

Johanna Mäkelä

UUDEN VASTAANOTON KÄYTTÖÖNOTTO, DREAM HOSTEL &  
HOTEL

Matkailun koulutusohjelma  
2018

## UUDEN VASTAANOTON KÄYTTÖÖNOTTO, DREAM HOSTEL & HOTEL

Mäkelä, Johanna  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Matkailun koulutusohjelma  
Toukokuu 2018  
Sivumäärä: 51  
Liitteitä: 2

Asiasanat: palvelumuotoilu, asiakaspalvelu, majoitusala

---

Opinnäytetyöni aiheena oli uuden vastaanoton palvelumuotoilu Dream Hostel & Hotellissa. Yrityksen vastaanotto siirrettiin uuden yrityksen Tullin Saunan tiloihin tien toiselle puolelle hostelli- ja hotellihuoneista. Vastaanotto rakennettiin Tullin Saunan ravintolan tilaan baaritiskin yhteyteen.

Opinnäytetyössäni tutkittiin palveluprosessia ja siihen vaikuttavia tekijöitä. Tutkimuksen tukena käytettiin palvelumuotoilun teoriaa. Tavoitteena oli saavuttaa mahdollisimman toimiva vastaanoton palveluprosessi.

Toteutettiin kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Aineistoa tutkimukseen kerättiin teemahaastatteluilla. Kuutta eri asiakasta ja kolmea eri työntekijää haastateltiin. Asiakkaille ja työntekijöille suunniteltiin omat teemahaastattelut. Kaikki haastattelut suoritettiin yksilöhaastatteluina.

Haastatteluista saadut materiaalit litteroitiin ja analysoitiin. Analysointimenetelmänä käytettiin aineistolähtöistä sisällönanalyysia.

Tutkimustulosten perusteella Dream Hostel & Hotellin vastaanoton asiakaspalvelu toimii hyvin. Uusi erilainen vastaanottokonsepti asettaa yritykselle myös haasteita. Rakennuksesta toiseen kulkemiseen on saatava helppouden tuntu asiakkaille. Tullin Saunan ja Dream Hostel & Hotellin välille on saatava lisää yhtenäisyyttä, jotta asiakkaat ymmärtävät yritysten toimivan yhdessä. Uusi konsepti on tehtävä selkeäksi sekä asiakkaille että työntekijöille. Tutkimustulosten perusteella Dream Hostel & Hotel voi tehdä muutoksia palveluprosessiin.

## INITIALIZATION OF NEW RECEPTION, DREAM HOSTEL & HOTEL

Mäkelä, Johanna

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences  
Degree Programme in Tourism

May 2018

Number of pages: 51

Appendices: 2

Keywords: service design, customer service, accommodation industry

---

The topic of my thesis was service design for a new reception in Dream Hostel & Hotel. The company moved the hotel reception to the building across the street from the hostel- and hotel rooms into a new business Tullin Sauna. The reception was built in Tullin Sauna's restaurant as a part of the bar.

The research made in my thesis was about service process and all the factors affecting it. Theory of service design was used to support the research. The aim was to achieve the best possible service process in hotel reception.

The research was made using qualitative research methods. Material for the research was collected by doing theme interviews. Six customers and three employees were interviewed. Different themes were designed for customer- and employee interviews. All the interviews were done as individual interviews.

All the material collected from the interviews was transcribed and analysed. Content based qualitative analysis was done using the content collected in the interviews.

Based on the research results customer service in Dream Hostel & Hotel is working well. But the new different kind of reception concept brings some challenge to the service process. Moving from building to building needs to feel easy for the customers. Tullin Sauna and Dream Hostel & Hotel are connected together and the companies need to make the customers see that. The new concept should be more clear for both customers and employees. Based on the results Dream Hostel & Hotel can make changes to the service process.

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	5
2	TOIMEKSIANTAJA.....	6
3	TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT .....	6
3.1	Tutkimuksen tavoite ja tutkimustehtävä.....	6
3.2	Tutkimusaiheen valinta ja rajaus .....	7
4	PALVELUMUOTOILU JA PALVELUN LAATU MATKAILUTUOTTEESSA.8	
4.1	Muotoiluajattelu .....	9
4.2	Kerroksinen matkailutuote .....	12
4.3	Palveluprosessi .....	15
4.4	Arvon luominen .....	17
4.5	Palvelun laatu.....	17
4.6	Service blueprint .....	23
4.7	Palveluinnovaatio ja ideointi .....	26
5	TUTKIMUSMENETELMÄT .....	29
5.1	Laadullinen tutkimus.....	29
5.2	Teemahaastattelu .....	31
5.3	Sisällönanalyysi.....	32
6	UUSI VASTAANOTTO .....	35
6.1	Asiakashaastattelut .....	35
6.2	Työntekijöiden haastattelut.....	40
7	TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....	43
8	LUOTETTAVUUSTARKASTELU.....	47
9	POHDINTA.....	49
10	YHTEENVETO .....	51
	LÄHTEET.....	52
	LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Olin kesällä 2016 työharjoittelussa Tampereella Dream Hostel & Hotellissa ja seuraavana kesänä 2017 pääsin samaan yritykseen kesätöihin. Kysyin yrityksestä mahdollista opinnäytetyön aihetta ja sain sopivan aiheen. Dream Hostel & Hotel laajentaa toiseen rakennukseen, johon rakennetaan sauna, ravintolatilat ja uusi vastaanotto. Opinnäytetyön aihe koostuu uuden vastaanoton käyttöönotosta. Tavoitteena on mahdollisimman toimiva palveluprosessi ja teoriapohjana palvelumuotoilu.

Dream Hostel & Hotellin vanha vastaanotto ei ole täysin toimiva. Vastaanotossa on paljon turhaa tavaraa ja osa asioista on epäloogisessa järjestyksessä. Vastaanoton tuolit eivät ole toimivat ja ovat useissa tilanteissa tiellä huonon liikkuvuuden vuoksi. Kaikki tämä vaikuttaa itse palvelutilanteeseen ja sen sujuvuuteen. Uudesta vastaanotosta halutaan käytännössä toimivampi. Pelkästään toimivat ulkoiset puitteet eivät riitä, vain itse palveluprosessin on toimittava ja siihen keskityn opinnäytetyössäni.

Olen ollut Dream Hostel & Hotellissa työharjoittelijana ja työntekijänä. Vanha vastaanotto on minulle tuttu. Palvelumuotoilun tukena pystyn hyvin hyödyntämään omaa työkokemukseen perustuvaa tietoa ja osaamistani uuden vastaanoton käyttöönotossa. Tarkoitus on saada uusi vastaanotto toimimaan parhaalla mahdollisella tavalla asiakkaan ja työntekijän näkökulmasta. Uuden vastaanoton toimivuus on ehdottoman tärkeää Dream Hostel & Hotellin jatkon kannalta. Kyseessä on iso investointi, joka halutaan saada toimivaksi.

## 2 TOIMEKSIANTAJA

Dream Hostel & Hotel on Tamperelainen yksityisomisteinen hostelli ja hotelli. Vuonna 2010 vanhaan teollisuusrakennukseen aivan Tampereen keskustan kupeessa avattiin hostelli. Toimintaa laajennettiin vuonna 2014 hotellihuoneilla. Dream Hostel & Hotel on tunnettu rennosta tunnelmastaan, edullisesta majoituksesta ja osaavasta asiakaspalvelusta. Suomalaisten lisäksi yöpyjiä saapuu maailmalta ja tunnelma on kansainvälinen. (Dream Hostel & Hotel www-sivut 2016.)

Vuonna 2018 Dream Hostel & Hotellin omistajat perustivat Tullin Saunan. Tämä uusi yritys sijaitsee kadun kulmassa Dream Hostel & Hotellia vastapäätä. Tullin Sauna tarjoaa nimensä mukaisesti saunomismahdollisuuden kaikille halukkaille ja lisäksi tilasta löytyy ravintola ja baari. (Tullin Sauna www-sivut 2018.) Dream Hostel & Hotel ja Tullin Sauna toimivat yhdessä. Uusi vastaanotto sijaitsee Tullin Saunan puolella baaritiskin yhteydessä. Nyt hostellissa tai hotellissa yöpyvät pääsevät nauttimaan myös entistä laajemmasta aamiaisesta Tullin Saunan ravintolan tiloissa. Lisäksi yöpyvät asiakkaat voivat halutessaan muutenkin ruokailla uudessa ravintolassa sekä nauttia saunomismahdollisuudesta.

## 3 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT

### 3.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimustehtävä

Opinnäytetyöni tutkii palveluprosessia. Miten palvelutapahtuma etenee hotellin vastaanotossa? Mitkä lukuisat tekijät vaikuttavat palveluprosessiin? Millaisissa puitteissa palvelu toimii parhaiten asiakkaan kannalta? Entä työntekijän kannalta? Näiden tutkimuskysymysten avulla tutkimuksesta tulisi saada hyöty vastaanoton käyttöönottoon. Tavoitteena on, että tutkimustulosten perusteella

voidaan rajata ulos asioita, joista ei ole hyötyä palvelutilanteessa tai jotka hankaloittavat palvelutilannetta. Samalla huomataan mitkä asiat ovat ehdottoman tärkeitä palveluprosessin toimivuudelle. Palveluprosessin kokonaisvaltainen toimivuus on siis päätavoite.

Tutkimustehtävänä on palvelumuotoilun avulla saada uusi vastaanotto toimimaan mahdollisimman moitteettomasti. Tutkimuksessa sovelletaan teorian tietoa, asiakkaiden näkökulmaa sekä omaa ja työntekijöiden kokemusta ja näkemystä vastaanotossa työskentelystä. Teoriapohjan lisäksi onnistumiseen vaaditaan asiakkaiden ja työntekijöiden osallistaminen prosessiin. Onnistuneen tutkimuksen pohjalta toteutetussa vastaanotossa työntekijöiden on miellyttävä työskennellä ja asiakkaiden miellyttävä asioida.

Koostan tutkimusaineiston lähinnä kirjallisuudesta. Hyödynnän erilaista teoriaa mahdollisimman laajasti, pääteorianakin palvelumuotoilu. Suoraista teoriaa asiakkaan ja työntekijän kannalta hyvin toimivasta vastaanotosta ei löydy. Voin kuitenkin perehtyä laajasti palveluprosessin teoriaan. Myös majoitustoiminnasta, innovaatiosta ja ideoinnista sekä palvelun laadusta löytyy teoriaa, jota pystyn hyödyntämään.

### 3.2 Tutkimusaiheen valinta ja rajaus

Tutkimuksen aihe rajataan vastaanoton asiakaspalveluprosessiin. Vastaanotossa on lukuisia työtehtäviä, mutta opinnäytetyöni keskittyy nimenomaan asiakkaan ja työntekijän väliseen palveluprosessiin. Ajattelin aluksi, että vastaanoton käyttöönoton ohessa voisi kehittää myös myyntiä ja miettiä vastaanoton visuaalista puolta. Tästä olisi kuitenkin tullut liikaa sisältöä opinnäytetyöhön ja mahdollisesti sekava lopputulos. On siis parempi rajata tarkka aihealue ja keskittyä siihen kunnolla. Käsittelen opinnäytetyössäni kuitenkin myös fyysistä ympäristöä, sillä se on olennainen osa palveluprosessia.

Opinnäytetyön aiheen löytäminen oli haasteellista minulle. Kiinnostuin tästä aiheesta, koska siinä pääsee konkreettisesti tekemään jotain, josta voi oikeasti

olla hyötyä yritykselle. Itselleni tärkeää on, että aihe on mielekäs ja motivoi tekemään opinnäytetyön loppuun saakka. Aihe sopii matkailun opintoihin hyvin, koska se toteutetaan majoituspalveluyritykselle. Palveluprosessin tärkeyttä on korostettu opiskelujen aikana monilla opintojaksoilla. Uuden vastaanoton palvelumuotoilu majoitusyrityksessä sopii siis hyvin opinnäytetyöksi matkailualalla.

Aihevalinta on hyvä myös yrityksen kannalta. Yritys saa onnistuneesta opinnäytetyöstä ihan oikean hyödyn. Tavoitteena on palvelumuotoilun avulla saada kerättyä asiakkaiden mielipiteitä ja mieltymyksiä, joiden kautta voidaan parantaa palvelua. Asiakaspalautteen lisäksi mukaan otetaan vielä työntekijöiden näkökulma tukemaan palvelumuotoilua. Suuri hyöty on suoritetusta työharjoittelusta. Toteutan opinnäytetyön samalle yritykselle, jossa olin sekä työharjoittelussa että myöhemmin töissä. Voin siis hyvin hyödyntää yrityksessä työskennellessäni oppimaani.

#### 4 PALVELUMUOTOILU JA PALVELUN LAATU MATKAILUTUOTTEESSA

Opinnäytetyöni teoriapohjana on palvelumuotoilu. Palvelumuotoilun teorian tukena hyödynnän teoriaa muotoiluajattelusta, majoituspalveluista, innovoinnista ja ideoinnista. Lisäksi aion hyödyntää teoriaa yrityksen arvonluonnista sekä palvelun laadusta. Koko paketti kiteytyy palvelumuotoiluun. Palvelumuotoilulla tarkoitetaan palvelutapahtuman muokkaamista sellaiseksi, että se toimii asiakkaalle parhaalla mahdollisella tavalla. ”Palvelumuotoilu on systemaattinen tapa lähestyä palveluiden kehittämistä ja innovointia yhtä aikaa sekä analyyttisesti että intuitiivisesti” (Tuulaniemi 2011, 10). Analyyttisellä lähestymisellä tarkoitetaan tosiasioihin liittyvää tietoa, esimerkiksi asiakastutkimukseen ja dataan perustuvaa tietoa. Intuitiivisuus taas on taitoa ja kokemusta nähdä ja ymmärtää, mikä on mahdollista tulevaisuudessa. (Tuulaniemi 2011, 11.)



Palvelumuotoilu voidaan nähdä ajattelu- ja toimintatapana. Se toimii yhteisenä kielenä eri osaamisalojen yhteistyössä palveluita kehitettäessä. Palvelumuotoilun avulla päästään käsiksi palveluiden kehittämiseen. Palvelun kehittäjä voi parantaa omaa osaamistaan ja kehittää omaa työympäristöään rakentamalla paremmin toimivia työmenetelmiä ja –välineitä. (Tuulaniemi 2011, 58.) Palvelumuotoilu on kehittynyt muotoilusta. Palvelumuotoilussa hyödynnetään tuotemuotoilijan työstä tuttua kehittämisprosessia, muotoilijoiden ydinosaminen on tuotu palveluiden kehittämiseen. Muotoilijan työn lopputulos on muotoilu tai design, palvelumuotoilijan työn lopputulos on toimiva palvelu. (Tuulaniemi 2011, 63-64.)

#### 4.1 Muotoiluajattelu

Yrityksen liikeidea määrittää selkeästi yrityksen ydintuotteen, eli mitä pääasiallisesti myydään asiakkaille. Dream Hostel & Hotellin liikeidean ytimenä on majoituspalvelujen tuottaminen asiakkaille. Ydintuote on se, joka tuottaa yritykselle suurimman osan toimeentulosta. Asiakkaalle ydinhyöty tässä tapauksessa on yöpyminen. Yrityksen puolelta ydintuotteen muodostaa majoituspalvelun tuottamiseen vaadittavat tekijät eli tarvittava osaaminen, huoneet ja sängyt. (Komppula & Boxberg 2005, 13.)

Jokaisella yrityksellä on aina jokin toiminta-ajatus, joka kertoo liiketoiminnan perusidean. Toiminta-ajatus on peruslinjaus, jolle yrityksen koko toiminta rakentuu. Toiminta-ajatus kertoo miksi yritys on olemassa ja millaisia palveluita yritys haluaa tarjota. Jokaiselle työntekijälle pitäisi olla selvää mikä yrityksen toiminta-ajatus on ja miten toimia sen mukaisesti. Toiminta-ajatus siis tiivistää yrityksen liikeidean. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 80.) Palvelumuotoilussa tulee muistaa yrityksen toiminta-ajatus ja toimia sen mukaisesti.

Muotoiluajattelussa kiteytyvät brändäys, käyttäjälähtöisyys ja uusien ratkaisujen tuottaminen (Miettinen 2014, 83). Muotoiluajattelua voidaan soveltaa moniin erilaisiin projekteihin. Muotoilun avulla voidaan miettiä uudelleen ongelman asettelua, voidaan löytää ja ymmärtää uusia mahdollisuuksia ja etsiä

vaihtoehtoisia ratkaisuja. Yleensä muotoilusta syntyy visuaalisia ja konkreettisia vaihtoehtoja, joita on helppo tarkastella ja niistä valita parhaat. Visuaalisen mallin avulla on helpompi luoda lopullinen konsepti. (Miettinen 2014, 31.)

Muotoiluajattelun voi ajatella jo olevan Dream Hostel & Hotellin arkipäivää. Asioita lähdetään tekemään intuitiivisesti kokeilemalla. Eli muutoksia voidaan tehdä ammattitaitoon perustuvalla intuitiolla. Asiakkaiden mielipiteet huomioidaan ja niiden pohjalta voidaan tehdä muutoksia. Asioita voidaan matkan varrella muokata vähitellen ja lopulta palaset loksahdavat kohdalleen. Nykyään strateginen ajattelu on yhä enemmän ja enemmän kiinni nykyhetkessä. Niinpä strategia usein muuttuu tai kehittyy sitä mukaa kun saadaan lisää informaatiota kerättyä ja analysoitua. (Miettinen 2014, 176.) Ongelma ei yleensä ole siinä, että ei tiedettäisi jotain. Se mitä ei tiedetä, voidaan selvittää ja opetella. Ongelma piileekin siinä, ettei tiedetä mitä ei tiedetä. Miten luoda ymmärrystä asioihin, mistä ei ole lainkaan tietoa? (Miettinen 2014, 177.)

Kaikki ihmiset ovat asiakkaita omine haluineen ja mieltymyksineen. Palvelumuotoiltu palvelu rakentuu asiakkaan mieltymysten mukaisesti. Parhaassa tapauksessa asiakkaiden tuntemus on paljon syvemmällä kuin vain esimerkiksi varausjärjestelmästä näkyvät tiedot, kuten ikä ja sukupuoli. Asiakkaan tuntemukseen kuuluu vahvasti myös se, että palvelutilanne hoidetaan asiakkaalle mahdollisimman ymmärrettävällä ja helpolla tavalla. Asiakkaalle ei saa tulla tunne, että työntekijä puhuu ammattisanastolla, jota on vaikea ymmärtää. (Schneider & Stickdorn 2011, 36-37.) Dream Hostel & Hotel on aina panostanut asiakaspalveluun ja saadun palautteen perusteella onnistunutkin siinä. Palvelutilanteet hoidetaan asiakas henkilökohtaisesti huomioiden.

Asiakkaan lisäksi palvelumuotoilussa on erityisen tärkeää ottaa huomioon myös työntekijät. Ei ole pakko luoda uutta palvelua, vaan jo olemassa olevaa palvelumallia voidaan muokata toimivammaksi. Asiakkaan kannalta toimiva palvelu ja työntekijän kannalta toimiva palvelu kulkevat käsi kädessä. Työntekijöiden kesken tulisi saada aikaan ilmapiiri, jossa voidaan yhdessä vapaasti ideoida. (Schneider & Stickdorn 2011, 38-39.)

Palvelumuotoilun kautta luotu muutos toiminnassa tulee saada koko henkilökunnalle tutuksi. Henkilökunnan olisi hyvä olla mukana toteuttamassa tätä prosessia. Jos henkilökunta ei ole tai ei pysty olemaan mukana prosessissa alusta loppuun, on tärkeää tuoda tietyt asiat ilmi. Henkilökunnalle tulee konkretisoida muutoksesta syntyneiden uusien toimintatapojen erot vanhoihin toimintatapoihin. Paras tapa olisi käyttää käytännön esimerkkejä. Tärkeintä on saada työntekijät ymmärtämään uudet toimintatavat mahdollisimman nopeasti ja sujuvasti niin, ettei asiakaspalvelu kärsi. (Ahonen, Airola, Lappalainen, Nuutinen, Reunanen, Valjakka, & Valkokari 2013, 28.)

Palvelut ja niiden tarjoamat lisäpalvelut muuttuvat ja kasvavat jatkuvasti. Palvelumuotoilu on loistava työkalu, jonka avulla yritys voi parantaa toimintaansa. Palvelumuotoilun avulla voidaan karsia riskejä ja saada palvelu varmemmin toimivaksi ja asiakkaat pysymään tyytyväisinä. Palvelumuotoilu keskittyy palvelun käyttäjän tyytyväisenä pitämiseen ja onkin hyvin mahdollista, että pelkän palvelutilanteen lisäksi koko yrityksen toiminta paranee. (Viladas 2011, 139.) Vaikka jo olemassa oleva palvelu onkin toimiva, kehitettävää löytyy aina. Ja kun palvelu siirretään uuteen tilaan, se asettaa haasteita, joiden ratkaisussa palvelumuotoilu auttaa.

Palvelumuotoilun toteuttaminen onnistuu parhaiten, kun toteuttavalla taholla on hyvä pohjatietämys alasta. Koulutus ja työkokemus auttavat, mutta pelkäävät ne eivät tuota parasta tulosta. On tärkeää pystyä näkemään palvelutilanne myös asiakkaan näkökulmasta katsottuna. Oma tietämys ja pätevyys alalla voi kasvattaa käyttämällä itse alan palveluita ja niin näkemällä ja kokemalla asiakkaan puolen palvelusta. (Viladas 2011, 95.)

Paikallisilla vaikutteilla voi erottua edukseen kilpailussa niin kotimaassa kuin kansainvälisestikin. Moni tuote tai palvelu pyrkii tyydyttämään mahdollisimman monien tarpeet ”jokaiselle jotakin” tai ”sopii kaikille” -ajatuksilla. (Miettinen 2014, 186.) Mikään tuote tai palvelu ei kuitenkaan todellisuudessa sovi ihan jokaiselle. Erikoistuote tai massasta erottuva palvelu voi saavuttaa valtavan suosion. On todennäköisesti järkevämpää seurata omaa visiota ja toteuttaa

omasta mielestä paras mahdollinen tuote tai palvelu sen sijaan, että yrittäisi miellyttää aivan jokaista.

#### 4.2 Kerroksinen matkailutuote

Palvelu sisältää aina ydinpalvelun, joka asiakkaalle tarjotaan. Pelkkä ydinpalvelu ei kuitenkaan riitä, sillä kilpaileva yritys tarjoaa aina jotain muutakin. Ydinpalvelun ympärille pitääkin rakentaa palvelupaketti. Jotta asiakas saadaan käyttämään ydinpalvelua, on sen ympärille rakennettava toimiva ja myyvä paketti. (Koivisto 2011, 43-44.) Hotellissa ydinpalvelu on hotellihuone. Sen lisäksi asiakkaalle voidaan tarjota muun muassa ravintola- ja kokouspalveluita. Dream Hostel & Hotel laajentaa toiseen rakennukseen ja samalla asiakkaalle tarjottavat lisäpalvelut laajenevat. Pian asiakkaat pääsevät nauttimaan uudesta saunasta sekä ravintolasta. Aiemmin pelkkää majoitusta tarjonneelle yritykselle tämä on hieno uudistus.

Yrityksen varsinaisen tuotteen muodostumiseen vaaditaan ydintuotteen lisäksi kaikki aineettomat ja aineelliset tekijät, jotka tuottavat asiakkaan saamaan ydinpalveluun lisäarvoa. Tekniset ominaisuudet, kuten sängyn mukavuus ja huoneen lämpötila vaikuttavat olennaisesti asiakkaan kokemukseen. Ydinpalvelu ei toteudu myöskään ilman välttämättömiä avustavia palveluita, kuten vastaanotto ja sen palvelut. Varsinainen tuote on siis ydintuotteen ja sen ympärille tarvittavien tekijöiden muodostama kokonaisuus. Tästä kokonaisuudesta asiakas maksaa sovitun hinnan. (Komppula & Boxberg 2005, 13.)

Ydinpalvelun ympärille rakennettava paketti koostuu avustavista palveluista ja tukipalveluista. Avustavat palvelut ovat yleensä välttämättömiä ydinpalvelun toteutumiselle. Esimerkiksi hotellissa yöpyminen on ydinpalvelu ja varausjärjestelmä avustava palvelu, jota ilman yritys ei toimisi. Tukipalvelu taas ei ole välttämätön ydinpalvelun kuluttamiselle, mutta se helpottaa tai tekee palvelun kuluttamisesta miellyttävämpää. Ja sen avulla voidaan erottua kilpailijoista.

Tukipalvelun tulisi olla jokin positiivinen lisä, joka jää asiakkaan mieleen. Hotellissa se voi olla esimerkiksi sauna, kuntosali tai jokin muu yöpymisen hintaan kuuluva lisäpalvelu. (Koivisto 2011, 44-45.)

Yritys voi lisätä varsinaisen tuotteen vetovoimaa erilaisten tukipalveluiden avulla. Tukipalveluilla asiakkaalle voidaan luoda esimerkiksi lisää mukavuutta ja turvallisuutta. Dream Hostel & Hotelissa tarjotaan asiakkaille nyt uusia tukipalveluita, baarin, ravintolan ja saunan muodossa. Tukipalvelut ovat hyvä lisä varsinaisen tuotteen lisäksi, sillä pelkällä ydintuotteella on usein erittäin vaikea erottua kilpailijoista. Asiakas tarkastelee tuotteita ja palveluita usein laajoina kokonaisuuksina, jolloin juuri lisäpalvelut voivat olla se kilpailijoista erottava tekijä, jonka perusteella asiakas tekee valintansa. (Komppula & Boxberg 2005, 14.) Isoissa ketjuhotelleissa ravintola ja sauna voivat kuulua peruspalveluihin. Monilla pienemmillä yksityisillä hotelleilla ei välttämättä ole mahdollisuutta tarjota näitä palveluita. Dream Hostel & Hotel on pieni edullinen majoituspalveluyritys ja silloin näillä uusilla palveluilla voidaan erottua.

Yrityksen tulisi keskittyä kokonaisuuteen ja sen toimivuuteen. Palvelu itsessään on aineeton asia, joka on aina erilainen riippuen asiakkaasta ja tilanteesta. Palveluympäristö on kuitenkin fyysinen tila, joka vaikuttaa vahvasti asiakkaan mielikuvaan yrityksestä. Asiakas kokee tilan kaikilla aisteillaan ja luo mielikuvan. Fyysiseen ympäristöön on mahdollista vaikuttaa ja yrityksen tulisi rakentaa se mahdollisimman miellyttäväksi asiakkaalle. (Schneider & Stickdorn 2011, 44-45.)

Palvelun fyysinen ympäristö on se, mihin asiakas ensimmäisenä kiinnittää huomiota. Fyysiset resurssit eivät koostu pelkästään yrityksen omista tiloista, vaan myös yrityksen sijainti ja ulkoasu voidaan laskea mukaan. Asiakkaan kokemukseen palvelusta vaikuttavat muun muassa lämpötila, äänimaailma, tuoksut, sisustustyyli ja opasteet. Näistä erilaisista elementeistä muodostuu palvelumaisema. Hyvä palvelumaisema helpottaa asiakkaan asiointia. Esimerkiksi hotellissa vastaanoton tulisi olla mahdollisimman helposti ja nopeasti löydettävissä. (Koivisto 2011, 48.) Dream Hostel & Hotellin uusi vastaanotto

sijaitsee eri rakennuksessa kuin hostelli- ja hotellihuoneet, mikä tuo ehdottomasti uutta haastetta palveluun. Vastaanoton tulisi silti olla mahdollisimman helposti saavutettavissa asiakkaalle.

Hotellin fyysiset tilat koostuvat kaikista hotellin tiloista kuten muun muassa aula, vastaanotto, yleiset tilat, kokoustilat, ravintola ja toimisto- ja varastotilat. Asiakkaalle näkyvissä tiloissa erityisen tärkeää on tilojen siisteys, sisustus ja viihtyisyys. Lisäksi tarvittavat opasteet ja informaatio tulisi olla helposti löydettävissä. Erilaiset esitteet ja informaatiota esimerkiksi paikallisista nähtävyyksistä olisi hyvä olla näkyvillä vastaanoton läheisyydessä. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 84.)

Vastaanotto ja sen ympäristö on merkityksellinen asiakkaan ensivaikutelman muodostamisessa. Vastaanoton tulisi sijaita heti pääsisäänkäynnin läheisyydessä tai ainakin sen tulisi olla helposti löydettävissä. Vastaanoton ympäristöön tulisi kiinnittää suurta huomiota. Jos asiakas esimerkiksi joutuu jonottamaan vastaanottoon, millaisessa tilassa se tapahtuu, onko ympäristö viihtyisä. Vastaanotto on majoitusyrityksen keskeisin paikka ja jokainen asiakas asioi siellä vähintään kerran majoituksensa aikana. Vastaanoton saavutettavuudella ja toimivuudella on suuri merkitys jokaisen asiakkaan majoituskokemuksessa. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 84.) Dream Hostel & Hotellin uuden vastaanoton sijaitessa eri rakennuksessa kuin itse hostelli- ja hotellihuoneet, palvelutilanteen tärkeys korostuu entisestään. Asiakkaan täytyy olla tyytyväinen saamaansa palveluun, ettei eri rakennuksesta toiseen liikkuminen tunnu turhalta tai hankalalta.

Vastaanotossa asioidessaan asiakas osallistuu palveluprosessiin. Matkailutuote on asiakkaan subjektiivisesti kokema kokemus. Asiakas saa tiettyä hintaa vastaan haluamansa palvelun ja osallistuu itse palvelun tuotantoprosessiin. Asiakas toivoo saavansa palvelusta jonkin hyödyn tai arvon. Tämän edellytyksenä on, että yritys toimii asiakaskeskeisesti. (Komppula & Boxberg 2005, 66.) Asiakkaan kohtaaminen ja vuorovaikutustaidot ovat tärkeitä tekijöitä asiakaskeskeisessä yritystoiminnassa. Asiakkaan ja vastaanoton henkilökunnan

välinen toimiva vuorovaikutus ja vieraanvaraisuus ovat tärkeitä elementtejä matkailutuotteessa. (Komppula & Boxberg 2005, 43.)

Oheisesta kuviosta näkyy sisemässä osassa varsinainen tuote, joka koostuu ydintuotteesta sekä tukipalveluista ja avustavista palveluista. Ulomassa osassa on kuvattu laajennettu tuote, johon varsinaisen tuotteen lisäksi kuuluvat myös fyysinen ympäristö, vuorovaikutus, asiakkaan osallistuminen ja tuotteen saavutettavuus. Kuvio kuvaa kerroksisen matkailutuotteen palvelutuotteen näkökulmasta, jossa kaikki nämä yllämainitut kohdat otetaan huomioon. (Komppula & Boxberg 2005, 14.)



Kuvio 1. Kerroksinen matkailutuote (Komppula & Boxberg 2005, 14).

#### 4.3 Palveluprosessi

Palveluprosessi on tietynlainen jatkumo, joka koostuu pienistä palveluhetkistä. Palvelu, niin kuin mikä tahansa muukin työ, vaatii harjoittelua. Siispä se ei ole täydellinen syntyessään, vaan kehittyy vähitellen. Palvelutilanteen rytmi vaikuttaa suuresti asiakkaaseen. Jos palvelu on hidasta tai asiakas joutuu jonot-

tamaan pitkään, se on turhauttavaa. Usein ajatellaan, että palvelun tulisi tapahtua mahdollisimman nopeasti ja mutkattomasti, mutta todellisuudessa palvelu voi olla liian nopeaakin. Jos palvelutilanne hoidetaan hosuen läpi, asiakas tuskin on vakuuttunut ja tyytyväinen. (Schneider & Stickdorn 2011, 40-41.) Kun asiakkailta kysytään hyvän palvelukokemuksen elementtejä, esiin nousee yleensä asiointin helppous. Sitä pidetään keskeisenä ja erityisen tärkeänä asiana palveluita valittaessa. (Gerdt & Korkiakoski 2016, 229.)

Asiakkaan kokemus palvelusta on tärkeää. Hyvään asiakaskokemukseen kuuluvat sujuva ja hyvin toimiva palvelutilanne sekä onnistunut asiakaskohtaaminen. Asiakaskokemus voidaan jakaa kolmeen osaan: toimintaan, tunteisiin ja merkityksiin. Toiminnan tasolla tarkoitetaan kykyä vastata asiakkaan tarpeisiin käytännön tilanteessa. Tavoitteena on, että palvelutilanne olisi saavutettavissa ja käytettävissä helposti sekä tehokas ja monipuolinen. Koko prosessin tulisi olla sujuva. Toiminnan tason vaatimusten on toteuduttava, jotta palvelulla on mahdollisuus pysyä markkinoilla. (Tuulaniemi 2011, 74.)

Vastaanotto on hotellin palveluympäristön keskeisin osa. Vastaanotossa tapahtuu useita eri työtehtäviä yhdessä pisteessä. Asiakkaan viihtyvyyteen vaikuttavat olennaisesti fyysiset puitteet, missä henkilökunta työskentelee. Onko vastaanotto siisti ja järjestyksessä, ovatko työskentelytilat kunnossa ja tarpeeksi tilavat. Asiakaspalvelun sujuvuuteen vaaditaan myös toimivat koneet ja ohjelmat. Myöskään vastaanoton kalusteet eivät saa olla tiellä tai niiden pitäisi olla helposti liikuteltavissa. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 120.) Mitä sujuvampaa ja helpompaa vastaanotossa työskentely on henkilökunnalle, sitä miellyttävämpää palvelu on asiakkaalle.

Palveluprosessista pitäisi jäädä asiakkaalle jotain käteen. Jokin muisto tai asia, mikä muistuttaa onnistuneesta palvelusta ja saa asiakkaan käyttämään yrityksen palveluita uudestaan. Se voi olla vaikka vain käyntikortti tai jokin muu pieni muisto. Tavoite olisi kuitenkin, ettei se olisi mitään täysin turhaa. (Schneider & Stickdorn 2011, 42-43.) Nykyään muisto voi olla esimerkiksi puhelimella napattu kuva viihtyisästä hotellihuoneesta.



#### 4.4 Arvon luominen

Yrityksen menestyminen riippuu lukuisista asioista. Tärkeä lähestymistapa yritystoimintaan on kuitenkin arvon tuottaminen. Arvo ei synny pelkästään yritykselle, vaan arvo tuotetaan yrityksen asiakkaille ja sidosryhmille. Asiakas saa yrityksen palveluita käyttäessään konkreettisen hyödyn ja antaa arvon sille. Taloudellinen arvo on vahvasti sidoksissa sosiaalisiin arvoihin. Mikään tuote tai palvelu, mikä ei asiakkaan kannalta ole toimiva, ei voi koskaan menestyä taloudellisesti ja olla kannattava yritykselle. (Miettinen 2014, 77.)

Yritysten menestystä ei enää mitata vain teknologian ja talouden mittareilla. Nykyään menestyvälle yritykselle yhä tärkeämpää on kestävä kehitys ja sosiaaliset suhteet. (Miettinen 2014, 184.) Arvonluonti on yrityksille yhä tärkeämpää. Pelkkä taloudellinen voitto ei enää riitä tavoitteeksi. Katseet on suunnattava pidemmälle ja ajateltava yrityksen merkitystä laajemmin. Miten voidaan olla vahingoittamatta ympäristöä ja tehdä hyvääkin? Asiakkaat arvostavat yhä enemmän ympäristöystävällistä toimintaa, jossa yrityksen voittotavoitteiden ohella pyritään hoitamaan asiat ympäristöä kunnioittaen. Aiemmin arvon luomista on ajateltu vain taloudellisesta näkökulmasta, eli yritysten arvon tuottamisena osakkeenomistajille. Ihmiset nähtiin vain kuluttajina ja yritysten ainoa tehtävä oli saada tuottoa ja luoda taloudellista arvoa. Yrityksen ajateltiin tekevän hyvää vain tukemalla työllisyyttä. (Tikka & Gävert 2014, 22.) Dream Hostel & Hotel toimii ympäristöystävällisesti arkisissa asioissa, kuten kierrättäminen ja lajittelu, mihin myös asiakkaita kannustetaan. Lisäksi uusien tilojen rakentamisessa suositaan Suomalaista designia.

#### 4.5 Palvelun laatu

Palvelun laadun arviointi on erittäin vaikeaa. Palvelu voi olla asiakkaalle helposti saavutettavissa ja lopputulos täysin tyydyttävä. Silti palvelu ei välttämättä ole asiakkaan mielestä paras mahdollinen, tai sellainen jota käyttäisi uudestaan. Itse palvelun käyttökokemus on asiakkaalle tärkeää ja sen tulisi olla

toivotunlainen, jotta asiakas palaisi käyttämään saman palveluntarjoajan palvelua. (Vaahtojärvi 2011, 137.) Useat yritykset pitävät asiakaskokemusta huomattavasti onnistuneempaan kuin mitä itse asiakkaat ajattelevat. Palveluiden jatkuva kehittäminen onkin ehdottoman hyödyllistä ja tarpeellista. (Hämäläinen 2012, 11.) Palvelumuotoilun avulla saadaan hyvä kuva nykyhetken asiakastytyvyydestä, minkä pohjalta on helppo lähteä kehittämään palvelua parempaan suuntaan.

Matkailutuote on oikeastaan jokaisen asiakkaan subjektiivisena koettu kokemus tai elämys. Tämä kokemus syntyy palveluprosessin aikana. Palveluntuottajan tulee ottaa huomioon, että asiakkaalla on aina jonkinlainen hyötyodotus tulevasta palvelusta. Palveluprosessin aikana asiakkaan ja palveluntarjoajan välille syntyy vuorovaikutustilanteita. Nämä vuorovaikutustilanteet ovat äärimmäisen tärkeitä, sillä juuri niinä hetkinä palveluntarjoajan on mahdollista osoittaa oma osaamisensa asiakkaalle. Vuorovaikutustilanteissa tulee reagoida nopeasti asiakkaan tarpeisiin, jotta asiakkaalle tulee ilmi yrityksen osaamisen laatu. Jos tilanteeseen ei reagoida tarpeeksi nopeasti asiakas vois poistua tai pitää kokemusta epämiellyttävänä. (Komppula & Boxberg 2005, 42.)

Matkailutuotteen laatu voidaan jakaa eri osiin. Tekninen laatu eli lopputuloslaatu viittaa siihen mitä asiakas saa. Tekninen laatu sisältää palvelun tapahtumapaikkaan liittyvät tekijät. Vastaanoton palvelun toteutumiseen vaadittavia tekijöitä ovat esimerkiksi varausjärjestelmät, tietokoneet, pöydät ja tuolit. Teknisen laadun toteutumiseen vaaditaan toimivien koneiden ja laitteiden lisäksi myös toimivat tekniset ratkaisut, jotka edesauttavat palveluprosessin toteutumista. Teknisessä laadussa korostuu palvelutapahtuman tekninen toteuttaminen ja sitä kautta koko prosessin lopputulos. (Komppula & Boxberg 2005, 42.)

Toinen laadun ulottuvuus on toiminnallinen laatu, jolla mitataan sitä miten asiakas kokee palveluprosessin sen tapahtumahetkellä. Toiminnalliseen laatuun vaikuttavat sekä palveluhenkilöstön että asiakkaan ominaisuudet. Vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa palveluhenkilöstön ammattitaito ja yrityksen palveluilmapiiri sekä vuorovaikutus asiakkaan kanssa. Itse palvelutilanteen lisäksi

toiminnallinen laatu käsittää myös taustalla tapahtuvat prosessit, joita asiakas ei näe. (Komppula & Boxberg 2005, 43.)

Asiakaspalveluhenkilön täytyy olla monella tapaa ammattilainen. Hotellin vastaanotossa pelkkä asiakaspalvelu ei riitä, vaan ammattitaitoa vaaditaan useissa eri asioissa. Työntekijällä on oltava teknistä osaamista, eli laitteiden ja järjestelmien tuntemus ja käyttö on oltava hallussa. Lisäksi vaaditaan taitoa lukea asiakasta ja tunnistaa asiakkaan tarpeet, joihin tulisi reagoida oikein ja oikeaan aikaan. Vuorovaikutustaito on siis äärimmäisen tärkeä ominaisuus asiakaspalvelijalla. (Komppula & Boxberg 2005, 43.)

Majoituspalveluyrityksessä vieraanvaraisuus on yksi matkailutuotteen keskeisimmistä asioista ja asiakkaan ja henkilökunnan välinen vuorovaikutus tärkeää. Tällöin matkailutuotteen laatua voidaan tarkastella vuorovaikutuslaadun kautta. Asiakkaan ja asiakaspalvelijan välinen kohtaaminen ja siinä tapahtuvat hetket korostuvat. Vuorovaikutuslaatuun vaikuttavat henkilökunnan palveluhalut, jotka voivat vaihdella tilanteen ja mielialan mukaan. Asiakaspalvelijan henkilökohtaisilla ominaisuuksilla on suuri merkitys. Myös yrityksen tapa toimia vaikuttaa suuresti työntekijään ja sitä kautta palvelutilanteeseen. Jos yritys tukee ja kannustaan työntekijöitään oikein, vuorovaikutuslaatu paranee. (Komppula & Boxberg 2005, 43.)

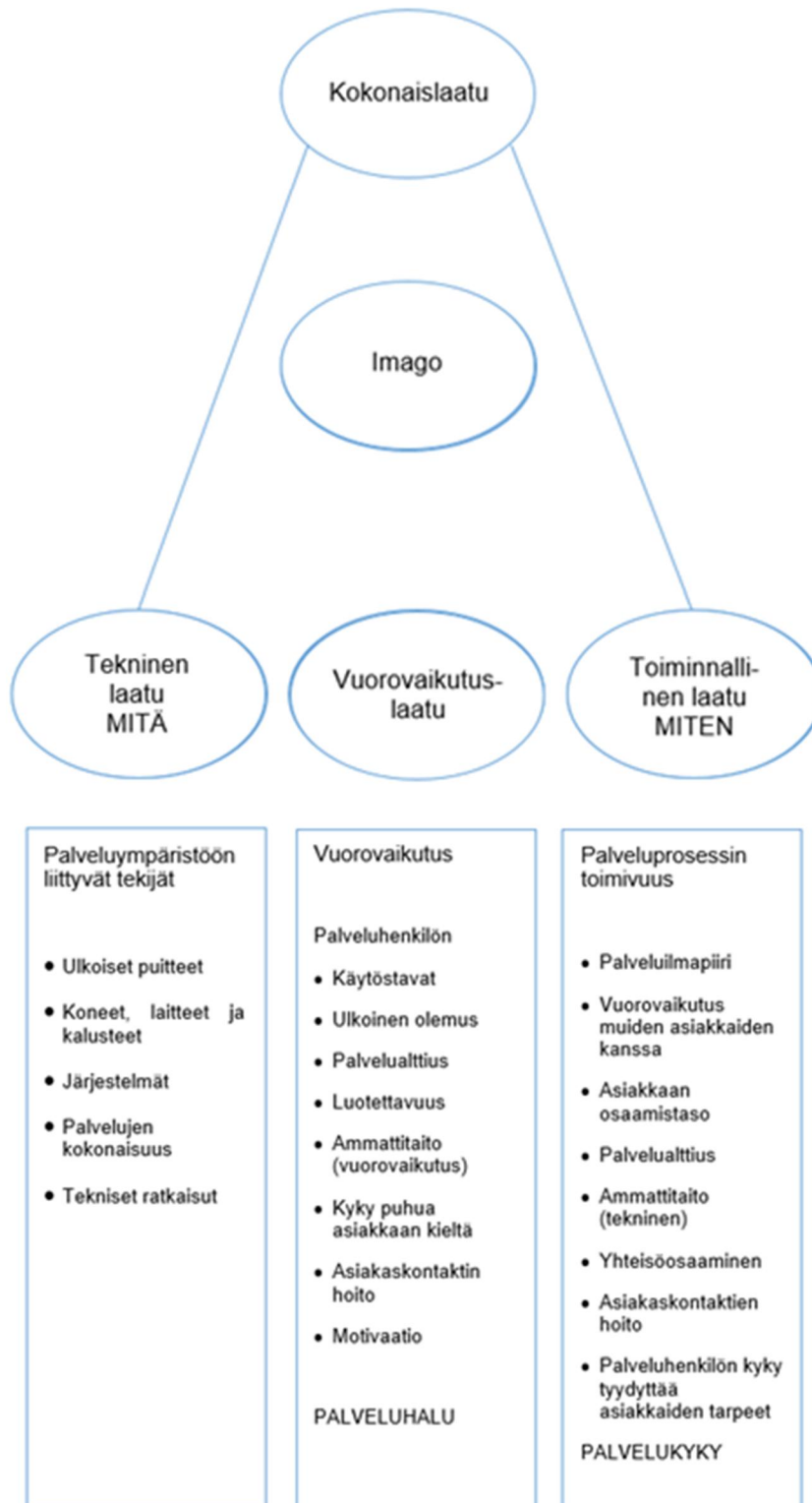
Asiakas vertaa palveluprosessissa kokemaansa omiin ennakko-odotuksiinsa, joita on muodostunut yrityksestä jo ennen palvelun käyttöä. Hyvässä tapauksessa kokemukset vastaavat asiakkaan odotuksia, jolloin asiakas on tyytyväinen. Huonommassa tapauksessa taas saatu kokemus ei vastaakaan ennakko-odotuksia, jolloin asiakas voi pettyä. Jos kokemus ylittää ennakko-odotukset, on asiakas ehdottomasti tyytyväinen, mutta samaan aikaan odotukset seuraavasta palvelukokemuksesta samassa yrityksessä kasvavat. Pelkkä asiakkaan tyytyväisyys ei riitä, vaan palvelukokemuksesta on löydettävä asiakkaalle myös jokin hyöty ja sitä kautta mieleenpainuva kokemus. Se, että asiakas olisi palvelukokemuksen jälkeen niin tyytyväinen, että suosittelisi samaa palvelua esimerkiksi ystävälleen, vaatii yritykseltä erityisen onnistumisen. (Komppula & Boxberg 2005, s.43-44.) Näin suurta onnistumista ei saavuteta

millään yhdellä tekijällä, vaan aidosti toimivalla kokonaisuudella. Kun kaikki yrityksen osat toimivat ja palveluprosessi on suunniteltu asiakkaalle parhaaksi mahdolliseksi, voidaan saavuttaa paras mahdollinen asiakastyytyväisyys.

Yrityksen imago, eli mielikuva yrityksestä, muodostuu markkinoilla, eikä se aina ole sellainen mitä yritys olisi halunnut. Yrityksen identiteetti kertoo sen, mitä yritys todella on, pitäen sisällään yrityksen perusarvot, tavoitteet ja strategiat. Yrityksen profiili taas on kuva, jonka yritys itsestään haluaa antaa esimerkiksi julkisivun ja nettisivujen kautta. Kaikella toiminnallaan yritys rakentaa omaa imagoaan. Yritys voi välittää tietynlaista kuvaa itsestään, mutta imago ei rakennu pelkästään sen perusteella. Asiakkaan mielessä imago muotoutuu persoonallisiksi mielikuviksi, joihin vaikuttavat asiakkaan omat tiedot ja tunteet. Yrityksen imago voikin olla eri ihmisille aivan erilainen. (Komppula & Boxberg 2005, 45.)

Yllämainittujen lisäksi yrityksen kokonaislaatuun vaikuttavat myös turvallisuus ja turvallisuuden tuntu. Turvallisuus on merkittävä tekijä, kun asiakas valitsee minkä yrityksen palvelua haluaa käyttää. Asiakkaalla tulisi olla tunne, että palvelu on turvallinen. Yritykselle turvallisuus merkitsee sitä, että kaikki riskit on otettu huomioon, jolloin ne pystytään minimoimaan. Turvallisuuteen ja sen kokemiseen vaikuttavat muun muassa asenteet, yrityksen imago, työntekijät ja asiakaskunta, olosuhteet sekä puitteet. Turvallisuus on tietenkin asiakkaiden lisäksi saatava myös työntekijöille. (Komppula & Boxberg 2005, 55.)

Oheisessa kuviossa on kuvattu palvelun kokonaislaatu. Se käsittää yrityksen imagon sekä teknisen-, toiminnallisen- ja vuorovaikutuslaadun. Kuvioista näkee myös mitä kaikkea nämä laadun eri osat pitävät sisällään.



Kuvio 2. Palvelun kokonaislaatu (Komppula & Boxberg 2005, 45).

Toinen tapa tutkia palvelun laatua on SERVQUAL-menetelmä. Tässä mallissa on kymmenen eri kohtaa, jotka kuvaavat asiakkaan palvelun kokemista. SERVQUAL-menetelmän avulla voidaan arvioida asiakkaan laadun kokemista ja sitä miten asiakas arvioi palvelun laatua. (Grönroos 2009, 114.) SERVQUAL-malli on helposti hyödynnettävissä yrityksen laadun arvioinnissa. Sitä voi käyttää ikään kuin tarkistuslistana. Listan avulla voidaan kohta kohdalta käydä läpi yrityksen osa-alueita ja tehdä parannuksia niihin.

SERVQUAL-mallin ensimmäinen kohta on luotettavuus, jossa painotetaan yrityksen johdonmukaisuutta ja täsmällisyyttä. Luotettavuutena nähdään myös se, että yritys onnistuu tekemään palvelun oikein heti ensimmäisellä kerralla. Toisena listalla on reagointialttius, eli työntekijöiden palveluvalmius ja –halukkuus. Palvelun tulisi tapahtua sujuvasti ja ajallaan. Kolmas kohta on pätevyys eli ammattitaito. Työntekijöillä tulisi olla hallussa kaikki tarvittavat tiedot ja taidot palvelun laadun takaamiseksi. Neljänneksi kohdaksi on listattu saavutettavuus. Yritykseen pitäisi olla mahdollisimman helppo saada yhteys esimerkiksi puhelimitse. Saavutettavuuteen liittyy myös yrityksen aukioloajat ja sijainti. Tärkeä viides kohta on kohteliaisuus, johon sisältyvät hyvät käytöstavat, kunniottava asenne sekä yleinen ystävällisyys. Myös työntekijän siisti ulkoinen olemus ja vaatetus antavat hyvän kohteliaan kuvan asiakkaalle. (Grönroos 2009, 114-115.)

Kuudes kohta eli viestintä painottuu asiakkaan kuuntelemiseen ja ymmärtämiseen. Työntekijän tulee puhua asiakkaalle kieltä, jota tämä ymmärtää ja pitää palvelutilanne selkeänä loppuun asti. Toimiva viestintä vakuuttaa asiakkaan siitä, että palvelu onnistuu ja mahdolliset ongelmat pystytään hoitamaan. Seitsemäntenä listalla on uskottavuus, joka voidaan ajatella myös yrityksen imagona. Uskottava yritys on luotettava ja rehellinen ja ajaa asiakkaan etua. Kahdeksanneksi tekijäksi listalle on merkitty turvallisuus, joka on ehdottoman tärkeää. Yrityksen tulee taata fyysinen- ja taloudellinen turvallisuus, sekä luottamuksellisuus. Asiakkaan ymmärtäminen ja tunteminen on listan yhdeksäs kohta. Toisin sanoen jokaista asiakasta tulee kohdella yksilönä. Mahdolliset

erityistoiveet tulisi huomioida. Viimeinen, mutta edelleen tärkeä kohta, on fyysinen ympäristö, joka käsittää kaikki yrityksen fyysiset puitteet. (Grönroos 2009, 114-115.)

Sekä kokonaislaatua että SERVQUAL-mallia on mahdollista hyödyntää yrityksen laatua tarkasteltaessa. Itse koen kokonaislaadun selkeämmäksi työkaluksi, mutta SERVQUAL-mallissa on tärkeitä tekijöitä, jotka voidaan helposti yhdistää kokonaislaatuun. Näin molempia malleja hyödyntäen on mahdollista saavuttaa onnistunut lopputulos.

#### 4.6 Service blueprint

Palveluprosessia voidaan lähestyä mekaanisesta näkökulmasta, jossa otetaan tarkasti huomioon kaikki yksityiskohtat. Ensimmäinen ja tärkein asia on palvelun käyttäjä, eli asiakas. Asiakasta pidetään yhä tärkeämpänä palveluita kehitettäessä. Asiakas on kuitenkin se, jota varten palvelu tehdään ja jonka tyytyväisyys määrittää palaako hän käyttämään samaa palvelua vai ei. Toinen huomioitava asia on näkyvyyden raja, eli mitä tapahtuu asiakkaan näkyvillä ja mitä taustaprosesseja asiakkaalle näkymättömissä. Palvelutilanne tapahtuu kasvoitusten asiakkaan kanssa, mutta jotta se toimii, on taustalla paljon etukäteistyötä ja prosesseja, joita asiakas ei koskaan näe. (Viladas 2011, 33-36.)

Vaikka palvelu ei säily, asiakkaalle jää tilanteesta muistijälki, joka vaikuttaa asiakkaan päätökseen käyttää samaa palvelua uudestaan tai olla käyttämättä sitä. Onnistunut palvelutilanne näyttää ja tuntuu helpolta ja yksinkertaiselta. Asiakas ei näe taustalla tapahtuneita ponnistuksia, joiden avulla toimiva palvelutilanne on saavutettu. Vain onnistunut lopputulos on tärkeää. (Lundberg & Töytäri 2010, 190.) Hotellihuoneeseen saapuessaan asiakas näkee sisustetun ja siivotun huoneen, mutta ei näe ennen saapumistaan tapahtunutta siivousta tai sängyn petausta.

Palvelujärjestelmän avulla voidaan kuvata palvelun toteutumiseen vaadittavat resurssit ja toiminnot. Palvelujärjestelmässä näkyvyysraja erottaa palvelun

osat asiakkaalle näkyviksi osiksi sekä taustaprosesseiksi, joita asiakas ei näe. Palvelujärjestelmän vuorovaikutteinen osa, eli asiakkaalle näkyvä osa, koostuu asiakasresursseista, kontaktiresursseista, järjestelmistä ja operatiivisista rutiineista sekä fyysisistä resursseista. Tukiosa, joka on asiakkaalle näkymättömissä, koostuu johtamistuesta, fyysisestä tuesta ja järjestelmätuesta. (Koivisto 2011, 46.) Palvelujärjestelmän kuvaamisessa voidaan käyttää työkaluna Service blueprint –mallia.

Asiakas osallistuu aktiivisesti palvelutapahtumaan ja vaikuttaa sen kulkuun. Niinpä asiakas voidaan nähdä yhtenä tuotantoresurssina. Sekä maksava asiakas, että palvelutapahtumassa muuten läsnä oleva asiakas ovat tuotantoresursseja. Asiakasresurssin osuus vaihtelee riippuen palvelusta. (Koivisto 2011, 47.) Hotellissa palvelu ei toteudu ilman asiakkaan fyysistä paikalla oloa, eli yöpymistä. Asiakas on siis tärkeä osa palvelua.

Asiakaspalveluhenkilökunta, joka on suorassa kontaktissa asiakkaan kanssa, on palvelujärjestelmän kontaktiresurssi. Hotellin vastaanoton työntekijän tulisi selvittää asiakkaan tarpeet ja toiveet kyselemällä, katselemalla ja reagoimalla. Vuorovaikutuksen asiakkaan kanssa ei kuitenkaan tarvitse tapahtua kasvotusten vastaanotossa, vaan se voi tapahtua esimerkiksi puhelimitse tai sähköpostin välityksellä. Palveluhenkilökunnan ulkoinen olemus, puhetapa ja käyttäytyminen vaikuttavat suuresti asiakkaan yrityksestä muodostamaan mielikuvaan. (Koivisto 2011, 47.)

Järjestelmillä ja operatiivisilla rutiineilla tarkoitetaan yrityksen hallinnollisia järjestelmiä ja työrutiineja. Esimerkiksi hotellihuoneen voi varata varausjärjestelmän kautta ja käytäntönä on, että vastaanotosta saa avaimen tai avainkoodin varaamaansa huoneeseen. Varausjärjestelmän sekä vastaanotossa asioinnin toimivuus ja helppous vaikuttavat merkittävästi sekä asiakkaan palvelukokemukseen että henkilökunnan työn sujuvuuteen. Palveluorganisaatioiden välillä voi olla suuriakin eroja siinä kuinka asiakaslähtöisesti käytössä olevat järjestelmät ja työrutiinit on suunniteltu. (Koivisto 2011, 47.) Dream Hostel & Hotellin vastaanotossa kaikki työtehtävät pyritään tekemään niin, että asiakkaalle näkyy vain helppo ja sujuva palvelutilanne.



Suurin osa palvelutapahtuman aikana ja sitä ennen tapahtuvista prosesseista eivät näy asiakkaalle. Tämä palvelun tukiosa on kuitenkin äärimmäisen tärkeä asiakkaan kanssa käydyn vuorovaikutuksen toimivuuden kannalta. Johtamistuki, eli esimiehiltä ja työnjohdosta saatu tuki vaikuttavat esimerkiksi henkilöstön palvelualltiuteen. Fyysinen tuki eli esimerkiksi hotellissa siivous on ehdottoman tärkeää. Järjestelmätukea ovat erilaiset tekniikkaan tehdyt investoinnit kuten tietojärjestelmät, rakennukset ja laitteet. Ilman kaikkea tätä taustalla olevaa ja tapahtuvaa itse palvelu ei olisi mahdollinen. (Koivisto 2011, 48-49.)

Service blueprint eli palvelukaavio on hyvä työkalu. Se on visuaalinen malli koko palvelusta kaikkine taustatoimineen. Service blueprint alkaa taustatoimista, joita tapahtuu jo ennen itse palvelua. Sen avulla voi helposti hahmottaa kuinka paljon ja mitä kaikkea palvelun toteutuminen oikeastaan vaatii. On hyvä käyttää apuna esimerkiksi eri värejä erottamaan asiakkaalle näkymättömät taustatoimet asiakkaalle näkyvästä palvelutapahtumasta. Service blueprint voi elää palvelumuotoilun mukana ja sitä voi muokata aina tarvittaessa. (Schneider & Stickdorn 2011, 204-205.)

Alla malli service blueprintistä, josta näkee pääpiirteittäin Dream Hostel & Hotellin vastaanotossa asiakkaalle näkyvän osan sekä taustalla tapahtuvat toimet. Service blueprint –mallissa tapahtumat etenevät aikajärjestyksessä vasemmalta oikealle. Pystysarakkeissa näkyvät asiat tapahtuvat saman aikaisesti. Todellisuudessa taustalla on vielä paljon enemmän toimia, jotka auttavat ja edistävät itse palvelutapahtumaa, mutta service blueprint havainnollistaa hyvin sekä asiakkaan että yrityksen näkökulmaa palvelusta. Service blueprint -kaaviota on mahdollista käyttää esimerkiksi uusien työntekijöiden tai työharjoittelijoiden perehdytyksessä. Kaaviosta näkee tiivistetysti yrityksen työtehtävät ja toimet palveluprosessin aikana.

Aikajana →	1	2	3	4	5	6
<b>Fyysiset puitteet</b>	Nettisivut, Sosiaalinen media	Nettisivut, varauskanavat, puhelin, sähköposti	Hostelliin/hotellin ympäristö, ulkosivu, opasteet	Vastaanotto, ravintola, baari	Hostelli/hotelli-huone, yleiset tilat, ravintola, sauna	Vastaanotto, hostelliin/hotellin ympäristö
<b>Asiakkaan toimet</b>	Majoituspaikkaan tutustuminen etukäteen	Yhteydenotto hostelliin/hotelliin, varauksen tekeminen	Saapuminen	Check-in, vastaanotossa asiointi	Yöpyminen, Aamiainen, Mahdollisesti illallinen ja saunominen	Poistuminen/Check-out, tarvittaessa matkatavaroiden jättäminen säilöön
<i>Vuorovaikutuksen raja</i>						
<b>Asiakaspalvelu/vastaanotto</b>	Asiakkaan kanssa asiointi ennen saapumista	Asiakkaan kanssa asiointi, varauksen vastaanottaminen	Asiakkaan ohjeistus ja vastaanottaminen	Check-in, asiakaspalvelu	Asiakkaan viihtyvyydestä huolehtiminen, lisäpalveluiden myynti	Check-out, asiakkaan viihtyvyyden varmistaminen ja lisämyynti
<i>Näkyvyyden raja</i>						
<b>Taustatoimet</b>	Nettisivujen ja varausjärjestelmien ylläpito ja päivitys	Varauksen tarkistaminen, mahdolliset lisätoimet	Siivous, Ovikoodien tekeminen	Lisäpalveluiden valmistaminen, esim aamiainen	Saunan lämmitys, ruoan valmistaminen	Matkatavaroiden säilytys
<i>Sisäisen vuorovaikutuksen raja</i>						
<b>Tuki-toimet</b>	Operatiiviset resurssit	Varausjärjestelmä	Siivousfirma	Keittiö	Keittiö	Matkatavara-huone

Kuvio 3. Service blueprint, Dream Hostel & Hotel vastaanotto (Schneider & Stickdorn 2011, 204-205).

#### 4.7 Palveluinnovaatio ja ideointi

Palveluinnovaatioiden avulla voidaan luoda prosesseja, jotka parantavat yrityksen toimintaa (Alpola, Taskinen & Salkari 2007, 41). Innovaatio on uusi idea, jota hyödyntämällä yritys voi parantaa kaupallista menestystään. Innovaatio voidaan nähdä myös muutoksen tunnistamisena ja hyödyntämisenä. Innovaation menestystä voi olla vaikea mitata. Menestys riippuu siitä, mita taanko jonkin tietyn osa-alueen menestystä vai koko yrityksen menestystä, ja millä aikavälillä mittaus tapahtuu. (Alpola, Taskinen & Salkari 2007, 22.)

Palveluliiketoiminta koostuu yrityksen ja asiakkaan välisistä prosesseista. Asiakas valitsee omien arvojensa ja mieltymystensä mukaisen yrityksen, jossa asioida. Yritys on siis mukana luomassa asiakkaan arvomaailmaa. (Alpola,

Taskinen & Salkari 2007, 41.) Palvelun toimivuuden parantamiseen ei aina tarvita suuria ja radikaaleja muutoksia. Pienillä muutoksilla voidaan saada aikaan paljon. Innovoinnin kautta voi löytyä pieniä kehitysideoita palveluun. Asiakkaiden tarpeiden mukaisia ominaisuuksia voidaan lisätä palveluprosessiin. Tällainen kehitys on yritykselle virkistävää ja usein kustannustehokastakin. (Alpola, Taskinen & Salkari 2007, 39.)

Tuoteinnovointi toteutetaan usein niin, että ensin asiakkaille annetaan mahdollisuus ideoida, jonka jälkeen itse tuotekehitys tehdään suljetulla tuotekehitysosastolla. Vasta kun tuote on jo lähestulkoon valmis, kysytään taas asiakkaan mielipidettä. Tässä vaiheessa tuotteelle tuskin enää pystytään tekemään suuria muutoksia, vaikka se ei asiakkaan mielestä olisikaan toimiva. Palveluiden innovointiin tällainen malli ei sovi. Palvelua tulisi lähestyä asiakkaan ja työntekijän välisenä prosessina, johon voidaan yhdessä löytää toimivin ratkaisu. Palvelun innovoinnin tulisi tapahtua yrityksen ja asiakkaan välisenä yhteistyönä. Lisäksi on tärkeää, että otetaan huomioon yrityksen kaikki eri osa-alueet työntekijöineen. Onnistunutta lopputulosta ei saavuteta vain pienen päättäjäröhmän kesken, vaan kaikkien pitäisi pystyä osallistumaan. (Alpola, Taskinen & Salkari 2007, 41.)

Palveluinnovaatioprosessin ja tuoteinnovaation tai tuotekehityksen suurin ero on asiakkaan rooli. Palveluinnovaatiossa asiakasta voidaan hyödyntää läpi koko prosessin. Palveluinnovaatioprosessissa keskeistä on strateginen ajattelu ja strategian tarkentaminen tai muuttaminen. Tuotekehityksessä itse uuden tuotteen valmistaminen halutaan yleensä tehdä salassa, etteivät kilpailijat saisi tietää tai ettei uusi tuote pilaisi nykyisen tuotteen myyntiä. Palveluinnovaatiossa ei ole näitä ongelmia. Uusi palvelu ei voi pilata vanhaa palvelua, koska palvelu tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Näin asiakasta voidaan hyödyntää kehitysvaiheessakin ja muutoksia on helpompi tehdä vielä pidemmälläkin prosessia. (Alpola, Taskinen & Salkari 2007, 170-172.) Lisäksi palvelua on tuotetta helpompaa muokata uudestaan ja uudestaan, kunnes paras lopputulos saavutetaan.

Asiakkaan kuunteleminen on äärimmäisen tärkeää. Asiakas ei välttämättä osaa itse ehdottaa, mikä olisi oikea ratkaisu, mutta asiakas osaa kertoa mikä on ongelma tai mikä ei toimi. Kun ongelma löydetään, voidaan kehittää siihen ratkaisu. Ongelmanratkaisussa täytyy ottaa huomioon millainen yritys ja millainen asiakaskunta ovat kyseessä. (Alpola, Taskinen & Salkari 2007, 136.)

Ideoinnille kannattaa asettaa tavoitteet. Ei ole hyödyllistä yrittää vain umpimähkään etsiä, että miten kannattaisi uudistua tai mitä voitaisiin kehittää. Innovointi täytyy kohdistaa niihin osa-alueisiin, missä sitä tarvitaan. Kun ideat kohdistetaan oikeisiin asioihin, ne etenevät sujuvammin. Yrityksellä täytyy olla tiedossa millaista innovointia haetaan, riittävätkö pienet uudistukset, vai tarvitaanko suurempia muutoksia. Ideoinnin ja innovaation tarpeen näkee useimmiten asiakkaista ja asiakastarpeista. Yritys ei saa ideoidessa unohtaa omaa ydinosaa, vaan innovaation tulisi toteutua ydinosaa pohjalta. (Alpola, Taskinen & Salkari 2007, 139.) Dream Hostel & Hotel on suuren muutoksen äärellä, kun palveluita laajennetaan ja vastaanotto siirretään uuteen rakennukseen. Itse palvelu ei kuitenkaan kaipaa suuria muutoksia. Palveluprosessi on vain saatava toimimaan hyvin uusissa puitteissa, ja tässä innovointia ja ideointia voidaan käyttää apuna.

Ideointiin kannattaa lähteä liikkeelle mieli virkeänä. Ei kannata tyytyä ensimmäiseen ihan hyvältä tuntuvaan ideaan. Monet ideointitekniikat perustuvat siihen, että yritetään saada aikaan mahdollisimman paljon erilaisia ideoita. Suuresta määrästä ideoita on sitten helpompaa ruveta karsimaan turhia ideoita pois. Samalla toimivalta tuntuvia ideoita voidaan kehittää eteenpäin. Ideointia on mahdollista toteuttaa laajentamalla ajattelua ja luomalla uusia mielikuvia. Hyviä ideoita voi syntyä esimerkiksi ajatteleamalla vastakohtaisia ratkaisuja ja kyseenalaistamalla perusajattelutapaa. Vanhojen oletusten kyseenalaistamisesta voi syntyä suuria innovaatioita. (Alpola, Taskinen & Salkari 2007, 140.)

Ideoiden kehittäminen on tärkeä osa innovaatioprosessia. Ei pidä tyytyä vaan kasaan erilaisia ideoita. On tärkeää poimia joukosta ne ideat, joissa on potentiaalia ja muokata ne oikeasti käyttökelpoisiksi. Tämä vaihe tulisi tehdä työyh-

teisön kesken, jolloin ideat voidaan yhdessä jalostaa palvelutoimintaan sopiviksi. Ideoiden jatkokehittäminen on haasteellinen vaihe, mutta usein juuri se määrittää, tullaanko idea tyrmäämään testivaiheessa vai toimiiko se. Yleensä tämä vaihe erottaa innovatiiviset organisaatiot vähemmän innovatiivisista. Ideoita voi kuka vaan, mutta innovatiivinen, osaava ja näkemyksiä omaava yritys saa idean toimimaan käytännössä. (Alpola, Taskinen & Salkari 2007, 148.)

Ideoiden kehittämisessä on tärkeää muistaa niiden kriittinen tarkastelu. Onko idea asiakkaan tarpeisiin ja yrityksen strategiaan sopiva? Entä onko idea oikeasti toteutettavissa, löytyykö yritykseltä tarvittavat resurssit siihen? Tällaiset asiat on hyvä selvittää hyvissä ajoin. Visuaalisia suunnitelmia ja mahdollisia kokeiluja kannattaa hyödyntää. Tämän jälkeen ideat voidaan vielä arvioida uudestaan ja niihin voidaan tehdä muutoksia. (Alpola, Taskinen & Salkari 2007, 149.) Tulen hyödyntämään ideointia opinnäytetyössäni saatuani kerättyä asiakkaiden ja työntekijöiden mielipiteet uudesta vastaanotosta. Tulosten perusteella on mahdollista ideoida erilaisia muutoksia ja kehitystä palveluprosessiin.

## 5 TUTKIMUSMENETELMÄT

### 5.1 Laadullinen tutkimus

Toteuttamani tutkimus on laadullinen. En siis tule käyttämään tutkimuksessa tilastollisia tai määrällisiä menetelmiä. Lukujen sijasta asiat ilmaistaan sanoin ja lausein. Kvalitatiivisen tutkimuksen tavoitteena on ilmiön syvällinen ymmärtäminen ja sitä kautta tulkinnan antaminen. Laadullinen tutkimus ja aineiston analysointi on moniosainen prosessi, joka etenee vähitellen työn edetessä. Aineistoa kerätään niin paljon, että haluttuun lopputulokseen päästään. (Kananen 2017, 35.)

Laadullinen tutkimus on kokonaisuus, jossa yhdistyvät teoreettinen viitekehys, aineiston keruu ja lopuksi analyysi. Laadullisen tutkimuksen tulisi luoda ymmärrystä. Haastattelijan tulisi ymmärtää haastateltavaa ja myös tutkijan tai

haastattelijan tuottama analyysi tulisi olla lukijalle helposti ymmärrettävissä. Haasteena onkin se, miten haastatteluista saaduista aineistoista saadaan oleellinen irti ja miten lukija saadaan ymmärtämään se, mitä tutkija haluaa tuoda ilmi. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 68-69.)

Laadullinen tutkimus on monella tapaa haastavampi kuin määrällinen tutkimus. Kun määrällisessä tutkimuksessa tulokset voidaan saada vain saaduista numeroista, laadullisessa tutkimuksessa kaikki tulokset täytyy raportoida ja perustella. Laadullinen tutkimus ei tarkoita sitä, että tutkimus automaattisesti olisi laadukasta. Tutkijan täytyy tehdä laadukas tutkimussuunnitelma ja tutkimusasetelma. Aineiston keruu ja raportointi tulee hoitaa hyvin. Lopullisen analyysin ja raportoinnin tulee olla perusteltua ja luotettavaa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 127.)

Laadulliseen tutkimukseen kuuluu myös se, että huomio on tutkittavien näkökulmassa ja näkemyksissä. Tämä toteutuu opinnäytetyössäni, sillä palvelumuotoilussa hyödynnetään nimenomaan asiakkaan näkökulmaa. Laadullisen tutkimuksen toteutus tapahtuu aidossa ympäristössä asianomaisia haastatellen. Tulen haastattelemaan Dream Hostel & Hotellin vastaanoton asiakkaita sekä työntekijöitä yrityksen tiloissa kasvotusten. Kaikessa tavoitteena on kokonaisvaltainen ymmärrys, jonka avulla palvelumuotoilu voidaan toteuttaa. (Kananen 2017, 34.)

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta ja puolueettomuutta on syytä pohtia. Pyrkiikö tutkija todella ymmärtämään haastateltavia vai suodattuvatko haastateltavien kertomukset tutkijan näkemyksen läpi? Tutkijan ikä, sukupuoli, poliittinen asenne ja moni muu tekijä väkisinkin vaikuttavat tutkimustulokseen, sillä tutkija on itse luonut tutkimusasetelman ja tekee omat tulkintansa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 136.) Nämä tekijät huomioon ottaen pyrin tekemään tutkimusta mahdollisimman puolueettomasti ja keskittymään nimenomaan siihen, mitä sanottavaa haastateltavilla on.

## 5.2 Teemahaastattelu

Palvelumuotoilun avulla toteutettavassa vastaanoton käyttöönotossa on erittäin tärkeää ottaa huomioon vastaanotossa asioivat ihmiset. Asiakkaat osallistuvat prosessiin vastaamalla haastatteluun ja kertomalla näkemyksensä vastaanoton toimivuudesta. Vastausten perusteella palveluprosessia voidaan sitten muokata toimivammaksi. Yrityksen työntekijöillä on selkeä näkemys vastaanoton hyvistä ja huonoista puolista. Myös heidän näkemyksensä on siis otettava huomioon moitteettoman lopputuloksen saavuttamiseksi. Uskon, että työntekijöiden näkemyksen perusteella voidaan hyvin pitkälti nähdä mitä vanhasta vastaanotosta kannattaa siirtää uuteen vastaanottoon ja mitä kannattaa jättää pois.

Toteutan asiakkaiden haastattelun teemahaastatteluna. Haastattelut tulevat olemaan yksilöhaastatteluita. Olen laatinut teemat, joiden mukaan haastattelu etenee, mutta täysin tarkkoja kysymyksiä ei ole. Haastattelun on tarkoitus olla keskustelunomainen rento tilanne, jossa asiakkaat pääsevät vapaasti kertomaan tuntemuksiaan vastaanotossa asioinnista ja palvelun toimivuudesta. Palvelumuotoilussa lopputulos halutaan saada asiakkaalle parhaaksi mahdolliseksi. Teemahaastattelu on hyvä työkalu palvelumuotoilussa, koska siinä asiakas pääsee oikeasti ilmaisemaan omia ajatuksiaan. Saatujen vastausten perusteella on tarvittaessa mahdollista tehdä konkreettisia muutoksia. (Kananen 2017, 90.)

Haastattelun etu on tilanteen joustavuus. Haastattelija voi tarvittaessa toistaa kysymyksen tai esittää tarkentavan kysymyksen, oikaista mahdollisen väärinkäsityksen ja keskustella haastateltavan kanssa. Jos kyseessä olisi lomakkeella tehtävä kysely, ei tällaisia mahdollisuuksia olisi. Kasvotusten tehtävässä haastattelussa hienoa on myös se, että kysymykset voidaan esittää siinä järjestyksessä, jonka tutkija kokee aiheelliseksi. Laadullisen tutkimuksen haastattelussa ei ole olemassa oikeita tai vääriä vastauksia, sillä tarkoitus on vain saada mahdollisimman paljon tietoa halutusta aiheesta. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73.)

Teemahaastattelu on avoin haastattelu. Haastattelua varten on etukäteen valittu tietyt keskeiset teemat, joiden mukaan edetään. Teemojen lisäksi voidaan esittää tarkentavia kysymyksiä. Teemahaastatteluissa ihmisten tulkinnat asioista korostuvat. Haastateltavat pääsevät antamaan asioille merkityksen ja kertomaan miten merkitykset syntyvät vuorovaikutuksessa. Teemahaastattelun voi toteuttaa eri tavoilla. Jokaiselle haastateltavalle ei välttämättä esitetä jokaista kysymystä ja teemoja voidaan mahdollisesti käsitellä eri järjestyksessä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75.) Omissa haastatteluissani haluan käsitellä kaikki samat teemat jokaisen haastateltavan kanssa, mutta teemoja ei tarvitse aina käsitellä samassa järjestyksessä, vaan niissä voidaan edetä luontevasti sen mukaan miten keskustelu etenee.

On oleellista, että teemahaastattelussakaan ei voi kysellä mitä tahansa. Tarkoitus on kuitenkin löytää merkityksellisiä vastauksia tutkimuksen tarkoituksen ja tutkimustehtävän mukaisesti. Etukäteen laaditut teemat on hyvä viitekehys, jossa tulee pysyä koko haastattelun ajan. Haastattelijan tehtävä on ohjata haastateltava takaisin teemojen pariin, jos vastaukset lähtevät leviämään ohi aiheen. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75.)

Myös työntekijöiden haastattelu tulee olemaan teemahaastattelu. Tätä varten olen laatinut hieman eri teemat, kuin asiakashaastatteluihin. Toteutan työntekijöiden haastattelut yksilöhaastatteluina. Työntekijöitä haastatellessa täytyy ottaa huomioon heidän työnkuvansa ja uuden vastaanoton myötä tulleet muutokset. Työntekijöiden suhtautuminen muutokseen voi olla kiinni monesta asiasta. On tärkeää yrittää löytää neutraali näkökulma.

### 5.3 Sisällönanalyysi

Laadullisen tutkimuksen yleinen analysointimenetelmä on sisällönanalyysi. Sen avulla on mahdollista tehdä erilaisia tutkimuksia. Sisällönanalyysi on kirjoitettujen, kuultujen ja nähtyjen materiaalien analysointia. Analyysissä täytyy muistaa pysyä tutkimusongelman ja tutkimustehtävän asettamissa rajoissa.

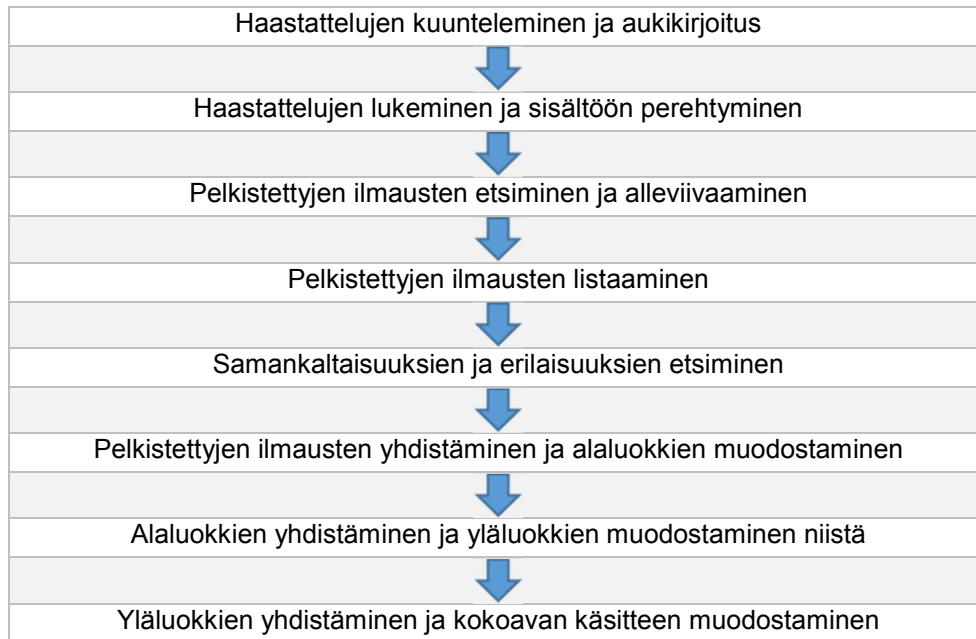


Kerätystä aineistosta voi löytyä paljon muutakin mielenkiintoista, mutta tarkoitus on tutkia ennalta rajattua aihetta. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 91-92.)

Laadullista analyysia tehdessä kannattaa edetä tietyssä järjestyksessä. Aluksi saatu aineisto, eli omassa opinnäytetyössäni äänitetyt haastattelut, litteroidaan, eli kirjoitetaan auki. Saatua materiaalia on sitten helpompi tarkastella ja jäsenellä. Sitten päätetään, mikä aineistossa kiinnostaa tai mitä tietoa haetaan, eli rajataan tutkimus. Opinnäytetyössä tutkimuksen rajaus on jo tapahtunut tutkimustehtävän määrittämisen kautta. Tämän jälkeen aineisto käydään huolellisesti läpi ja sieltä poimitaan rajauksen sisällä olevat asiat. Muu aineisto on tutkimuksen kannalta turhaa. Jäljelle jäänyt hyödynnettävä materiaali voidaan pilkkoa ja ryhmitellä erilaisten aihepiirien mukaan, jotta sitä on helpompi tutkia ja tulkita. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 92-93.)

Aion toteuttaa aineistolähtöisen sisällönanalyysin, jossa pyrin koostamaan tutkimusaineistosta teoreettisemmän kokonaisuuden. Litteroiduista haastattelumateriaaleista pöimän tutkimustehtävän mukaisen aineiston. On tärkeää tarkastella materiaalia mahdollisimman neutraalisti, mutta tiedostaa myös, että tutkijan asettama tutkimustehtävä ja menetelmät vaikuttavat tulokseen. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 95-96.)

Aineistolähtöinen sisällönanalyysi voidaan jakaa kolmeen osaan, aineiston pelkistämiseen ja ryhmittelyyn sekä teoreettisten käsitteiden luomiseen. Aineiston pelkistämällä tarkoitetaan sitä, että litteroidusta materiaalista karsitaan pois kaikki tutkimuksen kannalta tarpeeton. Samalla materiaalista etsitään tutkimuskysymyksiin vastaavia ilmaisuja ja ne merkitään esimerkiksi alleviivaamalla. Aineiston ryhmittelyssä alleviivatuista ilmauksista etsitään samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia. Samaa asiaa tarkoittavista ilmaisuista muodostetaan luokkia. Luokat nimetään sisältöä kuvaavilla käsitteillä. Lopuksi kaikki muodostetut luokat käydään läpi ja tarvittaessa niitäkin voi vielä yhdistellä. Alkuperäisistä ilmaisuista edetään teoreettisiin käsitteisiin ja lopulta johdopäätöksiin. Ohessa kuvio, jossa kuvataan vaihe vaiheelta aineistolähtöisen sisällönanalyysin eteneminen. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 110-111.)



Kuvio 3. Aineistolähtöisen sisällönanalyysin eteneminen (Tuomi & Sarajärvi 2009, 109).

Aineistolähtöinen sisällönanalyysi antaa vastauksen tutkimustehtävään yhdistelemällä ja tulkitsemalla käsitteitä. Päättelyn ja tulkinnan avulla edetään empiirisestä aineistosta käsitteellisempään näkemykseen tutkittavasta ilmiöstä. Luokittelun ja päättelyn pohjalta muodostetut käsitteet ja sisällöt kuvaavat tutkimuksen tulokset. Tutkijan täytyy pyrkiä ymmärtämään tutkittavia heidän omasta näkökulmastaan analyysia ja johtopäätöksiä tehdessä. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 112-113.)

Päädyin aineistolähtöiseen sisällönanalyysiin kerättyäni haastattelumateriaalit. Tämä analysointimenetelmä sopii työhöni, koska sain kerättyä hyvää haastattelumateriaalia, jota on helppo lähteä työstämään tällä menetelmällä. Ennen haastatteluja päätin tehdä joko aineistolähtöisen- tai teoriaohjaavan analyysin. Litteroituani haastattelumateriaalit aineistolähtöinen sisällönanalyysi tuntui heti loogiselta vaihtoehdolta.

## 6 UUSI VASTAANOTTO

Uusi vastaanotto on uuden yrityksen Tullin Saunan yhteydessä. Tilassa on ravintola ja baaritiski, jonka yhteydessä vastaanotto on. Vastaanotto ja baaritiski sijaitsevat aivan tilan perällä. Asiakkaan on siis sisään tullessaan käveltävä ravintolan läpi perälle asti suorittamaan sisäänkirjautuminen. Vanhaan vastaanottoon verrattuna voisi sanoa, että uusi vastaanotto ei ole yhtä helposti saavutettavissa. Lisäksi tilaa on reilusti vähemmän. Uudesta vastaanotosta on haluttu karsia kaikki ylimääräinen pois ja jättää käyttöön vain välttämättömät asiat. Vanhaan vastaanottoon oli vuosien varrella kertynyt paljon turhaa ja tarpeetonta tavaraa. Uusi vastaanotto on kompaktimpi ja uudenlainen konsepti.

### 6.1 Asiakashaastattelut

Asiakashaastatteluita läpikäydessä, luokitellessa ja jäsennellessä esiin nousi samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia. Asiat jotka useasti korostuivat asiakkaiden vastauksissa, olivat hyvä ja toimiva asiakaspalvelu sekä hyvä ensivaikutelma uuden vastaanoton tilasta ja sen ympäristöstä. Myös uusia lisäpalveluita pidettiin erittäin positiivisena lisänä. Haastatteluissa tuli esiin muutaman kerran myös vaikeus löytää vastaanottoon, mutta silti välimatka huoneiden ja vastaanoton välillä ei tuntunut vaivaavan asiakkaita. Eroavaisuutta muihin vastauksiin toi mielipide siitä, että vastaanoton tulisi ehdottomasti sijaita vanhalla paikallaan samassa rakennuksessa huoneiden kanssa.

Haastateltaviksi sain 17-vuotiaan Thaimaalaisen pojan, 37-vuotiaan Norjalaisen naisen, kaksi suomalaista miestä, toinen 33-vuotias ja toinen 36-vuotias, Iranista kotoisin olevan 30-vuotiaan miehen sekä 55 vuotta vanhan alunperin USA:sta kotoisin ja nykyään Saksassa asuvan miehen. Olin tyytyväinen, että sain haastateltavaksi eri maista kotoisin olevia ihmisiä, jotka olivat eri syistä yöpymässä Dream Hostel & Hotellissa. Olisin mielelläni haastatellut myös enemmän naisia, sillä nyt haastateltaviksi valikoitui vain yksi nainen. Dream Hostel & Hotellissa oli kuitenkin melko vähän asiakkaita päivinä, jolloin minun

oli mahdollista suorittaa haastattelut. Tästä syystä minulla ei ollut juurikaan valinnanvaraa haastateltavia haettaessa.

Asia, joka yhdisti kaikkia haastateltavia, oli tyytyväisyys asiakaspalveluun. Vaikka haastatteluissa sainkin myös rakentavaa palautetta, ei asiakaspalvelussa tuntunut olevan mitään moitittavaa. Thaimaalainen 17-vuotias poika oli Tampereella vanhempiansa kanssa, jotka olivat osallistumassa kaupungissa järjestettävään konferenssiin. Ymmärsin pojan puheista, että perhe on matkustanut enemmänkin. Pojan mukaan asiakaspalvelu oli sujuvaa, ystävällistä ja vastaanotossa joutui odottamaan huomattavasti vähemmän aikaa kuin minhin hän oli tottunut. Suomalainen 36-vuotias työmatkalla ollut mies oli sitä mieltä, että Suomessa ei aina saa hyvää palvelua, mutta oli varsin tyytyväinen juuri saamaansa palveluun vastaanotossa. Amerikkalainen 55-vuotias mies puolestaan kehui palvelua uskomattoman hyväksi. Muillakaan haastatelluilla ei ollut lainkaan negatiivista sanottavaa itse asiakaspalvelusta.

Muutamalle ulkomaalaiselle haastateltavalle siisteys oli erityisen tärkeä tekijä palvelun laadun kannalta. Sekä Thaimaalainen poika että Iranista kotoisin oleva mies painottivat siisteyttä ja sen tärkeyttä. He olivat selkeästi tyytyväisiä siihen, että vastaanotto, huoneet ja muut yleiset tilat olivat puhtaita ja siistejä. Olen aiemmin vastaanotossa työskennellessäni kuullut samaa muiltakin. Suomalaiset pitävät siisteyttä usein itsestäänselvyytenä. Monille muille se ei ole sitä ja silloin sitä osataan todella arvostaa.

Uusi vastaanotto on rakennettu saunan ja ravintolan yhteyteen ja se sijaitsee tien toisella puolella eri rakennuksessa kuin itse hostelli- ja hotellihuoneet. Tämä on selvästi normaalista poikkeava ratkaisu ja aiheuttaa luonnollisesti haasteita. Olin kuitenkin yllättynyt, kuinka vähän sain negatiivista palautetta tätä koskien. Lähes kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että vastaanotto toisessa rakennuksessa ei ole ongelma. Toimivalla asiakaspalvelulla tuntui olevan suuri vaikutus tähän. Kun asiakaspalvelu oli moitteetonta, ei pieni kävely matka tien toiselle puolelle tuntunut haittaavan.

Iranista kotoisin oleva ja tälle hetkellä Tanskassa opiskeleva mies oli sitä mieltä, että vastaanoton tulisi ehdottomasti olla samassa rakennuksessa hostelli- ja hotellihuoneiden kanssa. Hänellä oli saapuessaan vaikeuksia löytää uuteen vastaanottoon. Dream Hostel & Hotellin pääsisäänkäynnin yhteydessä on kyltti, jossa selkeästi näkyy yrityksen nimi. Mies löysi tuolle kyseiselle ovelle. Tien toisella puolella kadun kulmassa olevaa, toistaiseksi huonommin merkittyä, Tullin Saunan ovea hän ei löytänytkaan helposti. Hostellin oveen oli laitettu sekä sanallinen ohjeistus että kartta, joiden avulla asiakkaiden oli mahdollista löytää vastaanottoon. Mies ei ollut ohjeistusta huomannut tai ymmärtänyt ja siitä syystä etsi uutta vastaanottoa pitkään. Tullin Saunan ulko-oven yhteydessä oli maassa kyltti, mutta sitä ei välttämättä huomaa heti. Lisäksi Tullin Saunan logo on aivan erilainen verrattuna Dream Hostel & Hotellin logoon. Sisäänkäynti tehdään toki näkyvämmäksi, eikä kyltti jää vain maan tasolle, mutta sisäänkäynnistä pitäisi saada jollain tapaa myös yhtenäinen itse majoituspuolen kanssa. Uskon, että silloin se olisi helpompi löytää ja siellä sisäänkirjautuminen tuntuisi loogisemmalta.

Myöskään USA:sta kotoisin olevalle miehelle vastaanoton löytäminen ei ollut täysin selkeää. Hän tiesi sähköpostilla saamansa varausvahvistuksen perusteella, että sisäänkirjautuminen tapahtuu vastapäätä rakennusta, jossa huoneet sijaitsevat. Mies saapui täysin oikeaan paikkaan Tullin Saunan sisäänkäynnille, mutta näki pidemmällä kadulla Dream Hostel & Hotellin kyltin ja ajatteli, että hänellä on väärä osoite ja vastaanottoon pääsee varmasti tuon kyltin luona olevasta ovesta. Toisin kävi ja hän palasi takaisin Tullin Saunalle. Vielä sisään tullessaankin mies epäili onko oikeassa paikassa. Vastaanoton työntekijä tuli kuitenkin heti häntä vastaan tervehtien ja näin mies ymmärsi saapuneensa oikeaan paikkaan. Lopulta hän oli niin tyytyväinen saamaansa palveluun, ettei kokenut vastaanoton etsimistä tai eri rakennuksesta toiseen liikkumista lainkaan ongelmana. Hän kuitenkin kaipasi selkeyttä vastaanottoon, joka sijaitsee aivan ravintolan perällä. Sisään tullessa ei tiennyt, onko oikeasti löytänyt vastaanottoon vai johonkin aivan erilliseen ravintolaan.

Yöpymismahdollisuuden lisäksi tulleet uudet palvelut eli sauna, baari ja ravintola koettiin hyvänä lisänä. Haastateltavat pitivät näitä palveluita hyvinä ja osa

heistä olikin niitä jo hyödyntänyt ja osa aikoi hyödyntää vierailunsa aikana. Yleisvaikutelma ravintolasta ja sen ympäristöstä oli positiivinen. Tila kuvailtiin miellyttävänä, siistinä ja ilmapiiriä hyvänä. Thaimaalainen poika mainitsi myös saunasta tulevan puun tuoksun, jota itsekin tilassa ihailin. Suomalainen työmatkalla ollut mies kyllä pohti, että olisi kiva jos voisi kävellä huoneestaan pyyhe päällä suoraan saunaan. Nyt se ei ole mahdollista, kun sauna on eri rakennuksessa.

Ensivaikutelma itse tilasta tuntui olevan kaikkien haastateltavien mielestä positiivinen. Ravintolan ulkoasua keuhuttiin miellyttäväksi, hienoksi ja nuorekkaaksi. Suomalainen työmatkailainen piti ravintolaa maalaismaisena, mutta positiivisessa mielessä. Myös ravintolan asiakaskuntaan kiinnitettiin huomiota ja sitäkin pidettiin hyvänä. Yleisvaikutelma oli miellyttävä ja viihtyisä. Negatiivinen puoli oli jonkinlainen sekavuus. Vastaanotto ei ole heti ensimmäisenä esillä tilaan saavuttaessa ja sitä voi joutua etsimään hetken.

Kolme haastateltua oli ehtinyt asioimaan vastaanotossa vasta kerran ja heidän mielipiteensä perustuivatkin vahvasti pelkkään ensivaikutelmaan. Muut kolme vastaanotossa tai ravintolassa enemmän kuin kerran asioineet pystyivät muodostamaan mielipiteensä hieman laajemman kokemuksen perusteella. Se, että välimatka vastaanottoon ei tuntunut haittaavan asiakkaita voi osittain joutua siitä, että siellä ei ole joutunut käymään montaa kertaa. Vain kerran siellä asioineet olivat tyytyväisiä saamaansa palveluun. Ja hostellissa/hotellissa jatkavat tai lähtevät asiakkaat taas eivät yöpymisensä aikana joutuneet siirtymään vastaanottoon minkään epäselvyyden vuoksi. Jos asiakkaille olisi herännyt kysymyksiä tai jokin hostellissa/hotellissa ei olisi toiminut, vastaanottoon käveleminen vastausten saamiseksi olisi varmasti tuntunut työläämmältä.

Kun eri rakennukseen liikutaan aamiaiselle, ravintolan asiakkaaksi tai saunaan, ei välimatka haittaa. Mutta mitä jos vastaanottoon joutuu lähtemään jonkin negatiivisen asian vuoksi. Esimerkiksi, jos huone olisi jäänyt vahingossa siivoamatta. Mihin asiakas silloin jättää tavaransa, kun joutuu siirtymään takaisin vastaanottoon? Vai joutuuko hän kantamaan niitä edestakaisin, jos ei halua jättää niitä valvomatta? Ja vastaanotosta on sitten taas siirryttävä takaisin tien

toiselle puolelle. Vastaanoton helppo saavutettavuus on ehdottoman tärkeää asiakkaille. Siksi esimerkiksi ilmainen puhelin hostellin/hotellin puolella voisi olla hyvä ratkaisu. Aiemmin tällaista ratkaisua ei ole tarvittu, sillä vastaanotto on sijainnut keskeisellä paikalla aivan huoneiden läheisyydessä.

Tärkeät kehitysehdotukset, mitä sain asiakkailta, liittyivät selkeyteen ja yhtenäisyyteen. Sain palautetta yrityksen nettisivuista, mistä ei vielä löytynyt kuvaa uudesta vastaanotosta. Vanha vastaanotto on aivan erinäköinen ja jos asiakas ulkonäön perusteella yrittää etsiä vastaanottoa, ei uutta vastaanottoa osaa yhdistää nettisivuilta löytyneeseen kuvaan. Osalle asiakkaista ei myöskään ollut selvää, mihin he saapuivat astuessaan sisään Tullin Saunan ovista. Onko kyseessä täysin erillinen ravintola vai onko täällä todella vastaanotto? Yhtenäisyyden löytäminen on ehdottoman tärkeä kehityskohde.

Vaikka saamani palaute oli suurilta osin positiivista, kehitettävää löytyy vielä. Toimiva asiakaspalvelu nousi parhaaksi tekijäksi. Pelkästään loistavalla palvelulla ei vielä saavuteta parasta mahdollista asiakastyytyväisyyttä. Jollekin asiakkaalle pelkkä hyvä palvelu tai siisteys voi olla se tekijä, joka tekee tyytyväiseksi. Uskon kuitenkin, että kokonaisuus on se mikä ratkaisee. Kaikkien osa-alueiden täytyy toimia, jotta voidaan saavuttaa paras mahdollinen asiakastyytyväisyys. Yhtenäisyys on tärkeä tekijä. Dream Hostel & Hotellin tilat sekä Tullin Sauna kuuluvat yöpyville asiakkaille samaan pakettiin. Se ei tunnu olevan vielä täysin selvää kaikille.

Yhtenäisyyttä Tullin Saunan ja Dream Hostel & Hotellin välille pitäisi saada sekä nettisivujen, että ulkoasun kautta. Nyt kummallakin on omat erilliset nettisivunsa, eikä huonetta varaavalle asiakkaalle ensi-silmäyksellä selviä uudet lisäpalvelut ja vastaanoton uusi sijainti. Näistä tietenkin kerrotaan varausvahvistuksessa. Jollekin asiakkaalle nämä tekijät voivat olla ratkaisevia majoitusta valittaessa ja siksi kaikki tiedot olisi hyvä saada jo ennen varauksen tekoa. Dream Hostel & Hotellin nettisivuille on tarkoitus päivittää uudet tiedot ja se tulisi tehdä mahdollisimman pian. Myös ulkoasut ja logot ovat hyvin erilaiset. Mielestäni Tullin Saunan sisäänkäynnille olisi hyvä oman logon lisäksi lisätä

Dream Hostel & Hotellin logo. Tämä selkiyttäisi asiakkaille sitä, että vastaanotto sijaitsee tien toisella puolella eri rakennuksessa.

Kaikki yhtenäisyyden lisääminen ja sen korostaminen vähentäisi joillekin asiakkaille muodostunutta sekavuuden tunnetta. Yöpyville asiakkaille täytyy saada selväksi, että kyseessä ei ole kaksi täysin erillistä yritystä, vaan ne toimivat yhdessä. Yhtenäistämällä ja selkeyttämällä yöpyjille voidaan saada ajatus siitä, että Tullin Saunan palvelut ovat samaan pakettiin kuuluvia helposti saavutettavia lisäpalveluita. Tietenkin Tullin Saunalle voi tulla asiakkaaksi kuka vaan, mutta hostellin ja hotellin asiakkaille sen tulisi tuntua yhdeltä osalta yöpymiskokemusta, eikä täysin erilliseltä yritykseltä.

## 6.2 Työntekijöiden haastattelut

Työntekijöiden haastatteluista saaduista materiaaleista löytyy luokittelun ja läpikäymisen avulla tärkeitä huomioita ja parannusehdotuksia. Ongelmina koetaan tilanpuute ja huono työergonomia. Vanhasta vastaanotosta halutaan ottaa käyttöön vain tarpeellinen, turhaa tavaraa ei tarvita. Vanhat käytännöt kuitenkin pysyvät, eli edelleen tarjotaan parasta mahdollista palvelua asiakkaille. Uudet lisäpalvelut nähdään ehdottoman hyvinä ja tärkeinä tekijöinä. Myös uusi kassajärjestelmä on toivottu helpotus työhön. Ravintola ja baari nähdään myös osittain hankaloittavina tekijöinä, sillä kaikki ylimääräinen vastaanoton ympärillä voi olla hämmentävää tai hankalaa asiakkaalle. Yhtä mieltä ollaan siitä, että Dream Hostel & Hotellin ja Tullin Saunan välille on saatava selkeä yhtenäisyys. Asiakkaiden opastus rakennuksesta toiseen on myös saatava mahdollisimman helpoksi ja yksinkertaiseksi.

Haastattelin kolmea vastaanoton työntekijää, joilta sain sekä samoja havaintoja että hyvinkin erilaisia näkökulmia uuteen vastaanottoon. Haastatteluun sain kolme naista: neljä vuotta yrityksessä töissä olleen 26-vuotiaan, kolme vuotta yrityksessä työskennelleen 27-vuotiaan vastaanottopäällikön ja juuri



kolmen kuukauden työharjoittelun päättäneen 22-vuotiaan, joka on nyt aloittanut työt yrityksessä. Sain haastatteluista irti tärkeitä huomioita ja kehitysehdotuksia.

Tärkeäksi tekijäksi vastaanoton työssä nousi ergonomia. Uudessa vastaanotossa ei ole tilaa tuoleille, mikä ei välttämättä ole huono asia. Kovalle betonilattialle olisi kuitenkin työntekijöiden mielestä saatava jokin pehmuste, minkä päällä seistä. Suuri osa vastaanoton työntekijöistä on melko pitkiä ja vastaanotto on suhteellisen matala. Esimerkiksi tietokoneen näppäimistöä olisi hyvä saada korotettua. Tilan puutteen vuoksi esimerkiksi hostellihuoneiden avaimia on jouduttu säilömään pieneen laatikostoon pöydän alla, minkä vuoksi työntekijät joutuvat kumartelemaan. Tavaroille ei ole vielä löytynyt vakiintuneita paikkoja, mutta toisaalta tavaroiden siirtelyyn ei juurikaan ole mahdollisuutta.

Kaikki haastatteleman työntekijät ovat sitä mieltä, että sauna, baari ja ravintola ovat hyvä lisä yritykselle. Työntekijät uskovat, että sauna houkuttaa varsinkin ulkomaalaisia ja toivon mukaan myös paikallisia. Lisäksi uusia palveluita pidettiin loistavana lisänä ryhmä- ja yritysasiakkaita ajatellen, sillä nyt näille asiakkaille on mahdollista olla täyden palvelun yritys. Myös aamiaistarjoilu nähdään parempana nyt. Entisen pienen tilan sijasta istumapaikkoja riittää nyt paljon suuremmalle määrälle asiakkaita. Myös itse aamiaisen laatu paranee, sillä nyt voidaan valmistaa enemmän ja laadukkaampaa syötävää, kuin ennen Tullin Saunan ravintolaa.

Yrityksessä jo muutamia vuosia työskennelleet työntekijät tuntuivat olevan samaa mieltä monesta asiasta. Kumpikin arvosti sitä, että uusi vastaanotto on huomattavasti tiiviimpi, eikä oikeastaan ole mahdollista, että sinne alkaisi kertyä ylimääräistä turhaa tavaraa. Mutta selvästi työskentelytilan ergonomia huolestuttaa molempia. Vastaanottopäällikön mukaan vanhasta vastaanotosta ei varsinaisesti pystytä siirtämään mitään uuteen, mutta vanhat työtavat säilyvät. Edelleen tehdään töitä parhaalla mahdollisella tavalla, niin että asiakkaat ovat mahdollisimman tyytyväisiä.

Juuri työharjoittelunsa yrityksessä päättäneellä työntekijällä oli erilainen mielipide uudesta vastaanotosta. Hän koki, että Dream Hostel & Hotellin vahvuus on ollut se, että työntekijät ovat läsnä ja helposti saavutettavissa. Nyt tilanne on toinen. Lisäksi vastaanotto on osana baaritiskiä, mikä ei hänen mielestään ole toimiva ratkaisu. Tilaa on vähän ja ravintolapuolen työntekijät ympärillä voivat olla häiriöksi. Oma tila ja rauha puuttuvat, mikä voi vaikeuttaa työntekoa. Myös työharjoittelijan näkökulmasta tilanne ei ole ihanteellinen. Miten työharjoittelijaa voidaan perehdyttää tai miten voi oppia vastaanoton työtä, kun ei vain yksinkertaisesti ole tilaa toiselle työntekijälle? Yrityksessä on paljon työharjoittelijoita, joten myös tämä asia on otettava huomioon.

Tilan puutteet lisäksi vastaanoton haasteena nähtiin ”vastaanottomaisuuden” puute. Työntekijät arvostavat uudenlaista konseptia, mutta siinä on vielä monta ratkaistavaa asiaa. Vastaanottoon täytyy saada esimerkiksi selkeämmät kyltit ja näkyvyyttä, jotta asiakas heti sisään tullessaan huomaa vastaanoton tilan perällä. Kaiken tulisi olla selkeää asiakkaalle. Vastaanoton ympärillä tapahtuu nyt paljon, koska baari ja ravintola toimivat samassa tilassa. Sisäänkirjautuminen ja muu vastaanotossa asiointi pitäisi silti olla helppoa ja saumattomaa asiakkaalle.

Asiakkaiden ohjeistus vastaanottoon ja huoneisiin on saatava selkeämmäksi ja paremmaksi. Tästä kaikki työntekijät olivat yhtä mieltä. Ehdotettiin, että pitäisi tuottaa kartat, joissa näkyvät kaikki huoneet. Kartan avulla olisi helpompi ohjeistaa asiakkaita tien toiselle puolelle huoneisiin. Toinen ehdotus oli, että sovittaisiin jokin sanallinen ohjeistus, jota kaikki työntekijät voisivat hyödyntää. Yksinkertaisen reittiohjeen voi helposti sanoa vaikeasti tai liian pitkästi, siksi valmiiksi mietitystä ohjeistuksesta voisi olla apua. Myöskään hostellin/hotellin puolella oleviin paperisiin ohjeistuksiin ei oltu täysin tyytyväisiä. Vastaanotopäällikön mielestä liiat paperille kirjoitetut ohjeistukset on aina huono asia ja esimerkiksi erilaiset videopätkät voisivat toimia ohjeistuksina asiakkaille. Myöskin ilmaisesta puhelimesta oli puhetta. Vastaanottoon voi aina soittaa, mutta haluaako ulkomaalainen asiakas omalla liittymällään soittaa kalliin puhelun?

Palveluprosessia helpottavista ja vaikeuttavista tekijöistä kysyttäessä työntekijät olivat suunnilleen samaa mieltä. Luonnollisesti palveluprosessia vaikeuttaa se, että vastaanotto on eri rakennuksessa, mutta siihen etsitään koko ajan helpottavia ratkaisuja. Vaikeuttavaksi tekijäksi mainittiin myös baaritiskin yhteydessä työskenteleminen, koska pienessä tilassa on paljon ihmisiä ja se voi tuntua sekä asiakkaalle että työntekijälle sekavalta. Toisaalta baaritiskin yhteydessä työskenteleminen mainittiin myös helpottavaksi tekijäksi. Nyt asiakas voi vastaanotossa asioidessaan ostaa itselleen myös juomista tai syömistä. Vastaanoton rajallinen tila voi olla vaikeuttava tekijä, mutta tarkoituksena on, että käyttöön otetaan kannettavia tietokoneita, jolloin työpiste voi tarvittaessa olla muuallakin tilassa. Tämä konsepti ei kuitenkaan tuntunut olevan vielä selvää kaikille työntekijöille.

Työntekijöiden mukaan on vielä paljon kaikkea pientä kehitettävää vastaanoton parhaan mahdollisen toimivuuden saavuttamiseksi. Vastaanotto täytyy saada näkyvämmäksi ja sen yhteyteen tarvitaan selkeät ja sisustukseen sopivat kyltit. Niiden avulla asiakkaiden on helpompi heti sisään saapuessaan hahmottaa vastaanoton sijainti. Sain haastatteluista kuitenkin sellaisen kuvan, että työntekijät uskovat siihen, että kaikki saadaan vähitellen toimivammaksi ja lopulta löydetään parhaat ratkaisut. Sillä välin asiakaspalveluun keskitytään niin kuin aina ennenkin ja asiakkaat pidetään ehdottomasti tyytyväisinä.

## 7 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Palvelumuotoilun teorian, asiakkaiden ja työntekijöiden haastatteluiden analysoinnin ja oman kokemuksen kautta olen muodostanut omat johtopäätökseni. Saadun haastattelumateriaalin pohjalta ideoin erilaisia vaihtoehtoja vastaanoton ratkaisuihin.

Tullin Sauna on hieno uusi konsepti ja loistava lisä myös Dream Hostel & Hotellin palveluihin. Vastaanoton siirtäminen uusiin tiloihin on innovatiivinen ja

erilainen konsepti, mutta samalla se tuo haasteita. Tullin Saunan menestyessä ei saa unohtaa Dream Hostel & Hotellia ja siellä yöpyviä asiakkaita. Tullin Sauna kaikkine palveluineen on avoin kaikille asiakkaille, mutta yöpyville selkaisuille sen tulisi olla yksi toimiva osa majoituskokemusta.

Olen ehdottomasti samaa mieltä sekä asiakkaiden että työntekijöiden kanssa siitä, että vastaanoton toimintaa on selkeytettävä. Vastaanottoon saapuminen ja sieltä huoneisiin kulkeminen on saatava selkeäksi ja helpoksi asiakkaille. Myös vastaanotossa työskentely tulee saada helpoksi työntekijöille, sillä sekin osaltaan helpottaa palveluprosessia. Palvelumuotoilussa asiakas osallistuu palvelun kehittämiseen ja nyt palveluprosessi ei kokonaisuudessaan ollut täysin selkeä kaikille asiakkaille. Silloin sitä täytyy muokata paremmaksi. Kaikki on nyt uutta ja asiat tapahtuivat nopealla aikataululla. Asiat varmasti muokkautuvat vähitellen selkeämmiksi ja toimivimmiksi. Nyt ei kuitenkaan saisi unohtaa tärkeimpiä kehityskohteita, vaan on toimittava.

Yhtenäisyys, tai sen puute, Dream Hostel & Hotellin ja Tullin Saunan välillä nousi isoksi teemaksi haastatteluiden analysoinnissa. Sekä asiakkailta, että työntekijöiltä sain palautetta yhtenäisyyden puutteesta. Mielestäni tämä on ehdottoman tärkeä kehityskohde. Yhtenäisyydellä yöpyville asiakkaille luodaan selkeyttä ja samalla vastaanoton työ helpottuu. Yhtenäisyys parantaisi koko palveluprosessia. Tämä tulisi mielestäni aloittaa nettisivuilta. Dream Hostel & Hotellin nettisivuille olisi hyvä saada mahdollisimman pian tietoa Tullin Saunasta ja sen tuomista lisäpalveluista. Asiakkaan pitäisi pystyä jo ennalta tutustumaan Tullin Saunaan ja uuteen vastaanottoon, jotta sinne saapuminen tuntuisi helpommalta. Mielestäni myös ulkoasuja pitäisi yhtenäistää. Dream Hostel & Hotellin logo voisi olla hostellin/hotellin sisäänkäynnin lisäksi myös Tullin Saunan sisäänkäynnillä. Näin asiakkaalle voitaisiin selkeyttää sitä, että sisäänkirjautuminen tapahtuu erillisessä rakennuksessa.

Nettisivujen ja sisäänkäyntien selkeyttämisen lisäksi vastaanotto pitäisi saada näkyvämmäksi. Vastaanotto sijaitsee Tullin Saunan tiloissa. Sisään tullessaan asiakas saapuu yhteen isoon huoneeseen, jossa ensimmäisenä on ravintolan

pöytiä. Tilan perällä on baaritiski, jonka yhteydessä toimii vastaanotto. Vastaanoton yhteyteen pitäisi saada sisustukseen sopivat kyltit, joilla se saataisiin näkyvämmäksi. Asiakas pitäisi saada rohkeasti peremmälle tilaan. Ehkä jo sisäänkäynnillä voisi olla jotain, mikä ohjaa peremmälle. Ulko-ovessa tai sen läheisyydessä voisi lukea, että vastaanotto sijaitsee tilan perällä. Liiat paperiset ohjeistukset eivät toimi, siitä olen samaa mieltä työntekijöiden kanssa. Mutta ohjeistuksen voisi toteuttaa ulkoasuun ja sisustukseen sopivalla tekstillä tai kyltillä. Sen täytyisi olla jotain mihin asiakas kiinnittää huomion.

Vastaanoton saavutettavuus on ehdottoman tärkeää. Ennen vastaanotto sijaitsi hotellin puolella lähellä yöpyviä asiakkaita. Nyt uusi vastaanotto sijaitsee eri rakennuksessa. Se ei tarkoita sitä, etteikö vastaanotto voisi olla helposti saavutettavissa asiakkaille. Sen eteen on vain tehtävä enemmän töitä ja panostettava siihen, että uusi konsepti todella toimii. Ilmainen puhelin tai jonkinlainen chat-yhteys hotellin/hotellin puolelle olisi tarvittava lisäys vastaanoton palveluun. Tätä ehdotettiin työntekijöiden toimesta ja se olisi todella tärkeä tekijä vastaanoton saavutettavuuteen. Oleellista on saada asiakkaille helppouden tuntu. Vastaanottoon kulkeminen ja yhteydenotto tulisi tapahtua vaivattomasti ja helposti.

Myös vastaanotosta huoneisiin siirtyminen on saatava toimimaan mahdollisimman mutkattomasti. Työntekijöiltä tuli ehdotuksia kartoista ja yhteisesti sovittua sanallisesta ohjeistuksesta. Vastaanotossa olisi mahdollista näyttää asiakkaalle reitti huoneeseen kartan avulla. Mutta voiko kartasta tulla asiakkaalle tunne, että huoneeseen on todellakin vaikea löytää? Huoneet ovat kuitenkin aivan tien toisella puolella. Itse pidän sanallista ohjeistusta parempana vaihtoehtona. Ei ole tarpeellista sopia sanasta sanaan tarkkaa ohjeistusta, jota kaikki voivat käyttää. Olisi kuitenkin hyvä käydä tämä asia läpi kaikkien työntekijöiden kanssa, jotta voidaan löytää paras mahdollinen ohjeistustapa. Tavoitteena on saada asiakkaalle helppouden tuntu. Eri rakennuksesta toiseen kulkeminen ei ole vaikeaa tai hankalaa ja matka on lyhyt.

Rakennusten välillä kulkemista voi helpottaa pienillä asioilla. Dream Hostel & Hotellin aulassa on sateenvarjoja, joita asiakkaat voivat halutessaan lainata

ilmaiseksi. Tätä kannattaa mielestäni ehdottomasti jatkaa ja laittaa sateenvarjoja tarjolle myös Tullin Saunan puolelle. Myös talven kylmät sääolosuhteet täytyy ottaa huomioon. Sateenvarjojen lisäksi sisäänkäynneillä voisi olla esimerkiksi vilttejä. Siirtyessä rakennuksesta toiseen ei välttämättä tarvitsisi puukeutua takkiin, vaan voisi kietaista viltin ympärilleen lyhyen matkan ajaksi. Käyttämänsä viltin tai sateenvarjon asiakas voisi jättää kumman vain sisäänkäynnin yhteyteen. Tämä ei olisi mikään suuri investointi, mutta voisi lisätä asiakastytyvyyttä. Arvostaisin itse asiakkaana tällaista.

Tullin Saunan palveluilla on erittäin suuri merkitys. Ulkomaalaiset asiakkaat kysyvät usein vastaanotosta mihin kannattaisi mennä saunomaan ja mistä saisi hyvää suomalaista ruokaa. Nyt tuo kaikki on saatavilla helposti ja niin lähellä kuin mahdollista. Tämä helpottaa sekä vastaanoton työntekijöitä että asiakkaita. Se, että käytössä on hienot uudet saunat ja oikeasti herkullista ruokaa voidaan tarjota asiakkaille, on loistava lisä aiempaan yksinkertaisempaan majoituspalveluun. Työntekijöiden haastattelumateriaalista tulee ilmi, että lisäpalveluita pidetään loistavana lisänä erityisesti ryhmä- ja yritysasiakkaille. Olen samaa mieltä tästä ja on hienoa, että asiakkaille voidaan tarjota entistä enemmän palveluita.

Pidän uuden vastaanoton konseptista. Se on tiivis, eikä sinne voi kertyä ylimääräistä tavaraa, toisin kuin vanhaan vastaanottoon. Vastaanoton työntekijän ei tarvitse koko ajan seistä vastaanotossa. Töitä voi tehdä kannettavalla tietokoneella, jolloin työpiste voi olla muuallakin kuin vastaanottotiskillä. Tämä on toimiva ratkaisu kyseiseen tilaan, jossa itse vastaanotto on tehty erittäin kompaktiksi. Ongelmaksi vastaanotossa koituu tilanpuute. Se on kuitenkin ratkaistavissa organisoinnilla ja järjestyksellä. Tarvittaville tavaroille on löydettävä omat toimivat paikat. Vastaanoton alla sekä takana on laatikostot, joita voi hyödyntää. Niihin varmasti mahtuu kaikki välttämättömät. Vastaanoton taakse rakennetaan työtila, johon on mahdollista säilöä lisää tavaraa. Vanhassa vastaanotossa oli esimerkiksi paljon erilaisia kansioita, joita tarvitaan vain hyvin harvoin. Tällaiset ei joka päiväisessä työssä välttämättömät asiat voivat hyvin olla vastaanoton takana erillisessä huoneessa.

Asiakaspalvelu ja asiakastyytyväisyys ovat aina olleet tärkeintä Dream Hostel & Hotellissa. Sen opin heti työharjoittelun alussa. Se, että en saanut asiakashaastatteluissa yhtäkään negatiivista palautetta asiakaspalvelusta kertoo paljon. Asiakaspalvelun tärkeyttä ei ole unohdettu muutosten ja uudistumisen aikana. Siihen on panostettu koko ajan ja tullaan panostamaan jatkossakin. Nyt on tärkeää, että työntekijät pysyvät positiivisina ja palvelualttiina läpi tämän muutoksen. Haasteita tulee varmasti uuden vastaanoton kanssa, kun kaikki on vielä alkuvaiheessa. Kaikessa tulee muistaa, että asiakas on tärkeä ja palvelua tehdään ja kehitetään asiakasta varten. Tärkeää on saada tarvittavat muutokset toteutettua mahdollisimman pian. Palvelu olisi hyvä saada toimimaan sujuvasti, ennen kiireistä kesää.

## 8 LUOTETTAVUUSTARKASTELU

Laadullisen tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa tutkimuksen objektiivisuus. Tutkija on itse luonut tutkimusasetelman ja myös tulkitsee sen itse. Tutkijan oma tausta vaikuttaa tuloksiin ja se täytyy huomioida ja hyväksyä. Oleellista on, pyrkikö tutkija todella kuulemaan mitä sanottavaa haastateltavilla on. Vai suodattuuko haastateltavien mielipiteet tutkijan oman näkemyksen läpi. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 135-136.)

Pyrin suorittamaan haastattelut niin, että kaikki haastateltavat pääsivät aidosti ilmaisemaan omat mielipiteensä. Esitin tarkentavia kysymyksiä tarvittaessa, jos johonkin asiaan en saanut vastausta. Keskityin kuitenkin siihen, että kysymykset esitettiin neutraalisti, eikä mihinkään johdattelevasti. Olen ollut itse töissä yrityksessä, johon toteutin opinnäytetyöni. Arvostan Dream Hostel & Hotellia ja sen toimintaa. Tiedostan siis puolueellisuuden mahdollisuuden. Keskityin kuitenkin siihen, että kaikki haastatteluissa esiin tulleet erilaiset näkökulmat ja mielipiteet tuodaan esiin.

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan tarkastella myös validiteetin ja reliabiliteetin kautta. Näiden käsitteiden avulla tarkastellaan yleensä määrällistä tutkimusta, mutta niitä on mahdollista hyödyntää myös laadullisessa tutkimuksessa. Validiteetilla tarkoitetaan sitä, että tutkimuksessa on tutkittu niitä asioita, jotka olivat ennalta määritetty tutkittaviksi. Reliabiliteetti taas tarkoittaa tutkimustulosten luotettavuutta ja johdonmukaisuutta. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 136.)

Opinnäytetyöni laadullinen tutkimus on validi, koska onnistuin tutkimaan juuri niitä asioita, joista oli tarkoitus etsiä tietoa. Haastatteluissa sain vastauksia asettamaani tutkimustehtävään. Tutkimus on myös reliabeeli, sillä sain kerättyä johdonmukaisia luotettavia vastauksia.

Muita toteuttamani laadullisen tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttavia tekijöitä ovat aineiston keruumetodi, tutkimuksen tiedonantajat, tutkimuksen kesto, analysointi ja raportointi. Se miten aineisto on kerätty vaikuttaa tulosten luotettavuuteen. Samoin vaikuttaa myös se, millä perusteella tiedonantajat on valittu. Jos tutkimus kestää liian pitkään tai on liian hätäisesti tehty, se voi näkyä tuloksissa. Luonnollisesti myös analysointi ja tulosten raportointi vaikuttavat työn luotettavuuteen. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 140-141.)

Päivinä joina suoritin haastattelut Dream Hostel & Hotellissa oli melko hiljaista. En pystynyt siis juurikaan valikoimaan haastateltavia asiakkaita, mutta onnekseni sain eri-ikäisiä ja eri maista kotoisin olevia ihmisiä haastatteluun. Vain yksi nainen valikoitui haastateltavaksi. Kaikki tämä voi vaikuttaa tutkimukseni luotettavuuteen. Toteutin teemahaastattelut yksilöhaastatteluina, mikä tässä tapauksessa on luotettavuuden kannalta hyvä asia. Ryhmässä toisilleen tuntemattomat ihmiset eivät välttämättä olisi uskaltaneet kertoa samalla tavalla kaikkia mielipiteitään. Myös työntekijöiden haastattelut suoritin yksilöhaastatteluina ja koen, että tässäkin tapauksessa se oli kannattavampaa kuin ryhmähaastattelu. Nyt kaikki pääsivät vapaasti kertomaan omia näkemyksiään ja sain monipuolisia vastauksia. Valikoin haastateltaviksi pidempää yrityksessä työskennelleet työntekijät ja vähemmän aikaa työsuhteessa olleen työntekijän.



Tässä oli ajatuksena juuri vastausten monipuolistaminen ja tutkimustulosten luotettavuuden lisääminen.

Toteutin tutkimuksen nopealla aikataululla, mikä luonnollisesti vaikuttaa tutkimustuloksiin. Tein silti haastattelut, analysoinnit ja raportoinnin parhaan osaamiseni mukaan. Eli en usko, että nopea aikataulu vaikutti lopputulokseen. Mutta, jos haastattelujen tekemiseen olisi ollut enemmän aikaa, olisin voinut valikoida haastateltavat tarkemmin. En osaa sanoa olisivatko haastatteluvastaukset olleet poikkeavat nyt saaduista vastauksista. Toisaalta toteuttamassani tutkimuksessa en voinut vahingossakaan valita haastateltavia millään lailla puolueellisesti, sillä asiakkaista haastateltaviksi valikoituivat ne ihmiset, jotka sattuivat olemaan paikalla.

## 9 POHDINTA

Opinnäytetyön tekeminen on pitkä ja aikaa vievä prosessi. Alun perin minun oli tarkoitus kirjoittaa opinnäytetyö jo aiemmin, mutta aika ei vain yksinkertaisesti riittänyt. Totesinkin työtä tehdessäni, että sitä varten on varattava tarpeeksi aikaa. Vaikka aikaa oli nyt tarpeeksi, ei oma ajankäyttö silti aina ollut parasta mahdollista. Välillä olin myöhässä aikataulusta ja sitten se oli kirittävä kiinni.

Aikatauluun asetti haasteita myös itsestä riippumattomat tekijät. Tullin Saunan tilat eivät valmistuneetkaan täysin ajallaan ja tästä syystä haastattelujen suorittaminen siirtyi viikolla eteenpäin. Tämä tarkoitti sitä, että väliseminaariraportin kirjoittamisessa tuli kiire. Olisin voinut aikatauluttaa opinnäytetyön paremmin. Jos valmistumispäivä olisi vasta syksyllä 2018, kiireeltä olisi vältytty. Sain kuitenkin kaiken tehtyä ja olen tyytyväinen siihen, että onnistuin pysymään alkuperäisessä aikataulussa ja valmistun tavoitteeni mukaisesti kesällä 2018.

Teoriaosuuden kirjoittaminen oli minulle haastavaa. Se tuntui vievän eniten aikaa opinnäytetyössäni. Koen kuitenkin kehittyneeni teorian koostamisessa opinnäytetyöprosessin aikana. Mitä enemmän teoriaa oli kerättyä, sitä helpommaksi sen koostaminen muuttui.

Dream Hostel & Hotel yrityksenä oli minulle jo entuudestaan tuttu. Oli todella mielenkiintoista tutustua Tullin Saunaan ja sen tuomiin uusiin palveluihin. Asiakkaiden ja työntekijöiden haastattelu oli minulle mieluista. Oli mielenkiintoista kuulla eri mielipiteitä ja saada uusia näkemyksiä. Pidin siitä, että pääsin myös itse ideoimaan erilaisia ratkaisuja.

Kaiken kaikkiaan opinnäytetyöprosessi antoi minulle paljon. Koen, että oma ammatillinen osaamiseni kehittyi teoriaosuuden koostamisen sekä haastattelujen ja niiden analysoinnin kautta. Opinnäytetyössäni konkretisoitui se, kuinka tutkimukseen sopiva teoriapohja auttaa työn etenemisessä. Koen, että opinnäytetyöprosessin aikana opin myös tarkastelemaan Dream Hostel & Hotellia objektiivisemmin, vaikka olenkin ollut yrityksessä töissä.

Dream Hostel & Hotellin toimitusjohtajan Ville Virkin mukaan tätä opinnäytetyötä lähdettiin työstämään aidosta tarpeesta. Hän on tyytyväinen siihen, että opinnäytetyön yrityksessä toteutti henkilö, jolla on aiempaa kokemusta yrityksestä. Jo olemassa olevasta pohjatietämyksestä oli hyötyä työssä. Virkin mukaan opinnäytetyön avulla saatiin esille asioita, jotka olisivat muuten saattaneet jäädä huomioimatta tai vähemmälle huomiolle. Kaiken kaikkiaan yrittäjä on tyytyväinen lopputulokseen.

## 10 YHTEENVETO

Opinnäytetyöni aiheena oli uuden vastaanoton palvelumuotoilu Dream Hostel & Hotellissa. Tarkoitukseni oli tutkia palveluprosessia ja sen toimivuutta. Dream Hostel & Hotellin uusi vastaanotto sijaitsee nyt eri rakennuksessa kuin hostelli- ja hotellihuoneet. Opinnäytetyön tavoitteena oli saada vastaanoton palveluprosessi toimimaan parhaalla mahdollisella tavalla uusissa puitteissa. Käytin palvelumuotoilun teoriaa tutkimuksen tukena.

Toteuttamani tutkimus on kvalitatiivinen eli laadullinen. Tutkimusmenetelminä käytin teemahaastatteluja ja aineistolähtöistä sisällönanalyysiä. Teemahaastattelupohjia oli kaksi, toinen asiakkaille ja toinen työntekijöille. Haastattelin kuutta asiakasta ja kolmea työntekijää.

Vastaanotto eri rakennuksessa kuin hostelli- ja hotellihuoneet voi olla haasteellinen ratkaisu. Tutkimustulosten perusteella asiakkaat olivat kuitenkin erittäin tyytyväisiä saamaansa palveluun. Mutta palveluprosessista löytyi vielä kehitettävääkin. Pidän tutkimustuloksia luotettavina. Yritys voi niitä hyödyntämällä tehdä muutoksia palveluprosessiin.

## LÄHTEET

Ahonen, T., Airola, M., Lappalainen, I., Nuutinen, M., Reunanen, M., Valjakka, T. & Valkokari P. 2013. Asiakassuhteen syventäminen ja uudistaminen – Palvelukyvyistä ja -kulttuurista muutosvoimaa palveluliiketoimintaan. Viitattu 7.2.2018. <http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/>

Alpola, T., Taskinen, T. & Salkari, I. 2007. Johda innovaatioita. Helsinki: Talentum.

Dream Hostel & Hotel www-sivut. Viitattu 24.4.2018. <https://www.dreamhostel.fi/>

Gerdt, B. & Korkiakoski, K. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus. Helsinki: Talentum Media Oy.

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOYpro Oy.

Hämäläinen, K. 2012. Matkailupalveluita muotoilemassa. Viitattu 23.1.2018. <http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/>

Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Jyväskylä: Juvenes Print.

Koivisto, M. 2011. Palvelumuotoilun peruskäsitteet. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu. Tampere: Tammerprint Oy.

Komppula R. & Boxberg M. 2005. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.

Lundberg, T. & Töytäri, J. 2010. Asiakaspalvelun pikku-jättiläinen. Lahti: Positiivarit Oy.

Miettinen, S. 2014. Muotoiluajattelu. Tampere: Tammerprint Oy.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2015. Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. Helsinki: Restamark.

Schneider, J. & Stickdorn, M. 2011. This is service design thinking. Hoboken, N.J.: Wiley cop.

Tikka, V. & Gävert, N. 2014. Arvoluonnin uusi aalto. Viitattu 14.2.2018. <https://www.businessfinland.fi/globalassets/julkaisut/>

Tullin Sauna www-sivut. Viitattu 24.4.2018. <http://tullinsauna.fi/>

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum Media Oy.

Vaahtojärvi, K. 2011. Palvelukonseptien arviointi. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu. Tampere: Tammerprint Oy.

Viladas, X. 2011. Design at your service. Barcelona: Index Book cop.

## LIITE 1

Teemahaastattelu asiakkaille (kolme saapuvaa ja kolme lähtevää)

- Asiakkaan taustatiedot:
  - Sukupuoli
  - Ikä
  - Kansallisuus ja kotipaikkakunta
  - Yöpymisen syy/tarkoitus
  - Onko yöpynyt aiemmin Dream Hostel & Hotellissa

Teemat:

- Asiakaspalvelu
  - Palvelutilanne
  - Helppous/sujuvuus (vastaanotossa ja muuten yöpymisen aikana)
  - Odottaminen/jonottaminen
  - Vieraanvaraisuus
  - Ystävällisyys
- Vastaanoton viihtyisyys ja toimivuus
  - Ensivaikutelma
- Vastaanottoon saapuminen
  - Helppo/vaikea löytää
  - Vastaanotto eri rakennuksessa kuin hostelli-/hotellihuoneet, mitä ajatuksia herättää
- Uudet tukipalvelut
  - Ravintola, baari, sauna
- Millainen kokemus Dream Hostel & Hotellissa yöpyminen kokonaisuutena
- Kehitysehdotuksia ja kehuja

Theme interview for customers (three arriving customers and three leaving)

- Background information of the customer:
  - Sex
  - Age
  - Nationality and hometown
  - Reason for staying at Dream Hostel & Hotel
  - Have the customer stayed at Dream Hostel & Hotel before?

Themes:

- Customer service
  - Service interaction
  - Easiness/fluency of the service (in the reception and during the whole stay)
  - Waiting
  - Hospitality
  - Friendliness
- The space at and around the reception
  - First impression
- Arriving to the reception
  - Easy/hard to find
  - The reception and the hostel-/hotelrooms are in different buildings, thoughts?
- New services
  - Restaurant, bar, sauna
- What kind of experience was staying at Dream Hostel & Hotel when you think about the whole stay
- Improvement suggestions and positive feedback

## LIITE 2

## Teemahaastattelu vastaanoton työntekijöille (kolme työntekijää)

- Taustatiedot:
  - Sukupuoli
  - Ikä
  - Työtehtävä
  - Kauanko ollut töissä Dream Hostel & Hotellissa

## Teemat:

- Vastaanoton järjestys
  - Tuolit, tietokoneet, kassa, avaimet yms
- Mitä vanhasta vastaanotosta käyttöön/mitä ei
- Palveluprosessia helpottavat/vaikeuttavat tekijät
- Vastaanotto eri rakennuksessa kuin huoneet
  - Asiakkaiden opastus
  - Helppouden tuntu asiakkaille
- Uusien tukipalveluiden merkitys
  - Ravintola, baari, sauna
- Kehitysehdotuksia vastaanoton työhön/työympäristöön