

**Matkailutuotteen suunnitteluprosessi**  
**Leijalautailumatka Fuerteventuralle**

Eero Mäki-Kokkila



<b>Tekijä</b> Eero Mäki-Kokkila	
<b>Koulutusohjelma</b> Matkailun liikkeenjohto	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Matkailutuotteen suunnitteluprosessi Leijalautailumatka Fuerteventuralle	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 41 + 35
<p>Opinnäytetyö on osa allekirjoittaneen kehitystä matkailualan yrittäjäksi. Hän on suuntautunut opinnoissaan yrittäjyyteen ja harrastaa leijalautailua. Hän haluaa luoda harrastuksestaan liiketoimintaa ja perustaa matkailualan yrityksen tulevaisuudessa. Työn toimeksiantajana toimii allekirjoittanut itse. Yksi yrityksen keskeisimpiä asioita on myytävät tuotteet. Opinnäytetyössä suunnitellaan tulevan yrityksen pilottituote.</p> <p>Työn tavoitteena on suunnitella seitsemän päivän mittainen leijalautailumatka lajista kiinnostuneille aloittelijoille, minkä aikana asiakkaat oppivat leijalautailemaan. Alatavoitteina on löytää ideaalinen leijalautailupaikka Fuerteventuralta sekä sopivimmat yhteistyökumppanit matkailutuotteen tuotteistamista varten. Työn aihe on rajattu matkailutuotteen suunnitteluprosessiin.</p> <p>Opinnäytetyö on produktiivinen, se on jaettu kahteen osaan, tietoperustaan ja empiiriseen osaan. Tietoperustassa käsitellään matkailutuotteen teoriaa eri näkökulmista, matkailutuotteen suunnitteluprosessin vaiheita, elämyksien tuottamista sekä urheilu- ja erikoisharrastamatkailua. Empiirinen osa seuraa tietoperustassa esiteltyä matkailutuotteen suunnitteluprosessi-mallia. Se esittelee allekirjoittaneen työn teon vaiheet ideoinnista tuotekuvaukseen omien ajatusten ja pohdintojen kera. Tiedonhankinnan menetelminä työssä käytetään osallistuvaa havainnointia, vapaamuotoisia kyselyä sekä elektronista tiedonhakua. Merkittävänä tiedonhaun vaiheena toimii kahden kuukauden mittainen opintomatka Fuerteventuralle. Työ aloitettiin tammikuussa 2017 ja saatiin päätökseen saman vuoden marraskuussa.</p> <p>Matkailutuotteen suunnitteluprosessi alkaa ideoinnilla sekä tiedonhankinta vaiheilla ja päättyy matkailutuotteen kokoamiseen sekä valmiin matkailutuotteen esittelyyn tuotekuvauksena. Työn lopputulos vaikuttaa onnistuneelta. Esittelytilaisuudessa se sai hyvää palautetta ja herätti kiinnostusta kohderyhmään lukeutuvilta henkilöiltä. Seuraava vaihe tuotteen kehityksessä on sen testaus käytännössä sekä markkinoinnin yksityiskohtainen suunnittelu. Allekirjoittaneen kehityksessä yrittäjäksi seuraavana on vuorossa syvällisempi perehtyminen matkailualan ja yrittäjyyden lainalaisuuksiin.</p>	
<b>Asiasanat</b> matkailutuote, matkailutuotteen suunnittelu, leijalautailu, urheilumatkailu, tuotokuvaus	

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Matkailutuote.....	2
2.1	Matkailutuote palvelutuotteena.....	2
2.2	Matkailutuote paikkaan perustuvana tuotteena .....	4
2.3	Asiakaslähtöinen matkailutuote.....	5
2.4	Elämysten tuottaminen.....	7
3	Matkailutuotteen suunnitteluprosessi.....	10
3.1	Ideointi .....	11
3.2	Tiedonhankinta .....	14
3.3	Matkailutuotteen kokoaminen.....	14
3.4	Valmis matkailutuote .....	15
3.5	Matkailutuotteen suunnitteluprosessi-malli .....	15
4	Leijalautailumatka Fuerteventuralle .....	17
4.1	Johdanto .....	17
4.2	Menetelmävalinnat ja toteutus.....	18
4.3	Ideointi .....	20
4.4	Tiedonhankinta .....	24
4.5	Matkailutuotteen kokoaminen.....	28
4.6	Valmiin matkailutuotteen tuotekuvaus .....	35
5	Pohdinta.....	38
6	Lähteet.....	40
7	Liitteet .....	42

# 1 Johdanto

Opinnäytetyössä suunnitellaan leijalautailumatkailutuote Fuerteventuralle. Leijalautailu on yleensä vedessä tai lumella harrastettava urheilulaji, jossa suuri leija kiinnitetään kehoon valjailla, jolloin leija vetää harrastajaa tuulen avulla eteenpäin. Laji on Suomessa marginaalinen, mutta maailmalla, etenkin ilmastoltaan lämpimimmissä ja tuulisemmissä maissa lajilla on enemmän harrastajia. Keskeisenä aihepiirinä opinnäytetyössä on uuden matkailutuotteen suunnitteluprosessi. Matkailutuotteiden monimuotoisuuden vuoksi ei ole kuitenkaan löydetty yleispätevää prosessia, joka toimisi kaikille uusille matkailutuotteille. Työssä onkin luotu tätä opinnäytetyötä ja sen tarkoitusta varten sopiva matkailutuotteen suunnitteluprosessi-malli työn aikana tutustuttuihin teorioihin pohjautuen.

Opinnäytetyön idea syntyi omasta kiinnostuksesta yrittäjyyteen ja leijalautailuun. Tarkoitukseni on tulevaisuudessa perustaa yritys matkailualalle, jotta voin luoda liiketoimintaa harrastuksestani. Työssä suunniteltava leijalautailumatka on yrityksen pilottituote, näin olen toiminut itse työn toimeksiantajana. Opinnäytetyö on osa omaa kehitystä kohti matkailualan yrittäjyyttä. Opinnäytetyö on toiminnallinen ja se on osa uuden matkailutuotteen kehitysprosessia, se käsittää matkailutuotteen suunnitteluprosessin ideoinnista tuotekuvaukseen, joka on työn produkti. Työn jälkeen alkava vaihe on tuotteen markkinatilaus sekä allekirjoittaneen syvällisempi perehtyminen matkailualan yrittäjyyteen ja sen lainalaisuuksiin.

Työssä käytettiin tiedonkeruu menetelminä osallistuvaa havainnointia, vapaamuotoisia kyselyitä sekä elektronista tiedonhakua. Merkittävimpänä tiedonhankinnan osana toimi opintomatka Fuerteventuralle, jonka aikana kohteeseen sekä paikallisiin palveluntarjoajiin tutustuttiin.

Opinnäytetyön tavoitteena on suunnitella 7 päivän mittainen leijalautailumatka lajista kiinnostuneille aloittelijoille, jonka aikana asiakkaat oppivat leijalautailuun. Alatavoitteina on löytää ideaalinen leijalautailupaikka Fuerteventuralta sekä sopivimmat yhteistyökumppanit matkailutuotteen tuotteistamista varten. Tuotteen kohderyhmäksi määriteltiin leijalautailusta kiinnostuneet aloittelijat. Lajin oppiminen on mahdollista myös Suomessa mutta vaihtelevien sääolosuhteiden vuoksi lajin aloittaminen on mielekkäämpää ja nopeampaa ympäristössä, jossa vallitsee tasainen ja navakka tuuli sekä lämmin ilmasto. Unohtamatta upeiden hiekkarantojen sekä maisemien tuomaa lisäarvoa.

## 2 Matkailutuote

### 2.1 Matkailutuote palvelutuotteena

Ihmiset tyydyttävät tarpeensa ja halunsa tuotteilla. Tuote voi olla on mitä tahansa, mitä voidaan tuoda markkinoille tyydyttääkseen asiakkaan tarve tai halu. Käsin kosketeltavien tavaroiden lisäksi tuotteita voivat olla aineettomat palvelut, tapahtumat, ihmiset, paikat, organisaatiot ja ideat. (Kotler & Armstrong 2012, 224.)

Matkailutuote on luonteeltaan palveluiden kokonaisuus. Ominaista palvelulle on sen aineettomuus sekä tuotannon ja kulutuksen samanaikaisuus. Esimerkiksi lentokoneella matkustettaessa Suomesta Espanjaan palvelun tuotanto sekä kulutus tapahtuvat samanaikaisesti. Palveluun voi kuitenkin kuulua myös aineellisia elementtejä kuten matkamuittoja. Matkailutuote on kuitenkin pääsääntöisesti aineeton, minkä vuoksi sitä ei voi varastoida tulevaa käyttöä varten, kuten käsin kosketeltavia tuotteita esimerkiksi puhelimia. (Komppula & Boxberg 2002, 10–11.)

Palvelun aineettomuuden vuoksi, epäonnistunutta palvelukokemusta ei voida palauttaa. Yleensäkin kokemusta on vaikeampi korvata tai hyvittää kuin esimerkiksi rikkoutunutta autoa. Myös palvelun laadun mittaaminen ja standardointi ovat haastavampaa kuin käsin kosketeltavien tavaroiden kohdalla. Sillä palvelussa merkittävin osa on henkilökohtaista vuorovaikutusta palvelun tarjoajan ja asiakkaan välillä. Asiakkaat myös kokevat palvelun eri tavoin, joten laadun hallinta on vaikeaa. (Komppula & Boxberg 2002, 10–11.)

Matkailijan näkökulmasta matkailutuote on yksi kokemus, joka alkaa jo matkan suunnitteluvaiheessa ja päättyy matkailijan palatessa kotiin. Tämä kokemus voi koostua aineellisista ja aineettomista osista kuten matkatoimistopalveluista, kuljetuksesta, majoituksesta, ruoka- ja juomapalveluista, aktiviteeteista, käsityöistä, kulttuurisista ja luonnon resursseista sekä tukipalveluista. (liite 1) Asiakaskokemuksen laatu määräytyy matkailijan kokemuksesta kaikkien matkailutuotteen osien summasta. (Komppula & Boxberg 2002, 12; ETC & UNWTO 2011, 5.)

Matkailutuotetta voidaan tarkastella kolmikerroksisena kokonaisuutena (Kuvio 1), tämä sisältää ydintuotteen, varsinaisen tuotteen sekä laajennetun tuotteen. Ydintuotteella tarkoitetaan yrityksen pääasiallisia tuotteita sekä sitä, mistä asiakas todella maksaa eli mitä hyötyä ja arvoa asiakas saa, kun hän ostaa yrityksen palveluita. Esimerkiksi hotellin ydintuotteita ovat huoneet ja sängyt, mistä asiakkaan saama ydinhyöty on unentarpeen tyydyttäminen. (Komppula & Boxberg 2002, 13-14; Kotler & Amstrong 2012, 225-226; Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert, Wanhill 2008, 579-580)



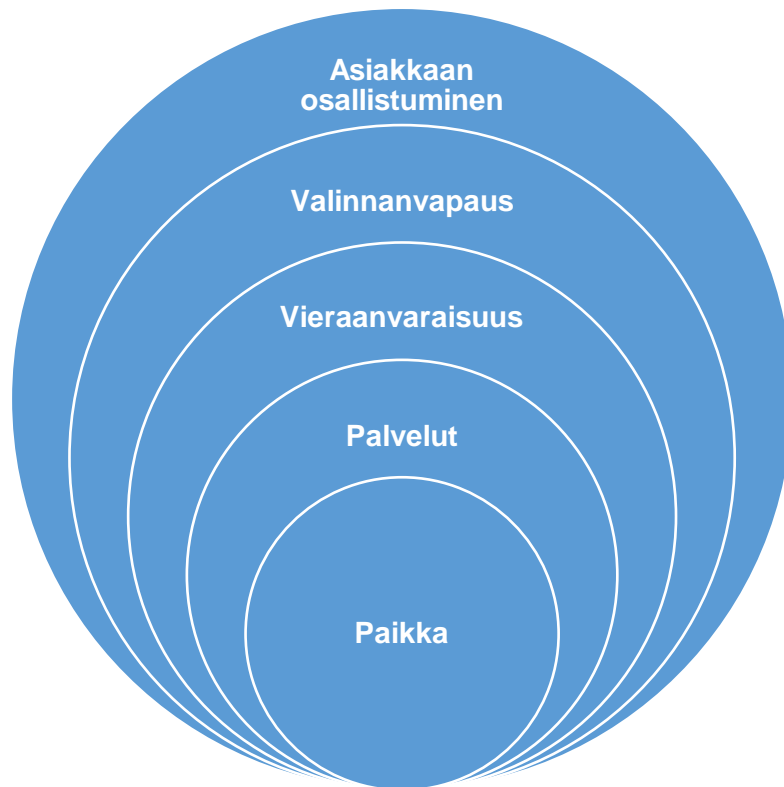
Kuvio 1. Kerroksinen matkailutuote palvelutuotteen näkökulmasta (Kotler & Amstrong 2012, 226; Komppula & Boxberg 2002, 14)

Varsinainen tuote muodostuu, kun ydintuotteeseen lisätään aineellisia ja aineettomia tekijöitä, mitkä tuottavat asiakkaan ydinhyötyyn lisäarvoa. Nämä tekijät voidaan jakaa avustaviin ja tukeviin palveluihin. Avustavat palvelut ovat välttämättömiä ydinpalvelun toimimisen kannalta. Hotellin avustavia palveluita ovat esimerkiksi vastaanottopalvelut. Tukipalveluilla tarkoitetaan palveluita jotka tuottavat asiakkaalle lisäarvoa ja lisäävät tuotteen vetovoimaa esimerkiksi hotellin tarjoama ilmainen internet yhteys tai Netflix tunnukset. (Komppula & Boxberg 2002, 13-14.) Lisäarvon tuottaminen ja erottautuminen markkinoilla voi olla hankalaa ainoastaan varsinaisen tuotteen avulla, niiden ollessa useilla yrityksillä samanlaisia.

Tämän vuoksi yrityksen onkin tärkeää keskittyä laajennetun tuotteen kehittämiseen. Laajennetulla tuotteella tarkoitetaan yrityksessä vallitsevaa palveluympäristöä, vuorovaikutusta asiakkaan ja yrityksen välillä, tuotteen saavutettavuutta sekä asiakkaan omaa osallistumista tuotteen syntymiseen. (Kotler & Armstrong 2012, 225-226; Komppula & Boxberg 2002, 13-14.)

## **2.2 Matkailutuote paikkaan perustuvana tuotteena**

Smithin (1994, 587-588; Komppula & Boxberg 2002, 15) teorian mukaan matkailutuote koostuu viidestä elementistä, jotka ovat fyysinen paikka, palvelut, vieraanvaraisuus, valinnan vapaus sekä asiakkaan osallistuminen (Kuvio 2). Matkailutuotteen ytimenä on paikka, se viittaa kaikkiin matkakohteessa havaittavissa oleviin fyysisiin elementteihin. Paikaksi voidaan määritellä maa (Espanja), alue (Fuerteventura), matkailukeskus (Ruka) tai yksittäinen matkailuyritys esimerkiksi hotelli tai laiva. Paikkaan sisältyvät myös rakennukset, rakenteet, ilmasto, maisemat ja paikan saavutettavuus. Kyseisessä mallissa matkakohde eli paikka on tärkeimmässä roolissa. Monesti matkailija valitsee matkakohteensa nimenomaan paikan mukaan, kokeakseen elämyksiä, joita juuri kyseisellä paikalla on tarjota. Tällöin paikka on tärkein matkustusmotiivi ja palvelut sopeutuvat paikan mukaan. Matkailijan ensisijainen matkustusmotiivi voi olla myös toiminta, jota voi suorittaa useissa eri paikoissa, jolloin toimintaa tukevat palvelut saattavat olla pääroolissa ja paikalla on pienempi merkitys. Esimerkiksi golfin harrastaja, joka matkustaa ensisijaisesti pelaamaan golfia ja valitsee paikan sen mukaan, missä on parhaat mahdollisuudet golfin pelaamiseen. Paikan lisäksi matkailutuote tarvitsee palveluita, jotta se on toimiva kokonaisuus. Palveluita ovat esimerkiksi ravitsemis-, majoitus-, ohjelma- ja liikennepalvelut. Matkailutuotteen kolmas elementti on vieraanvaraisuus (hospitality). Pääsääntöisesti se tarkoittaa henkilökunnan palveluhalua ja -asennetta matkailijoita kohtaan, sekä heidän välistä vuorovaikutusta. Isommassa mittakaavassa vieraanvaraisuus tarkoittaa myös paikallisen väestön suhtaututumista matkailijoihin. Kaksi viimeistä elementtiä liittyvät matkailijan sisällyttämiseen itse matkailutuotteen muotoutumiseen. Valinnan vapaudella tarkoitetaan, että matkailijalle annetaan tietty määrä mahdollisuuksia, jotta hän voi halutessaan tehdä päätöksiä matkan aikana esimerkiksi aktiviteettien suhteen, kohteen sään tai mielialansa mukaan. Viidentenä elementtinä on matkailijan oma osallistuminen matkailutuotteet tuottamiseen, mikä vaihtelee matkailijan halun ja kyvyn mukaan. (Komppula & Boxberg 2002, 15-17)



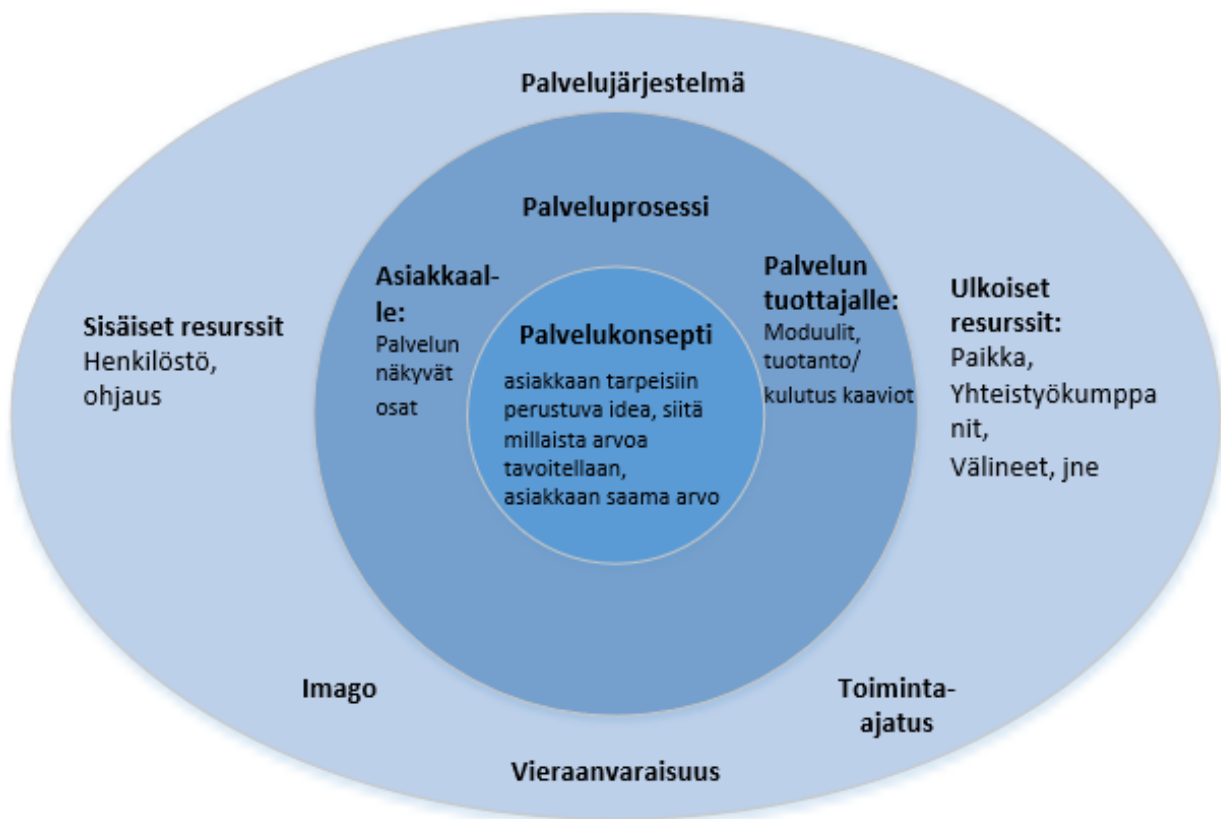
Kuvio 2. Matkailutuotteen osat (Smith 1994, 587; Komppula & Boxberg 2002, 15)

### 2.3 Asiakslähtöinen matkailutuote

“Matkailutuote on asiakkaan subjektiiviseen arviointiin perustuva kokemus, jolla on tietty hinta ja joka syntyy prosessissa, jossa asiakas hyödyntää palvelun tarjoajien palveluja osallistumalla itse palvelun tuotanto prosessiin” (Komppula & Boxberg 2002, 21).

Perusolettamuksena yrityksen toiminnassa on asiakaslähtöisyys ja toiminnan kehitys asiakkaan ehdoilla, tämän vuoksi onkin tärkeää, että uusien matkailutuotteiden kehitys toteutetaan asiakaslähtöisen ajattelun kautta. Matkailutuote on asiakkaan subjektiivinen kokemus, näin ollen matkailutuotetta ei varsinaisesti pysty edes tuottamaan, vaan yritys luo välttämättömät edellytykset matkailutuotteen syntymiselle. Malli joka kuvaa välttämättömiä edellytyksiä sisältää kolme komponenttia: palvelukonseptin, palveluprosessin ja palvelujärjestelmän (Kuvio 3). (Komppula & Boxberg 2002, 21-24).





Kuvio 3. Asiakaslähtöisen matkailutuotteen välttämättömät edellytykset (Komppula & Boxberg 2002, 24)

Palvelukonsepti (kuvio 3) on matkailutuotteen ytimessä ja perustuu asiakkaan tarpeisiin. Sen muodostavat matkailijan idea, siitä mitä arvoa ja hyötyä matkailija odottaa saavansa tuotteesta. Palveluprosessi (kuvio 3) koostuu asiakkaalle ja palvelun tuottajalle näkyvistä palvelumoduuleista, ne tarkoittavat asioita mitä varsinainen matkailutuote sisältää. Asiakkaalle näkyviä osia ovat esimerkiksi majoitus, aktiviteetit ja nähtävyydet, kun taas ainoastaan palvelun tuottajalle näkyviä osia ovat taustatoiminnot esimerkiksi päiväretkien valmistelu. (Komppula & Boxberg 2002, 21-23.)

Palvelujärjestelmä (kuvio 3) koostuu tuotteen vuorovaikutteisesta osasta, jonka kanssa asiakas on vuorovaikutuksessa palveluprosessissa. Palvelujärjestelmään kuuluvat kaikki yrityksen laatua tuottavat resurssit. Näitä resursseja ovat kaikki matkailuyrityksen sisäiset ja ulkoiset resurssit, joita tarvitaan asiakkaan odottaman arvon tuottamiseksi. Ulkoisilla resursseilla tarkoitetaan yrityksen toimintaympäristöä eli fyysistä paikka, missä toiminnot tapahtuvat. Paikkaan kuuluvat välineet ja yrityksen yhteistyökumppanit. Ulkoiset resurssit voivat olla konkreettisia elementtejä, joita matkailupalvelun tuottamiseen tarvitaan tai resursseja, joihin yrityksellä ei ole suoraa omaa kontrollia mutta ovat yrityksen käytettävissä

esimerkiksi yhteistyökumppanit. Sisäisiin resursseihin kuuluvat yrityksen henkisiin voimavaroihin nojaavat resurssit. Nämä resurssit perustuvat yrityksen omistajien ja henkilöstön taitoihin ja osaamiseen. Jokainen yrityksessä työskentelevä henkilö ja heidän omintakeiset piirteensä ja kykynsä vaikuttavat yrityksen palvelukuvaan ja asiakkaan kokemaan vieraanvaraisuuteen kuluttaessaan sen tarjoamia palveluita. Vieraanvaraisuus on matkailutuotteen olennainen osa. Yrityksen ohjausjärjestelmä kuuluu myös sisäisiin resursseihin, eli tapa miten yritystä, sen työntekijöitä ja toimintoja johdetaan. (Komppula & Boxberg 2002, 115-116.)

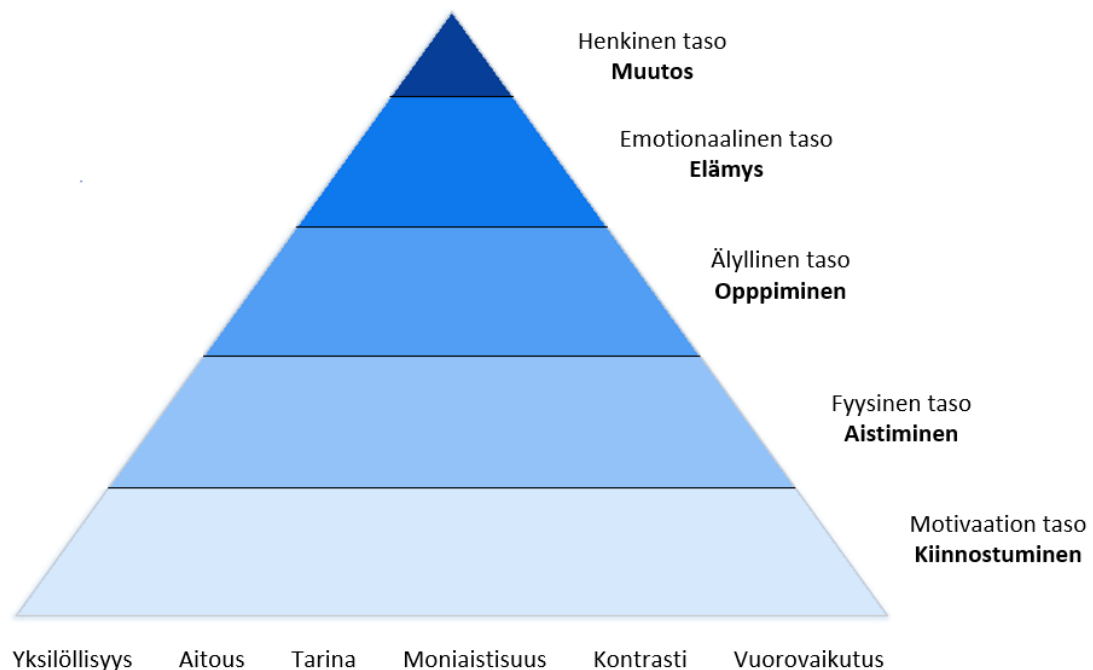
"Matkailutuote muodostuu siis vetovoimaisesta tuoteideasta ja sen kuvauksesta, onnistuneesta palveluprosessista sekä luotettavasta ja toimivasta palvelujärjestelmästä" (Komppula & Boxberg 2002, 97).

## **2.4 Elämysten tuottaminen**

Tuotteet ja palvelut eivät itsessään enää riitä, vaan on luotava elämyksiä, jotta saavutetaan taloudellista kasvua. Elämyksillä voidaan luoda lisää arvoa niin ostajalle, kuin myyjällekin. (Pine & Gilmore 2011, x-xv.)

Elämys on myönteinen, muistijäljen jättävä, moniaistinen ja yksilöllinen kokemus. Elämys eroaa muista tuotteista siten, että se muodostuu tapahtumista, jotka useasti jatkuvat prosessina. Ne voivat myös olla yksittäisiä, nopeita tai pitkään jatkuvia, kuten esimerkiksi matkailuelämykset. Toteutuakseen elämys vaatii kuluttajan fyysisen sekä mentaalisen läsnäolon. Elämystä ostaessaan kuluttaja maksaa siitä, että voi käyttää aikaa ja nauttia useasta mieleenpainuvasta tapahtumasta peräjälkeen, jotka yritys toteuttaa. (Komppula & Boxberg 2002, 26-28.)

Elämyskolmio (kuvio 4) on työkalu, joka kuvaa täydellistä elämystuotetta. Mallia käyttämällä voidaan ymmärtää ja analysoida eri alojen tuotteiden elämyksellisyyttä. Elämyskolmiota voidaan käyttää tuotteen analysointiin, kriittisten kohtien ja puutteiden löytämiseen sekä kehitykseen. Malli käsittelee elämyksiä elementtien sekä kokemuksen näkökulmasta. (Tarssanen 2009, 11.)



Kuvio 4. Elämyskolmio (Tarssanen 2009, 11)

Elementtejä elämyskolmiossa on kuusi. Yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Yksilöllisyys tarkoittaa, ettei täysin samanlaista tuotetta ole tarjolla muualla, eli tuote on ainutlaatuinen. Asiakslähtöisyys, joustavuus ja mahdollisuus räätälöidä tuote jokaisen asiakkaan tarpeiden sekä mieltymysten mukaan ovat yksilöllisyyden näkyviä piirteitä. Haasteena tuotteiden yksilöinnissä on luoda tuotteita, jotka ovat helposti personoitavissa ja joiden konsepti on helppo monistaa. Aitous tarkoittaa tuotteen autenttisuutta ja uskottavuutta. Aitous riippuu aina määritellystä näkökulmasta näin ollen yleispätevää aitoa tai oikeaa ei ole olemassa. Tarina on osa tuotetta, mikä sitoo tuotteen eri elementit toisiinsa. Yhtenäisellä tarinalla kokemuksesta saadaan tiivis ja mukaansatempaava kokonaisuus. Hyvä tarina sisältää faktan ja fiktion elementtejä ja kantaa koko elämyksen ajan markkinoinnista itse kokemukseen ja jälkimarkkinointiin. Moniaistisuus tarkoittaa, että tuotteen aistiärsykkeet on suunniteltu vahvistamaan tuotteen teemaa, jotta ne tukisivat sen mukaansa tempaavuutta. Kontrasti kuvaa erilaisuutta, jonka asiakas kokee tuotetta kuluttaessaan, kokemuksen on oltava erilainen asiakkaan arkeen suhteutettuna, jotta asiakas voisi kokea jotain itselleen eksoottista ja uutta. Vuorovaikutus tarkoittaa toimivaa kommunikaatiota muiden matkalle osallistujien ja oppaan sekä tuotteen ja sen tuottajien

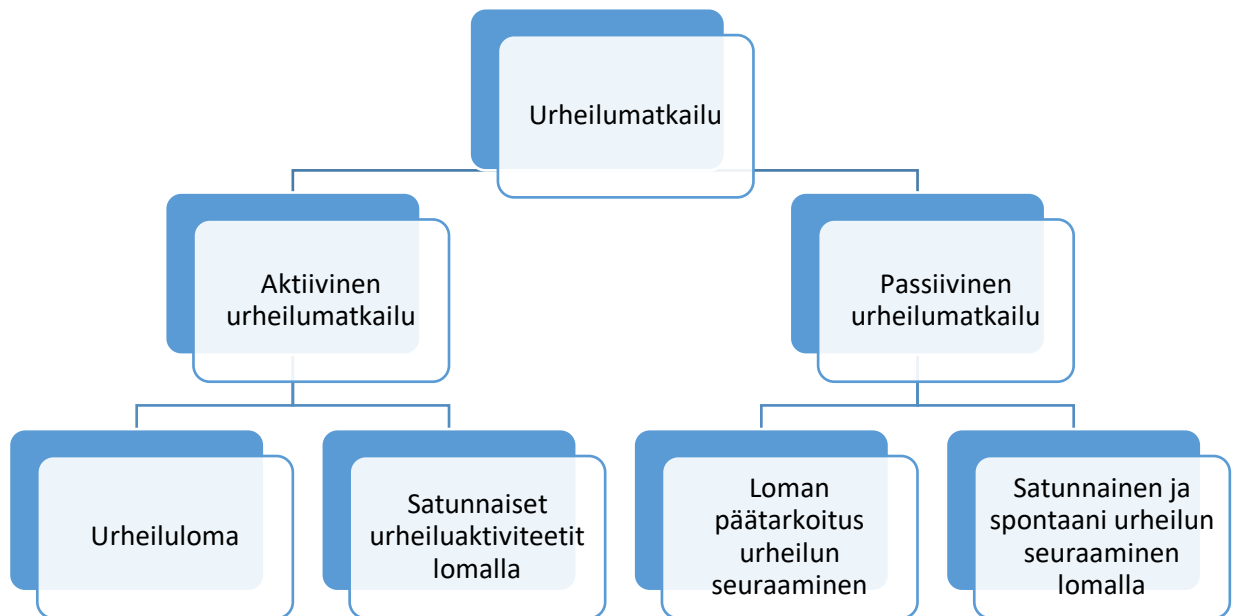
kanssa. Elämyksissä vuorovaikutus on erittäin tärkeää, jotta kokemus saadaan välitettyä palvelun tuottajalta asiakkaalle parhaalla mahdollisella tavalla. (Tarssanen 2009, 12-14.)

Elämyskolmiossa on viisi asiakkaan kokemuksen tasoa. Motivaation-, fyysinen-, älyllinen-, emotionaalinen- ja henkinen taso. Motivaation tasolla asiakkaan kiinnostus herätetään ja luodaan tuotteeseen kohdistuvat odotukset esimerkiksi markkinoinnin avulla. Fyysisellä tasolla tarkoitetaan asiakkaan kokemista ja tiedostamista aistien välityksellä. Esimerkiksi missä asiakas on, mitä tapahtuu ja mitä tehdään. Tällä tasolla tuotteen tekninen laatu tulee mitatuksi. Älyllisellä tasolla asiakas prosessoi ympäristöstä tulevia aistiärsyksiä ja toimii niitä mukaillen. Asiakas oppii, ajattelee, soveltaa tietoa ja muodostaa mielipiteitä. Tällä tasolla asiakas päättää onko tyytyväinen kokemaansa vai ei. Varsinaisen elämyksen asiakas kokee emotionaalisen tasolla, jolloin yksilöiden tunnereaktioita on vaikea hallita ja ennustaa. Aikaisemmat tasot vaikuttavat merkittävästi emotionaaliseen tasoon. Jos muut tasot on otettu hyvin huomioon, on todennäköisempää, että asiakas kokee positiivisen emotionaalisen reaktion. Esimerkiksi onnellisuutta, iloa, oppimisen riemua, liikutusta tai jotakin minkä yksilö kokee itselleen merkitykselliseksi. Henkinen taso tarkoittaa elämyksen kokijan mahdollista henkistä muutosta elämyksen jälkeen, mikä on seuraus voimakkaasta positiivisesta emotionaalisesta kokemuksesta. Tämä voi johtaa pysyviin muutoksiin asiakkaan arkielämässä esimerkiksi omaksumalla uuden harrastuksen, ajattelutavan tai löytämällä uusia voimavaroja itsestään esimerkiksi arkajalka saattaa pitää itseään rohkeana laskuvarjohypyn jälkeen. (Tarssanen 2009, 15-16.)

### 3 Matkailutuotteen suunnitteluprosessi

Opinnäytetyössä suunniteltava leijalautailumatkailutuote on erikoisharrastematka ja urheiluloma, joka kuuluu urheilumatkailuun, tarkemmin aktiiviseen urheilumatkailuun. Ennen matkailutuotteen suunnitteluprosessin teoriaa käydään läpi mitä kategorioita urheilumatkailussa on sekä mitä erikoisharrastematkat tarkoittavat.

Kuviossa 5 on kuvattu urheilumatkailun kategoriat. Urheilumatkailu voidaan jakaa kahteen kategoriaan, aktiiviseen ja passiiviseen urheilumatkailuun. Aktiivisella urheilumatkailulla tarkoitetaan matkailua, jossa matkailija itse harrastaa urheilua kohteessa esimerkiksi leijalautailua, sukellusta tai laskettelua. Passiivisella urheilumatkailulla tarkoitetaan matkailua, jossa matkailija osallistuu urheilutapahtumiin tai vierailee esimerkiksi urheilumuseoissa. Urheilumatkailun kategoriat voidaan jakaa vielä pienempiin osiin. Aktiivinen urheilumatkailu jakautuu kahteen osaan. Matkailuun, jonka päätarkoituksena on harrastaa urheilua itse eli urheilulomiin. Sekä matkailuun, jossa osallistutaan urheiluaktiviteetteihin mutta ne eivät ole loman päätarkoitus vaan yksi osa lomaa. Passiivinen urheilumatkailu jakautuu lomiin, joilla matkailijalla on päätarkoituksena urheilun seuraaminen tai matkailijoihin, joilla urheilun seuraaminen on spontaania ja sattuman varaista. (Standeven & De Knop 1998, 11-14.)



Kuvio 5. Urheilumatkailun kategoriat (muokattu, Standeven & De Knop 1998, 11-14)

Erikoisharrastematalla tarkoitetaan matkailutuotetta, joka on suunniteltu tietyn harrastuksen pohjalle ja harrastajille. Tuotteen sisältö on rakennettava, siten että se mahdollistaa ja tukee kyseisen harrastuksen harjoittamista mahdollisimman hyvin matkan aikana. Harrastematkailutuotteita voidaan luokitella ja kehittää riippuen siitä, kuinka tärkeässä roolissa harraste näyttäytyy matkailijan matkustusmotiveissa. Esimerkiksi kalastusmatkailutuotteella tarkoitetaan tuotetta, jossa kalastaminen on pääsyynä matkustamiselle. Tällöin matkailutuotteen muut osat kehitetään tukemaan kalastamisen harrastamista parhaalla mahdollisella tavalla. Matkailukalastus sen sijaan on palvelumuoto, jossa kalastus ei ole matkailutuotteen tärkein sisältö, vaan se saatetaan hyödyntää suunnittelematta ennakoon. Esimerkiksi perhematkalla olevat saattavat ostaa kalastuspalveluita hinnan, sään ja tilaisuuden ollessa suotuisat. (Tonder 2013, 77-78.)

### **3.1 Ideointi**

Matkailutuotteen suunnitteluprosessi alkaa ideointi vaiheella. Tähän vaiheeseen kuuluvat kohderyhmän määrittely sekä palvelukonseptin, palveluprosessin ja palvelujärjestelmän ideointi. Kappaleen alussa avataan tuotteistamisen käsitettä, selkeyttämään ideoinnin viitekehystä.

Tuotteistaminen on laaja käsite ja tarkoittaa erilaisten tuotteiden kohdalla eri asioita. Esimerkiksi teknisten tuotteiden kohdalla se voi tarkoittaa laitteen toimintojen konseptointia tai kaupallisten sovellusten hinnoittelua. Henkilöiden kohdalla tuotteistaminen tarkoittaa hänen julkisuusarvon hyödyntämistä kaupallisessa mielessä.

Palvelun tuotteistamisella tarkoitetaan aineettoman suoritteen ja osaamisen muokkausta tavalla, jotta se vastaa kohderyhmän tarpeita sekä ostamisen motiivia sekä toisaalta muodostaa selkeän hinnoiteltavan vakiomuotoisen toimenpiteen.

Selkeämmin sanottuna tuotteistaminen on idean prosessointia myytäväksi ja markkinoitavaksi tuotteeksi. Tuotteistamisen lähtökohtana on asiakas ja hänen tarpeensa. Yrityksen tuotannon olisikin syytä tähdätä asiakkaan kysynnän ja tarpeiden tyydyttämiseen. Uutta matkailutuotetta suunnitellessa on keskeistä tiedostaa, että se kohdennetaan jollekin tietylle kohderyhmälle ja johonkin tiettyyn tarkoitukseen. (Tonder 2013, 12-14; Komppula & Boxberg 2002, 100.)

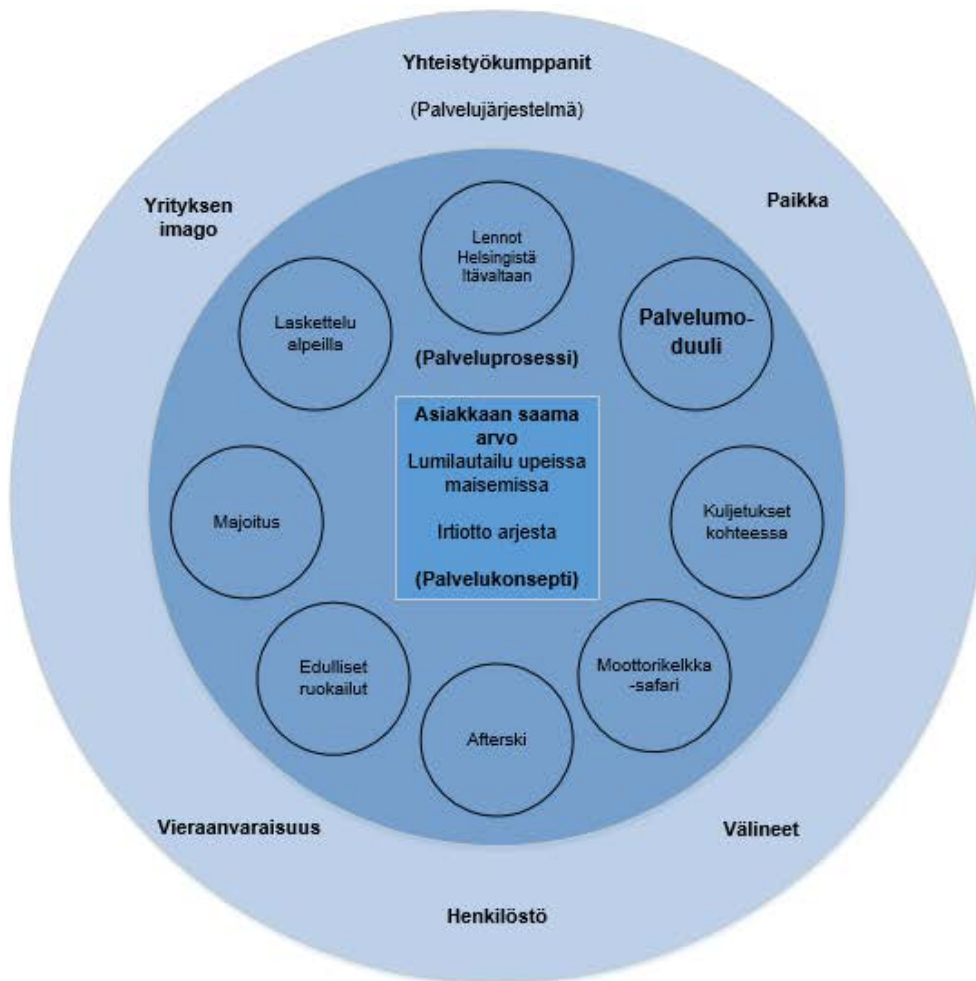
Asiakassegmentointi eli kohderyhmien määrittely tarkoittaa yrityksen markkinoiden jakoa erityyppisiin sisäisesti homogeenisiin ryhmiin. Kuluttaessaan palveluja ihmiset ovat silloinkin laumasieluja, niinpä harvoin löytyy mieltymyksiltään ja tarpeiltaan täysin erilaista kuluttajaa. Vaikka yksilöllisyys onkin tärkeä arvo nykypäivänä, haluavat ihmiset kokea yhteen-

kuuluvuuden tunnetta joihinkin ihmisryhmiin. Useiden asiantuntijoiden mielestä kohderyhmien määrittely on tehokkainta tehdä matkailijoiden motivaatioiden perusteella. Matkailijoiden motivaatioihin perustuva segmentointi on hyvin tutkittu aihe ja luokittelutapoja on monia. Yhden luokittelutavan mukaan matkailijan motivaatiot voidaan luokitella: fyysiseen rentoutumiseen, itsensä toteuttamiseen, sosiaaliseen kanssakäymiseen ja erilaisuuden etsimiseen. Segmenttejä voidaan myös määrittellä sosiodemografisten tekijöiden avulla, mitä ovat esimerkiksi sukupuoli, ikä, tuloluokka, koulutus ja elämäntilanne. Useiden tutkimusten mukaan matkailijoiden motivaatio vaikuttaa kuitenkin enemmän ostoskäyttäytymiseen kuin sosiodemografiset tekijät. (Tonder 2013, 43-45.)

Palvelukonsepti eli matkailutuotteen ydin on idea siitä mitä arvoa tuotteen ostaja odottaa saavansa tuotteesta, sekä millä keinoin tuotetta kehittävä yritys luo edellytykset kokemuksen syntymiselle. Uutta matkailutuotetta suunnitellessa ensin hahmotellaan valitun kohderyhmän tarpeet sekä odotukset tuotteen tuomasta arvosta. Toiseksi matkailutuotteen sisältöä ideoidaan kohderyhmän tarpeiden ja odotetun arvon perusteella.

Esimerkiksi kohderyhmäksi on valittu 18-25 lumilautailijat, joiden tarpeena on laskettelu sekä lomailu ja odotettuna arvona lautailu upeissa maisemissa sekä irtiotto arjesta. Kun matkailutuotteen ydinidea on selvillä, tässä skenaariossa lumilautailu, ideoidaan erilaisia toimintoja, joilla tuotteen ydinideaan saadaan sisältöä. Esimerkkinä sisällöstä: lennot Helsingistä Itävaltaan, laskettelu Alpeilla, majoitus, afterski, moottorikelkkasafari, kuljetukset kohteessa ja ruokailut halvalla. Matkailutuotteen ydinsisältönä voidaan käyttää yrityksen päätuotetta esimerkiksi lumilautailua, jota voidaan täydentää erilaisilla lisä aktiviteeteilla, moni muotoisilla ruokailu vaihtoehdoilla tai erilaisilla majoitus vaihtoehdoilla (Komppula & Boxberg 2002, 100-102.)

Palveluprosessia suunnitellessa kuvataan asiakkaalle näkyvät palvelutapahtumat. Kohdassa 2.3 on esitelty asiakaslähtöisen matkailutuotteen välttämättömät edellytykset, näitä edellytyksiä voidaan kuvata myös matkailupalvelupakettina. Kuviossa 6 on esitelty matkailupalvelupaketin moduulimalli. Moduulimallin ytimen muodosta palvelukonsepti, jonka tuottamiseksi luodaan toimintoja. Nämä toiminnot muodostavat palveluprosessin eli palvelutapahtumat, joita kuvataan palvelumoduulein. Palvelutapahtumat voivat olla yhden yrityksen tai useiden eri yritysten tuottamia palveluita. Matkailutuotteen palvelumoduulien on syytä toimia sulavasti yhteen sekä vastata asiakkaiden odottamiin laatuvaatimuksiin. (Komppula & Boxberg 2002, 100-103.)



Kuvio 6. Moduulimalli matkailupalvelupaketista (Komppula & Boxberg 2002, 25)

Palvelujärjestelmää (kuvio 6) tulisi kehittää jatkuvasti, sillä se on tuotekehityksen perusta. Yritystä tulisi kehittää kokonaisvaltaisesti eli strategisella ja operatiivisella tasolla. Strateginen taso tarkoittaa yrityksen pitkäaikaista suunnitelmallista kehittämistä, eli investoinnit sisäisiin ja ulkoisiin resursseihin suunnitellaan pitkällä tähtäimellä. Kehitystä ohjaa visio ja toiminta ajatus, mitkä yritys on itselleen määritellyt. Operatiivisen tason kehittämisellä tarkoitetaan jokapäiväisiä konkreettisia toimenpiteitä. Palvelujärjestelmän kehittämisessä on suurilta osin kyse yrityksen johtamisesta. Tuotekehityksen kannalta katsottuna palvelujärjestelmän kehittäminen tarkoittaa tuotteen laatuun panostamista sekä asiakkaan odottaman arvon tuottamiseen paneutumista. (Komppula & Boxberg 2002, 115-116.)



### 3.2 Tiedonhankinta

Tiedonhankinnaksi voidaan määrittää kaikki toiminta, jota henkilö tekee, jotta saisi vastauksen haluamaansa ongelmaan, kyetäkseen ratkaisemaan ongelmatilanteen ja/tai merkityksellistääkseen toimintansa. Tiedonhankintakäyttäytymisen motivaationa toimii yksilön itsellään huomaama tiedontarve. Tiedonhankinnalla valmistaudutaan informaation käyttöä varten. Tiedonhankinnalla ei ole itseisarvoa, informaatiota hankitaan, jotta voisi saavuttaa jonkun päämäärän. Tiedonhankinnalla pyritään hankkimaan tietoa, jota henkilöllä ei vielä ole. (Haasio & Savolainen.)

### 3.3 Matkailutuotteen kokoaminen

Matkailutuotteen koonti vaiheessa käytetään kuviossa 6 esiteltyä moduulimallia, kuviossa 4 esiteltyä elämyskolmiota sekä tässä osiossa esiteltyä blueprint-menetelmää. Tuote myös hinnoitellaan tämän osion teorian mukaisesti.

Matkailu tuotteen tuotantoprosessin riittävää tarkastelua varten pitää siitä pystyä luomaan selkeä kokonaiskuva ja yksityiskohtainen näkemys prosessin vaiheista sekä tasoista. Tehokas tapa rakentaa tuotantoprosessista esitetyn mukainen kokonaisuus on Blueprint-menetelmä. Blueprint on käytännössä tuotantoprosessista muodostettu kuva, minkä avulla voidaan tunnistaa ja kuvata palvelun keskeiset ja kriittiset vaiheet. Siinä määritellään toimijoiden sekä toimenpiteiden työjärjestys ja toimintojen ajallinen kesto. Blueprintin keskeinen asia on erotella palveluntarjoajan sekä asiakkaan prosessit toisistaan ja tunnistaa asiakkaan monimuotoiset tarpeet sekä roolit palvelun elinkaaren aikana. Blueprintin avulla annetaan palvelulle muoto sekä konkreettiset raamit, joita hyödyntämällä hahmotetaan oman toiminnan merkitys palvelun kokonaisuudessa. Blueprintin on edettävä loogisesti asiakkaan kokemuksen vaiheiden mukaisesti. Palvelupolku, jonka asiakas kokee, on ymmärrettävä arvoketjuna, missä palvelun vaiheet tuottavat asiakkaalle hänen haluamaansa lisäarvoa. Tämän vuoksi on tärkeää laatia asiakkaan polku kriittisesti hänen näkökulmaa sekä lisäarvoa korostaen. Asiakkaan polku on kuvattava tarpeeksi tarkasti myös siksi että mahdollisesti huomaamatta jääneet riskitekijät palvelussa voidaan tunnistaa. (Tonder 2013, 100-101.)

Kustannusperusteisessa hinnoittelussa lasketaan yhteen tuotteen tuotantokustannukset, yrityksen katetavoite sekä verot. Tämän hinnoittelutavan hyötynä on sen selkeys ja yksinkertaisuus se voi kuitenkin johtaa tuotteen ali- tai ylihinnoitteluun, koska hinnoittelussa jäävät huomiotta markkinatilanne sekä kilpailutilanne. Hinnoittelussa voidaan käyttää myös mm. markkina- ja kilpailuperusteista hinnoittelua, missä hinta määräytyy kilpailutekijöiden

ja kysynnän mukaan. Käytännössä tuotantokustannukset määräävät tuotteen hinnan alarajan ja kysyntä markkinoilla tuotteen hinnan ylärajan. (Tonder 2013, 89-90.)

### **3.4 Valmis matkailutuote**

Tuotekuvaus, joka näkyy asiakkaalle, kuvataan yleisimmin tuote-esitteenä tai kirjallisena tarjouksena. Tällöin tuotteesta pyritään antamaan mielikuvia luovia asiakkaan vastaan ottamaan arvoon pyrkiviä ilmaisuja ja kuvauksia, joissa tavoitteena on korostaa asiakkaan odotuksia määritteleviä tekijöitä. (Komppula & Boxberg 2002, 111.)

Verhelän & Lackmanin (2003, 78-79) mukaan tuotekuvauksen tulisi sisältää seuraavat asiat:

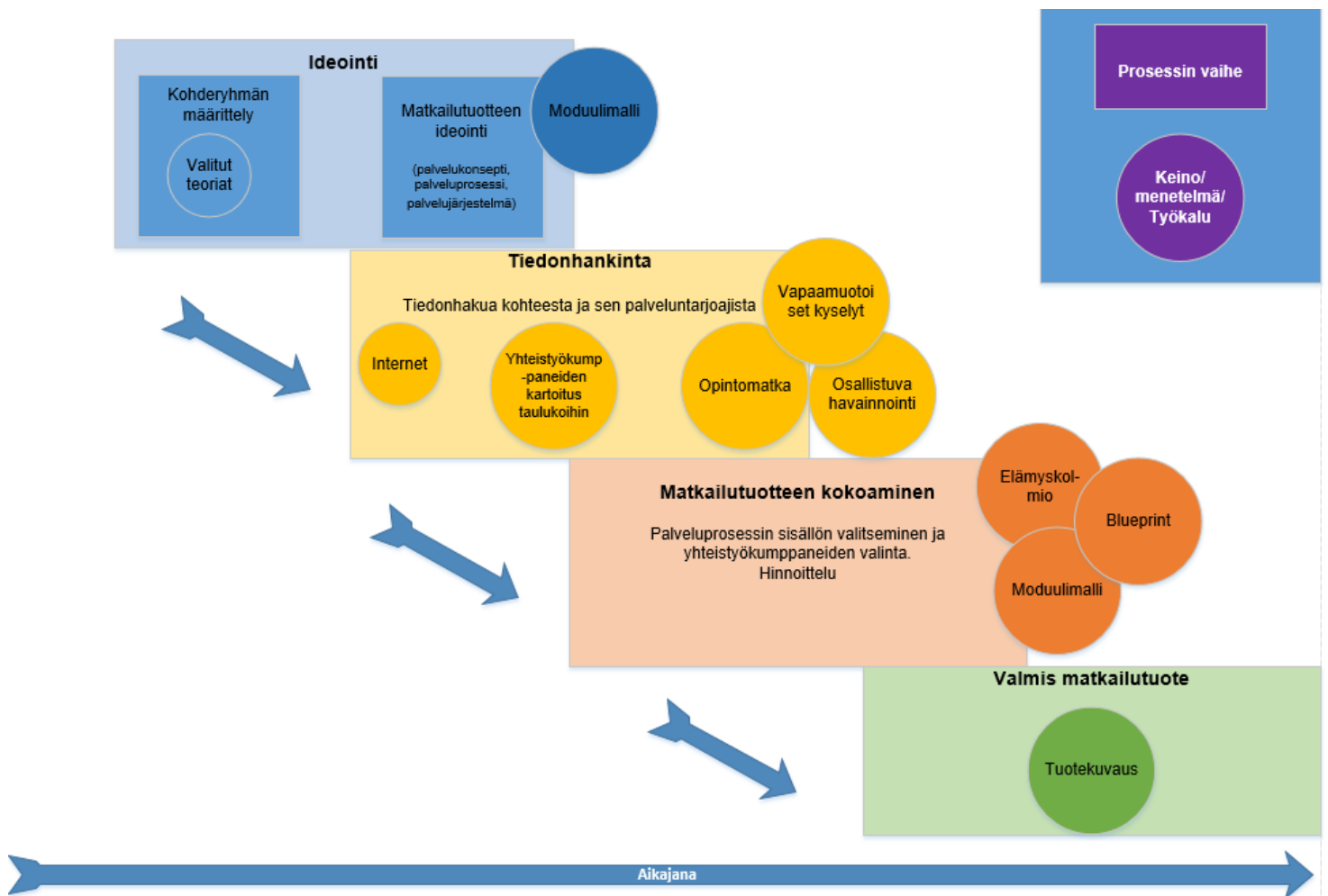
- hinta
- nimi ja lyhyt kuvaus tuotteesta
- lisäpalvelut
- hyödyt ja käyttötarkoitus asiakkaalle
- sisältö ja asiakaspalvelut
- saatavuus ja jakelu
- tuotteen asiakkaat ja markkinat
- saatavuus ja jakelu
- asiakaspalautte

Yrittäjä voi kuitenkin laatia tuoteselosteen haluamallaan tavalla käyttötarkoituksesta riippuen (Verhelä & Lackman 2003, 79) Toimiva myyntiesitys (Liite 5), kertoo tiivistetysti tuotteen asiakaslupauksen sekä palvelun sisällön. Se kuvailee palvelua ja ilmaisee miksi asiakkaan kannattaa ostaa se itselleen. Esityksen tulee myös herättää kiinnostusta palveluun sekä luoda luottamusta sen tarjoajaan. (Tonder 2013, 68-69.)

### **3.5 Matkailutuotteen suunnitteluprosessi-malli**

Matkailutuotteen suunnitteluprosessi-mallin (kuvio7) kokoamista varten on tutustuttu kirjallisuuteen, koskien matkailuyrityksen tuotekehitystä (Komppula & Boxberg 2002) (Liite 2), perinteisten tuotteiden kehitysprosessia (Kotler & Armstrong 2012, 261-271) (Liite 3) sekä matkailupalveluiden tuotteistamista (Tonder 2013) (Liite 4). Näiden teorioiden pohjalta on koottu tähän opinnäytetyöhön sopiva suunnitteluprosessi-malli. Eniten vaikutteita malliin on otettu liitteen 2 tuotekehitysprosessista. Kootusta mallista on tarkoituksella rajattu pois tuotteen markkinointi, testaus, kaupallistaminen. Mallissa on kuvattuna prosessin vaiheet, käytetyt menetelmät, työkalut ja keinot sekä aikajana, kuinka prosessi etenee.

Kuviossa 7 esitelty matkailutuotteen suunnitteluprosessi-mallin vaiheet etenevät seuraavasti. Ideointi vaihe alkaa kohderyhmän määrittelyllä jota seuraa matkailutuotteen palvelukonseptin, palveluprosessin ja palvelujärjestelmän ideointi kuviossa 6 esitellyn matkailupalvelupaketin moduulimallin avulla. Prosessin vaiheen etenevät osin limittäin. Tiedonhankinta vaiheessa kohteesta ja sen palveluntarjoajista hankitaan tietoa internetin välityksellä sekä opintomatkan avulla, jonka aikana toteutetaan vapaamuotoisia kyselyitä ja osallistuvaa havainnointia. Mahdollisia yhteistyökumppaneita myös kartoitetaan taulukoihin. Matkailutuotteen koonti vaiheessa palveluprosessiin valitaan sisältö, yhteistyökumppanit päätetään sekä tuote hinnoitellaan. Koonti vaiheessa apuna käytetään elämyskolmiota (kuvio 4), moduulimallia (kuvio 6) sekä blueprint-menetelmää, joka on esitelty kohtassa 3.4 sekä liitteessä 5. Prosessin viimeisessä vaiheessa esitellään valmis matkailutuote tuotekuvauksena kohdan 3.4 teorioita apuna käyttäen.



Kuvio 7. Matkailutuotteen suunnitteluprosessi-malli

## 4 Leijalautailumatka Fuerteventuralle

### 4.1 Johdanto

Opinnäytetyöni aiheen valinta oli monien kohtaamisten ja sattumuksien summa. Tein ensimmäisen työharjoitteluni Thaimaassa leijalautailukoulussa, jossa sain ensikosketuksen lajiin, olin koukussa. Toinen intohimoni on yrittäjyys, opiskeluni aikana suuntauduin yrittäjyyteen ja mielessäni onkin jo pitkään kytenyt ajatus omasta yrityksestä matkailualalla. Opinnäytetyö projektin lähestyessä tiesin, että haluan tehdä työn yrittäjyyteen liittyen. Alkuperäinen aiheeni oli yrityksen perustaminen matkailualalle ja ensimmäisen matkailutuotteen suunnittelu yritykselle. Projektin alkuvaiheessa minulle selvisi aiheen laajuus, sitä oli rajattava. Aloin pohtia omaa vaihtamani yrittäjäksi ryhtymisen prosessissa. Olin käynyt muutamia yrittäjyyden kursseja sekä tutustunut matkailualan yrittäjyyteen oma aloitteisesti. Mieleeni heräsi kysymys. Mitä hyötyä on yrityksellä, jos sillä ei ole tuotteita mitä myydä? Päädyin rajaamaan opinnäytetyöni aiheen uuden matkailutuotteen suunnittelu prosessiin. Tämä vaihe on osa omaa kehitystäni matkailualan yrittäjäksi. Suunnitteluprosessin aikana tutustuin myös pintapuolisesti alakohtaisiin säädöksiin. Seuraavana vaiheena suurempaa prosessia minulla on tarkoitus perehtyä yrittäjyyteen ja alakohtaisiin lainalaisuuksiin syvällisemmin, saadakseni tarvittavat valmiudet opinnäytetyössä suunnitellun matkailutuotteen markkinatestaamiseen, myyntiin ja sen tuottamiseen kuluttajille.

Matkailutuotteen kohdevalintaan sain alkusykäyksen harrastuskaveriltani, joka oli tehnyt oman opinnäytetyönsä Fuerteventuralle. Hän kertoi saaren tasaisista tuulista, upeista hiekkarannoista ja smaragdinvihreistä vesistä. Tutkin saarta tarkemmin internetin välityksellä, se olisi sopiva paikka leijalautailumatkan kohteeksi. Saari on kuitenkin noin 100 kilometriä pitkä ja muutaman kymmenen levyinen, siellä on varmasti useita rantoja eri puolilla saarta, jossa on hyvät leijalautailu mahdollisuudet. Mikä olisi niistä paras?

Matkailutuotteen ja sen suunnitteluprosessin teorioihin tutustuessani jäin erityisesti pohtimaan Komppulan & Boxbergin (2002, 21-24) ajatusta, jonka mukaan matkailutuote on asiakkaan subjektiivinen kokemus, näin ollen matkailutuotetta ei varsinaisesti pysty edes tuottamaan, vaan yritys luo välttämättömät edellytykset matkailutuotteen syntymiselle. Matkailutuotteen ollessa subjektiivinen kokemus, mietin, miten voisin löytää suunnittelemani matkailutuotteelle ideaaliset välttämättömät edellytykset, jotka vastaisivat parhaiten valitsemani kohderyhmän tarpeita ja odotuksia. Kirjallisuuteen perehtyessä mieleeni heräsi myös useita muita kysymyksiä. Mille kohderyhmälle haluan matkailutuotteen suunnitella? Mitä matkailutuotteen pitäisi sisältää? Kenen kanssa teen yhteistyötä? Miten saan luotua tuleville asiakkaileni elämyksiä?

Mieleeni heränneitä kysymyksiä pohtiessa loin kuvion 7 esittelemän suunnitteluprosessi-mallin, kohdassa 3.5 mainittujen lähteiden pohjalta. Opinnäytetyön tiedonhankinta menetelmät alkoivat selvitä minulle. Suurimmassa roolissa tulisivat olemaan elektroninen tiedonhaku, opintomatalla tapahtuva osallistuva havainnointi sekä vapaamuotoiset kyselyt. Työn empiirinen osa etenee suunnitteluprosessi-mallin mukaisesti alkaen ideoinnista ja tiedonhankinnasta, joita seuraa matkailutuotteen kokoaminen ja lopulta valmiin matkailutuotteen esittely tuotekuvauksena.

Opinnäytetyön tavoitteena on suunnitella 7 päivän mittainen leijalautailumatka lajista kiinnostuneille aloittelijoille, jonka aikana asiakkaat oppivat leijalautailemaan. Alatavoitteina on löytää ideaalinen leijalautailupaikka Fuerteventuralta sekä sopivimmat yhteistyökumppanit matkailutuotteen tuotteistamista varten. Tuotteen kohderyhmäksi valittiin leijalautailusta kiinnostuneet aloittelijat. Lajin oppiminen on mahdollista myös Suomessa mutta vaihtelevien sääolosuhteiden vuoksi lajin aloittaminen on mielekkäämpää ja nopeampaa ympäristössä, jossa vallitsee tasainen ja navakka tuuli sekä lämmin ilmasto. Unohtamatta upeiden hiekkarantojen sekä maisemien tuomaa lisäarvoa.

#### **4.2 Menetelmävalinnat ja toteutus**

Aineiston keruu menetelmiä pohtiessa mietin mitä haluan tietää ja miten saisin niihin parhaat vastaukset. Työssä suunnittelen uuden matkailutuotteen. Millaista selvitystyötä uusi tuote vaatii, että se olisi toimiva kokonaisuus? Mikä on tuotteen fyysinen ympäristö? Kenelle tuote ylipäänsä suunnitellaan ja mitä sen pitäisi sisältää? Kenen kanssa teen yhteistyötä? Mistä tiedän, kuka on luotettava yhteistyökumppani? Miten luon matkailutuotteen, joka olisi elämyksellinen?

Tutkimuksessa toimitaan kuin jokapäiväisessä elämässä, toimintaa voidaan verrata salapoliisin työhön. Havaintoja tehdään jatkuvasti ihmisiä tarkkaillen ja uusia tilanteita kohdatessa yritetään päästä selville mistä on kysymys. Ihmisiltä kysytään miksi he toimivat niin kuin heidän havaitaan toimivan. Tutkimuksen viitekehyksessä edellä olevat seikat tarkoittavat menetelmiä. Havainnointia onkin pidetty tieteiden välttämättömänä ja yleisenä perusmenetelmänä. Suurin etu havainnoinnissa on, että sillä on mahdollista saada suoraa ja välitöntä tietoa organisaatioiden ryhmien tai yksilöiden käyttäytymisestä ja toiminnasta. Havainnoinnin avulla tutkija pääsee tutkittavan aiheen luonnolliseen ympäristöön, sanotaankin että se on todellisen maailman ja elämän tutkimista. Menetelmänä havainnointi on erinomainen esimerkiksi vuorovaikutuksen tutkimisessa. Osallistuvassa havainnoinnissa tutkija osallistuu toimintaan ja voi vapaasti muotoutua

tilanteen mukaan. Osallistuvan havainnoinnin tyypillisiä tekijöitä ovat muun muassa: tutkija osallistuu tutkittavien toimintaan heidän ehdoillaan ja että tutkijalla on pyrkimyksenä luoda hyvät suhteet havainnoitaviin. Voidaankin sanoa, että havainnoija osallistuu havainnoitavien elämään ja tekee heille myös kysymyksiä. Kyselyitä voidaan ryhmittää sen mukaan, miten tiukasti tiedonkeruu on strukturoitu ja miten vapaasti tutkimuksen kohteena olevan henkilöt voivat toimia tutkimustilanteessa. Esimerkiksi tiukimmassa ääripäässä ovat muun muassa formaalit ja strukturoidut kyselyt. Keskivaiheella avoimet ja strukturoimattomat kyselyt ja analyysit. Vapaamuotoisimmassa ääripäässä ovat esimerkiksi vapaamuotoiset keskustelut ja muistelut. Kysely menetelmää käyttäessä ainestoa voidaan kerätä muun muassa postitse, sähköpostitse, vapaamuotoisesti keskustellen tai siten että tutkija jakaa kyselylomakkeita henkilökohtaisesti menemällä esimerkiksi messutilaisuuksiin tai työpaikoille. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 191-216.)

Suunnittelemani matkailutuote on tulevan yritykseni pilottituote, haluan olla varma, että kaikki toimii niin kuin pitää. Panoksena on asiakkaiden viihtyvyys ja turvallisuus, yrityksen maine sekä rahat. Arvioin että paras tapa löytää vastauksia on lähteä paikan päälle tekemään kenttätutkimusta, jonka menetelminä on osallistuva havainnointi sekä vapaamuotoiset kyselyt (keskustelut, sähköposti, Whats app). Työn tiedonhankinta vaiheen merkittävin osuus on kahden kuukauden mittainen opintomatka Fuerteventuralle, jonka aikana ympäristöä havainnoidaan, keskustellaan paikallisten palveluntarjoajien kanssa, testataan henkilökohtaisesti matkailutuotteen mahdollista sisältöä esimerkiksi majoitusvaihtoehtoja, aktiviteetteja ja leijalautailurantoja. Ennen opintomatkaa halusin pohjatietoja kohteesta ja sen tarjoamista mahdollisuuksista. Tähän käytin elektronista tiedonhakua eli internet-tiedonhakua.

Työn empiirinen vaihe etenee kuviossa 7 esitellyn suunnitteluprosessi-mallin mukaisesti. Aloitin ideoinnin matkailutuotteen kohderyhmän määrittämisellä ja tuotteen alustavalla ideoinnilla moduulimallin avulla (kuvio 6). Seuraavan vaiheen eli tiedonhankinnan aloitin jo tuotetta ideoidessa. Ennen opintomatkaa tutustuin Fuerteventuraan internetin välityksellä etsien parhaita leijalautailurantoja ja palveluntarjoajia. Ennen opintomatkaa sovin pari tapaamista leijalautailukoulujen kanssa sähköpostitse. Opintomatalla kontaktoin palveluntarjoajia kasvotusten vierailamalla heidän toimipisteissään sekä sähköpostitse ja puhelimitse. Vuorovaikutuksella kerättiin tietoa yritysten palveluista sekä hinnoista. Havainnoin osan palveluntarjoajan palveluita, esimerkiksi majoituin useassa eri hostellissa, seurasin leijalautailuopetusta, osallistuin aktiviteetteihin ja testasin eri ruokailupalveluvaihtoehtoja. Kun olin kartoittanut Fuerteventuran mahdollisia leijalutailukohteita ja palveluntarjoajia (liitteet 10-15) internetin ja kenttätutkimuksen avulla, siirryin matkailutuotteen koonti vaiheeseen, jossa valitsin matkan tarkan kohteen, sisällön sekä yhteistyökumppanit. Tuotteelle

määriteltiin hinta sekä sen elämyksellisyyttä pohdittiin. Koonti vaiheessa käytettiin apuna moduulimallia (kuvio 6), blueprint-menetelmää sekä elämyskolmiota (kuvio 4). Opinnäytetyön produkti eli valmis matkailutuote esitellään työn lopuksi tuotekuvauksena.

### 4.3 Ideointi

Matkailutuotteen suunnitteluprosessin ideointivaihe alkaa kohderyhmän määrittelyllä, jota seuraa palvelukonseptin, palveluprosessin ja palvelujärjestelmän ideointi.

Komppulan & Boxbergin (2002, 21) asiakaslähtöisen matkailutuotteen teorian mukaan yrityksen perusolettamuksena tulisi olla asiakaslähtöisyys eli uusien matkailutuotteiden suunnittelu asiakaslähtöisen ajattelun kautta. Kohderyhmää miettiessäni pohdin, kenelle minun olisi helpointa toteuttaa leijalautailumatka. Minkä ryhmän tarpeisiin pystyn vastaamaan parhaiten omalla tämänhetkisellä osaamisella ja kokemuksella? Tuotteen ollessa ensimmäinen matkailutuote, jota olen suunnitellut ja jonka haluan toteuttaa, haluaisin kohderyhmän olevan minulle tuttu entuudestaan. Olen harrastanut leijalautailua vuodesta 2015. Lukuisat kerrat kertoessani harrastuksestani muille, on monilla ystäväilläni, sukulaisillani ja tuttavillani herännyt mielenkiinto lajin aloittamista kohtaan. Aloitin kohderyhmän määrittelyn lähtökohdasta, että kohderyhmällä on pää motiivina kiinnostus lajin aloittamista kohtaan. Päätin suunnitella tulevan yritykseni pilotti tuotteen sukulaisilleni, ystäväilleni ja tuttavilleni jotka ovat kiinnostuneita lajin aloittamista kohtaan. Tälle kohderyhmälle olen todennut henkilökohtaisesti tarpeen, sekä arvioni mukaan heitä olisi riittävästi. Kohderyhmää yhdistäviä tekijöitä ovat, kiinnostus leijalautailun oppimiseen, ikäjakauma, elämäntilanne sekä matkustusmotiivi. Tulevaisuudessa entuudestaan tutut osallistujat myös helpottavat tuotteen testausta ja sen kehittämistä.

Tonderin mukaan (2013, 14) uutta matkailutuotetta suunnitellessa on keskeistä, että se kohdennetaan jollekin tietylle kohderyhmälle ja tiettyyn tarkoitukseen. Tonder (2013, 43-45) kertoo myös että, asiakasryhmiä voidaan määritellä matkailijan motivaatioiden sekä sosiodemografisten tekijöiden avulla, näistä motivaatioon perustuvat tekijät ovat kuitenkin merkittävämmässä roolissa. Matkailutuotteen kohderyhmäksi valitsin leijalautailusta kiinnostuneet aloittelijat, joilla ensisijaisena matkustusmotiivina toimii leijalautailun oppiminen. Tietäessäni suurin piirtein, ketä pilottimatkalta tulisi osallistumaan määrittelin kohderyhmää myös sosiodemografisilla tekijöillä. Segmenttiin kuuluvat ovat 20-30 vuotiaita työssäkäyviä Suomalaisia miehiä ja naisia.

Matkailutuotteen kohderyhmä koostuu allekirjoittaneen sukulaisista sekä ystävistä, jotka ovat kiinnostuneet leijalautailun aloittamisesta ja ovat työssäkäyviä 20-30 vuotiaita Suomalaisia miehiä ja naisia. Opinnäytetyössä suunniteltava matkailutuote on erikoisharrastematka, jonka ytimenä on leijalautailu. Leijalautailumatka on urheiluloma, joka kuuluu aktiiviseen urheilumatkailuun.

Palvelukonseptin Ideoinnin lähtökohtana tiedettiin matkailutuotteen kohderyhmä (Suomalaiset 20-30-vuotiaat työssäkäyvät, jotka haluavat oppia leijalautailemaan) sekä paikka pääpiirteittäin (Fuerteventura). Palvelukonseptin eli kohderyhmän saaman arvon eli tuotteen idean määrittäminen aloitettiin täyttämällä Komppulan & Boxbergin (2002, 101) esittelemä taulukkoa arvonmäärittämisestä taulukko 1.

Taulukko 1. Palvelukonseptin ideointi. (muokattu, Komppula & Boxberg 2002, 101)

<b>Kohderyhmä</b>	<b>Matkan tarkoitus</b>	<b>Matkan muut motiivit</b>	<b>Arvonmäärittäminen eli tuotteen idea</b>
Suomalaiset 20-30-vuotiaat työssäkäyvät leijalautailusta kiinnostuneet aloittelijat	Oppia leijalautailemaan, Irti arjesta, lämpö ja aurinko	rentoutuminen, uusien asioiden oppiminen, lomailu hyvässä seurassa,	Leijalautailun oppiminen lämpimässä ja aurinkoisessa ympäristössä. Irti arkisesta työelämästä lomaillessa hyvässä seurassa.

Määrittelin matkan tarkoitusta ja matkan muita motiiveja kirjaamalla ylös mitä tarpeita määrittelyllä kohderyhmällä voisi olla. Leijalautailusta kiinnostuneiden aloittelijoiden matkan tarkoituksena ja tarpeena on oppia leijalautailemaan. Entä mitä muita motiiveja työssäkäyvillä Suomalaisilla 20-30 vuotiailla voisi olla matkalle? Pohtiessani asetuin kohderyhmäläisten rooliin, johon voin samaistua helposti. Pitkän ja raskaan työrupeaman jälkeen kaipaisin ehdottomasti irtiotta arjesta, jossain lämpimässä, jos vaikka aurinkoakin näkisi pitkästä ajasta ja hyvä seura kruunaisi kaiken.

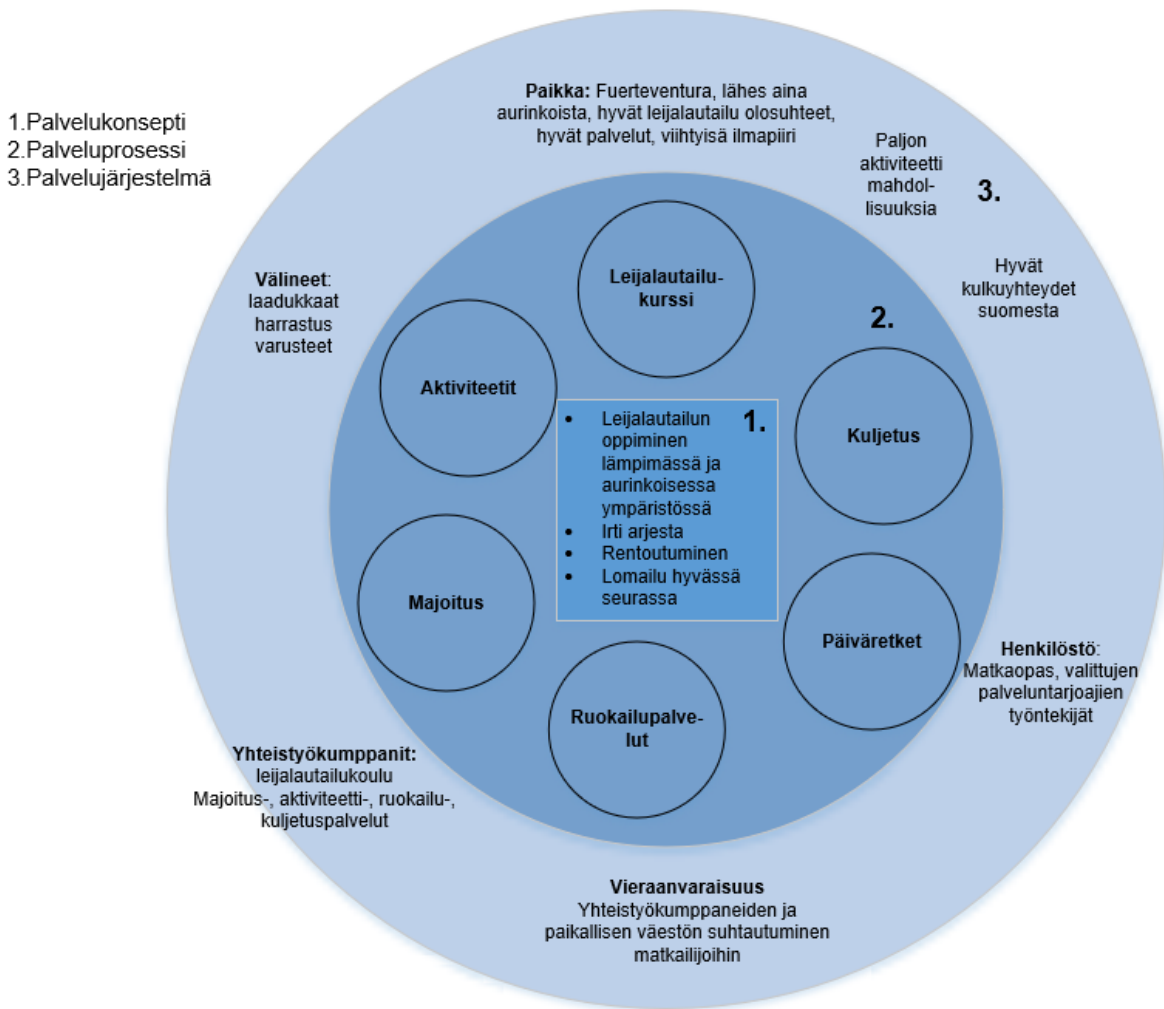
Palveluprosessia ideoidessa mietittiin millä toiminnoilla palvelukonsepti saadaan toteutettua. Ideoinnissa käytettiin apuna kuvion 6 matkailupalvelupaketin moduulimallia.

Kuviossa 8 on kuvattu, millaisia moduuleita leijalautailumatka voisi sisältää.

Aloitin sisällön ideoinnin miettimällä millaisia eri moduuleja tuote voisi sisältää, jotta tuote vastaisi asiakkaiden arvon odotukseen ja tarpeisiin. Jotta asiakkaat oppisivat leijalautailemaan, on tuotteen sisällettävä leijalautailukurssi. Matkan keston ollessa 7 päivää majoitus



ja ruokailupalvelu moduulit ovat välttämättömiä. Matkan ollessa urheiluloma myös muut aktiviteetit ovat tervetulleita. Urheilulomallakin tarvitaan välipäiviä, jolloin päiväretket voisivat olla mieleistä sisältöä asiakkaille esimerkiksi tutustumista paikalliseen kulttuuriin tai nähtävyyksiin. Ideoin matkailutuotteen moduuleja laittamalla ne taulukkoon (taulukko 2) ja keräämällä ajatuksia millainen se voisi olla tai mitä se voisi sisältää.



Kuvio 8. Matkailutuotteen ideointi moduulimallia apuna käyttäen. (muokattu Komppula & Boxberg 2002, 25)

Taulukko 2. Moduulien sisällön ideointi

Moduuli	Ideoita
Leijalautailukurssi	Laadukas opetus ja opettajat, luotettava, hyvä hinta/laatu suhde, tarpeeksi pitkä leijalautailun oppimiseen
Majoitus	Yhteisöllinen (yleiset tilat ja piha alue, jossa on hyvä viettää aikaa), hyvä sijainti (miehellään rannalla) hostelli? hotelli? huvila?
Ruokailupalvelut	Monipuoliset, paikallista ruokaa, ravintolat. Matkaopas tekee aamupalat.
Kuljetus	Tila-auto (9hlö), johon mahtuu koko ryhmä kerralla. Matkaopas toimii kuljettajana (lisää mahdollisuuksia ja liikkuvuutta, kun auto on koko ajan käytössä)
Aktiviteetit	Monipuolisia, asiakkaiden mieltymysten mukaan
Päiväretket	Paikallinen kulttuuri, nähtävyydet. Autoretket.

Palvelujärjestelmän kehittäminen on jatkuvaa ja sitä voidaan tarkastella yrityksen tai matkailutuotteen tasolla. Keskityn työssä enemmän matkailutuotteen tasoon, jolla tarkoitetaan tuotteen laatuun panostamista ja asiakkaan odottaman arvon tuottamisen paneutumiseen. Matkailutuotteen kohteesta tiedetään tällä hetkellä, että se sijoittuu Fuerteventuralle. Matkan tarkempaa paikkaa etsitään ja tarkastellaan tiedonhankinta vaiheessa. Matkailutuotteen henkilöstön osalta, toimin itse matkaoppaana. Matkaoppaan roolia ideoidessa mietin, että voisin asua samassa majoituksessa asiakkaiden kanssa, tehdä heille aamupalat, hoitaa kuljetukset tila-autolla sekä järjestää tekemistä. Matkaoppaan roolin ollessa hyvin läheinen asiakkaiden kanssa, se lisää myös heidän kokemaansa vieraanvaraisuutta. Vieraanvaraisuudessa huomioon otettavia asioita on myös sopivien yhteistyökumppanien sekä paikan valinta.

Matkailutuotteen ryhmän kokoa miettiessäni, pohdin mikä olisi sopiva määrä kerralla, jotta tuotteen laatu ja dynaamisuus saadaan pysymään hyvänä. Ideana on, että matka olisi kuin kaveriporukan reissu, jossa yhdessä olo ja yhdessä tekeminen korostuvat. Ideoidessani kuljetuksia, löytämäni isoimpaan tila-autoon mahtui yhdeksän henkilöä (kahdeksan asiakasta + matkaopas). Pohtiessani kahdeksan matkustajan kokoista ryhmää, se alkoi tuntua sopivan kokoiselta. Sen kokoista ryhmää olisi helppo kuljettaa tila-autolla, ravintoloihin ei tarvitse varata pöytiä etukäteen ja muutenkin yleinen toiminta yhdessä olisi helpompaa verrattuna isompiin esimerkiksi 12-20 henkilön ryhmiin.

Prosessin tämänhetkinen idea matkailutuotteesta Fuerteventuralle on seuraava: 7 päivän mittainen irti arjesta leijalautailuloma (urheiluloma) 20-30 vuotiaille suomalaisille työssäkäyville leijalautailusta kiinnostuneille aloittelijoille, lämpimässä ja aurinkoisessa ympäristössä rentoutuen ja lomailen hyvässä seurassa. Ryhmän koko 8 henkilöä.

Matkailutuotteen suunnitteluprosessin (kuvio 7) vaiheet etenevät osittain päällekkäin, ensimmäinen vaihe eli ideointi alkoi jo ennen tiedonhankinnan alkua mutta jatkuu edelleen tiedon lisääntyessä. Matkailutuotetta jalostetaan yksityiskohtaisemmaksi prosessin edetessä tietojen karttuessa.

#### **4.4 Tiedonhankinta**

Tiedonhankinta vaiheen tavoitteena oli löytää kuviossa 8 ideoituihin matkailutuotteen moduuleihin konkreettista sisältöä sekä löytää vaihtoehtoja mahdollisista yhteistyökumppaneista. Ennen tiedonhankinnan vaiheiden esittelyä, käydään läpi miksi matkailutuotteen kohteeksi valittiin Fuerteventura. Prosessi miten Fuerteventuraan päädyttiin leijalautailumatkan kohteeksi, alkoi allekirjoittaneen kaverin suosituksesta, jonka jälkeen kohdetta alettiin tutkia tarkemmin internetin välityksellä. Tiedonhaun perusteella päädyttiin lopputulokseen: Fuerteventuralla on ideaaliset sääolosuhteet ja rannat leijalautailua varten. Kohteen valintaan vaikutti myös sen helppo saavutettavuus Suomesta ja hyvä turismiinfrastruktuuri. Liitteessä 7 on esitelty yksityiskohtaisemmin miksi Fuerteventura valittiin matkailutuotteen kohteeksi.

Aloitin tiedonhankinta vaiheen tutustumalla Fuerteventuraan internetissä. Kartoitin saaren leijalautailupaikkoja sekä palveluntarjoajia, jotka voisivat toimia yhteistyökumppaneinani matkailutuotteen tuottamisessa. Kartoituksen perusteella suunnittelin opintomatkan. Opintomatkan kesto oli kaksi kuukautta (4.4-4.6.2017). Jaoin opintomatka kahteen vaiheeseen. Ensimmäisessä vaiheessa (1kk) oli tarkoitus tutustua saaren potentiaalsiin leijalautailukohteisiin ja kartoittaa niiden palveluntarjoajia. Kierrettyäni potentiaaliset kohteet läpi, valitsin niistä parhaan matkailutuotteeseen. Toisessa vaiheessa (1kk) tutustuin tarkemmin vaiheessa yksi valittuun kohteeseen ja sen palveluntarjoajiin. Toisen vaiheen loppupuolella aloitin matkailutuotteen kokoamisen tiedonhankinnan perusteella. Opintomatkan tarkempi suunnitelma sekä matkamuistiinpanot löytyvät liitteestä 8.

Ennen opintomatkaa olin ottanut yhteyttä muutamaa leijalautailukouluun ja sopinut tapaamisia. Ensimmäisessä vaiheessa kävin tutustumiskäynneillä kouluissa, keskustelin heidän palveluistaan ja hinnoista. Kävin myös extempore vierailuilla kouluissa ja aktivoitin tarjoajien yrityksissä, joista sain tietää hostelleista, Airbnb isänniltäni, internetistä ja

kierrellessäni kohteissa. Opintomatkan ensimmäisessä vaiheessa valitsin leijalautailumatkan kohteeksi Corralejon. Kohteen valintaan vaikuttavia tekijöitä olivat tuuliolosuhteet, rantojen soveltuvuus leijalautailuun, leijalautailu koulut, muut aktiviteetit, majoituspalvelut, ravintolat ja baarit sekä yleinen ilmapiiri. Tarkemmat perustelut kohteen valintaan löytyvät liitteestä 9.

Opintomatkan toisessa vaiheessa tutustuin tarkemmin Corralejoon, sen lähialueisiin ja niiden palveluntarjoajiin. Kartoitin konkreettista sisältöä palvelumoduuleihin ja yhteistyökumppaneita, keräämällä tietoja moduulien mukaisesti taulukoihin (liitteet 10-15). Taulukoiden tiedot keräsin internetistä ja yritysvierailuilta.

Matkailutuotteen ydinsisältö eli päätuote on leijalautailukurssi. Aloitin palveluntarjoajien etsinnän leijalautailukoulujen tarkemmalla kartoituksella. Tavoitteena oli löytää luotettava leijalautailukoulu, joka pystyisi tarjoamaan laadukasta ja turvallista opetusta 8 henkilölle saman aikaisesti edulliseen hintaan. Nämä kriteerit täyttäviä leijalautailukouluja löysin yhteensä viisi, joista neljällä oli toimipiste Corralejossa ja yhdellä Lajaresissa, joka sijaitsee noin 10 kilometriä Corralejosta länteen, mutta se tarjoaa opetusta Corralejon rannoilla. Aloitin koulujen kartoituksen internetissä, jonka jälkeen otin yhteyttä kouluihin sähköpostitse ja puhelimitse sopiakseni tapaamisia. Tapaamisissa havainnoin koulua ja sen henkilökuntaa. Kysyin tietoja leijalautailukursseista, niiden hinnoista sekä muista palveluista, joita he tarjoavat. Vierailujen lopuksi pyysin kouluilta tarjouksen: 4 päivän leijalautailukurssille kahdeksan henkilön kokoiselle ryhmälle sekä mahdollisia alennuksia muille aktiviteeteille ja majoitukselle. Osa yrityksistä vastasi tarjouspyyntöihin heti paikan päällä ja osa sähköpostitse jälkeenpäin. Liitteessä 10 on esitelty taulukkoon kerätyt leijalautailukoulut, niiden tarjoamat muut palvelut, saadut tarjoukset, sekä havaintoja yrityksestä.

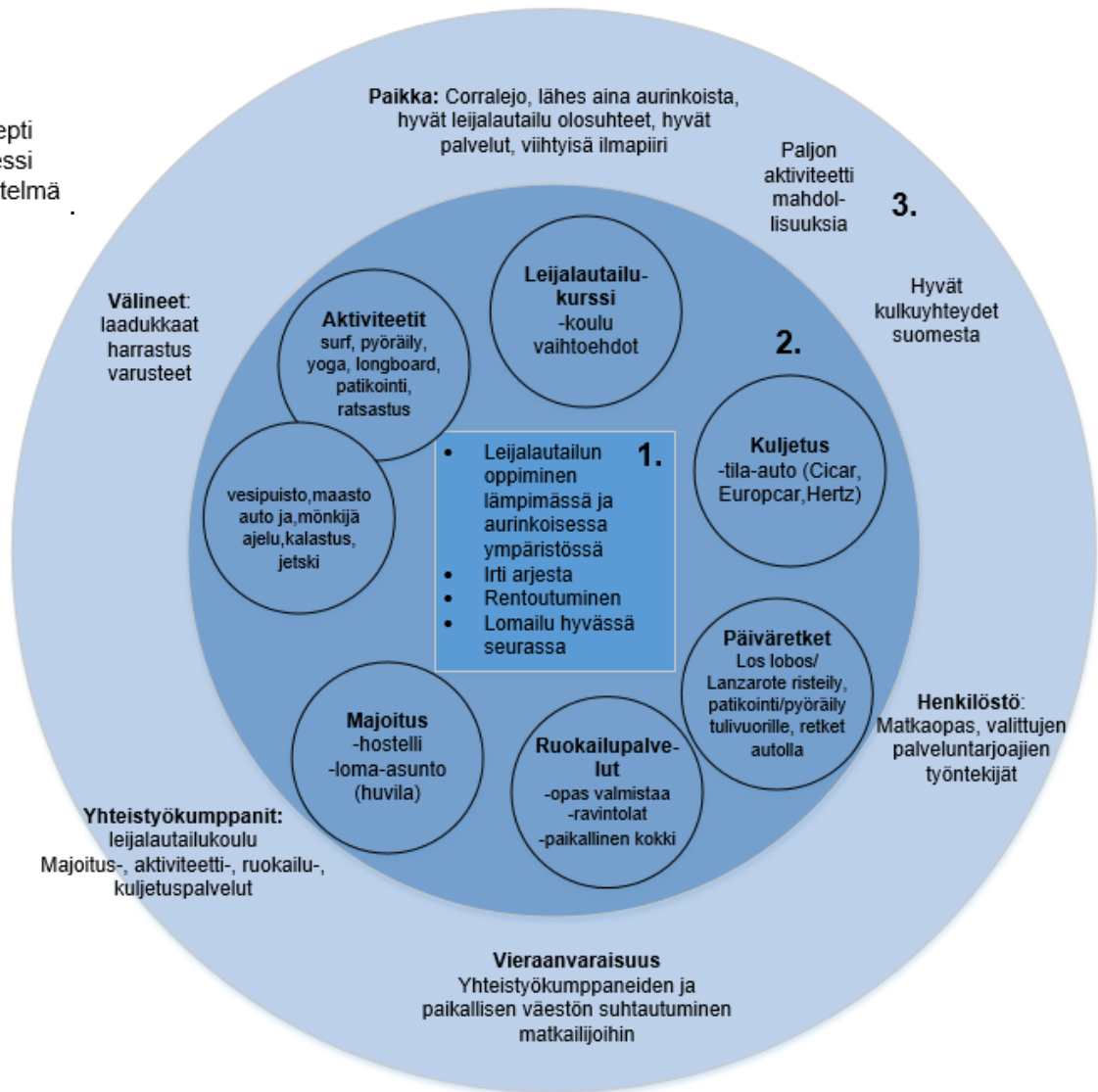
Majoituspalveluita kartoittaessa tärkeitä tekijöitä olivat: tarpeeksi tilaa 9 hengelle (8 asiakasta + matkaopas), paikka on viihtyisä, isot yhteiset tilat (olohuone, keittiö, terassi), hyvä sijainti sekä edullinen hinta. Corralejon majoitustarjonta koostuu hotelleista, hostelleista sekä loma-asunnoista. Hotellit jätin pois majoitusta kartoittaessa niiden korkeiden hintojen vuoksi. Majoitusvaihtoehtoja kartoittaessani keskityin hostelleihin sekä loma-asuntoihin. Liitteeseen 11 on kerätty taulukkoon Corralejon eri hostelli ja loma-asunto vaihtoehtoja ja niiden hinnat sekä kommentit. Hostellit löytyivät pääsääntöisesti Hostelworld internet sivujen kautta. Osaan hostelleista tutustuin havainnoimalla majoittumalla niissä henkilökohtaisesti. Hostelli majoituksen hyvinä puolina on edukas hinta sekä yhteisöllisyys. Loma-asun-

tojen kartoittamiseen käytin Airbnb sivustoa. Yleisesti ottaen Loma-asunnot olivat kalliimpia kuin hostellit, kuten olettaa saattaa. Hinta kuitenkin kulkee käsikädessä majoituksen viihtyvyyden ja sijainnin kanssa.

Aktiviteettipalveluja kartoittaessa oli tarkoitus löytää mahdollisimman paljon eri aktiviteetteja, joita Corralejossa ja sen lähialueilla on tarjolla. Taulukkoon (Liite 12) on kerätty eri aktiviteetti yrityksiä ja niiden tarjoamia palveluita. Tiedonhaku aloitettiin internetin välityksellä, jonka jälkeen osassa yrityksissä vierailtiin ja heidän palveluitaan testattiin. Päiväretkivaihtoehtoja kartoitettiin vierailemalla Corralejon lähialueilla autolla suunnitellen päiväretkiä sekä osallistumalla paikallisten yritysten järjestämille päiväretkille muun muassa kataramaaniristeilylle Los lobosille sekä patikointi retkelle läheisille tulivuorille. Liitteeseen 13 on kerätty päiväretkivaihtoehtoja. Idea ruokapalvelujen tuottamisesta kehittyi opintomatkan aikana havainnoidessa eri vaihtoehtoja. Liitteessä 14 on esitelty idea ruokailupalvelujen tuotannosta kustannusarvioineen. Kuljetuspalveluiden tuottamisen ideana on että, opas hoitaa asiakkaiden kuljetuksen koko matkan aikana. Lentokentältä majoitukseen, aktiviteetteihin, päiväretkille, mihin ikinä asiakkaat haluavat, sillä auto on koko ajan käytössä. Liitteeseen 15 on kerätty autovuokraamoita kommentteineen ja hintoineen.

Tiedonhankinta vaiheen tavoitteena oli löytää kuviossa 8 ideoituihin matkailutuotteen moduuleihin konkreettista sisältöä sekä löytää vaihtoehtoja mahdollisista yhteistyökumppaneista. Tiedonhankinta vaihe onnistui mielestäni hyvin. Sain kartoitettua sisältöä sekä mahdollisia yhteistyökumppaneita matkailutuotteelle. Opintomatkan aikana tiedon lisääntyessä, idea suunniteltavasta matkailutuotteesta jalostui. Kuviossa 9 on esitelty tarkempi kuvaus matkailutuotteesta. Leijalautailumatkan kohde on tässä vaiheessa varmistunut sekä palvelumoduuleihin on kerätty vaihtoehtoja sisältöä sekä mahdollisia palveluntarjoajia. Jokaisessa palveluprosessin sisältämässä moduulissa on vaihtoehtoja sekä vaihtoehtoisia palveluntarjoajia. Omasta mielestäni mitä enemmän vaihtoehtoja palveluprosessiin saadaan tässä vaiheessa kerättyä, sitä parempi. Tällä tavoin kohteen tarjonta tulee tutuksi syvällisemmin. Seuraavassa vaiheessa kun matkailutuotetta kootaan, karsitaan vaihtoehtoja niin että, suurimman lisäarvon tuottavat sisällöt ja palveluntarjoajat valitaan matkailutuotteen tuottamiseen.

1. Palvelukonsepti
2. Palveluprosessi
3. Palvelujärjestelmä



Kuvio 9. Matkailutuote tiedonhankinnan jälkeen (muokattu Kompola & Boxberg 2002, 25)

Palvelujärjestelmän osalta paikan ja yhteistyökumppaneiden kartoituksen lisäksi tein havaintoja vieraanvaraisuuden osalta. Corralejo on Fuerteventuran suosituin matkailukohde, kuitenkin verrattuna esimerkiksi Gran Canarian Playa del Inglesiin on eroa kuin yöllä ja päivällä. Corralejon turistimäärä ei ole vielä niin suuri, että se vaikuttaisi paikallisten ihmisten suhtautumiseen turisteihin negatiivisesti, enemmänkin vaikutti, että paikalliset olivat iloisia kohdatessaan minut (ja rahani). Corralejossa koin todella ystävällisen ilmapiirin niin paikallisten yritysten henkilökunnan toimesta kuin myös paikallisen muun väestön osalta.

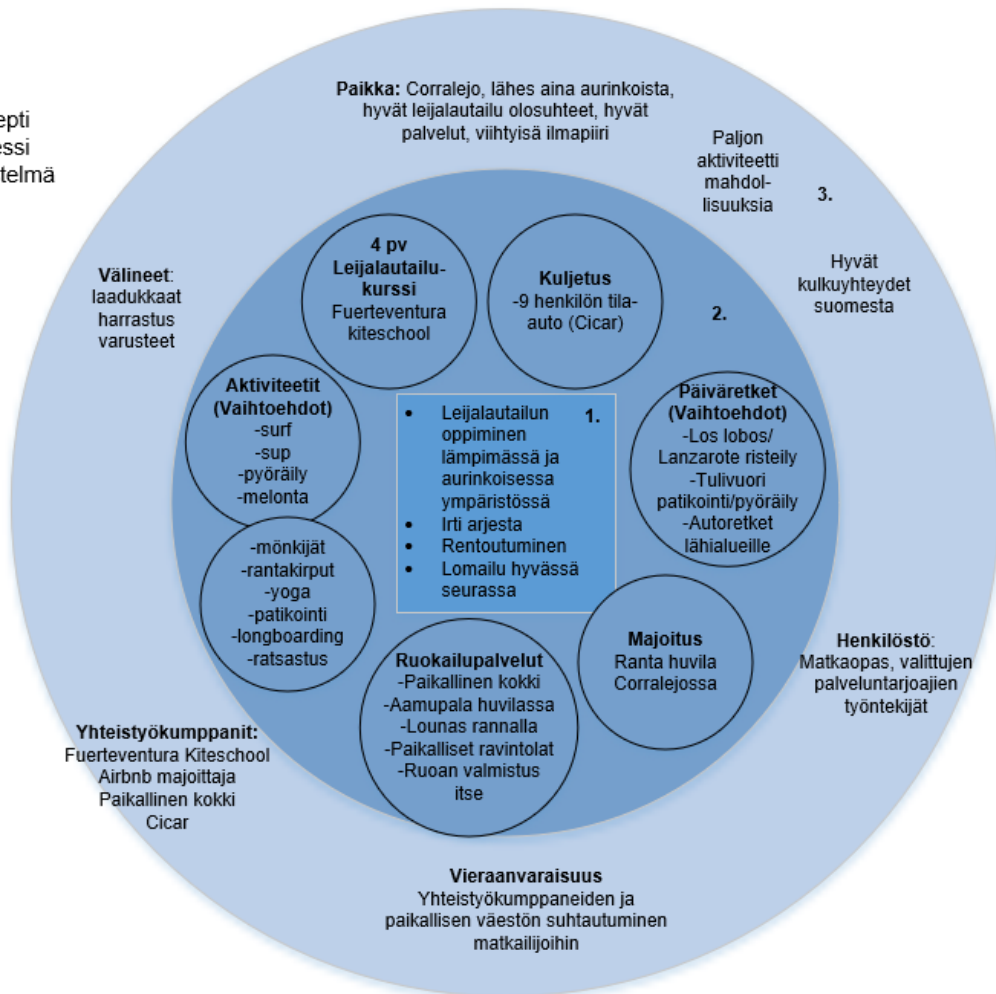
#### 4.5 Matkailutuotteen kokoaminen

Matkailutuotteen koonti vaihe alkoi, kun matkan tarkka kohde oli päätetty sekä tuotteen eri moduuleille oli kartoitettu useita eri vaihtoehtoja internet tiedonhaun sekä opintomatalla tapahtuneen havainnoinnin ja kyselyjen avulla. Matkailutuotteen kokoaminen aloitettiin blueprint-menetelmän avulla, jotta tuotantoprosessia voidaan tarkastella yksityiskohtaisesti sekä matkailutuotteelle saadaan konkreettiset raamit. Se myös helpottaa oman toiminnan hahmottamista matkan koko elinkaaren aikana. Tuotantoprosessista muodostettu kuva eli blueprint on esitelty liitteessä 16. Blueprinttiä tehdessä matkailutuotteen sisällön mahdollisuudet selvenivät, mitä kaikkea viikon matkaan voi tai kannattaa sisällyttää.

Ennen matkailutuotteen tarkemman sisällön ja palveluntarjoajien valintaa on hyvä palata tarkastelemaan, mitä matkailutuotteesta jo tiedetään. Suunniteltava matkailutuote on 7 päivän (6 yön) mittainen leijalautailuloma lajista kiinnostuneille aloittelijoille (20-30 vuotiaat työssäkäyvät Suomalaiset), joiden tavoitteena on leijalautailun oppiminen aurinkoisessa ja lämpimässä ympäristössä samalla rentoutuen ja lomailien hyvässä seurassa. Ryhmän koko 8 asiakasta + matkaopas. Tarkoituksena oli koota mahdollisimman sulavasti toimiva elämyksellinen matkailutuote kohderyhmälle.

Moduulien sisällön sekä palveluntarjoajien valinnat on esitelty kuviossa 10. Kurssin palveluntarjoajaksi valittiin yritys, joka pystyy tuottamaan 4 päivän leijalautailukurssin räätälöidysti, niin että kaikki kahdeksan osallistujaa voivat suorittaa kurssi saman aikaisesti. Tärkeitä palveluntarjoajan valintaan vaikuttaneita tekijöitä olivat myös yrityksen hyvä vieraanvaraisuus, edullinen hinta, ammattimaisuus sekä muut yrityksen tarjoamat aktiviteetit, joita he voivat järjestää leijalautailukurssin lisäksi tai tilanteessa, jossa tuulta ei ole tarpeeksi lautailua varten. Matkailutuotteen leijalautailukurssin tarjoajaksi valitsin Fuerteventura kiteschool:in. Koulun ovat perustaneet neljä lajille omistautunutta harrastajaa, joista oli selvästi nähtävissä sisäinen palo lajia kohtaan. Koulun omistajat olivat todella ammattitaitoisia, mukavia sekä hyviä asiakaspalvelijoita. He tarjosivat minulle mahdollisuutta tulla seuraamaan heidän opetustaan päivän ajaksi. Päivän aikana he näyttivät miten ja missä opetus käytännössä tapahtuu, eikä se tuottanut pettymystä. Yritys tarjosi myös parhaan hinnan neljän päivän leijalautailukurssille. Lisäksi yrityksellä on valikoimassaan myös muita aktiviteettipalveluita, joista sain neuvoteltua alennuksia. Laaja aktiviteetti tarjonta on tärkeää suunnittelemani matkailutuotteen onnistumisen kannalta. Esimerkiksi tuulen ollessa liian heikko leijalautailuun, yrityksellä on mahdollista järjestää vaihtoehtoista toimintaa. Fuerteventura kiteschoolin hinnat, muu tarjonta sekä tekemäni havainnot on esitelty liitteessä 10.

1. Palvelukonsepti
2. Palveluprosessi
3. Palvelujärjestelmä



Kuvio 10. Valmiin matkailutuotteen moduulimalli (muokattu Kompplu & Boxberg 2002, 25)

Matkailutuotteen majoitukseksi valitsin huvilan aivan Corralejon rannan ja keskustan tuntumasta. Niin kuin sanotaan kuvat kertovat enemmän kuin tuhat sanaa, liitteessä 17 on esitelty kuvia huvilasta. Matkailutuotteen majoitusta valitessa tärkeitä tekijöitä olivat: viihtyvyys, sijainti, mukavuudet sekä hinta. Taustalla oleva Idea majoituksen valinnassa oli, että asiakkaat saavat lisäarvoa kokemukseensa majoituksesta. Viihtyisässä hyvin sisustetussa majoituksessa on helppo rentoutua, vaikka terassilla lepotuolissa tai uima-altaassa polskien. Huvilan sijainnin ja mukavuuksien vuoksi tekemistä ei tarvitse kaukaa etsiä. Rannan sijaitessa pihan toisella puolella, ei rannalle lähtemiseen tarvitse erikseen käyttää aikaa ja vaivaa. Liitteessä 11 näkyvät tiedonhankinta vaiheessa kerätyt eri vaihtoehdot majoitukselle. Hostellien ja huviloiden väliltä valinta oli helppo tehdä huviloiden hyväksi. Useissa liitteessä 11 esitellyissä hostelleissa on hyvät palvelut ja mukavuudet, mutta suurinta osaa niistä ei voinut vuokrata yksityiskäyttöön. Hostellit tarjosivat edullisempaa majoitusta kuin



huvilat, mutta niiden tarjoama vähäisempi lisäarvo asiakkaiden viihtyvyydessä vähäisemmän estetiikan vuoksi oli merkittävä tekijä valintaan. Huviloiden välillä valinta oli myös helppo valitun huvilan täydellisen sijainnin, upeuden sekä hinta ja laatusuhteen vuoksi. Majoituksen yhden yön hinta asiakasta kohden on noin 30 euroa.

Kuljetuksen ideana on, että matkaopas kuljettaa asiakkaita koko matkan ajan vuokra-autolla, johon mahtuu 9 henkilöä. Kuljetuspalveluita valitessa tärkeimpinä kriteereinä olivat: soveltuva auto, yrityksen luotettavuus, vakuutukset, hinta ja toimipisteiden määrä. Liitteeseen 15 kerätystä autovuokraamoista valitsin Cicar:in, joka on iso ja luotettava espanjalainen autovuokraamo. Hintatasoltaan ja vakuutuksiltaan vuokraamot olivat melko saman tasoisia. Isona tekijänä Cicar:in valintaan oli, sen toimipisteiden määrä ympäri Fuerteventuraa, niitä oli eniten verrattuna muihin autovuokraamoihin. Toimipisteiden määrä helpottaa toimintaa ongelmatilanteissa.

Matkailutuotteen ruokapalvelut koostuvat liitteessä 14 esitellyistä komponenteista. Aamupalat ja lounaspussit valmistetaan huvilalla oppaan toimesta. Tällä tavalla asiakkaiden ei itse tarvitse itse huolehtia aamupalasta tai lounaasta, sekä matkailutuotteen palvelun taso paranee, kun opas järjestää osan ruokailuista. Lounaspussit on tarkoitus nauttia rannalla leijalautailuopetuksen lomassa. Välipalat ja iltapalat löytyvät huvilan jääkaapista, josta opas pitää huolen, että se on täynnä jatkuvasti. Illallisvaihtoehtoina on paikalliset ravintolat tai itse valmistettu ruoka huvilalla. Ruokailupalvelujen erikoisuutena on paikallinen kokki, joka saapuu majoitukseen valmistamaan tervetulo- sekä jäähyväisillalliset. Ammattitaitoisen paikallisen kokin löysin majoittuessani Surf riders-hostellissa opintomatkan ensimmäisessä vaiheessa, missä hän valmisti erinomaista paikallista ruokaa.

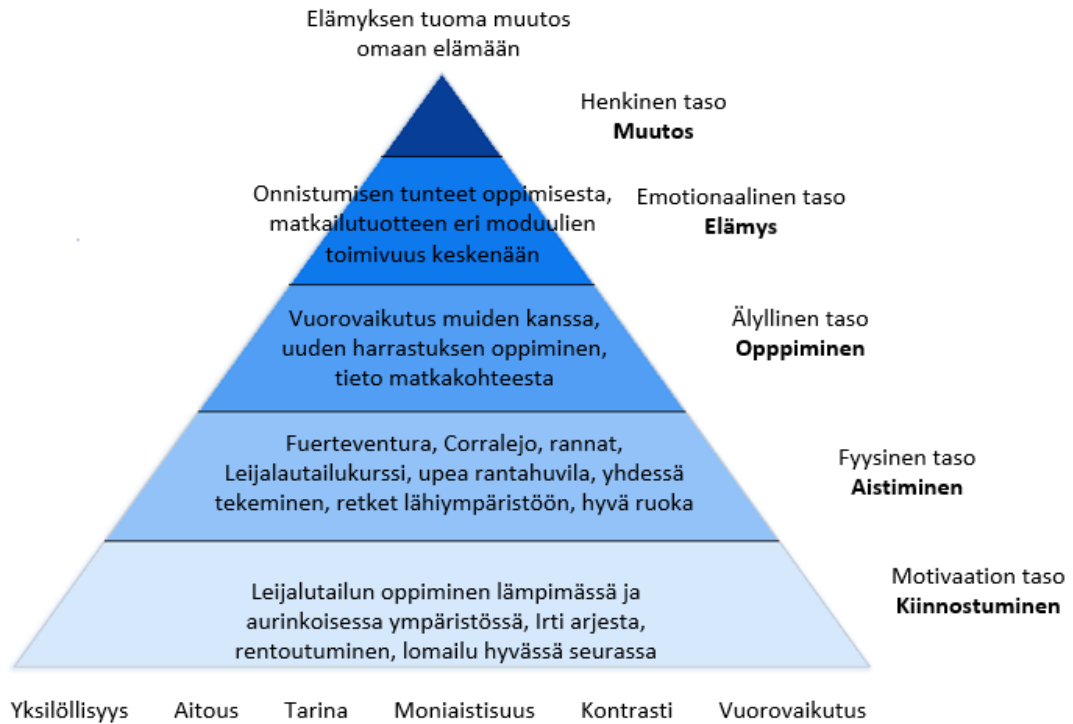
Leijalautailukurssin lisäksi matkailutuotteen ohjelmaan on varattu aikaa kahdelle muulle aktiviteetille. Listaus Corralejon aktiviteeteista on esitelty liitteessä 12. Ajatuksena on, että asiakkaat saavat itse päättää mihin muihin aktiviteetteihin osallistuvat tai eivät osallistu. Näin asiakkaiden valinnan vapautta saadaan lisättyä matkan aikana. Ohjelmaan on varattu aikaa myös yhdelle päiväretkelle, joka on myös asiakkaiden päätettävissä, listaus päiväretkivaihtoehtoista löytyy liitteestä 13. Lisä aktiviteeteista muodostuvat kustannukset peritään asiakkailta ennen aktiviteetin alkua. Päiväretki vaihtoehdot sisältävät lisämaksullisia retkiä, jotka ostetaan paikallisilta palveluntarjoajilta sekä maksuttomia vaihtoehtoja, jotka opas järjestää. Leijalautailumatkan iltojen aikataulu on jätetty tarkoituksella löysäksi, jolloin asiakkailla on mahdollisuus osallistua useampiinkin aktiviteetteihin niin halutessaan tai keksiä itse mieleistä tekemistä.

Matkailutuotteen tarkempi päiväkohtainen aikataulus ja sisältö on esitelty blueprint-menetelmää käyttäen liitteessä 16. Taulukossa 3 on kuvattuna matkailutuotteen esimerkki päiväohjelma. Tarkoituksena on, että päivät alkavat aikaisin ravitsevalla aamupalalla, jonka jälkeen opas kuljettaa matkailijat rannalle leijalautailukurssille. Kurssin puolivälissä on varattu aikaa nauttia lounas, jonka opas kuljettaa rannalle. Neljän tunnin leijalautailuopetuksen jälkeen on varattu aikaa rentoutumiseen ja siistiytymiseen huvilalla. Iltaohjelma vaihtelee päivittäin asiakkaiden halukkuuden mukaan, vaihtoehtoina on esimerkiksi aktiviteetteja, kohteeseen tutustumista oppaan johdolla tai matkailijoiden itse kehittämää toimintaa. Päivien iltaohjelma on vapaata, joka toteutetaan matkailijoiden ehdoilla. Leijalautailukurssin jälkeen matkailutuotteen sisältö on määritelty etukäteen todella joustavaksi, jotta matkailijoilla itsellään olisi mahdollisimman suuri vaikutusmahdollisuus lomansa sisältöön. Sisällön syntymiselle on luotu puitteet kohde valinnalla, upealla majoituksella sekä matkaoppaan läsnäololla, opas antaa vinkkejä tekemisestä, kuljettaa matkailijoita, järjestää retkiä hän on kuin paikallinen kaveri joka tuntee ympäristön ja järjestää toimintaa.

Taulukko 3. Päiväohjelma esimerkki

8.30-9.15	Aamupala
9.30	Kuljetus rannalle
10.00-12.00	Leijalautailukurssi
12.00-12.30	Lounas
12.30-14.30	Leijalautailukurssi jatkuu
15.00-17.00	Rentoutumista
17.30-19.30	Aktiviteetti/tutustumista kohteeseen/nähtävyydet/vapaata ohjelmaa
20.00→	Vapaata ohjelmaa (ravintola, oleskelua huvilalla, lähialueilla kiertely

Matkailutuotteen elämyksellisyyttä pohditaan elämyskolmion avulla. Kuviossa 11 on koottu suunnitellun matkailutuotteen osa-alueita elämyskolmioon. Nykypäivänä elämyksellisyys on tärkeässä roolissa tuotteissa ja palveluissa. Erityisesti matkailualalla elämyksellisyys on enemmänkin sääntö kuin poikkeus. Elämyksellisyys on hyvä ottaa huomioon jo tuotteen suunnitteluprosessissa, jotta tuotetta on helpompi kehittää elämykselliseksi askel askeleelta.



Kuvio 11. Elämyskolmio (muokattu Tarssanen 2009, 11)

Kuviossa 11 esitellään, kuinka elämyksen eri osa-alueet on otettu huomioon leijalautailumatkan suunnittelussa. Asiakkaan kokemuksen tasot alkavat motivaation tasosta, eli siitä minkä asioiden vuoksi asiakas kiinnostuu matkailutuotteesta, tämä taso tarkoittaa samoja asioita kuin, palvelukonsepti. Suunnittelemani matkailutuotteessa kohderyhmänä ovat 20-30 vuotiaat suomalaiset työssäkäyvät leijalautailusta kiinnostuneet miehet ja naiset, heidän motivaationsa tuotteen ostamiselle on oppia leijalautailuun, päästä irti normaalia arjesta, rentoutuminen auringon alla lämpimässä sekä lomilla hyvässä seurassa. Nämä asiakkaiden motivaation tasot on hyvä tuoda esille tulevaisuudessa tuotetta markkinoissa. Fyysinen kokeminen tapahtuu asiakkaiden aistien välityksellä, sitä voidaankin verrata palveluprosessiin ja palvelujärjestelmään. Matkailutuotteen fyysinen taso on mielestäni erittäin toimiva ja tukee motivaation tasoa täysin, sillä matkailutuotteen fyysisen tason luomiseen on käytetty henkilökohtaista kokemista ja havainnointia siihen kuuluvista osista paikan päällä matkailutuotteen kohteessa. Älyllisellä tasolla asiakas prosessoi ympäristöä ja mitä matkan aikana tapahtuu. Tässä vaiheessa on tärkeää, että asiakas kokee motivaation tasolla markkinoinnilla herätettyjen odotuksien kohtaavan matkailutuotteen todellista sisältöä, joka koetaan fyysisellä tasolla. Käytännössä asiakas voi ajatella, vastaanako tuotteesta maksettu hinta odotuksia, onko tuotteen sisältö sitä mitä on luvattu. Elämyksien syntymisen edellytyksenä on, että asiakas on tyytyväinen kolmion ala kerroksiin.

Varsinainen elämys tapahtuu vasta emotionaalisella tasolla, jolloin tunnereaktio valtaa asiakkaan, näitä reaktioita on vaikea hallita mutta niille voidaan luoda parhaat mahdolliset puitteet. Leijalautailumatkalla kohderyhmän ollessa kiinnostunut lajista jo etukäteen ja he haluavat hetkeksi irti jokapäiväisestä työarjesta. Heidän kiinnostusta ja odotuksia on herätetty motivaation tasolla. Fyysisellä tasolla matkailutuote on luotu vastaamaan juuri tämän kohderyhmän tarpeita luomalla matkailutuotteen palveluprosessi ja palvelujärjestelmä yksityiskohtaisesti tutustumalla paikkaan ja valitsemalla sieltä parhaat mahdolliset palveluntarjoajat, joilla asiakkaiden fyysinen taso saadaan vastaamaan motivaation tasoa. Kun ensimmäiset tasot toimivat keskenään on luotu hyvät puitteet älylliselle tasolle, jossa asiakas arvioi ja oppii. Emotionaalisella tasolla eli todellisella elämyksen kokemisen tasolla on monta koettavaa elämystä. Koko matkailutuote voidaan nähdä yhtenä jatkuvana elämyksenä tai sen erilliset osat voidaan nähdä yksittäisinä elämyksinä esimerkiksi leijalautailun oppimisesta syntyvä elämys tai mahtavasta illasta hyvässä seurassa syntyvä elämys. Koko matkan kestävä elämyksen luominen vaatii paljon suunnittelua ja yhteistyötä eri palveluntarjoajien kanssa. Elämyskolmion huipulla on asiakkaan henkinen taso eli muutos, jonka asiakas kokee elämyksen jälkeen. Tässä tapauksessa muutos voisi olla esimerkiksi uuden harrastuksen oppiminen tai rohkeuden tunne opittuaan extreme lajin.

Elämyskolmiossa on kuusi elementtiä. Yksilöllisyys aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Suunniteltu matkailutuote on yksilöllinen ja ainutlaatuinen, sillä samantyyppistä tuotetta ei ole muilla palveluntarjoajilla. Tuotteesta tekee ainutlaatuisen matkan sisältö, oppaan tarjoamat palvelut 24/7 sekä matkan joustavuus asiakkaiden tarpeiden ja mieltymysten mukaisesti, joka ilmenee valinnan vapaudella esimerkiksi aktiviteettien, päivätien ja ruokapalveluiden suhteen. Yksilöllisyys tulee esille myös tuotteen joustavuudessa ja asiakkaiden tarpeiden huomioinnissa esimerkiksi sillä, että asiakkaiden valinnanvapautta on korostettu tuotteen ohjelmaa suunniteltaessa. Tuotteen aitouden määrittelevät asiakkaat itse, tuote on aito, jos he kokevat sen uskottavaksi ja aidoksi. Aitouteen voin vaikuttaa henkilökohtaisesti suunnittelemalla tuotteen eri osat mahdollisimman sopiviksi valitulle kohderyhmälle ja toteuttamalla ne hyvin. Tuotteeseen on luotu moniaistisuutta monimuotoisella sisällöllä kuten urheilulla, retkillä, oppaan läsnä ololla, upealla majoituksella jotka hivelevät kaikkia aisteja. Matkan tarjoama kontrasti asiakkaille on merkittävä, asiakas pääsee pimeästä syksyisestä suomesta irti työ elämästä viikoksi Fuerteventuran aurinkoon oppimaan uutta harrastusta ja viettämään aikaa mahtavassa seurassa. Vuorovaikutus on erittäin tärkeässä roolissa matkailutuotetta, siksi opas on matkalla neuvojen, tietojen ja kuljetuksen lisäksi myös aktivoimassa asiakkaita ja tekemisessä mukana. Asiakkaiden ja oppaan majoituksessa samassa huvilassa opas on jatkuvassa vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa kuten myös asiakkaat keskenään. Elämyskolmion elementeistä

tarina mietitytti eniten, mikä voisi olla kyseisen tuotteen tarina, joka sitoo tuotteen elementit toisiinsa, olisi mukaansatempaava ja sisältäisi faktaa ja fiktiota ja kantaisi koko elämyksen läpi markkinoinnista kokemukseen ja jälkimarkkinointiin. Tarinaan en vielä opinnäytetyön aikana keksinyt ratkaisua. Sitä tulen pohtimaan jatkossa.

Matkailutuote on hinnoiteltu kustannusperusteisesti eli hinta sisältää tuotteen tuotantokustannukset, yrityksen katetavoitteen sekä verot. Taulukossa 2 on laskettu yhteen leijalautailumatkailutuotteen hinta. Kustannusarviot on koottu opintomatkan aikana ottamalla yhteyttä palveluntarjoajiin. Lisäksi ruokailupalveluiden hintoja arvioidessa on käytetty oma-kohtaisia havaintoja ruokakauppojen hintatasosta kohteessa. Hinnoittelussa ehdottomana ylärajana oli 1000 euroa, joka alitettiin niukasta. Henkilökohtaisesti olen hintaan tyytyväinen ja uskon sen myös olevan hyvin perusteltavissa asiakkaille. Leijalautailukurssien hinnat Suomessa on huomattavasti korkeammat esim. yhden päivän kurssihinnat lähtevät 180 eurosta (4pv 720e). Matkailutuotteen hintaa olisi saatu edullisemmaksi esimerkiksi halvemman majoituksen valinnalla tai ruokapalveluista tai kuljetuksesta karsimalla. Matkailutuotteen tarkoituksena ei kuitenkaan ole tarjota halvinta mahdollista leijalautailulomaa laadun kustannuksella, vaan tuottaa asiakkaille elämyksellinen matka, näin ollen on tärkeää, että matkailutuotteen eri osat ja niiden sulavasti toimiva kokonaisuus tuottavat asiakkaille lisäarvoa, joka omasta mielestäni on maksetun hinnan arvoista.

Taulukko 4. Matkailutuotteen palveluiden hinnat

	Yhden matkustajan hinta	Koko ryhmä (kahdeksan asiakasta)
Leijalautailukurssi (4pv)	330,00 e	2640e
Majoitus (6 yötä)	168,75 e	1350 e
Ruokailupalvelut *	122,00 e	976 e
Kuljetus **	75,00 e	600 e
Yhteensä	695,75 e	5566 e
Kate (20%)	139,15 e	1113,2 e
verot Alv 23%	160,02 e	1280,16 e
Yhteensä	994,92 e	7959,36 e
Myyntihinta	994,95 e	

\*Ruokailupalveluiden hintaan on laskettu aamupalat, lounaat, välipalat, iltapalat sekä paikallisen kokin valmistamat kaksi illallista

\*\*Kuljetus sisältää vuokra-auton kuljettajan kanssa koko loman ajaksi.

## 4.6 Valmiin matkailutuotteen tuotokuvaus

Opinnäytetyöni produktina on tuotokuvaus matkailutuotteesta. Tuotokuvausta tehdessäni käytin apuna kohdassa 3.4 käsiteltyjä teorioita. Ajatuksena tuotekuvauksen takana on, että sitä voi käyttää tulevaisuudessa markkinointi materiaalina sosiaalisessa mediassa. Tyyliiltään kuvaus on rento ja kaverillinen. Sen tavoitteena on olla helposti lähestyttävä, tuoda esille tuotteen persoonallisuutta ja antaa pieni maistiaisen matkan aikaan koettavaa tunnelmaa.

### Leijalautailumatka Fuerteventuralle Corralejoon

**Matkan tiedot**  
Kesto 7 päivää  
Hinta 994,95 €  
Ryhmän koko 8/hiö

**Hinta sisältää**

- 4pv leijalautailukurssi
- Majoitus huvilassa meren rannalla
- Kuljetukset kohteessa
- Ruokailut (aamupalat, lounaat)
- [Matkaopas](#)

**Hinta ei sisällä**

- Lentoja
- Matkavakuutusta

**Varaukset**  
Puh. 04077499xx  
Email: [leijareissut@skl.fi](mailto:leijareissut@skl.fi)  
Instagram: [leijareissut](#)  
Youtube: [leijareissut](#)



Innostuitko? Yes! Aluks kerron vähä leijalautailusta, jos ei oo tuttua entuudestaan. Niin kuin tossa ylempänä kuvassa jo näkyykin, niin leija on isossa roolissa tätä lajia, se kiinnitetään valjailla (harness) vyötärölle ja sit odotellaan tuulta. Ja kun tuulta on tarpeeksi, päästään itse asiaan, lauta kinaloon ja merelle! leija siis vetää kroppaa tuulen avulla ja siinä sitten mennään laudalla perässä. Se fiilis.. on aivan mahtava! Lämmin ilma, aurinko paistaa, meren tuoksu ja kun katot rantaan nii huomaat et yhtäkkiä ootkin jo satojen metrien päässä. Upeeta! Tuu messii Fuerteventuralle nii päästään asiaan! Alla näkyy tietoja matkaohjelmasta, vilkase ihmeessä.

# Matkaohjelma

## Perustiedot

Viikon lomalla opit leijalautailun perusteet, jonka jälkeen olet itsenäinen leijalautailija. Kurssin lisäksi [Corralejossa](#) voit osallistua lukuisiin eri aktiviteetteihin kuten pyöräilyyn, suppaiiluun, melomiseen. Vaikka kyse onkin urheilulomasta on rentoutumiseen ja yhdessä oloon varattu paljon aikaa!



## Päivä 1

Saapuminen Fuerteventuralle, matkaopas noutaa matkailijat autolla [Corralejon](#) upealle merenrannalla sijaitsevalle huvilalle. Illalla päästään nauttimaan paikallisen kokin valmistamasta tervetuloillallisesta huvilalla.

## Päivä 2

Leijalautailukurssin ensimmäinen päivä alkaa. Aluksi tutustutaan leijalautailun teoriaan, jossa käydään läpi leijalautailun perusteita (turvallisuus, tuulet, välineet), jonka jälkeen siirymme rannalle, jossa päästään tutustumaan välineisiin sekä opettelemaan leijan käyttöä. Kurssin jälkeen on aikaa rentoutua huvilalla. Illalla lähdemme tutustumaan [Corralejon](#) idylliseen vanhaan kaupunkiin.

## Päivä 3

Kurssin toisena päivänä lähdemme veneellä merelle harjoittelemaan leijan käyttöä. Aluksi opetellaan liikuttamaan kroppaa vedessä leijan avulla sekä nostamaan leija vedestä takaisin ilmaan. Kun leijan käsittely on hallinnassa otetaan lauta mukaan ja päästään harjoittelemaan laudan päälle nousua. Kurssin jälkeen on varattu aikaa rentoutumiselle, jonka jälkeen voi halutessaan osallistua vielä iltopäiväaktiviteettiin esimerkiksi [suppaiiluun](#) tai melontaan. Illalla rentoa hengailua huvilalla tai lähialueilla.

## Päivä 4

Välpäivä leijalautailusta, ohjelmassa päiväretki valitsemaanne paikkaan. Kenties [Los Lobosin](#) saarelle katamaraanilla tai autoretki vanhaan pääkaupunkiin upeiden näköalapaikkojen kautta.

## Päivä 5

Leijalautailukurssin kolmas päivä alkaa. Siirymme suoraan veteen harjoittelemaan laudan päälle nousua ja itse lautailua. Rentoutumisen jälkeen mahdollisuus lähteä vaikka pyöräilemään tai [longboardaamaan](#). Illta varattu rentoutumiselle huvilalla ja lähialueilla.

## Päivä 6

Kurssin viimeisenä päivänä, siirymme suoraan veteen harjoittelemaan, jossa opettajat opettavat ja neuvovat yksilökohtaisesti asioissa, joissa on parannettavaa. Illalla luvassa jäähyväisillallinen paikallisen kokin valmistamana.

## Päivä 7

Päivän aikana opas kuljettaa matkustajat lentokentälle.

## Päiväohjelma esimerkki

8.30-9.15	Aamupala
9.30	Kuljetus rannalle
10.00-12.00	Leijalautailukurssi
12.00-12.30	Lounas
12.30-14.30	Leijalautailukurssi jatkuu
15.00-17.00	Rentoutumista
17.30-19.30	Aktiviteetti/tutustumista kohteeseen/nähtävyydet/vapaata ohjelmaa
20.00→	Vapaata ohjelmaa (ravintola, oleskelua huvilalla, lähialueilla kiertely)

Reissun kestohan on tosiaan 7 päivää ja kerralla mukaan mahtuu 8 innokasta leijalautailun harjoittelijaa! Oon tehnyt teille päiväohjelmat valmiiksi ja keksiny mitä kaikkea täällä voikaan tehdä leijalautailun lisäksi, mulla on itellä hyvä paikallistuntemus, joten osaan viedä teidät parhaisiin paikkoihin mieltymysten mukaan. Ja ei huolta, että olis liian aikataulutettua, päivät ja illat kurssin jälkeen on tosi vapaasti valittavissa!



## Tietoa kohteesta

Corralejo on vanha kalastajakylä Fuerteventuran pohjoisrannikolla, joka on vuosien varrella kasvanut kaupungiksi ja yhdeksi Fuerteventuran suosituimmaksi turistikohdeksi. Corralejo on monimuotoinen kohde. Upean vanhan kalastajakylä-alueen lisäksi kaupunkia on laajennettu vuosikymmenien saatossa. Alueelle on rakennettu muun muassa hotelleja, surffi-hostelleja, ravintoloita, baareja, kauppakeskuksia, kaikkea mitä lisääntyvät turistikassat tuovat mukanaan. (Murillo 2015 32-35; Robeers 2016 34; Rantapallo 2016.)

Corralejon parhaimmat hiekkarannat sijaitsevat noin kolme kilometriä kaupungista etelään Parque Natural de Corralejo luonnonpuistossa. Myös keskustan edustalta löytyy pienempiä etenkin lapsiperheiden suosimia hiekkarantoja. Luonnonpuistossa on upeita hiekkadyynejä jota muistuttavat aavikkoa. Kilometrien pituiset kultaiset hiekkarannat sekä smaragdinvihreä vesi vetää puoleensa niin paikalliset kuten turistitkin. (Murillo 2015 32-35; Robeers 2016 34; Rantapallo 2016.) Tuuliset päivät, joita Corralejossa on useita, houkuttelee paikalle tuulilajien: leijalautailun ja purjelautailun harrastajat. Flag beachin yllä voikin silloin nähdä kymmeniittäin leijoja.

Hintaahan tälle koko lystille kertyy ainoastaan 994,95 e. Vertailuna suomessa jo pelkkä 4 päivän leijalautailukurssi maksaa 720 e. Reissulla pääset upeisiin maisemiin irti arjen huolista oppimaan ehkä maailman siisteimmän harrastuksen! Ja mikä parasta täällä on 7 muuta innokasta leijalautailun harjoittelijaa ja minä oppaana sun kanssa tekemässä tästä ikimuistoisimman loman koskaan! Laitan alle vielä mun yhteystiedot, niin voit ottaa yhteyttä puhelimitse, Whats appilla, Facebookissa tai sähköpostilla. Instagramista ja Youtubesta voit käydä kattomassa, millanen meininki meillä oli viime reissulla. Tervetuloa mukaan! Ootan innolla, että pääsen tutustumaan suhun ja ehkä sun frendeihin myös?

Eero Mäki-Kokkila

puh: 040774xxx

Emai: [leijareissut@skl.fi](mailto:leijareissut@skl.fi)

Instagram: leijareissut

Instagram: leijareissut



## 5 Pohdinta

Opinnäytetyöni tavoitteena oli suunnitella seitsemän päivän mittainen leijalautailumatka lajista kiinnostuneille aloittelijoille ja alatavoitteina löytää ideaalinen leijalautailupaikka Fuerteventuralta sekä löytää sopivat yhteistyökumppanit matkailutuotteen tuottamista varten. Työ on myös osa omaa kehitystäni matkailualan yrittäjäksi, jonka seuraavana vaiheena on tutustua tarkemmin matkailualan yrittäjyyden lainalaisuuksiin sekä testata käytännössä tässä opinnäytetyössä suunniteltua matkailutuotetta. Työ on onnistunut ja saavutin tavoitteet. Minulla on laaja tuntemus Fuerteventuran leijalautailupaikoista ja löysin niistä ideaalisimman matkailutuotteen kohteeksi. Löysin myös sopivat yhteistyökumppanit, jotta voin tulevaisuudessa järjestää matkoja. Työn produktina on tuotekuvaus suunnitellusta matkasta. Mielestäni kuvaus on onnistunut ja olen siihen tyytyväinen. Työn esittelytilaisuudessa tuote sai hyvää palautetta ja herätti kiinnostusta kohderyhmään lukeutuville henkilöiltä. Tulevaisuudessa tuotteen testivaiheessa nähdään, kuinka tuote käytännössä toimii.

Oppimisen kannalta opinnäytetyöprosessi on ollut todella hyödyllinen. Koen oppineeni paljon tiedonhausta, kirjoittamisesta, opinnäytetyöni aiheeseen liittyvistä teorioista sekä suunnittelusta, vaikka aikataulu hieman venähtikin. Oma prosessini kohti yrittäjyyttä on kokenut muutoksia. Aloittaessani työn teon, mielessäni oli, että alkaisin järjestää matkoja melko pian. Työn aikana kuitenkin huomasin, kuinka paljon minulla on vielä opittavaa yrittäjyydestä ja matkailualasta. Tällä hetkellä koen matkojen järjestämisen olevan ehkä liian iso pala purtavaksi lähitulevaisuudessa. Näen parempana vaihtoehtona ensin työskennellä palkollisena jollekin muulle yritykselle, oppia ja saada lisää valmiuksia oman yrityksen perustamiselle.

Muiden palveluntarjoajien tarjoamiin leijalautailumatkoihin verrattuna tuotteeni vahvuuksia ovat matkaoppaan tuoma lisäarvo, matkalle lähtijöiden yhteisöllisyyden korostaminen ja sen helposti lähestyttävyyys. Matkalle lähtijöiden ei tarvitse huolehtia muusta, kuin lentojen hankinnasta, saapuessa kohteeseen matkaopas hoitaa kaikki käytännön järjestelyt heidän puolestaan. Yhteisöllisyydellä tarkoitan tilannetta, jossa tulevaisuudessa matkalle lähtijät ovat toisilleen alun perin tuntemattomia, matkalla yhdessä asuen ja uusia asioita kokiensa heistä kuitenkin (toivottavasti) nivoutuu yhtenäinen ryhmä, josta mahdollisesti syntyy myös pidempiaikaisia sosiaalisia suhteita. Helposti lähestyttävyydellä tarkoitan markkinoinnin rentoa ulkoasua ja sosiaalista mediaa markkinointikanavana. Matkailutuotteeni heikkouksia pohtiessa mieleeni tulee sen huono kasvupotentiaali ja käytännön testaamattomuus. Tuotteen vahvuuksien perustuessa pääsääntöisesti omiin henkilökohtaisiin resursseihini ovat sen kasvumahdollisuudet rajalliset. Toisaalta lähtökohtaisesti tavoitteenani yrittäjänä

ei ole tuottaa mahdollisimman paljon matkoja vaan mahdollistaa itselleni lisätienestit talvi-kuukausien ajaksi lämpimässä ja aurinkoisessa ympäristössä. Fakta on se, että vaikka pidän tuotetta kuinka hyvänä ja onnistuneena tällä hetkellä, sitä ei ole vielä käytännössä testattu. Valitsinko sittenkään sopivimmat ja luotettavimmat palveluntarjoajat? Miten toimin odottamattomissa tilanteissa?

Alkuperäisen suunnitelman mukaan opinnäytetyöni oli tarkoitus valmistua noin puoli vuotta aikaisemmin. Viivästyksen syyn koen johtuvan monista asioista. Ensinnäkin arvioin työn määrän mielessäni huomattavasti pienemmäksi, mitä se todellisuudessa oli. Toiseksi koin haasteita kirjoitusprosessin ja töiden yhdistämisessä. Koen opinnäytetyöprosessin ja sen produktin kuitenkin onnistuneeksi. Sain työn tehtyä, opin paljon ja mielestäni produkti on hyvä. On kuitenkin paljon asioita mitä tekisin toisin, jos aloittaisin opinnäytetyön uudestaan. Yrittäisin pysyä paremmin aikataulussa, sillä kuukausien mittaiset tauot kirjoitusprosessissa tekee työn etenemisestä hankalaa, jouduin tekemään turhaa työtä opiskelemalla unohtuneita asioita uudestaan. Toiseksi opiskelisin enemmän opinnäytetyön tekemistä, kirjoitusta, menetelmiä ja muuta teoriaa opinnäytetyöstä heti prosessin alkupuolella, jotta kirjoittaminen olisi helpompaa.

## 6 Lähteet

Cooper, C. & Fletcher, J. & Fyall, A. & Gilbert, D. & Wanhill, S. 2008. Tourism principles and practice. Pearson Education Limited. Essex.

Cran Canaria 2016. Analysis and reports on tourism. Tourism facts report year ending 2016. Luettavissa: [http://www.grancanaria.com/patronato\\_turismo/Analysis-and-Reports-on-Tourism.34404.0.html](http://www.grancanaria.com/patronato_turismo/Analysis-and-Reports-on-Tourism.34404.0.html) Luettu: 25.7.2017

European Travel Commission (ETC) & World Tourism Organization (UNWTO) 2011. Handbook on Tourism Product Development. UNWTO. Madrid.

Godfrey, K. & Jackie, C. 2000. Tourism development handbook. Continuum. London.

Haasio & Savolainen. Oppimateriaalit. Internetix. Tiedonhankinnan keskeiset käsitteet. Luettavissa: <http://oppimateriaalit.internetix.fi/fi/avoimet/Ovietinta/informaatiotutkimus/po1/tiedonhankinta/keskeise>

Hello Canary Islands 2017. Luettavissa: <http://www.hellocanaryislands.com/travelling-between-islands/> Luettu: 25.7.2017

Hirsijärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. Tammi. Helsinki.

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Matkailuyrittäjä tuotesarja. Edita. Helsinki.

Kotler, P. & Armstrong, G. 2012. Principles of Marketing. 14<sup>th</sup> Edition. Pearson Education. New Jersey.

Luettavissa:

<http://english4success.ru/Upload/books/584.pdf>

Murillo, A. 2015. Tourist Guide Fuerteventura. Gráficas Montereina S.A. Canarias

Personal, Social and Humanities Education Section Education Bureau 2013. Introduction to tourism. Education Bureau. Hong Kong.

Luettavissa:

[http://www.edb.gov.hk/attachment/en/curriculum-development/kla/pshe/nss-curriculum/tourism-and-hospitality-studies/Tourism\\_English\\_19\\_June.pdf](http://www.edb.gov.hk/attachment/en/curriculum-development/kla/pshe/nss-curriculum/tourism-and-hospitality-studies/Tourism_English_19_June.pdf)

Skyscanner 2017. Lentohinnat. Luettavissa: <https://www.skyscanner.fi/liikennevali-neet/lennot/hel/fue/171210/171210/lentolippujen-hinnat-mista-helsinki-vantaa-mihin-fuerteventura-missa-joulukuu-2017.html?adults=1&children=0&adultsv2=1&children v2=&infants=0&cabinclass=economy&rt=1&preferdirects=true&outboundaltsenabled=false&inboundaltsenabled=false&ref=home#results> Luettu: 25.7.2017

Smith, S. 1994. *Annals of Tourism Research*. Vol. 21. No. 3. pp. 582-595. Elsevier Science Ltd. USA.

Luettavissa:

<http://s1.downloadmienphi.net/file/downloadfile4/147/1389984.pdf>

Tarssanen, S. 2009. *Elämystuottajan käsikirja*. 6. painos. LEO Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Rovaniemi.

Luettavissa:<http://87.108.50.97/re->

[lis/REL\\_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/\\$FILE/elamystuottajan-kasikirja.pdf](http://87.108.50.97/re-lis/REL_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/$FILE/elamystuottajan-kasikirja.pdf)

Tonder, M. 2013. *Ideasta kaupalliseksi palveluksi Matkailupalvelujen tuotteistaminen*. Res-tamark. Vantaa.

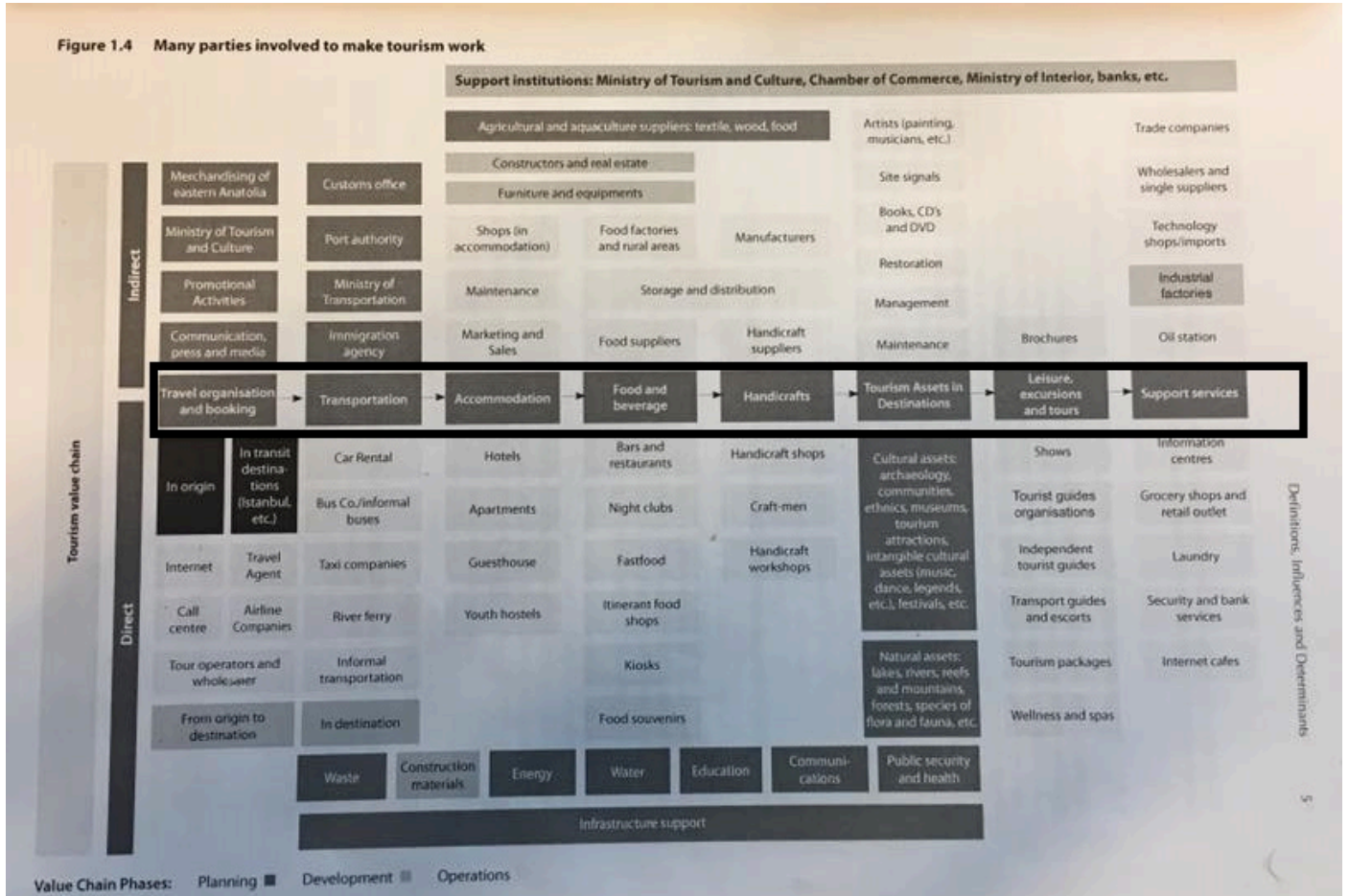
Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. *Matkailun ohjelmapalvelut. Matkailuelämyksen tuottami-nen ja toteuttaminen*. WSOY. Provo.

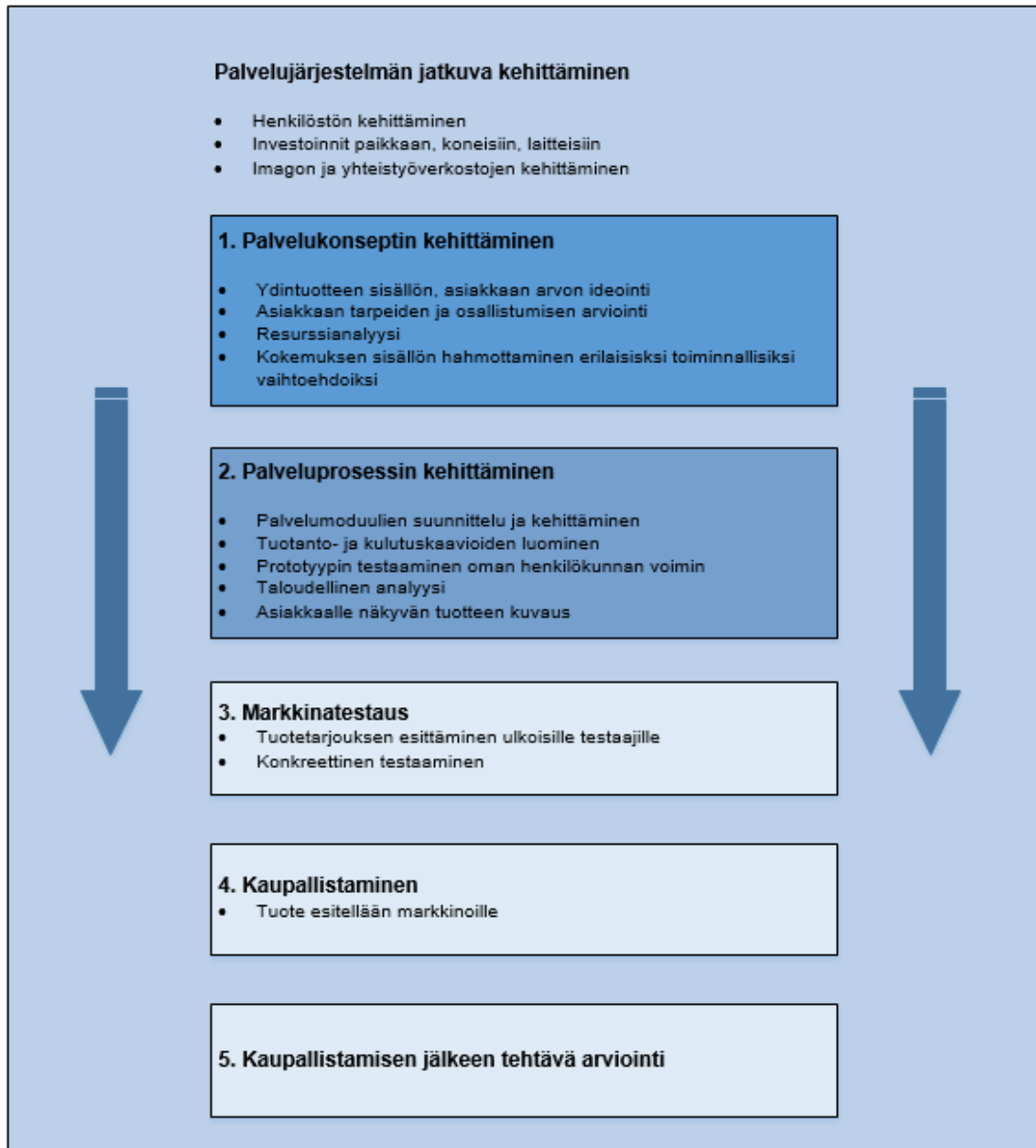
Windguru 2017. *Corralejo statistiikka*. Luettavissa: [https://www.windguru.cz/archive-stats.php?id\\_spot=49341&id\\_model=3](https://www.windguru.cz/archive-stats.php?id_spot=49341&id_model=3) Luettu: 24.7.2017

Windguru 2017. *Helsinki statistiikka*. Luettavissa: [https://www.windguru.cz/archive-stats.php?id\\_spot=420&id\\_model=3](https://www.windguru.cz/archive-stats.php?id_spot=420&id_model=3) Luettu: 24.7.2017

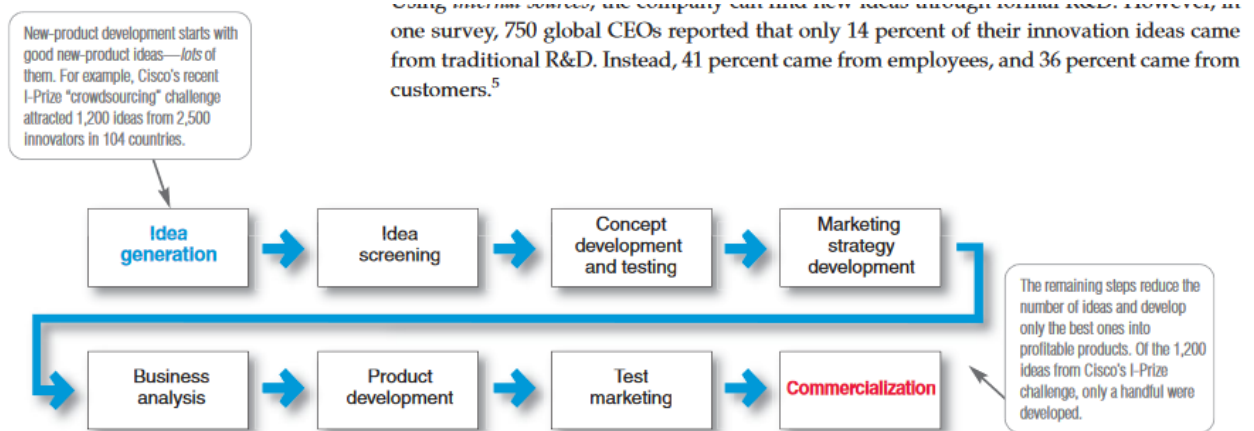
# 7 Liitteet

Liite 1. Tourism value chain





Liite 3. Major stages in new-product development (Kotler & Amstronng 2012, 261)

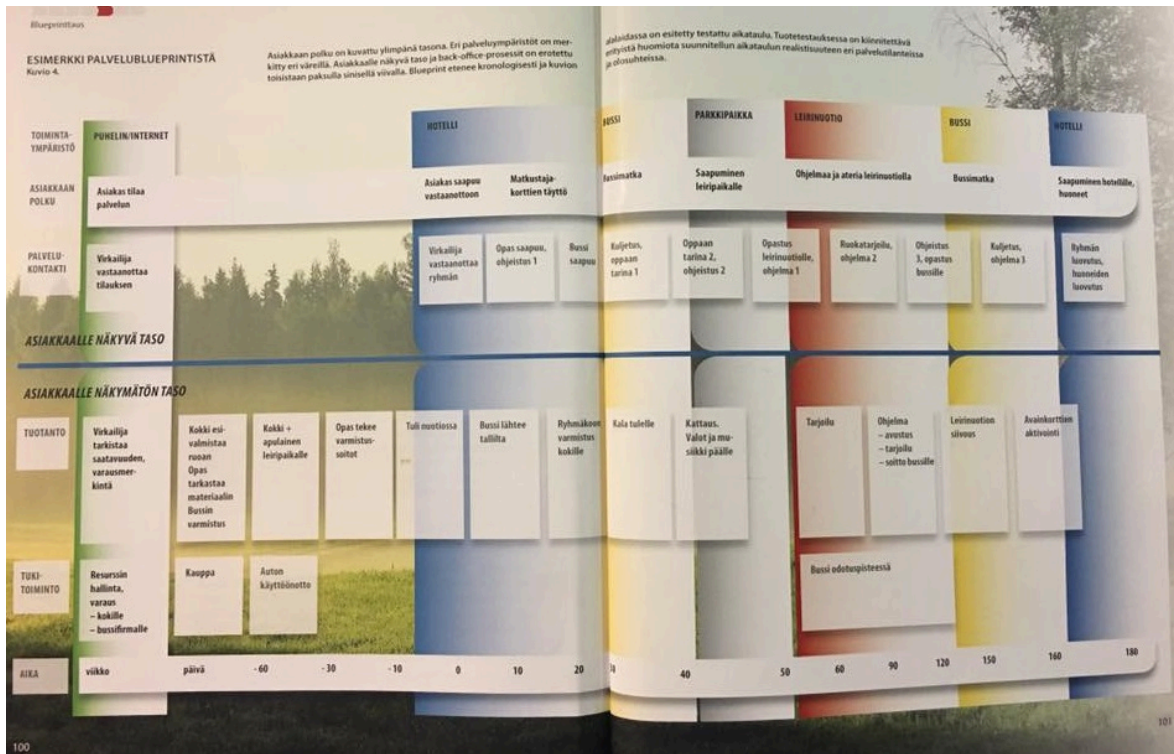


● FIGURE | 9.1  
Major Stages in New-Product Development

Liite 4. Palvelun tuotteistamisen prosessit ja vaiheet sekä tuotteistamisen työkalut (Tonder 2013, 12) .



Liite 5. Esimerkki palvelublueprintistä (Tonder 2013, 100-101).





## NÄIN LAADIT TOIMIVAN MYYNTIESITYKSEN

**1. Sido palvelun myyntiesityks tarinaan ja paikkaan.** Näin palvelustasi muodostuu ainutlaatuinen asiakkaan silmissä. Älä kuitenkaan sorru liioitteluun. Kukaan ei ole kiinnostunut sukutilan monisatavuotisesta historiasta varatessaan majoitusta perheelleen lomamatkalla. Pitemmän tarinan aika koittaa myöhemmin.

**2. Luo palvelusta henkilökohtainen myyntiesityksen avulla.** Tämä tapahtuu esimerkiksi kysymyksen tai väitteen esittämisen kautta. Ei kannata kuitenkaan olla liian päällekkäyvä. Liian henkilökohtainen kysymys tai kliseitä sisältävä väite karkottaa asiakkaan pois.

**3. Ratkaisu kysymykseen tai perustelut väitteelle voidaan esittää tuoteselosteen avulla.** Pidä huoli, että esität palvelusi sisällön tarpeeksi selkeästi ja yksiselitteisesti. Näin luot myös luottamusta palveluasi kohtaan. Palvelun sisällön määrittelyn tulisi olla helposti löydettävissä tarvittaessa.

**4. Laadi argumenttianalyysi,** jonka lähtökohdista ovat asiakkaan ostotarpeet ja -halut, kuten

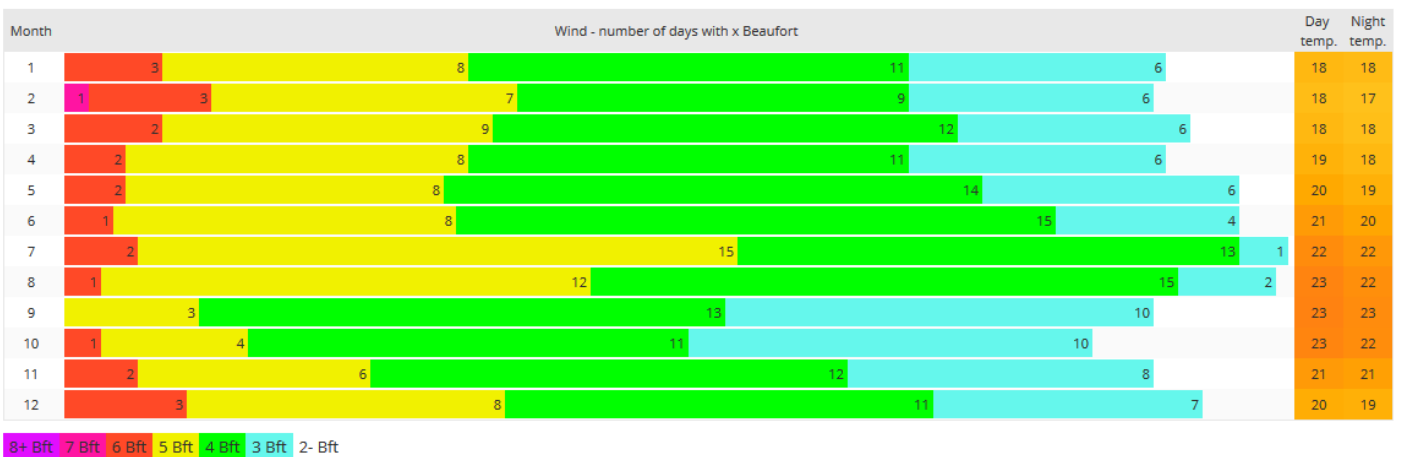
esimerkiksi turvallisuus ja taloudellisuus. Analyysissä esille nostetuille pääkohdille rakennettu myyntiesitys on johdonmukainen ja helposti hyväksyttävissä. Kun tuotteen edut esitetään asiakkaalle hänelle tärkeiden ostoperusteiden mukaisesti, hänen on helpompi käsitellä tarjousta ja hyväksyä jokainen ostoperuste erikseen.

**5. Tuo esille palvelun tuottama hyöty,** mielihyvä tai jokin muu lisäarvoa tuottava tekijä selkeästi. Älä kuitenkaan yritä sulloa liikaa hyviä asioita samaan myyntiesitykseen. Ihmisille riittää usein yksi tai kaksi juttua, kunhan ne on vain tuotu esille hyvin ja heidän tarpeeseen vetoavasti.

**6. Tee myyntiesityksestä eri versioita:** tiivistetty ingressi ja laajempi esitys. Napakkaa ingressiä (noin 3–5 virkettä) voi käyttää tuotekortissa ja laajempaa esitystä (noin 8–13 virkettä) tarkempaa tietoa antavissa kohdissa. Mikäli käytät myös henkilökohtaista myyntiä, niin pidä huoli, että myyjälläsi on käytettävissä riittävästi ajan tasalla olevaa tietoa myyntikeskustelussa hyödynnettäväksi.

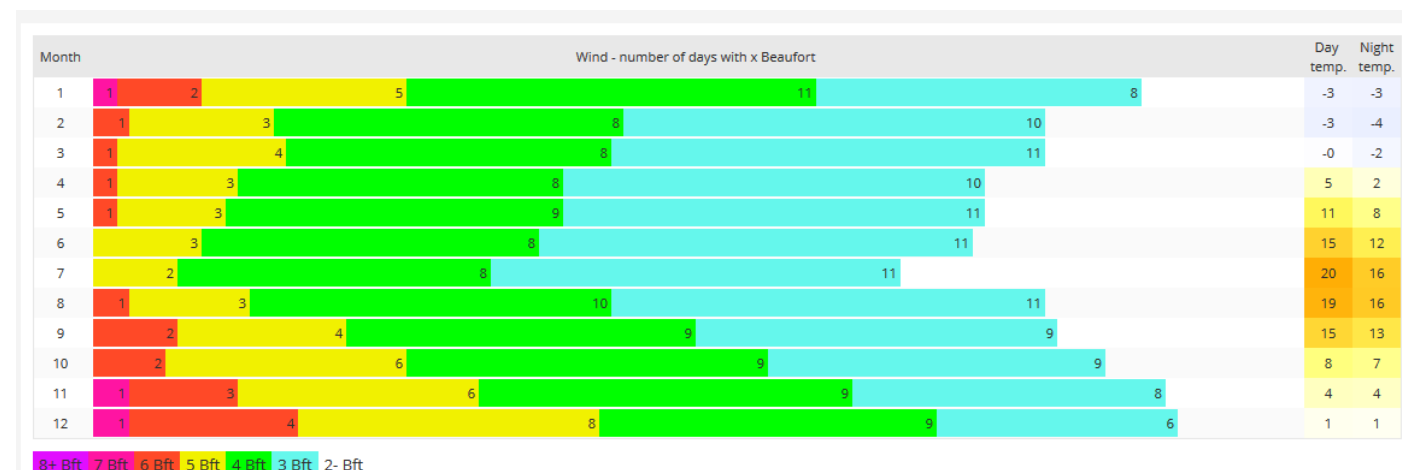
## Liite 7. Fuerteventura matkailutuotteen kohteeksi

Leijalautailupaikkaa valitessa tärkeimpänä tekijänä ovat tarpeeksi kova tuuli, sekä tuulen suunta. Leijalautailu vaatii minimissään noin 5m/s tuulen, jotta leijalla saa kerättyä tarpeeksi voimaa lautailijan liikuttamiseen veden päällä. Alla olevissa kuvioissa näkyy Fuerteventuran pohjoisosassa sijaitsevan Corralejon Flag beachin tuuli- ja lämpötilastatistiikka. Statistiikassa on käytetty Beaufortin asteikkoa jossa 4bft vastaa m/s asteikolla 5.5-7.9 m/s. Yksinkertaistettuna kaikki vihreät, keltaiset ja punaiset päivät ovat leijalautailuun soveltuvia päiviä. Liitteessä on myös Helsingin tuuli sekä lämpötilastatistiikka perspektiiviä antamaan. Turvallisin tuulen suunta leijalautailuun on silloin kun tuuli tulee viistossa mereltä rantaan, tällöin esimerkiksi onnettomuuden sattuessa, tuuli kuljettaa lautailijaa rantaan kohti, eikä merelle.



(archive available: 09.01.2006 - 24.07.2017)

Tuuli & lämpötila statistiikka. Flag beach, Corralejo, Fuerteventura. (Windguru 2017)



(archive available: 16.03.2003 - 24.07.2017)

Tuuli & lämpötila statistiikka. Vallisaari, Helsinki, Finland. (Windguru 2017)

Pääpiirteittäin Fuerteventuralla puhaltaa navakka ja tasainen tuuli vuoden ympäri, mikä tekee siitä erittäin hyvän leijalautailukohteen. Toki kuukausittaista tuulen nopeuden vaihtelua on huomattavissa. Fuerteventuran statistiikkaa tarkastellessa leijalautailun kannalta

parhaat eli tuulisimmat kuukaudet ovat kesä-, heinä-, ja elokuu, jolloin tuuli on leijalautailuun sopiva noin 90% päivistä. Myös muina kuukausina tuulisia päiviä riittää keskimäärin yli puolet kuukaudesta. Lämpötilaa tarkasteltaessa on silmiinpistävää keskimääräisen lämpötilan tasaisuus ympäri vuoden, mikä tekee lautailusta miellyttävää niin keskitalvella kuin kesälläkin.

Kolmas tärkeä tekijä leijalautailupaikkaa valitessa on rannan laatu, jolla tarkoitan rannan esteettömyyttä ja materiaalia. Rannan tulisi olla tarpeeksi tasainen ja esteetön, jotta leija on helppo nostaa ja laskea ilman riskitekijöitä. Parhaaksi rantamateriaaliksi olen todennut hiekan, joka on paljon harrastajaystävällisempi pintamateriaali verrattuna esimerkiksi kivikkoon. Hiekka tarjoaa myös turvallisen ympäristön niin lautailijalle kaatuessa kuten myös leijalle, sen pudotessa maahan. Muita leijalautailupaikan valintaan vaikuttavia asioita ovat veden pinnan tasaisuus sekä esteet vedessä, kuten kivet tai korallit pinnalla ja pinnan alla. Veden pinnan ollessa tasainen, varsinkin aloittelijoiden on helpompi oppia laji verrattuna aallokossa harjoitteluun.

Suoralla lennolla Suomesta Fuerteventuralle pääsee noin kuudessa tunnissa (Skyscanner 2017). Toinen varteenotettava vaihtoehto on ottaa lento Gran Canarialle, mistä pääsee lautalla Fuerteventuralle noin kahdessa tunnissa (HelloCanaryIslands 2017). Suomalaisten sesonkiaika Kanariansaarilla on talvikautena lokakuusta toukokuuhun, jolloin monet lentoyhtiöt järjestävät suoria lentoja saarille. Kesäkuukausina suorat lentoreitit jäävät tauolle, jolloin Kanariansaarista tulee hieman vaikeammin saavutettava kohde. (Rantapallo 2016.)

Prosessi miten päädyin Fuerteventuraan leijalautailumatkan kohteeksi, alkoi kaverin suosituksista, jonka jälkeen aloin tutkia kohdetta tarkemmin internetin välityksellä. Tiedonhakuni perusteella tulin lopputulokseen, että Fuerteventuralla on ideaaliset tuuliolosuhteet ja hiekkarannat leijalautailua varten. Kohteen valintaan vaikutti myös sen helppo saavutettavuus Suomesta ja hyvä turismi infrastruktuuri.

## Liite 8. Opintomatkasuunnitelma & matkamuistiinpanot

### *Vaihe 1 (1kk)*

#### *Tavoitteet*

- Löytää paras mahdollinen kohde leijalautailumatkalle
- Yhteistyökumppaneiden kartoitus

Ensimmäisessä vaiheessa on tarkoituksena kiertää ja arvioida neljä etukäteen internetin välityksellä tehdyn tiedonhaun perusteella valittua leijalautailuun sopivaa kohdetta, jotka ovat: 1. Corralejo 2. El Cotillo 3. Castillo Caleta de Fuste 4. Costa Calma. Näistä kohteista on tarkoitus valita paras mahdollinen kohde leijalautailumatkaa varten. Aiemmin esitellyn Smithin mallin (Kuvio 2) mukaan matkailutuote koostuu viidestä osasta: fyysinen paikka, palvelut, vieraanvaraisuus, valinnanvapaus sekä asiakkaan osallistuminen. Opintomatkan ensimmäisessä vaiheessa keskitytään mallin kolmeen ensimmäiseen kohtaan, paikkaan sen palveluihin sekä vieraanvaraisuuteen.

Kohteen valinnassa arvioitavia tekijöitä ovat tuuliolosuhteet, rantojen soveltuvuus leijalautailuun, leijalautailu koulut, muut aktiviteetit, majoituspalvelut, ravintolat ja baarit sekä yleinen ilmapiiri.

### *Vaihe 2 (1kk)*

#### *Tavoitteet*

- Yhteistyökumppaneiden löytäminen ja valinta
- Tarkempi tutustuminen valittuun kohteeseen
- Matkailutuotteen kokoaminen

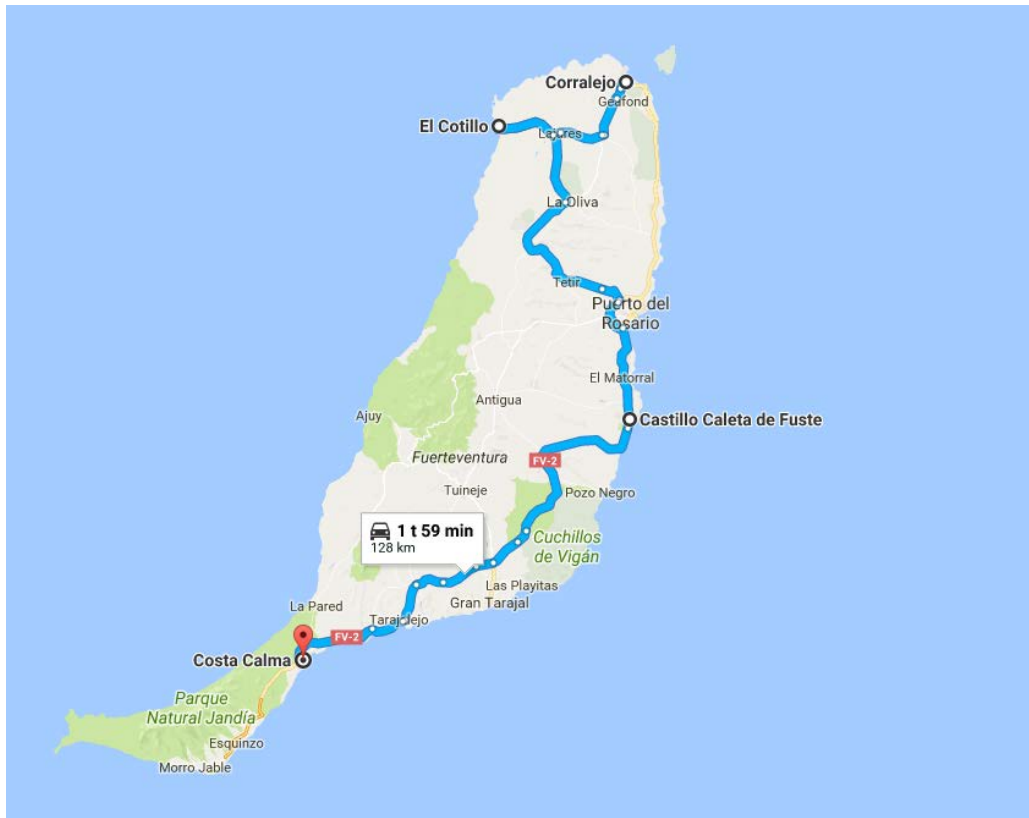
Toisessa vaiheessa on tarkoitus tutustua tarkemmin ensimmäisessä vaiheessa valittuun kohteeseen, sen palveluntarjoajiin ja valita yhteistyökumppanit sekä aloittaa matkailutuotteen kokoaminen.

## Matkamuistiinpanot

Fuerteventura sijaitsee Atlantin valtamerellä noin 100 kilometriä länteen Afrikan rannikosta. Se on toiseksi suurin saari Kanariansaarista Teneriffan jälkeen. Saaren pinta-ala on noin 1660 neliökilometriä, pituus noin 130 km ja leveys leveimmässä kohtaa noin 30 km. Saaren ilmasto on kuiva ja lämmin, vuosittainen lämpötilan keskiarvo on noin 19 celsiusastetta. (Murillo 2015, 3-4) Fuerteventura on tunnettu upeista hiekkarannoista, smaragdinvihreistä vesistä ja pitkistä aurinkoisista päivistä. Voimakkaat tuulet ja korkeat aallot tarjoavat loistavat olosuhteet surffaamiseen, purjelautailuun ja leijalautailuun, joista saarella on pitkät perinteet. Saarella on järjestetty vuosittain purjelautailun ja leijalautailun World cup-kilpailu vuodesta 1986 lähtien. Turmelemattomien rannikoiden ja valtavan suuren vulkaanisen maaston vuoksi koko Fuerteventuran saari on ansainnut UNESCON World Biosphere Reserve statuksen vuonna 2009. Lisäksi Fuerteventura on tunnettu lukuisista vuohenjuusto tiloista sekä Aloe vera plantaaseista. (Hellocanaryislands 2017.)

### Vaihe 1

Aloitin opintomatkan saaren pohjoisrannikolta Corralejosta, mistä jatkoin länsirannikon pienen kalastajakylän El Cotillon kautta itärannikolle Castillo Caleta de Fusteen ja viimeiseksi saaren eteläpuolelle Costa Calmaan.



Fuerteventura opintomatka reitti. (Google maps 2017)

## Corralejo

Corralejo on vanha kalastajakylä Fuerteventuran pohjoisrannikolla, joka on vuosien varrella kasvanut kaupungiksi ja yhdeksi Fuerteventuran suosituimmaksi turistikohdeksi. Corralejo on monimuotoinen kohde. Upean vanhan kalastajakylä-alueen lisäksi kaupunkia on laajennettu vuosikymmenien saatossa. Alueelle on rakennettu muun muassa hotelleja, surffi-hostelleja, ravintoloita, baareja, kauppakeskuksia, kaikkea mitä lisääntyvät turistikassat tuovat mukanaan. (Murillo 2015 32-35; Robeers 2016 34; Rantapallo 2016.)

Corralejon parhaimmat hiekkarannat sijaitsevat noin kolme kilometriä kaupungista etelään Pargue Natural de Corralejo luonnonpuistossa. Myös keskustan edustalta löytyy pienempiä etenkin lapsiperheiden suosimia hiekkarantoja. Luonnonpuistossa on upeita hiekkadyynejä jota muistuttavat aavikkoa. Kilometrien pituiset kultaiset hiekkarannat sekä smaragdinvihreä vesi vetää puoleensa niin paikalliset kuten turistitkin. (Murillo 2015 32-35; Robeers 2016 34; Rantapallo 2016.) Tuuliset päivät, joita Corralejossa on useita, houkuttelee paikalle tuulilajien: leijalautailun ja purjelautailun harrastajat. Flag beachin yllä voikin silloin nähdä kymmenittäin leijoja.

Viikon aikana tutustuin Corralejon leijalautailupaikkoihin, leijalautailukouluihin, eri majoitusvaihtoehtoihin, aktiviteettien tarjoajiin, ravintoloihin sekä baareihin ja yleiseen ilmapiiriin.

Ensi kosketus Corralejoon oli miellyttävä. Kaupunkiin ajaessani kuljin pitkin rantatietä, oikealla smaragdinvihreä meri ja vasemmalla hiekkadyynit kuin Saharassa. Toisaalta eihän Sahara olekaan tästä kovin kaukana, kuulemani mukaan kuumen kaakkoistuulen ”Caliman” aikana hiekka tomua todella lentää saarelle Afrikasta asti. Noin pari kilometriä ennen Corralejon keskustaa näin kymmenittäin leijoja, hetken kuluttua oikealla paljastuu ”Flagbeach watersport center”. Olin matkalla kyseisen vesiturheilukeskuksen hostelliin, jossa minun oli tarkoitus majoittua muutama yö, jonka jälkeen siirryin toiseen hostelliin. Olin myös sopinut etukäteen sähköpostitse tapaamisen koulun omistajan Benin kanssa. Vaikka ensikosketus olikin hieman tympeä, johtuen tyylistä sähköpostista jonka sain tapaamista koskien, olin erittäin innoissani saapuessani Corralejoon.

Viikon aikana löysin Corralejosta useita sopivia leijalautailukouluja matkailutuotetta varten. Flagbeach watersport center, Redshark Kite & Surf & Sup, Lineup Ocean sport center, Kiteschool Fuerteventura ja Fsch water experience.

Näistä kouluista erityisesti mieleeni jäi Redshark. Löysin koulun käytännössä sattumalta. Hävitin nimittäin lautani ensimmäisellä kerralla, kun olin tekemässä tutkimusta tuuliolosuhteista sekä rannan soveltuvuudesta aloitteleville leijalautailijoille. Takaisku oli kova mutta intohimoisena tutkijana lähdin kartoittamaan vaihtoehtoisia myymälöitä uusien tutkimusvälineiden hankintaa varten. Silloin löysin Redshark:in. Yritys tarjoaa eri vesiurheilukursseja sekä majoituspaketteja. Keskustellessani omistajan kanssa, kävi ilmi että he ovat erityisesti keskittyneet ryhmiin ja että heillä on todella paljon yritysasiakkaita. Aloin pohtia, että tässä voisi olla potentiaalia. Flag beach vaikutti hyvältä paikalta aloitteleville leijalautailijoille, hiekkaranta oli todella pitkä ja leveä, joten tilaa riitti mainiosti. Hallitseva tuulensuunta oli viistossa rantaa kohden, joten sekin oli loistava. Veden pinta oli lautaillessani useimmiten tasainen. Paikalliset lautailijat myös varmistivat, että veden pinta on yleensä tasaista. Ainoa miinuspuoli olivat rannan lähetyvillä olevat kivet, jotka olivat näkyvillä lasaveden aikana ja juuri ja juuri pinnan alla nousuvien aikana.

Parin päivän jälkeen kävin vierailemassa Flagbeach watersport centerin omistajan Benin luona. Tympeä ensikosketus sähköpostitse oli kun kysyin heiltä onnistuuko tapaaminen ja selitin oman projektini, sain vastaukseksi kutakuinkin "Maybe if the boss has time.....". En saanut seuraavaan sähköpostiini enää vastausta, joten menin suoraan rannalle sijaitsevaan koulun rakennukselle esittämään Benille asiani ja kysymään millaisia vaihtoehtoja heillä olisi tarjota suunnittelemani matkailutuotteeseen. Toinenkin kohtaaminen yrityksen kanssa jätti melko kylmäksi vaikka koululla on koko Corralejon paras sijainti leijalautailukouluista, (Benin koulu sijaitsee rannalla, kaikki muut noin 2 kilometrin päässä rannasta, Corralejoon päin) ei yritys tehnyt minuun vaikutusta ainakaan asiakaspalvelullaan. Enemmänkin mieleeni jäi, että heidän kanssaan en tekisi yhtään mitään bisnestä.

Majoitustarjontaa Corralejossa on runsaasti, on hotelleja, surffihostelleja ja loma-asuntoja. Majoituin itse kahdessa eri surffihostellissa, nähdäkseni mahdollisimman paljon eri paikkoja. Hostelli majoitus oli myös tiedonhankinnan keino, sillä hostelleissa vallitseva yhteisöllisyys mahdollistaa uusiin ihmisiin tutustumisen helposti ja sitä kautta tiedonhankinnan kohteesta. Matkailutuotteen majoitusta miettiessäni kiinnostavimpina vaihtoehtoina pidin joko hostellia tai loma-asuntoa kohderyhmää ajatellen. Hotelli majoituksen ajattelin tuovan turhia lisäkustannuksia matkailutuotteeseen.

Aktiviteetti mahdollisuuksia Corralejossa on todella paljon esimerkiksi katamaraani retkiä läheiselle Los lobos-saarelle, kirppu ja mönkijä safareita, snorklausta, SUP-lautailua, kalastusta, tulivuoriretkiä, pyöräilyä ja paljon muuta. Henkilökohtaisesti kävin katamaraani retkellä Los lobosilla, retkeen sisältyi myös snorklausta sekä melontaa.

Corralejon ilta ja yöelämästä minulle jäi oikein miellyttävä kuva. Ravintoloita oli moneen makuun paikallisesta tarjonnasta aina Burger Kingiin asti. Miellyttävimmiksi koin itse kaupungin vanhassa osassa sijaitsevat paikallista ruokaa tarjoavat ravintolat. Yöelämän osalta Corralejo tarjosi kohtuulliset puitteet. Rantabaareja oli runsaasti ja aamun astikin auki olevia yökerhoja oli yksi. Eli mistään bilettäjän paratiisista ei ollut kyse, mikä on hyvä asia suunnittelemani matkailutuotteen luonteen vuoksi. Yöelämää oli riittävästi mutta ei liikaa.

Minulle jäi erittäin miellyttävät fiilikset Corralejosta Benin koulua lukuun ottamatta. Corralejo on Fuerteventuran suosituin turistikohde mutta siltikään en kokenut, että siellä olisi ollut liikaa turisteja, ainakaan huhtikuussa, tottahan on, että vilkain turistikausi alkaa vasta kesäkuussa. Vesiurheilu vetää Corralejoon paljon väkeä, mikä näkyy paikan ilmapiirissä. Leijalautailijat, surffarit ja purjelautailijat tuovat rentoa meininkiä mukanaan niin rannoille, hostelleihin kuin yöelämäänkin.

## **El Cotillo**

Seuraavaksi suuntasin El Cotilloon, josta olin kuullut paljon hyvää Corralejossa vieraillessani. El cotillo oli erityisesti surffareiden mieleen, sen isojen aaltojen ja rauhallisuuden vuoksi. Varasin Airbnb majoituksen rannan läheisyydestä. Onnekseni majoituksen pitäjä oli surffi opettaja paikallisessa koulussa, hän mielellään auttoi minua tiedonhankinnassa.

Olin jo etukäteen sopinut tapaamisen paikallisen Tarpoons bay kitesurf- koulun omistajan kanssa. Tapaamisessa selvisi, että koulu on melko pieni, ainoastaan kaksi leijalautailuopettajaa. Jos tulevan matkailutuotteen ryhmäkoko on noin 5-8 matkustajaa, ei koulu voisi tarjota tarpeeksi laadukasta opetusta, sen kokoiselle ryhmälle. Opetuksessa on tärkeää laadun kannalta, että opettaja/oppilas suhde on maksimissaan 1 opettaja 2 oppilasta kohden. Vaikka koulun omistaja vaikutti erittäin mukavalta ja opettajat päteviltä oli minun jätettävä koulu pois vaihtoehtoistani sen pienuuden vuoksi.

Keskustellessani majoittajani kanssa, hän kertoi, että El Cotillossa on vielä toinenkin leijalautailukoulu: Riders surf `n` Bike. Hänen mukaansa kuitenkin El Cotillo on parempi surf-faukseen kuin leijalautailuun, isojen aaltojen vuoksi. Varsinkin aloitteleville leijalautailijoille se olisi melko haastava paikka. Tutustuin yrityksen nettisivuihin. He tarjosivat vesiurheiluaktiiviteettien lisäksi pyöräilyä, yogaa, patikointia, longboardausta ja ratsastusta. Yritys vaikutti todella mielenkiintoiselta, joten menin vierailemaan heidän toimipisteeseensä. Yllätyksekseni kyseinen yritys teki yhteistyötä Corralejon Redsharkin kanssa, siten että



Redshark toteutti heidän myymät leijalautailukurssit. Innostuin, sillä jos alkaisin tehdä yhteistyötä Redsharkin kanssa, he voisivat järjestää myös muut aktiviteetit Riders Surf`n`Biken kautta. Tällöin ostaisin suurimman osan aktiviteettipalveluista yhden yrityksen kautta, jolloin voisin neuvotella parempia pakettihintoja.

El Cotillossa majoitusvaihtoehtoina oli hotelleja, hostelleja sekä loma-asuntoja. Määrältään paljon vähemmän kuin Corralejossa mutta sijainniltaan El Cotillo tarjosi idyllisemmät puitteet. Ravintoloita oli riittämiin, suurimmaksi osaksi paikallista ruokaa, joka sopi itselle oikein hyvin. Yöelämä oli paljon rauhallisempaa kuin Corralejossa, mikä oli odotettavissakin.

El cotillosta minulle jäi todella hyvät fiilikset tunnelmaltaan ja ilmapiiriltään. Todella rauhallinen surffaireiden ja pariskuntien suosima kohde. Leijalautailun kannalta ajateltuna, se ei ollut yhtä hyvä kuin Corralejo matkailutuotteen kohderyhmää ajatellen. Suuret aallot ja valitsevan tuulensuunnan ollessa poispäin rannasta kohde ei ole aloittelijoille ideaali upeista ja tilavista rannoistaan huolimatta.

### **Castillo Caleta de Fuste**

Täysi pettymys omiin intresseihini. Paikan ainut leijalautailukoulu oli suljettu, koska rannalla ei saanut enää lautailla turistien ja satamaliikenteen vuoksi. Paikka oli rakennettu täysin turisteja varten loma-asuntoja, kauppakeskuksia, ravintoloita, brittipubeja täynnä.

### **Costa Calma**

Viimeisenä neljästä aiemmin valitusta leijalautailukohteesta saavuini saaren eteläpuolelle Costa Calmaan. Ensimmäisenä huomiona tein paikan vehreyden, joka oli saavutettu kastelujärjestelmällä. Costa Calmassa oli paljon enemmän kasvillisuutta aikaisemmin vierailemiini kohteisiin verrattuna. Yleisesti ottaen paikka oli rauhallinen niin kuin nimikin jo antaa osviittaa. Alueelle oli rakennettu paljon hotelleja sekä loma-asuntoja, hostelleja kohteessa ei ollut yhtään. Muutaman päivän vierailun jälkeen totesin kohteen olevan Saksalaisten erityisessä suosiossa.

Tutustuessani Costa Calmaan majoituin Airbnb:n kautta, onnekseni majoituksen tarjoaja harrasti itsekin leijalautailua ja hän auttoi minua mielellään projektissani. Isännän järjestämissä grillijuhlissa tutustuin myös Rene Egli-leijalautailukoulussa työskenteleviin paikallisiin. Pääsin myös tutustumaan Costa Calman yöelämään paikallisten kanssa. Meno oli

melko rauhallinen, ostoskeskuksissa sijaitsevat baarit olivat yllättävän tyhjiä, vaikka olikin lauantai.

Costa Calmassa vierailin Rene Egli Windsurfing centerissä, Matas bay kitesurf koulussa sekä Ion club schoolissa. Etukäteen olin yhteydessä Rene Egli Windsurf centeriin sähköpostitse ja sovin tapaamisen heidän kanssaan. Kahdesta muusta koulusta sain vihiä majoittajaltani, näihin soitin paikan päällä ja sovin tapaamiset.

Costa Calman olosuhteet leijalautailuun olivat todella hyvät. Leveää esteetöntä hiekkarantaa silmän kantamattomiin, upea kilometrien pituinen laguuni, joka täyttyy nousuveden aikaan. Tuulet olivat navakimmat koko Fuerteventuralla, ainoa miinus tuulessa oli sen yleisin suunta, joka oli pois päin rannasta. Vieraillessani Rene Eglin koulussa, joka sijaitsi aivan laguunin edustalla, yllätyin, sillä en ollut koskaan nähnyt yhtä hulppeaa leijalautailukoulua. Koulu oli Ison 4 tähden hotellin (Melia) yhteydessä. Rannalla sijaitsi upea paratiisimainen leijalautailukeskus palmujen ympäröimänä kaikkine palveluineen (kurssit, välinevuokraus, tavarasäilytys, pelastusvene palvelu, kahvila). Vähän matkan päässä sijaitsi myös kauppa ja leijojen korjauspiste. Olin todella vaikuttunut koulusta ja sen palveluista.

Majoituspalveluita Costa Calmassa tarjosivat pääsääntöisesti isot hotellit sekä loma-asunnot. Vaihtoehtoja kuitenkin puuttui surf-henkiset hostellit täysin, mikä kertoo paikan kohderyhmästä sen, että sinne tulee pääsääntöisesti varakkaammat turistit, tähän ryhmään ei yleensä kuulu rennot surffiveikot maailman eri kolkista, jotka myös tuovat tunnelmaa yöelämään ja ympäristöön. Aktiviteettipalveluita alueella oli todella paljon, sama tarjonta kuin Corralejossakin sekä lisäksi lähistöllä sijaitsee eläinpuisto.

Kaiken kaikkiaan Costa Calmaa voisi kuvailla melko uudeksi Saksalaisturistien suosimaksi rantaloma kaupungiksi, ilman sen suurempaa historiaa. Ravintola ja baarikokemukset sekä yleinen ilmapiiri jättivät melko kylmäksi. Luultavasti koska paikka oli rakennettu tyhjistä turisteja varten sekä suurin osa näkemistäni turisteista olivat perheitä. Leijalautailu ominaisuuksiltaan paikka oli loistava, eniten tuulisia päiviä vuodessa, navakimmat tuulet sekä kohteessa järjestetään vuosittain leijalautailun sekä windsurfin worldcup kilpailu. Hyvistä leijalautailuominaisuuksista huolimatta Costa Calma jäi mietityttämään, tarjoaisiko se valitsemalleni kohderyhmälle tarpeeksi? 20-30 vuotiaille asiakkaille jäisi luultavasti huono maku paikan ilmapiiristä, yöelämästä sekä palveluntarjoajien hinnoista. Voisin kuvitella kohteen paremmaksi 30-60 vuotiaille asiakkaille sekä perheille.

## Vaihe 2

Opintomatkan toisessa vaiheessa tutustuin tarkemmin Corralejoon, valitsin kuviossa (xx) esitellyssä palveluprosessissa oleviin palvelumoduuleihin sisällön sekä etsin hinta- ja laatusuhteeltaan parhaat mahdolliset yhteistyökumppanit niiden tuottamiseen. Toisin sanoen valikoin esimerkiksi mitä aktiviteetteja tai millaisen majoituksen matkailutuote sisältää ja keneltä ne ostetaan.

Löytääkseni yhteistyökumppanit kartoitin Corralejon palveluntarjoajia ensin internetin kautta saadakseni entistä tarkemman kokonaiskuvan mitä kaikkia mahdollisuuksia kohteella on tarjottavana. Toinen tapa jota käytin saadakseni tietoa kohteesta ja sen palveluista oli elää kohteessa turistin näkökulmasta kierrellen ja tutkien aluetta. Tutkin myös mitä Corralejon lähialueilla on tarjottavana mahdollisia päiväretkiä varten.

Aloitin yhteistyökumppaneiden ja palvelumoduulien sisällön etsimisen kirjaamalla matkailutuotteen sisältämät palvelumoduulit ylös ja etsimällä niihin mahdollisimman paljon eri vaihtoehtoja.

Suunnittelemani matkailutuotteen ydinsisältö eli päätuote on leijalautailukurssi, joten aloitin tuotteen kokoamisen sopivan leijalautailukoulun etsinnällä. Aluksi etsin Corralejon leijalautailukouluja internetistä, jonka jälkeen vierailin kouluissa esittäen kysymyksiä opetuksen toteuttamisesta. Lopuksi pyysin kouluilta tarjouspyynnöt leijalautailukursseihin sekä heidän tarjoamiin muihin palveluihin kuten majoitukseen ja ruokailuihin sekä muihin aktiviteetteihin.

### **Leijalautailukoulu vaihtoehdot:**

- Kiteschool Fuerteventura
- Lineup ocean sport center
- Redshark Fuerteventura
- Flag beach watersport center
- Magma kiteschool

### **Aktiviteetti vaihtoehdot:**

- surffaus
- sup-lautailu
- mönkijä/ rantakirppu safari
- pyöräily

- longboarding
- ratsastus
- snorklaus
- vesipuisto

### **Päiväretket**

- Los lobos risteily katamaraanilla
- risteilu Lanzarotelle
- patikointi tulivuorille
- kalastusreissu
- retki vanhaan pääkaupunkiin Betancuriaan, sisältäen vierailun aloe vera plantaasilla vuohenjuusto farmilla, sekä pysähdykset matkan varrella olevissa näköala paikoissa
- retket autolla lähialueille

### **Majoitus ja ruokailu (7vrk)**

- hostellit ja loma-asunnot Corralejossa
- Lajaresin huvilat
- 

### **Kuljetus**

- auton vuokraus matkan ajaksi
- taxi
- leijalautailukoulujen tarjoamat kuljetukset
-

## Liite 9. Kohdevalinta

Opintomatkan ensimmäisessä vaiheessa tehdyn tiedonhankinnan perusteella matkailutuotteen kohteeksi valikoitui selkeästi saaren pohjoisosassa sijaitseva Corralejo. Corralejoa ja El cotilloa vertaillen valintaan vaikutti se että, El Cotillossa ei ollut resursseiltaan sopivaa leijalautailukoulua suunnittelemani matkailutuotteen tarpeisiin, leijalautailu olosuhteet olivat pääsääntöisesti huonommat aloittelijoille verrattuna Corralejoon suurten aaltojen ja tuulensuunnan vuoksi.

Corralejoa ja Costa Calmaa vertaillen molemmissa oli ideaaliset tuuli- ja sääolosuhteet sekä leijalautailuun sopivaa rantaa. Leijalautailukouluja sekä erilaisia majoitusvaihtoehtoja oli kuitenkin vähemmän Costa Calmassa sekä ne olivat kalliimpia. Corralejon yleinen ilmapiiri surffareiden, moninaiisemman turistimassan sekä paikallisten luomana teki paikasta todella paljon viihtyisemmän. Corralejon idyllinen vanha kaupunki, ravintolat ja baarit myös tarjoavat enemmän vaihtoehtoja sekä tunnelmaa verrattuna Costa Calmaan.

Corralejon valintaan vaikuttivat, sen hyvät sää- ja tuuliolosuhteet, ideaaliset leijalautailurannat, suuri valikoima leijalautailukouluja ja muita aktiviteettien tarjoajia, hyvät ja moninaiset majoituspalvelut, laadukkaat ruokailuvaihtoehdot, hyvä yöelämä, sekä rento ja vieraanvarainen yleinen ilmapiiri. Corralejon sijainti on myös erittäin hyvä, sillä saaren pohjoisosassa välimatkat ovat lyhyitä. Pohjoisosassa on paljon nähtävää ja mahdollisuuksia päiväretkille esimerkiksi tulivuorikierron Lajaresiin, vierailu aloe vera plantaasilla tai vuohenjuusto farmilla sekä upeita näköalapaikkoja. Alueella on myös todella paljon rauhallisia rantoja, jotka soveltuvat muihin aktiviteetteihin kuten surffaukseen, snorklaukseen ja yleensäkin rantaelämään. Erityisesti saaren pohjoisrannikolla oli todella paljon rantoja, joita surffarit ja rauhallisesta rantaelämästä nauttivat suosivat.

Kohteen valinnassa arvioitavia tekijöitä olivat tuuliolosuhteet, rantojen soveltuvuus leijalautailuun, leijalautailu koulut, muut aktiviteetit, majoituspalvelut, ravintolat ja baarit sekä yleinen ilmapiiri.

Liite 10. Taulukko Leijalautailukouluista

Yritys	Muut palvelut	Tarjous	Havainnot
Kiteschool Fuerteventura	sup, longboard, bodyboard, surf, katamaraaniretki, wakeboarding, snorklausretki	4pv leijalautailukurssin hinta: 330 (sis. -20% alennus)  Muista aktiviteeteista: -15%  Tarjous saatiin paikanpäällä kysymällä.	-Mukavat omistajat, todella palveluult- tiita, olivat valmiita auttamaan kaikissa matkailutuotteen tarvittavissa palve- luissa. -Hyvät alet myös muista aktivitee- teista. - Todella lämminhenkinen tunnelma. -Vieraillessani yrityksessä, he ehdotti- vat, että tulisin seuraamaan opetusta päiväksi. Päivän aikana vakuutuin koulun puitteista, opettajien ammatti- taidosta ja asiakaspalvelusta.
Lineup ocean sport center	surfhouses, huvi- lat, surf, sup	4pv leijalautailukurssin hinta: 350 (sis. -15% alennus. Jos majoitus otettaisiin samasta paikasta niin -20%)  Muista aktiviteeteista: -15%  Tarjous saatiin sähköpos- titse kysymällä. Koululla myös vierailtiin etukäteen.	-Mukava vastaanotto ja nopeat vas- taukset meileihin.
Flag beach watersport center	hostelli, surf, pur- jehdus, purjelau- tailu	4pv leijalautailukurssin hinta: 351 (sis. -10% alennus)  Tarjous löytyi internetistä. Sähköposti tarjouspyyntöön ei vastattu.	-Tyly ensikosketus omistaja pariskun- taan sähköpostitse. -Pomo tyly myös koululla. -Eivät vastanneet tarjouspyyntöni. -Isoin koulu Corralejossa. -Paras sijainti rannalla. -Omistajien asiakas palvelu todella ala-arvoista, henkilökunnalla hyvää.

Redshark Fuerteventura	hostelli, huvila, surf, sup,	4pv leijalautailukurssin hinta:  351 (sis. -10% alennus. Jos majoitus otettaisiin samasta paikasta niin -15%)  Tarjous saatiin sähköpos- titse kysymällä. Koululla myös vierailtiin etukäteen.	-Mukava ensikosketus yritykseen liik- keessä, todella lämminhenkinen asia- kaspalvelu. -Paljon kokemusta ryhmämatkoista -Tekevät yhteistyötä Riders Surf n bi- ken kanssa, josta mahdollisuus myös muihin aktiviteetteihin -10% alella.
Magma ki- teschool Laja- res	surf, sup, vapaa- sukellus, maas- topyöräily, yoga,	4pv leijalautailukurssin hinta: 391 (sis. -10% alennus)  Muista aktiviteeteista -10%	Rento omistaja.

Liite 11. Majoituspalvelut

**Hostellit**

Hostelli	Hostelworld ranking	Palvelut	Hinta/7vrk/9 hlö	Internet	kommentit
Surfers Paradise	6.5/10	Ilmainen pysäköinti, keittiö, pyykinpesukone, pyyhkeet, ilmainen wifi, terassi	koko hostelli 7 yötä 945 (sis. -10% alennus)	<a href="https://www.hostelworld.com/hosteltails.php/Surfers-Paradise/Fuerteventura/277199">https://www.hostelworld.com/hosteltails.php/Surfers-Paradise/Fuerteventura/277199</a>	Tapasin omistajan toisessa hostelissa, uusi hostelli, hyvällä sijainnilla (noin 100 m rannasta)
Sol y Mar	9.1	Ilmainen pysäköinti, keittiö, pyykinpesukone, pyyhkeet, ilmainen wifi, terassi	945 (hostelissa myös muita)	<a href="https://www.hostelworld.com/hosteltails.php/Sol-y-Mar/Fuerteventura/20804">https://www.hostelworld.com/hosteltails.php/Sol-y-Mar/Fuerteventura/20804</a>	Majoituin itse. Aamupala kuului hintaan. Mukava henkilökunta. Lähellä vanhaa kaupunkia. Viihtyisä. Hyvä sijainti.
Surfing Colors	No rating	Ilmainen pysäköinti, keittiö, pyykinpesukone, pyyhkeet, uima-allas, terassi	1701 (hostelissa myös muita)	<a href="https://www.hostelworld.com/hosteltails.php/Surfing-Colors/Fuerteventura/59567">https://www.hostelworld.com/hosteltails.php/Surfing-Colors/Fuerteventura/59567</a>	Ei dormitorioita. Yksityishuoneita. Laadukkaampi kuin perushostelli. Apartmenthostelli ehkä parempi nimitys.
Surf riders Fuerteventura	9.4	Ilmainen pysäköinti, keittiö, pyykinpesukone, pyyhkeet, uima-allas, iso terassi, aamu-	1125 (hostelissa myös muita)	<a href="https://www.hostelworld.com/hosteltails.php/Surf-Riders-Fuerteventura/Fuerteventura/66904">https://www.hostelworld.com/hosteltails.php/Surf-Riders-Fuerteventura/Fuerteventura/66904</a>	Majoituin itse, viihtyisä ja hyvät palvelut, noin 10 min kävely rantaan



		pala sisältyy hintaan, airport transfer, pyörävuokraus			
Bhavana Surf house house	No rating	Ilmainen pysäköinti, keittiö, pyykinpesukone, pyyhkeet, uima-allas, terassi, airport transfer,	1197 (hostelissa myös muita)	<a href="https://www.booking.com/hotel/es/bhavana-surf-house.fi.html">https://www.booking.com/hotel/es/bhavana-surf-house.fi.html</a>	Majoituin itse viihtyisä mutta vähän rempallaan, noin 10 min rantaan

### Loma-asunnot

Loma-asunto		Hinta/ 7yö/9 hlö	Kommentit	Internet
Seaview villa, 5 bd, 2 min to beach	10 vuodetta viidessä makuuhuoneessa, wifi, uima-allas, piha-alue, iso terassi	1523		<a href="https://www.airbnb.fi/rooms/5701667?location=corralejo&amp;adults=9&amp;guests=9&amp;s=pqxMeJri&amp;check_in=2018-05-01&amp;check_out=2018-05-08">https://www.airbnb.fi/rooms/5701667?location=corralejo&amp;adults=9&amp;guests=9&amp;s=pqxMeJri&amp;check_in=2018-05-01&amp;check_out=2018-05-08</a>
Mirando al Este	10 vuodetta kolmessa makuuhuoneessa, ilmastointi, uima-allas, wifi, sisäpihaterassi	1429		<a href="https://www.airbnb.fi/rooms/21403008?location=corralejo&amp;children=0&amp;infants=0&amp;adults=9&amp;guests=9&amp;s=pqxMeJri">https://www.airbnb.fi/rooms/21403008?location=corralejo&amp;children=0&amp;infants=0&amp;adults=9&amp;guests=9&amp;s=pqxMeJri</a>
Villa Carmen	10 erillistä vuodetta viidessä makuuhuoneessa, uima-allas, ilmastointi, wifi, terassi	1558		<a href="https://www.airbnb.fi/rooms/15188144?location=corralejo&amp;adults=9&amp;guests=9&amp;s=TgJ1zUCb&amp;check_in=2017-12-01&amp;check_out=2017-12-08">https://www.airbnb.fi/rooms/15188144?location=corralejo&amp;adults=9&amp;guests=9&amp;s=TgJ1zUCb&amp;check_in=2017-12-01&amp;check_out=2017-12-08</a>
Villa Jable Corralejo	9 erillistä vuodetta kolmessa makuuhuoneessa, ilmastointi, wifi, uima-allas, pesukone, piha-alue	2197		<a href="https://www.airbnb.fi/rooms/20581597?location=corralejo&amp;adults=9&amp;guests=9&amp;s=TgJ1zUCb&amp;check_in=2018-05-01&amp;check_out=2018-05-08">https://www.airbnb.fi/rooms/20581597?location=corralejo&amp;adults=9&amp;guests=9&amp;s=TgJ1zUCb&amp;check_in=2018-05-01&amp;check_out=2018-05-08</a>

<p><b>Drago DRA</b></p> <p><b>GOHOMES</b></p> <p><b>Valittu majoitus</b></p>	<p>10 vuodetta neljässä makuuhuoneessa, wifi, uima-allas, lähellä rantaa, iso-terassi</p>		<p>Loistava sijainti aivan meren rannalla. Vasta remontoitu. Otin Airbnb kautta yhteyttä omistajaan ja kävin vierailemassa huvilassa.</p>	<p><a href="https://www.airbnb.fi/rooms/17579551?location=corralejo&amp;adults=8&amp;guests=8&amp;s=TgJ1zUCb&amp;check_in=2018-02-01&amp;check_out=2018-02-08">https://www.airbnb.fi/rooms/17579551?location=corralejo&amp;adults=8&amp;guests=8&amp;s=TgJ1zUCb&amp;check_in=2018-02-01&amp;check_out=2018-02-08</a></p>
<p>Villa in centre with pool, near beach</p>	<p>10 vuodetta neljässä makuuhuoneessa, iso piha-alue, wifi, uima-allas</p>	<p>1039</p>		<p><a href="https://www.airbnb.fi/rooms/923387?location=corralejo&amp;adults=8&amp;guests=8&amp;s=TgJ1zUCb&amp;check_in=2018-01-09&amp;check_out=2018-01-16">https://www.airbnb.fi/rooms/923387?location=corralejo&amp;adults=8&amp;guests=8&amp;s=TgJ1zUCb&amp;check_in=2018-01-09&amp;check_out=2018-01-16</a></p>
<p>Villa Cúpulas 14</p>	<p>10 vuodetta neljässä makuuhuoneessa, wifi, uima-allas, iso piha-alue</p>	<p>1226</p>		<p><a href="https://www.airbnb.fi/rooms/2018862?location=corralejo&amp;adults=9&amp;guests=9&amp;s=TgJ1zUCb&amp;check_in=2018-01-20&amp;check_out=2018-01-27">https://www.airbnb.fi/rooms/2018862?location=corralejo&amp;adults=9&amp;guests=9&amp;s=TgJ1zUCb&amp;check_in=2018-01-20&amp;check_out=2018-01-27</a></p>

Liite 12. Corralejon aktiviteetti vaihtoehdot

Yritys	Aktiviteetit	Ryhmälennus	Kommentit	Internet
Riders n bike	surf, pyöräily, yoga, longboard, patikointi, ratsastus			<a href="https://www.riders-surfnbike.com/en/">https://www.riders-surfnbike.com/en/</a>
Feur-techarter				<a href="http://fuertecharter.com/">http://fuertecharter.com/</a>
Acua Water Park	Vesipuisto			<a href="http://www.acuawaterpark.com/es">http://www.acuawaterpark.com/es</a>
Dune buggy excursion	neliveto-,mönkijä- ja maasto-autoretket			<a href="http://www.dunebuggy.es">www.dunebuggy.es</a>
Barracuda fuerteventura	kalastus, jetski, bananaboat			<a href="http://www.barracudafuerteventura.com/">http://www.barracudafuerteventura.com/</a>
Bultaco	Sähköpyörät			
Mister chopper	Sähköskootterit			

Liite 13. Päiväretkivaihtoehdot

<b>Retki</b>	<b>Palveluntarjoaja</b>	<b>Sisältö</b>	<b>Hinta</b>	<b>Internet</b>
Los lobos risteily katamaranilla	Fuertecharter <a href="http://fuertecharter.com/">http://fuertecharter.com/</a>	Retki Los lobosille(katamaraanin sis. snorklaus, kannootit, sup, kalastus)		<a href="http://fuertecharter.com/">http://fuertecharter.com/</a>
Risteily Lanzarotelle	Fred Olsen Express, Armas, lineas maritimas romero			<a href="https://www.directferries.co.uk/ferries_from_fuerteventura_to_lanzarote.htm">https://www.directferries.co.uk/ferries_from_fuerteventura_to_lanzarote.htm</a>
Patikointi tulivuorille	Matkaopas	Retki lähistöllä sijaitseville tulivuorille	0	
Pyöräretki tulivuorille	Volcano bike Fuerteventura	Pyöräilyretki tulivuorille		<a href="http://www.volcano-bike.com/en">http://www.volcano-bike.com/en</a>
Retket autolla lähialueille	Matkaopas	Vierailu Aloe vera plantaasilla/voohenjuustofarmilla, näköalapaikat, Betancuria (vanha pääkaupunki)	0	

Liite 14. Ruokailupalvelut

<b>Ruokailupahtuma</b>	Aamupala	Lounas	Välipala	Päivällinen	Ilta-pala
<b>Sijainti</b>	Majoitus	liikkuva	liikkuva/majoitus	Ravintola, majoitus	Majoitus
<b>Idea</b>	Matkaopas valmistaa aamupalan.	Matkaopas valmistaa lounaspussit toiveiden mukaan.	Majoituksessa tai esim. paikallisesissa kahvilassa.	Ensimmäisenä ja viimeisenä iltana paikallinen kokki valmistaa illallisen. Muina iltoina ravintoloissa tai itse tehtynä majoituksessa asiakkaiden toiveiden mukaan.	Tarvittaessa itse tehtynä majoituksessa.
<b>Toteutus</b>	Opas käy kaupassa, herää muita aikaisemmin valmistamaan aamupalaa	Opas valmistaa lounaspussit aamupalan valmistuksen yhteydessä.	Riippuen missä asiakkaat ovat päivän aikana, Opas joko valmistaa välipalan majoituksessa syötäväksi tai mukaan otettavaksi. Tai esimerkiksi tilanteen mukaan kahvilassa.	Paikallinen kokki etsitään ja palkataan valmistamaan illalliset. Opas esittää vaihtoehtoja ravintoloista asiakkaille. Tai kiertelyä yhdessä kaupungilla ja ravintolan valinta tilanteen sekä asiakkaiden halukkuuden mukaan.	Opas pitää huolen että majoituksen jääkaapista löytyy aina syötävää ja juotavaa.
<b>Kustannusarvio (arviot perustuvat omaan 2kk</b>	3 e/asia- kas/aamu. 18e/hlö/6 aamupalaa	4e/asia- kas/lounas. 24e/hlö/6 lounasta	Majoituksessa: katso kohta ilta-pala. Kahvilassa noin. 4-	Paikallinen kokki 25e/hlö/illallinen paikallista ruokaa juominen (viini, olut, muut virvoikkeet)	Jääkaapin täyttö välipala ja ilta-pala aineksia varten 5e/hlö/päivä 30/hlö/6 päivää

kokemus- keen hin- noista Cor- ralejossa)			7e riippuen mitä ottaa.	Ravintola annokset riippuen ravintolasta noin 10-30 e	
<b>Kommentit</b>	Sisältää: Perus leipä tarvikkeet, kananmuna, murot/myslit, yo- gurtti, hedelmiä, kahvi/tee, mehu.	Lounaspussi sisältää: Täy- tetyt paton- gin, hedel- miä, mehua, vettä, pikku- suilaista (sip- sit, suolapäh- kinät)		Paikalliseen kokkiin Mariaan tutustuin majoituessani Surfriders Fuer- teventura hostel- lissa, hänen ollessa siellä valmistamassa todella maukasta paikallista ruokaa.	Sisältää perus leipä tarvikkeet, hedelmiä, ta- paksia, alkohol- lilisa ja alkoholit- tomia juomia

Liite 15. Kuljetuspalvelut

Autovuokraamo	Cicar	Europcar	Hertz	
Auto	Mercedes Vito 9 hlö	Mercedes Vito 9 hlö	Mercedes Vito 9 hlö	
Hinta	noin 600e 75e/hlö/7pv 10,7/hlö/pv	noin 600e	noin 600e	
Kommentit	Luotettava. Vuokrasin itse auton täältä. Espanjalainen yritys, eniten toimipisteitä ympäri saarta autovuokraamoista.	Luotettava, hyvät vakuutukset.	Luotettava, hyvät vakuutukset.	

# Liite 16. Palvelubluuprint

## Päivä 1

<b>Toimintaympäristö</b>	Lentokenttä	Auto	Huvila Corralejossa	Huvila Corralejossa	Huvila Corralejossa	Huvila Corralejossa
<b>Asiakkaan polku</b>	Asiakkaat saapuvat lentokentälle	Kuljetus majoitukseen	Asiakkaat saapuvat majoitukseen	Rentoutumista	Tervetuloillallinen	Rentoutumista ja illanviettoa
<b>Palvelukontakti</b>	Matkaopas vastaanottaa asiakkaat ja jakaa tervetuloahjat	Opas kuljettaa asiakkaat vuokra-autolla	Opas esittelee paikat ja kertoo päivän ohjelman		Ruokatarjoilu paikallisen kokin toimesta	
<b>Asiakkaalle näkyvä taso</b>			<b>Päivä 1</b>			
<b>Asiakkaalle näkymätön taso</b>						
<b>Tuotanto</b>	Matkaopas valmistaa tervetuloahjat	Auton vuokraus etukäteen		Kokki valmistaa ruokaa		
<b>Tukitoiminto</b>	Auto odottaa parkissa	Tankkaus			Tiskaus + siivoaminen	
<b>Aika</b>	08.00-18.00	Asiakkaiden saapuessa	Asiakkaiden saapuessa		20.30	



## Päivä 2

Toimintaympäristö	Huvila Corralejossa	Auto	Leijalautailukoulu/ ranta	Ranta	Auto	Huvila Corralejossa	Auto	Corralejo keskusta	Auto	Huvila Corralejossa
Asiakkaan polku	Aamupala	Kuljetus leijalautailukoululle	Kurssin ensimmäinen päivä alkaa	Lounas	Kuljetus huvilalle	Siesta/ rentoutuminen/ välipala	Kuljetus Corralejon keskustaan	Iltä Corralejossa (ostokset, ruokailu, pubit)	Kuljetus takaisin huvilalle	Vapaata oleskelua huvilalla/lähistöllä
Palvelukontakti	Opas tarjoilee aamupalan	Opas kuljettaa asiakkaat	Koulun opettajat opettavat asiakkaita		Opas kuljettaa asiakkaat		Opas kuljettaa asiakkaat	Opas mukana koko illan		Opas huvilalla käytettävissä autoineen
Asiakkaalle näkyvä taso			Päivä 2							
Asiakkaalle näkymätön taso										
Tuotanto	Opas valmistaa aamupalan	Auto toimintavalmiiksi huvilan pihalle	Kurssit varataan etukäteen	Opas valmistaa lounaspussit				Opas tutustuu paikkoihin etukäteen		
Tukitoiminto										
Aika	8.30-9.15	9.30	10.00-14.30	12.30-13.00	14.45	15.00-17.00	17.15	17.30ä	Asiakkaiden mukaan	Asiakkaiden mukaan

## Päivä 3

Toimintaympäristö	Huvila Corralejossa	Auto	Leijalautailukoulu/ ranta	Ranta	Auto	Huvila Corralejossa	Auto	Aktiveiteettiapaikka	Auto	Huvila Corralejossa
Asiakkaan polku	Aamupala	Kuljetus leijalautailukoululle	Kurssin toinen päivä alkaa	Lounas	Kuljetus huvilalle	Siesta/ rentoutuminen/ välipala	Kuljetus	Aktiveiteetti asiakkaiden valinnan mukaan	Kuljetus takaisin huvilalle	Vapaata oleskelua huvilalla tai lähiuilla
Palvelukontakti	Opas tarjoilee aamupalan	Opas kuljettaa asiakkaat	Koulun opettajat opettavat asiakkaita		Opas kuljettaa asiakkaat		Opas kuljettaa asiakkaat	Aktiveiteettitarjoajan henkilökunta		Opas ja auto huvilalla käytettävissä
Asiakkaalle näkyvä taso			Päivä 3							
Asiakkaalle näkymätön taso										
Tuotanto	Opas valmistaa aamupalan	Auto toimintavalmiiksi huvilan pihalle		Opas valmistaa asiakkaalle lounaspussit				Aktiveiteetin varaus etukäteen		Opas tarjoaa tietoa mahdollisuuksista mitä tehdä illalla
Tukitoiminto										
Aika	8.30-9.15	9.30	10.00-14.30	12.30-13.00	14.45	15.00-17.00	17.15	17.30-19.30	19.45	20.00→

Päivä 4

Toimintaympäristö	Huvila Corralejossa	Auto		Auto	Huvila Corralejossa
Asiakkaan polku	Aamupala		Päiväretki vaihtoehtoista asiakkaiden valinnan mukaan	Kuljetus huvilalle	Vapaata oleskelua huvilalla ja lähialueilla
Palvelukontakti	Opas tarjoilee aamupalan	Opas ajaa		Opas ajaa	Opas ja auto huvilalla käytettävissä

**Asiakkaalle näkyvä taso**

**Päivä 4**

**Asiakkaalle näkymätön taso**

Tuotanto	Opas valmistaa aamupalan		Päiväretken varaus/ tuottaminen		Opas tarjoaa tietoa mahdollisuuksista mitä tehdä/missä syödä
Tukitoiminto					
Aika	10.30-11.15	11.30	12.00-17.00	17.15	17.30

## Päivä 5

<b>Toimintaympäristö</b>	Huvila Corralejossa	Auto	Leijalautailukoulu/ ranta	Ranta	Auto	Huvila Corralejossa	Auto	Aktiveetti paikka	Auto	Huvila Corralejossa
<b>Asiakkaan polku</b>	Aamupala	Kuljetus leijalautailukoululle	Kurssin kolmas päivä alkaa	Lounas	Kuljetus huvilalle	Siesta/ rentoutuminen/ välipala	Kuljetus	Aktiveetti asiakkaiden velinän mukaan	Kuljetus takaisin huvilalle	Vapaata oleskelua huvilalla tai lähialueilla
<b>Palvelukontakti</b>	Opas tarjoilee aamupalan	Opas kuljettaa asiakkaat	Koulun opettajat opettavat asiakkaita		Opas kuljettaa asiakkaat		Opas kuljettaa asiakkaat	Aktiveettitarjoajan henkilökunta		Opas ja auto huvilalla käytettävissä
<b>Asiakkaalle näkyvä taso Päivä 5</b>										
<b>Asiakkaalle näkymätön taso</b>										
<b>Tuotanto</b>	Opas valmistaa aamupalan	Auto toimintavalmiiksi huvilan pihalle	Kurssit varataan etukäteen	Opas valmistaa asiakkaille lounaspussit				Aktiveetti varataan etukäteen		Opas tarjoaa tietoa mahdollisuuksista mitä tehdä illalla
<b>Tukitoiminto</b>										
<b>Aika</b>	8.30-9.15	9.30	10.00-14.30	12.30-13.00	14.45	15.00-17.00	17.15	17.30-19.30	19.45	20.00→

## Päivä 6

<b>Toimintaympäristö</b>	Huvila Corralejossa	Auto	Leijalautailukoulu/ ranta	Ranta	Auto	Huvila Corralejossa	Huvila Corralejossa	Corralejon baarit
<b>Asiakkaan polku</b>	Aamupala	Kuljetus leijalautailukoululle	Kurssin viimeinen päivä alkaa	Lounas	Kuljetus huvilalle	Vapaata oleskelua huvilalla tai lähialueilla	Jäähäväs illallinen	Juhlimista
<b>Palvelukontakti</b>	Opas tarjoilee aamupalan	Opas kuljettaa asiakkaat	Koulun opettajat opettavat asiakkaita		Opas kuljettaa asiakkaat	Opas ja auto huvilalla käytettävissä	Paikallinen kokki valmistaa ja tarjoilee illallisen	
<b>Asiakkaalle näkyvä taso Päivä 6</b>								
<b>Asiakkaalle näkymätön taso</b>								
<b>Tuotanto</b>	Opas valmistaa aamupalan	Auto toimintavalmiiksi huvilan pihalle	Kurssit varataan etukäteen	Opas valmistaa asiakkaille lounaspussit			Opas kattaa pöydät	Toteutetaan asiakkaiden mielen mukaan
<b>Tukitoiminto</b>								
<b>Aika</b>	8.30-9.15	9.30	10.00-14.30	12.30-13.00	14.45	15.00→	19.00→	

Päivä 7

Toimintaympäristö	Huvila Corralejossa	Auto	
Asiakkaan polku	Aamupala/brunssi	Kuljetus lentokentälle	
Palvelukontakti	Opas tarjoilee aamupalan/brunssin	Opas kuljettaa asiakkaat	

**Päivä 7**

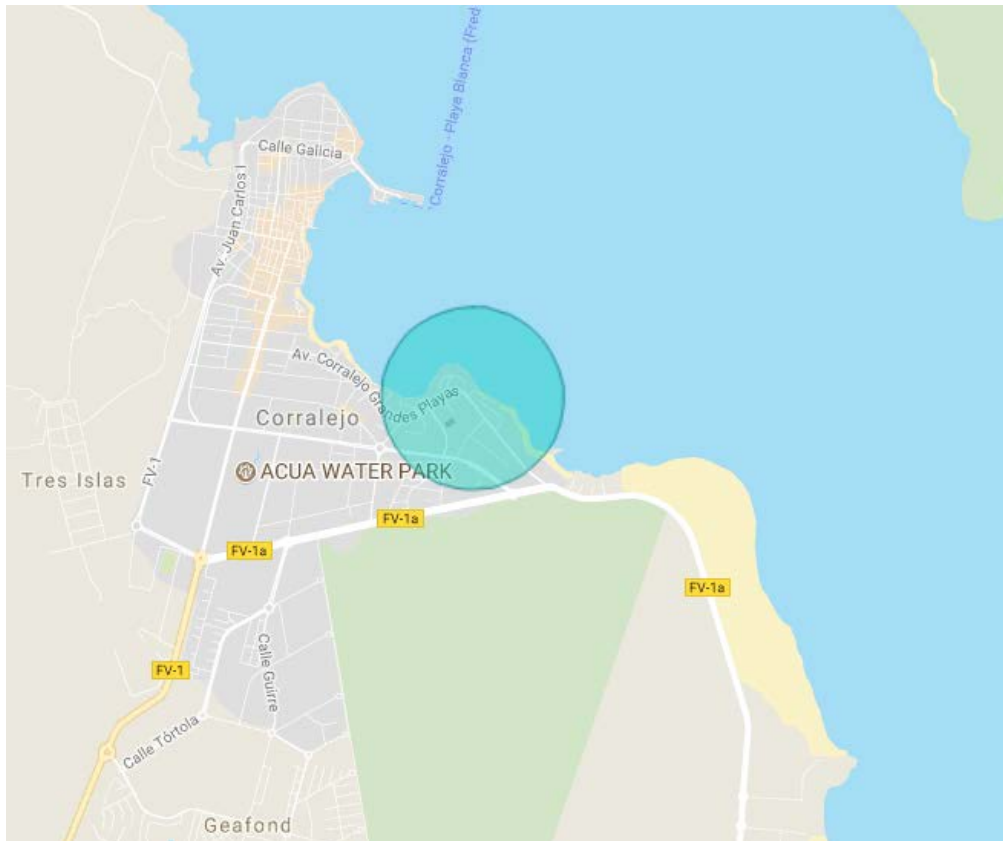
**Asiakkaalle näkyvä taso**



**Asiakkaalle näkymätön taso**

Tuotanto	Opas valmistaa aamupalan/brunssin	Auto toimintavalmiiksi huvilan pihalle	
Tukitoiminto			
Aika		Asiakkaiden aikataulujen mukaan	

Liite 17. Matkailutuotteeseen valittu majoitus



Kuva 1. Sijainti



Kuva 2. Huvila



Kuva 3. Olohuone



Kuva 4. Esimerkki huone





Kuva 5. Terassi



Kuva 6. Maisema (Los lobos saari)