kokemat haasteet itsepalvelutiskillä ovat moninaiset. Yleisimpiä ongelmia ovat:

Varausongelmat: Kolmannen osapuolen varauksista syntyy usein haasteita, kuten varausten puuttuminen järjestelmästä tai virheet maksutiedoissa. Tämä johtaa siihen, että asiakkaat eivät voi suorittaa itsepalvelua loppuun asti.

Tietojen syöttäminen: Asiakkailta vaaditaan usein liikaa tietoja, kuten muiden majoittujien tietoja, mikä tekee prosessista monimutkaisen ja turhauttavan. Tämä on haastavaa erityisesti vanhemmille asiakkaille ja niille, jotka eivät ole tottuneet käyttämään teknologiaa.

Henkilökohtainen palvelu: Vaikka itsepalvelupisteet voivat helpottaa asiakaspalvelua ruuhkassa, monet asiakkaat arvostavat henkilökohtaista palvelua ja kokevat itsepalvelun liian monivaiheiseksi ja epäselväksi.

Haastateltavat nostavat esiin useita parannusehdotuksia, joiden avulla itsepalvelutiskit voisivat palvella asiakkaita paremmin. Ensimmäisenä niistä tuli yksinkertaistaminen, monet haastateltavat toivovat, että itsepalveluprosessia yksinkertaistettaisiin. Esimerkiksi tietojen määrää tulisi vähentää, ja asiakkailta tulisi pyytää vain perusasiat, kuten päävaraajan tiedot.

Toisena nousi esiin järjestelmäparannukset, itsepalvelujärjestelmän tulisi olla älykkäämpi ja tunnistaa varaukset ja maksutiedot paremmin. Lisäksi asiakkaille tulisi mahdollistaa huoneen valinta itsepalvelupisteiden kautta, mikä voisi parantaa asiakastytytyvyyttä.

Kolmantena tuli ohjeistuksen parantaminen, itsepalvelupisteiden käyttö voisi olla asiakkaille sujuvampaa, jos prosessin aikana annettaisiin selkeät ja vaiheittaiset ohjeet. Lisäksi olisi tärkeää perustella, miksi tiettyjä tietoja – kuten puhelinnumeroita tai muiden majoittujien henkilötietoja pyydetään, jotta asiakkaat ymmärtävät niiden merkityksen ja välttävät virheitä.

Viimeisempänä tuli lisäpalveluiden mahdollisuus, vaikka lisäpalveluiden tarjoaminen itsepalvelupisteissä on joidenkin työntekijöiden mielestä haasteellista, osa ehdottaa, että asiakkaille tulisi tarjota mahdollisuus esittää huonetoiveita, kuten merinäköala tai kylpyamme. Lisäksi olisi hyödyllistä, jos asiakas voisi ostaa lisäpalveluita, esimerkiksi huoneluokan korotuksen, suoraan itsepalvelupisteiden kautta.

Erityisesti iäkkäämmät asiakkaat ja ne, jotka eivät ole tottuneet teknologiaan, kokevat itsepalvelutiskit vaikeaksi käyttää. Vanhemmille asiakkaille pienet näytöt ja monivaiheinen prosessi voivat olla erityisen hankalia. Nuoremmat ja teknologiaan tottuneet asiakkaat puolestaan kokevat itsepalvelupisteet helpoiksi ja käteviksi. Kansallisuudesta ei ole havaittavissa suuria eroja itsepalvelun käytössä, mutta Aasian maista tulevat matkailijat, jotka ovat tottuneita itsepalvelukulttuuriin, pärjäävät usein paremmin.

Hotellin henkilökunnan näkökulmasta itsepalvelutiskit tarjoavat hyödyllisen vaihtoehdon asiakkaille ruuhkassa, mutta niiden toimivuus ei ole täydellinen. Asiakkaille koituu usein haasteita erityisesti varauksien ja maksujen kanssa. Parannuksia kaivataan erityisesti prosessin yksinkertaistamiseen ja järjestelmän älykkyyteen. Lisäksi asiakaspalvelupisteiden käyttöä voisi lisätä, jos asiakkaille annettaisiin selkeämpi ohjeistus ja mahdollisuus valita huoneita itse. Itsepalvelutiskien tehokkuus ja asiakastyytyväisyys paranevat, kun järjestelmän virheitä vähennetään ja prosessi tehdään mahdollisimman sujuvaksi ja asiakasystävälliseksi.

## 5.2 Clarion Hotel Helsingin asiakaskyselylomake

Toteutin ensimmäisen kyselyn, joka kohdistettiin suoraan Clarion Hotel Helsingin asiakkaille. Tavoitteena oli kerätä palautetta ja kehitysehdotuksia juuri kyseisen hotellin itsepalvelutiskien käytöstä ja toimivuudesta.

Kysely oli avoinna 10 päivän ajan, ja siihen saatiin yhteensä 7 vastausta kahdessa kieliversiossa suomeksi ja englanniksi. Vastaajamäärä jäi pieneksi, mutta oli silti hyödyllinen, sillä kaikki vastaajat olivat todellisia hotellin asiakkaita ja siten kokeneet itsepalvelutiskin käyttötilanteen käytännössä.

Kyselyssä kartoitettiin muun muassa:

- Asiakkaiden ensivaikutelmaa itsepalvelutiskistä
- Ohjeiden selkeyttä ja toimintoja
- Tyytyväisyyttä nopeuteen ja käytettävyyteen
- Vertailua itsepalvelun ja perinteisen vastaanoton välillä
- Halukkuutta käyttää palvelua jatkossa

Tuloksista ilmeni, että vastaajien kokemukset jakoutuivat tasaisesti: osa koki itsepalvelutiskin erittäin helppokäyttöiseksi, kun taas osa koki sen vaativan vielä kehitystä. Käytön nopeutta ei koettu merkittävästi paremmaksi verrattuna perinteiseen vastaanottoon, ja osa koki sen jopa hitaammaksi. Toisaalta kaikki vastaajat olivat kuitenkin valmiita käyttämään itsepalvelutiskiä uudelleen, mikäli sitä kehitetään.

Yksi keskeisimmistä kehityskohteista oli käyttöohjeiden selkeys. Itsepalvelutiskiä ei kaikissa tilanteissa koettu riittävän johdonmukaiseksi tai helposti lähestyttäväksi erityisesti silloin, kun asiakas kohtasi kohdan, jonka sisältö tai tarkoitus ei ollut täysin ymmärrettävissä. Esimerkiksi ajokortin numeron syöttäminen koettiin epäselväksi, mikä osoittaa, että yksittäisetkin epävarmuutta aiheuttavat kentät voivat keskeyttää prosessin ja horjuttaa käyttäjän varmuutta. Tämä korostaa tarvetta kehittää järjestelmää siten, että sen eri vaiheet ovat helposti hahmotettavia ja

johdonmukaisesti eteneviä. Etenkin ensikertalaisia ajatellen on hyvä, että jokainen kohta opastaa käyttäjää selkeästi eteenpäin.

Useat vastaajat toivoivat itsepalvelupisteisiin teknisiä lisälaitteita, kuten passinlukijoita, viivakoodinlukijoita tai maksukortinlukijoita. Näiden avulla asiakas voisi välttää pitkien numerosarjojen manuaalisen syöttämisen, mikä nopeuttaisi koko prosessia ja tekisi käytöstä sujuvampaa. Tämä palautteiden toistuvuus viestii siitä, että asiakkaat haluavat älykkäitä ratkaisuja, jotka vähentävät fyysistä vaivannäköä ja vähentävät virheiden mahdollisuuden. Teknologian hyödyntäminen ei ole siis vain mukavuustekijä, vaan tärkeä osa tehokasta asiakaspalvelua.

Yksittäisissä kommentteissa esiin nousi huoli siitä, kuinka paljon henkilökohtaisia tietoja järjestelmä vaatii. Kaikkien matkustajien tietojen syöttäminen koettiin raskaaksi ja tarpeettomaksi, etenkin tilanteissa, joissa pääasiakas on jo antanut tarvittavat tiedot. Tämä nostaa esiin kysymyksen siitä, miten tietojen keräämisen tarve voidaan perustella asiakkaalle selkeästi ja luotettavasti.

Hotellin näkökulmasta tulee kuitenkin huomioida, että kyseinen tiedonkeruu, kuten passin tai virallisen henkilötodistuksen ajokortin numero ei ole mielivaltaista, vaan perustuu majoitusalan lainsäädäntöön ja viranomaisvaatimuksiin. Hotelleissa kysytään passin numeroa, koska laki velvoittaa ne keräämään vieraiden henkilötiedot. Tämä tehdään turvallisuuden ja viranomaistarpeiden vuoksi. Esimerkiksi hätätilanteissa, kuten tulipalon tai sairauskohtauksen sattuessa, on tärkeää tietää, ketkä ovat hotellissa ja saada tarvittaessa yhteys heidän taustatietoihinsa. Passi toimii erityisesti ulkomaalaisilla luotettavana tapana varmistaa henkilöllisyys. Näitä tietoja voidaan myös luovuttaa viranomaisille, kuten poliisille tai rajaviranomaisille, jos tilanne sitä vaatii. Tietoja säilytetään turvallisesti ja hävitetään asianmukaisesti tietosuojan mukaisesti määräajan jälkeen. (Khanji, 2023)

Käytön nopeus ei vastannut kaikkien vastaajien odotuksia. Vaikka osa koki itsepalvelun hieman nopeammaksi kuin perinteisen vastaanoton, osa ei huomannut käytössä eroa tai koki sen jopa hitaampana. Lisäksi toivottiin, että esimerkiksi kuitti voitaisiin lähettää sähköpostitse. Tämä viestii siitä, että asiakas arvostaa aikaa säästäviä ratkaisuja, joiden kautta koko prosessi hoituu yhdellä kertaa.

Alla oleva taulukko 1 kokoaa yhteen ne keskeiset aiheet, jotka nousivat esiin asiakkaiden avoimista vastauksista. Siinä näkyy, kuinka monta kertaa kukin teema mainittiin, ja mitä asioita vastaajat toivat esille kunkin aiheen kohdalla. Taulukon avulla on helpompi hahmottaa, mitkä asiat olivat vastaajille tärkeimpiä ja mihin osa-alueisiin he toivoivat parannuksia.

Taulukko 1. Frekvenssitaulukko

Teema	Frekvenssi (f)
Ohjeistuksen selkeys	2
Tekninen varustelu (skannerit, lukijat)	2
Tietoturva ja tiedon määrä	1
Sähköpostikuitin tai ajan säästö	1
Asiakaspalvelun saatavuus ja tuki	1

### 5.3 Laajemman kyselyn avoimien vastausten analyysi

Koska Clarionin saavuttettujen vastauksien määrä jäi seitsemään, tutkimuksen tueksi päätin laajentaa alkuperäistä aineistoa toteuttamalla toisen kyselyn, jonka tavoitteena oli saada kattavampi kuva siitä, miten ihmiset kokevat itsepalvelutiskien käytön hotelleissa. Kyselyä jaettiin laajasti eri kanavien kautta, kuten Facebook-ryhmissä, Instagram Stories -julkaisuissa, LinkedInissä sekä omalle lähipiirille. Tämän ansiosta kysely tavoitti monipuolisen joukon vastaajia eri ikäryhmistä ja taustoista. Yhteensä vastaajia kertyi 33, mikä lisää näkökulmia ja syvyyttä tutkimuksen aineistoon.

Kyselyssä selvitettiin ensin vastaajien taustatietoja, kuten ikää ja sukupuolta, sekä heidän matkustustottumuksiaan, esimerkiksi kuinka usein he yöpyvät hotelleissa. Näiden tietojen avulla oli mahdollista tarkastella, vaikuttiko vastaajan profiili siihen, millaisena hän koki itsepalvelutiskin käytön.

Varsinaisessa sisältöosiossa kartoitettiin vastaajien kokemuksia itsepalvelutiskeistä. Vastaajilta kysyttiin, ovatko he käyttäneet tällaisia palveluja, kuinka helppona tai vaikeana he kokivat käytön, tarvitsivatko he apua sen aikana, sekä kuinka tyytyväisiä he olivat kokonaisuuteen. Lisäksi kyselyssä oli tilaa avoimille vastauksille, joissa vastaajat saivat omin sanoin kertoa ajatuksiaan ja antaa kehitysehdotuksia.

Tulosten perusteella suurin osa vastaajista oli käyttänyt itsepalvelutiskiä ainakin kerran, ja käyttö koettiin yleisesti melko helppona. Vain pieni osa kertoi tarvitsevansa apua palvelun kanssa, ja suurin osa vastaajista oli vähintään neutraalin tai melko tyytyväisenä kokemukseensa. Kuitenkin avoimissa vastauksissa nousi esiin monia tärkeitä huomioita, jotka eivät välttämättä käy ilmi pelkistä monivalintakysymyksistä. Näissä kommentteissa tuotiin esille sekä palvelun toimivia puolia että selkeitä kehityskohteita.

Eriyisesti esiin nousivat toiveet selkeämmästä ohjeistuksesta, mahdollisuudesta hoitaa enemmän asioita itsepalvelun kautta, teknisen toimivuuden parantamisesta sekä esteettömyyden ja

yksityisyyden huomioimisesta. Lisäksi osa vastaajista esitti toiveita uusista digitaalisista ratkaisuista, kuten tekoälyn hyödyntämisestä, kun taas muutamat kaipasivat inhimillisempää kontaktia ja henkilökohtaista asiakaspalvelua.

Monet asiakkaat kommentoivat, että itsepalvelupisteiden käyttö ei ollut niin helppoa kuin he olivat odottaneet. Erityisesti ensimmäistä kertaa käyttäville ohjeistus ei ollut aina selkeä, ja jotkut olisivat kaivanneet tukea jo heti alussa. Tämä viittaa siihen, että vaikka teknologia olisi sinänsä toimivaa, sen käyttökokemus voi kärsiä, jos käyttäjä ei tunne oloaan varmaksi. Selkeät visuaaliset ja kielellisesti ymmärrettävät ohjeet voivat merkittävästi parantaa itsepalvelun sujuvuutta ja käyttäjän luottamusta järjestelmään.

Useat vastaajat toivat esiin ajatuksia siitä, että itsepalvelutiskin kautta voisi hoitaa enemmän kuin pelkkä sisään- ja uloskirjautuminen. Toivottiin, että asiakas voisi hallinnoida useampia hotellipalveluja itsenäisesti, kuten esimerkiksi maksaa lisäpalveluja, tehdä huonetoiveita tai muokata varaustaan. Tämä kertoo siitä, että asiakkaat ovat valmiita käyttämään itsepalvelua laajasti, kunhan se on helppoa, nopeaa ja tarjoaa mahdollisuuden hoitaa asiat kerralla ilman lisäkysymyksiä tai siirtymistä henkilökunnan luokse. Näissä kommentteissa korostuu asiakkaiden kasvava halu itsenäiseen asiointiin myös hotelliympäristössä.

Itsepalvelutiskien tekninen toimivuus ja käyttömahdollisuus eri vuorokaudenaikoina nousi esiin yksittäisenä mutta merkityksellisenä aiheena. Vastaajat odottavat, että palvelu toimii silloin, kun sitä tarvitaan riippumatta siitä, onko kyseessä yöaika tai ruuhkainen hetki. Tämä heijastaa nykyajan asiakkaan odotusta siitä, että palvelut ovat käytettävissä jatkuvasti ja ilman odottelua. Jos tekninen järjestelmä ei ole käytettävissä tai sen toimivuus on epävarmaa, se voi vähentää luottamusta palveluun ja aiheuttaa tarpeetonta stressiä.

Esteettömyyden huomioiminen on toinen tärkeä osa-alue, joka tuli esille erityisesti liikuntarajoitteisten näkökulmasta. Asiakkaat odottavat, että itsepalvelupisteet suunnitellaan siten, että niitä voi käyttää myös istuen tai apuvälineiden kanssa. Tämä ei ole vain käytännöllinen kysymys, vaan liittyy myös tasa-arvoon ja siihen, että palvelu on aidosti kaikkien saavutettavissa. Kun esteettömyys on otettu huomioon, palvelu on aidosti kaikkien saavutettavissa ja käyttö ei vaadi ylimääräistä vaivannäköä.

Joissain vastauksissa näkyi kiinnostus kehittyneempiin digitaalisiin ratkaisuihin, kuten tekoälyn hyödyntämiseen osana itsepalvelua. Tällaiset ajatukset osoittavat, että osa asiakkaista on jo valmis astumaan seuraavalle tasolle teknologian kanssa he toivovat vuorovaikutteisempaa, personoidumpaa ja älykkäämpää palvelua, joka osaa vastata kysymyksiin ja tarjota apua itsenäisesti. Vaikka tällaiset toiveet voivat vaikuttaa hieman edistyksellisiltä tai vielä harvinaisilta,

ne viestivät siitä, mihin suuntaan asiakkaiden odotukset ovat menossa kohti automatisoituja, mutta samalla yksilöllisiä ja ymmärtäviä asiakaskokemuksia.

Vaikka aihe ei noussut esiin laajasti, muutama vastaus nosti esiin huolen siitä, että omia henkilötietoja voi olla näkyvillä muille palvelua käyttäville. Tämä kertoo siitä, että tietoturva ei tarkoita vain digitaalista suojaa, vaan myös fyysistä yksityisyyttä. Asiakkaat odottavat, että he voivat käyttää palvelua rauhassa, ilman pelkoa siitä, että muut voivat nähdä heidän antamiaan tietoja. Tämän huomioiminen palvelupisteiden sijoittelussa ja suunnittelussa voi vaikuttaa siihen, kuinka turvallisena asiakas kokee itsepalvelun käytön.

Vaikka suurin osa vastaajista suhtautui itsepalveluun positiivisesti, yksittäisissä vastauksissa korostui tarve säilyttää vaihtoehto myös henkilökohtaiseen palveluun. Tämä osoittaa, että digitaaliset ratkaisut eivät sovi kaikille asiakkaille tai tilanteille. Itsepalvelun rinnalla tulisi olla mahdollisuus saada apua henkilökunnalta, mikäli asiakas kokee sen tarpeelliseksi. Tämä lisää turvallisuuden tunnetta ja tuo joustavuutta asiakaskokemukseen.

Avoimien vastausten perusteella esiin nousi useita toistuvia teemoja, jotka liittyvät itsepalvelutiskien käytettävyyteen, toiminnallisuuteen ja asiakaskokemukseen. Alla olevassa taulukossa 2 on esitetty näistä muodostuneet pääteemat, niiden esiintymiskerrat, sekä esimerkkejä vastaajien kommentteista. Tämä auttaa havainnollistamaan, mitkä osa-alueet olivat vastaajille erityisen merkityksellisiä.

Taulukko 2. Frekvenssitaulukko

Teema	Frekvenssi (f)	Esimerkki vastaajalta
Ohjeistuksen ja käytön selkeys	5	Selkeät ohjeet
Esteettömyys	2	Sellaisia tasoja että voi käyttää pyörätuolista
Tekoälyn ja automaation hyödyntäminen	2	Ottaa käyttöön AI
Tietoturva ja yksityisyys	1	Palvelutiskit tulisi olla riittävän etäällä, jotta kukaan ei näe tietoja
Itsepalvelun laajennus lisätoimintoihin	4	Mahdollisuus late checkouitiin, huonepalvelulaskun maksaminen automaattilla
Tekninen toimivuus ja saatavuus	2	Yöllä ei toiminut, jouduttiin jonottamaan
Inhimillisen kontaktin kaipuu	1	Suosin enemmän ihmisten kanssa tekemistä
Ei kokemusta tai ei kehitysehdotuksia	2	Vaikea sanoa, minulla ei ole kokemusta

#### 5.4 Hotelissa tehdyt havainnoinnit

Tiedonkeruumenetelmänä hyödynsin myös havainnointia. Työskentelen itse Clarion Hotel Helsingissä vastaanotossa, ja siksi pystyin seuraamaan asiakaskäyttäytymistä itsepalvelutiskien käytön aikana luonnollisessa ympäristössä arjen tilanteissa. Havainnointi tapahtui osana omaa työvuoroani, joten se oli osallistuvaa havainnointia, jossa pystyin paitsi seuraamaan tapahtumia, myös samalla auttamaan asiakkaita tarpeen mukaan.

Huomasin, että erityisesti kiireisinä hetkinä, kuten iltapäivän ja alkuillan sisäänkirjautumisaikoina, asiakkaat turvautuvat herkemmin itsepalvelutiskeihin. Suurin osa asiakkaista onnistuu käyttämään tiskejä ilman ongelmia, mutta osa palaa kuitenkin takaisin jonoon, yleensä teknisten ongelmien tai epäselvyyksien takia.

Yleisimpiä haasteita ovat tilanteet, joissa asiakas on tehnyt varauksensa kolmannen osapuolen kautta. Tällöin järjestelmä ei aina tunnista varausnumeroa oikein, mikä johtaa siihen, ettei asiakas pääse etenemään. Myös maksujen kanssa esiintyy ongelmia: mikäli varaus on maksettu ennakkoon ja meille saapuu maksutiedot virtuaalikortilla, mutta emme ehdi veloittaa sitä ajoissa, itsepalvelutiski saattaa silti pyytää maksua uudelleen asiakkaalta.

Toinen toistuva pulma on huoneen valinta. Tiski saattaa arpoa huoneen automaattisesti, jolloin asiakkaan toiveet, kuten huoneen näkymä tai kerros, eivät toteudu. Tämä voi johtaa pettymykseen, minkä seurauksena asiakas palaa vastaanotolle esittääkseen toiveitaan.

Huomasin myös, että tiski toimii sujuvammin silloin, kun asiakas on tehnyt varauksen suoraan hotellin omien verkkosivujen kautta. Tällöin prosessi on yleensä nopea ja selkeä, eikä asiakkaan tarvitse syöttää suurta määrää tietoja. Toisaalta, itsepalvelutiski pyytää usein kaikkien majoittujien nimet, passinumerot tai muun henkilötunnisteen sekä allekirjoituksen, mikä koetaan aikaa vieväksi ja raskaaksi, erityisesti silloin, kun asiakas saapuu pitkän matkan jälkeen väsyneenä.

On kuitenkin tärkeää mainita, että olen myös kuullut positiivista palautetta. Useat asiakkaat ovat kertoneet, että tiski toimii hyvin ja nopeasti, ja osa on jopa ilmaissut mielihyväänsä siitä, että voivat hoitaa kirjautumisen itsenäisesti ilman jonottamista.

## 6 Tutkimustulosten perusteella tehdyt johtopäätökset ja kehitysideoita

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, miten hotellin itsepalvelukirjautumispisteet ja erityisesti Clarion hotel Helsingin pisteet toimivat asiakkaiden näkökulmasta ja millaisia haasteita tai kehityskohteita niissä ilmenee. Johtopäätöksenä voidaan sanoa, että itsepalvelutiskien käytettävyyttä voidaan parantaa ennen kaikkea yksinkertaistamalla prosessia ja varmistamalla järjestelmän parempi yhteensopivuus eri varauskanavien kanssa. Myös asiakkaille annettavaa ohjeistusta olisi syytä kehittää, selkeämmät käyttöohjeet paikan päällä tai näyttöön integroidut vaiheittaiset neuvot voisivat vähentää turhautumista. Lisäksi järjestelmän tulisi osata tunnistamaan ennakkoon maksetut varaukset luotettavammin ja välttämään ylimääräisiä maksupyynnöitä.

Tutkimus perustui viiteen keskeiseen kysymykseen, joihin saadut vastaukset ja niiden pohjalta tehdyt kehitysehdotukset esitellään seuraavassa. Ensimmäiseksi haluttiin selvittää, millaisiksi asiakkaat kokevat itsepalvelupisteiden käytön ja mitä ongelmia he kohtaavat. Tutkimusaineistosta nousi esiin, että monet asiakkaat pitävät itsepalvelua käteväenä, mutta erityisesti ensikertalaisille se aiheuttaa epävarmuutta. Haasteita syntyy etenkin silloin, kun järjestelmä ei tunnista varauksia tai vaatii tarpeettoman paljon tietoja, kuten kaikkien matkustajien henkilökohtaisia tietoja. Tämä koettiin raskaaksi ja turhauttavaksi.

Toisena tarkasteltiin, mitä parannuksia asiakkaat toivoivat itsepalvelupisteisiin. Selkeästi esiin nousivat toiveet käyttöprosessin yksinkertaistamisesta, paremmasta ohjeistuksesta ja visuaalisista neuvoista. Moni toivoi myös mahdollisuutta huonevalintaan tai lisäpalveluiden ostoon suoraan pisteeltä. Näiden avulla asiakkaat kokisivat voivansa itse vaikuttaa palveluun enemmän, mikä lisäisi tyytyväisyyttä.

Kolmantena haluttiin ymmärtää, miten hotellin työntekijät kokevat itsepalvelupisteiden toiminnan ja millaisia kehitysehdotuksia heillä on. Henkilökunta koki, että pisteet auttavat ruuhka-aikoina, mutta tekniset ongelmat, erityisesti varaus- ja maksutiedoissa, aiheuttavat lisätyötä. Parannuksia toivottiin järjestelmän älykkyyteen ja yhteensopivuuteen eri varauskanavien kanssa. Lisäksi korostettiin ohjeiden merkitystä ja selkeyttä asiakkaan sujuvan asioinnin varmistamiseksi.

Neljäs tutkimuskysymys koski sitä, miten itsepalvelupisteiden kehittäminen voi helpottaa henkilökunnan työskentelyä ja samalla parantaa asiakaspalvelua. Tulosten perusteella voidaan todeta, että kun asiakkaat onnistuvat kirjautumisessa itsenäisesti, henkilökunta voi keskittyä monimutkaisempiin tilanteisiin ja tarjota henkilökohtaisempaa palvelua. Tämä lisää sekä työn tehokkuutta että tyytyväisyyttä.

Viimeinen tutkimuskysymys tarkasteli, millä tavoin itsepalveluratkaisut voivat tukea hotellin asiakaslähtöistä palvelustrategiaa. Tutkimustulokset tukevat ajatusta, että hyvin toimiva itsepalvelupiste ei ole vain tekninen työkalu, vaan osa asiakaskokemusta. Kun asiakas kokee palvelun helpoksi ja itsenäiseksi, se vahvistaa myönteistä mielikuvaa hotellista ja lisää asiakasuskollisuutta. Siksi itsepalveluratkaisujen kehittäminen kannattaa nähdä investointina palvelun laatuun, ei pelkkänä kustannustehokkuutena.

Yhteenvetona voidaan todeta, että itsepalvelupisteiden kehittäminen vaatii tasapainottelua käytettävyyden, teknisen toimivuuden ja asiakaslähtöisyyden välillä. Asiakkaiden tarpeet ja odotukset tulee ottaa huomioon jokaisessa kehitysvaiheessa. Selkeä käyttöliittymä, toimiva tekninen tausta ja mahdollisuus lisävalintoihin ovat avaintekijöitä onnistuneessa itsepalvelukokemuksessa. Kun nämä toteutuvat, myös henkilökunta hyötyy ja koko palveluprosessi tehostuu.

Vaikka itsepalvelutiskit voivat helpottaa ruuhka-aikoina, ne eivät vielä toimi moitteettomasti kaikille asiakkaille. Pienillä käytettävyyttä parantavilla muutoksilla voitaisiin kuitenkin tehdä suuri ero ja samalla parantaa asiakaskokemusta ja keventää henkilökunnan kuormaa. Havainnoinnin, kyselyiden ja haastattelujen avulla kerätty aineisto tarjosi monipuolisen kuvan niin asiakkaiden kokemuksista kuin henkilökunnan näkemyksistä.

Tulosten perusteella voidaan todeta, että itsepalvelutiskit toimivat pääosin hyvin silloin, kun varaus on tehty suoraan hotellin verkkosivujen kautta. Silloin järjestelmä tunnistaa varauksen nopeasti ja prosessi on asiakkaalle helppo ja nopea. Ongelmatilanteita ilmenee erityisesti silloin, kun varaus on tehty kolmannen osapuolen kautta, tällöin varaukset eivät aina löydy, maksutiedot voivat olla puutteellisia tai järjestelmä pyytää maksua uudelleen. Lisäksi huoneen arpominen automaattisesti ilman asiakkaan toiveiden huomioimista aiheuttaa tyytymättömyyttä.

Tietoperustan valossa monet näistä haasteista ovat yleisiä itsepalveluteknologian käytössä hotellialalla. Esimerkiksi kohdassa 2.1 Haasteet ja rajoitukset automaattisessa sisäänkirjautumisessa käsitellään vastaavia ongelmia, kuten teknisten virheiden vaikutusta asiakaskokemukseen ja järjestelmän yhteensopivuusvaatimuksia. Lisäksi kohdassa 3.2 Itsepalveluratkaisut asiakaskokemuksen näkökulmasta tuodaan esille se, miten asiakkaiden odotukset ja teknologian käyttötaidot vaikuttavat siihen, kokevatko he prosessin vaivattomana vai hankalana.

Tutkimuksen luotettavuuden kannalta aineistonkeruu oli monipuolista, mutta määrällisen aineiston, erityisesti kyselyiden, osalta vastaajamäärä jäi pieneksi. Tämä rajoittaa tulosten yleistettävyyttä,

mutta laadullisen aineiston kautta pystyttiin muodostamaan syvälinen kuva itsepalvelutiskien toimivuudesta.

Haastattelut ja havainnointi tukivat toisiaan hyvin, ja niiden avulla saatiin vahvaa ymmärrystä tilanteesta ja toimintaympäristöstä. Uskottavuutta lisää myös se, että tutkimusympäristö oli minulle tuttu ja havainnointi tapahtui aidossa työympäristössä, kuten luvussa 4.2 Aineiston kerääminen kuvataan. Tuttuus toi kuitenkin mukanaan myös haasteita. Koska olin itse osa työyhteisöä, saatoin joskus katsoa asioita liian tottunein silmin. Jotkut ongelmat tai tilanteet saattoivat jäädä vähemmälle huomiolle, koska ne tuntuivat arkisilta tai normaaleilta. Onkin mahdollista, että ulkopuolinen tutkija olisi huomannut jotakin, mitä itse en tullut ajatelleeksi.

Siksi oli tärkeää pysähtyä välillä pohtimaan omaa rooliani tutkijana ja muistuttaa itseäni siitä, että tutkimuksessa täytyy tarkastella asioita mahdollisimman rehellisesti ja avoimesti. Käytin myös erilaisia menetelmiä, kuten haastatteluja, kyselyitä ja havainnointia, jotta saisin mahdollisimman tasapainoisen kuvan tilanteesta. Tämä auttoi varmistamaan, ettei tutkimus nojautu liikaa vain omiin kokemuksiini.

Tutkimuksen eettinen toteutus oli huolellinen. Kaikilta osallistujilta pyydettiin suostumus, ja heille kerrottiin selkeästi tutkimuksen tarkoitus. Aineisto käsiteltiin luottamuksellisesti ja tutkimuksen aikana noudatettiin tietosuojalainsäädäntöä. Koska työ tehtiin oman työpaikan kontekstissa, eettisten periaatteiden korostaminen oli erityisen tärkeää. Tämä eettinen pohdinta on linjassa myös tietoperustan luvun 2.5 Tietoturva ja asiakastietojen suojaaminen itsepalveluteknologioissa kanssa, jossa käsitellään vastuullisuuden ja tietosuojan merkitystä asiakaskokemuksessa.

Jatkotutkimuksen kannalta voisi olla hyödyllistä toteuttaa laajempi asiakaskysely suuremmalla vastaajamäärällä ja eri asiakasryhmille suunnattuna. Olisi kiinnostavaa vertailla esimerkiksi liikematkustajien ja vapaa-ajan matkustajien kokemuksia erikseen, sillä nämä ryhmät voivat käyttää itsepalvelua hyvin eri tavoin. Lisäksi voisi tarkastella, miten itsepalveluprosessin toimivuutta voitaisiin mitata esimerkiksi reaaliaikaisella asiakaspalautteella kioskien yhteydessä – mikä liittyy suoraan myös kohtaan 3.3 Asiakaskokemuksen mittaaminen ja kehittäminen. Vaikka vastausten määrään on aina vaikea vaikuttaa, kyselyiden jakelua voisi laajentaa esimerkiksi myös muihin saman ketjun hotelleihin. Näin saataisiin vertailukelpoista tietoa eri toimipisteistä ja voitaisiin kehittää palvelua laajemmin koko ketjun tasolla.

Omasta oppimisen näkökulmasta tämä opinnäytetyöprojekti oli todella antoisa ja opettavainen kokemus. Pääsin ensimmäistä kertaa tekemään tutkimuksen ihan alusta asti itse, ja se auttoi ymmärtämään, mitä kaikkea tutkimuksen tekeminen oikeasti vaatii. Opin suunnittelemaan, keräämään aineistoa, analysoimaan tuloksia ja kokoamaan kaiken yhteen järkeväksi

kokonaisuudeksi. Aluksi kaikki tuntui vähän vaikealta ja isolta palaselta, mutta työn edetessä huomasin, miten paljon olin jo oppinut ja miten itsevarmaksi aloin tulla sen kanssa.

Yksi tärkeimmistä asioista, mitä opin, oli se, miten teoriaa ja käytäntöä voi yhdistää. Oli kiinnostavaa nähdä, miten oma työpaikka ja tutut tilanteet näyttivät ihan erilaisilta, kun niitä katsoi tutkijan silmin. Tuntui aika hienolta huomata, että pystyin oikeasti kehittämään jotain vaikkakin pienesti, mutta kuitenkin aidosti asiakkaita varten.

Tämän työn aikana kehityin myös monella muulla tavalla. Opin aikatauluttamaan itseäni ja pysymään tavoitteissa, vaikka välillä tulikin paineita ja väsymystä. Opin myös ottamaan vastaan palautetta ja muokkaamaan omaa tekemistä sen mukaan. Aluksi se tuntui vähän jännittävältä, mutta huomasin, että siitä oli tosi paljon hyötyä. Myös kirjoittaminen ja tiedon käsitteleminen tuntuu nyt helpommalta kuin ennen.

Lisäksi opin paljon siitä, miten teknologia vaikuttaa asiakaskokemukseen. En ollut aiemmin ajatellut, miten tärkeää on, että palvelut ovat oikeasti helppokäyttöisiä ja selkeitä. Nyt ymmärrän, miten paljon pienilläkin asioilla voi olla vaikutusta siihen, miten asiakas kokee palvelun.

Kaiken kaikkiaan tämä projekti opetti minulle tosi paljon, ei pelkästään opinnäytetyön tekemisestä, vaan myös itsestäni. Opin, että osaan enemmän kuin kuvittelin ja pystyn tekemään isoja kokonaisuuksia, kun vaan lähdän liikkeelle ja annan itselleni aikaa oppia. Olen tosi kiitollinen tästä kokemuksesta ja uskon, että tästä on hyötyä tulevaisuudessa, missä ikinä työskentelenkään.



[4&hsa\\_grp=147301425101&hsa\\_ad=663082001242&hsa\\_src=g&hsa\\_tgt=kwd-859849716946&hsa\\_kw=mit%C3%A4%20on%20vastuullisuus&hsa\\_mt=b&hsa\\_net=adwords&hsa\\_ver=3&qad\\_source=1&qclid=Cj0KCQjw-e6-BhDmARIsAOxxlxXAmv6C1-0oNhJXjFINKBLjyZF3oyEAcNYO78k7K9UXDicAxYUDvmcaAv3NEALw\\_wcB](https://www.google.com/search?q=4&hsa_grp=147301425101&hsa_ad=663082001242&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-859849716946&hsa_kw=mit%C3%A4%20on%20vastuullisuus&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&qad_source=1&qclid=Cj0KCQjw-e6-BhDmARIsAOxxlxXAmv6C1-0oNhJXjFINKBLjyZF3oyEAcNYO78k7K9UXDicAxYUDvmcaAv3NEALw_wcB). Luettu: 20.3.2025.

ePressi. 27.9.2017. Tutkimus: suomalaiset kaipaavat henkilökohtaista palvelua itsepalvelun rinnalle. Luettavissa: <https://www.epressi.com/tiedotteet/tyoelama/tutkimus-suomalaiset-kaipaavat-henkilokohtaista-palvelua-itsepalvelun-rinnalle.html?utm>. Luettu: 4.2.2025.

Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus. Docendo Oy. Jyväskylä.

Fischer, M. & Vainio, S. 2015. Potkua Palvelubisnekseen-asiakaskokemus luodaan yhdessä. Talentum Pro. Helsinki.

Gaudoin, M. 9.11.2022. The benefits of mixing staff and self-service in hotels. Luettavissa: <https://www.ariane.com/blog/the-benefits-of-mixing-staff-and-self-service-in-hotels>. Luettu: 6.2.2025.

Ganapathy, S. 16.9.2021. Job roles in hospitality are changing. Luettavissa: <https://www.mews.com/en/blog/job-roles-in-hospitality-are-changing>. Luettu: 21.2.2025.

Gupta, K. & Sharma, S. 31.5.2021. Kiosks as self-service technology in hotels: Opportunities and challenges. Luettavissa: <https://www-emerald-com.ezproxy.haaga-helia.fi/insight/content/doi/10.1108/whatt-10-2020-0125/full/pdf?title=kiosks-as-self-service-technology-in-hotels-opportunities-and-challenges>. Luettu: 5.3.2025.

Hyvärinen, M. Suoninen, E. & Vuori, J. s.a. Haastattelu. Luettavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/laadullisen-tutkimuksen-aineistot/haastattelut/>. Luettu: 20.3.2025.

INTELITY. 2023. Hotel Technology 101: How Hotels Are Using Technology to Gain a Competitive Advantage. Luettavissa: <https://integrity.com/blog/hotels-hospitality-technology-competitive-advantage/> Luettu: 23.3.2025.

Jyväskylän yliopisto. s.a. Haastattelut. Menetelmäpolku. Luettavissa: <https://sites.app.jyu.fi/mehu/fi/menetelmapolku/aineistonhankintamenetelmat/haastattelut>. Luettu: 9.3.2025.

Khanji, I. 8.4.2023. Nämä tiedot sinusta kerätään kaikissa Suomen hotelleissa – taustalla monta painavaa syytä. Luettavissa: <https://www.rantapallo.fi/hotellit/nama-tiedot-sinusta-kerataan-kaikissa-suomen-hotelleissa-taustalla-monta-painavaa-syyta/>. Luettu 8.4.2025.

KioskMachine. (2023). How AI will impact self-service kiosk business. Luettavissa: <https://fi.kioskmachine.net/news/how-ai-will-impact-self-service-kiosk-business-81198055.html> Luettu: 12.2.2025.

Kitty, T. 17.12.2024. Self-service kiosk data security. Luettavissa: <https://www.bestkiosk.com/self-service-kiosk-data-security/>. Luettu: 10.2.2025.

KvantiMOTV. 2010. Kyselylomakkeen laatiminen. Luettavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>. Luettu: 25.3.2025.

Kähkönen, S. & Villa, J. (2023). Asiakaskokemuksen opas. Luettavissa: <https://www.puheet.com/blogi/asiakaskokemuksen-opas>. Luettu: 24.1.2025.

Kälviäinen, M. 3.4.2024. Asiakaskokemuksen tutkimuksen laadulliset menetelmät. Luettavissa: <https://www.labopen.fi/lab-pro/asiakaskokemuksen-tutkimuksen-laadulliset-menetelmat/> Luettu: 18.2.2025.

Lacalle, E. 14.2.2025. Benefits of self-check-in kiosks. Luettavissa: <https://www.mews.com/en/blog/benefits-self-check-in-kiosks>. Luettu: 2.2.2025.

Lintu, A. 25.2.2025. Hotellin manageri. Citybox. Haastattelu. Helsinki.

Marriott International. 2021. Less Hassle, More to Explore: Marriott International Continues to Deliver on Consumer Desire for Enhanced Contactless Technology. Luettavissa: <https://news.marriott.com/news/2021/04/05/less-hassle-more-to-explore-marriott-international-continues-to-deliver-on-consumer-desire-for-enhanced-contactless-technology> Luettu: 15.2.2025.

Mexson, K. 2024. Transforming Hospitality: The Impact of Self-Service on Employee Roles and Responsibilities. Luettavissa: <https://qikserve.com/transforming-hospitality-the-impact-of-self-service-on-employee-roles-and-responsibilities/> Luettu: 10.2.2025.

Michalis, B. s.a. Self-check-in kiosks for hotels: A guide. Canary Technologies. Luettavissa: <https://www.canarytechnologies.com/post/self-check-in-kiosks-for-hotels-guide>. Luettu: 15.1.2025

Morch, A. 10.5.2024. The future of self-service kiosks in the hospitality industry. Luettavissa: <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4121870.html>. Luettu: 24.1.2025.

- Moskaleva, I. 2019. Self-service technologies in the hotel industry: Advantages and challenges. Luettavissa: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/81359>. Luettu: 21.2.2025.
- Mustonen, S., Pöyhönen, P. & Santavuori. 2023. Asiakastutkimus-perusteet ja käytännöt. Alma Talent. Helsinki.
- Mäkela, A. 5.5.2023. The impact of customer experience on brand loyalty. Luettavissa <https://www.feedbackly.com/blog/the-impact-of-customer-experience-on-brand-loyalty/>. Luettu: 30.1.2025.
- Operto.8.12.2022. Disadvantages of self-check in hotel kiosks. Luettavissa: <https://operto.com/blog/disadvantages-of-self-check-in-hotel-kiosks/>. Luettu: 2.2.2025.
- Opinkirjo kehittämiskeskus. s.a. Aineiston analysointi ja tulosten visualisointi. Luettavissa: <https://opinkirjo.fi/tutkimuksen-perusteet/aineiston-analysointi/>. Luettu 3.4.2025.
- Patov, A. 31.8.2024. Why customer experience (CX) is so important in the hospitality industry. Luettavissa: <https://www.renaissance.io/journal/why-customer-experience-cx-is-so-important-in-the-hospitality-industry>. Luettu: 30.1.2025.
- Puusniekka. & Saaranen-Kauppinen. s.a. Havainnointi. Luettavissa: [https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_4.html](https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_4.html). Luettu: 20.3.2025.
- Revinate. s.a. Ways hospitality technology is driving cost savings at hotels. Luettavissa: <https://www.revinate.com/blog/ways-hospitality-technology-is-driving-cost-savings-at-hotels/>. Luettu: 10.2.2025.
- Ruohonen, S. 22.3.2022. Kyselytutkimus. Luettavissa: <https://www.muotoilu.info/index.php/tutkiva-muotoilu/menetelmat/kyselytutkimus/>. Luettu: 25.3.2025.
- RSI Geeks. 21.10.2024. 5 future trends in self-check-in kiosks: What to expect. Luettavissa: <https://rsigeeks.com/blog/5-future-trends-in-self-check-in-kiosks-what-to-expect/>. Luettu: 24.1.2025
- Sarajärvi, A. & Tuomi, J. 2013. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 10. uudistettu painos. Tammi. Helsinki.
- Safariena, I. & Mohd, F. S. 2020 Customer Satisfaction and Business Growth. Luettavissa: <http://abrn.asia/ojs/index.php/JUSST/article/view/60/48>. Luettu: 5.3.2025.
- Savolainen, K. 12.4.2018. GDPR tulee – mitä se tarkoittaa? Luettavissa: <https://seravo.com/fi/gdpr-tulee-mita-se-tarκοittaa/>. Luettu: 21.2.2025.

Schaap, J. 3.4.2018. Why the future of hotels will rely on self-service technology. Luettavissa: <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4087741.html>. Luettu: 20.2.2025.

Sires, S. 7.5.2024. Self-service hotel stay: How automation is changing hospitality. Luettavissa: <https://fueled.com/blog/self-service-hotel-stay/>. Luettu: 2.2.2025.

Strawberry. s.a. Clarion Hotel Helsinki. Luettavissa: <https://www.strawberry.fi/hotellit/suomi/helsinki/clarion-hotel-helsinki/>. Luettu: 2.2.2025.

Strawberry. s.a. WeCare-Strawberryn yhteiskuntavastuu. Luettavissa: <https://www.strawberry.fi/yhteiskuntavastuu/>. Luettu: 20.3.2025.

Trikatsoulas, P. 30.6.2023. Hotel automated check-in: A nightmare for hoteliers? Luettavissa: <https://www.linkedin.com/pulse/hotel-automated-check-nightmare-hoteliers-panos-trikatsoulas/>  
Luettu: 16.3.2025.

Vuori, J. s.a. Laadullinen sisällönanalyysi. Luettavissa: <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/laadullinen-sisallonanalyysi/>. Luettu: 20.3.2025.

Wu, X., Xiang, H., Wang Y. & Huo, Y. 2024. How does customer satisfaction change after hotels start using self-service kiosk? Luettavissa: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103872>. International Journal of Hospitality Management. 122, 103872, s. 1-10. Luettu: 12.1.2025.

Ylva. s.a. Ylva. Luettavissa: <https://ylva.fi/>. Luettu: 20.3.2025.

## Liitteet

### Liite. 1 Clarion Hotel Helsingin asiakaskysely suomeksi

#### Opinnäytetyö kysely itsepalvelutiskien parantamisesta

Moikka!

Olen Elvira Haapalainen, työskentelen Clarion Hotel Helsingin vastaanotossa ja opiskelen Haaga-Heliassa kolmatta vuotta. Kirjoitan opinnäytetyötäni Clarion Hotel Helsingin itsepalvelutiskien parantamisesta, ja haluaisin kuulla mielipiteesi siitä, miten voisimme parantaa itsepalvelutiskien käyttökokemusta.

Kyselyyn vastaaminen vie vain muutaman minuutin, ja kaikkien vastanneiden kesken arvotaan aamupalalahjakortti kahdelle Clarion Hotel Helsingin aamupalalle.

Kyselyssä tulen tarvitsemaan vain sähköpostiosoitteesi arvontaa varten. Osallistujilla on mahdollisuus peruuttaa osallistumisensa milloin tahansa ilman mitään seurauksia. Arvontaan ei ole pakko osallistua, jolloin ei ole pakko antaa sähköpostiosoitetta. Kerätty aineisto säilytetään turvallisesti, ja sähköpostiositteet käsitellään luottamuksellisesti. Kun opinnäytetyö on valmis, aineisto hävitetään asianmukaisesti. Koko tutkimusprosessi toteutetaan noudattaen tietosuojaa ja eettisiä periaatteita.

Kiitos osallistumisesta!

#### 1. Mikä oli ensivaikutelmasi itsepalvelutiskistä?

- Erinomaisen helppo käyttää
- Hyvä, mutta parannettavaa
- Haastavaa käyttää

#### 2. Kuinka selkeiksi koit itsepalvelutiskillä olevat ohjeet ja toiminnot?

- Erittäin selkeät
- Melko selkeät
- Ei kovin selkeät
- Ei lainkaan selkeät

#### 3. Kuinka tyytyväinen olit itsepalvelutiskin nopeuteen ja toimivuuteen?

- Erittäin tyytyväinen
- Melko tyytyväinen
- Neutraali
- Melko tyytymätön
- Erittäin tyytymätön

4. Kuinka pitkä aika kului itsepalvelutiskin käyttöön verrattuna perinteiseen vastaanottoon?

- Paljon nopeammin
- Vähän nopeammin
- Ei ollut eroa
- Paljon hitaammin

5. Kuinka todennäköisesti suosittelisit Clarion Hotel Helsingin itsepalvelutiskin käyttöä ystävällesi tai kollegallesi? (1-5, jossa 1 = erittäin epätodennäköistä ja 5 = erittäin todennäköistä)

	1	2	3	4	5	
Erittäin epätodennäköistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin todennäköistä

6. Miten voisimme parantaa itsepalvelutiskien käyttökokemusta?

7. Haluaisitko jatkossa käyttää itsepalvelutiskin palveluja, jos ne paranevat?

- Kyllä
- En

8. Sähköpostiosoite arvontaan varten:

Lähetä



## Liite 2. Clarion Hotel Helsingin asiakaskysely englanniksi

### Thesis Survey on Improving Self-Service Kiosks

Hello!

My name is Elvira Haapalainen, and I work at the reception of Clarion Hotel Helsinki. I am also in my third year of studies at Haaga-Helia University of Applied Sciences. For my thesis, I am focusing on improving the self-service kiosks at Clarion Hotel Helsinki, and I would really appreciate hearing your thoughts on how we can make the user experience of these kiosks better.

The survey will only take a few minutes to complete, and as a thank you, all participants will have a chance to win a breakfast gift voucher for two at Clarion Hotel Helsinki. To enter the prize draw, I will need your email address. However, it's important to note that participating in the prize draw is completely optional. If you do not wish to participate in the draw, you do not have to provide your email address.

Your answers will be kept private and secure. The email addresses will be handled with care and only used for the prize draw. Once my thesis is finished, all data will be deleted in a proper and safe way. The entire research process will be carried out according to privacy and ethical guidelines.

Thank you for your help and for taking the time to complete the survey!

1. What was your first impression of the self-service kiosk?

- Very easy to use
- Good, but room for improvement
- Difficult to use

2. How clear did you find the instructions and functions at the self-service kiosk?

- Very clear
- Fairly clear
- Not very clear
- Not clear at all

3. How satisfied were you with the speed and functionality of the self-service kiosk?

- Very satisfied
- Fairly satisfied
- Neutral
- Fairly dissatisfied
- Very dissatisfied

4. How much time did it take to use the self-service kiosk compared to the traditional reception?

- Much faster
- A bit faster
- No difference
- Much slower

5. How likely are you to recommend the use of the self-service kiosk at Clarion Hotel Helsinki to a friend or colleague? (1-5, where 1 = very unlikely and 5 = very likely)

	1	2	3	4	5	
Very unlikely	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	very likely

6. How could we improve the user experience of the self-service kiosks?

7. Would you like to use the self-service kiosk services in the future if they improve?

- Yes
- No

8. Email address for the prize draw? (Optional)  
(Your email address is only required for the prize draw and will be handled confidentially.)

Lähetä



### Liite 3. Yleinen kyselylomake

**Opinnäytetyö kysely**

Moikka!  
Olen Elvira Haapalainen, työskentelen Clarion Hotel Helsingin vastaanotossa ja opiskelen Haaga-Heliassa kolmatta vuotta. Kirjoitan opinnäytetyötäni itsepalvelutiskien parantamisesta, ja haluaisin kuulla mielipiteesi siitä, miten itsepalvelutiskien käyttökokemusta voisi parantaa.

Kyselyyn vastaaminen vie vain muutaman minuutin.

Osallistujilla on mahdollisuus peruuttaa osallistumisensa milloin tahansa ilman mitään seurauksia. Kerätty aineisto säilytetään turvallisesti ja käsitellään luottamuksellisesti. Kun opinnäytetyö on valmis, aineisto hävitetään asianmukaisesti. Koko tutkimusprosessi toteutetaan noudattaen tietosuojaa ja eettisiä periaatteita.

**Ikäsi**

18-23

25-34

35-44

45-54

54-65

65 tai yli

**Sukupuolesi**

Nainen

Mies

En halua kertoa

**Kuinka usein yövyt hotelleissa?**

Harvemmin kuin kerran vuodessa

1-3 kertaa vuodessa

4-6 kertaa vuodessa

Yli 6 kertaa vuodessa

**Oletko käyttänyt itsepalvelutiskejä hotelleissa?**

Kyllä

En

Jos et ole, niin miksi?

Kuinka helppokäyttöiseksi koet itsepalvelutiskejä?

Erittäin helppokäyttöiseksi  
 Melko helppokäyttöiseksi  
 Neutraaliksi  
 Melko vaikeakäyttöiseksi  
 Erittäin vaikeakäyttöiseksi

Koitko tarvitsevasi henkilökuntaa itsepalvelutiskin käytössä?

Kyllä  
 En  
 Jos olet tarvinnut, niin miksi?

Kuinka tyytyväinen olit itsepalvelutiskiin asteikolla 1-5 (1 = erittäin tyytymätön, 5 = erittäin tyytyväinen)?

1      2      3      4      5  
 Erittäin tyytymätön                  Erittäin tyytyväinen

Mitä parannuksia tai lisäpalveluja toivoisit, jotta käyttäisit itsepalvelutiskejä jatkossa?

Seuraava

50% Valmis

Opinnäytetyö kysely

Mitä kehitysehdotuksia sinulla olisi itsepalvelutiskien parantamiseksi?

Edellinen    Lähetä

100% Valmis

#### **Liite 4. Haastattelu**

Mikä on työtehtäväsi hotellilla ja kuinka kauan olet työskennellyt täällä?

Kuinka usein huomaat asiakkaiden käyttävän itsepalvelutiskejä?

Miten koet itsepalvelukirjautumispisteiden toimivan tällä hetkellä hotellin asiakaspalveluprosessissa?

Mitä yleisimpiä haasteita asiakkaat kohtaavat itsepalvelukirjautumispisteitä käyttäessään?

Koetko, että kaikki asiakasryhmät (esim. eri ikäiset ja eri kansallisuuksista tulevat asiakkaat) pystyvät hyödyntämään itsepalvelua yhtä sujuvasti?

Millaisia parannuksia itsepalvelukirjautumispisteisiin toivoisit, jotta ne palvelisivat asiakkaita paremmin?

Pitäisikö itsepalvelukirjautumiseen lisätä uusia toimintoja, kuten mahdollisuus ostaa lisäpalveluita tai tehdä erityistoiveita huoneeseen liittyen?

Miten asiakkaiden reaktiot itsepalvelukirjautumiseen ovat vaikuttaneet palvelun yleiseen laatuun ja asiakastyytyvyyteen?