

Satakunnan ammattikorkeakoulu

Markus Kiviniemi

RANTAKARTANO OY:N ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY



Liiketalous ja tietojenkäsittely Pori
Liiketalouden koulutusohjelma
Yritysviestinnän suuntautumisvaihtoehto
2007

RANTAKARTANO OY:N ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

Kiviniemi, Markus
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Joulukuu 2007
Mattila, Heli
UDK: 640.4, 658.64, 658.818
Sivumäärä:

Asiasanat: asiakastyytyväisyys, palvelut, perhejuhlat

Tämän opinnäytetyön aiheena oli tutkia syitä, jotka vaikuttivat siihen, että asiakkaat valitsivat juuri Rantakartanon erilaisten juhlien ja tilaisuuksien järjestämiseen. Tutkimuksen osaongelmia oli selvittää, olivatko tilaisuuksia järjestäneet asiakkaat olleet tyytyväisiä Rantakartanoon ja sen henkilökuntaan. Lisäksi haluttiin selvittää, miten asiakkaat saivat idean käyttää Rantakartanon palveluita ja millainen mielikuva heillä oli Rantakartanosta sekä mitä mahdollisia epäkohtia oli palvelussa, tiloissa tai muussa Rantakartanon toiminnassa. Tutkimus suoritettiin lomakekyselynä maaliskuun 2007 ja marraskuun 2007 välisenä aikana ja kohderyhmänä olivat marraskuun 2005 ja lokakuun 2007 välisenä aikana juhlia järjestäneet asiakkaat.

Tutkimuksen teoreettisessa osassa käsiteltiin asiakastyytyväisyyttä, asiakassuhteen eri kehitysasteita, asiakastyytyväisyyden muodostumista ja imagoa. Empiirisessä osiossa vastaajat jaettiin kahteen pääryhmään, jotka olivat häiden järjestäjät ja muiden tilaisuuksien järjestäjät. Tuloksia tarkasteltiin ja analysointiin kokonaisuutena ja kahden pääryhmän vastauksia vertailtiin toisiinsa. Numeerisia tuloksia vertailtiin ja syvennettiin kohdan ”Vapaa sana, risut ja ruusut” – osion vastauksien perusteella. Lisäksi tuloksista tehtiin johtopäätöksiä ja niistä esitettiin parannusehdotuksia.

Pääosa negatiivisesta palautteesta koski majoitustiloja, pihan kuntoa ja internet-sivuja. Koska kyselyyn vastaajat olivat järjestäneet tilaisuutensa marraskuun 2005 ja lokakuun 2007 välillä, oli tänä aikana suurin osa puutteista ehditty korjata. Positiivista palautetta tuli eniten hyvästä palvelusta ja mukavasta henkilökunnasta, asiakasläh- töisen toimintaperiaatteen toteutumisesta, ruoasta ja tilojen käytettävyydestä hääjuh- lissa.

RANTAKARTANO OY: CUSTOMERS SATISFACTION INQUIRY

Kiviniemi, Markus
Satakunta University of Applied Sciences
Degree Programme in Business
December 2007
Mattila, Heli
UDC: 640.4, 658.64, 658.818
Number of Pages:

Key Words: customer satisfaction, services, family parties

The purpose of this thesis was to explore the factors that effect the customers' selection of using Rantakartano to a different kind of festivity or event. The partial challenges of this study were to clarify if the hosts were happy to Rantakartano and its staff. The purpose was also to clarify how the customers got the idea of using Rantakartanos services and what kind of picture they had about Rantakartano and what conceivable disadvantages there were in services, premises or other Rantakartanos activities. The research was conducted using form inquiry between the March 2007 and November 2007 and the target group were customers who hosted festivities or events between the November 2005 and October 2007.

The topics discussed in the theoretical part of the thesis include the issues of the customer satisfaction, customerships different advancement rates, the development of customer satisfaction and image. In the empirical part of the thesis the hosts were divided in two main groups that were the hosts of weddings and the hosts of the other festivities or events. The results were examined and analyzed as wholeness and by comparing the two main groups to one another. Numeral results were compared and deepened by grounds of answers in the item "Vapaa sana, risut ja ruusut". In addition the conclusions were made and proposals of improvement were given by the results.

Majority of negative feedback related accommodation facilities, condition of the yard and internet pages. Because the festivities or events relating this thesis were occurred between the November 2005 and October 2007, most of the flaws had already been taken care of during the period. Positive feedback was mostly considering good service, nice staff and the successfully executed customer-oriented operational principle, food and the usability of the premises in weddings.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
1.1 Tutkimuksen aihealue	6
1.2 Tutkimusongelmat	7
1.3 Tutkimuksen tavoitteet	7
1.4 Tutkimuksen rajausta	8
2 TUTKIMUSMENETELMÄ	10
3 TUTKIMUKSEN ARVIOINTI	11
3.1 Tulosten toistettavuus	11
3.2 Tulosten pätevyys	11
4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS	12
4.1 Mitä on asiakastyytyväisyys?	12
4.2 Asiakassuhteen kehitysvaiheet	13
4.2.1 Ensiasiakas	13
4.2.2 Uudestaan ostava asiakas	14
4.2.3 Kanta-asiakas	15
4.2.4 Jäsen	15
4.2.5 Kumppani	15
4.2.6 Omistaja	16
4.3 Miten asiakastyytyväisyys muodostuu?	16
4.3.1 Odotuslottuvuudet	17
4.3.2 Ihanneodotukset	17
4.3.3 Ennakko-odotukset	17
4.3.4 Minimiodotukset	18
5 IMAGO	19
5.1 Mielikuva eli imago	19
5.2 Imagon merkitys	19
6 KOHDEYRITYKSEN ESITTELY	21
7 KYSELYLOMAKKEESTA	22
8 ANALYSOINTI, ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY	24
8.1 Järjestetyt tilaisuudet	25
8.2 Miksi valittiin Rantakartano	27
8.3 Mistä tietoa Rantakartanosta	29
8.4 Mielikuva ennen tilaisuutta	31
8.5 Mielikuva tilaisuuden jälkeen	32

8.6 Mielikuva tilaisuutta ennen ja tilaisuuden jälkeen	33
8.7 Asiakaslähtöisyyden arviointi	34
8.8 Sovittujen asioiden toteuttaminen	36
8.9 Kuinka hyvää ruoka oli	37
8.10 Ruoan esillepano	39
8.11 Juhlasalin somistus	40
8.12 Palvelun taso.....	41
8.13 Tilojen sopivuus	43
8.14 Siisteys ja puhtaus	46
8.15 Majoituspalveluiden vaikutus.....	47
8.16 Hinta/laatusuhde	49
8.17 Risut ja ruusut.....	50
8.17.1 Häät.....	50
8.17.2 Muut tilaisuudet	53
9 PARANNUSEHDOTUKSET	57
9.1 Tilat.....	57
9.2 Yleistä parannettavaa	57
LIITTEET	

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen aihealue

Asiakastyytyväisyysmittaus on keino, jolla yritys voi kehittää omaa palveluntasoaan. Vastaaaja voi antaa palautetta täysin anonyymisti eikä joudu kohteliaisuuttaan sensuroimaan sanomisiaan.

Kasvotusten positiivisen palautteen antaminen voi olla paljon helpompaa kuin negatiivisten asioiden esiin tuominen. Usein kielteisiä kokemuksia saaneet asiakkaat vain katoavat ja kertovat ikävät kokemuksensa tuttavilleen. Asiakastyytyväisyysmittauksen avulla yritys voi saada siis rehellisempää palautetta negatiivisista kokemuksista, joita on tiettävästi helpompi kirjoittaa nimettömästi kuin sanoa suoraan toiselle. Asiakastyytyväisyyskyselyn tulosten perusteella yritys ja sen henkilökunta voivat harjoittaa itsetutkiskelua ja näin parantaa palveluissa ja tiloissa esiintyneitä heikkouksia.

Tutkimuksen kohdeyritys on Rantakartano Oy. Juhlat, kuten häät, perustuvat usein kauniisiin mielikuviin, joita juhlan järjestäjillä on. Itse häätapahtuman lisäksi Rantakartanon sijainti, tilat ja henkilökunta vaikuttavat suuresti juhlan tai tilaisuuden onnistumiseen. Jotta asiakas edes harkitsee järjestävänsä juhlat Rantakartanossa, tulee hänen vähintään tietää sen olemassaolosta. Yritykselle on arvokasta tietää, mistä asiakas tuntee sen, jotta se tietää miten se on onnistunut markkinoinnissaan.

Pelkkä tunnettuus ei vielä riitä, vaan asiakkaalla tulee olla myös positiivinen mielikuva yrityksestä ja sen palveluista. Yrityksellä täytyy siis olla hyvä imago. Imagolla tarkoitetaan tässä tapauksessa yritystä havainnoivien ihmisten yrityksestä muodostama mielikuvaa.

1.2 Tutkimusongelmat

Tutkimusongelmilla haluttiin selvittää, ovatko tilaisuuksia järjestäneet asiakkaat olleet tyytyväisiä Rantakartanoon ja sen henkilökuntaan, mistä he saivat idean käyttää Rantakartanon palveluita ja millainen mielikuva heillä on Rantakartanosta, sekä mitä mahdollisia epäkohtia on palvelussa, tiloissa tai muussa Rantakartanon toiminnassa.

1.3 Tutkimuksen tavoitteet

Tutkimuksen tarkoituksena on Juhlatalo Rantakartanossa juhlia tai muita tilaisuuksia järjestäneiden asiakkaiden tyytyväisyyden mittaaminen. Tutkimuksessa vertaillaan myös ylivoimaisesti eniten järjestettävien juhlien, eli häiden, järjestäjien tyytyväisyyttä muiden tilaisuuksien järjestäjiin nähden. Muita tilaisuuksia ovat mm. syntymäpäivät, sukujuhlat, kastejuhlat, rippijuhlat, lakkiaiset, valmistujaisjuhlat, muistotilaisuudet, yritysten vuosijuhlat, cocktailtilaisuudet, saunaillat, kokoukset, seminaarit, teemaillat, brunssit, rapujuhlat, naamiaiset, pikkujoulut, konsertit, tanssiaiset, luokkakokoukset ym.

Rantakartanon tavoitteena on tarjota asiakaslähtöisiä tilaisuuksia, joissa asiakas itse päättää omista juhlistaan ja niiden järjestämisestä. Suullista palautetta henkilökunta on tähän mennessä saanut jokaisen juhlan tai tapahtuman jälkeen. Koska Anne Vaahtera, Rantakartanon emäntä, on läheisissä tekemisissä asiakkaiden kanssa aina juhlien tai tapahtuman suunnittelusta lähtien, hän harvoin saa asiakkailta negatiivista palautetta. Tällä tutkimuksella pyritään saamaan ihmisiltä jo mainittua rehellistä ja oikeellista palautetta nimettömien ja kasvottomien kyselylomakkeiden avulla.

Teoriaosuudessa perehdytään asiakastyytyväisyyteen, sen tavoitteisiin, merkitykseen ja muodostumiseen odotusten ja kokemusten kautta. Teoriaosuus yhdessä empiirisen osuuden kanssa pyrkii vastaamaan tutkimusongelmiin.

Tutkimuksen empiirisessä osuudessa pyritään saamaan vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

- Mikä sai asiakkaat järjestämään juhlat juuri Rantakartanossa?
- Mistä he tiesivät Rantakartanon ennen tilaisuutensa järjestämisestä?
- Olivatko he kenties olleet aiemmin jonkun muun järjestämässä tilaisuudessa Rantakartanossa, ja jos eivät olleet, niin mistä he saivat idean käyttää Rantakartanon palveluita?
- Millainen imago Rantakartanolla oli heidän mielestään ennen kuin he tutustuivat siihen ja miten todellisuus vastasi ennakko-odotuksiin?
- Onko Rantakartanon asiakaslähtöinen palvelukokonaisuus onnistunut asiakkaan haluamalla tavalla?
- Kuunnellaanko asiakasta ja toimiiko asiakassuhteiden hoito?
- Miten henkilökunnan aikaisemmin saama suullinen palaute vastaa tutkimuksen kasvotonta palautteenantoa?
- Millaista palvelua asiakkaat ovat Rantakartanossa saaneet?
- Mihin osa-alueisiin tulisi kiinnittää huomiota asiakkaan mielestä?

1.4 Tutkimuksen rajaus

Juhlatalo Rantakartano Oy:n asiakastyytyväisyysmittauksessa käytettiin kohderyhmänä Rantakartanon varauskirjan yhteystietojen perusteella poimittuja henkilöitä, jotka ovat järjestäneet juhlat tai muita tilaisuuksia Rantakartanossa. Tutkimuksessa ovat mukana kaikki henkilöt, jotka ovat järjestäneet tilaisuutensa vuoden 2005 loka-kuun jälkeen. Suurempaa otosta, jossa olisi ollut mukana muitakin kuin juhlia järjes-

täneitä ihmisiä, kuten majoitusasiakkaita tai tilaisuuksien vieraita, ei tällä kertaa tehty, koska tavoitteena oli kerätä tilaisuuksien järjestäjien kokemuksia ja mielipiteitä.

2 TUTKIMUSMENETELMÄ

Tutkimusmenetelmäksi valittiin tilastollinen tutkimus. Tutkimus suoritettiin kokonaistutkimuksena. Suurimpina syinä tilastollisen tutkimuksen valintaan vaikuttivat tavoitteet saada suuret määrät vastaajia ja heidän pitämisensä anonyymeinä mahdollisimman rehellisten vastausten toivossa. Tämä ei olisi toiminut esimerkiksi teema-haastatteluissa, joissa ollaan haastateltavan kanssa kasvokkain.

Heikkilän mukaan tieteellinen tutkimus on ongelmanratkaisua, joka pyrkii selvittämään tutkimuskohteensa lainalaisuuksia ja toimintaperiaatteita. Hän sanoo empiirisen tutkimuksen perustuvan teoreettisen tutkimuksen perusteella kehitettyihin menetelmiin. Heikkilä esittää empiirisen tutkimuksen tarkoitukseksi testata teoriasta johdetun hypoteesin (olettamus) toteutumista käytännössä. Tutkimusongelmana voi olla myös jonkin ilmiön tai käyttäytymisen syiden selvittäminen tai ratkaisun löytäminen siihen, miten jokin asia pitäisi toteuttaa. (Heikkilä. 1998, 13.)

Holopaisen ja Pulkkinen mukaan tutkimus voi olla joko kokonaistutkimus tai otantatutkimus. Kokonaistutkimuksessa perusjoukon kaikki tilastoyksiköt pyritään tutkimaan. Otantatutkimuksessa tutkitaan vain tietty perusjoukon osajoukko, otos. Tutkimuksen tulokset esitetään tilastoina. Tilastot ovat tiivistettyä tietoa ja ne esitetään tunnuslukuina, taulukkoina tai graafisina esityksinä. (Holopainen & Pulkkinen. 1999, 8.)

Vaikka postikysely- ja haastattelututkimuksilla onkin monia eroja, ovat useammat tutkijat todenneet, etteivät niillä saadut tulokset sanottavasti eroa toisistaan (Heikkilä 1998, 18).

3 TUTKIMUKSEN ARVIOINTI

Tutkimuksessa pyritään välttämään virheiden syntymistä, mutta silti tulosten luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat. Tämän vuoksi kaikissa tutkimuksissa pyritään arvioimaan tehdyn tutkimuksen luotettavuutta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 226.)

3.1 Tulosten toistettavuus

Tutkimuksen reliaabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta. Mittauksen tai tutkimuksen reliaabelius tarkoittaa siis sen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 226.)

Asiakastyytyväisyyskysely suoritettiin kyselylomakkeella lähettämällä kyselylomake asiakkaan kotiin tai työpaikalle. Kysely suoritettiin kasvottomasti ja tulokseen ei vaikuta tutkijan omat motiivit.

3.2 Tulosten pätevyys

Toinen tutkimuksen arviointiin liittyvä käsite on validius (pätevyys). Validius tarkoittaa mittarin tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin mitata. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 226.)

Valitun tilastollisen tutkimusmenetelmän kyky mitata tarkoitettuja asioita ei tavoitteen mukaan täyttnyt. Tämän vuoksi tutkimuksen vastauksia analysoidessa otettiin vakavasti huomioon kyselylomakkeen viimeisen kohdan (16. Vapaa sana, risut ja ruusut), jonka vastausten perusteella saatiin syvyyttä vastauksiin.

4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

4.1 Mitä on asiakastyytyväisyys?

Tyytyväisyys-sana viittaa tosiasiallisesti tyytyväisyysasteeseen tyytyväinen-tyytymätön-ulottuvuudella. Tyytyväisyyden vastinpari ovat aina henkilön odotukset ja henkilöstö-, tuote-, tukijärjestelmä- ja/tai miljöökontaktissa syntyvät kokemukset (Rope & Pöllänen 1994, 29.)

Asiakastyytyväisyys on siis asiakkaan omien odotusten ja hänen yrityksestä asiakkaana saamiensa kokemusten tulos.

Järkevät yritykset eivät ajattele, että ne myyvät tuotteita. Sen sijaan ne solmivat kannattavia asiakassuhteita ja pyrkivät ”omistamaan” asiakkaansa näiden koko eliniän. Tämän ajattelun suosioista ovat todisteena monet viime aikoina julkaistut kirjat, joissa korostetaan pysyviä asiakassuhteita ja asiakkaiden omistamista. Asiakkaat eivät kuitenkaan välttämättä halua olla omistettuja, vaan haluavat päinvastoin säilyttää vapautensa. Yritys haluaa kuitenkin omistaa asiakkaansa varmistamalla hänen uskollisuutensa. (Kotler 1999, 172.)

Omistamisen halu menee vielä pidemmälle. Yritys haluaa lisätä kaiken aikaa osuuttaan asiakkaan liiketoiminnasta. Se haluaa olla jonkin tuotteen ainoa toimittaja sekä tarjota ostajalle yhä enemmän muitakin tämän ostamia tuotteita ja palveluja. Toisin sanoen yritys haluaa kasvattaa asiakasosuuttaan. (Kotler 1999, 172.)

4.2 Asiakassuhteen kehitysvaiheet

Kotlerin (1999, 172–173) mukaan asiakkaan jalostaminen uskollisemmaksi vaatii monivaiheista kehitystä. Kehitysvaiheita asiakassuhteissa ovat:

- ensiasiakas
- uudestaan ostava asiakas
- kanta-asiakas
- jäsen
- kumppani
- omistaja

4.2.1 Ensiasiakas

Ostipa ensiasiakas tennismailan, auton, lakipalveluja tai hotelliyöpymisen, hänelle muodostuu jonkinlainen vaikutelma tekemästään hankinnasta ja myyjästä. Hänelle on syntynyt ennen ostoa jonkinlaisia odotuksia sen perusteella, mitä muut ovat hänelle kertoneet, mitä myyjä on luvannut ja millaisia kokemuksia hän on saanut muista vastaavista hankinnoista. Ostamisen jälkeen hänen tyytyväisyystasonsa vaihtelee hyvin tyytyväisestä hyvin tyytymättöömään. (Kotler 1999, 173.)

Todennäköisyys, että uusi asiakas ostaa uudestaan, liittyy vahvasti ensioston jälkeiseen tyytyväisyyteen. Jos hän on hyvin tyytymätön, tyytymätön tai välinpitämätön, häntä voi pitää ”menetettyinä asiakkaana”. Jos asiakas on tyytyväinen, hän ostaa todennäköisesti uudestaan, ja jos hän on hyvin tyytyväinen, uusintaoston todennäköisyys on erittäin suuri. Yritykset eivät useinkaan tee eroa tyytyväisten ja hyvin tyytyväisten asiakkaiden välillä. Tyytyväiset asiakkaat vaihtavat herkästi toimittajaa, jos jokin toinen yritys tarjoaa heille yhtä suurta tai suurempaa tyydytystä. Hyvin tyytyväisten asiakkaiden on sitä vastoin vaikea löytää toista yritystä, joka tuottaisi heille

heidän mielestään yhtä suuren tyydytyksen. Xeroxin mukaan täysin tyytyväiset asiakkaat ostavat Xeroxin tuotteita puolentoista vuoden sisällä kuusi kertaa todennäköisemmin kuin tyytyväiset asiakkaat. (Kotler 1999, 173.)

Tyytymättömien asiakkaiden elinikäisen tuottojen menettämisen lisäksi yritys menettää myös monia potentiaalisia asiakkaita, jotka ovat päättäneet muilta kuulemiensa arvioiden perusteella olla ostamatta yritykseltä. Asiakkaiden menetyistä edesauttavat hyvin tyytymättömät asiakkaat, jotka tutkimuksen mukaan saattavat kertoa petty-myksestään jopa yhdelletoista muulle. Ironista kyllä, asiakkaista, joiden valitukset on käsitelty tyydyttävästi, kehittyy usein uskollisempi asiakkaita kuin niistä, jotka eivät ole koskaan tyytymättömiä. (Kotler 1999, 175.)

4.2.2 Uudestaan ostava asiakas

Yritykset ovat havainneet, että mitä pitempään asiakkaat säilyvät yrityksen asiakkaina, sitä kannattavampia he ovat. Pitkäaikaisten asiakkaiden kannattavuuteen on neljä syytä; (Kotler 1999, 177).

1. Jos pitkäaikaiset asiakkaat ovat tyytyväisiä, he ostavat ajan mittaan enemmän. Uudestaan ostaminen tapahtuu osittain tottumuksen vaikutuksesta. (Kotler 1999, 177.)
2. Pitkäaikaisen asiakassuhteen kustannukset laskevat ajan mittaan. Rutiineiksi muodostuneet ostot säästävät aikaa ja rahaa. (Kotler 1999, 178.)
3. Hyvin tyytyväiset asiakkaat suosittelevat myyjää usein muillekin potentiaalisille ostajille (Kotler 1999, 178).
4. Pitkäaikaiset asiakkaat eivät suhtaudu myyjän kohtuullisiin hinnankorotuksiin yhtä torjuvasti kuin satunnaiset asiakkaat (Kotler 1999, 178).

Näiden tekijöiden tuloksena ne yritykset, joilla on paljon pitkäaikaisia asiakkaita, ovat muita kannattavampia (Kotler 1999, 178).

4.2.3 Kanta-asiakas

Mitä enemmän asiakas pitää yrityksestä, sitä todennäköisemmin hän puhuu siitä myönteiseen sävyyn joko kysymättä tai kun häneltä kysytään mielipidettä yrityksestä (Kotler 1999, 179–180).

4.2.4 Jäsen

Yritys saattaa pyrkiä vahvistamaan asiakkaidensa uskollisuutta entisestään perustamalla kanta-asiakasohjelman, joka tarjoaa asiakkaille etuoikeuksia. Perusajatuksena on, että jos jäsenyys tuottaa riittävästi erikoisetuja, jäsenet ovat haluttomia vaihtamaan toimittajaa ja menettämään etuoikeutensa. (Kotler 1999, 180.)

4.2.5 Kumppani

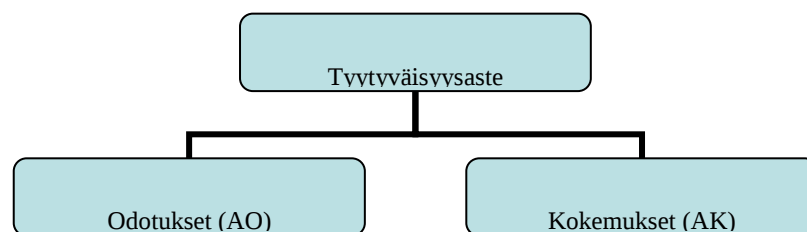
Jotkin yritykset ovat menneet vielä pidemmälle ja pitävät asiakkaitaan kumppaneina. Ne saattavat pyytää asiakkailtaan apua uusien tuotteiden suunnittelussa, pyytää heiltä ehdotuksia yrityksen palvelujen parantamiseksi tai kutsua heidät asiakaspaneeliinsa. (Kotler 1999, 181.)

4.2.6 Omistaja

Asiakas on ehkä arvostetuin silloin, kun hän omistaa osan yrityksestä. Asiakkaat ovat todellakin joissakin yrityksissä juridisia omistajia. Jokaisen yrityksen ei pidä suinkaan pyrkiä muuntamaan asiakkaitaan kumppaneiksi tai omistajiksi. Kumppaneilla tai omistajilla tarkoitetaan usein pikemminkin yritysten suhtautumista asiakkaisiinsa kuin heidän juridista asemaansa. (Kotler 1999, 181–182)

4.3 Miten asiakastyytyväisyys muodostuu?

Asiakastyytyväisyys muodostuu asiakkaan odotusten ja hänen saamiensa kokemusten välisestä suhteesta. Odotustaso muodostaa lähtökohdan ja vertailuperustan kokemuksille. Kokemusten ja odotusten välistä suhdetta voidaan kuvata seuraavasti (Rope & Pöllänen 1994, 29.)



Kuvio 1. Asiakastyytyväisyyden muodostuminen

Kuviossa on oleellista että odotustaso muodostaa lähtökohdan ja vertailuperustan kokemuksille. Samantasoinen toiminta saattaa korkeamman odotustason vallitessa tuottaa pettymystunteen ja matalan odotustason vallitessa positiivisen yllätyksen. (Rope & Pöllänen 1994, 29–30.)

4.3.1 Odotusulottuvuudet

Odotusten ja kokemusten välisiä suhteita tarkasteltaessa puhutaan usein odotuksista yhtenäisenä kenttänä. Tosiasiassa odotuksia on usean lajisia. Yksi toimivimmista odotuslajien luokitteluista on kolmijako: 1) Ihanneodotukset, 2) Ennakko-odotukset, 3) Minimiodotukset (Rope & Pöllänen 1994, 30.)

4.3.2 Ihanneodotukset

Ihanneodotukset kuvaavat henkilön oman arvomaailman mukaisia toiveita siitä toiminnasta, jota hän odottaa joltain yritykseltä tai tuotteelta. Eri henkilöiden odotukset ovat erilaisia. (Rope & Pöllänen 1994, 30.)

Esimerkiksi halpojen hintojen, korkealaatuisten tuotteiden ja henkilökohtaisen palvelun toteutus liiketaloudellisesti tulosta tuottavasti ei ole kovassa kilpailutilanteessa yritykselle realistinen kokonaisratkaisu. Yrityksen täytyykin ratkaista, mistä ihanneodotusten tarveominaisuuksista se onnistuu parhaiten rakentamaan itselleen kilpailuedun ja painottaa sen jälkeen valittuja ominaisuuksia toiminnassaan. (Rope & Pöllänen 1994, 31.)

4.3.3 Ennakko-odotukset

Ennakko-odotukset tarkoittavat sitä odotustasoa, joka henkilöllä on tarkasteltavasta yrityksestä ja/tai tuotteesta ja sen eri ominaisuuksista. Ennakko-odotukset ovat käsitteisällöllisesti sama asia kuin imago eli kohdehenkilön mielikuva yrityksestä tai tuotteesta. (Rope & Pöllänen 1994, 31.)

4.3.4 Minimiodotukset

Minimiodotus kuvaa sitä tasoa, jonka asiakas on asettanut itselleen vähimmäistasoksi, jota hän edellyttää yrityksen/tuotteen toiminnalta (Rope & Pöllänen 1994, 35).

Ajan myötä minimiodotukset ovat nousseet monilla aloilla. Syitä ovat mm.:

- koulutustason nousu
- tulotason nousu
- yrityksen toiminnan tason nousu
- kasvanut markkinajulkisuus
- tekninen kehitys
- kilpailun kiristyminen
- lainsäädännön tuote- ja kuluttajansuoja
- kuluttajaliikkeen aktivoituminen
- eri toimialoilla tehdyt tuotestandardit (esim. EU-direktiivit) (Rope & Pöllänen 1994, 37.)

Yhtä kaikki sillä toiminnan tasolla, joka aiemmin on riittänyt, ei usein enää täytetä edes asiakastyytyväisyyden minimitasoa. Minimiodotukset muodostavatkin sen tason, jonka alle jäävää toimintaa ei yritykseltä tai tuotteelta enää hyväksytä. Kilpailu käydäänkin aina niiden yritysten välillä, jotka täyttävät kaikki edellytysluonteiset minimiodotukset. (Rope & Pöllänen 1994, 37.)

5 IMAGO

5.1 Mielikuva eli imago

Suomessa käytetään yleisesti imagoa tarkoittamaan esimerkiksi ihmisestä, organisatiosta, maasta tai kaupungista syntynyttä kuvaa (Juholin 2006, 187). Esimerkiksi ”Tapahtuman huono imago saa vanhemmat kieltämään lapsiltaan pääsyn konserttiin”. Imago tarkoittaa siis vastaanotettua kuvaa; se on siten vastaanottajan mielikuvien summa (Juholin 2006, 187).

Imago on yksilön tai yhteisön luoma mielikuva jostakin asiasta. Ihminen tekee usein ostopäätöksensä tuotteen tai palveluntarjoajan imagon perusteella.

5.2 Imagon merkitys

Imagon l. mielikuvan merkitys antaa Ropen (1995 s. 135) mukaan seitsemän hyötyä yritykselle:

1. Ostopäätös tehdään aina mielikuvan perusteella.
2. Hyvä mielikuva vaikuttaa siihen, miten yrityksen viestintään suhtaudutaan.
3. Hyvä mielikuva mahdollistaa pitkällä aikavälillä pienemmät markkinointipanokset/myyty yksikkö.
4. Hyvä mielikuva mahdollistaa katteellisemman hinnoittelun.

5. Hyvä mielikuva helpottaa rekrytointia, koska ihmiset haluavat hakeutua tunnettuun, hyvän mielikuvan omaavaan yritykseen.
6. Hyvä mielikuva auttaa sidosryhmäsuhteiden hoidossa.
7. Hyvä mielikuva tuottaa puskurivaikutuksen mahdolliselle negatiiviselle julkisuudelle.

6 KOHDEYRITYKSEN ESITTELY

Juhlatalo Rantakartano Oy on vuonna 1990 perustettu hotelli ja juhlatalo. Liikeideana on tarjota asiakkaille majoituspalveluja ja järjestää erilaisia juhlia ja tilaisuuksia yksityisille, yhteisöille ja yrityksille.

Työllistää osa-aikaisesti noin 10 henkilöä.

- Hotellissa on 20 majoitushuonetta. Vuodepaikkoja on lisävuoteineen noin 50 henkilölle. Huoneen hintaan kuuluu aamiainen ja mahdollisuus saunomiseen.
- Tilausravintola noin 200 henkilölle
- Juhlasali 40 – 200 henkilölle
- Viihtyisä aula, jossa baari A-oikeuksin ja ilmainen langaton internetyhteys
- 2 kabinettia 10 – 40 henkilölle
- 2 saunaa, joista toisessa poreallas
- Kesällä jokirantaterrassi noin 100 henkilölle
- Venelaituri Kokemäenjoen rannassa

Rantakartano sijaitsee noin 3 km Porin keskustasta, Isojoenrannalla, joen pohjoisrannalla. (Rantakartano. 2007.)

7 KYSELYLOMAKKEESTA

Kyselylomake on liitteenä.

Kysymyksiä analysoidaan yksityiskohtaisesti luvussa 7.

Kyselylomakkeen kysymysten vastausasteikkona käytettiin kouluarvosanaa 4-10. Tämä ei välttämättä ollut vastausten analysoinnin kannalta paras vaihtoehto, mutta koska vastaajien joukossa oli runsaasti vanhempia ihmisiä, ajateltiin sen olevan vähiten hämmennystä aiheuttava tapa kerätä tietoa. Esimerkiksi asteikon 1-5 käyttö olisi jopa kesken kyselyn saattanut aiheuttaa ajatuksen: kumpi nyt oli hyvä 1 vai 5?

Kyselylomakkeen kysymyksiä ja vastauksia tarkasteltaessa tärkein huomioitava asia on ehdottomasti se, että huomioi kenelle kysely on suunnattu. Kysely on siis suunnattu vain henkilöille, jotka ovat järjestäneet tilaisuuksia, ei tilaisuuksien vieraille. Tämä aiheuttaa kysymysten asettelulle tiettyjä rajoituksia.

Kuten kyselylomakkeesta käy ilmi (kysymys kuusi), Rantakartanon keskeisimpiin toimintaperiaatteisiin kuuluu asiakaslähtöinen toimintakokonaisuus. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että asiakas itse päättää tilaisuutensa järjestämisestä ja lähes kaikesta siihen liittyvästä. Rantakartano tarjoaa asiakkaalle tilojen ja osaavan henkilökunnan lisäksi monia muita asioita.

Muutama aihe, joista eri kohderyhmälle osoitetussa kyselyssä olisi voinut kysyä eri tavalla:

1. Baari, A-oikeuksin ja juomatarjoilu

Kyselylomakkeeseen mietittiin kysyttävää baarista. Kysymykset päätettiin kuitenkin jättää pois lomakkeesta, koska jo etukäteen tiedettiin siihen liittyvät epäkohdat. Näitä epäkohtia oli kuitenkin turha kysyä,

koska baaria ei voi fyysisesti kasvattaa yhtään enempää. Myös boolin tarjoilu on asiakkaan toiveiden varassa.

2. Ruoka ja ruokailu

Ruokailusta ei voinut kysyä ruuan maittavuuden lisäksi sen tarkempia kysymyksiä. Rantakartanolla on olemassa erilaisia menu – vaihtoehtoja, mutta loppujen lopuksi asiakkaat itse valitsevat mitä vierailleen tarjoavat. He muokkaavat menuja ja esittävät toivomuksiaan ruokalojeista.

3. Rekvisiitta ja koristeet

Erityisesti häissä ja muissa juhlissa, kuten syntymäpäivissä, juhlasali on usein koristeltu kukkasin tai vastaavin ja servietit ovat tietyn väriset. Mutta koska näistäkin asioista päättävät itse juhlien järjestäjät, on niistä melko turha kysellä heidän omaa mielipidettään.

4. Ohjelma

Usein esimerkiksi juhlissa on tavallisimmin joku yhtye soittamassa musiikkia ja tanssittamassa ihmisiä. Tämä kuuluu samaan kategoriaan kuin edellä mainitut; ne valitsevat tilaisuuden järjestäjä itse. Ei voitu siis kysyä ohjelmavalinnan onnistumisesta, koska Rantakartano ei useimmiten ole vaikuttanut ohjelman sisältöön tai sen esittäjien valintaan.

8 ANALYSOINTI, ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

Tässä luvussa käydään kyselylomakkeen kysymykset läpi ja analysoidaan niiden tulosta kysymyksen 16 (Vapaa sana, risut ja ruusut) vastausten tukemana, jos kysymykseen liittyviä kommentteja on olemassa. Kuhunkin kysymykseen mahdollisesti liittyvät kommentit kohdasta ”risut ja ruusut” on liitetty kysymysten analysointiin. Tuloksia havainnollistetaan kaaviokuvilla.

Kyselylomakkeita lähetettiin vuoden 2007 lokakuussa 120 kpl. Niistä seitsemän tuli takaisin osoitteen ollessa tuntematon/vaihtunut. 113 lähetetystä kyselylomakkeesta vastauksia tuli 75 (hää 23 + muut 52kpl). Vastausprosentiksi muodostui 66,4 %.

Kysymyksiin kaksi ja kolme pyydettiin vastaamaan numeroin 1-3, siten että 1 oli tärkein syy. Vastaukset arvosteltiin kuitenkin selvyiden vuoksi niin, että laskettiin vain osumat, eli tärkeysjärjestys unohdettiin. Näin tietoa tosin hukkuu matkalle. Usein vastaaja oli vastannut rastilla vain yhteen tai joissakin tapauksissa useampaan kuin kolmeen kohtaan.

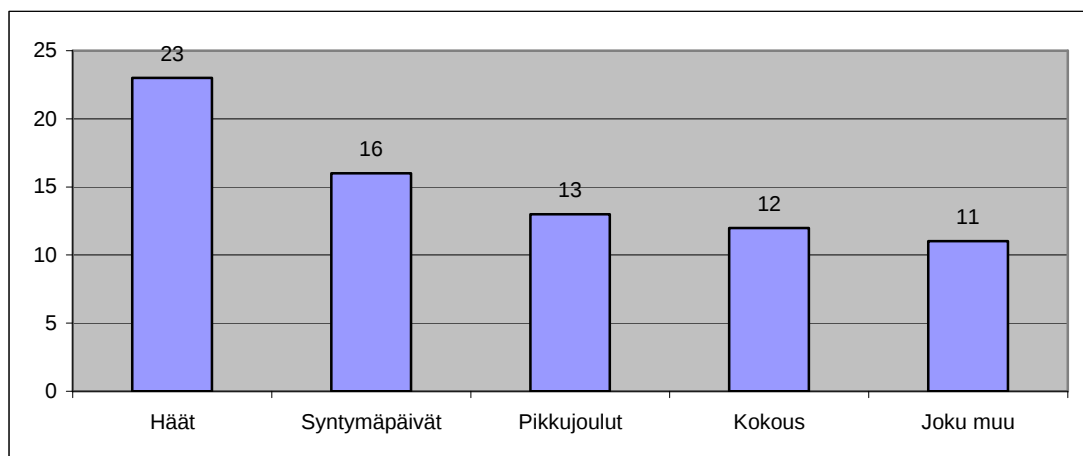
Kysymyksissä yksi, kaksi ja kolme, oli vaihtoehtona ”Joku muu, mikä?”. Näihin vastatut asiat esittelen jokaisen kysymyksen analysoinnin jälkeen.

Vastauksia havainnollistavien kaavioiden y-akselilla on ilmoitettu vastausten määrä, tai vaihtoehtoisesti vastausten prosentuaalinen määrä suhteessa kohdan muihin vastauksiin.

8.1 Järjestetyt tilaisuudet

Kysymys: Mitkä juhlat järjestit?

Tämän kysymyksen päätavoitteena oli saada selville lähinnä häiden järjestäjien lukumäärä suhteessa muiden tilaisuuksien järjestäjien määrään. Näitä kahta pääryhmää vertaillaan tulevissa kysymyksissä.



Kuvio 2. Järjestetyt tilaisuudet.

Kuten yllä olevasta kaaviosta näkyy, niin vastanneista hääjuhlien järjestäjiä oli 23/75 kappaletta, eli noin 31 prosenttia.

Joku muu – sarakkeen vastauksia:

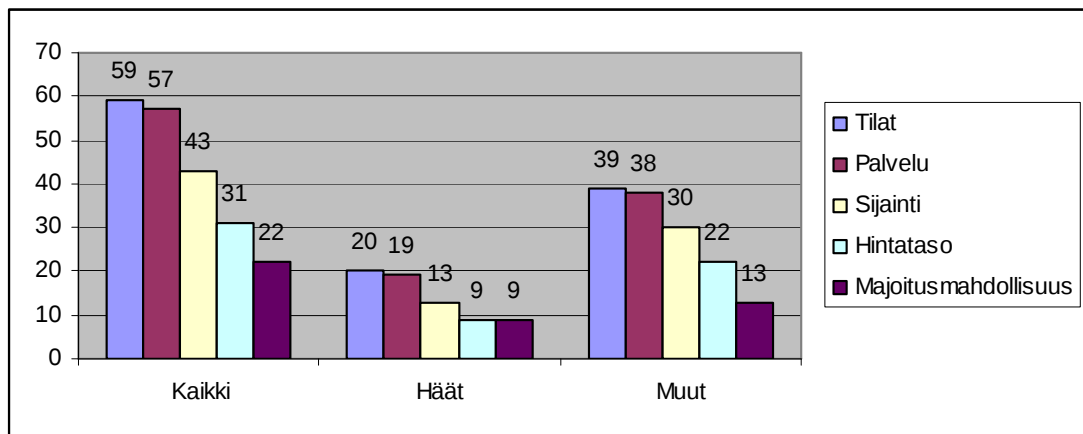
- Hääpäivät
- Eläkkeelle läksiäiset
- Opiskelijoiden juhlat eli sitsit
- Tanssi-ilta
- Lakkiaiset
- Sukujuhlat
- Yrityksen tai yhdistyksen juhlat
- Veteraanijuhlat
- Näkövammaisten teemapäivät
- Kuoron kevätjuhla

- Ikäihmisten kokoontuminen
- Jazz-illallinen

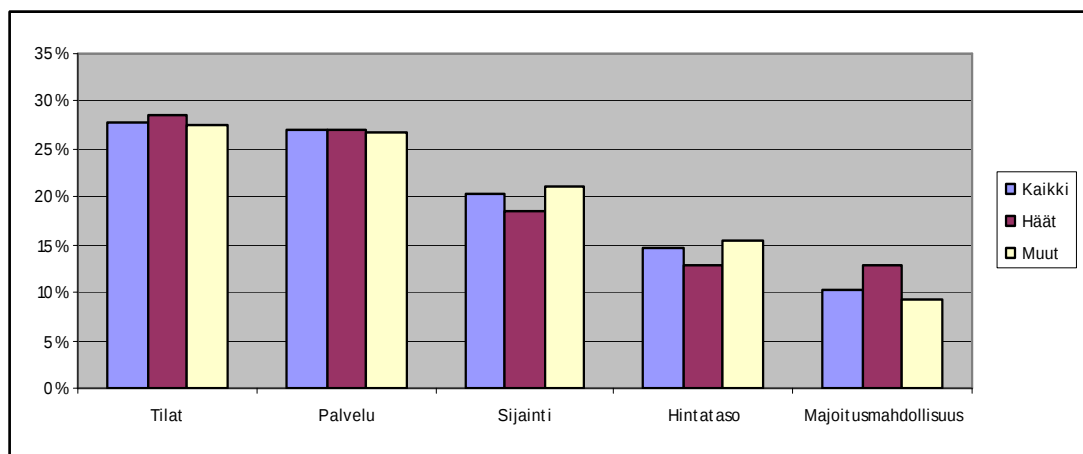
8.2 Miksi valittiin Rantakartano

Kysymys: Miksi järjestit juhlat juuri Rantakartanossa? (numeroi 1-3, 1 = tärkein syy)

Kysymyksellä kaksi oli tavoitteena selvittää, mikä tai mitkä olivat tärkeimmät syyt juhlien järjestämiseen juuri Rantakartanossa.



Kuvio 3. Syyt tilaisuuden järjestämiseen Rantakartanossa. Luvut osoittavat vastausten määrää.



Kuvio 4. Syyt tilaisuuden järjestämiseen Rantakartanossa. Kuviossa on ilmoitettu prosenttiosuudet vastausten kokonaismäärästä.

Kuten yllä olevasta kaaviosta voi huomata, olivat tärkeimmät kriteerit tilaisuuksien järjestämiseen palvelut ja tilat.

Häiden järjestäjät olivat hieman kiinnostuneempia majoitusmahdollisuudesta, kuin muiden tilaisuuksien järjestäjät. Sen sijaan muut arvostivat sijaintia ja hintatasoa enemmän.

Joku muu – sarakkeen vastauksia:

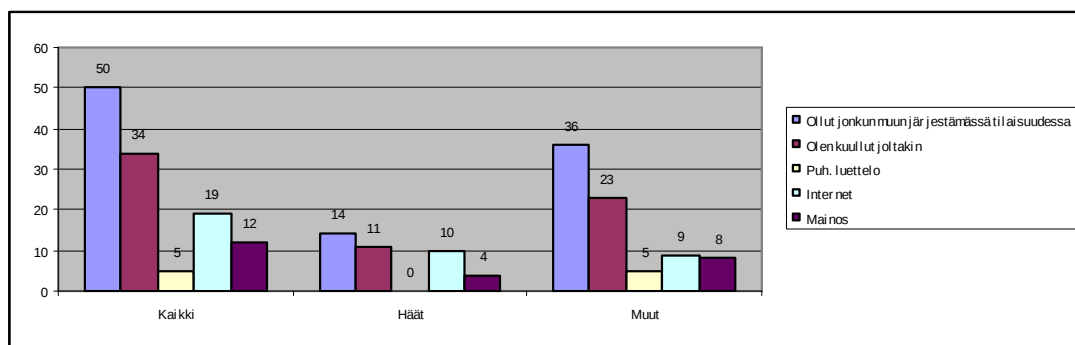
- Hyvä paikka
- Omistaja on tuttava
- Pysäköinti ilman p-maksua
- Muu yhteistyö
- Joen läheisyys

Risut ja ruusut: Tilaisuuksien järjestämiseen vaikutti ”lähellä kaupunkia luonnonläheisessä ympäristössä, jolla on myös oma merkityksensä ja varsinkin kesällä”. Ja ”kaiken sai samasta paikasta (tilat, ruoat, palvelu, majoitus)”.

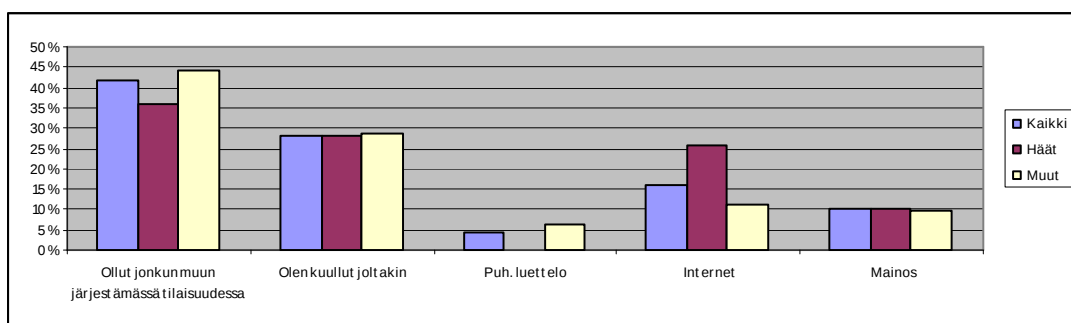
8.3 Mistä tietoa Rantakartanosta

Kysymys: Miten sait tietoa Rantakartanosta? (numeroi 1-3, 1 = tärkein syy)

Kysymys kolme koskee tunnettuutta ja auttaa tunnistamaan ne väylät, joita pitkin asiakkaat tutustuvat Rantakartanoon. Tarkoituksena oli myös selvittää sitä, mihin osa-alueisiin pitäisi panostaa enemmän.



Kuvio 5. Miten asiakas on saanut tietoa Rantakartanosta? Luvut osoittavat vastausten määrää.



Kuvio 6. Miten asiakas on saanut tietoa Rantakartanosta? Kuviossa on ilmoitettu prosenttiosuudet vastausten kokonaismäärästä.

Selvä enemmistö vastaajista oli tutustunut Rantakartanoon jo ennen oman tilaisuutensa järjestämistä, vierailemalla muussa tilaisuudessa. Onkin havaittavissa, että joidenkin kokemukset ovat olleet positiivisia, koska monet ovat järjestäneet tilaisuutensa aiemman vierailunsa perusteella Rantakartanossa. Toki on mahdoton sanoa, kuinka monen kokemukset ovat vaikuttaneet jonkun muun paikan valituksi tulemiseen. Niin sanottu puskaradio oli erittäin vaikuttava tekijä tilaisuuden paikkaa valittaessa. Puskaradiohan on oikeastaan jonkun muun asiakkaan kokemusten kuuntelemista, joten sekin kertoo asiakkaiden olleen tyytyväisiä.

Häiden ja muiden juhlien välillä tehtävässä tarkastelussa on silmiinpistävää se, että häiden järjestäjät arvottivat internetin yli kaksi kertaa paremmin suhteessa kuin muiden tilaisuuksien järjestäjät.

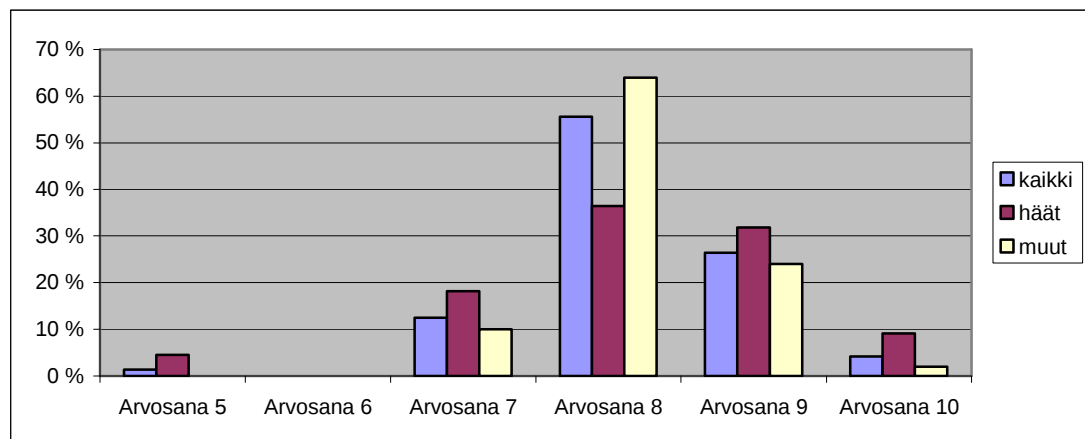
Joku muu – sarakkeen vastauksia:

- Omistaja on tuttava / Omistajilla mökki Laviassa
- Lähellä kotia
- Vakiokäyttäjiä / vuosia kestänyt yhteistoiminta / yhteistyö
- Uteliaisuus ja yleistieto
- Olen ollut töissä Rantakartanossa

8.4 Mielikuva ennen tilaisuutta

Kysymys: Millainen mielikuva sinulla oli yleisesti Rantakartanosta ennen tilaisuutta?
Kouluarvosana 4 - 10.

Kysymys neljä ja viisi muodostavat oikeastaan yhden kokonaisuuden ja niissä käsitellään Rantakartanon imagoa, eli asiakkaille välittyvää mielikuvaa. Kysymyksillä haetaan vastauksia siihen, millainen mielikuva asiakkailta oli ennen tilaisuuden järjestämistä Rantakartanosta, ja miten todellisuus vastasi ennalta kuviteltua. Tässä kohdassa keskitytään mielikuvaan ennen tilaisuutta.



Kuvio 7. Millainen mielikuva ennen tilaisuutta?
Kuviossa on ilmoitettu prosenttiosuutena annetut arvosanat.

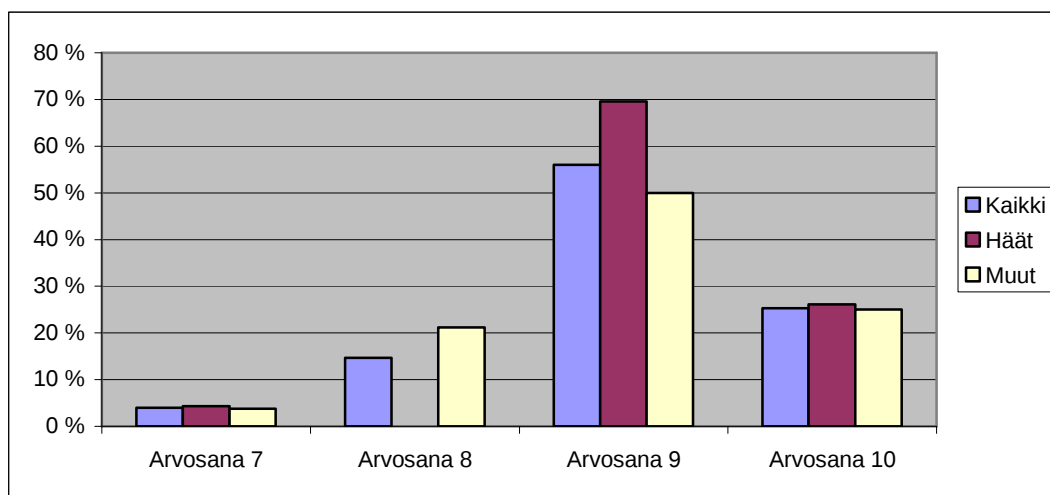
Seitsemää huonompaa arvosanaa ei antanut kuin yksi asiakas, joka antoi viitosen. Toisaalta kymppejäkään ei tullut kuin kolme, kaksi hääjärjestäjiltä ja yksi muilta.

Häävieraat antoivat ennen tilaisuuttaan Rantakartanolle arvosanaksi 8,2, eli saman kuin muiden tilaisuuksien järjestäjät. Kokonaisarvosanaksi muodostui 8,1, ottaen huomioon pyöristykset.

8.5 Mielikuva tilaisuuden jälkeen

Kysymys: Millainen mielikuva sinulla oli yleisesti Rantakartanosta tilaisuuden jälkeen? Kouluarvosana 4 - 10.

Kysymys neljä ja viisi muodostavat oikeastaan yhden kokonaisuuden ja niissä käsitellään Rantakartanon imagoa, eli asiakkaille välittyvää mielikuvaa. Kysymyksillä haetaan vastauksia siihen, millainen mielikuva asiakkaila oli ennen tilaisuuden järjestämistä Rantakartanosta, ja miten todellisuus vastasi ennalta kuviteltua. Tässä kohdassa keskitytään mielikuvaan tilaisuuden jälkeen.



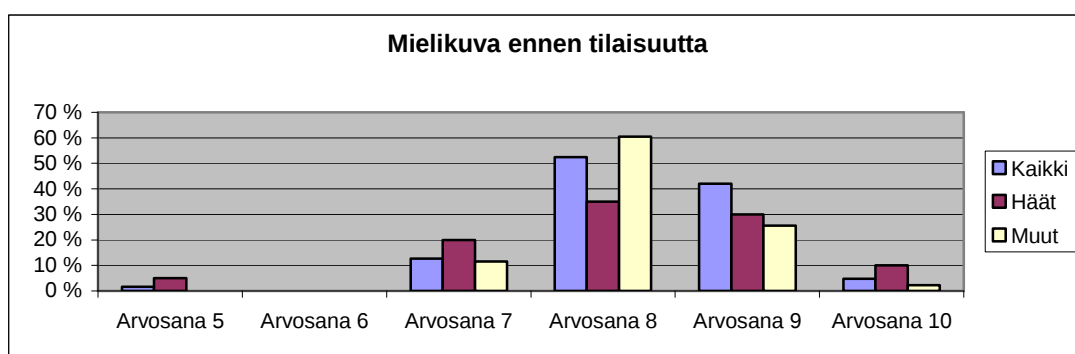
Kuvio 8. Millainen mielikuva tilaisuuden jälkeen?
Kuviossa on ilmoitettu prosenttiosuutena annetut arvosanat.

Huonoin annettu arvosana oli seitsemän, jota oli kuitenkin vain kolme kappaletta kaikista 75:stä. Parasta arvosanaa eli kymppiä annettiin 19 kappaletta.

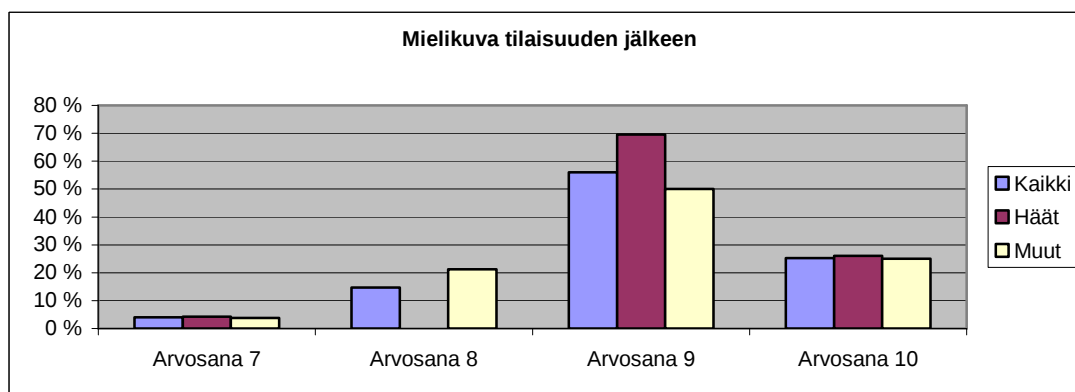
Hääjärjestäjät olivat juhliinsa hieman muita tyytyväisempiä. Kokonaiskeskiarvon ollessa 9, hääjärjestäjät antoivat kokonaisarvosanan 9,2 ja muut 9,0.

8.6 Mielikuva tilaisuutta ennen ja tilaisuuden jälkeen

Kysymys neljä ja viisi muodostavat oikeastaan yhden kokonaisuuden ja niissä käsitellään Rantakartanon imagoa, eli asiakkaille välittyvää mielikuvaa. Kysymyksillä haetaan vastauksia siihen, millainen mielikuva asiakkailta oli ennen tilaisuuden järjestämistä Rantakartanosta ja miten todellisuus vastasi ennalta kuviteltua. Tässä kohdassa keskitytään mielikuvan muutokseen ennen tilaisuutta ja tilaisuuden jälkeen.



Kuvio 9. Mielikuva ennen tilaisuutta. Kuviossa on ilmoitettu prosenttiosuutena annetut arvosanat.



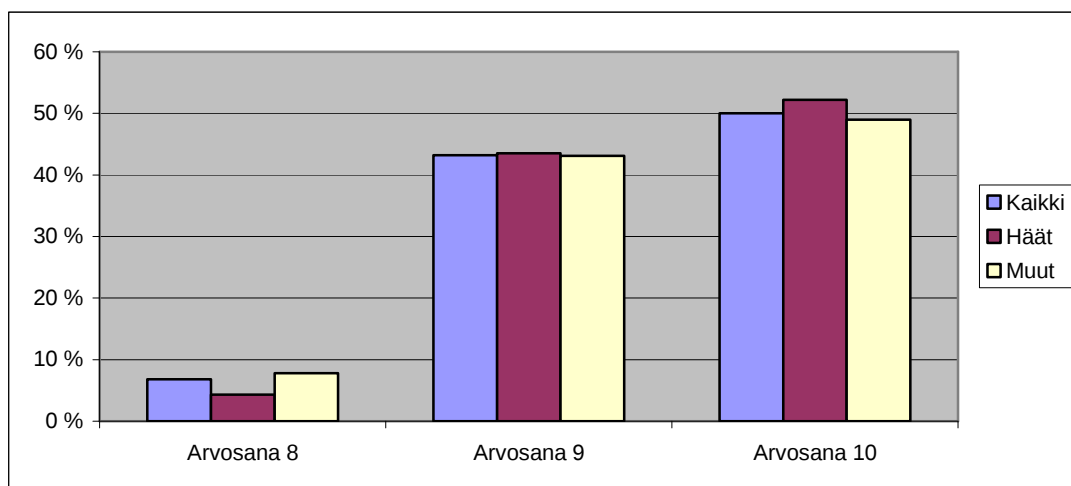
Kuvio 10. Mielikuva tilaisuuden jälkeen. Kuviossa on ilmoitettu prosenttiosuutena annetut arvosanat.

Kuviossa 9 on kuvattu yhteenlasketut arvosanat ennen tilaisuuksien järjestämistä. Kaikkien vastaajien mielikuvissa Rantakartano ansaitsi arvosanaksi keskimäärin 8,1. Tilaisuuden järjestettyään (kuvio 10) he arvottivat sen hieman korkeammalle eli 9 arvoiseksi. Hääjuhlien järjestäjien vastaavat numerot olivat 8,2 ja 9,2. Muiden tilaisuuksien järjestäjät olivat ennen tilaisuutta keskimäärin samaa mieltä hääjärjestäjien kanssa, mutta he eivät olleet toteutuneeseen yhtä tyytyväisiä. Heidän numeronsa olivat 8,2 ja 9,0.

8.7 Asiakslähtöisyyden arviointi

Kysymys: Rantakartanon keskeisimpiin toimintaperiaatteisiin kuuluu asiakslähtöinen toimintakokonaisuus. Miten sinun tilaisuutesi kohdalla tämä toteutui? Eli miten hyvin ajatuksiasi ja toiveitasi kuunneltiin? Kouluarvosana 4 – 10.

Kysymyksen tarkoituksena oli yksinkertaisesti saada tietoa siitä, miten asiakkaat kokevat heidän toiveitaan kuunneltavan. Saavatko asiakkaat kertoa omia ajatuksiaan ja toiveitaan suunnittelupalavereissa, joita järjestetään juuri asiakkaan tarpeiden esille-tuomiseksi.



Kuvio 11. Asiakslähtöisyyden arviointi Kuviossa on ilmoitettu prosenttiosuutena annetut arvosanat.

Huonoin annettu arvosana oli kahdeksan. Kahdeksikon antoi viisi vastaajaa, yhdeksikön 32 ja täyden kympin yhteensä 37 vastaajaa. Rantakartanon asiakslähtöisen toimintaperiaatteen toteutuminen on näiden vastausten perusteella onnistunutta.

Kaikkien vastanneiden kesken keskiarvoksi tuli 9,4. Häiden vastaajat antoivat arvosanaksi 9,5 ja muiden 9,4. Voidaankin todeta, että asiakasta on kuunneltu erinomaisesti hänen esittäessään omia näkemyksiään tilaisuuksia suunniteltaessa.

Häiden ja muiden juhlien järjestäjien vastausten välille ei tullut mainittavaa eroa, vaan hääjärjestäjät olivat vain 0,1 arvostuksen verran tyytyväisempiä.

Risut ja ruusut:

Risut ja ruusut osiossa ei ollut yhtään kommenttia, jonka mukaan Rantakartanon asiakaslähtöinen toimintaperiaate ei olisi toiminut. Sen sijaan useat olivat sitä mieltä, että periaatetta toteutetaan hyvin:

”Toimintaperiaate on erinomainen”

”Yhteistyö juhlien suunnittelusta toteutukseen erinomaista.”

”Rantakartanossa oli erittäin lämminhenkistä, joustavaa ja asiakaslähtöistä palvelua.”

”Toivomukset huomioidaan”

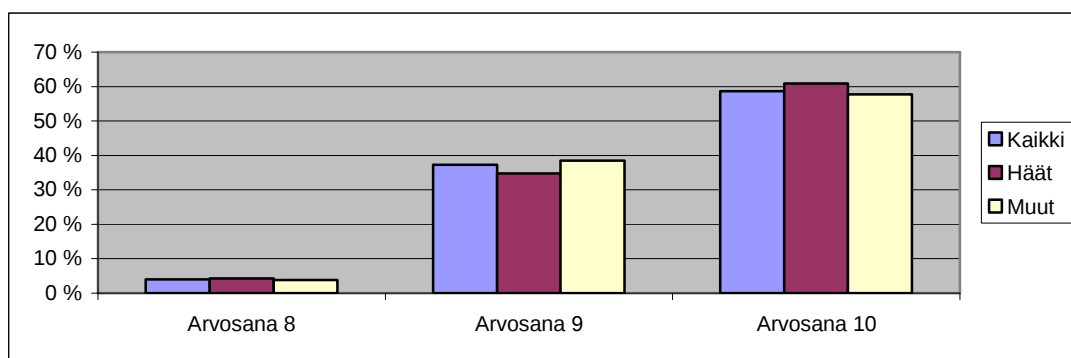
”Omistajat ottavat hyvin tarkkaan tilaajan toiveet huomioon suurella sydämellä”

”Toivomuksiin vastattiin välittömästi”

8.8 Sovittujen asioiden toteuttaminen

Kysymys: Miten hyvin sovitut asiat toteutettiin? Kouluarvosana 4 – 10.

Kysymys numero seitsemän on oikeastaan jatkoa kysymyksen kuusi asiakaslähtöisen toimintakokonaisuuden mittaamiselle. Tässä mitataan, miten hyvin alkupalavereissa, puhelinkeskusteluissa ja muissa yhteyksissä sovitusta asioista pidettiin kiinni ja miten ne toteutuivat. Vaaratekijä on, että asiakkaan kanssa sovitaan jotain, mutta toteutus seuraakin yleisesti tilaisuuksien järjestämisessä käytössä olevia tapoja.



Kuvio 12. Sovittujen asioiden toteuttaminen Kuviossa on ilmoitettu prosenttiosuutena annetut arvosanat.

Huonoin annettu arvosana oli jälleen kahdeksan. Kahdeksikon antoi vain kolme vastaajaa, yhdeksikön 28 ja täyden kympin jopa 44 vastaajaa. Vastaajien mukaan sovitusta asioista pidettiin 9,6 arvoisesti kiinni arvoasteikolla 4 – 10, joka on sama kuin hääjuhlien järjestäjien. Muiden tilaisuuksien järjestäjien antamien arvosanojen keskiarvo on 9,5.

Risut ja ruusut:

Vastaajat eivät edellisen kysymyksen tapaan kirjoittaneet mitään negatiivista sovitujen asioiden toteuttamisesta. Muutama vastaaja oli kuitenkin niin tyytyväinen toiveidensa toteutumiseen, että mainitsi siitä ”risut ja ruusut” -osiossa:

”Sovituista asioista pidettiin kiinni”

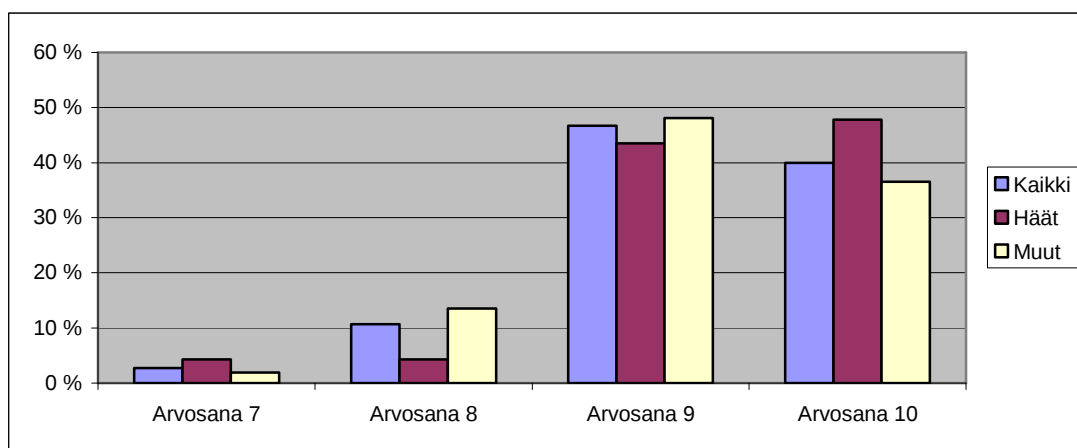
”Kaikki on toiminut aina sopimuksen mukaan. Kaikki toivomukset huomioitu”

”Yhteistyö juhlien suunnittelusta toteutukseen erinomaista.”

8.9 Kuinka hyvää ruoka oli

Kysymys: Kuinka hyvää ruoka oli mielestäsi? Kouluarvosana 4 – 10.

Asiakkaille tarjotaan erilaisia ruokalistavaihtoehtoja joista he valitsevat mieluisimman omaan tilaisuuteensa. He myös muokkaavat ruokalistoja ja esittävät toivomuksia ja vaatimuksia tarjoiluista. Oikeastaan ainoa asia ruokailussa, mihin he eivät voi vaikuttaa, on ruoan maku. Siksi ruoista kysyttiin vain yksinkertaisesti; ”Kuinka hyvää ruoka oli mielestäsi?”.



Kuvio 13. Kuinka hyvää ruoka oli. Kuviossa on ilmoitettu prosenttiosuutena annetut arvosanat.

Vastaukset vaihtelivat arvosta seitsemän, arvoon kymmenen. Arvoja seitsemän ja kahdeksan oli annettu huomattavasti vähemmän, kuin arvoja yhdeksän ja kymmenen. Kokonaisarvosanaksi muodostui 9,3.

Häävieraiden vastausten keskiarvo oli 9,4 ja muiden 9,2.

Risut ja ruusut:

Ruoka ja ruokailuun liittyvistä asioista tuli runsaasti kommentteja. Suurimmalta osalta kommentit olivat positiivisia, mutta negatiivisia kokemuksiakin oli. Eräs oli pettynyt pikkujoulujen tarjontaan: ”Jouluruokailun laatikoissa oli moittimista ja kinkusta viime vuonna.” Myös täytekakku pudotti ruoan makupisteitä erään järjestäjän mielestä: ”Täytekakku oli hieman pliisu.”

Positiivista palautetta tuli runsaasti verrattuna negatiiviseen. Eräskin oli tyytyväinen ruoan makuun, vaikka piti ruokaa kalliina:

”Juomat ja ruoka melko kallista, joskin molemmat maistuivat äärettömän hyvältä.”

Myös täytekakkuun pettynyt oli tyytyväinen muuhun ruokaan:

”Täytekakku oli hieman pliisu. Ruoka muuten hyvää ja hyvin esillä ja näyttävästi”

Muita kommentteja ruoasta:

”Ruoka oli hyvää.”

”Ruoka hyvää.”

”Vieraatkin pitivät paikasta ja ruokaa he kehuivat.”

”Ruuat runsaat ja maukkaat”

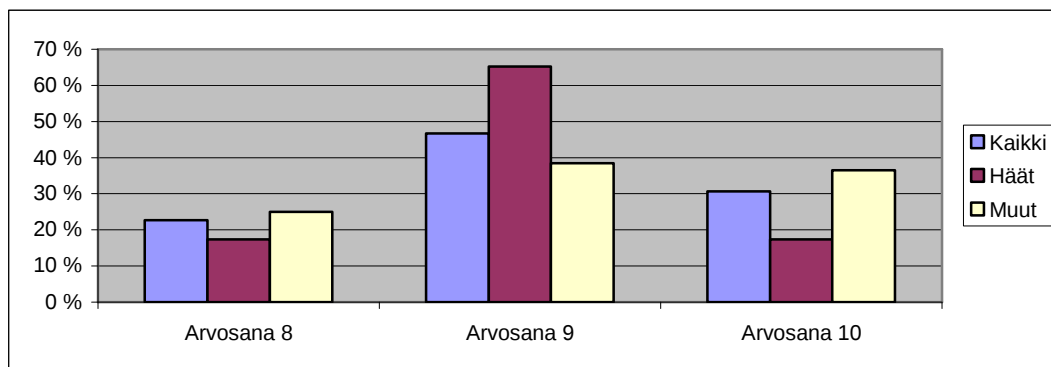
”Ruoka on aina ollut erittäin hyvää, oli sitten tilaisuus ollut mikä tahansa ja sitä on ollut runsaasti tarjolla.”

”Syntymäpäiville osallistuneet olivat tyytyväisiä juhlatalon sijaintiin, sekä tarjoi-
luun.”

8.10 Ruoan esillepano

Kysymys: Minkä arvosanan antaisit ruoan esillepanosta? Kouluarvosana 4 – 10.

Ruoan esillepanoa mitattiin, jotta nähtäisiin, onko asiassa parantamisen varaa.



Kuvio 14. Ruoan esillepano Kuviossa on ilmoitettu prosenttiosuutena annetut arvosanat.

Kahdeksikkoo huonompaa arvosanaa ei kukaan ollut valmis antamaan. Täysiä kympejä tuli kuusi enemmän kuin kahdeksikkoja, joten keskiarvo nousi yli yhdeksään (9,1).

Hääjärjestäjien ja muiden välille ei tullut mainittavaa eroa keskiarvojen ollessa 9,0 ja 9,1.

Risut ja ruusut:

Ruoan maku sai useita kommentteja ”risut ja ruusut” – osiossa, mutta esillepanoa kommentoitiin ohimennen vain kahden vastaajan toimesta:

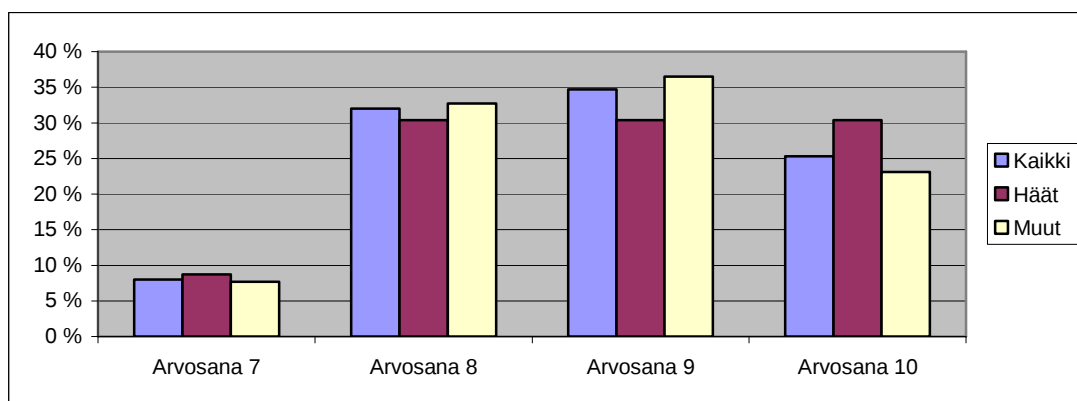
”Ruoka muuten hyvää ja hyvin esillä ja näyttävästi, sekä oli tilaa ottaa.”

”Oikein kodikas tunnelma ja kaunis kattaus oli.”

8.11 Juhlasalin somistus

Kysymys: Minkä arvosanan antaisit juhlasalin somistuksesta? Kouluarvosana 4 – 10.

Juhlasalin somistuksesta kysyttäessä tavoitteena oli testata mielipidettä sen yleisilmeestä ja sopivuutta eri tilaisuuksiin.



Kuvio 15. Juhlasalin somistus Kuviossa on ilmoitettu prosenttiosuutena annetut arvosanat.

Hajonta oli useimpiin kyselyn muihin vastauksiin nähden melko suurta, sillä arvosanan seitsemän antoi kuusi kappaletta ja kahdeksikonkin yli 30% kaikista vastaajista. Yhteiskeskiarvoksi muodostui 8,8.

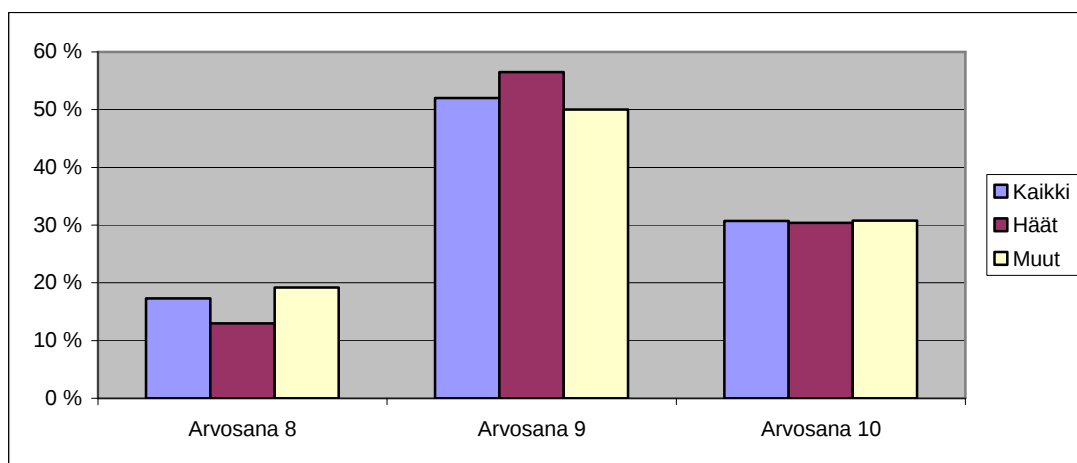
Hääjärjestäjät olivat somistukseen yhtä tyytyväisiä kuin muiden juhlien järjestäjät. Molempien vastanneiden ryhmien keskiarvo oli sama; 8,8.

Juhlasali on maalattu, valaistusta parannettu ja sen lattia on uusittu hiljattain, joten toisten vastaajien järjestämissä tilaisuuksissa sali oli huonommassa kunnossa, kuin toisten. Tämä varmasti vaikutti arvosanaa laskevasti aikaisemmin tilaisuutensa järjestäjien keskuudessa.

8.12 Palvelun taso

Kysymys: Mikä arvosana mielestäsi kuvaa parhaiten palvelun tasoa? Kouluarvosana 4 – 10.

Hyvä asiakaspalvelu on parasta mainosta yritykselle, jonka tavoitteena on saada ihmiset viihtymään mahdollisimman hyvin. Suurin osa Rantakartanossa tilaisuutensa järjestäneistä on ollut itse aikaisemmin jonkun muun järjestämässä tilaisuudessa vieraana (katso kysymys kolme). Hyvien kokemusten kautta he ovat valinneet Rantakartan myös oman tilaisuutensa näyttämöksi. Asiakaspalvelusta on jäätävä mahdollisimman positiivinen kuva, jotta asiakas käyttäisi saman yrityksen palveluja uudelleen ja kertoisi saamastaan kohtelusta myös seuraaville mahdollisille asiakkaille.



Kuvio 16. Palvelun taso. Kuviossa on ilmoitettu prosenttiosuutena annetut arvosanat.

Palvelun taso sai melko tasaiset arviot vastaajilta. Huonoimman arvosanan ollessa kahdeksan ja parhaimman kymmenen, keskiarvoksi muodostui 9,1. Sama keskiarvo oli myös hää- ja muiden tilaisuuksien järjestäjien keskuudessa.

Risut ja ruusut:

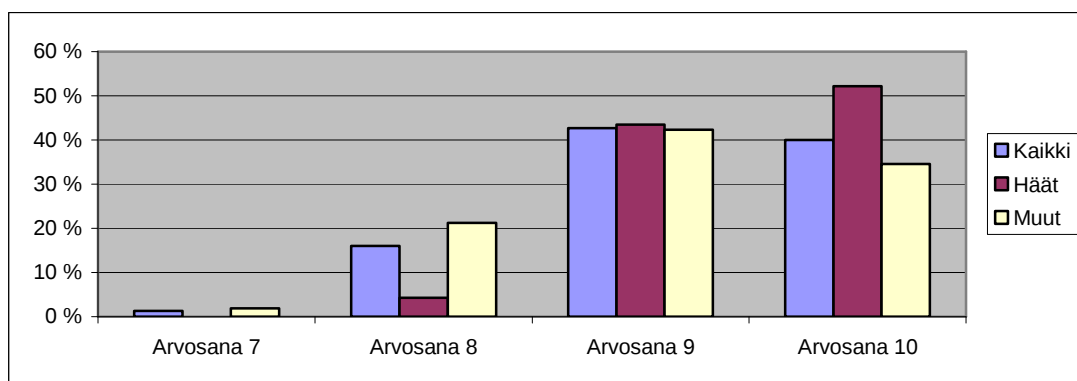
Palvelu (ja henkilökunta) sai runsaasti positiivista palautetta ”risut ja ruusut” – osiossa. Itse asiassa palvelua koskevaa negatiivista palautetta ei tullut ollenkaan. Seuraavassa palautteet palvelusta:

- ”Palvelu oli hyvää.”
- ”Henkilökunnan palvelualttiudesta ruusuja.”
- ”Henkilökuntaa helppo lähestyä.”
- ”Loistava palvelu”
- ”Kaikki henkilökunta erittäin mukavaa.”
- ”Kaikki palvelut erikoisin kiitoksin.”
- ”Tosi ystävällinen henkilökunta”
- ”Suosittelen, hyvä palvelu.”
- ”Henkilökunta erittäin palveluhenkistä”
- ”Pidän palvelutasoa hyvänä.”
- ”Palvelu ystävällistä kaikissa vaiheissa”
- ”Ystävällinen henkilökunta.”
- ”Palvelu oli todella kiitettävää”
- ”Rantakartanossa oli erittäin lämminhenkistä, joustavaa ja asiakaslähtöistä palvelua.”
- ”Palvelu jota saimme, oli hyvää aivan alkuneuvotteluista alkaen.”
- ”Yhteistyö juhlien suunnittelusta toteutukseen erinomaista.”
- ”Syntymäpäiville osallistuneet olivat tyytyväisiä juhlatalon sijaintiin, sekä tarjoi-
luun.”
- ”Rantakartano toteuttaa asiakaslähtöistä palvelua, saa tapahtumaan sopivaa palve-
lua.”
- ”Hyvä palvelu, miellyttävä henkilökunta.”
- ”Palvelun joustavuus
- ”Ystävällinen henkilökunta”
- ”Henkilökunta hyvää ja avuliasta”
- ”Palveluasenne todella hyvä.”
- ”Ystävällinen, asiallinen palvelu!!”
- ”Palvelu erittäin ystävällistä”
- ”Ruusuja vammaisten palvelun hyvästä osaamisesta.”

8.13 Tilojen sopivuus

Kysymys: Miten tilat palvelivat tilaisuuttasi? Kouluarvosana 4 – 10.

Rantakartanossa on useita tiloja (katso luku 6), jotka sopivat lähes tilaisuudelle kuin tilaisuudelle. Vai sopivatko? Tämän pitäisi selvittää kysymyksen 12 vastausten avulla.



Kuvio 17. Tilojen sopivuus. Kuviossa on ilmoitettu prosenttiosuutena annetut arvosanat.

Moni vastaajista oli sitä mieltä, että tilat olivat juuri oikeat heidän tilaisuudelleen. Kaikkien vastaajien kesken arvosanaksi muodostui 9,2.

Hääjuhlien järjestäjät olivat selvästi muita tyytyväisempiä tiloihin. He antoivat arvosanaksi peräti 9,5. Vain yksi kaikista vastaajista antoi arvosanaksi seitsemän ja vain yksi hääjärjestäjästä antoi kahdeksikon. Muiden tilaisuuksien järjestäjien vastauskeskiarvo oli 9,1.

Ilmeisesti Rantakartanon puitteet sopivat parhaiten häiden järjestämiseen, koska vastaajat vaikuttivat olleen tyytyväisiä tiloihin. Muiden tilaisuuksien järjestäjien huonommat tunnelmat saattavat johtua tilojen toimimattomuudesta esimerkiksi luento- tai koulutustapahtumien kohdalla.

Risut ja ruusut:

Tiloista (ja sijainnista) tuli runsaan positiivisen palautteen lisäksi myös paljon negatiivista palautetta.

Positiivisien asioiden kärjessä oli erityisesti Rantakartanon sijainti joen läheisyydessä, joka sai paljon kehuja:

”Ihana paikka”

”Hienot tilat”

”Kaiken kaikkiaan hienot tilat”

”Juhlapaikkana Rantakartano on ihan jees.”

”Vieraatkin pitivät paikasta”

”Tämä paikka on hyvä isollekin ryhmälle”

”Toimiva isolle väkimäärälle”

”Tuikkusauna hääparille oli upea päätös hääpäivälle”

”Säilyttää kotoisa tunnelma.”

”Iso ihana valoisa sali ja hyvä näköala, vanhan ajan kartanotunnelma.”

”Paikka sijaitsee lähellä kaupunkia kauniissa luonnonläheisessä ympäristössä, jolla on myös oma merkityksensä ja varsinkin kesällä.”

”+Hienolla paikalla jokirannassa”

”Hyvä sijainti joen varrella”

”Suositeltava paikka jo kauniin sijaintinsa johdosta (jokimaisema).”

”Ihana sijainti. Silta!!”

”Kaunis näköala, ympäristö kaunis”

”Syntymäpäiville osallistuneet olivat tyytyväisiä juhlatalon sijaintiin”

”Huomioitava asia myös majoitusmahdollisuus.”

”Paikka on erityisen hyvä juhlien pitopaikaksi kun ei ole turhia rappusia ja jos sää sallii, on helppo mennä ulos”

Negatiiviset asiat jaettiin kahteen kategoriaan; Talon sisätiloihin kohdistuneet kommentit ja pihaa ja parkkipaikkoja koskevat kritiikit:

”Ainoa miinus oli majoitushuoneiden taso.”

”Majoitushuoneiden kunnostusta voisi ajatella.”

”Poreamme oli rikki ei kuplan kuplaa harmitti.”

”Suihku / Kylpytiloissa olisi kohentamisen varaa. Viemäri ei vetänyt kunnolla, joten suihkuvesi lillui lattialla ja poreamme ei toiminut ollenkaan.”

”Majoitushuoneiden taso voisi olla korkeatasoisempi”

”Ehkä sisusta kaipaisi jo jotain uudistumista, uudet värit?? Pintamateriaalit??”

”Isolla joukolla hieman ahtaat kabinetit. Naulakot piilossa. Hieman pimeät kabinetit”

”Veto salissa joskus vanhempia ihmisiä häirinnyt.”

”Enemmän vessoja naisille”

”Pysäköintitilat ovat riittävät, mutta sateella ja sateen jälkeen on hankalaa pikkukengissä kävellä autosta sisätiloihin, jos p-alueella myöhemmin on asfaltti tms. niin tilanne on toinen.”

”Piha-alue voisi olla vieläkin siistimpi.”

”Toivottavasti kesällä kauniimmat kukkaistutukset.”

”Autojen parkkitilat puutteelliset.”

”Parkkipaikka pieni”

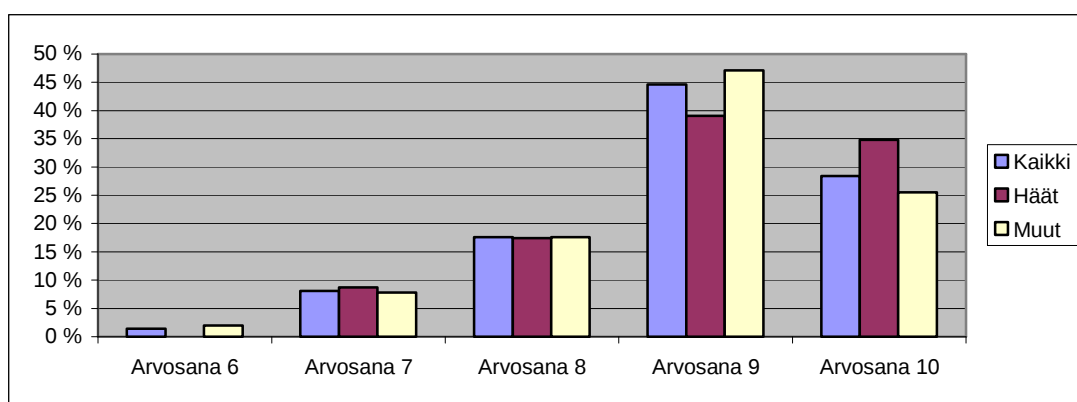
”Sisääntuloympäristö (ulkopuoli) jotenkin hoitamattoman näköistä”

”Pihassa saisi olla laatoitus tai asfaltti ei kuoppainen hiekkapiha (lätäkököt ja hiekka ei sovi juhlaajalkineille)”

8.14 Siisteys ja puhtaus

Kysymys: Minkä arvosanan antaisit tilojen siisteydestä/puhtaudesta? Kouluarvosana 4 – 10.

Epäsiistit ja likaiset tilat antavat halvan ja jopa inhottavan kuvan. Siksi helpoimpia tapoja huolehtia asiakkaiden tyytyväisyydestä on pitää paikat puhtaana ja siisteinä ja tarvittaessa jopa maalata ja kunnostaa epäsiistit pinnat.



Kuvio 18. Siisteys ja puhtaus Kuviossa on ilmoitettu prosenttiosuutena annetut arvosanat.

Hääjärjestäjien arvosana 9,0 ja muiden 8,9 antoivat kokonaisarvosanaksi 8,9. Tilaisuuksien välillä ei siis ollut suurta eroa.

Koska majoitushuoneiden remontti on vielä pääosiltaan tekemättä ja monen vastaa-ajan järjestäessä tilaisuuttaan oli moni muukin kappaleessa 8 mainituista korjauksista vielä tekemättä, vastausten kirjo on melko suurta. Esimerkiksi eräässä vastauslomakkeessa moitittiin majoitushuoneiden siisteyttä, ja sen sanottiin verottaneen arvosanaa.

Risut ja ruusut:

”Piha-alue voisi olla vieläkin siistimpi.”

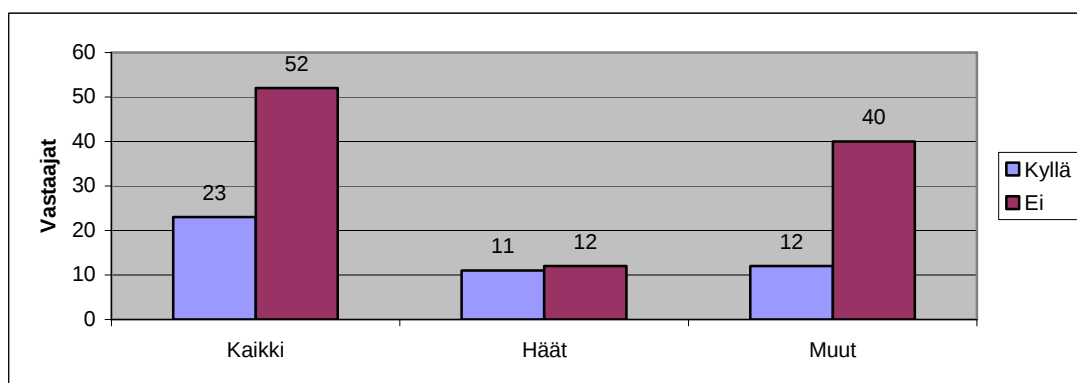
”Remontoinnin eteneminen parantaa tilojen siisteyttä”

”Komennusmiesten vapaa oleskelu aulassa joskus häiritsevää – mutta varmaan asia mille ei voida mitään – koska heidän toimintaansa kuuluu majoituspalvelu. Rento meininki on toisaalta hyvä – toisaalta huono – koska jonkun näköistä epäsiisteyttä havaittavissa.”

8.15 Majoituspalveluiden vaikutus

Kysymys: Vaikuttivatko majoituspalvelut päätöksesi juhlien järjestämiseen Rantakartanossa? Kyllä/Ei.

Rantakartanolla on tarjota majoitusta 20 huoneen verran. Vuodepaikkoja on lisävuoteineen noin 50.



Kuvio 19. Majoituspalveluiden vaikutus tilaisuuden pitämiseen Rantakartanossa

Lähes kolmasosa (30,7 %) kaikista tilaisuuden järjestäjistä oli sitä mieltä, että majoituspalvelut vaikuttivat tilaisuutensa järjestämiseen juuri Rantakartanossa.

Rantakartano tarjoaa hääparille mahdollisuuden viettää hääyönsä hääsviitissä ja käyttää poreammeella varustettua tilaussaunaa. Häihin tullaan usein myös kauempaa, joten oli etukäteen arvattavissa, että useille hääjärjestäjille valinta Rantakartanon palveluiden käyttämiseksi majoituspalveluiden vuoksi olisi muiden tilaisuuksien järjestäjiä yleisempää. Lähes puolet (47,8 %) olikin rastittanut kyllä – vastauksen.

Muihin tilaisuuksiin osallistuja tulevat usein paljon lähempää kuin häihin. Tämän vuoksi on luonnollista, että järjestäjät eivät ole painottaneet majoitusmahdollisuutta kuin vain noin viidennessä osassa tilaisuuksia (23,1 %).

Risut ja ruusut:

”Juhlaparille tarjottu yöpymismahdollisuus oli hyvä juttu.”

”Myös rantakartanon lahja hääparille (yöpyminen & sauna) oli todella mieluinen yllätys!”

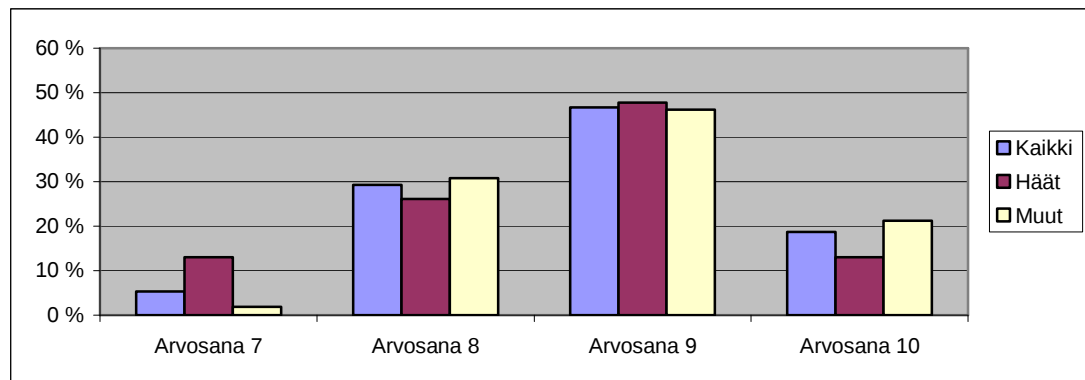
”Tuikkusauna hääparille oli upea päätös hääpäivälle.”

”Ihana paikka ja kun kaiken sai samasta paikasta (tilat, ruoat, palvelu, majoitus), hyvät muistot jäi häistä”

”Huomioitava asia myös majoitusmahdollisuus.”

8.16 Hinta/laatusuhde

Kysymys: Mikä arvosana kuvaisi mielestäsi parhaiten Rantakartanon hinta/laatusuhdetta? Kouluarvosana 4 – 10.



Kuvio 20. Hinta/laatusuhde Kuviossa on ilmoitettu prosenttiosuutena annetut arvosanat.

Kokonaisuutena asiakkaiden mielestä Rantakartanon hinta/laatusuhde sai arvosanaksi 8,8.

Hääjärjestäjien antama arvosana jäi hieman kokonaiskeskiarvosta ollen 8,7. Muiden tilaisuuksien järjestäjien vastaava luku oli keskiarvoa parempi; 8,9

Risut ja ruusut:

Vastauksista päätellen Rantakartanon hinnat ovat kilpailukykyisiä, koska 75 vastaajasta vain viisi oli kommentoinut hintatasoa negatiivisesti:

”Ateriapaketin hinta korkeahko.”

”Juomat ja ruoka melko kallista, joskin molemmat maistuivat äärettömän hyvältä.”

”Baarin taso ei ehkä hintatasoa vastaava.”

”Hinta oli aika arvokas, mutta ajatellen hyvästä oli kiva maksaa.”

”Vain lasku kirpasi ja sekin vain hetken.”

8.17 Risut ja ruusut

Kysymys: Vapaa sana, risut ja ruusut:

Vaikka suurin osa ”risut ja ruusut” – osion vastauksista esiintyy jo analysointikapaleessa, ovat kaikki kommentit kerätty kokonaisuudessaan, sensuroimattomina, seuraavaan:

8.17.1 Häät

Kiitos

Ihana paikka + hlökunta

Suihku / Kylpytiloissa olisi kohentamisen varaa. Viemäri ei vetänyt kunnolla, joten suihkuvesi lillui lattialla ja poreamme ei toiminut ollenkaan.

Mukava henkilökunta ja hienot tilat. Ruoka hyvää. Henkilökunnan hyvä tavoitettavuus. Baarin taso ei ehkä hintatasoa vastaava.

Häämme hoidettiin hyvin. Ruoka oli hyvää. Palvelu oli hyvää. Hinta oli aika arvokas, mutta ajatellen hyvästä oli kiva maksaa. Ilta oli unohtumaton. Kaikki oli kohdallaan. Kiitokset henkilökunnalle.

Rantakartanossa järjestetyt häät olivat oikein hyvin onnistuneet josta olemme tosi kiitollisia. Vieraatkin pitivät paikasta ja ruokaa he kehuivat. Ehkä joskus toistekin järjestämme juuri tässä paikassa toisetkin juhlat. Tämä paikka on hyvä isollekin ryhmälle. Kannatamme tätä paikkaa!

Juomat ja ruoka melko kallista, joskin molemmat maistuivat äärettömän hyvältä. Myös rantakartanon lahja hääparille (yöpyminen & sauna) oli todella mieluinen yllä-

tys! Kaiken kaikkiaan hienot tilat ja loistava palvelu. Vain lasku kirpasi ja sekin vain hetken. Valomerkki myös melko aikaisin.

Ihanat häät saimme Rantakartanossa viettää! Tuikkusauna hääparille oli upea päätös hääpäivälle. Vieraamme kehuivat ruokaa todella paljon! ☺

Henkilökunnan yhtenäinen pukeutuminen olisi hieno juttu. Majoitushuoneiden kunnostusta voisi ajatella. Toimintaperiaate on erinomainen, säilyttää kotoisa tunnelma.

Nettisivut kaipaisivat päivitystä. Boolimalja oli lievä pettymys. Järjestelyt toimivat kuitenkin moitteitta. Suosittelemme.

Poreamme oli rikki ei kuplan kuplaa harmitti. Piha-alue voisi olla vieläkin siistimpi. Henkilökunnan palvelualttiudesta ruusuja.

Toimiva isolle väkimäärälle. Henkilökuntaa helppo lähestyä. Kotoisa ja lämmin tunnelma henkilökunnan ansiosta. Toivomukset huomioidaan. Paikka sijaitsee lähellä kaupunkia kauniissa luonnonläheisessä ympäristössä, jolla on myös oma merkityksensä ja varsinkin kesällä.

Anne on nainen paikallaan ☺ Toivottavasti olette jo uusinnut www-sivuja.

Kaikki sujui juhlistamme hienosti. Ainoa miinus oli majoitushuoneiden taso.

Pelkkiä ruusuja. Menemme myös tänään kuuntelemaan musiikkia ja syömään. 10 hengen porukalla.

Kaikki on toiminut aina sopimuksen mukaan. Kaikki toivomukset huomioitu. Veto salissa joskus vanhempia ihmisiä häirinnyt.

Ihana paikka ja kun kaiken sai samasta paikasta (tilat, ruoat, palvelu, majoitus), hyvät muistot jäi häistä

Varma ja jo perinteikäs paikka Porissa, kaikki henkilökunta erittäin mukavaa.

8.17.2 Muut tilaisuudet

Suosittelava paikka jo kauniin sijaintinsa johdosta (jokimaisema). Kaikki palvelut erikoisin kiitoksin.

Pysäköintitilat ovat riittävät, mutta sateella ja sateen jälkeen on hankalaa pikkukengissä kävellä autosta sisätiloihin, jos p-alueella myöhemmin on asfaltti tms. niin tilanne on toinen. Uuden sillan ja uusitun tieverkoston (Ruosniemi-Harjunpää-Noormarkku) läheisyys on lisämahdollisuus palvelutarjontaan.

Tosi ystävällinen henkilökunta ja meidän juhlat onnistuivat täydellisesti.

Tuttu monesta yhteydestä – synttärit, äitienpäivälounaat yms. Voisiko Rantakartano laittaa tilapäisen mainoskyltin joen puolelle Satakunnan Kansansoudun sunnuntain ajaksi? Suosittelen!

Tuoleilla olisi ollut hyvä voida seistä. Enemmän vessoja naisille. Oikein kodikas tunnelma ja kaunis kattaus oli.

Suosittelen, hyvä palvelu. Sovituista asioista pidettiin kiinni. Huomioitava asia myös majoitusmahdollisuus.

Ruusuja vammaisten palvelun hyvästä osaamisesta.

Autojen parkkitilat puutteelliset.

- Parkkipaikka pieni
- Sisääntuloympäristö (ulkopuoli) jotenkin hoitamattoman näköistä
- Pihassa saisi olla laatoitus tai asfaltti ei kuoppainen hiekkapiha (lätäköt ja hiekka ei sovi juhlaesineille)
- Ehkä sisusta kaipaasi jo jotain uudistumista, uudet värit?? Pintamateriaalit??

- +Hienolla paikalla jokirannassa
- +Henkilökunta erittäin palveluhenkistä
- +Ruuat runsaat ja maukkaat

Jouluruokailun laatikoissa oli moittimista ja kinkusta viime vuonna.

Ruusut on ihan kohdallaan. Kaikki pelasi kiitettävästi. Olen kuullut kaikkien kehu-
van paikkaa jotka ovat olleet ja tarvinneet paikkaa. Olisin minäkin tarvinnut 4kk sit-
ten mutta varattua on niin kovin välillä.

Pidän palvelutasoa hyvänä.

Kokoussalin valkokangas pitää isossa salissa olla isompi ja parempi. Ko. rullaverho
ei ole kustannuksena kallis.

- +Hyvä sijainti joen varrella
- +Palvelu ystävällistä kaikissa vaiheissa
- Tietyt häiritsivät kesällä 2006

Ruoka on aina ollut erittäin hyvää, oli sitten tilaisuus ollut mikä tahansa ja sitä on
ollut runsaasti tarjolla. Ystävällinen henkilökunta. ”Kotoinen olo” kun siellä istuu.

Palvelu oli todella kiitettävää. Järjestäisin mielelläni siellä toisetkin juhlat.

Rantakartanossa oli erittäin lämminhenkistä, joustavaa ja asiakaslähtöistä palvelua.

Palvelu jota saimme, oli hyvää aivan alkuneuvotteluista alkaen.

Olemme järjestäneet 2 kertaa vuodessa rintamaveteraanien tapahtumia, kaikki ovat
tyytyväisiä kaikkeen joten annan täyden 10.

Yhteistyö juhlien suunnittelusta toteutukseen erinomaista.

Juhlaparille tarjottu yöpymismahdollisuus oli hyvä juttu.

Syntymäpäiville osallistuneet olivat tyytyväisiä juhlatalon sijaintiin, sekä tarjoiluun.

Hyvä palvelu, miellyttävä henkilökunta. Iso ihana valoisa sali ja hyvä näköala, vanhan ajan kartanotunnelma.

+Palvelun joustavuus

+Ystävällinen henkilökunta

Juhlapaikkana Rantakartano on ihan jees. Omistajat ottavat hyvin tarkkaan tilaaja toiveet huomioon suurella sydämellä. Risut jätän juhannuskokkoon. Kiitos.

Rantakartano toteuttaa asiakaslähtöistä palvelua, saa tapahtumaan sopivaa palvelua. Ateriapaketin hinta korkeahko.

Ei mitään valittamista. Toivotan Rantakartanolle menestystä. Jotenkin hieman ehkä jostakin voisi modernisoida ja äänen toisto kuntoon. Muuten hyvä ja henkilökunta hyvää ja avuliasta. Täytekakku oli hieman pliisu. Ruoka muuten hyvää ja hyvin esillä ja näyttävästi. Sekä oli tilaa ottaa. Paikka on erityisen hyvä juhlien pitopaikaksi kun ei ole turhia rappusia ja jos sää sallii, on helppo mennä ulos.

Remontoinnin eteneminen parantaa tilojen siisteyttä. Palveluasenne todella hyvä.

Isolla joukolla hieman ahtaat kabinetit. Naulakot piilossa. Hieman pimeät kabinetit. Ihana sijainti. Silta!! Ystävällinen, asiallinen palvelu!!

Kaunis näköala, ympäristö kaunis; toivottavasti kesällä kauniimmat kukkaistutukset.

Komennusmiesten vapaa oleskelu aulassa joskus häiritsevää – mutta varmaan asia mille ei voida mitään – koska heidän toimintaansa kuuluu majoituspalvelu. Rento meininki on toisaalta hyvä – toisaalta huono – koska jonkun näköistä epäsiisteyttä havaittavissa. Taas toisaalle se kuuluu sen talon tunnelmaa. Anne on loistava henkilö – jonka kanssa on miellyttävä keskustella ja sopia asioista. Siihen kuuluu aina mukaan kahvikupponen – mikä on kivaa.

Palvelu erittäin ystävällistä. Ruoka todella hyvää! Toivomuksiin vastattiin välittömästi. Majoitushuoneiden taso voisi olla korkeatasoisempi.

9 PARANNUSEHDOTUKSET

9.1 Tilat

Eniten kritiikkiä vastaajien keskuudessa tuli majoitushuoneiden kunnosta ja sorapihasta joka oli usein kelirikon vuoksi erittäin kuoppainen ja täten myös täynnä kuralätäkkojä.

Hiljattain Rantakartanon sali ja yksi kabinetti on maalattu, lattiat uusittu ja valaistusta parannettu. Myös majoitustiloja remontoidaan hyvää vauhtia ja 4/20 huonetta on täysin remontoitu kylpyhuoneen laatoitusta myöden. Ulkopuolella jo tehtyjä parannuksia ovat terassiin tehty iso katos ja sen valaistus sekä asfaltoitu piha kaikkine istutuksineen ja parkkipaikkoineen. Pihan ollessa nyt jo kunnossa Rantakartanossa on enää tarvetta remontoida loput majoitushuoneet.

9.2 Yleistä parannettavaa

Tiloissa pitäisi ehkä olla niin sanottu puhujanpöytä, riittävän suuri valkokangas, johon heijastaa dataa videotykiltä tai piirtoheittimeltä ja jopa liitutaulun tapainen tusein käytettävä taulu havainnollistamista varten. Taulun tulisi kuitenkin olla naamioitu hyvin, koska hääjuhlien taustalle sellainen ei sovi.

Tilaussaunan poreamme pitäisi ehdottomasti korjauttaa.

Henkilökunnan yhtenäistä pukeutumista toivottiin. Uskoisin, että se asia on helppo korjata.

Nettisivut saivat täysin aiheellista kritiikkiä niiden ollessa melko kehnot. Uusia sivuja on kuitenkin tehty jo tovin aikaa, ja nyt ne ovat vihdoinkin julkaistu (19.10.2007 www.rantakartano.net).

Äänentoisto kaipaisi päivitystä.

Erään vastaajan mielestä tiloja pitäisi modernisoida, mutta huomattavasti useampi oli sitä mieltä, että tilat olivat positiivisen kodikkaat. Tämän vuoksi modernisointiin ei mielestäni ole syytä ryhtyä.

Myös hotellin asiakkaiden läsnäolo sai kritiikkiä tilaisuuksien järjestäjiltä, mutta yleinen oleskeluauula toimii myös sisääntuloaulana, joten asiaan on melko vaikea saada parannusta. Majoitustilojen 1. ja 2. kerroksen välissä on pieni oleskelutila, johon voisi laittaa television ja muuta aktiviteettiä, mutta vaarana on häiritä lähihuoneissa nukkuvia asukkaita.

LÄHTEET

Heikkilä Tarja. 1998. Tilastollinen tutkimus. Helsinki. Edita.

Holopainen, M & Pulkkinen, P. 1999. Tilastolliset menetelmät. Porvoo. WSOY.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Keuruu. Otavan Kirjapaino Oy.

Kotler Philip. 1999. Muuttuva markkinointi. Porvoo. WSOY.

Juholin Elisa. 2006. Viestintä strategiasta käytäntöön. Porvoo. WS.

Rope Timo. 1995. Markkinointiosaaminen. Keuruu. Kustannusosakeyhtiö Otavan painolaitokset.

Rope, T & Pöllänen, J. 1994. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. Juva. WSOY.

Juhlatalo Rantakartanon WWW-sivut. 2007. [Viitattu 25.11.2007] Saatavissa <http://www.rantakartano.net>

LIIETTEET

RANTAKARTANON ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

Hei! Olen liiketalouden opiskelija Satakunnan ammattikorkeakoulusta. Teen opin-
näytetyökseni Juhlatalo Rantakartano Oy:n imago-, tunnettuus- ja asiakastyytyväi-
syyskyselyä. Kysely koskee nimenomaan henkilöitä, jotka ovat järjestäneet juhlat tai
muun tilaisuuden Rantakartanossa.

Toivon Sinun vastaavan 14.10.2007 mennessä tähän luottamukselliseen kyselyyn.
Kirjeessä on mukana palautuskuori ja postimerkki, joten sinulle ei tule kuluja ja
mahdollisimman vähän vaivaa. Kyselyyn vastataan täysin nimettömästi.

Kaunista syksyä toivottaen ja vastauksista kiittäen; Markus Kiviniemi.

1. Mitkä juhlat järjestit?

Häät __, Syntymäpäivät __, Pikkujoulut __, Kokous __, Joku muu, mikä?

2. Miksi järjestit juhlat juuri Rantakartanossa? (numeroi 1-3, 1 = tärkein syy)

Tilat __, Palvelu __, Sijainti __, Hintataso __, Majoitusmahdollisuus __,
Joku muu, mikä? _____

3. Miten sait tietoa Rantakartanosta? (numeroi 1-3, 1 = tärkein syy)

Olen ollut jonkun muun järjestämässä tilaisuudessa __, Olen kuullut joltakin __,
Puh. luettelo __, Internet __, Mainos __, Joku muu, mikä?

4. Millainen mielikuva sinulla oli yleisesti Rantakartanosta *ennen* tilaisuutta?

Kouluarvosana 4-10? _____

5. Millainen mielikuva sinulla oli yleisesti Rantakartanosta tilaisuuden *jälkeen*?

Kouluarvosana 4-10? _____

6. Rantakartanon keskeisimpiin toimintaperiaatteisiin kuuluu asiakaslähtöinen toimintakokonaisuus. Miten sinun tilaisuutesi kohdalla tämä toteutui? Eli miten hyvin ajatuksiasi ja toiveitasi kuunneltiin?

Kouluarvosana 4-10? ____

7. Miten hyvin sovitut asiat toteutettiin?

Kouluarvosana 4-10? ____

8. Kuinka hyvää ruoka oli mielestäsi?

Kouluarvosana 4-10? ____

9. Minkä arvosanan antaisit ruoan esillepanosta?

Kouluarvosana 4-10? ____

10. Minkä arvosanan antaisit juhlasalin somistuksesta?

Kouluarvosana 4-10? ____

11. Mikä arvosana mielestäsi kuvaa parhaiten palvelun tasoa?

Kouluarvosana 4-10? ____

12. Miten hyvin tilat palvelivat tilaisuuttasi?

Kouluarvosana 4-10? ____

13. Minkä arvosanan antaisit tilojen siisteydestä/puhtaudesta?

Kouluarvosana 4-10? ____

14. Vaikuttivatko majoituspalvelut päätökseesi juhlien järjestämiseen Rantakartanossa?

Kyllä ____ / Ei ____

15. Mikä arvosana kuvaisi mielestäsi parhaiten Rantakartanon hinta/laatusuhdetta?

Kouluarvosana 4-10? ____

16. Vapaa sana, risut ja ruusut:
