



**LASTEN OHJELMAPALVELUT JA
LAPSIPERHEIDEN ASIAKASTYYTYVÄISYYS
HOTELLI MESIKÄMMENESSÄ
Case Hiihtolomaviikot 2007**

**Anna-Kaisa Lahtinen
Henna Rynänen
Paula Rämä
Sini Savolainen**

**Opinnäytetyö
Toukokuu 2007**



**JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU**
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

Tekijä(t) LAHTINEN, Anna-Kaisa RYYNÄNEN, Henna RÄMÄ, Paula SAVOLAINEN, Sini	Julkaisun laji Opinnäytetyö	
	Sivumäärä 89	Julkaisun kieli suomi
	Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salainen _____ saakka	
Työn nimi LASTEN OHJELMAPALVELUT JA LAPSIPERHEIDEN ASIAKASTYYTYVÄISYYS HOTELLI MESIKÄMMENESSÄ Case Hiihtolomaviikot 2007		
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) NUIJANMAA, Susanna & PAUKKU, Päivi		
Toimeksiantaja(t) Hotelli Mesikämmen		
Tiivistelmä <p>Työn tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa lasten hiihtolomaohjelma viikoilla 8 ja 9 Hotelli Mesikämmenessä Ähtärissä. Tavoitteena oli tuottaa hotellille ohjelmapalvelukonsepti, jota voidaan hyödyntää myös tulevaisuudessa hiihtoloma-aikaan. Lisäksi tehtiin asiakastyytyväisyystutkimus hotellin lapsiperheasiakkaille.</p> <p>Asiakastyytyväisyystutkimuksen aineisto kerättiin ajanjaksolla 19.2. - 4.3.2007. Aineistoksi muodostui 41 palautettua kyselylomaketta, jotka analysoitiin SPSS-ohjelmalla. Palautteiden pohjalta tehtiin kehittämisehdotuksia.</p> <p>Hiihtolomaohjelma onnistui kokonaisuudessaan hyvin ja hotelli sai arvokasta tietoa ohjelman toimivuudesta. Työn tuloksena hotelli saa myös ohjeistuskansion ohjelmien järjestämisestä. Asiakastyytyväisyyttä kartoittaessa esiin nousi asiakkaiden tyytyväisyys hotellin viihtyisyyteen sekä palvelutarjontaan. Eniten kehittämistä toivottiin tiedonsaantiin, lasten saapumisen huomioimiseen ja palvelun persoonallisuuteen.</p> <p>Tutkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että tavoiteltaessa perheitä asiakkaiksi on tärkeää muistaa lapset. Vaikka aikuiset tekevätkin matkapäätöksen, lasten viihtyminen kohteessa on erittäin oleellista. Imagoltaan vahvasti perhehotellina toimivan Hotelli Mesikämmenen tulevaisuuden kilpailuvaltti on lasten tarpeiden huomioon ottaminen hotellin palveluissa. Näkyvä lasten ohjelmapalvelutarjonta on tärkeä osa markkinointia ja asiakkaan saamaa kokemusta.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Ohjelmapalvelut, lapset, tuotekehitys, asiakastyytyväisyys		
Muut tiedot Työssä on mukana ohjelmapalvelukansio ja CD-rom.		

30.4.2007

Author(s) LAHTINEN, Anna-Kaisa RYYNÄNEN, Henna RÄMÄ, Paula SAVOLAINEN, Sini	Type of Publication Bachelor's Thesis	
	Pages 89	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until _____	
Title CHILDREN'S ACTIVITIES AND THE CUSTOMER SATISFACTION OF FAMILIES AT HOTEL MESIKÄMMEN Case Skiing holiday 2007		
Degree Programme Degree Program in Tourism		
Tutor(s) NUIJANMAA, Susanna & PAUKKU, Päivi		
Assigned by Hotel Mesikämmen		
Abstract <p>The meaning of the thesis was to plan and implement children's activities at Hotel Mesikämmen during the skiing holiday weeks 8 and 9. One of the main goals of thesis was to produce a programme service concept for the hotel, which can be used also in the future. In addition, a customer satisfaction survey was carried out to the hotel's customers, more precisely to families with children.</p> <p>The data for the customer satisfaction study were collected during 19.2. - 4.3.2007. The data consisted of 41 returned questionnaire forms, which were analysed with SPSS program. Development suggestions were made based on the feedback.</p> <p>The skiing holiday programme succeeded well as a whole and the hotel got valuable information about the functionality of the programme. As result of the thesis the hotel gets a folder of organising the activities. The customers were satisfied with the amenities of hotel environment and supply of services. Getting information, taking notice of children's arrival and personality of service need more developing.</p> <p>On the basis of the study results, it can be stated that when pursuing families as customers it is important to remember the children. Even though adults make travelling decisions, children's enjoyment in the destination is very essential. The Hotel Mesikämmen has a very strong family hotel image and therefore paying attention to children's needs in the hotel's services will be an advantage in the competition. The visible supply of children's activities is an important part of marketing as well as the experience that the customer gets.</p>		
Keywords Programme services, children, product development, customer satisfaction		
Miscellaneous Folder, CD-ROM		

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO.....	3
2 HOTELLI MESIKÄMMEN TOIMEKSIANTAJANA	5
3 ASIAKASSEGGMENTTINÄ 3–12-VUOTIAAT LAPSET	8
3.1 Fyysis-motorinen kehitys	8
3.2 Kognitiivinen kehitys	10
3.3 Psyko-sosiaalinen kehitys.....	11
4 MATKAILUYRITYKSEN TUOTEKEHITYSPROSESSI.....	12
4.1 Asiakaskeskeisyys tuotekehityksen perustana	12
4.2 Tuotekehityksen prosessimalli	14
4.2.1 Palvelukonseptin kehittäminen	16
4.2.2 Palveluprosessin kehittäminen.....	16
4.2.3 Markkinatestaus	18
4.2.4 Kaupallistaminen ja jälkiarviointi.....	19
4.3 Matkailutuotteen laatu.....	19
5 SUUNNITTELU - PULPETISTA PEIKKOTYTÖKSI.....	22
6 TOTEUTUS - PEIKKOMAISTA PUUHASTELUA.....	27
6.1 Toteutuksen kulku.....	27
6.2 Onnistumisen arviointia sekä kehittämisehdotuksia.....	30
7 ASIAKASTYYTYVÄISYYS	32
7.1 Mitä on asiakastyytyväisyys?.....	32
7.2 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät.....	33
7.3 Laadun ja asiakastyytyväisyyden välinen suhde.....	34
7.4 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen ja seuranta.....	35
7.5 Asiakastyytyväisyyden mittaamisen ongelmat	37
8 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	38
8.1 Tutkimusmenetelmät.....	39
8.2 Aineiston keruu ja analysointi	39
8.3 Aineiston keruun ongelmat	40
8.4 Tutkimuksen luotettavuus	41
9 TUTKIMUSTULOKSET	42
9.1 Asiakkaiden taustat.....	42
9.2 Asiakkaiden odotukset.....	46
9.3. Palvelu.....	47
9.3.1 Majoituspalvelut.....	49

9.3.2 Ravintolapalvelut.....	50
9.3.3 Ohjelmapalvelut.....	51
9.4 Miljöö/ympäristö.....	52
9.5 Asiakkaiden esittämät kehittämistoiveet	54
10 KOHTI KEHITTYVÄÄ HOTELLI MESIKÄMMENTÄ	54
11 ILOA JA KYYNELAITÄ.....	59
LÄHTEET	62
LIITTEET	64
Liite 1. Viikko-ohjelma 8.....	64
Liite 2. Viikko-ohjelma 9.....	65
Liite 3. Palveluprosessin kaavio.....	66
Liite 4. Ohjelmien kustannukset.....	67
Liite 5. Turvallisuussuunnitelma.....	68
Liite 6. Päiväkirja toteutuksesta	70
Liite 7. Kyselylomake	79
Liite 8. Sähköpostipalaute.....	81
Liite 9. Majoittujamäärät.....	82
Liite 10. Veli-Matti Rantasen teemahaastattelu.....	83
Liite 11. Kuvasarja toteutuksesta.....	85
KUVIOT	
KUVIO 1. Matkailutuotteen tuotekehitysprosessi.....	15
KUVIO 2. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät	33
KUVIO 3. Lasten lukumäärä perheittäin.....	43
KUVIO 4. Asiakkaiden kotipaikkakunnat maakunnittain viikolla 8.....	44
KUVIO 5. Asiakkaiden kotipaikkakunnat maakunnittain viikolla 9.....	44
KUVIO 6. Aiempi asiakkuus.....	45
KUVIO 7. Tiedon saanti ennen loma Hotelli Mesikämmenessä.....	46
KUVIO 8. Palvelun arviointi.....	48
KUVIO 9. Majoituspalvelujen arviointi.....	49
KUVIO 10. Ravintolapalvelujen arviointi	51
KUVIO 11. Ohjelmapalvelujen arviointi.....	52
KUVIO 12. Ympäristön arviointi	53

1 JOHDANTO

Halusimme tehdä toiminnallisen opinnäytetyön ja mietimme erilaisia vaihtoehtoja työn toteuttamiseksi. Saimme idean hiihtolomaohjelmien suunnittelusta lapsille. Tarjosimme opinnäytetyömme ideaa Ähtärissä sijaitsevalle Hotelli Mesikämmenelle. Kaksi ryhmämme jäsenistä on työskennellyt kyseisessä hotellissa, joten tiesimme hotellin siirtyneen ketjutoiminnasta yksityisomistukseen maaliskuussa 2006. Tiesimme myös hotellin pyrkimyksestä kehittää imagoaan perhehotellina. Siksi aika oli otollinen kokeilla, miten lasten ohjelmapalvelujen kehittäminen vaikuttaa asiakastyytyvyyteen.

Kaikilla ryhmämme jäsenillä on kokemusta lasten kanssa toimimisesta, ja sitä kokemusta hyödynnettiin ohjelmien suunnittelussa. Kahdella ryhmän jäsenellä on matkailupalvelujen tuottajan koulutus sekä työkokemusta ohjelmapalvelujen parista. Meillä on myös kokemusta lapsista matkailupalvelujen kuluttajina. Erilaisia näkökulmia opinnäytetyöhön toivat myös ryhmästä löytyvä matkailuvirkailijan sekä ravintolapuolen koulutus ja osaaminen. Ryhmästä löytyy työkokemusta hotellin eri osastoilta, mikä auttaa hahmottamaan hotellia toimintaympäristönä sekä ohjelmapalvelujen sijoittumista siihen.

Suomalaisille vapaa-ajan matkailijoille omatoimisuus ja harrastepaikkojen käyttömahdollisuudet ovat tärkeitä. Perhematkailijoille on merkitystä luontoon ja perheen yhteiseen toimintaan liittyvillä ohjatuilla palveluilla. Hotellit järjestävät ohjattuja ohjelmapalveluita itse vain satunnaisesti ja erikoistilanteissa. Usein aktiviteettien ja viikko-ohjelmien tuottaminen on ulkoistettu ohjelmapalveluyrityksille. Näitä palveluita on kuitenkin saatavana parhaiten Pohjois-Suomessa ja pääkaupunkiseudulla. Hotellit voisivat kuitenkin hyödyntää ohjelmapalveluyrityksiä enemmän oman tarjontansa monipuolistamiseksi sekä kokonaispalvelun takaamiseksi. Matkailuyrityksen on tärkeää tavoittaa asiakkaat ja myydä heille matkailun kokonaistuote majoitus- ja muine palveluineen. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2007.)

Työmme tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa ohjelmapalveluja lapsille hiihtolomaviikoilla 8 ja 9. Näin pyrimme tuomaan lisäarvoa lapsiperheasiakkaalle. Työn tarkoituksena oli myös tarjota hotellille valmiudet tuottaa ohjelma-

palveluita lapsiasiakkaille hiihtolomaviikoilla myös tulevaisuudessa. Tätä varten teimme hotellille ohjeistuskansion järjestämistämme ohjelmista.

Tämänhetkistä lapsiperheiden asiakastyytyväisyyttä kartoittaaksemme teimme asiakastyytyväisyystutkimuksen hotellin tarjoamista palveluista. Pyrimme selvittämään lapsiperheasiakkaiden odotuksia, jotta palveluita pystyttäisiin parantamaan. Asiakastyytyväisyyskyselyn avulla hotelli saa arvokasta tietoa asiakkaiden mielipiteistä ja toiveista.

Opinnäytetyössämme olemme perehtyneet lapsiin asiakassegmenttinä, matkailuyrityksen tuotekehitysprosessiin, matkailutuotteen laatuun sekä asiakastyytyväisyyteen ja sen mittaamiseen. Käymme läpi yksityiskohtaisesti opinnäytetyömme käytännön osuuden, jotta opinnäytetyön lukija saisi mahdollisimman todentuntuisen kuvan tapahtumien kulusta. Havainnollistamme käytännön osuutta myös valokuvien avulla. Pyrimme työssämme ratkaisemaan havaitsemiamme epäkohtia ja sitä kautta aloittamaan kehitysprosessia paremman laadun saavuttamiseksi.

2 HOTELLI MESIKÄMMEN TOIMEKSIANTAJANA

Hotelli Mesikämmen on Ähtärin matkailualueella sijaitseva perhematkailuun keskittynyt hotelli. Hotellissa on 101 hotellihuonetta, ravintola ja baari. Kaikissa huoneissa on terassi ja näköala järvelle. Lisäksi hotellissa toimii kaupungin omistama kylpylä. Hotellin yhteydessä on lääkärijohtoinen hoito-osasto, josta on mahdollista saada erilaisia fysikaalisia hoitoja sekä erikoishoitoja. Hotelli Mesikämmenellä on tarjota tiloja myös 15–150 hengen kokouksiin ja juhliin. Hotelli Mesikämmen toimii kiinteässä yhteistyössä Ähtärin eläinpuiston, Mesikämmen kylpylän ja kuntoutusosaston sekä muiden ähtäriläisten matkailutoimijoiden kanssa. Mesikämmen haluaa olla mukana toimimassa myös koko perinteisen Pohjanmaan matkailuyhteistyön puolesta. (Rantanen 2007.)

Mesikämmen on arkkitehtuurisesti omalaatuinen, sillä hotelli on louhittu osaksi kallion sisään ja luonnonkalliot ovat nähtävissä kolmessa kerroksessa. Hotellin on suunnitellut arkkitehtitoimisto Timo ja Tuomo Suomalainen. Lähinnä rantaa sijaitsevat kaksi hotellihuonesiipeä sekä ravintola- ja huoltotilat, jotka on rakennettu 1976. Vuonna 1982 laajennettiin majoitustiloja, ja vuonna 1989 rakennettiin kokoussiipi. (Mts.)

Toimintavuosien aikana hotelli- ja ravintolatoiminnasta on vastannut moni eri taho. Vuosina 1976–1978 toiminnasta vastasi Moksunniemi Oy, minkä jälkeen toiminnasta vastasi Kantaravintolat Oy vuosina 1979–1992. Omistus siirtyi vuonna 1992 Arctia Oy:lle, jolta Scandic Hotels osti toiminnan vuonna 1998. Vuonna 2001 Scandic Hotels, ja näin myös Hotelli Mesikämmen, siirtyi Hilton Groupin alaisuuteen. (Mts.)

Hotelli Mesikämmen siirtyi 1.3.2006 Veli-Matti Rantasen ja Timo Nyssölän omistukseen. Lisäksi vähemmistöosakkaana on Matkailukehitys Nordia. Uusilla omistajilla on vahva usko hotellin menestykseen tulevaisuudessa. Mesikämmen aikoo pärjätä kilpailussa korkealuokkaisena perhehotellina, jonka yksi vahvuus on 30 vuoden aikana kasvanut tunnettuus eläinpuistohotellina. Ähtärin eläinpuisto on Suomen viidenneksi tunnetuin perhematkailukohde. (KeskiSuomalainen 22.1.2007.)

Tällä hetkellä hotellissa ovat käynnissä uudistustyöt. Ravintolasali sekä osa huoneista on jo remontoitu, ja muiden huoneiden remontointi on käynnissä parhaillaan. Tarkoituksena on uudistaa kaikki vuonna 1976 valmistuneet huoneet vuoden 2008 kevättalveen mennessä. Huoneet remontoidaan nimenomaan perheille väljiksi ja viihtyisiksi. (Ykköset 25.1.2007.) Pääravintolan peruskorjaus valmistui toukokuussa 2007, ja ensimmäiset 15 peruskorjattua hotellihuonetta valmistuivat joulukuussa 2006. (Rantanen 2007.)

Hotelli Mesikämmen työllistää suoraan 20 henkilöä ympärivuotisesti, ja kesätyöntekijät mukaan laskettuna henkilötyövuosia kertyy kaikkiaan noin 25. Hotellin liikevaihto on 2,4 miljoonaa euroa ja käyttöaste on 48 %. (Mts.)

Hotelli Mesikämmenen lähistöltä löytyy tekemistä niin kesällä kuin talvellakin. Laaja latuverkosto, valaistu pururata, patikkapolku sekä Kierinniemen luontopolku tarjoavat mahdollisuuden luonnossa liikkumiseen. Hotellin viereisessä Ähtärihallissa voi pelata muun muassa tennistä, sulkapalloa, lentopalloa sekä koripalloa. Ähtärissä on mahdollisuus vuokrata moottorikelkkoja ja osallistua erilaisille kelkkasafareille. Kesäisin on mahdollisuus golfin pelaamiseen Moksunniemen golfkentällä. Ähtärissä on myös kotiseutumuseo sekä Pirkanpohjan taidekeskus. (Hotelli Mesikämmen 2007.)

Hotellibisneksen nykytila

Suomessa hotellialalle on viime vuosina ollut tunnusomaista ketjuuntuminen sekä ulkomaisten sijoittajien ja toimijoiden tulo markkinoille. Toistaiseksi ketjut näkyvät eniten pääkaupunkiseudulla ja suurimmissa kaupungeissa keskittyen liikematkailuun. Ketjujen kiinnostus erilaisiin lomakohteisiin on kuitenkin kasvamassa. Joka neljäs Suomen hotelleista kuuluu johonkin ketjuun, mikä tarkoittaa käytännössä 50 %:n osuutta huonekapasiteetista. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2007.)

Tulevaisuudessa matkailuyritysten toiminnassa korostuvat yhä enemmän palvelukonseptien ainutlaatuisuus sekä asiakkaiden tarpeet ja odotukset. Lisäksi siirrytään enemmän teemapohjaisiin tuotekokonaisuuksiin ja teemahotelleihin, mikä mahdollistaa yksilöllisyyden ja erilaisuuden entistä paremmin. Yksi mahdollisuus teeman rakentamisessa on liittoutuminen jonkin toisen yrityksen kanssa. Juuri yhteistyö ja verkostoituminen ovat hyviä keinoja kasvattaa alu-

eellista kysyntää majoitusalailla. Yhteisten tuotteiden ja teemojen kehittäminen hyödyttää verkoston kaikkia osapuolia. (Mts.)

Usein ohjelmapalveluja tuottavat matkailukeskusten oheispalveluina erilliset ohjelmapalveluyritykset. Ohjelmat suunnitellaan asiakaslähtöisesti, ja matkailukeskuksissa saattaa olla myös kiinteitä viikko-ohjelmia. Ohjelmapalvelutuotteet kannattaa suunnitella lyhytkestoisiksi ja hinnaltaan edullisiksi niin, että ne ovat kuitenkin elämyskokemuksina hintansa arvoisia. Matkailukeskusten viikko-ohjelmissa ohjelmapalveluiden tuotanto saadaankin usein tehokkaaksi ja kohtuullisen hintaiseksi. (Mts.)

Ohjelmapalveluiden kysyntä kohdistuu ennen kaikkea vapaa-ajan matkailuun sekä kokous- ja kongressimatkailun oheispalveluihin. Samaan aikaan yli 60 % majoitusvuorokausista liittyy vapaa-ajan matkustukseen, mikä tarkoittaa suuria potentiaalisia markkinoita ohjelmapalveluille. Tärkeää ohjelmapalveluiden tuottamisessa on asiakkaiden segmentointi. Matkailukohteen imago vetoaa tietyn tyyppisiin asiakkaisiin, ja asiakastuntemus on oleellista menestymisessä. (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2007.)

Markkinoilla hyvät menestymisedellytykset on sellaisilla matkailukohteilla, joissa on monipuolinen, tuotteistettu kesä- ja talvikauden ohjelmapalvelutarjonta. Kylpylän sijainti kohteessa on myös merkittävä kilpailuetu. Ohjelmapalveluissa odotetaan luontoaktiiviteettien kysynnän kasvavan, koska puhtaan luonnon, saasteettomuuden ja turvallisuuden arvostus on korkealla matkailijoiden keskuudessa. Luontoaktiiviteettien tuotteistaminen tuo merkittävää lisäarvoa eikä se usein edellytä suuria investointeja. Myös perhematkailu kasvattaa suosioaan. Tuotekehityssyklin nopeutuminen on haaste matkailuyritysten toiminnalle tulevaisuudessa. Yrityksen tulee pystyä ennakoimaan tulevia trendejä ja kulutustottumuksia. Asiakkaiden tarpeiden, motiivien ja ostoskäyttäytymisen tunteminen on edellytys asiakkaan tarpeiden tyydyttämiseen kilpailukykyisellä tavalla. (Mts.)

Hotelli Mesikämmen oli pitkään osa kansainvälistä hotelliketjua, mutta irtaantui ketjutoiminnasta alkuvuodesta 2006. Mesikämmen toimii siis vallitsevien trendien vastaisesti, ja toimintaa kehitetään yksityisenä hotellina ilman suuren ketjun tukea. Hotelli Mesikämmen pyritään kehittämään perhehotellina, ja siinä

suurena apuna on yhteistyö Ähtärin eläinpuiston kanssa. Eläinpuisto on yksi Suomen tunnetuimmista perhematkailukohteista, ja Mesikämmen tunnetaan myös eläinpuistohotellina. Hotellin ja eläinpuiston välinen yhteistyö on jo tällä hetkellä kiinteää, ja sitä kannattaa yhä kehittää. Myös yhteistyö hotellissa sijaitsevan kylpylän kanssa on hotellille voimavara, jota tulisi jatkossa kehittää edelleen. (Rantanen 2007.)

3 ASIAKASSEGMENTTINÄ 3–12-VUOTIAAT LAPSET

Hiihtolomaohjelmien kohderyhmäksi valitsimme 3–12-vuotiaat lapset. Kohderyhmä on laaja, koska halusimme varmistua siitä, että saamme ohjelmiimme tarpeeksi osallistujia. Tärkeää oli myös se, että saman perheen eri-ikäiset lapset voisivat osallistua ohjelmiin yhdessä. Lisäksi aiempien vuosien kokemusten perusteella on hotellissa huomattu, että teini-ikäisiä asiakkaita ei juuri ole. Tästä syystä kohderyhmämme ikäjakaumaksi muodostui 3–12 vuotta. Ennen ohjelmien suunnittelua tutustuimme lapsen kehitysvaiheisiin. Oli tärkeää tietää, millaisia asioita eri-ikäiset lapset pystyvät tekemään ja mitkä ovat heidän kiinnostuksensa kohteet. Myös turvallisuuden kannalta on tärkeää olla selvillä eri-ikäisten lasten toimintavalmiuksista. Näiden tietojen pohjalta pystyimme suunnittelemaan sopivia ohjelmia kohderyhmällemme. Seuraavassa käsittelemme lapsen kehityksen eri osa-alueita.

3.1 Fyysis-motorinen kehitys

Kun lapsi kasvaa ja kypsyä, hänelle kehittyy valmiuksia uudenlaisiin liikesuorituksiin, jotka hän sitten kokeilemalla ja harjoittelemalla oppii. Motoriset suoritukset, jotka ovat ihmisille luonteenomaisia, omaksutaan kypsymisen kautta. Esimerkiksi lapsi alkaa kävellä, kun hän on kypsynyt tämän taidon tasolle ilman erillistä harjoittelua. Monet motoriset taidot siis ilmaantuvat ilman harjoittelua, mutta harjoittelu ei ole täysin merkityksetöntä. Ohjattu liikkeen harjoittelu luo pohjan omaksua myöhempiä liikkeitä. (Himberg, Laakso, Peltola, Näätänen & Vidjeskog 2003, 34–36.)

Tunnusomaisesti lapsen fyysinen ja motorinen kehitys etenee kahteen pääsuuntaan eli päästä jalkoihin (kefalokaudaalinen) ja keskeltä reunoille (proksimodistaalinen). Lapset eroavat toisistaan siinä, minkä ikäisenä mihinkin motoriseen kehitysvaiheeseen edetään, mutta kehitysvaiheet kulkevat kuitenkin tietyssä järjestyksessä. Ensin kehittyneessä karkeassa motoriikassa lapsi oppii hallitsemaan suuria lihaksiaan. Hienomotoriikan kehittyessä esimerkiksi silmän ja käden lihaksien hallinta ja niiden yhteistyö paranevat. Kehitys etenee kokonaisvaltaisista suorituksista täsmällisiin suorituksiin. (Mts. 34–36.)

Lapsen kehitys kefalokaudaalisesti ilmenee seuraavalla tavalla. Kolmevuotias kävelee portaita ylös vuoroaskelin, kävelee varpaillaan ja osaa seisoa hetken yhdellä jalalla. Kolmevuotias osaa myös ajaa kolmipyörällä. Neljävuotias kävelee portaita alas vuoroaskelin, hyppää yhdellä jalalla ja osaa kävellä puomia pitkin. Viisivuotiaan perusliikuntamuodot ovat kehittyneet niin, että lapsi pystyy juoksemaan, hyppimään ja kiipeämään vaivattomasti. (Takala & Takala 1988, 100.)

Proksimodistaalinen kehitys etenee käden taitojen kehittyessä. Kolmevuotias on taitava rakentelija. Hän osaa jäljentää suoran viivan, ympyrän ja V-kirjaimen sekä osaa pujottaa helmiä lankaan. Neljävuotias osaa jo sitoa kengännauhat ja panna napin kiinni. 5–6 -vuotias osaa käyttää saksia, ja sorminäppäryys sekä kynänkäyttö kehittyvät nopeaan tahtiin. (Mts. 101.)

2–6 -vuotiaana lapsen kasvu jatkuu ja lapsen ruumiinrakenteessa tapahtuu suuria muutoksia. 2–6 -vuotias lapsi kehittää perustaitojaan ja yhdistelmiä niistä harjoittelemalla. Ympäristö vaikuttaa suuresti siihen, mitä taitoja lapsi voi oppia. (Mts. 96–99.)

6–10-vuotias lapsi hankkii erilaisia liikuntakokemuksia. Näiden kokemusten vaikutuksesta alkaa kehittyä lapsen yksilöllinen motorinen käyttäytyminen. Kehittynyt koordinaatiokyky ja tasapaino mahdollistavat hallittujen liikesuoritusten tekemisen. Yleensä 9 vuoden iässä lapsen liikkeet tarkentuvat, ja tasapaino on kehittynyt 12 vuoden iässä. Liikuntataitojen paras oppimisaika on 7–12 vuoden iässä, jolloin liikkeiden koordinaatiovalmiudet syntyvät. (Mts. 96–99.)

Ohjelmia suunniteltaessa otimme huomioon, mitä eri-ikäiset lapset osaavat tehdä. Vaikeammissa tehtävissä ohjaajat auttoivat pienimpiä, ja isommat lapset pystyivät toimimaan itsenäisemmin. Tästä on esimerkkinä askartelu, jossa saksien käyttö tuotti hieman ongelmia joillekin lapsille. Eläinpuistoretkelle otimme mukaan pulkan siltä varalta, että pienimmät osallistujat eivät jaksaisi kävellä koko matkaa. Luontoretken reitti suunniteltiin siten, että maasto oli helppokulkuinen kaikille osallistujille. Leikkihetken ohjelmia muokkasimme osallistujien kykyjen mukaiseksi.

3.2 Kognitiivinen kehitys

Kognitiivisilla toiminnoilla tarkoitetaan tiedon vastaanottamista ja hankkimista, tallentamista, muokkaamista, hyväksikäyttämistä toiminnassa sekä uuden tiedon luomisessa. Ihminen suorittaa ajatellessaan mielessään toimintoja, jotka jossain määrin vastaavat todellisuutta. Kognitiivinen kehitys on sekä fyysisen että sosiaalisen maailman ymmärtämistä. Kognitiivinen kehitys etenee vaiheittain. Ensin lapselle muodostuu hänen toimintansa pohjalta sisäisiä ns. toiminnallisia representaatioita eli toimintakaavioita, joiden mukaan maailma jäsenyy. Seuraavassa vaiheessa lapselle muodostuu kuvia kokemuksista, ja ne jäävät hänen muistivarastoonsa. Näihin kuvallisiin representaatioihin liittyy jo varhain myös sanoja. Leikki-ikäisen lapsen ajattelu tapahtuu suuressa määrin kuvallisesti. Kouluiän alkuvaiheessa lapsen ajattelu alkaa siirtyä enemmän symbolien tasolle. Sanat korvaavat mielikuvia, ja sanojen avulla voi ilmaista asioita, joista ei voi kuvia muodostaa. (Takala & Takala 1988, 115–116.)

Piaget`n mukaan lapsi on aktiivinen oppija, oman ympäristönsä tutkija, joka tekee kokeita todetakseen, miten sosiaalinen ja fyysikaalinen maailma toimivat. Piaget`n käsitteellisen ajattelun vaiheteorian perusajatus on, että ajattelun kehitys on universaalista ja kulttuurista riippumatonta. Teoria on tyypillinen vaiheteoria, jonka mukaan lapsi kulkee kaikkien vaiheiden läpi ja minkään vaiheen yli ei voi hypätä. Kehityksen sensomotorisella kaudella (0-2 – vuotta) lapsi huomaa liikkeidensä sekä niiden seurausten välisiä yhteyksiä. Kauden tärkeimpiä saavutuksia on esineiden pysyvyyden ymmärtäminen. (Himberg ym. 2003, 38–44.)

Esioperationaalisella kaudella (2-4 vuotta) lapsi alkaa käyttää kieltä. Vaikka lapsi osaa jo käyttää symboleja, hänen ajattelutaitonsa eivät riitä loogisiin operaatioihin. Konkreettisten operaatioiden kaudella (7-12 vuotta) lapsi hallitsee jo monia loogisia operaatioita, vaikka ajattelu on yhä sidoksissa konkreettisiin tilanteisiin. Konkreettisten operaatioiden kaudella lapsen ajantaju muuttuu varmemmaksi. Hän ymmärtää kellonajat ja hahmottaa käsitteitä kuten menneisyys ja tulevaisuus. Ala-asteen oppilas osaa ajatella johdonmukaisesti konkreettisesti tilanteessa, mutta ei välttämättä abstraktissa tehtävässä. (Mts. 38–44.)

Pyrimme valitsemaan viikko-ohjelmaan yksinkertaisia ja selkeitä ohjelmakokonaisuuksia. Ohjauksessa kiinnitimme huomion ohjeidenannon selkeyteen ja havainnollisuuteen. Tarvittaessa näytimme lapsille itse esimerkkiä, kuinka tehtävä suoritetaan. Lisäksi askartelussa näytimme lapsille tekemämme mallikappaleen, joka auttoi työn hahmottamisessa.

3.3 Psyko-sosiaalinen kehitys

Lapsen sosiaalista kehitystä ajatellessa tulee ottaa huomioon se, ettei ole selkeää lapsuuden psykologiaa, joka olisi kaikissa ympäristöissä yhtä pätevää. Sosiaalisen kehityksen piirteitä eri ikäkausien aikana ovat muun muassa seuraavat. 2–4 -vuotias opettelee ja kehittää sosiaalisen vuorovaikutuksen perustaitoja. Lapselle muodostuu luottamus aikuisen puheeseen ja toimintaan, ja lapsi kokee iloa yhdessäolosta muiden lasten kanssa. Empatian taito alkaa varhain, jo 2-vuotiaalla on kykyä kokea ja osoittaa empatiaa. 3–4 -vuotiaalla taas on jo runsaasti yhteistä leikkiä, lainataan leluja jne. Hän oppii noudattamaan jotain sosiaalisia sääntöjä. 4–7 -vuotias harjoittelee monimutkaisia vuorovaikutustaitoja. Leikkitoiminnassa kehittyy muun muassa kuva sosiaalisesta maailmasta, ja persoonallisuuden sisäinen kontrollijärjestelmä kehittyy. 4–7 -vuotias hakee kosketusta yhteisöön kielen avulla, jolloin tapahtuu kehitystä muun muassa ihmisten toimintojen moraalisisessa arvioinnissa. 4–7 -vuotiaalla tulevat tyypilliseksi erilaiset yhteistoimintaleikit. Sääntöleikit lisääntyvät lasten lähestyessä kouluikää. (Takala & Takala 1988, 184–204.)

Lapsi jäsentää käsityksiään sosiaalisesta maailmasta ja itsestään sen osana vuorovaikutussuhteissa. Lapselle kehittyy pikkuhiljaa kuva itsestä ainutlaatuisena yksilönä. Kouluiän alussa kuvaukset ovat suurelta osin erittelemättömiä kuten esimerkiksi ”kiva”, tai kertovat ulkoisista asioista, esimerkiksi hiusten väristä. Myöhemmin kuvaukseen tulee mukaan esimerkiksi harrastukset ja suhteet toisiin ihmisiin. Kuvaukset muuttuvat 8-9 ikävuoden jälkeen ja kuvauksissa korostuvat persoonallisuuden piirteet, esimerkiksi huumorintaju tai sen puute. Kouluikäisen huomio siirtyy pikkuhiljaa ulkoisista yksityiskohdista taustalla olevien tunteiden, aikomusten ja ajatusten tulkintaan. Kouluikäisillä suhteet tovereihin muuttuvat. 11–12-vuotiaille ystävyydellä on syvempi merkitys, nuoremmille ystävyys tarkoittaa lähinnä yhteistä tekemistä sekä tavaroiden jakamista. Ala-asteella lapset ryhtyvät sukupuolen mukaan. Tytöt viihtyvät paremmin pienissä ryhmissä, joissa voi jakaa salaisuuksia. Pojat taas pitävät enemmän suurista ryhmistä. (Himberg ym. 2003, 82–83.)

Valitsimme viikko-ohjelmaan sekä vuorovaikutteisia että yksilösuorituksia vaativia ohjelmia (Liite 1 ja 2). Lapset ovat vuorovaikutustaidoiltaan ja valmiuksiltaan erilaisia ikään katsomatta, joten halusimme myös ohjelmia, joissa he saivat toimia täysin itsenäisesti. Askartelussa jokainen sai toteuttaa omaa luovuuttaan, kun taas leikkihetkissä ja aarrejahdissa sekä luontoretkellä toimittiin ryhmissä.

4 MATKAILUYRITYKSEN TUOTEKEHITYSPROSESSI

4.1 Asiakaskeskeisyys tuotekehityksen perustana

Asiakaskeskeisyys on yrityksen toimintaa ohjaava ajattelutapa ja tuotekehitysprosessi lähtee aina asiakkaan tarpeista. Asiakkaan tarpeet luovat pohjan koko palvelun kehittämiseksi. (Borg, Kivi & Partti 2002, 129.) Tuotekehitystä ei voida tehdä ainoastaan yrittäjän näkökulmasta, koska tuotteen lopullinen ostaja, kuluttaja sekä arvioija on asiakas. Matkailutuotteen tuotantoprosessi on tärkeä, koska tuotteen tulee olla asiakkaalle yhtenäinen ja toimiva kokonaisuus. (Verhelä & Lackman 2003, 9.)

Pystyäkseen vastaamaan asiakkaiden vaatimuksiin, on yrittäjän eli palvelun tarjoajan oltava lähellä asiakkaita eli kuluttajia. Yrittäjän tulee tuntea asiakkaidensa vaatimukset ja tarpeet sekä sovittaa oma tarjontansa vastaamaan niitä. Lisäksi pitää pystyä ennakoimaan markkinoilla tapahtuvia muutoksia ja trendejä. (Borg ym. 2002, 121.)

Matkailuyrityksessä asiakaskeskeisyys tulee esiin vuorovaikutuslaatuna ja toiminnallisena laatuna eli palveluhaluna ja palvelukykyinä. Lisäksi asiakaskeskeisyys ilmenee palvelukulttuurina, eli koko organisaation kiinnostuksena hyvästä palvelusta ja halusta työskennellä asiakkaiden parhaaksi. Käytännön toiminnassa asiakaskeskeisyys edellyttää myös yrityksen asiakkaiden segmentointia. (Komppula & Boxberg 2002, 66–67.)

Yksittäinen yritys ei voi tavoittaa kaikkia mahdollisia asiakkaita, ja sen vuoksi markkinoita lohkotaan pienempiin osiin eli segmentoidaan. Segmentointi mahdollistaa oikeiden asiakkaiden tavoittamisen tehokkaammin ja edullisemmin kuin massamarkkinointi. Matkailuyrityksen markkinat voidaan jakaa erilaisiin markkinalohkoihin esimerkiksi maantieteellisten tai demografisten tekijöiden, työ- tai lomamatkailun tai yksilö- tai ryhmämatkailun mukaan. Segmentoinnin perusteena ovat asiakkaiden tarpeet, eli pyritään löytämään asiakasryhmiä, joilla on tarve samantyyppisille tuotteille tai palveluille. Kullekin asiakasryhmälle voidaan kehittää juuri heidän tarpeitaan vastaavia tuotteita, ja markkinoida tuotteita tehokkaasti kohderyhmälle. (Mts. 74–75.)

Yritys voi jakaa asiakkaitaan lohkoihin useiden kriteerien perusteella, mikä onkin usein järkevää. Tehokkaan segmentoinnin edellytyksenä on segmenttien selkeä määrittely, jotta tuotteet voidaan erilaistaa eri segmenteille. Segmentin tulee olla selkeästi määritelty, ja lisäksi tarpeeksi suuri, jotta sen tavoittaminen on taloudellisesti kannattavaa. Segmentissä tulee olla myös kasvupotentiaalia ja mahdollisuuksia pitkäkestoisiin asiakassuhteisiin. (Mts. 75–76.)

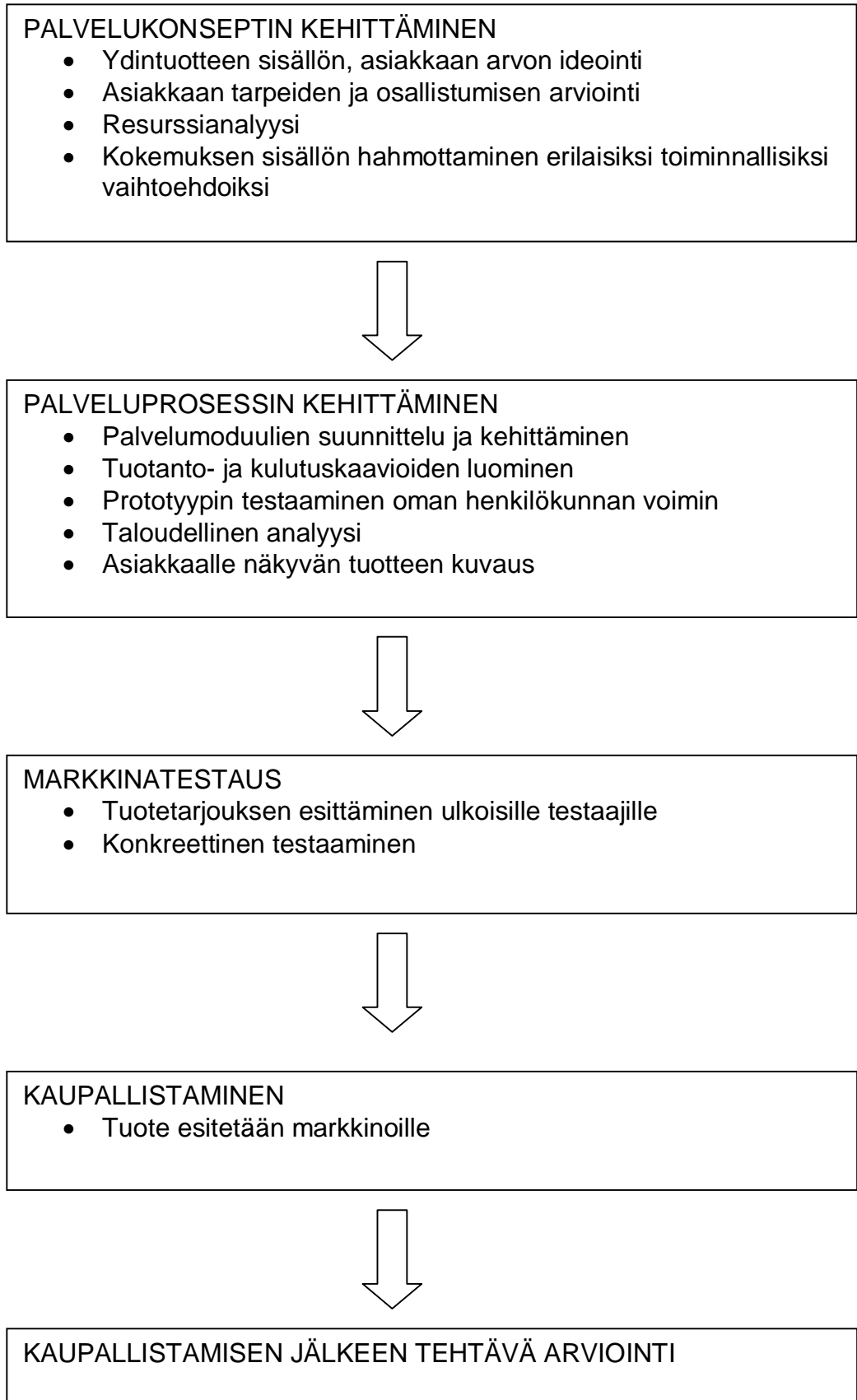
Hotelli Mesikämmenen hiihtolomaohjelmien suunnittelu sai alkunsa olemassa olevasta asiakastarpeesta. Hotellin tärkein asiakassegmentti on lapsiperheet ja hotelli on imagoltaan vahvasti perhehotelli. Siitä huolimatta hotellilla ei aikaisemmin ole ollut perheille ja lapsille juurikaan ohjelmapalveluja. Kyseinen segmentti on kuitenkin tarpeeksi laaja, jotta uusien tuotteiden kehittäminen on kan-

nattavaa. Ohjelmapalvelut yhdessä majoitus- ja ravintolapalveluiden kanssa tukevat toisiaan ja muodostavat yhtenäisen kokonaisuuden ja elämyksen asiakkaalle. Panostaminen lapsiperheiden viihtyvyyteen ja palveluihin on lisäksi suuri mahdollisuus hotellille saada uusia ja pitkäaikaisia asiakassuhteita. Asiakkaiden vaatimukset kasvavat ja muuttuvat, ja siinä muutoksessa hotellin tulee pysyä mukana.

4.2 Tuotekehityksen prosessimalli

Tuotekehityksessä voi olla kysymys joko täysin uuden tuotteen kehittämisestä tai jo olemassa olevan tuotteen kehittämisestä eteenpäin. Tuotekehityksen tulee olla jatkuvaa, jotta yritys pysyy kilpailukykyisenä nopeasti muuttuvilla markkinoilla. Onnistunut tuotekehitystoiminta on keskeinen edellytys yrityksen menestymiselle. Kaikilla tuotteilla on olemassa tietty elinkaari, eikä mikään tuote menesty markkinoilla ikuisesti. (Jokinen 2001, 9.) Syitä tuotekehitysprosessin aloittamiseen voivat olla yrityksen myyntitavoitteet, kilpailutilanne sekä muutokset markkinatilanteessa ja asiakkaiden kulutustottumuksissa. (Kompula & Boxberg 2002, 92–95).

Matkailutuotteen tuotekehityksessä voidaan soveltaa yleistä uuden tuotteen tuotekehitysmallia. Matkailupalvelun ominaispiirteet ja erikoislaatuisuus tulevat esiin vaiheiden linkittämisessä asiakkaan prosessiin. (Borg ym. 2002, 133.) Tuotekehitysprosessi jakaantuu suunnittelu- ja toteutusvaiheeseen. Suunnitteluvaiheessa korostuu tuotekehityksen merkitys yrityksen strategiassa sekä uusien tuoteideoiden etsiminen. Toteutusvaiheessa puolestaan keskitytään varsinaisen palvelun kehittämiseen sekä markkinoiden testaamiseen. Matkailutuotteen kehittämisessä tuotekehitys ei noudata mallia täysin muodollisesti johtuen palvelutuotteen luonteesta. Matkailualalla esimerkiksi ohjelmapalvelujen tuotekehitys ei välttämättä vaadi yritykseltä investointeja muuhun kuin suunnittelu-aikaan. Jonkinasteinen mallintaminen (Kuvio 1.) on kuitenkin tarpeellista uusien tuotteiden kehittämisessä, vaikka mallin soveltaminen suoraan ei olekaan aina mahdollista. (Kompula & Boxberg 2002, 96–98.)



KUVIO 1. Matkailutuotteen tuotekehitysprosessi.(Komppula & Boxberg 2002, 99.)

4.2.1 Palvelukonseptin kehittäminen

Palvelukonsepti on matkailutuotteen ydin, joka perustuu asiakkaan tarpeisiin. Tuotekehitys lähtee liikkeelle juuri palvelukonseptin kehittämisestä. Ensimmäisenä vaiheena ideoidaan tuotteen sisältö asiakkaiden tarpeiden pohjalta. Tuotekehityksen tulee perustua tuotteen kohdentamiseen tietyille kohderyhmälle, jotta asiakas saisi tuotteesta haluamaansa lisäarvoa. Ideat tuotekehitykseen voivat tulla yrityksen sisältä, asiakkailta tai kilpailijoilta. Palvelukonseptin kehittämisessä tulee huomioida paitsi asiakkaiden tarpeet ja arvo, myös asiakkaan osallistumisen taso. Lisäksi tulee huomioida yrityksen käytettävissä olevat resurssit. Tämän jälkeen voidaan hahmotella erilaisia ideoita, joista luodaan tuotteelle sisältö. Järkevintä on kerätä ideoita, joista voidaan muokata erilaisia tuotepaketteja. (Komppula & Boxberg 2002, 99–102.)

Hotelli Mesikämmenen tärkein asiakassegmentti on lapsiperheet, joille ei tällä hetkellä ole säännöllisesti tarjolla ohjelmapalveluja. Jotta hotelli pysyisi kilpailukykyisenä, tulee perheille suunnattuja palveluja kuitenkin kehittää. Pelkkä majoitus ilman laadukkaita lisä- ja tukipalveluja ei enää riitä. Lapsille suunnatuille ohjelmapalveluille on hotelli Mesikämmenessä kysyntää, ja siihen pyrittiin hiihtolomaohjelmien avulla vastaamaan. Palvelukonseptin kehittämisessä rajasimme ohjelmapalvelujen kohderyhmäksi 3–12 -vuotiaat lapset, koska sen ikäryhmän lapsia hotellin asiakkaina on eniten. Viikko-ohjelmaan suunniteltiin sitten kohderyhmälle sopivia, monipuolisia ja luonteeltaan aktiivisia ohjelmia. Lapsille on tärkeää, että he pääsevät itse osallistumaan aktiivisesti toimintaan. Otimme huomioon myös käytettävissä olevat talouteen sekä ympäristöön liittyvät resurssit, joiden puitteissa suunnittelutyötä tehtiin.

4.2.2 Palveluprosessin kehittäminen

Palveluprosessin kuvaus sisältää matkailutuotteen kuvauksen. Tuotekuvauksen on hyvä olla mahdollisimman tarkka ja yksityiskohtainen, sekä kattaa koko prosessi alusta loppuun. Tarkka dokumentointi auttaa selvittämään mahdolliset ongelmakohdat palvelun toteuttamisessa sekä auttaa pitämään palvelun laatutason samana kaikille asiakkaille. (Verhelä & Lackman 2003, 78–79.)
Palveluketjut muodostuvat erilaisista toiminnoista, jotka linkittyvät toisiinsa.

Kaikista toiminnoista voi rakentaa yrityksen käyttöön palvelun blueprint-kaavion. Siinä kuvataan kaikki ne kohdat, joissa asiakas on tekemisissä palveluorganisaation kanssa, sekä asiakaspalveluun ja taustatehtäviin liittyvät toiminnot. Palveluprosessin kaaviossa näkyy siis asiakkaan toiminta sekä kaikki palvelun tuottamiseen asiakkaalle näkyvät ja näkymättömät vaiheet. Koko tuotteen kaikki prosessit voidaan asettaa samaan kaavioon siten, että siitä käy ilmi eri vaiheiden linkittyminen toisiinsa. Lisäksi vaiheista voi laatia omat kaavionsa, joiden avulla tuotteen toteuttamista voidaan säätää yksityiskohtaisesti. Asiakkaalle tuote voidaan kuvata esimerkiksi esitteessä tai tarjouksessa. Yrityksen sisällä kuvaus sisältää koko toimintoketjun kuvauksen. (Komppula & Boxberg 2002, 103–105.)

Sen jälkeen kun tuotteen prototyyppi on valmis, tulee sitä testata esimerkiksi oman henkilökunnan voimin ennen markkinointia asiakkaille. Testauksessa voidaan saada selville tuotteessa mahdollisesti olevia ongelmia ja riskejä. Testaus on tarpeen erityisesti silloin, kun kyseessä on kokonaan uusi tuote tai yritysten yhteistyönä toteuttama tuote. (Mts. 108.)

Tuotekehitysprosessissa tärkeää on myös tuotteen taloudellinen analyysi. Hyvä matkailutuote on taloudellisesti kannattava ja pitkäikäinen. Tuotekehitysvaiheessa yritykseltä kuluu resursseja tuotteeseen, ja kaikki kustannukset pitäisi ottaa huomioon myös tuotetta hinnoiteltaessa. Sen jälkeen kun palveluprosessi on kuvattu ja testattu, laaditaan asiakkaalle näkyvä tuotteen kuvaus. Tämä on yleensä tuote-esite tai tarjous, jotka ovat usein erilaiset jakelijalle ja loppukäyttäjälle. (Mts. 110–111.)

Ohjelmien suunnittelussa mietimme tarkasti ohjelmien kulkua sekä mahdollisia ongelmia. Asiakkaat pääsivät tutustumaan ohjelmiin ennakkoon Hotelli Mesikämmenen internet-sivuilla, missä oli esillä viikko-ohjelmat molemmille hiihtolomaviikoille. Viikko-ohjelmassa on kerrottu lyhyesti kunkin ohjelman sisältö. Asiakkaiden nähtävissä olevaan ohjelmaan ei laitettu yksityiskohtaisia kuvia ohjelmista, jotta meillä olisi liikkumavaraa niiden toteutuksessa. Kun ohjelmat olivat valmiit, testasimme niitä ja niiden toimivuutta itse niiltä osin kuin se oli mahdollista. Lisäksi käytimme suunnittelussa ja ohjelmien arvioinnissa apuna omia kokemuksiamme.

Kaikki hiihtolomaviikkojen ohjelmat olivat asiakkaille ilmaisia, ainoastaan muutamien ohjelmien ruokailut olivat maksullisia. Hotelli Mesikämmen halusi, että ohjelmat ovat maksuttomia niiden kokeiluluonteesta vuoksi. Ohjelmat toimivat samalla apuna hotellin markkinointityössä. Hotellin toimitusjohtaja Veli-Matti Rantasen mukaan suurin osa ohjelmatuotannosta on tulevaisuudessakin osa markkinointipanosta, eli sisältyy ajankohdan huone/pakettihintaan. Ainoastaan joistakin erillisohjelmista asiakkaat tulevat maksamaan erikseen. Koska ohjelmat olivat tällä kertaa asiakkaille maksuttomia, emme ole myöskään työsämme käsitelleet budjetointia.

4.2.3 Markkinatestausta

Matkailutuotteen ollessa valmis, testataan tuote markkinoilla. Tuotteen testaaminen voidaan jakaa tuotteen esittelyyn potentiaalisille asiakkaille sekä tuotteen konkreettiseen testaamiseen. Markkinatestausta ensimmäisessä vaiheessa voidaan ottaa vielä huomioon mahdolliset parannusehdotukset. Toisaalta testaus voi toimia myös tuotteen markkinointina. Kun tuotteen testaajina ovat ulkoiset kohderyhmät, tulee tuotteen olla kuitenkin jo lopullisessa muodossaan testaustilanteessa. Jos tuotteessa on suuria puutteita testausvaiheessa, voi se koitua haitaksi markkinoinnissa. Jotta markkinatestausta olisi mahdollisimman luotettavaa ja hedelmällistä, tulee testaus tehdä niin, että tilanne vastaa tuotteen normaalia toteuttamistilannetta. (Komppula & Boxberg 2002, 112–114.)

Hiihtolomaohjelmien toteutusvaihe oli juuri tuotteiden markkinatestausta. Olimme suunnitelleet ohjelmat, joiden toimivuutta testasimme käytännössä. Samalla kartoitettiin ohjelmien todellista kysyntää ja menekkiä hotellin asiakkaiden keskuudessa. Hotelli sai tästä kokeilusta arvokasta tietoa siitä, mihin asioihin kannattaa panostaa tulevaisuudessa. Osaltaan tämä vaihe toimi myös markkinointina, ja mahdollisesti samat asiakkaat tulevat asiakkaiksi myös uudestaan.

4.2.4 Kaupallistaminen ja jälkiarviointi

Uuden tuotteen kehitysprosessin viimeisenä vaiheena on tuotteen kaupallistaminen eli lanseeraaminen kohderyhmille. Tämä vaihe vaatii usein suuria markkinointiponnisteluja, jotta tuote saadaan kohderyhmän tietoisuuteen. (Komppula & Boxberg 2002, 114.) Tuotteesta laaditaan markkinointimateriaalit, joiden avulla se esitellään asiakkaille. Kanavina voivat olla perinteiset painotuotteet sekä sähköiset kanavat. Monelle yrittäjälle voi olla järkevää verkostoitua muiden yrittäjien kanssa ja käyttää yhteismainontaa parhaiden markkinointitulosten saavuttamiseksi. (Verhelä & Lackman 2003, 84.)

Tuotekehitysprosessissa on tärkeää seurata tuotteiden menestystä ja tehdä jatkuvaa kehitystyötä. Asiakkailta saatavan palautteen avulla tuotteita pystytään kehittämään asiakkaiden haluamaan suuntaan ja erityisesti tuotteessa olevat puutteet on helppo havaita palautteen kautta. Lisäksi asiakkaiden reaktioiden havainnointi tuotteen toteuttamisen aikana on tärkeää. Yrittäjän tulee suhtautua palautteeseen vakavasti ja olla valmis muuttamaan ja korjaamaan tuotetta jos siihen on aihetta. (Mts. 85.)

Hiihtolomaviikkojen ohjelmat olivat ennakkoon asiakkaiden nähtävänä hotelli Mesikämmenen Internet-sivuilla. Muita markkinointitoimenpiteitä ohjelmien tiimoilta ei tehty. Tuotteiden menestymistä oli helppo seurata osallistujamäärien ja asiakaspalautteiden kautta. Lapset ja myös heidän vanhempansa kommentoivat ohjelmia niiden toteuttamisen aikana, ja asiakkaiden tarkkailu antoi paljon viitteitä ohjelmien onnistumisesta. Lisäksi lapsiperheasiakkaiden täyttämät asiakastytyväisyyskyselyt kertoivat heidän mielipiteistään.

4.3 Matkailutuotteen laatu

Matkailutuote on asiakkaan subjektiiviseen arviointiin perustuva kokemus, jolla on tietty hinta ja joka syntyy prosessissa, jossa asiakas hyödyntää palvelun tarjoajien palveluja osallistumalla itse palvelun tuotantoprosessiin (Komppula & Boxberg 2002, 92).

Matkailutuotteista puhuttaessa on tärkeää muistaa, että ne ovat palveluita. Ne ovat siis aineettomia ja ne kulutetaan samanaikaisesti kuin tuotetaan. Palveluun voi liittyä aineellisia osia kuten ruoka tai matkamauistot. Tuotteen aineettomuuden takia sitä ei voi varastoida, eikä myöskään epäonnistunutta palvelua voi palauttaa. Matkailutuote on yleensä kokonaisuus, johon liittyy asiakkaan henkilökohtainen kokemus sekä vuorovaikutus palvelun tuottajan kanssa. (Mts. 10–12.)

Laadukas matkailutuote on yksi matkailuyrityksen tuotekehityksen tavoitteista ja laadun mittaaminen on oleellista yrityksen toiminnan kannalta. Myytävissä palvelussa on kolme laatu-ulottuvuutta, tekninen laatu, toiminnallinen laatu sekä vuorovaikutuslaatu. Kulutustavarakaupassa on totuttu käyttämään kahta ulottuvuutta eli teknistä ja toiminnallista laatua, mutta matkailupalveluista puhuttaessa huomioon pitää ottaa myös ihmisten väliseen kanssakäymiseen liittyvä vuorovaikutuslaatu. (Verhelä & Lackman 2003, 41.)

Tekninen eli lopputuloslaatu viittaa siihen mitä asiakas saa ja toiminnallinen eli prosessilaatu siihen, miten asiakas sen saa (Komppula & Boxberg 2002, 42–43). Tekniseen laatuun ohjelmapalveluissa kuuluvat käytettäviin välineisiin ja koneisiin sekä erilaisiin teknisiin asioihin liittyvät tekijät. Tekniseen laatuun vaikuttavat myös muun muassa palvelun toimintaympäristö, rakennelmat, rakennukset ja maisemat. Tapahtuman tekninen toteuttaminen ja palveluprosessin lopputulos korostuvat teknisessä laadussa. (Verhelä & Lackman 2003, 41.)

Toiminnalliseen laatuun kuuluvat tekijät, jotka liittyvät siihen miten asiakas kokee tuotanto- ja kulutusprosessin. Toiminnallinen laatu näkyy muun muassa yrityksen palvelukulttuurissa, vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa ja esimerkiksi palveluhenkilöstön ammattitaidossa. Toiminnalliseen laatuun kuuluu tekijöitä joita asiakas ei varsinaisesti näe mutta jotka tulevat esiin asiakkaan käyttäessä palvelua. (Komppula & Boxberg 2002, 42–43.)

Matkailutuotetta tarkasteltaessa laadun ulottuvuuksiin kuuluu siis aina myös vuorovaikutuslaatu. Tämä kokonaislaadun osa-alue on useimmiten tärkein laadun osa ja usein se on myös vaikein sekä helpoiten epäonnistuva osa. Vuorovaikutuslaatuun kuuluu asiakkaan ja palveluhenkilöstön vuorovaikutusti-

lanteessa esiin tulevat tekijät, jotka suuressa määrin liittyvät henkilöstön ominaisuuksiin, muun muassa asiakaspalvelijan palvelualltius, käytöstavat ja ulkoinen olemus. Vuorovaikutuslaatu riippuu siitä, millaista palveluhenkilöstön palvelualltius on. Ensisijaisesti vuorovaikutuslaatuun vaikuttaa kunkin asiakaspalvelijan henkilökohtaiset ominaisuudet. Vuorovaikutuslaatuun vaikuttaa kuitenkin yhtä paljon yrityksen tapa toimia ja kannustaa henkilöstöään hyvin suoritukseen. (Mts. 42.)

Jokaisella yrityksellä pitäisi olla jokaista palvelua varten toimintaohjeistus, jonka mukaan palvelut olisivat toistettavissa samanlaisina. Pelkillä toimintaohjeilla vuorovaikutus ei kuitenkaan synny, vaan sen syntyyn tarvitaan henkilökunnan omaa panostusta. Palvelun onnistumisessa auttaa se, että asiakaspalvelija tunnistaa asiakkaan tarpeet ja osaa reagoida niihin parhaalla mahdollisella tavalla. Hyvin tärkeää olisi saada oikea kontakti ja tuntuma asiakkaaseen. (Verhelä & Lackman 2003, 42–43.)

Kokonaislaatu on näiden teknisen laadun, toiminnallisen laadun ja vuorovaikutuslaadun summa, joka voi olla korkeintaan niin hyvä kuin huonoimman osan laatu. Laadukkaassa matkailutuotteessa kaikkien kolmen osan on oltava tasapainossa ja hallinnassa. (Mts. 41.)

Asiakkaan odotuksilla on ratkaiseva osa heidän laatukokemukseensa. Yrityksen pitää siis pystyä täyttämään odotukset, joita on asiakkaalle esimerkiksi markkinointiviestinnällä luonut. Asiakas vertaa aiempia odotuksiaan toteutuneeseen palveluun. Jos asiakkaan kokemukset vastaavat mielikuvaa, on asiakas tyytyväinen, jos kokemukset eivät vastaa odotuksia, on asiakas tyytymätön. Ylittyneet odotukset tuottavat tyytyväisen asiakkaan, joka seuraavalla kerralla odottaa entistä parempaa kokemusta. Yksittäiset palvelutilanteet vaikuttavat siihen, kuinka tyytyväinen asiakas on palveluyrityksen toimintaan kokonaisuutena. Asiakas voi olla tyytymätön yhteen palvelutapahtumaan, mutta hän voi silti olla tyytyväinen kokonaisuuteen. (Komppula & Boxberg 2002, 43–48.)

On tärkeää ymmärtää, että pelkkä asiakkaan tyytyväisyys palvelun laatuun ei riitä, vaan asiakkaan tavoitteena on saada hyötyä palvelusta. Asiakkaan saama lisäarvo on tuotteen tuottamisen käytettyjen panostusten ja tuotteen hyö-

dyn summa. Asiakas voi olla tyytyväinen palveluun, muttei koskaan palaa takaisin, koska ei ole kokenut lisäarvoa esimerkiksi verrattuna johonkin muuhun tuotteeseen. On muistettava, että matkailupalvelujen markkinoilla menestyvät pitkällä tähtäimellä ainoastaan laadukkaat tuotteet. (Mts. 43–48.)

Hotelli Mesikämmenen palvelukulttuuri on hyvin kehittynyt. Asiakkaita kohdellaan massan sijaan yksilöinä ja asiakkaasta palvellaan parhaan mukaan tilanteessa kuin tilanteessa. Ilmapiiiri on maanläheinen sekä iloinen ja ystävällinen. Työntekijät ovat ystävällisiä asiakkaita sekä toisiaan kohtaan ja se heijastuu asiakaspalveluun. Asiakas näkee hyvin hoidetun ympäristön ja asianmukaiset asiakaspalvelijat, hän kokee miten häntä palvellaan ystävällisesti ja kuulee esimerkiksi sen miten työntekijät keskustelevat keskenään toisiaan kunnioitten. Palvelukulttuuriin kuuluu myös toimiminen ekologisesti ja sosiaalisesti. (Suojansalo 2006.)

5 SUUNNITTELU - PULPETISTA PEIKKOTYÖKSI

Suunnittelun käynnistyminen

Opinnäytetyön suunnittelu alkoi syksyllä 2006. Halusimme tehdä toiminnallisen työn, ja mietimme erilaisia vaihtoehtoja työn toteuttamiseksi. Lokakuussa saimme idean hiihtolomaohjelmien suunnittelusta lapsille. Päätimme tarjota ideaa ensin Hotelli Mesikämmeneen, koska se oli meille jo entuudestaan tuttu paikka. Tiesimme myös, että Hotelli Mesikämmenessä olisi todennäköisesti tarvetta tällaiselle työlle. Hotelli Mesikämmenessä oltiin heti kiinnostuneita projektista, ja lopullisesti työn toteutuminen ja tarkka ajankohta varmistuivat marraskuun aikana. Ohjelmien lisäksi ajattelimme laatia myös asiakastyytyväisyyskyselyn, joka toteutettaisiin viikkojen kahdeksan ja yhdeksän aikana. Kyselyssä käsiteltäisiin hotellin toimintojen eri osa-alueita lapsiperheiden näkökulmasta. Hotelli Mesikämmenessä oltiin kiinnostuneita myös kyselyn toteuttamisesta.

Suunnittelu lähti käyntiin yhteisellä ideariihellä. Mietimme erilaisia ohjelma- vaihtoehtoja ja merkitsimme ideoita ylös. Joulukuun alussa kävimme Mesikämmenessä keskustelemassa ideoista ravintolapäällikkö Outi Suojansalon

kanssa. Samalla hän kertoi toiveista, joita hotellilla oli ohjelmien suhteen. Saimme Suojansalolta melko vapaat kädet sekä ohjelmien että budjetin suhteen. Suojansalo ehdotti viikko-ohjelmaan eläinpuistoretkeä ja vesidiskoja. Lisäksi hän lupasi käyttöömmekä kaikki tarvitsemamme tilat, kunhan vain varaisimme ne etukäteen. Tutustuimme hotellin tiloihin ja ympäristöön, jotta voisimme hahmottaa ohjelmien toteutuksen käytännössä. Tämän jälkeen ryhmämme jäsenet miettivät ja kehittivät tahoillaan ohjelmaideoita eteenpäin.

Viikko-ohjelmien muotoutuminen

Hotelli Mesikämmissä ei ole aikaisemmin ollut järjestelmällistä ohjelmatarjontaa lapsille. Aikaisemmin lapsille on järjestetty pienimuotoista toimintaa joulun hiihtoloma-aikaan. Lapsille on aamupalan yhteydessä ollut puuhanurkkaus, ja pienimuotoista päiväohjelmaa on myös järjestetty. Ravintolapäällikkö Outi Suojansalon mukaan varsinkin iltaohjelman puuttuminen on ollut ongelmana.

Tammikuun alussa kokoonnuimme ja kävimme kaikkien ideat yhdessä läpi. Ideoita oli runsaasti ja niitä oli monenlaisia. Niiden pohjalta aloimme muokata viikko-ohjelmaa yhdessä. Valitsimme viikko-ohjelmaan selkeitä, toimivia, monipuolisia, hotellin imagoon sopivia, kustannuksiltaan edullisia ja mahdollisimman monille lapsille sopivia ohjelmia. Mielestämme oli tärkeää, että mukana on perinteisiä ohjelmia, kuten askartelu ja disko. Halusimme valita ohjelmia, joihin on helppo lähteä mukaan. Lisäksi halusimme ohjelmia, joissa lapsi on aktiivinen osallistuja, ja ainoastaan leffailta oli passiivista toimintaa. Otimme suunnittelussa huomioon luonnollisesti lapsen fyysisen ja sosiaalisen kehityksen sekä eri-ikäisten lasten toimintavalmiudet. Viikko-ohjelmaehdotuksen lähetimme Outi Suojansalolle 8.1.2007. Tämän jälkeen kävimme myös Hotelli Mesikämmissä keskustelemassa ohjelmista. Ohjelmaan oltiin tyytyväisiä ja saimme siitä runsaasti positiivista palautetta. Vierailun yhteydessä varasimme käyttöömmekä hotellin tiloja sekä kartoitimme hotellilla olevia varusteita ja tarvikkeita.

Hiihtolomaohjelmien suunnittelussa haasteellista oli se, ettei asiakasmääristä ollut tarkkaa tietoa etukäteen. Monet asiakkaat tekevät varauksen vasta hyvin lähellä matkan ajankohtaa. Tästä syystä pyrimme suunnittelemaan ohjelmia, jotka pystytään järjestämään sekä suurilla että pienillä osallistujamäärillä. Lisäksi asiakkaiden viipymäajoissa on selviä eroja viikkojen kahdeksan ja yh-

deksän välillä. Viikolla 8 on yleistä, että asiakkaat viipyvät hotellissa useita päiviä ja he ehtivät osallistumaan ohjelmiinkin aktiivisemmin. Viikolla 9 puolestaan viipymääjat ovat lyhyempiä, usein vain yksi vuorokausi. Tällöin hotellissa vietetty aika on niin lyhyt, ettei ohjelmiin osallistumiseen jää aikaa. (Suojansalo 2006.)

Suunnittelimme sellaisia ohjelmia, joihin pystyisivät osallistumaan mahdollisimman monenikäiset lapset. Etukäteen ei ollut tiedossa lasten ikäjakaumaa, joten pyrimme varmistamaan, että osallistujia tulisi tarpeeksi ja ohjelmat toteutuisivat. Suunnittelutyön alussa ajattelimme järjestää eri-ikäisille lapsille eri ohjelmia, kuten esimerkiksi Holiday Club Katinkullassa on tehty. Holiday Club Katinkullassa on kolme eri ryhmää: alle 5 -vuotiaat, 5–9 -vuotiaat sekä yli 9 -vuotiaat. Tarkoituksenamme oli järjestää omat ohjelmat alle 10 -vuotiaille sekä yli 10 -vuotiaille. Hotelli Mesikämmen on kuitenkin ensisijaisesti perhekohde, johon tullaan lasten ollessa pieniä. Teini-ikäisiä ei juuri asiakkaina ole. Ohjelmien kohderyhmäksi valittiin siis lopulta 3–12 -vuotiaat lapset. Mielestämme oli tärkeää, että saman perheen eri-ikäiset lapset voisivat osallistua ohjelmiin yhdessä.

Ohjelmia suunnitellessa otimme huomioon hotellin imagon. Hotellihan on nimenomaan luonnonläheinen perhehotelli, ja sitä halusimme korostaa myös ohjelmissa. Mesikämmenessä ei ole aikaisemmin ollut kovin järjestelmällistä ohjelmatarjontaa, joten ei olisi ollut aiheellista suunnitella mitään kovin erikoisia ohjelmia. Kuten aiemmin olemme maininneet, opinnäytetyömme on kokeilu, jolla pyritään selvittämään kysyntää tällaisille palveluille Mesikämmenessä. Siitä syystä ohjelmat olivat asiakkaille ilmaisia. Toiminnan jatkuvuudesta ei ole takeita, minkä takia ei ollut järkevää hankkia suurta määrää erilaisia tarvikkeita ja välineitä. Halusimme ohjelmien olevan myös sellaisia, joita Mesikämmenessä pystytään hyödyntämään tulevaisuudessa.

Suunnittelun alkuvaiheessa päätimme tietyistä teemoista, joita tulisimme käyttämään ohjelmissa. Lapsille erilaiset satuhahmot ovat mieleisiä ja tuovat lisäelämyksiä koko perheelle. Ensimmäinen tärkeä hahmo oli hotellin maskotti Santeri-karhu, jota pyrimme hyödyntämään mahdollisimman tehokkaasti. Santeri esiintyikin lopulta joka aamu oman aamuvenyttelynsä merkeissä. Lisäksi ideoimme ohjelmien tukikohdaksi Santerin luolan, joka sijoittui yhteen hotellin

kokoustoiloista. Kallioseinäisestä kabinetista oli tarkoitus tehdä satumaailmaan sopiva luola, jossa Santeri-karhu voisi vaikka asua. Santeri-karhun lisäksi kehitimme peikkohahmot Titan, Tytin ja Tyynen, jotka tulisivat esiintymään eri ohjelmissa. Peikot sopivat hyvin hotellin luonnonläheiseen imagoon ja ilmeeseen. Peikkojen puvut suunnittelimme ja valmistimme itse.

Lasten viikko-ohjelmat olivat asiakkaiden nähtävissä Mesikämmenen Internet-sivuilla 22.1.2007. (Liitteet 1 ja 2) Viikko-ohjelma valmistui jo tammikuun alussa, mutta ohjelmien sisältöjä ei vielä mietitty täysin loppuun asti siinä vaiheessa. Sisältöjä ja yksityiskohtia hiottiin ja suunniteltiin aina hiihtolomaviikoille asti. Lisäksi laadimme palveluprosessin kaavion (Liite 3) yhden päivän aamuohjelmasta sekä luontoretkestä. Kaaviossa näkyvät sekä asiakkaan toiminta että palveluntuottajan toiminta. Osin ohjelmat muokkautuivat vielä toteutusvaiheessakin esimerkiksi osallistujamäärien ja sään takia. Suunnittelimme jo etukäteen erilaisia varaohjelmia ja vaihtoehtoja, joita käytettäisiin tarvittaessa. Ohjelmien kuvaukset viikko-ohjelmassa eivät olleet kovin yksityiskohtaisia, mikä antoi meille tilaa tehdä muutoksia tarvittaessa ilman, että se näkyisi asiakkaille. Oli odotettavissa, että esimerkiksi sääolojen tai teknisten ongelmien takia ohjelmia saatettaisiin joutua muokkaamaan toteutusvaiheessa.

Suunnittelussa lähdettiin liikkeelle siitä, että ohjelmaa olisi tasaisesti pitkin päivää. Aamuohjelmassa ideana oli, että lapset voisivat käydä aamiaisen lomassa leikkimässä ja piirtelemässä leikkinurkkauksessa, joka oli ravintolasalissa. Aamuisin kaikki keskittyvät aamiaisen syömiseen, eikä aamuihin siksi ollut järkevää laittaa muuta ohjattua toimintaa kuin Santeri-karhun aamuvenyttely. Leikkinurkassa olisivat kuitenkin joka aamu ohjaajat paikalla lapsia jututtamassa ja valvomassa.

Päiväohjelmassa ongelmana oli se, että suurin osa asiakkaista ei ole hotellilla päiväsaikaan. Päiväohjelma oli kuitenkin tärkeä osa viikko-ohjelmaa, jotta asiakkaille muodostuisi kuva hotellin tarjoamista mahdollisuuksista. Lisäksi otimme huomioon jo ennakkoon tiedossa olevat hiljaiset päivät eli vaihtopäivät maanantain ja sunnuntain. Näiltä päiviltä jätimme päiväohjelman kokonaan pois. Lisäksi sunnuntaina ei ollut myöskään iltahjelmaa. Päiväohjelmiksi valitsimme muun muassa ulkoilua, askartelua, luontoretken ja eläinpuistoretken.

Nämä kaikki ohjelmat olivat sellaisia, joihin voisivat osallistua monenikäiset lapset.

Suurin painotus ohjelmissa oli iltaohjelmissa. Ravintolapäällikkö Outi Suojansalon mukaan asiakkaat olivat toivoneet iltoihin ohjelmaa. Iltaohjelmiksi valitsimme muun muassa diskon, askartelua, aarrejahdin, leffaillan ja leikkituokion. Lisäksi yhtenä iltana viikossa hotellin kylpylässä oli tunnelmallinen uintihetki kynttilänvalossa. Alun perin Outi Suojansalo ehdotti kylpylässä pidettäväksi vesidiskoa, mutta luovuin siitä, koska sen järjestäminen ei ollut teknisesti mahdollista.

Suunnittelimme viikko-ohjelmaan myös lapsiparkin, joka olisi auki kahtena päivänä viikossa. Sinne vanhemmat voisivat tuoda lapsensa valvottuun hoitoon esimerkiksi ostosretken ajaksi. Halusimme lapsiparkilla tarjota vanhemmille mahdollisuuden hetkeen omaa aikaa. Lapsiparkki laitettiin viikko-ohjelmaan tiistai- ja perjantai- viikolla 8 ja keskiviikoksi ja lauantai- viikolla 9. Otimme yhteyttä myös Mannerheimin lastensuojeluliittoon, josta pyysimme lastenhoitajien yhteystietoja jaettavaksi hotellin asukkaille. Tällä tavoin vanhemmat voisivat saada lastenhoitajan huoneeseen esimerkiksi ilta-aikaan.

Alun perin suunnittelimme järjestävämme isomman tapahtuman lauantaille 24.2. Tapahtumassa olisi ollut hevosajelua, pulkkamäki, makkaranpaistoa, ongintaa, kasvomaalauksia, lumenvaivastoa ja niin edelleen. Otimme yhteyttä paikalliseen 4H-kerhoon, josta olisimme saaneet talkooväkeä, ja kyselimme hevosajelun mahdollisuutta useilta paikallisilta toimijoilta. Hevosajelun järjestäminen osoittautui kuitenkin mahdottomaksi, koska yksikään taho ei pystynyt tulemaan paikalle. Tämän lisäksi myös 4H joutui perumaan jo sovitun osallistumisensa. Lopulta päätimme järjestää Hiihtoloman Peuhajaiset vain hotellin asukkaille hotellin omissa tiloissa. Järjestäisimme tapahtuman siinä muodossa, että pystyimme itse hoitamaan kaikki järjestelyt.

Suunnitteluun ja ennakoivalmisteluihin meni paljon aikaa ja energiaa ja työn määrä oli meillekin yllätys. Hankimme itse lähes kaikki tarvitsemamme välineet ja rekvisiitan ohjelmiin. Vaikka meillä ei ollutkaan tarkkaa budjettia, pyrimme luonnollisesti mahdollisimman pieniin kustannuksiin (Liite 4). Mietimme tarkasti mitä kaikkea tarvitsee hankkia, ja teimme hintavertailuja ennen han-

kintojen tekemistä. Kustannusten rajoittamiseksi käytimme jonkin verran esimerkiksi omia ja myös ystäviemme sisustustarvikkeita ja leluja. Käytimme paljon myös luonnonmateriaaleja esimerkiksi Santerin luolan rekvisiittana.

Emme ole aikaisemmin suunnitelleet ja järjestäneet näin laajaa ohjelmakokonaisuutta ja ehkä osittain juuri siksi pyrimme ottamaan huomioon kaikki mahdolliset, ja jopa mahdottomatkin asiat. Lisäksi laadimme turvallisuussuunnitelman (Liite 5), jossa kävimme läpi erilaisia riskejä, joita ohjelmissa saattaisi esiintyä. Varmistimme myös, että kaikki vaadittavan vakuutukset olivat kunnossa. Aikaa kului paljon jopa liialliseen täydellisyyden tavoitteluun ja vaihtoehtojen kehittelyyn. Olimme kuitenkin tyytyväisiä valmiisiin viikko-ohjelmiin, ja odotimme innolla pääsevämme kokeilemaan niitä käytännössä.

6 TOTEUTUS - PEIKKOMAISTA PUUHASTELUA

6.1 Toteutuksen kulku

Olemme käsitelleet toteutusvaihetta tarkemmin päiväkirjassa (Liite 6). Seuraavassa käsittelemme lyhyesti hiihtolomaviikkojen tapahtumat. Opinnäytetyön toteutusvaihe alkoi lauantaina 17.2. esivalmisteluilla Hotelli Mesikämmenessä. Ensimmäisenä laitoimme kuntoon yhden hotellin kokoustiloista, Kaisan kabinetin, joka oli tukikohtamme koko kaksi viikkoa. Kabinetista tuli rekvisiitan avulla Santerin luola, jossa osa ohjelmista järjestettiin. Lauantain ja sunnuntain aikana järjesteltävää oli melko paljon, minkä lisäksi kävimme tutustumassa eläinpuistoon sekä suunnittelimme luontoretken reitin. Lisäksi kopioimme viikko-ohjelmia, palautelomakkeita ja muuta materiaalia.

Viikko 8

Varsinainen viikko-ohjelma käynnistyi maanantaina 19.2. Maanantaina päivällä oli aikaa valmistella tulevia ohjelmia, koska päiväohjelmaa ei ollut. Iltaohjelmiana oli askartelua peikkotyttöjen kanssa. Ohjelmaan osallistui kaikkiaan noin 15 lasta, mikä oli meille positiivinen yllätys. Illalla askartelun jälkeen oh-

jelmassa oli vielä lasten karaoke ravintolasalissa. Karaoke ei ollut meidän järjestämämme ohjelma, mutta olimme kuitenkin siinä mukana.

Viikon aikana oli kovat pakkaset, minkä takia jouduimme perumaan tai siirtämään osan ulkona tapahtuvista ohjelmista. Keskiviikon luontoretki kuitenkin toteutui, ja siihen osallistui neljä lasta. Retkelle osallistuvista lapsista nuorin oli 5-vuotias ja vanhin 12-vuotias. Retken sisältö oli sellainen, että se sopi monikäisille. Retki kulki hotellin läheisyydessä reitin, jonka varrella oli erilaisia luontoon ja eläimiin liittyviä kysymyksiä ja tehtäviä. Retken lopuksi pelailtiin ja leikittiin yhdessä hetki sekä syötiin eväät hotellin takana olevalla nuotiopaikalla.

Keskiviikkoiltana oli ohjelmassa lasten disko, joka pidettiin yhdessä hotellin kokoustilassa. Koristelimme tilan ilmapalloilla ja foliotähdillä ja lisäksi diskovallot loivat tunnelmaa. Pidimme diskossa myös buffetia, jossa oli myynnissä karkkia, limsaa ja sipsiä. Lisäksi teimme kasvomaalauksia ja järjestimme tanssikilpailun, jonka tuomareina peikkotyötöet toimivat. Diskossa kävi illan aikana noin 25 lasta ja heidän vanhempiaan. Huomasimme kuitenkin, että olimme varanneet diskolle liian pitkän ajan. Kaksi tuntia olisi ollut sopiva aika kolmen tunnin sijaan. Viimeisen tunnin aikana asiakkaita ei enää juuri käynyt.

Torstaina ohjelmassa ollut eläinpuistoretki piti perua kovan pakkasen takia, samoin kuin illan aarrejahti, joka siirrettiin seuraavaan iltaan. Torstai-iltana pidimme sisällä pelituokion, johon tuli lopulta vain yksi lapsi. Onneksi tämä ainoa osallistuja oli hyvin reipas ja ohjelma menikin mukavasti. Kaikilla oli hauskaa, niin lapsella kuin ohjaajillakin.

Perjantaina oli vuorossa lapsiparkki, ja päiväohjelmana oli askartelua peikkotyttöjen kanssa. Lapsiparkissa kävi jonkin verran lapsia aamupäivän aikana, mutta iltapäivällä oli hyvin hiljaista. Illalla ohjelmassa oli aarrejahti, joka päätettiin pitää sisällä. Aarrehahdin pitivät peikkotyötöet ja siihen osallistui kuusi lasta. Lapset olivat iältään 4–9 -vuotiaita. Aarrehahdissa ideana oli etsiä aarretta hotellin tiloista vihjeiden avulla. Jahdin aikana kierrettiin rasteja, joilla tehtiin erilaisia tehtäviä. Lopussa lapset saivat palkinnoksi avaimenperät ja diplomit.

Lauantaina ohjelmassa oli Hiihtoloman Peuhajaiset, jotka järjestettiin hotellin tiloissa. Peuhajaisissa oli temppurata, pomppulinna, buffet ja kasvomaalausta. Lisäksi Santeri-karhu vieraili päivän aikana. Santerin luola oli myös auki ja peikkotyöt olivat mukana koko päivän. Peuhajaiset olivat hyvin pienimuotoiset alkuperäiseen suunnitelmaan verrattuna. Päivän aikana lapsia kävi paikalla noin 20 sekä lisäksi heidän vanhempiaan. Illalla oli vielä leffailta, johon osallistui noin kahdeksan henkilöä.

Viikko 9

Maanantaina ei ollut päiväohjelmaa, iltaohjelmana oli askartelua peikkotyttöjen kanssa. Lisäksi lisäsimme illalle vielä diskon, koska hotellissa olisi paljon lapsia. Askartelu oli jälleen suosittu ohjelma, tällä kertaa myös vanhempia oli lasten mukana jonkin verran. Diskossa sen sijaan oli melko hiljaista. Illalla oli vielä lasten karaoke, jossa peikot olivat jälleen mukana. Ihmettelimme hieman osallistujien vähyyttä, ottaen huomioon sen, että hotellissa oli reilusti yli 100 lasta maanantai-iltana. Tiistain päiväohjelma luontoretki ei toteutunut, koska siihen ei tullut yhtään osallistujaa. Illalla kylpylässä oli uintihetki kynttilänvalossa.

Keskiviikkona Santerin luolassa oli lapsiparkki, missä kävi jälleen aamupäivällä jonkin verran lapsia leikkimässä. Päiväohjelmana oli askartelua peikkotyttöjen kanssa, ja siihen osallistui kolme lasta. Iltaohjelmana oli aarrejahti, joka pystyttiin tällä kertaa toteuttamaan ulkona. Ideana oli kulkea hotellin läheisyydessä aarretta etsimässä. Matkan varrella oli erilaisia tehtäviä, jotka piti suorittaa. Lopuksi osallistujat saivat vielä avaimenperät ja diplomit. Aarrejahtiin osallistui yhdeksän lasta sekä kolme aikuista. Lapset olivat iältään 5–11 -vuotiaita. Kaikki osallistujat olivat tyytyväisiä ja ohjelma meni muutenkin hyvin jännityksestä huolimatta.

Torstaina päiväohjelma eli eläinpuistoretki toteutui, ja siihen osallistui kuusi henkilöä. Mukana oli yksi perhe sekä kaksi lomamökkien asukasta. Illalla oli vielä disko, jossa ei tälläkään kertaa käynyt kovin paljon asiakkaita. Hotellissa oli asukkaita kuitenkin paljon, joten ihmettelimme vaisua osallistumista ohjelmaamme. Perjantaina päiväohjelmana oli lasten lomaolympialaiset, jotka eivät toteutuneet osallistujien puutteen takia. Osa olympialaisten lajeista toteu-

tettiin kuitenkin iltaohjelmassa, joka oli pelailu ja leikkituokio. Siihen osallistui lapsia kaikkiaan kahdeksan.

Lauantaina oli vuorossa lapsiparkki, jossa oli noin kymmenen lasta aamupäivän aikana. Päiväohjelmana oli ulkoilua, johon osallistui yksi lapsi. Sunnuntaina oli enää aamulla Santerin aamuvenyttely, jonka jälkeen ohjelmat olivat ohitse. Tämän jälkeen pääsimme analysoimaan kokemusta sekä ohjelmien onnistumista.

6.2 Onnistumisen arviointia sekä kehittämisehdotuksia

Olimme hyvin tyytyväisiä ohjelmien sujumiseen ja sisältöihin. Parannettavaakin tietysti löytyi. Aamuohjelma oli joka päivä samanlainen, eikä siihen kuulu- nut varsinaista ohjattua toimintaa lukuun ottamatta Santeri-karhun aamuvenyt- telyä. Ohjaajat kuitenkin olivat paikalla joka aamu. Tarkoituksena oli, että lap- set voivat käydä vapaasti leikkimässä aamupalan yhteydessä. Aamuohjelman sisältö oli toimiva, eikä aamuihin tulevaisuudessakaan kannata järjestää var- sinaista ohjattua toimintaa. Perheet heräävät eri aikoihin, ja lapset voivat mennä leikkimään silloin, kun se perheille parhaiten sopii. Ohjaajien mu- kanaolo on kuitenkin hyvä lisä palveluun, ja Santeri-karhun suosittu aamu- venyttely kannattaisi vetää jatkossakin aamiaisen lomassa.

Päiväohjelmien ajankohdan tiesimme jo etukäteen olevan ongelmallinen, kos- ka päiväaikaan asiakkaat viettävät aikaansa muualla kuin hotellilla. Lähes kaikki kahden viikon päiväohjelmat toteutuivat, mikä oli mielestämme hyvä saavutus. Järjestimme ohjelmat pääsääntöisesti kello 13–15, ja tämä oli oike- astaan ainoa sopiva ajankohta ohjelmalle. Tulevaisuudessa kannattaa miettiä, järjestetäänkö päiväohjelmaa lainkaan. Yksi vaihtoehto voisi olla ohjelman järjestäminen heti aamiaisen jälkeen. Ohjelma voisi olla esimerkiksi askartelua tai pelailua. Tämä ohjelma olisi kestoltaan lyhyt, noin 30–45 minuuttia.

Hotelli Mesikämmenessä suurin tarve oli iltaohjelmalle, jota myös asiakkaat olivat toivoneet. Iltaohjelma toteutettiin pääsääntöisesti kello 18–20, mikä oli hotellin toive. Iltaohjelmat olivat selvästi suosituimpia kuin päiväohjelmat. Eri- tyisesti aarrejahti ja askartelu olivat lasten mieleen. Varsinkin viikolla 9 ohjel-

missa oli mukana lasten lisäksi heidän vanhempiaan. Tästä meille heräsi ajatus, että jatkossa voisi järjestää ohjelmaa, joka olisi suunnattu koko perheelle. Meidän ohjelmissamme ainoastaan eläinpuistoretki ja vesihetki olivat alun perin tarkoitettu perheille, vaikka vanhemmat tietenkin saivat osallistua ohjelmiin halutessaan. Perheille voisi olla ohjelmassa yhteisiä hiihto- tai luisteluretkiä tai vaikkapa lumiveistoskilpailu. Myös aarrejahti toimii koko perheen ohjelmana, kuten mekin huomasimme.

Kahden viikon ajan tukikohtanamme toimi Santerin luola, joka oli yhdessä hotellin kokoustiloista. Luolan rakentaminen on suuritöistä, mutta suosittelimme, että jatkossakin se tehtäisiin. Sekä lapset että aikuiset olivat ihastuneita luolaan. Luolassa voisi olla sekä ohjattua toimintaa että vapaata oleskelua. Luolassa järjestimme kahtena päivänä viikossa lapsiparkin, johon vanhempien oli tarkoitus jättää lapsensa valvottuun hoitoon, eli ikään kuin lomapäiväkotiin. Holiday Club Katinkullasta meille tuttu toiminta ei kuitenkaan ollut sopiva Hotelli Mesikämmeneen. Lapset kävivät lapsiparkissa lähinnä leikkimässä, ja vain yksi lapsi oli varsinaisesti hoidossa. Pääsääntöisesti vanhemmat odottelivat lapsiparkin ulkopuolella. Lapsiparkin järjestämistä tulevaisuudessa emme pidä tarpeellisena. Kehittämämme peikkohahmot Titta ja Tytti, sekä hotellin maskotti Santeri-karhu olivat myös suosittuja. Näiden satuhahmojen käyttämistä kannattaa jatkaa tulevaisuudessa, koska niiden avulla pystytään tuottamaan lapsille elämyksiä.

Vaikka pääosin olimme tyytyväisiä, kehitettävää löytyy kuitenkin ohjelmien sijoittamisessa viikko-ohjelmaan sekä ohjelmien kestossa. Parina päivänä olimme laittaneet ohjelmaan liian samansisältöiset ohjelmat peräkkäin. Lisäksi kaksi tuntia oli liian pitkä kesto suurelle osalle ohjelmista. Sopiva kesto ohjelmille olisi tunnista puoleentoista.

Ohjelmien suunnitteluun kului paljon aikaa ja energiaa, ja jännitimme etukäteen ohjelmien onnistumista. Erityisesti mietimme, miten lapset suhtautuisivat perinteisiin ohjelmiin kuten askarteluun ja diskoon. Viikot olivat raskaita ja työntäyteisiä, mutta sujuivat kuitenkin iloisissa merkeissä. Oli palkitsevaa nähdä ohjelmiamme toimivan, ja kuulla sekä lasten että heidän vanhempiansa mielipiteitä.

7 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

7.1 Mitä on asiakastyytyväisyys?

Asiakastyytyväisyys on yksi yrityksen tärkeimmistä kilpailukeinoista. Se vaatii paljon aikaa ja panostusta, mutta joskus se voi syntyä ilman vaivannäköä tai suunnittelua. Asiakastyytyväisyydellä voi saada paljon etumatkaa kilpailijoihin nähden, sillä muiden yritysten on vaikea saavuttaa yritystä, joka näkee vaivaa asiakkaiden palvelemiseen enemmän kuin he itse. Tyytyväiset asiakkaat palaavat takaisin yritykseen ja ovat siten uskollisia heille. (Isoviita & Lahtinen 1999, 64.)

Asiakkaasta välittäminen on avainsana asiakastyytyväisyyden saavuttamisessa. Asiakkaan saama kohtelu on äärimmäisen tärkeää heille. Avuliaisuus, empatia ja hyvittäminen osoittavat asiakkaalle, että yritys todella välittää heistä ja ottaa asiakkaan tosissaan. Näitä keinoja kilpailevan yrityksen on vaikea matkia toiselta yritykseltä. Tyytyväisyyden myötä asiakasmäärä lisääntyy ja yritys saa lisää kanta-asiakkaita, mikä voi synnyttää uusia avainasiakkaita. Yrityksen täytyy muistaa, että asiakastyytyväisyys on vain välitavoite heille. Sillä heidän pitää vielä motivoida kanta-asiakas ostamaan heiltä ja tässä kohtaa yrityksen passiivisuus usein kostautuu. (Mts. 64.)

Tyytyväisyys on laajempi käsite laadusta ja palvelun laatu on vain yksi osa asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä. Myös muut asiat palvelukokemukseen liittyen voivat tuottaa tai ehkäistä tyytyväisyyttä. Hyvään laatuun asiakkaan on helppo olla tyytyväinen, mutta mitkä asiat tekevät asiakkaan tyytyväiseksi. Toiset asiakkaat vaativat palvelultaan enemmän kuin toiset, kun puolestaan toiset asiakkaat ovat tyytyväisempiä vähempään. Tämän takia yrityksen täytyy hankkia täsmällistä tietoa asiakkailta itseltään, jotta yritys voi vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen. (Ylikoski 1999, 149.)

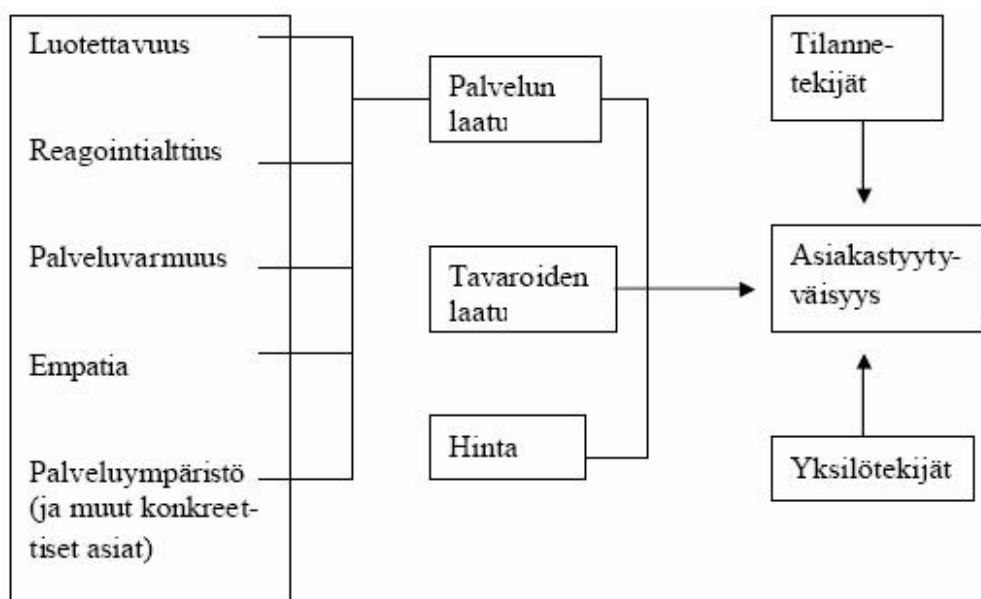
Täydellisen asiakastyytyväisyyden tavoittelu ei ole helppoa. Se voi olla turhaa ja liian kallista. Asiakaspalvelussa on aina pyrittävä vähintään neutraaliin palvelutasoon, jolloin asiakas ei ole pettynyt eikä erityisemmin ilahtunut. Tällöin

asiakas on palveluun kutakuinkin tyytyväinen ja hänellä ei ole syytä vaihtaa palvelun tarjoajaa. (Isoviita & Lahtinen 1999, 68.)

Hotelli Mesikämmenessä asiakkaita palvelee massan sijaan yksilöinä. Jokainen saa henkilökohtaista palvelua ja asiakas voi tuntea, että hänestä oikeasti välitetään. Täytyy muistaa, että kilpailu on alalla kovaa ja jokainen tyytyväinen asiakas tuo lisää uusia asiakkaita hotellille. Lapsiperheet kertovat kokemuksistaan toisille lapsiperheille, jonka vuoksi palveluun on panostettava. Hotelli Mesikämmenessä asiakastyytyväisyyteen ollaan parhaillaan panostamassa nykyistä enemmän. Tällä hetkellä heillä ei ole asiakasrekisteriä käytössä, mutta tavoitteena olisi saada se käyttöön mahdollisimman nopeasti. Asiakasrekisterin avulla he voivat ylläpitää yhteyttä jo olemassa oleviin asiakkaisiin ja luoda tämän avulla suhteita asiakkaisiin. (Suojansalo. 2006.)

7.2 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät

Asiakas käyttää palvelua tyydyttääkseen jonkin tarpeensa. Käyttömotiivit ovat kuitenkin usein tiedostamattomia, kuten yhteenkuuluvuuden ja itsearvostuksen tarpeiden tyydyttäminen. Niinpä asiakkaan mielestä tyytyväisyyden kokemus liittyykin selvästi siihen, miten hän hyötyy palvelua ostaessaan. (Ylikoski 1999, 151.)



KUVIO 2. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät (Ylikoski1999, 152)

Kun asiakkaalle halutaan tuottaa tyytyväisyyden kokemuksia, hänelle etsitään sellaisia konkreettisia palveluja ja abstrakteja ominaisuuksia, jotka tuottavat hänelle tyytyväisyyden tunteen. Mainonnassa asiakkaalle kerrotaan palvelun käytön psykologisista ja toiminnallisista seurauksista. Palveluyritykset puolestaan pyrkivät vaikuttamaan palvelun laatutekijöihin, sillä ne vaikuttavat asiakastytyväisyyteen. Laatutekijöitä ovat luotettavuus, reagoimiskyky, palveluvarmuus, empatia ja palveluympäristö. Palvelun laatuun sekä asiakastytyväisyyteen vaikuttaa myös tavaroiden laatu ja hinta, kuten Zeithaml & Bitnerin kuviosta 2 voi havaita. (Mts. 152.)

Tyytyväisyyden muodostumiseen vaikuttavat myös asiakkaan yksilölliset ominaisuudet. Jokainen asiakas on oma yksilö, joten täytyy muistaa, että jopa maan oma kulttuuri vaikuttaa siihen, mitä asioita asiakas pitää palvelussa tarpeellisena tai suotavana. Asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttaa myös asiakkaan saama arvo, josta käytetään myös nimitystä lisäarvo. Asiakas pohtii palvelua valitessaan, mikä yritys tuottaa hänelle suurinta lisäarvoa, ja tämän perusteella valitsee palvelun. Palvelun arvo voi olla asiakkaalle myös hyvin pieni tai sitä ei ole lainkaan, sillä asiakas kokee jonkin palvelun olevan hyvä, mutta liian kallis. Tällöin hän kokee, että hän ei saa rahoilleen tarpeeksi vastinetta. Tilanteisiin palveluyritys ei voi vaikuttaa. Asiakkaan kiire on yksi esimerkki tällaisesta tilanteesta. (Mts. 153–154.)

Asiakkaan tyytyväisyyttä voidaan tarkastella yksittäisen palvelun tasolla tai kokonaistyytyväisyytenä. Asiakas voi olla tyytymätön johonkin yrityksen palveluun, mutta silti tyytyväinen yrityksen kokonaispalveluun tai päinvastoin. Asiakkaan saama arvo, palvelun laatu ja asiakastytyväisyys liittyvät toisiinsa ja vaikuttavat asiakkaan saamaan palvelukokemukseen. Jokaisessa palvelutilanteessa asiakas kohtaa kaikki palvelun laatutekijät. Kaikkiin näihin kolmeen tekijään voidaan vaikuttaa markkinoinnin kautta. Palvelutilanteissa tavoitteena olisi saada aikaan hyvä laatu ja tyytyväinen asiakas. (Mts. 153–155.)

7.3 Laadun ja asiakastytyväisyyden välinen suhde

Yleensä kirjallisuudessa oletetaan, että laadun ja asiakastytyväisyyden välinen suhde on lineaarinen, eli mitä parempi laatu sitä tyytyväisempi asiakas,

mutta asia ei välttämättä ole näin. Laadun ja asiakastyytyväisyyden välillä on useita eri yhteyksiä, jotka voidaan ilmaista ns. laatufunktiona. Nämä laatu-funktiot voidaan jakaa neljään eri tyyppiin: kriittiset tekijät, hygienia-tekijät, indifferentit tekijät ja profiloivat tekijät. (Storbacka 2002, 99.)

Kriittisissä tekijöissä laadun ja asiakastyytyväisyyden välillä suhde on lineaarinen. Laadun paraneminen johtaa suoraan tyytyväisempään asiakkaaseen ja päinvastoin. Hygienia-tekijöissä laadun parantamisella ei ole vaikutusta asiakastyytyväisyyden kasvamiseen. Laadun huononeminen tietyn tason alapuolelle puolestaan merkitsee huomattavaa asiakastyytyväisyyden vähenemistä. Hygienia-tekijöissä laadussa pitää saavuttaa tietty taso ja se kannattaa pitää samassa, sillä sen jälkeen laatuun tehdyt investoinnit eivät kannata.

(Mts. 99.)

Indifferenteissa tekijöissä laadun paranemisella tai huononemisella ei ole millään tavalla vaikutusta asiakastyytyväisyyteen. Profiloivissa tekijöissä parempi laatu vaikuttaa huomattavasti asiakastyytyväisyyteen, mutta pieni laadun heikentyminen ei vaikuta juuri millään tavalla asiakastyytyväisyyteen. Yritys erottuu kilpailijoista edukseen panostamalla profiloiviin tekijöihin. Laatufunktioiden johtopäätöksenä voidaan sanoa, että on tärkeitä tunnistaa erilaiset tekijät, jotta voidaan erilaistaa laatuinvestoinnit laatuinvestointien mukaisesti. Tärkeintä on kuitenkin välttää epätasaista laatua sellaisissa tekijöissä, joissa huono laatu vaikuttaa voimakkaasti ja panostaa resurssit profiloiviin ja kriittisiin tekijöihin. (Mts. 100.)

7.4 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen ja seuranta

Asiakastyytyväisyyden lähtökohtana on, että asiakkaan kokemukset vastaavat hänen tarpeitaan ja odotuksiaan tai ylittävät ne. Grönroosin mukaan asiaa voidaan tarkastella kolmen ulottuvuuden kautta: tekninen laatu, toiminnallinen laatu ja imago. Palvelutuotantoprosessin tekninen laatu kertoo sen, mitä asiakas saa vuorovaikutuksessaan yrityksen kanssa. Toiminnallinen laatu puolestaan kuvastaa sitä, miten asiakas palvelun saa. Toiminnallista laatua ei kuitenkaan voi yhtä objektiivisesti arvioida kuin teknistä laatua. Kolmantena laadun mittarina on imago. Yrityksen tai toimipisteen imago vaikuttaa koettuun

palveluun. Jos asiakkaalla on myönteinen mielikuva palveluntarjoajasta, on luultavaa, että ns. pienet virheet eivät ole merkityksellisiä asiakkaan kokeman palvelun laatuun. Mutta jos mielikuva onkin negatiivinen, voivat pienet virheet tuntua suurilta. Imagoa voidaan pitää laadun kokemisen suodattimena. (Grönroos 2001, 100–102)

Asiakastyytyväisyyttä on seurattava jatkuvasti, jotta yritys tietää todellisen tilanteen toiminnastaan. Tällä tavalla saadaan tärkeää tietoa palvelun kehittämistä sekä tuotteistamista varten. Tyytyväisyysseuranta varoittaa myös, jos jokin asia ei toimi. Tällöin yritys ehtii reagoida tilanteeseen mahdollisimman nopeasti ja asiakkaita ei menetetä kilpailevalle yritykselle. (Bergström 1997, 314.) Täytyy kuitenkin muistaa, että asiakastyytyväisyysseuranta ei yksinään riitä, sillä tarvitaan lisäksi seurantaan perustuvaa toimintaa, jonka avulla tyytyväisyyttä kehitetään. Asiakkaiden odotukset yritystä kohtaan kasvavat, kun yritys pyytää heiltä mielipidettä palvelun tasosta. He odottavat, että tutkimukset saavat aikaan toimenpiteitä, jotka näkyvät palvelussa. (Ylikoski 1999, 150.)

Asiakastyytyväisyyttä voidaan seurata sekä tutkimuksilla että suoran palautteen järjestelmällä. Suoran palautteen asiakas antaa palvelutilanteessa omin sanoin. Suora palaute tukee asiakastyytyväisyystutkimusta ja näistä yhdessä saadaan monipuolisempi kokonaiskuva tulevaisuuden varalle. Kuitenkin tutkimusten rooli asiakastyytyväisyyden seurannassa on keskeinen. Se tuottaa tietoa myös palvelun laadusta, mikä onkin keskeinen asiakastyytyväisyyteen vaikuttava tekijä. (Mts. 155 -157.)

Asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata suoraan ja epäsuorasti. Lähtökohtaisesti kannattaa panostaa yrityksen omiin sisäisiin mittareihin, joiden perusteella voi arvioida kohtalaisen hyvin omien asiakkaiden mahdollisia kokemuksia saamastaan palvelusta. (Kulju. 2006.)

Asiakastyytyväisyystutkimuksella pyritään parantamaan asiakastyytyväisyyttä ja seuraamaan toimenpiteiden vaikutusta. Asiakastyytyväisyystutkimuksessa on tärkeää selvittää asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat keskeiset tekijät. Tutkimuksella pyritään selvittämään ne organisaation tekijät, jotka tuottavat tyytyväisyyttä asiakkaille. Yksi tutkimuksen tärkeä tehtävä on myös selvittää tämän

hetkinen tyytyväisyyden taso, jotta asioita pystytään muuttamaan oikeaan suuntaan. Asiakastyytyväisyysmittaustulosten avulla nähdään, millaisia toimenpiteitä tyytyväisyyden ylläpitäminen ja kehittäminen edellyttää. Tässä tilanteessa on myös olennaista osata priorisoida asiat, jottei resursseja käytetä turhaan. Tärkeää on myös tehdä jatkuvia mittauksia, joiden avulla pystytään tarkemmin seuraamaan asiakkaiden tyytyväisyyttä ja tekemään toimenpiteitä ajoissa. Jatkuva seuranta myös näyttää, miten korjaavat toimenpiteet ovat onnistuneet ja mihin ollaan matkalla. (Ylikoski 1999, 155–157)

7.5 Asiakastyytyväisyyden mittaamisen ongelmat

Asiakastyytyväisyyden mittaamisen ongelmana on usein se, että ihmiset ovat kyllästyneitä vastaamaan erilaisiin kyselyihin. Tästä seuraa kysymys, että pitääkö asiakastyytyväisyyttä yleensäkin kysyä. Yleinen mielipide on, johtavatko kyselyt toimenpiteisiin vai tehdäänkö kyselyjä vain siksi, koska järjestelmä niin vaatii. Asiakastyytyväisyyttä mitattaessa mitataan yleensä itsensänselvyyksiä, asioita, jotka jo mahdollisesti tiedetään. Asiakastyytyväisyystutkimuksissa pyritään yleensä laajuuteen syvyyden kustannuksella, tällöin todelliset kehittämistarpeet jäävät huomioimatta. (Laukkanen. 1995.)

Asiakastyytyväisyyden mittaamisessa on tärkeää omata hyvä järjestelmä, joka toimii osana jokapäiväistä toimintaa, eikä ole erillinen projekti. Hyvän järjestelmän tunnusmerkkinä on myös reaaliaikaisuus. Jos asiaa kysytään jälkikäteen, niin virhe on useimmiten jo tapahtunut ja näin ollen korjaavat toimenpiteet ovat vain oireiden lievittämistä. Ennaltaehkäisevällä toiminnalla useimmiten pystytään kehittämään toimintaa ja viemään asioita uudelle tasolle. (Mts.)

Asiakastyytyväisyyttä mitattaessa on tärkeää saada selviä, kiistattomia ja konkreettisia käsityksiä siitä, mitä on kehitettävä seuraavaksi. Asioiden priorisointi on ehdottoman tärkeää, jotta osataan kohdistaa voimavarat oikeaan aikaan oikeaan kohtaan. Kehitystyön tulosten tulee näkyä jokapäiväisessä toiminnassa, jotta se näkyy myös itse asiakkaalle. Tällöin myös asiakkaan näkemykset on tärkeää ottaa huomioon ja soveltaa niitä yhdessä omiin ajatuksiin ja toimintatapoihin. Tämä antaa vastauksia kysymyksiin, kuten miksi asiakas toimii siten kuin toimii. (Mts.)

Asiakastyytyväisyyden tutkiminen on aina markkinointia, josta jää kohteeseen jälki. Hyvin tehtynä se varmistaa asiakassuhteen jatkuvuutta. Huonosti tehtynä seuraukset voivat olla kohtalokkaat, jopa yritystoiminnan loppuminen. Tutkimuksella voidaan osoittaa miksi toimitaan nyky menetelmin ja mihin tulisi pyrkiä. Myös se, uskalletaanko olla rehellisiä ja kyetäänkö ottamaan kritiikki vastaan sekä muuttamaan toimintatapoja. (Mts.)

8 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Teimme hiihtolomaviikoilla 8 ja 9 asiakastyytyväisyyskyselyn Hotelli Mesikämmissä. Tarkoituksena oli kartoittaa lapsiperheasiakkaiden tämän hetkistä tyytyväisyystasoa hotellin palveluihin, sekä heidän odotuksiaan, jotta palveluita pystyttäisiin parantamaan. Kysely oli pituudeltaan yksi A4, jossa kysymyksiä oli kahdenpuolen (Liite 7). Kysymyslomakkeen alussa esittämme ja kerroimme, miksi toivoimme asiakkaiden täyttävän kyseisen kyselyn. Pyysimme asiakasta täyttämään kyselyn nimenomaan lapsiperheen näkökulmasta.

Hotelli Mesikämmissä asiakastyytyväisyyskyselyn lähtökohtina oli selvittää, ketkä ovat hotellin asiakkaana, mistä asiakkaat olivat saaneet ennakkotietonsa Hotelli Mesikämmissä, minkälaiset odotukset heillä oli matkaansa kohtaan, kuinka tyytyväisiä asiakkaat olivat hotellin eri palveluihin, sekä kartoittaa asiakkaiden toiveita kylpylän sekä hotellin kehittämisen suhteen.

Pyrimme tekemään kyselyn mahdollisimman helposti vastattavaksi, ja pääasiassa siinä olivat vaihtoehtoja, joista vastaaja sai valita mielestään sopivimman vastausvaihtoehdon. Muutamassa kysymyksessä oli avoin vastausmahdollisuus, jolloin toivottiin vastaajan omin sanoin kertovan mielipiteitään. Halutesaan vastaajilla oli mahdollisuus vastata myös vaihtoehtovastauksiin laajemmin, ja siksi vaihtoehtokysymysten lopussa oli avoin kohta kommenteille. Tällainen kyseinen muotoilu valittiin, jotta vastaajien olisi mahdollisimman helppoa ja vaivatonta vastata kysymyksiin. Näin myös vastausten määrä saataisiin mahdollisimman suureksi. Helposti vastattavaksi tekemisen lisäksi pyrimme

tekemään lomakkeen kysymyksistä mahdollisimman kattavat, jotta vastauksia käsiteltäessä saisimme kaiken tarvitsemamme tiedon poimittua.

8.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmät voidaan jakaa kahteen pääryhmään, kvantitatiiviseen tai kvalitatiiviseen tutkimusmenetelmään. Kvantitatiiviseen eli määrälliseen tutkimusmenetelmään olennaisena osana liittyy kyselylomake. Kyseistä tutkimusmenetelmää käytetään usein sellaisessa tutkimuksessa, jossa tutkittavia asioita on helppo kuvata numeroin. Sitä käytetäänkin usein luonnontieteissä tutkimusmenetelmänä. Kvalitatiiviseen eli laadulliseen tutkimusmenetelmään liittyy puolestaan asiat, joita on vaikea hahmottaa numeroin ja jotka tarvitsevat laajempaa tarkastelua. (Tuomivaara 2005.)

Tutkimusmenetelmältään Hotelli Mesikämmeneen tekemämme asiakastyytyväisyyskysely on sekä kvantitatiivinen että kvalitatiivinen tutkimus. Se on kvantitatiivinen, koska siinä on käytetty tutkimuslomaketta, jossa on valmiita vastausvaihtoehtoja sekä palveluiden tasoa kuvataan numeraalisesti. Kvalitatiivinen se on, koska siinä on käytetty avoimia kysymyksiä, joihin vastaaja voi omin sanoin määritellä palvelun tason, kertoa muun muassa odotuksistaan ja niiden täyttymisestä.

8.2 Aineiston keruu ja analysointi

Aluksi työstimme asiakastyytyväisyyskyselylomaketta koko tiimin voimin. Lomakkeen työstämisen aloitimme tammikuussa. Pian tämän jälkeen tiimimme jaettiin kahteen kahden hengen ryhmään, mikä johtui ohjaavien opettajien toivomuksesta. Alun perin tarkoituksena oli tehdä pienimuotoinen kysely hotellin lapsiperheille. Huomasimme kuitenkin, että emme saa tarpeeksi tärkeää tietoa pienimuotoisen kyselyn avulla asiakkailta, joten laajensimme kyselyä kaksipuoliseksi A4 -kokoiseksi kyselyksi. Kysymykset muokkasimme yhdessä toimeksiantajan kanssa, joten osasimme kysyä tarpeellisia asioita kohderyhmälämme. Kyselyssä oli 7 monivalintakysymystä ja 9 avointa kysymystä. Monivalintakysymyksissä oli neliportainen arviointiasteikko, jotta asiakkaan täytyi olla jotakin mieltä asiasta eikä hän voinut laittaa neutraalia vastausvaihtoehtoa.

Toimeksiantajan kanssa pidimme yhteyttä sähköpostin välityksellä sekä kävimme kasvotusten keskustelemassa kyselylomakkeesta. Kyselyä piti muokata ihan viime hetkeen asti, jotta siitä saatiin asianmukainen. Kyselyyn laitoimme asiakkaille houkuttimeksi tuotepaketin, joka arvottiin vastanneiden kesken. Toivoimme, että tällä olisi ollut vaikutusta palautettujen vastausten määrään. Yhteensä saimme 41 täytettyä kyselylomaketta. Palautetuista kyselyistä 22 kappalessa (53,7 %) oli yhteystiedot arvontaa varten. Houkuttimella ei ollut odotettua vaikutusta vastausmääriin. Vastauksista pystyi päättelemään, että kyseiset asiakkaat olisivat todennäköisesti vastanneet kyselyyn muutenkin ilman palkintohoukutinta, sillä vastaukset sisälsivät paljon kommentteja sekä kehittämisiideoita.

8.3 Aineiston keruun ongelmat

Hotelli Mesikämmenen tutkimuksessa suurimmaksi ongelmaksi osoittautui se, etteivät kaikki kohderyhmäämme kuuluvat asiakkaat saaneet tekemäämme asiakastytyväisyyskyselyä. Tulostimme kyselyjä aluksi 90 kappaletta ja olimme sopineet hotellin vastaanoton kanssa, että he jakaisivat kyselyn avainkortin yhteydessä kaikille lapsiperheille. Kuitenkin huomasimme, että emme saa tällä tavalla tarpeeksi kyselylomakkeita takaisin, joten tulostimme niitä lisää ja laitoimme saataville ympäri hotellia. Pyysimme asiakkaita jättämään palautteet hotellihuoneisiinsa, josta siivoojat toimittivat ne hotellin vastaanottoon. Vastaanotosta palautteet toimitettiin meille.

Koska kaikki lapsiperheet eivät olleet saaneet kyselylomaketta, muutimme sen jakotapaa. Vastaanoton lisäksi kyselylomakkeen sai paikoista, joissa lapsiperheet aikaansa viettivät, kuten mm. Santerin luolasta ja leikkihuoneesta. Näin olisikin ollut hyvä toimia jo alusta asti, mutta pääasia, että edes tässä vaiheessa havaitsimme asian ja saimme sen korjattua. Muutoksen vaikutukset oli heti havaittavissa, sillä palautteita alkoi tulla huomattavasti enemmän. Toisella viikolla palautettiin 30 asiakastytyväisyyskyselyä, kun ensimmäisellä viikolla palautettujen kyselyjen määräksi jäi 11 kpl sekä yksi toimitusjohtajalle lähetetty sähköpostiviestipalaute (Liite 8).

Toiseksi ongelmaksi osoittautui, että motivaatio lomakkeen täyttämiseen ja palauttamiseen ei ollut kovin korkea. Tästä huolimatta asiakasmäärään nähden saimme kohtuullisen mukavasti palautteita. Palautteista oli myös luettavissa, kuinka erilaiset odotukset viikkojen 8 ja 9 lomailijoilla oli. Ensimmäisellä viikolla oltiin ohjelmaamme tyytyväisempiä kuin toisella viikolla. Tosin ensimmäisellä viikolla olikin enemmän ohjelmiin osallistujia, mutta asiakastyytyväisyyskyselylomakkeita palautettiin kuitenkin vain vähän. Toisella viikolla taas ohjelmiin osallistujia oli vähemmän, mutta kyselyjä palautettiin noin kolme kertaa enemmän. Tällöin osassa palautteista kerrottiin, ettei oltu osallistuttu ohjelmiin lainkaan tai oli osallistuttu johonkin yksittäiseen ohjelmaan. Tämä toikin mieleen kysymyksen, miten jotain voi arvioida, jos ei ole siihen osallistunut.

Palautteiden analysointivaiheessa käytimme apuna SPSS -ohjelmaa, johon syötimme kyselymme vastaukset. Ohjelman avulla analysoimme kyselyn tulokset. Analysointivaiheessa pystyimme hyödyntämään kaikki palautteet, sillä emme joutuneet hylkäämään yhtään palautetta.

8.4 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta pohdittaessa käytetään kahta käsitettä: reliabiliteetti ja validiteetti. Reliabiliteetilla tarkoitetaan tulosten pysyvyyttä, eli se on sitä parempi mitä vähemmän sattuma vaikuttaa tulokseen. Lotin mukaan markkina-analyysiin soveltaen reliabiliteetti on mittareiden ja mittaamisen hallintaa. Tietojen pätevyyttä puolestaan mitataan validiteetilla, jolla ilmaistaan, mitataanko sitä, mitä pitäisi mitata. Tämä on substanssiosaamista, joka ilmaisee, tuntee ja ymmärtääkö analyysin tekijä toimialaa, toimintaa ja tuotteita, joita hän mittaa. (Lotti 2001, 119.)

Tutkimuksemme luotettavuutta tarkasteltaessa esiin nousee kysymys vastaajien motivaatiosta asiakastyytyväisyyskyselylomakkeen täyttämiseen. Vastauksien yksityiskohtien perusteella kuitenkin voi päätellä, että asiakkaiden motivaatio on ollut korkea kyselyä täytettäessä. Todellista vastausprosenttia meidän on mahdotonta laskea, sillä hotelliin saapuvien perheiden määrää ei ole tällä hetkellä tilastoitu. Tutkimuksen luotettavuutta on hankala arvioida myös sen takia, että kyselyjä ei alusta asti pystytty jakamaan tehokkaasti.

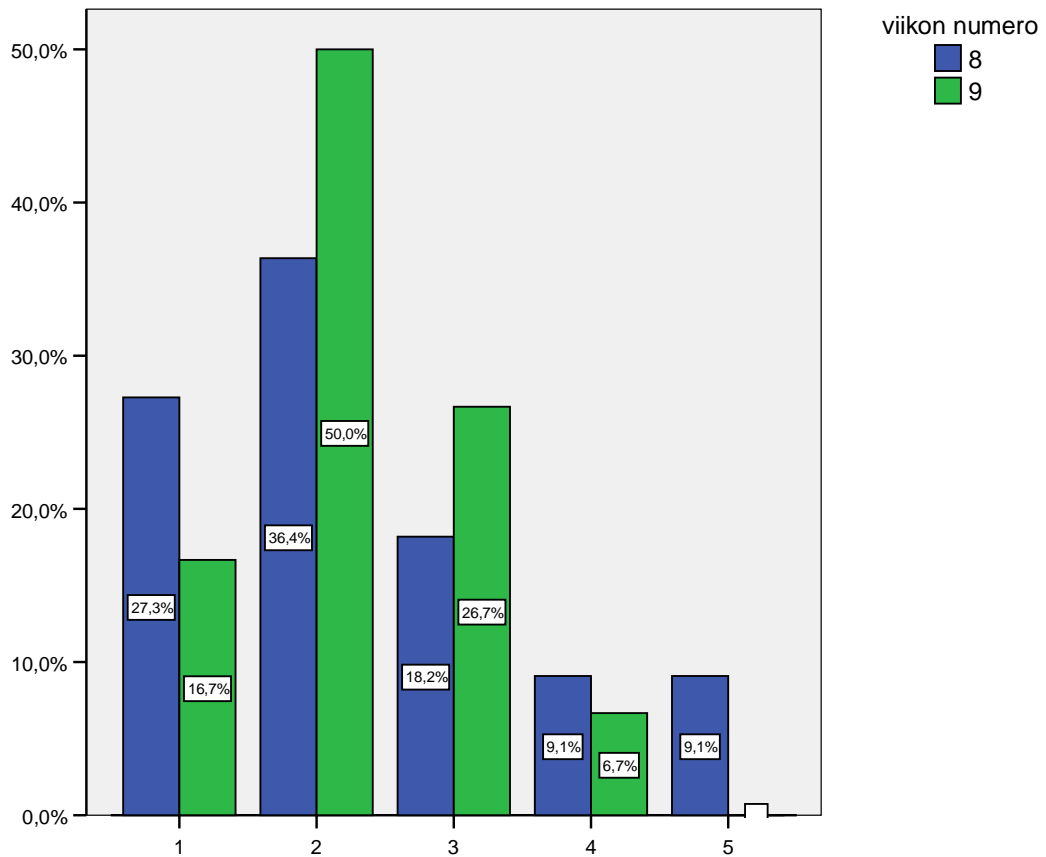
Ennakkoon odotimme koko kahdelta viikolta vastausten määrän olevan noin 100 – 200 kappaletta, sillä aiemmin hiihtolomaviikoilla asiakasmäärät ovat olleet reilusti yli 200 asiakasta/päivä, joista lapsiperheiden osuus on ollut merkittävä. Nyt kuitenkin asiakasmäärä jäi keskimäärin 135 asiakkaaseen/päivä, joten palautettujen kyselyjen määräkin jäi näin odotettua pienemmäksi. Kaiken kaikkiaan saimme kyselyjä takaisin 41 kappaletta, joiden perusteella pystyy jo jossain määrin määrittelemään asiakkaiden tyytyväisyyden nykyhetken tilaa sekä heidän odotuksiaan.

Tutkimuksemme voi määritellä järjestämämme ohjelman osalta luotettavaksi, koska ohjattuihin ohjelmiin osallistujien määrää verrataan suhteessa annettujen palautteiden määrään. Viikolla 8 ohjattuihin ohjelmiin osallistui lapsia noin 25 perheestä, joista kyselyyn vastasi 11 perhettä (52 %). Viikolla 9 osallistuneita lapsia oli noin 45 perheestä, joista kyselyyn vastasi 30 perhettä (67 %). Perheiden lukumäärä on arvio, joka perustuu tekemiimme ohjelmakohtaisiin muistiinpanoihin. Kuitenkin tarkkaa perheiden lukumäärää oli mahdoton laskea, johtuen vaihtelevasta perhekoosta.

9 TUTKIMUSTULOKSET

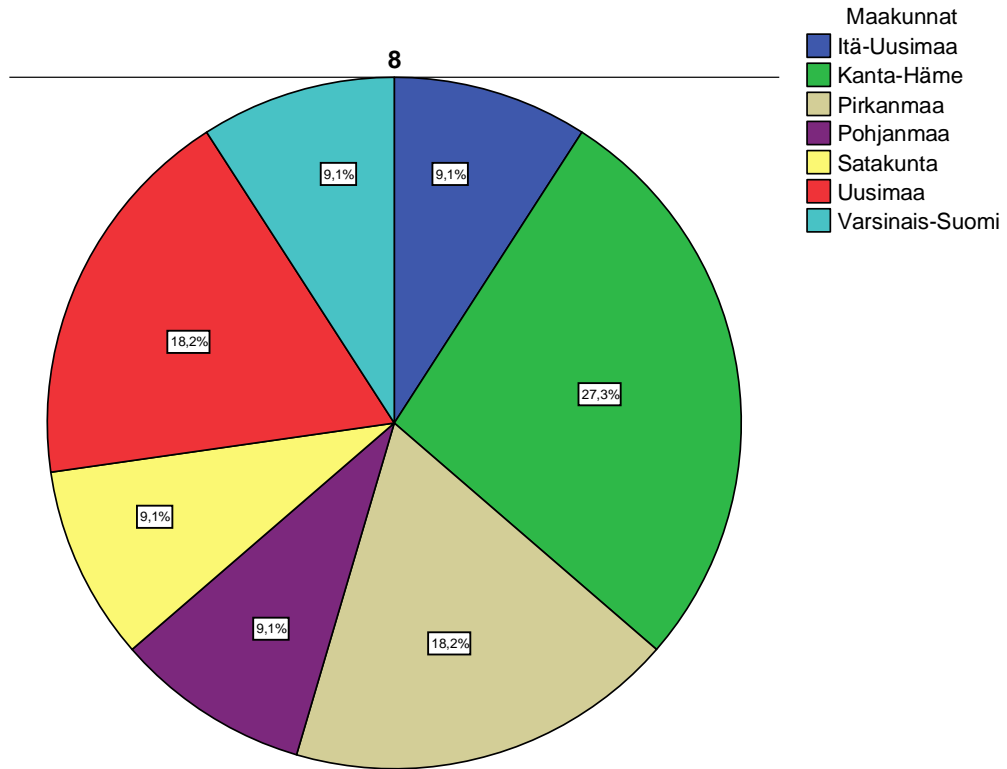
9.1 Asiakkaiden taustat

Hotelli Mesikämmenessä majoittui (Liite 9) viikolla 8 yhteensä 824 asukasta, josta alle 15-vuotiaita oli 551 lasta (66,9 %). Viikolla 9 majoittujia oli yhteensä 1 065 asukasta, josta lasten osuus oli 688 lasta (64,6 %). Kyselylomakkeen alussa kartoitimme asiakkaiden taustaa, keitä perheeseen kuuluu, lasten iän ja sukupuolen, kotiseudun sekä viipymisajan. Näin saimme tietoa millaisia perheitä asiakkaina on ja mistä he tulevat. Kuvio 3 osoittaa miten lasten lukumäärät kyselyyn vastanneissa perheissä ovat jakautuneet molempien viikkojen aikana. Molemmilla viikoilla oli kyselyyn vastanneista asiakkaista eniten sellaisia perheitä, joissa oli kaksi lasta (36,4 / 50,0 %). Yksilapsisia perheitä oli viikolla 8 asiakkaina enemmän (27,3 %) kuin viikolla 9 (16,7 %). Suurperheitä oli molempina viikkoina asiakkaina vain vähän.

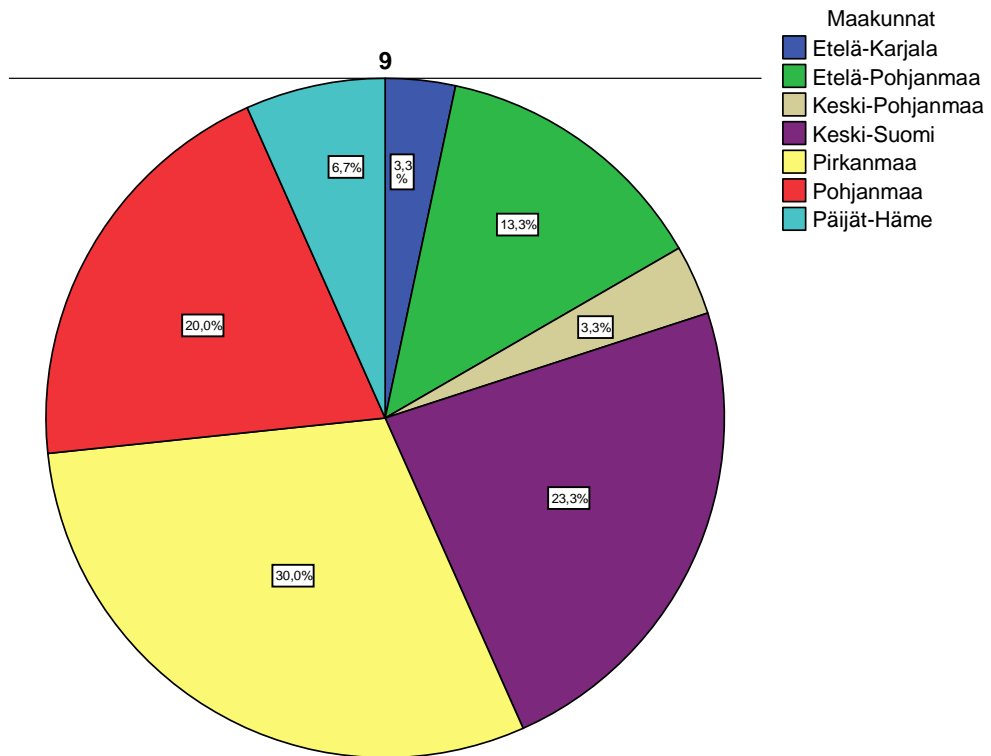


KUVIO 3. Lasten lukumäärä perheittäin

Kyselyn suoritimme siis viikoilla 8 ja 9, jolloin oli Etelä- ja Keski-Suomen hiihtolomaviikot. Kyselyn perusteella pystyimme havaitsemaan, että hiihtolomaviikkojen ajankohdalla oli merkitystä siihen, mistä hotellin asiakkaat olivat tulleet lomailemaan Hotelli Mesikämmeneen. Kuviosta 4 voidaan todeta, että viikolla 8 suurin osa matkailijoista oli tullut Kanta-Hämeestä (27,3 %), Pirkanmaalta (18,2 %) ja Uudeltamaalta (18,2 %). Viikolla 9 suurin osa lomailijoista oli tullut Pirkanmaalta (30,0 %), Keski-Suomesta (23,3 %) sekä Pohjanmaalta (20,0 %), kuten kuviosta 5 nähdään. Viikolla 8 asiakkaat majoittuivat hotellissa useamman yön peräkkäin, kun puolestaan viikolla 9 oli enemmän yhden yön majoittujia. Tämä johtui suurimmaksi osaksi siitä, että viikolla 8 majoittujat olivat tulleet kauempaa ja viikolla 9 oli enemmän lähikuntien matkailijoita.

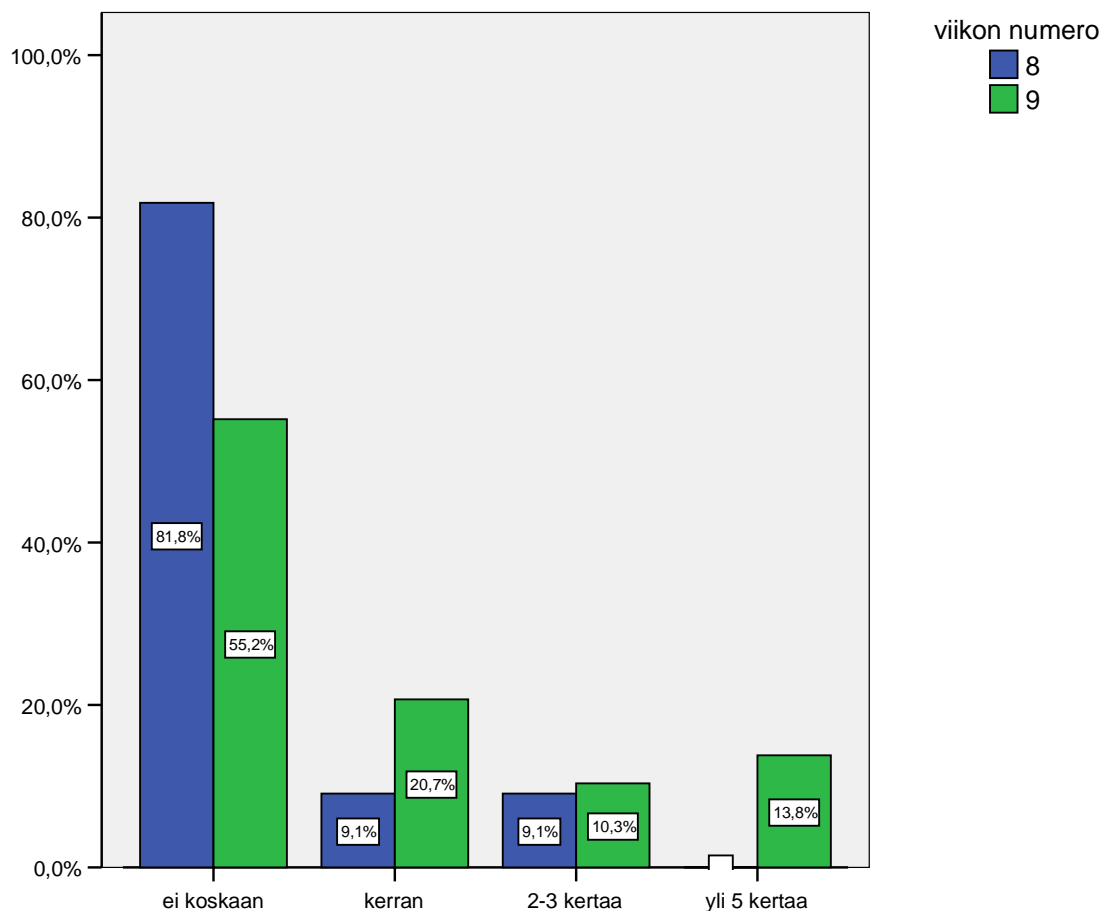


KUVIO 4. Asiakkaiden kotipaikkakunnat maakunnittain viikolla 8



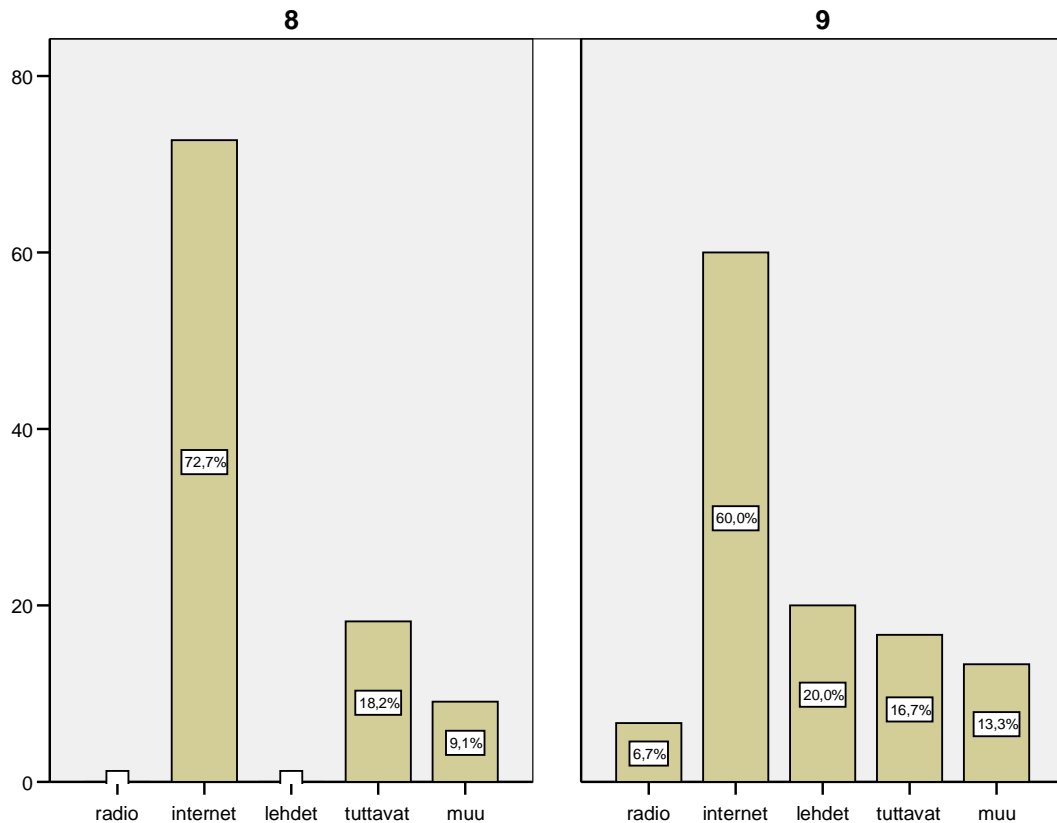
KUVIO 5. Asiakkaiden kotipaikkakunnat maakunnittain viikolla 9

Halusimme myös kartoittaa kyselyn avulla, olivatko asiakkaat olleet ennen Hotelli Mesikämmenen asiakkaana, mistä he olivat saaneet tietoa lomakoh- teestaan ja mistä syystä he tulivat lomalle juuri Hotelli Mesikämmeneen. Kuvi- osta 6 voidaan havaita, että molemmilla viikoilla suurin osa asiakkaista oli uu- sia asiakkaita. Viikolla 8 vastanneista 81,8 % ei ollut käynyt Hotelli Mesikäm- menessä aikaisemmin. Myös viikolla 9 suurin osa asiakkaista oli uusia asiak- kaita (55,2 %). Kuviosta 6 voi huomata, että vanhoja asiakkaita oli viikolla 9 paljon. Kyseisellä viikolla majoittuneista yli viisi kertaa ja siitä enemmän käy- neitä oli 13,8 %. Vastaaajien palautteissa ei ollut huomattavissa merkittäviä eroja ensimmäistä kertaa ja aiemmin asiakkaana olleiden välillä. Palautteita ei ollut järkevää käsitellä alueittain, koska otos jäi pieneksi ja siksi sitä ei ollut aiheellista jakaa pieniin osa-alueisiin. Hotelli Mesikämmenen kannalta tämä ei myöskään ole strategisesti merkittävää. Niinpä emme ole käsitelleet tätä asiaa perusteellisemmin.



KUVIO 6. Aiempi asiakkuus

Tiedon saanti Hotelli Mesikämmenestä oli painottunut molemmilla viikoilla Internetiin (72,7 % / 60,0 %). Viikolla 8 tuttavat (18,2 %) olivat myös suuressa osassa asiakkaiden tiedon saannin lähteinä. Viikolla 9 tiedon saanti oli jakautunut selvästi enemmän kuin viikolla 8. Radio (6,7 %) ja lehdet (20 %) olivat saavuttaneet kohteensa paremmin viikolla 9, kuten kuviosta 7 huomataan. Myös tuttavien kautta tieto oli liikkunut hyvin (16,7 %) asiakkaille.



KUVIO 7. Tiedon saanti ennen lomaa Hotelli Mesikämmenessä

9.2 Asiakkaiden odotukset

Seuraavaksi tiedustelimme avoimena kysymyksenä syitä, mitkä johtivat siihen, että perheet päätyivät Hotelli Mesikämmenen asiakkaiksi. Merkittävimpiä syitä olivat Eläinpuiston ja Kyläkauppa Kesksen läheisyys, hotellin yhteydessä oleva kylpylä sekä luontokeskeinen ympäristö. Monella oli myös tuttavilla tai sukulaisia Ähtärissä. Myös Hotelli Mesikämmenen läheinen sijainti kotipaikkakuntaan nähden saattoi ratkaista lomapaikan valinnan, koska se mahdollisti lyhyenkin lomanvieton perheen kanssa mukavasti. Osa asiakkaista halusi ko-

keilla uutta lomanviettokohdetta, koska ei ollut aikaisemmin käynyt Hotelli Mesikämmenessä. Vastaaajien kriteerit lomapaikan valintaan olivat samat molemmilla viikoilla, eikä mitään yllättävää tullut esille.

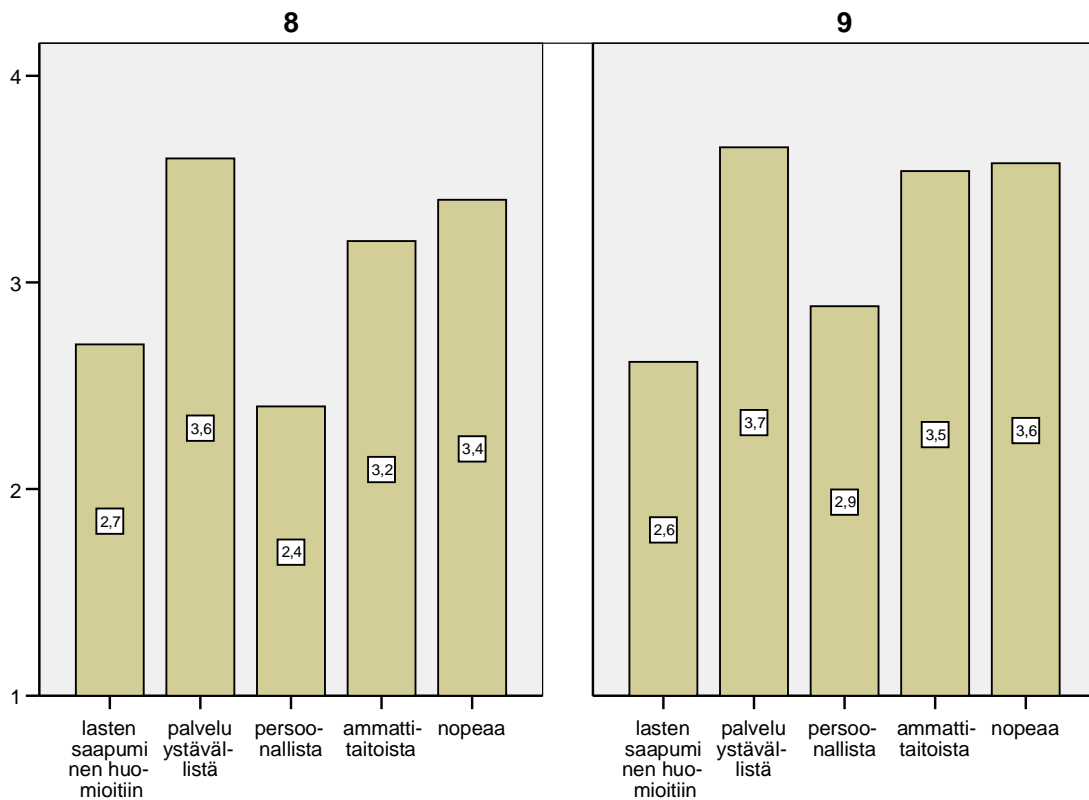
Kahdeksantena kysymyksenä pyrimme kartoittamaan, miten paljon tietoa asiakkailla oli hotellin tarjoamista palveluista ennen saapumistaan. Samoin tiedustelimme, millaista tietoa asiakkaat jäivät kaipaamaan ja millä tavoin he olisivat tiedon halunneet tavoittavan heidät. Noin 73 % asiakkaista oli tietoisia hotellin palveluista. Ne asiakkaat, jotka kaipasivat lisätietoa, toivoivat Internet-sivujen olevan reaaliaikaisempia ja kattavampia, muun muassa, hinnoista ja palveluista odotettiin lisätietoa Internetiin. Kylpylän aukioloaikoja kaivattiin myös Hotelli Mesikämmenen Internet-sivuille. Osa asiakkaista toivoi hotellin ottavan heihin yhteyttä sähköpostitse palvelutarjonta-asioissa, kuten esimerkiksi sesonkiajan ohjelmasta.

Tiedustelimme kyselylomakkeessa myös asiakkaiden odotuksista ja niiden täyttymisestä viikoilla 8 ja 9. Odotuksina molempien viikkojen asiakkailla oli lähinnä viettää aikaa perheen kanssa rauhallisessa ympäristössä liikkuen sekä vieraila eläinpuistossa. Pääosin odotukset täyttyivät. Kuitenkin monet mainitsivat pettymyksenä kunnollisen pulkkamäen puuttumisen. Aiempina vuosina hotellin läheisyydessä on ollut kunnollinen pulkkamäki, ja edellisinä vuosina asiakkaana olleet odottivat myös nyt pääsevänsä laskemaan mäkeä. Vanhemmat olivat myös pettyneitä aikuisille suunnatun iltaohjelman vähyyteen. He odottivat hiihtolomaviikolla olevan heille suunnattua ohjelmaa joka ilta, esimerkiksi tanssia elävän musiikin tahtiin.

9.3. Palvelu

Palvelu-kohdassa halusimme selvittää palvelun onnistumista. Kysyimme, otettiinko lapsiasiakkaat huomioon, oliko palvelu ystävällistä, persoonallista, ammattitaitoista ja nopeaa. Viimeiseksi jätimme avoimen kohdan kommentteille, joissa sana oli vapaa. Neliportaisella asteikolla keskiarvoltaan parhaimmaksi nousi molemmilla viikoilla osalta ystävällinen palvelu (3,6/3,7). Molemmilla viikoilla lasten huomioiminen hotelliin saapuessa (2,7/2,6) sekä persoonallinen palvelu (2,4/2,9) jäivät huomattavasti muiden varjoon, kuten kuviosta 8 voi-

daan todeta. Ammattitaito (3,2/3,5) ja palvelun nopeus (3,4/3,6) saivat molemmilla viikoilla hyvät arvostelut.



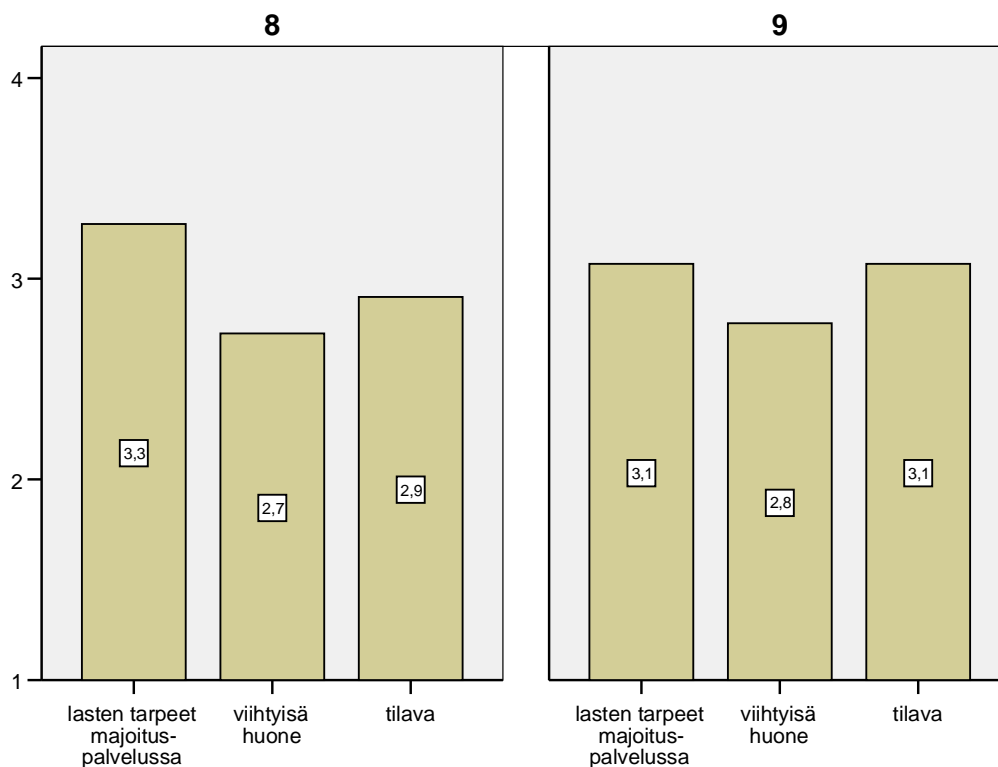
KUVIO 8. Palvelun arviointi

Palvelujen yhteen lasketuksi keskiarvoksi tulee 3,2, joka on neliportaisella asteikolla hyvä keskiarvo. Huomattavaa on, että palvelussa on muutama heikko kohta, joihin kaivattaisiin parannusta. Lasten huomioiminen hotelliin saapuesssa ja palvelun persoonallisuus jäivät huomattavasti keskiarvoltaan muita heikommaksi. Lapsiperheet kaipaavat, että heidän koko perheensä huomioidaan vastaanotossa, heidän saapuessaan hotelliin. Palautteiden perusteella perheet odottivat, että lapsille olisi ollut jokin pieni tervetulolahja. Palvelun persoonattomuus oli toinen heikko kohta. Se saattoi saada heikon keskiarvon osittain siksi, että asiakkaat eivät oikein tienneet mitä kysymyksellä haetaan, sillä jokainen ymmärsi sen omalla tavallaan. Asiakkaat kaipasivat omaperäistä palvelua, joka ei ole liian virallista ja kaavoihin kangistunutta, sillä Hotelli Messikämmen on maanläheinen hotelli, jonne ei sovi liian virallinen palvelu. Oma-peräinen palvelu olisi hyvä markkinointikeino, jolla erotutaan kilpailijoista ja

jäädään asiakkaan mieleen. Tällä hetkellä asiakkaat ovat tyytyväisiä palvelun ystävällisyyteen, ammattitaitoon ja nopeuteen. Ystävällinen palvelu sai keskiarvokseen molemmilla viikoilla kiitettävää palautetta.

9.3.1 Majoituspalvelut

Majoituspalvelu kohdassa halusimme kartoittaa tietoa huoneen viihtyisyydestä ja tilavuudesta sekä siitä, onko lasten tarpeet huomioitu hyvin huoneissa. Viimeiseksi kohdaksi jätimme avoimen kohdan kommenteille. Kuviosta 9 voi todeta, että molemmilla viikoilla huoneen viihtyisyys sai huonoimman keskiarvon (2,7/2,8). Viikolla 8 lasten tarpeiden huomioiminen majoituspalveluissa sai paremman keskiarvon (3,3) kuin viikolla 9 (3,1). Hotellihuoneen tilavuus sai viikolla 8 huonomman keskiarvon kuin viikolla 9. (2,9/3,1).



KUVIO 9. Majoituspalvelujen arviointi

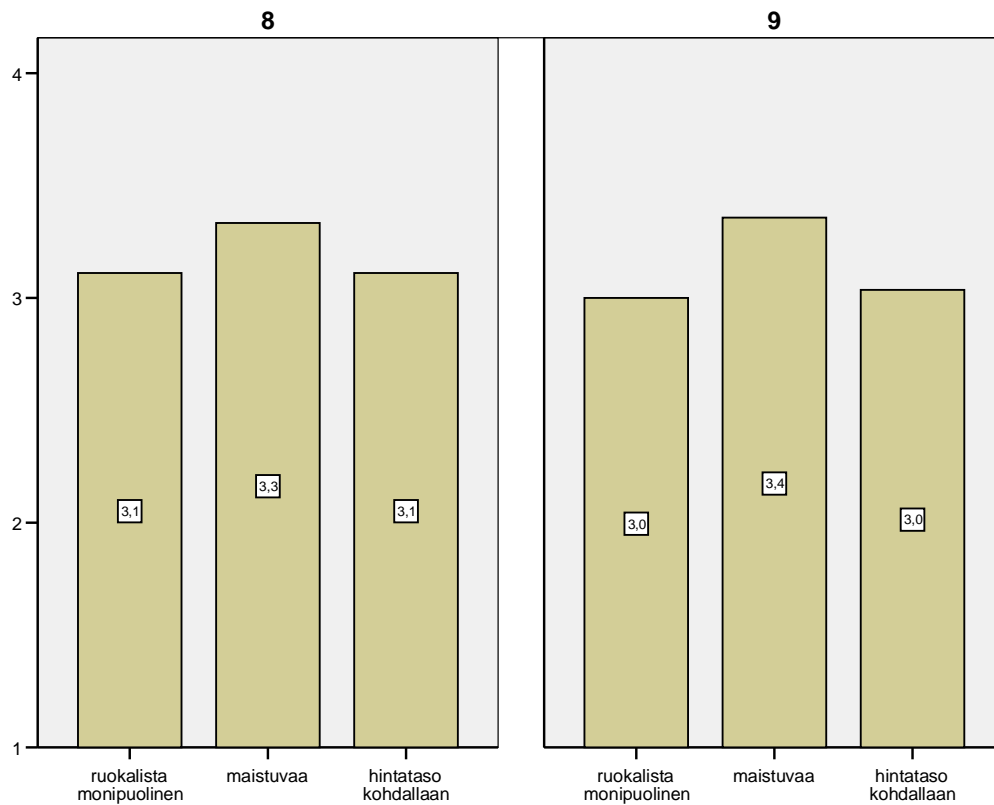
Majoituspalvelujen yhteenlaskettu keskiarvo on hyvää tasoa (3,0). Huoneen viihtyisyys siis sai huonoimman keskiarvon. Tällä hetkellä huoneet ovat vanhanaikaiset sekä kuluneet, mutta huoneita ollaan parhaillaan remontoimassa,

joten tähän on tulossa pikkuhiljaa parannusta. Isoille lapsiperheille huoneiden koko oli ongelma. Huoneet jäivät pakostakin liian pieneksi, jos huoneisiin laitetaan pari lisävuodetta ja pinnasänky. Palautetta tuli myös lasten sängyistä, että ne olisivat uusimisen tarpeessa. Lisävuoteisiin kaivattiin lisää petauspatjoja, sillä yksi patja ei ollut riittävä. Uusista huoneista saatiin myös palautetta. Remontoituihin huoneisiin oltiin pääosin tyytyväisiä, mutta muutaman palautteen perusteella huoneet olivat liian nykyaikaiset, eivätkä sovi Mesikämmenen tyyliin. Asiakkaat olisivat kaivanneet huoneisiin maanläheisyyttä eli lämpimiä värejä.

9.3.2 Ravintolapalvelut

Ravintolapalvelut kohdassa kartoitimme tietoa lasten ruokalistan monipuolisuudesta, lasten ruoan maistuvuudesta ja hintatasosta. Viimeiseksi jätimme avoimen kohdan kommenteille. Molemmilla viikoilla ruoan maku sai parhaan keskiarvon (3,3/ 3,4), kuten kuvioista 10 voidaan havaita. Kokonaisuudessaan lasten ravintolapalvelut olivat keskiarvoltaan melko tasaiset molemmilla viikoilla. Ruokalistan monipuolisuus sai viikolla 8 (3,1) hieman korkeamman keskiarvon kuin viikolla 9 (3,0). Annosten hintataso (3,1) sai viikolla 8 hieman korkeamman keskiarvon kuin viikolla 9 (3,0)

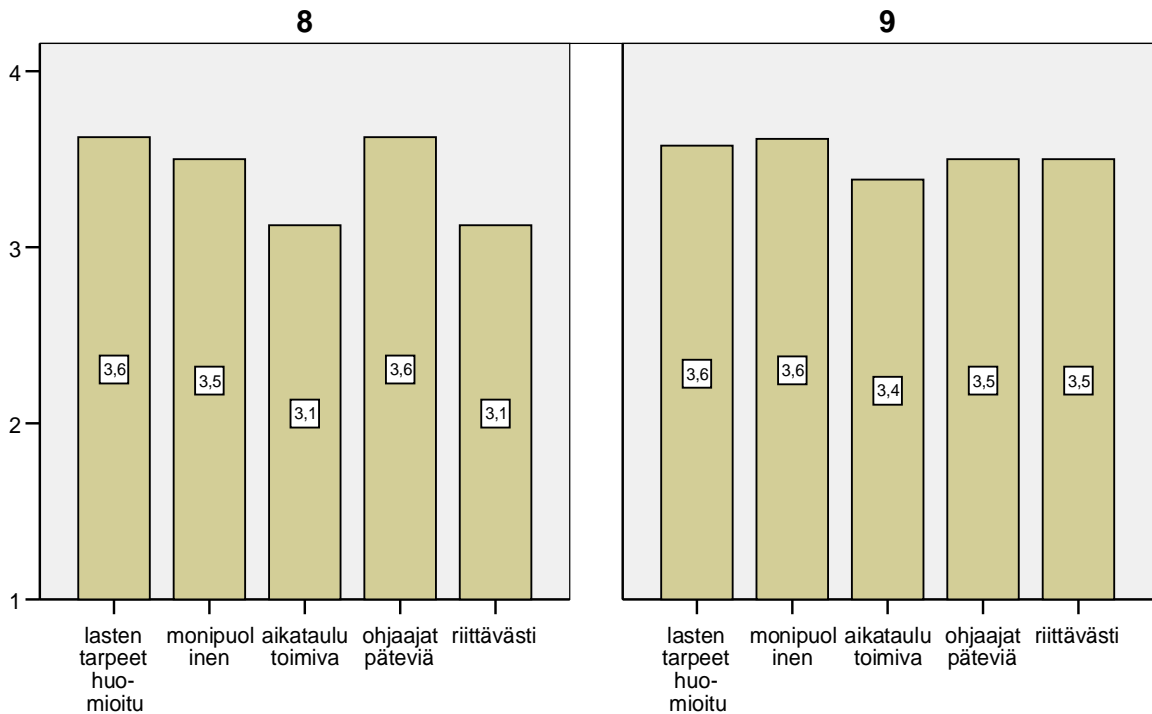
Ravintolapalvelujen yhteenlaskettu keskiarvo on hyvä (3,2). Asiakkaat olivat melko tasaisesti tyytyväisiä lasten ravintolapalveluihin. Palautteista nousi esiin lasten syöttötuolien vähäinen määrä ravintolasalissa. Lasten seisovapöytä sai eniten kritiikkiä, koska joka päivä oli sama ruoka. Asiakkaat kaipasivat vaihtelua nakeille ja ranskalaisille. Tässä olisikin hyvä kehittämisen kohta. Lapset olivat tyytyväisiä ruoan makuun ja aikuiset olivat pääosin tyytyväisiä hintatasoon. Kehumista sai käytäntö, jossa alle 3-vuotiaat lapset saavat ruokailla ilmaiseksi vanhempien ruokaillessa seisovasta pöydästä. Vanhemmat puolestaan pitivät seisovanpöydän hintatasoa heille liian kalliina. Palautteista nousi myös esiin se, että seisovanpöydän ruoka ei aina ollut lämmintä.



KUVIO 10. Ravintolapalvelujen arviointi

9.3.3 Ohjelmapalvelut

Ohjelmapalvelut kohdassa halusimme kartoittaa mielipiteitä ohjelman monipuolisuudesta, aikataulun toimivuudesta, ohjaajien pätevyydestä, ohjelmapalvelujen riittävydestä sekä lasten tarpeiden huomioimisesta hyvin. Viimeiseksi jätimme kohdan avoimille kommenteille. Molemmilla viikoilla keskiarvot jakautuivat joka kohdassa melko tasaisesti, kuten kuvio 11 osoittaa. Viikolla 8 aikataulutus (3,1) ja ohjelmapalvelujen riittävyys (3,1) saivat huonoimmat keskiarvot. Ohjaajien pätevyys (3,6) ja lasten tarpeiden huomioiminen (3,6) saivat parhaimman keskiarvon. Monipuolisuus tuli näiden välissä (3,5). Viikolla 9 kaikki saivat melkein saman keskiarvon. Parhaimmaksi ylsi lasten tarpeiden huomioiminen (3,6) sekä ohjelmien monipuolisuus (3,6). Heikommaksi jäi sama kuin viikolla 8 eli aikataulun toimivuus (3,4). Ohjaajien pätevyys sekä ohjelmapalvelujen riittävyys olivat keskiarvoltaan samaa tasoa (3,5).



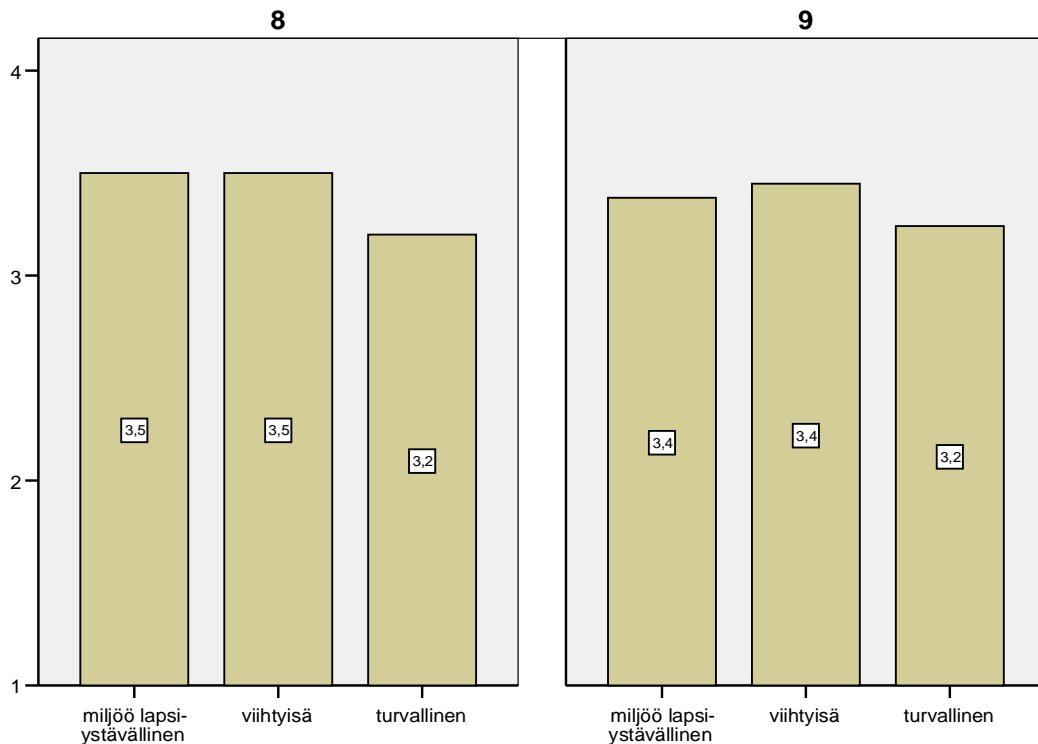
KUVIO 11. Ohjelmapalvelujen arviointi

Yhteenlaskettu keskiarvo lähentelee lasten ohjelmapalveluissa hyvän ja kiitetävän välimaastoa (3,5). Molemmilla viikoilla aikataulutukset saivat huonoimman keskiarvon. Muutamassa palautteessa mainittiin, että iltaohjelma meni kylpylän ja ruokailun kanssa päällekkäin, minkä vuoksi he eivät voineet osallistua ohjelmaan. Ohjelmapalvelujen riittävyyteen asiakkaat olivat tyytyväisempiä viikolla 9. Tulos ihmetyttää, sillä viikolla 8 ohjelmissa oli huomattavasti enemmän osallistujia kuin viikolla 9. Kiitosta saivat pienten lasten ohjelmapalvelut, mutta teini-ikäisille ajanvietettä ei ollut ja tätä varten internetmahdollisuus olisiikin todella tarpeen. Tällöin koko perhe voisi viettää lomaa viihtyen.

9.4 Miljöö/ympäristö

Miljöö/ympäristö kohdassa halusimme selvittää hotellin puitteet viihtyisyyden ja turvallisuuden kannalta sekä sen, onko hotelli lapsiystävällinen. Viimeiseksi kohdaksi jätimme avoimen kohdan, johon pystyi laittamaan vapaasti kommentteja. Tulokset olivat molemmilla viikoilla melko tasaiset. Viikolla 8 lapsiystävällisyys ja viihtyisyys saivat saman keskiarvon (3,5). Turvallisuus jäi keskiarvoltaan hieman näiden kahden alapuolelle (3,2). Viikolla 9 melkein kaikki

kohdat saivat saman keskiarvon, kuten kuvio 12 osoittaa. Hotellin viihtyisyys sai parhaan keskiarvon (3,4) yhdessä hotellin lapsiystävällisyyden kanssa (3,4). Turvallisuus (3,2) oli hyvää tasoa.



KUVIO 12. Ympäristön arviointi

Miljöön yhteenlaskettu keskiarvo (3,3) on reilusti yli 3, josta voi päätellä sen, että Hotelli Mesikämmenen puitteet ovat hyvät lapsiperheitä ajatellen. Turvallisuus kohta sai heikoimman keskiarvon. Suurin vaaran paikka lapsiperheitä ajatellen ovat portaat ja pitkät välimatkat hotellihuoneisiin. Esiin nousi myös lapsiperheen majoittuminen lisäsiipeen, sillä silloin joutuu kulkemaan pienen matkan ulkokautta. Tämän vuoksi lapsille pitäisi aina laittaa ulkovaatteet päälle, mikä on todella epäkäytännöllistä. Tulevaisuudessa kannattaa välttää lapsiperheen majoittamista lisäsiipeen, jos se vain on mahdollista. Huomiota herätti myös vähäinen vessojen määrä. Etenkin lasten leikkipaikan läheisyyteen kaivattiin wc-tiloja.

9.5 Asiakkaiden esittämät kehittämistoiveet

Kyselylomakkeen kysymyksessä 10 tiedusteltiin mielipiteitä ja toiveita koskien kylpylää ja sen aukioloaikoja. Suurimmaksi toiveeksi osoittautui, että kylpylä olisi pidempään auki, erityisesti aamu-uintia koskien. Samoin huomautettavaa löytyi lastenaltaan veden lämpötilasta. Muutoin oltiin kylpylän toimintaan pääosin tyytyväisiä.

Viimeisenä lomakkeen kohtana oli kehitysehdotusten tiedustelu ja terveiset henkilökunnalle. Toiveita oli laidasta laitaan, aina hiihtolatuksen ja pulkkamäen parannuksista wc-tilojen lattialämmitykseen asti. Eniten toivomuksia oli koskien iltapalaa. Toivottiin, että olisi mahdollisuus hankkia pientä iltapalaa lapsille, samoin myös mikroaaltouuneja toivottiin joka kerrokseen, jotta lastenruokien lämmittäminen ei olisi niin vaivalloista. Huomiota oli myös kiinnitetty vastaanoton kiireellisyyteen ja toivottiinkin, että asiakkaita palvelemissa olisi vähintään kaksi virkailijaa. Palvelu ja sen joustavuus kärsi, kun virkailijan piti palvella samanaikaisesti sekä puhelinasiakkaita että paikanpäällä olevia. Tärkeänä pidettiin myös sitä, että aiemmin ollut asiakaspäätte ja internetmahdollisuus saataisiin takaisin, jotta niin vanhemmilla kuin nuorillakin olisi ajanvietettä.

10 KOHTI KEHITTYVÄÄ HOTELLI MESIKÄMMENTÄ

Viikolla 8 asiakkaat olivat todella tyytyväisiä ja positiivisesti yllättyneitä niin lapsille järjestetyistä ohjelmapalveluista kuin hiihtolatuksen monipuolisuudesta. Tämä saattoi kertoa pelkästään jo siitä, miten erilainen lomanviettoympäristö oli verrattuna heidän normaaliin elinympäristöönsä. Viikolla 9 puolestaan asiakkaiden odotukset oli vaikeampi täyttää, sillä heidän elinympäristönsä oli jo niin lähellä Hotelli Mesikämmenen ympäristöä, ettei yksin ympäristö tuonut elämystä, vaan sitä haettiin palveluista. Huomattavaa siis on, miten eri lähtökohdista tulevien asiakkaiden odotukset myös eroavat toisistaan. Ongelmana tulee siis olemaan, miten tällaista pystyy ennakoimaan ja vertaamaan niitä toisiinsa. Millaisia ohjelmien tulisi olla, jotta kaikkien odotukset pystyttäisiin täyttämään.

Tiedonsaannissa asiakkailla oli toiveita. Tähän parannuksena voisi olla reaaliaikaisemmat internetsivut sekä enemmän mainosta lehdissä ja radiokanavalla. Tulevaisuudessa tulisikin miettiä tarkkaan, missä lehdessä tai radiossa mainostaa saadakseensa suuremman hyödyn. Esimerkiksi paikallislehtien sijaan kannattaisi mainostaa hotellipaketteja maakuntalehdissä, paikallislehdissä voisi puolestaan mainostaa yksittäisiä tapahtumia. Huomiota tulisi kiinnittää myös Internet-sivujen löydettävyyteen eri palvelimien kautta. Lisäksi voisi harvita mainostamista erilaisten yritysten Internet-sivuilla. Kokeilun arvoista olisi mainostaa Hotelli Mesikämmentä esimerkiksi perheen äideille suunnatuilla sivustoilla, kuten www.helistin.fi.

Samoin myös tietopaketin lähettäminen uudistuksista asiakkaille olisi varmasti hyvää mainosta. Tämän voisi hoitaa joko postitse tai sähköpostin välityksellä. Sähköpostiin voisi asiakkaalle myös tulla ilmoitus tarjouksista tai kotisivujen päivityksestä. Tietysti tiedon lähettämiseen kysyttäisiin asiakkaan suostumus ja viestin mukana voisi myös olla linkki, jolla voi estää informaatioviestien vastaanottaminen tarvittaessa. Näin jo monet yritykset toimivatkin, etenkin matkatoimistot, mutta myös osa hotelliketjuista.

Palvelun persoonattomuudesta annettiin runsaasti palautetta. Perhehotelli imagolta odotettiin, että palvelu olisi ollut rennompaa. Myös lasten huomioimista kaivattiin enemmän. Ei pelkästään siis riitä, että lapset on huomioitu ohjelmajärjestelyissä, vaan huomioiminen tulee alkaa jo heti hotelliin saapumisen yhteydessä. Kenties myös jo aiemmin, esimerkiksi kun perhe varaa hotellimajoituksen, voisi heille lähettää tietopaketin, jossa voisi mukana olla lapsille värityskuvia. Hotelliin saapuessa voisi lapsille antaa vaikka avaimenperän tai juuri värityskuvakirjusen tai muuta pientä puuhastelua. Tietysti tämä on myös kustannuskysymys. Kustannuksia voisi kattaa esimerkiksi nostamalla huoneen hintaa muutamalla eurolla. Halvempi vaihtoehto olisi jakaa Hotelli Mesikämmentä logolla/tekstillä varustettuja ilmapalloja. Tärkeää on myös vastaanottovirkailijan ja muun henkilökunnan toiminta. Etenkin vastaanotossa lasten huomioiminen olisi tärkeää, sillä ensivaikutelma luo pohjan mielipiteelle vierailun onnistumisesta.

Yksi asiakkaiden suurimmista toiveista hotelliympäristölle oli wc-tilojen lisääminen etenkin lasten leikkihuoneen läheisyyteen. Tällä hetkellä matka vessaan on lapsille pitkä. Tähän ehdotammekin wc-tilan rakentamista leikkihuoneen läheisyydessä sijaitsevan silityshuoneen paikalle. Oletettavasti silityshuoneella ei ole niin suurta käyttöä, ettei se voisi sijaita hieman sivummallakin.

Tilojen suhteen ongelmia aiheutti myös osittain ulkokautta kulkeminen osaan hotellihuoneista. Päärakennuksesta sivusiipeen kuljettaessa mennään ensin hotellin kakkoskerroksen käytäviä pitkin päärakennuksen päätyyn, josta siirrytään ulkokautta muutama metri sivusiiven ovelle, joka aukeaa avainkortilla. Vanhemmat kiinnittivät huomion siihen, että lapsille piti pukea ulkovaatteet päälle tämän siirtymisen ajaksi, vaikkei matka ollutkaan kuin muutaman metrin. Itse huomasimme, että rakennuksesta toiseen liikuttaessa tarvitsee avainkortin, jotta saa ulkoapäin oven auki. Näin yksin liikkuva lapsi saattaa jäädä ulos, jos avainkorttia ei olekaan mukana tai jos hän ei osaa sitä käyttää.

Näin olikin käydä eräänä iltana. Olimme matkalla huoneeseemme ja huomasimme, että meitä seurasi kaksi 3–4-vuotiasta lasta. He tulivat perässämme päärakennuksesta sivurakennukseen, jolloin tiedustelimme, minne he olivat matkalla. Selvisi, että he seurasivat meitä, koska halusivat tietää, missä illan ohjelma oli. Tosin ohjelma oli jo aikaa sitten päättynyt. Kysyimme, oliko lapsilla avainkorttia mukana ja osaisivatko he takaisin vanhempiansa luo. Avainkorttia ei ollut, joten saatoimme lapset vanhempiansa luokse. Ilman avainkorttia lapset olisivat jääneet ulos palelemaan, koska eivät olisi päässeet sivurakennuksesta takaisin päärakennukseen. Tähän olisikin hyvä saada muutos, esimerkiksi rakentamalla rakennukset yhteen, jottei päärakennuksesta sivurakennukseen tarvitse siirtyä ulkokautta. Parannuksena voisi olla myös ovisummeri, jolla saa puheyhteyden vastaanottoon. Sieltä vastaanottovirkailija voisi avata oven nappia painamalla.

Hotellin uudet huoneet saivat myös arvionsa. Osassa palautteista mainittiin, ettei sisustus sovi Hotelli Mesikämmenen tyyliin. Tähän muutosta voisi tuoda käyttämällä esimerkiksi luonnonläheisten sävyjen ja materiaalien käyttö. Nyt huoneita kuvattiin liian hienoiksi mutta samalla myös kolkoiksi. Huoneisiin voisi myös ripustaa erilaisia luonto- ja eläinaiheisia tauluja, mikä toisi paremmin yhdenmukaisuutta ympäristön kanssa ja lisäisi huoneiden kodikkuutta.

Ravintolapalveluissa toivottiin terveellisempää ja monipuolisempaa ruokaa lasten seisovaan pöytään. Tällä hetkellä tarjolla oli pääosin ranskanperunoita, kananuggetteja, kalapuikkoja, lihapullia, nakkeja ja perunamuusia. Tähän vaihtelua toisivat esimerkiksi erilaiset pastat, jauheliha- ja makkarakastike, makaronilaatikko sekä muut lasten perusherkut. Nyt tarjottavat koettiin liian rasvaisiksi ja epäterveellisiksi.

Ohjelman suhteen toivomuksia oli myös runsaasti, joista ohjelmien ajankohta osoittautui suurimmaksi ongelmaksi. Iltaisin ohjelma voitaisiinkin aloittaa jo tuntia tai paria aiemmin kuin näiden toteutusviikkojen aikana, jottei päällekkäisyyksiä tulisi ruokailun tai kylpylän kanssa. Kaikkia päällekkäisyyksiä on mahdotonta välttää, mutta tulevaisuudessa voisi olla aiheellista kokeilla eri ajankohtia iltaohjelmalle. Tällä kertaa toive iltaohjelman aloittamiseen kello 18 tuli hotellin puolelta. Myös rakentamamme Santerin luolan toivottiin olevan auki joka päivä heti aamiaisen jälkeen sekä iltapuolella kello 16 eteenpäin. Tällä kertaa näin olisi ollut mahdotonta toimia jo henkilöresurssien takia, mutta ehkä myöhemmin tätäkin asiaa voisi harkita. Voisiko tulevaisuudessa pääpaino olla Santerin luolan kaltaisella lasten leikkipaikalla, jonka lisäksi olisikin pienimuotoisesti muuta ohjelmaa? Leikkihuone on kuitenkin erikseen käytössä ympäri vuorokauden, mutta ohjaajia siellä ei ole leikittämässä ja valvomassa. Mielestämme kuitenkin Santerin luola-ajatusta olisi hyvä jatkaa, sillä se oli elämys niin lapsille kuin aikuisillekin ja loi viihtyisän ympäristön leikeille ja oleskelulle.

Vanhemmille lapsille ja aikuisille toivottiin mahdollisuutta käyttää asiakaspäättettä ja Internet-yhteyttä. Nyt langaton Internet-yhteys toimii vastaanottoaulassa ja osassa tätä alemmista kerrosta. Kannettava tietokonetta lainataan tarvittaessa vastaanotosta, mutta se ei ole varsinaisesti kuitenkaan tarkoitettu yleiseen asiakaskäyttöön. Enemmän tarvetta olisikin ns. Internet-pisteelle, joka olisi vapaasti asiakkaiden käytössä. Vastaanotosta voisi myös lainata pelikortteja ja lautapelejä. Pelien säilymisen takia otettaisiinkin ylös huoneen numero, kenelle peli on luovutettu tai muu valvontajärjestelmä.

Myös muu ohjelma sai palautetta. Disko aiheutti ristiriitaisia tunteita, samoin peikkohahmomme. Viikolla 8 niin disko kuin peikkohahmot olivat todella suosittuja, mutta seuraavalla viikolla osa lapsista pelkäsi niin diskoympäristöä

kuin peikkojakin. Kyseisellä viikolla kommentoitiin yhdessä palautteessa diskoa liian pimeäksi ja musiikkia sopimattomaksi kaksivuotiaalle. Myös peikkoja kuvailtiin liian pelottaviksi. Kuitenkin olimme toimineet täsmälleen samoin kuin edellisviikolla, jolloin molemmat saivat suuren suosion. Kohderyhmäkin oli samaa ikäluokkaa, joten tässä herää kysymys, miten eroavat eri seuduilta kotoinen olevat lapset toisistaan. Huomasimme muissakin asioissa, että viikolla 8 lomailleet lapset olivat paljon itsenäisempiä osallistumaan kaikkeen toimintaan, kun taas viikolla 9 lomailleet lapset olivat riippuvaisempia vanhemmistaan. Mikä siis olisi sopivaa ohjelmaa kaikille vai vaihtaako ohjelmaa lapsien mukaan?

Kylpylän suhteen toivomuksena olivat pidemmät aukioloajat ja lämpimämpi vesi lastenaltaaseen sekä rantasandaalien myynti myös kylpylän aikuisille asiakkaille. Ihmetystä aiheutti myös kylpylän maksullisuus. Toivomuksena olikin, että kylpylämaksut sisältyisivät hotellihuoneen hintaan. Huoneen hintaa voisi siis nostaa sen verran, että kylpylän käyttö sisältyisi hintaan, käytti sitten asiakas kylpylää monta kertaa tai ei ollenkaan.

Eläinpuiston kanssa yhteistyö on jo nyt hyvällä mallilla. Sen kanssa hotelli käyttää yhteistä mainontaa, ja rannekelippuja eläinpuistoon voi ostaa hotellin vastaanotosta. Yhteistyötä voisi myös laajentaa leirintäalueen ja Honka Holiday:n kanssa. Läheisiltä Honka Holiday:n mökeiltä osallistui jo nyt muutama lapsi järjestämiimme ohjelmiin, ja myös vanhemmat käyttivät hotellin ravintolapalveluja. Tarjolla voisikin olla Honka Holiday:n asiakkaille suunnattuja ohjelmapaketteja, joihin sisältyisivät ruokailut, liput eläinpuistoon ja kenties liput myös illan tansseihin. Myös yhteistyötä esimerkiksi Mannerheimin Lastensuojeluliiton Ähtärin paikallisyksikön kanssa voisi olla enemmän, jotta vanhemmilla olisi tietoa mahdollisista lastenvahdeista. Pienimuotoisesti tällaista toimintaa on jo ollut, mutta asiasta voisi tiedottaa laajemmin, jotta palvelusta saisi parhaimman mahdollisen hyödyn.

11 ILOA JA KYYNELEITÄ

Opinnäytetyön tekeminen oli raskasta, mutta antoisaa. Työn aikana vuoditimme niin ilon kuin surunkin kyyneleitä. Hiihtolomaohjelmien suunnittelu oli monivaiheinen prosessi, jonka aikana seurasimme kuitenkin selkeää suunnitelmaa, joka meillä oli ollut jo alusta asti. Hotelli Mesikämmen antoi meille vapaat kädet suunnittelutyöhön, mikä oli meille suuri luottamuksen osoitus.

Saimme Hotelli Mesikämmenestä ainoastaan positiivista palautetta niin suunnittelu- kuin toteutusvaiheessakin. Toimitusjohtaja Veli-Matti Rantasen mukaan tapamme sitoutua ja toteuttaa ohjelma ylitti hänen odotuksensa (Liite 10). Palautteesta päätellen myös asiakkaat olivat tyytyväisiä ohjelmaan.

Ohjelmien suunnittelussa oli haasteellista se, ettei asiakasmääristä ollut tietoa etukäteen ja lisäksi kohderyhmämme laaja ikäjakauma asetti vaatimuksia suunnittelutyöhön. Hotelli Mesikämmenessä ei myöskään ole ollut aikaisemmin järjestelmällistä ohjelmapalvelutarjontaa, joten etukäteen oli vaikea tietää, mitä odottaa. Meille haastetta toi se, että olimme työpaikalla läsnä 24 tuntia vuorokaudessa, koska majoituimme hotellissa. Siksi olimme asiakkaiden huomion kohteena lähes koko ajan.

Yhtenä opinnäytetyömme tärkeimpänä tavoitteena oli tuottaa hotellille ohjelmapalvelukonsepti, jota se voisi hyödyntää tulevaisuudessakin hiihtoloma-aikaan. Ohjelmat olivat kokeilu, jonka avulla pyrimme selvittämään kysyntää kyseisille palveluille. Vaikka hotellin asiakasmäärät jäivät hiihtolomien aikaan tavoitteista, Veli-Matti Rantanen uskoo, että ohjelmille on kysyntää ja niitä tul-laan edelleen kehittämään nimenomaan kesäsesongin ulkopuolisena aikana. Asiakkaat kokivat saavansa enemmän kuin olivat odottaneet, mikä on tärkeää ohjelmien jatkuvuuden kannalta. Tulevaisuudessa hotellin kannattaakin hyödyntää esimerkiksi eri oppilaitosten opiskelijoita ohjelmapalvelujen järjestämisessä loma-aikoina. Ohjelmapalvelujen järjestäminen olisi sopiva aihe esimerkiksi opinnäytetyölle tai harjoittelulle. Lisäksi ohjelmatarjontaa voisi laajentaa lapsista koskemaan koko perhettä, kuten järjestämämme koko perheen vesihetki.

Hiihtolomaohjelmien lisäksi toteutimme samanaikaisesti asiakastyytyväisyyskyselyn hotellin lapsiperheasiakkaille. Kysely kattoi kaikki hotellin palvelun osa-alueet, ja näin kyselyn tuloksista sai hyvän kuvan lapsiperheiden kokonaistyytyväisyydestä. Kyselyn tulosten pohjalta pystyimme tekemään kehittämissuhteita hotellin toiminnan kehittämiseksi. Veli-Matti Rantasen mukaan asiakastyytyväisyyskysely oli aiheellinen, ja hotellissa tullaan jatkossa ottamaan käyttöön jatkuva asiakaspalautejärjestelmä.

Lopputulokseen olemme enemmän kuin tyytyväisiä, sillä toteutus onnistui paremmin kuin osasimme odottaakaan (Liite 11). Matkan varrella toki oli mutkia, mutta niistä selvisimme hyvän pohjatyön ansiosta. Kaikki ei aina suju suunnitelmien mukaan, mutta positiivinen asenne ja rauhallinen toiminta auttavat selvittämään suuretkin ongelmat. Ongelmia aiheutti muun muassa huono tiedonkulku hotellissa. Monet hotellin työntekijät eivät tienneet lainkaan, mistä meidän projektissamme oli kysymys. Yhteyshenkilömmme ollessa poissa oli vaikea saada asioita hoidettua. Suuri apu oli siitä, että kaksi ryhmämme jäsentä on työskennellyt hotellissa ja näin tiesimme talon tavat.

Tiimin koko oli suuri etu niin meille itsellemme, toimeksiantajalle sekä asiakkaille. Pystyimme toteuttamaan laajan ja monipuolisen ohjelman joustavasti ja tehokkaasti. Ohjelmien kokeilu antoi hotellille viitteitä, millaisia ohjelmia kannattaisi tulevaisuudessa järjestää. Tiimityöskentelyn suuri etu oli asioiden näkeminen useasta eri näkökulmasta, ja voidaankin todeta, että ryhmämme oli enemmän kuin osiensa summa.

Opinnäytetyön kuuluu olla oppimistehtävä, ja meille se olikin juuri sitä. Työ oli meille loistava tilaisuus päästä soveltamaan koulutuksessa opittuja asioita käytäntöön. Opinnäytetyöprosessin aikana opimme ainakin tiimityöskentelytaitoja, organisointitaitoja ja pitkäjänteisyyttä. Huomasimme, kuinka paljon asioita on otettava huomioon ohjelmakokonaisuuksia suunniteltaessa ja järjestäessä. Kaikki valmistelut vaativat paljon aikaa ja työpanosta meiltä kaikilta. Suunnitelimme ja toteutimme kaikki ohjelmat alusta alkaen itse, mikä oli työläs mutta antoisa prosessi. Kokemusta ohjelmajärjestämisestä meillä oli jo ennestään, mutta näin laajaa projektia ei kukaan meistä ollut aiemmin toteuttanut. Työssä teimme lähes kaiken itse, jotta saimme kokonaiskäsityksen kaikista työvaiheista. Koemme tämän olevan meille suuri voimavara ja etu tule-

vissa työelämän haasteissa. Käytännön kokemusta, helpottaa tulevaisuudessa työskentelyä esimiestehtävissä.

Yhteenvetona työstämme voimme todeta, että tavoiteltaessa perheitä asiakkaaksi on tärkeää muistaa lapset, sillä vaikka aikuiset tekevätkin matkapäättöksen, lasten viihtyminen kohteessa on erittäin oleellista. Mielestämme vahvasti imagoltaan perhehotelli Mesikämmenen tulevaisuuden kilpailuvaltti on lasten tarpeiden huomioon ottaminen hotellin palveluissa. Näkyvä lastenohjelmopalvelutarjonta on tärkeä osa markkinointia ja asiakkaan saamaa kokemusta.

LÄHTEET

- Bergström, S. & Leppänen, A. 1997. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.
- Borg, P., Kivi, E. & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi: Matkailusuunnitelun periaatteet ja käytäntö. 1. p. Helsinki: WSOY.
- Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOY.
- Himberg, L. Laakso, J., Peltola, R., Näätänen, R. & Vidjeskog, J. 2005. Kehittyvä ihminen. Psykologia 2. 1.- 4.p. Porvoo: WSOY.
- Hotelli Mesikämmen. 2007. Hotelli Mesikämmenen sivusto. Viitattu 3.4.2007. [Http://www.hotellimesikammen.fi/](http://www.hotellimesikammen.fi/)
- Hotelli Mesikämmenen uudistus etenee vauhdikkaasti Ähtärissä. 2007. Ykköset 25.1.2007, 28.
- Isoviita, A. & Lahtinen, J. 1999. Asiakaspalvelu ja markkinointi. 2. p. Jyväskylä: Gummerus.
- Jokinen, T. 2001. Tuotekehitys. 6. korj. p. Helsinki: Otatieto.
- Kauppa- ja teollisuusministeriö. 2007. Toimialaraportit. Viitattu 13.4.2007 [Http://www.toimialaraportit.fi/files/241/Majoitustoiminta_netiti.pdf](http://www.toimialaraportit.fi/files/241/Majoitustoiminta_netiti.pdf) .
- Kauppa- ja teollisuusministeriö. 2007. Toimialaraportit. Viitattu 19.4.2007 [Http://www.toimialaraportit.fi/files/244/Matkailun_ohjelmopalvelut.pdf](http://www.toimialaraportit.fi/files/244/Matkailun_ohjelmopalvelut.pdf)
- Komppula, R & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita.
- Kulju, H. 2006. Asiakastyytyväisyyden mittausta on tullut pahasti. Viitattu 19.3.2007. [Http://www.digitoday.fi/page.php?page_id=15&news_id=200624076](http://www.digitoday.fi/page.php?page_id=15&news_id=200624076) .
- Laukkanen, S. Suomen laatu yhdistys ja osajulkaisu 1/95, Tampereen teknillinen korkeakoulu. Viitattu 19.3.2007. [Http://butler.cc.tut.fi/~jan/laatujohtaminen/2004/Asiakastyytyvaisuus220904.pdf](http://butler.cc.tut.fi/~jan/laatujohtaminen/2004/Asiakastyytyvaisuus220904.pdf)
- Lotti, L. 2001. Tehokas markkina-analyysi. Porvoo: WSOY.
- Mesikämmen ehostuu vauhdilla. 2007. Keskisuomalainen 22.1.2007, 12.
- Rantanen, V-M. 2007. Toimitusjohtaja. Hotelli Mesikämmen. Sähköpostiviesti. 17.4.2007. Vastaanottaja S. Savolainen. Tiedonanto.
- Rantanen, V-M. 2007. Toimitusjohtaja, Hotelli Mesikämmen. Sähköpostiviesti. 16.3.2007. Vastaanottaja S. Savolainen. Teemahaastattelu.

Storbacka, K. & Lehtinen, J. R. 2002. Asiakkuuden ehdoilla vai asiakkaiden armoilla. Helsinki: WSOY.

Suojansalo, O. 2006. Ravintolapäällikkö. Hotelli Mesikämmen. Henkilökohtainen keskustelu 9.12.2006.

Takala, A. & Takala, M. 1988. Psykologinen kehitys lapsuusiässä. Porvoo: WSOY.

Tuomivaara, T. 2005. Tieteellisen tutkimuksen perusteet: Viitattu 21.3.2007. [Http://www.mm.helsinki.fi/~ttuomiva/Y125luku6.pdf](http://www.mm.helsinki.fi/~ttuomiva/Y125luku6.pdf).

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut: Matkailuelämyksen tuottaminen ja toteuttaminen. 1.p. Porvoo: WSOY.

Välikylä, T. (toim.)& Oksanen, H. 2005. Maastoruokailu ja ohjelmapalvelut. Opas luonto- ja eräruokailujen turvallisuudesta ja ohjelmapalvelujen turvallisuudesta järjestämisestä. Pori: Elintarvike ja terveystieteiden tutkimuskeskus.

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? 2. uud. p. Helsinki: Otava.

LIITTEET

Liite 1. Viikko-ohjelma 8

Maanantai 19.2.2007	Tiistai 20.2.2007	Keskiviikko 21.2.2007	Torstai 22.2.2007	Perjantai 23.2.2007	Lauantai 24.2.2007	Sunnuntai 25.2.2007
Klo 7-10.30 AAMUPALA Omatoimista piirtelyä, pelailua ja puuhastelua. Santeri-karhun aamuvenyttely n. klo 9.30.	Klo 7-10.30 AAMUPALA Omatoimista piirtelyä, pelailua ja puuhastelua. Santeri-karhun aamuvenyttely n. klo 9.30.	Klo 7-10.30 AAMUPALA Omatoimista piirtelyä, pelailua ja puuhastelua. Santeri-karhun aamuvenyttely n. klo 9.30.	Klo 7-10.30 AAMUPALA Omatoimista piirtelyä, pelailua ja puuhastelua. Santeri-karhun aamuvenyttely n. klo 9.30.	Klo 7-10.30 AAMUPALA Omatoimista piirtelyä, pelailua ja puuhastelua. Santeri-karhun aamuvenyttely n. klo 9.30.	Klo 8-10.30 AAMUPALA Omatoimista piirtelyä, pelailua ja puuhastelua. Santeri-karhun aamuvenyttely n. klo 10.00.	Klo 8-10.30 AAMUPALA Omatoimista piirtelyä, pelailua ja puuhastelua. Santeri-karhun aamuvenyttely n. klo 10.00.
	Klo 10-17 LAPSIPARKKI			Klo 10-17 LAPSIPARKKI		
Eläinpuistossa Saukkolan laavulla ja Hirvitarhan katoksella on nuotit valmiiksi sytytetynä. Eläintenhoitaja-opas kertomassa Eläinpuistosta, eläimistä ja vastaamassa kysymyksiksi - lumileopardi-tarhalta klo 11 - 12, hirvitarhalta klo 13 - 14						
	Klo 13-15 ULKOILUA Reipasta ulkoilua ja lumileikkejä. #	Klo 13-15 LUONTORETKI Leikkimielistä visailua luonnon helmassa. MAKSULLINEN 2€	Klo 11-14 ELÄINPUISTO-RETKI Ohjattu tutustuminen eläinpuiston asukkaisiin. Retkellä nautimme myös eväspalaset. (Myös vanhemmat voivat halutessaan osallistua retkelle.) MAKSULLINEN Rannekke 8€ + eväät 2€	Klo 13-15 ASKARTELUA JA PUUHASTELUA Peikkotyöt leikkittävät lapsia.	Klo 12-16 HIHTOLOMAN PEUHAJAISET! Koko perheen tapahtuma.	
Klo 18-20 ASKARTELUA Peikkotyöt askartelevat lasten kanssa. Klo 20 LASTEN KARAOKE	Klo 20-22 KOKO PERHEEN VESIHETKI Rauhallinen uinti-hetki perheen kesken musiikin ja kynttilävalon kera. MAKSULLINEN (ks/vyölähinnat)	Klo 18-21 LASTEN DISCO! Peput pyörimään ja lantiot heilumaan musiikin tahtiin. Discosta löytyy mm. buffetti.	Klo 18-20 AARREJAHTI Aarteen etsintää illan pimeässä. #	Klo 18-20 LEIKKITUOKIO Leikkejä ja pelejä.	Klo 18-20 LEFFAILTA	

SÄÄVARAUS
Lapsiparkkiin vanhemmat voivat tuoda lapsensa valvottuun hoitoon, alaikäraja 3 vuotta
Tarvittaessa ota yhteyttä numeroon: 0504010518

Muutokset mahdollisia

ILMOITTAUDUTHAN AARREJAHTIIN, LUONTO- JA ELÄINPUISTORETKELLE ETUKÄTEEN!

Liite 2. Viikko-ohjelma 9

Maanantai 26.2.2007	Tiistai 27.2.2007	Keskiviikko 28.2.2007	Torstai 1.3.2007	Perjantai 2.3.2007	Lauantai 3.3.2007	Sunnuntai 4.3.2007
Klo 7-10.30 AAMUPALA Piirtelyä, pelailua ja puuhastelua. Santeri-karhun aamuvenyttely n. klo 9.30.	Klo 7-10.30 AAMUPALA Piirtelyä, pelailua ja puuhastelua. Santeri-karhun aamuvenyttely n. klo 9.30.	Klo 7-10.30 AAMUPALA Piirtelyä, pelailua ja puuhastelua. Santeri-karhun aamuvenyttely n. klo 9.30.	Klo 7-10.30 AAMUPALA Piirtelyä, pelailua ja puuhastelua. Santeri-karhun aamuvenyttely n. klo 9.30.	Klo 7-10.30 AAMUPALA Piirtelyä, pelailua ja puuhastelua. Santeri-karhun aamuvenyttely n. klo 9.30.	Klo 8-10.30 AAMUPALA Piirtelyä, pelailua ja puuhastelua. Santeri-karhun aamuvenyttely n. klo 10.00.	Klo 8-10.30 AAMUPALA Piirtelyä, pelailua ja puuhastelua. Santeri-karhun aamuvenyttely n. klo 10.00.
<p>Eläinpuistossa Saakkolan laavulla ja Hirvitarhan katoksella on nuotiot valmiiksi sytytettyä. Eläintenhoitaja-opas kertomassa Eläinpuistosta eläimistä ja vastaamassa kysymyksiksi - lumileopardi-tarhalta klo 11 - 12, hirvitarhalta klo 13 - 14.</p>						
Klo 18-20 ASKARTELUA Peikkotyöt askartelevat lasten kanssa. Klo 20 LASTEN KARAOKE	Klo 13-15 LUONTORETKI Leikkimielistä visailua luonnon helmassa. MAKSULLINEN 2€	Klo 13-15 ASKARTELUA JA PUUHASTELUA Peikkotyöt leikkivät lapsia.	Klo 11-14 ELÄINPUISTO-RETKI Ohjattu tutustuminen eläinpuiston asukkaisiin. Reikellä nautimme myös eväspalaset. (Myös vanhemmat voivat halutessaan osallistua reikelle.) MAKSULLINEN Ranneke 8€ + eväät 2€	Klo 13-15 LASTEN LOMA-OLYMPIALAISET Leikkimieliset kisailut Mesikämmenen tyyliin.	Klo 13-15 ULKOILUA Reipasta ulkoilua ja lumileikkejä.	
Klo 18-20 ASKARTELUA Peikkotyöt askartelevat lasten kanssa. Klo 20 LASTEN KARAOKE	Klo 20-22 KOKO PERHEEN VESIHETKI Rauhallinen uinti- hetki perheen kesken musiikin ja kynnätilävalon kera. MAKSULLINEN (kylpylähinnat)	Klo 18-20 AARREJAHTI Aarteen etsintää illan pimeässä. #	Klo 18-21 LASTEN DISCO! Peput pyörimään ja lantot heilumaan musiikin tahtiin. Discosia löytyy mm. buffetti.	Klo 18-20 LEIKKITUOKIO Leikkejä ja pelejä.	Klo 18-20 LEFFAILTA	

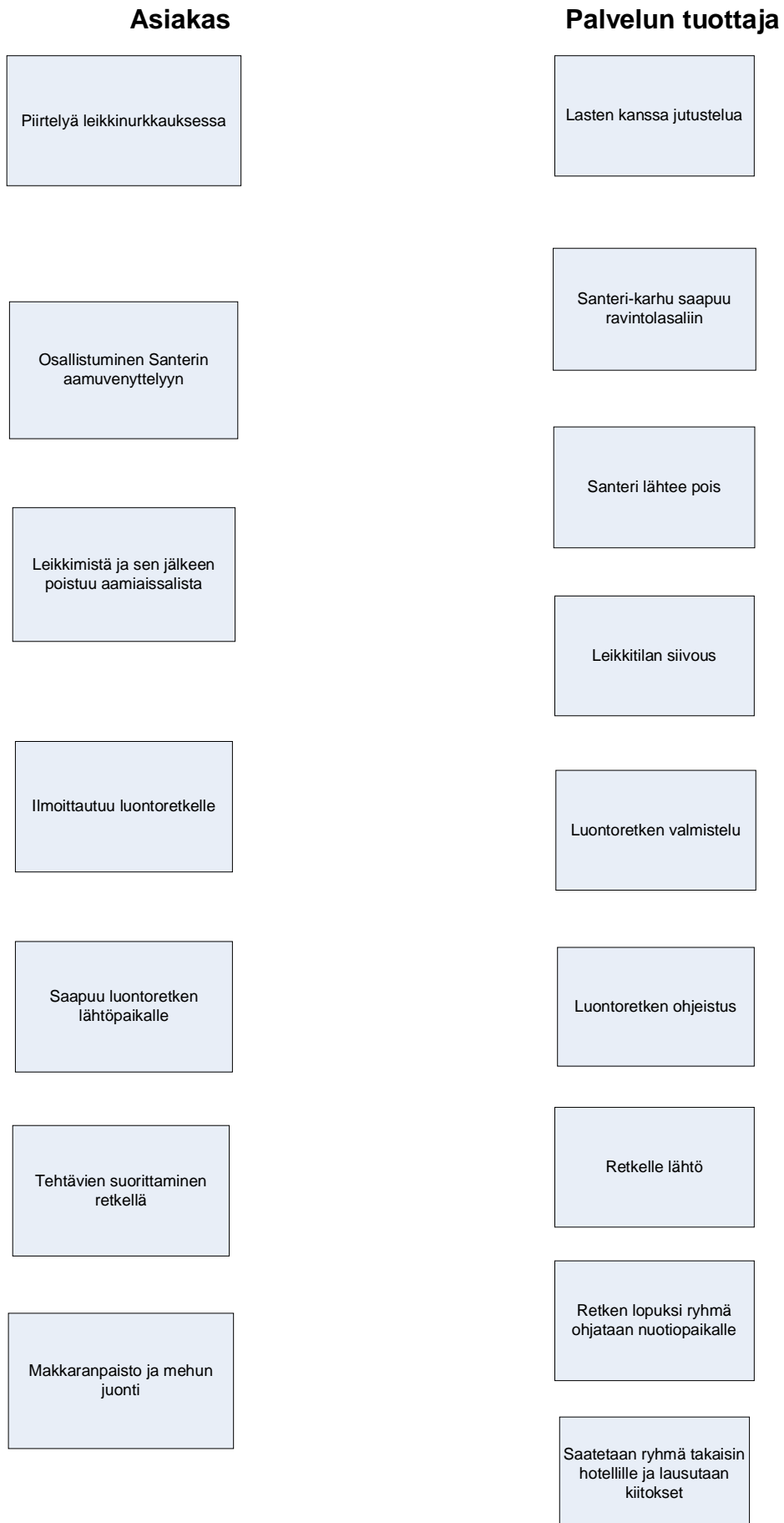
Muutokset mahdollisia

SÄÄVARAUS Tarvittaessa ota yhteyttä numeroon: 0504010518

ILMOITTAUDUTHAN AARREJAHTIIN, LUONTO- JA ELÄINPUISTORETKELLE ETUKÄTEEN!

Lapsiparkkiin vanhemmat voivat tuoda lapsensa valvottuun hoitoon, alaikäraja 3 vuotta

Liite 3. Palveluprosessin kaavio



Liite 4. Ohjelmien kustannukset

Askartelutarvikkeet	70,00€
Kasvovärit	19,30€
Pelit	14,60€
Peikkopuvut ja peruukit	58,00€
<u>Muut tarvikkeet</u>	<u>35,00€</u>
Yhteensä	196,90€

(Huom! Ohjelmista aiheutuvia todellisia kustannuksia laskettaessa on huomi-
oitava myös työntekijäkustannukset.)

Liite 5. Turvallisuussuunnitelma

Tämä turvallisuussuunnitelma on laadittu soveltaen ohjelmapalvelujen turvallisuusasiakirjaa ja suunnitelmaa kyseisiin ohjelmiin. Ohjelmat tapahtuvat Hotelli Mesikämmenen toimeksiannosta ja heidän tiloissaan ja heillä on myös omat tarkat turvallisuus- ja pelastussuunnitelmansa.

Toiminnan kuvaus

Suorituspaikka on Hotelli Mesikämmen ympäristöineen Ähtärissä. Ohjelmapalvelujen suorituspaikkana toimivat ravintolasali sekä kokoustilat Kaisan Kabinetti ja ABC-sali. Hotelli Mesikämmen on perhehotelli, ja sen suunnittelussa lapsien tarpeet ja turvallisuusvaatimukset on otettu huomioon.

Aamuhjelma tapahtuu joka päivä ravintolasalissa, ja siihen kuuluu omatoimista leikkimistä sekä ohjattu aamuvenyttely. Askartelutuokiot, leikkihetket, leffailta sekä valvotut lapsiparkit ovat Kaisan Kabinetissa ohjaajan johdolla. Abc-salissa järjestetään disko, lasten lomaolympialaiset, leikkituokio sekä hiihtoloman peuhajaiset. Koko perheen vesihetki järjestetään kylpylässä uimavalvojan johdolla. Ulkona järjestettäviä ohjelmia ovat eläinpuistoretki, luontoretki, aarrejahti sekä ulkoilu ja lumileikit. Kaikki ulkotoiminnot tapahtuvat hotellin välittömässä läheisyydessä.

Riskit ja niiden hallinta

Ohjelmien luonteen vuoksi niiden riskeinä ovat lähinnä liukastumiset, kaatumiset sekä pienet haavat ja ruhjeet.

Näitä riskejä voidaan hallita esimerkiksi sillä, että ohjaajat tutustuvat tapahtumapaikkoihin huolellisesti etukäteen ja ohjaajia on tarpeeksi osallistujamäärään nähden. Kaikki ohjelmat ovat suunniteltu sellaisiksi, että ohjaajilla on pätevyyttä niiden johtamiseen. Lisäksi otetaan huomioon sääolosuhteet ulko-ohjelmien osalta. Tarvittaessa osan ohjelmista pystyy siirtämään sisätiloihin.

Riskejä voidaan vähentää ja ehkäistä huolellisella suunnittelulla ja ennakoivalmisteluilla. Lasten turvallisuuden kannalta on parasta, että ohjaaja pitää

huolta järjestyksestä ja ojentaa tarvittaessa. Lisäksi kaikissa ohjelmissa osallistujat perehdytetään toimintaan huolella ja ohjataan ohjelman läpi. Jokaisessa ohjelmassa on ennakkoon sovittu vastuhenkilö. Ensiapupakkaus on myös aina saatavilla. Ohjaajilla on myös aina puhelin mukana, joten tapaturman sattuessa apua saadaan paikalle. Ohjelmat alkavat ja päättyvät yhteiseen koontumiseen. Vanhemmat tuovat lapsensa ohjelman alkuun ja hakevat pois sen päätyttyä, ellei toisin ole erikseen sovittu. Mesikämmenen omat vakuutukset ovat voimassa myös meidän ohjelmiemme kohdalla.

Lähde: Maastoruokailu ja ohjelmapalvelut, Opas luonto- ja eräruokailujen turvallisuudesta sekä ohjelmapalvelujen turvallisesta järjestämisestä

Liite 6. Päiväkirja toteutuksesta

Alkuvalmistelut

Lauantai 17.2.

Lauantaina 17.2. alkoi se mitä olimme suunnitelleet jo kuukausia. Saavuimme iltapäivällä hotelli Mesikämmeneen ja tarkoituksenamme oli välittömästi alkaa somistamaan Santerin luolaksi tulevaa kabinettia käyttötarkoituksemme mukaiseksi. Santerin luola olisi tukikohtamme seuraavat kaksi viikkoa ja siellä järjestäisimme osan ohjelmistamme. Saavuttuamme hotelliin kävi ilmi, että kyseisessä tilassa olisi kokous ja saisimme tilan käyttöömme vasta paria tuntia myöhemmin. Tällä aikaa asetuimme taloksi huoneeseemme ja jäimme odottamaan kabinetin vapautumista.

Kabinetin muuttaminen luolaksi vei lauantai-illan ja osan sunnuntaiaamusta. Kabinetti jaettiin kahteen selkeästi erilaiseen osioon, jotka olivat Santerin luola ja askartelutila. Santerin luolan puolella kabinetin kiviset seinät ja seinille ripustamamme maastoverkko kuvasivat oivasti metsämaisemaa. Seinille ja lattialle laitoimme erivärisiä kankaita kuvaamaan lumikinoksia ja taivasta. Luolan sisällä olevan Santerin talvipesän kokosimme pöydistä sekä pahvilaatikoista ja somistimme sen kankailla. Lattialle kokosimme myös nuotion ja käytimme sammalta, jäkälää, käpyjä sekä kiviä saadaksemme enemmän ulkoilmantun-
tua.

Santerin luolan yhteen nurkkaan teimme luku- ja video nurkkauksen. Nurkkauksessa oli kirjoja, leluja ja pelejä lasten vapaassa käytössä. Luolan toinen puoli oli varattuna askartelulle ja piirtämiselle. Askartelupuolelle toimme ison pöydän jonka ääreen mahtui suurikin joukko lapsia askartelemaan. Pöydän vuorasimme luontoystävällisesti sanomalehdillä. Seiniä koristelimme piirustuksin, askartelumallein ja ilmapalloin. Askartelupuolella meillä oli myös verhoihin peitetty varasto tarvikkeillemme sekä ilmoittautumispiste lapsiparkkiin. Kabinetin ulkopuolen somistimme lapsia houkuttelevaksi erilaisten koristeiden avulla. Teimme myös opasteet luolalle, ja vastaanoton läheisyyteen tuli oma-
tekoinen karhunmuotoinen ilmoitustaulu, josta asiakkaat voisivat katsoa päivän ohjelman.

Sunnuntai 18.2.

Sunnuntai-aamuna keskityimme ohjelmien valmisteluun. Kokeilimme myös suunnittelemamme eläinpuistoretken ja luontopolun toimivuuden sekä teimme viimeisiä hiontoja tulevien viikkojen ohjelmaan. Lisäksi kopioimme jaettavia viikko-ohjelmia, asiakastytyväisyyskyselylomakkeita, värityskuvia yms. materiaalia. Kävimme myös jakamassa viikko-ohjelman läheisille Honka-Holidayn lomalaisille.

Aamuohjelman järjestimme koko kahden viikon ajan samanlaisena. Lapsille oli ravintolasalissa leikkitala, jossa he saivat leikkiä, piirrellä, väritellä ja katsella videoita. Paikalla oli joka päivä kaksi ohjaajaa pitämässä lapsille seuraa. Lisäksi Santeri-karhu vieraili joka aamu pitämässä aamuvenyttelyä. Aamuisin lapsia oli lähes joka aamu leikkimässä paljon. Santerin aamuvenyttely oli pidetty ohjelmanumero, jota monet lapset olivat odottamassa jo aikaisin.

Viikko 8

Maanantai 19.2.

Varsinainen viikko-ohjelma lähti käyntiin maanantaina 19.2. Aamupalalla Santeri-karhu vieraili ilahduttamassa lapsia ja leikkinurkkaus oli myös käytössä. Aamupalalla ei ollut paljoa lapsia, mutta viisi lasta kävi kuitenkin jumppaamassa meidän ja Santeri-karhun kanssa. Maanantaina ei ollut päiväohjelmaa, joten meillä oli aikaa valmistella tulevia ohjelmia ja tehdä viimehetken valmisteluja. Iltaohjelmana oli askartelua peikkotyttöjen Titan ja Tytin kanssa. Olimme kaikki ohjaamassa ja kaksi meistä oli tietenkin peikkoasuissa. Askartelemassa oli sekä poikia että tyttöjä. Ohjelmaan osallistui kaikkiaan noin 15 lasta, mikä oli meille positiivinen yllätys. Emme olleet odottaneet aivan näin suurta osallistujamäärää ja huomasimme, että olisi kannattanut valmistella askartelumateriaaleja enemmän etukäteen. Onneksi olimme kuitenkin kaikki paikalla, joten askarteluhetki sujui oikein mallikkaasti. Lapset tykkäsivät askarrella peikkojen kanssa. He olivat itsenäisiä ja uskalsivat tulla ilman vanhempia puuhastelemaan. Askartelemamme kruunut ja kettunaamarit olivat suosittuja.

Illalla askartelun jälkeen ohjelmassa oli vielä lasten karaoke ravintolasalissa. Karaoke oli ulkopuolisen karaokejuontajan järjestämä ohjelma, mutta olimme kuitenkin siinä mukana. Peikkotyöt kannustivat lapsia laulamaan, ja myös Santeri-karhu vieraili karaokessa. Karaokessa oli paljon lapsia laulamassa ja

karaokejuontajan kannustuksella myös me ohjaajat uskaltauduimme laulamaan PMMP:n matkalaulun. Karaoke oli mukava päätös ensimmäiselle työntäyteiselle päivälle.

Tiistai 20.2.

Tiistaiamuna päivä alkoi jälleen Santerin aamujumpalla ravintolasalissa aamiaisen yhteydessä sekä lasten kanssa piirrellen. Aamupalalla vieraili noin 10 lasta. Yksi tyttö oli varmaankin nukkunut edellisenä päivänä askarreltu kruunu päässään, sillä hänellä oli se edelleen päässä. Päivä jatkui kello 10 aukeavan lapsiparkin muodossa, jossa piipahteli mukavasti lapsia sekä lasten vanhempia uteliaina katselemassa ja ihastelemassa Santerin luolaa. Monet myös innostuivat leikkimään, pelaamaan ja askartelemaan kanssamme. Nyt alkoi jo tuntua siltä, että hotellilla oli todella tarvetta tällaiselle ohjelmalle. Viikon aikana oli kovat pakkaset, minkä takia jouduimme perumaan tai siirtämään osan ulkona tapahtuvista ohjelmista. Esimerkiksi tiistain ulkoiluhetki piti perua, ja se korvattiin leikkihetkellä sisätiloissa. Tähän ohjelmaan ei kuitenkaan lopulta tullut yhtään osallistujaa.

Illalla ohjelmassa oli rauhallinen vesihetki kylpylässä klo 20–22. Alun perin tarkoituksena oli, että vesihetkeen kuuluisi rauhallista musiikkia sekä tunnelmallinen valaistus kynttilöineen. Tunnelma jouduttiin kuitenkin luomaan kynttilöiden ja valaistuksen avulla, koska musiikkia ei teknisistä syistä ollut saatavilla. Olimme aikaisemmin sopineet liikuntatoimenjohtajan kanssa, että musiikkilaitteet olisivat kunnossa ja käytössämme tiistaihin mennessä. Näin ei ikävä kyllä ollut, joten jouduimme turvautumaan kannettavaan cd-soittimeen, jonka äänentoisto ei ollut todellakaan tarkoitettu niin suureen tilaan, ja näin musiikki kuului vain osassa kylpylää. Tästä huolimatta ihmiset viihtyivät erinomaisesti tunnelmavalaituksessa kylpylässä.

Keskiviikko 21.2.

Keskiviikkona Aamupalalla oli paljon lapsia. Noin 15 lasta kävi juttelemassa ja piirtelemässä ohjaajien kanssa. Lapset kertoivat viihtyneensä Mesikämme-nessä, heillä oli ollut oikein hauskaa kun oli ollut niin paljon tekemistä.

Keskiviikkona aamupalaohjelman jälkeen olikin aika tehdä viimeiset valmistelut luontoretkeä varten. Osa kävi laittamassa visailukysymykset puihin kiinni ja

tarkastamassa vielä kerran reitin, ja muut valmistelivat nuotiopaikkaa makkarapaistoa varten. Luontoretki pystyttiin toteuttamaan pakkasesta huolimatta, ja siihen osallistui neljä lasta. Retkelle osallistuvista lapsista nuorin oli 5-vuotias ja vanhin 12-vuotias. Retken sisältö oli sellainen, että se sopi monikäisille lapsille. Retki kulki hotellin läheisyydessä reitin, jonka varrella oli erilaisia luontoon ja eläimiin liittyviä kysymyksiä ja tehtäviä. Retki päätettiin nuotiopaikalla, jossa vielä pelailtiin hieman erilaisia pallopelejä sekä ns. tollukapeliä. Lopuksi paistimme makkarat sekä joimme mehua hotellin takana sijaitsevalla nuotiopaikalla. Kipakan pakkassään vuoksi retken päättäminen nuotiopaikalle olikin hyvä tapa lopettaa retki. Lapset vaikuttivat tyytyväisiltä, ja mielestämme ohjelma sujui oikein hyvin.

Retken jälkeen pitikin alkaa jo valmistamaan illan ohjelmaa, lasten diskoa. Disko pidettiin yhdessä hotellin sopivankokoisessa kokoustilassa. Koristelimme tilan ilmapalloilla ja foliotähdillä ja siellä oli myös diskovalot tunnelmaa luomassa. Pidimme diskossa lisäksi buffetia, jossa oli myynnissä karkkia, limsaa ja sipsejä. Saimme tehtyä buffetilla lisämyyntiä hotellille jonkin verran. Lisäksi pidimme kasvomaalausta ja tanssikilpailun, jonka tuomareina peikkotyöt toimivat. Diskossa kävi illan aikana noin 25 lasta ja heidän vanhempiaan. Disko onnistui hyvin, mutta huomasimme kuitenkin, että olimme varanneet diskolle liian pitkän ajan. Kaksi tuntia olisi ollut sopiva aika kolmen tunnin sijaan, koska viimeisen tunnin aikana asiakkaita ei enää juuri käynyt.

Torstai 22.2.

Torstain aamupalalla kävi piirtelemässä ja leikkimässä noin 12 lasta. Santeri karhukin oli jaksanut nousta aamuvenyttelyyn. Torstain ohjelmassa ollut eläinpuistoretki piti perua kovan pakkasen takia, samoin kuin illan aarrejahti, joka siirrettiin perjantai-iltaan päästäksemme ulos seikkailemaan. Torstaipäivän käytimme näin tulevien ohjelmien valmisteluun ja materiaalin hankintaan. Torstai-iltana pidimme sisällä pelituokion, johon tuli lopulta vain yksi lapsi. Onneksi olimme suunnitelleet leikkejä niin pienelle kuin suurellekin ryhmälle. Leikimme mm. tollukapeliä, pallopelejä ja hippaa. Onneksi tämä ainoa osallistuja oli hyvin reipas ja ohjelma menikin mukavasti. Kaikilla oli hauskaa, niin lapsella kuin ohjaajilla, vaikkakin kunto melkein jo ohjaajilta loppui...

Perjantai 23.2.

Perjantaina oli aamupalalla melko vähän lapsia leikkimässä. Santeri kävi pitämässä aamuvenyttelyä, mutta osallistujia ei oikein saatu mukaan. Aamupalaohjelman jälkeen ohjelmassa oli lapsiparkki, joka aukesi kello 10. Päivän aikana muutama lapsi kävi leikkimässä ja pelaamassa pelejä luolassa. Aamupäivällä oli asiakkaita, mutta iltapäivä oli hyvin hiljainen. Vanhemmat ihastelivat kovasti Santerin luolan somistusta. Päiväohjelmana oli askartelua Titan ja Tytin kanssa. Yksi lapsi osallistui ohjelmaan. Tällä kertaa askartelun kohteena oli nalle.

Illalla ohjelmassa oli edellispäivältä siirretty aarreseikkailu, joka jouduttiin säännuoksi kuitenkin pitämään sisätiloissa. Sijoitimme ympäri hotellia rasteja, joissa piti suorittaa tehtävä, minkä jälkeen pääsi seuraavalle rastille. Peikkotyöt Titta ja Tytti olivat vetämässä seikkailun läpi. Seikkailuun osallistui 6 lasta, lapset olivat iältään 4-9-vuotiaita, tyttöjä heistä oli neljä, ja poikia kaksi. Palkinnoksi jokainen sai muistoksi osallistumisestaan diplomin ja karhuavaimenperän. Aarrehan tietysti oli kätkettynä oikeaan aarrekirstuun. Lapset olivat innoissaan aarrejahdistista ja vaikka ikäjakauma oli 4-9 vuotta, niin tehtävät kiinnostivat kaikkia. Ainoastaan aarreseikkailuun varattu aika oli hieman liian pitkä.

Perjantaina huomasimme, että pitkät päivät olivat vaatineet veronsa ja pinna alkoi hieman kiristellä itse kullakin. Konflikteilta ohjaajien välillä ei siis vältytty, mutta hyvä niin, sillä tunteenpurkausten jälkeen oli taas kaikkien helppo jatkaa kevein mielin.

Lauantai 24.2.

Lauantaina aamulla Santeria tapaamassa oli jonkin verran lapsia. Vaikka kaikki lapset eivät tulleetkaan leikkimään leikkinurkkaukseen kanssamme vaan katselivat kauempaa, niin Santeri-karhua he odottivat tiiviisti ja tämän vierailu oli lapsille ja vanhemmille tärkeää.

Lauantaina ohjelmassa oli Hiihtoloman Peuhajaiset, jotka järjestettiin hotellin tiloissa abc-salissa. Saliin rakensimme temppuradan, kasvojenmaaluspisteen, pallonheittopisteen sekä buffetin, josta sai ostaa mehua, limsaa, karkkia ja sipsejä. Lisäksi Santeri-karhu vieraili päivän aikana jakaen ilmapalloja, San-

terin luola oli myös auki ja peikkotyöt olivat mukana koko päivän. Aluksi näytti siltä, ettei hotellissa ole juurikaan lapsia, mutta kuitenkin yhtäkkiä salissa alkoi vilskke. Peuhapäivään osallistui myös hotellin ulkopuolisia perheitä, jotka olivat tulleet lounastamaan ravintolaan. Päivän aikana lapsia kävi paikalla noin 25 sekä lisäksi heidän vanhempiaan. Peuhajaiset olivat hyvin pienimuotoiset alkuperäiseen suunnitelmaan verrattuna, mutta ohjelmaa oli juuri sopivasti selvitäksemme ilman ulkopuolista apua. Hiihtoloman Peuhajaiset sujuivat mukavissa merkeissä ja asiakkaat olivat tyytyväisiä. Lapset pitivät varsinkin pompulinnasta.

Lauantaipäivä päätettiin elokuvaillan merkeissä. Elokuvana katsottiin Nemoa etsimässä, joka tuntui olevan sekä aikuisten että lasten mieleen. Leffailtaan osallistui noin kymmenen henkilöä. Leffailtaa varten meillä oli käytössä videotykki ja äänentoistokin toimivat hyvin, joten onneksi tällä kertaa tekniikka oli kunnossa.

Sunnuntai 25.2.

Sunnuntaiaamuna oli paljon lapsia puuhastelemassa kansamme. Santeri kävi tervehtimässä lapsia ja piti perinteisen aamuvenyttelyn. Sunnuntaille emme olleet tarkoituksella varanneet muuta ohjelmaa kuin aamupalaohjelman, koska sunnuntai on ns. vaihtopäivä. Saimme näin itsellemme aikaa käsitellä menneen viikon tapahtumia ja valmistella tulevan viikon ohjelmia. Veimme myös uudet viikko-ohjelmat läheisille Honka-Holiday:n mökeille, koska siellä asiakkaat vaihtuvat yleensä kerran viikossa. Sunnuntai-ilta soi meille myös pienen hengähdysketken raskaan työviikon jälkeen.

Viikko 9

Maanantai 26.2.

Maanantaiaamu alkoi perinteisissä merkeissä. Santeri vieraili aamupalalla ja piti aamuvenyttelyn. Aamu oli hiljainen, johtuen vähäisestä majoittujamäärästä. Maanantaina ei ollut päiväohjelmaa, joten saimme rauhassa valmistella iltahjelmaa. Iltahjelmana oli askartelua peikkotyttöjen kanssa. Hotelliin oli tulossa illalla paljon lapsia, joten päätimme, että pidämme ekstra-ohjelmalla lapsille askartelun lisäksi diskon. Peikkotyöt vierailivat sekä diskossa että askartelussa. Tällä kertaa mukana oli Titta ja Tytti peikkojen serkkutyttö Tyyne. Askartelu oli jälleen suosittu ohjelma, diskossa sen sijaan oli melko hiljaista.

Tällä kertaa lapset olivat arempia kuin edellisellä viikolla eivätkä osallistuneet ohjelmiin itsenäisesti, vaan lähes kaikilla lapsilla oli vanhemmat mukana. Pyrimme mainostamaan diskoa näkyvästi hotellin tiloissa, mutta jostain syystä ihmiset eivät olleet siitä kovin kiinnostuneita.

Illalla oli vielä lasten karaoke, jossa peikot olivat jälleen mukana. Ihmettelimme hieman osallistujien vähyyttä, ottaen huomioon sen, että hotellissa oli reilusti yli 100 lasta maanantai-iltana. Tällä kertaa vain peikkotyöt uskaltoutuivat lavalle lauleskelemaan lasten jälkeen ja Santeri-karhu oli kuuntelemassa esityksiä.

Tiistai 27.2.

Päivä alkoi samoissa merkeissä kuin aiemminkin. Lapsia oli paljon puuhastelemassa meidän kanssamme. Päiväohjelmana oli luontoretki. Kävimme laittamassa rastit paikoilleen, mutta ikävä kyllä osallistujia retkelle ei tullut yhtään. Onneksi edellisellä viikolla luontoretki toteutui ja saimme silloin testattua retken toimivuuden.

Illalla ohjelmassa oli koko perheen uintihetki. Musiikki jätettiin tällä kertaa kokonaan pois, sillä kannettavan radion kautta se ei kuulunut kuin yhteen kohtaan kylpylää. Alun perin meille luvatut musiikkilaitteet eivät olleet edelleenkään käytössämme. Loimme kynttilöillä ja valaistuksella tunnelmaa kylpylään. Muutama perhe oli uimassa ja nauttimassa kynttilänvalosta ja pidennetystä aukioloajasta.

Keskiviikko 28.2.

Keskiviikko alkoi perinteisillä aamukuvioilla Santerin venyttelyn kera. Keskiviikkona Santerin luolassa oli lapsiparkki, missä kävi jälleen aamupäivällä jonkin verran lapsia leikkimässä. Päiväohjelmana oli askartelua peikkotyttöjen kanssa, ja siihen osallistui neljä lasta. Iltaohjelmana oli aarrejahti, joka pystyttiin tällä kertaa toteuttamaan ulkona. Ideana oli kulkea hotellin läheisyydessä aarretta etsimässä kartan avulla. Matkan varrella oli erilaisia tehtäviä, jotka piti suorittaa päästäkseen seuraavalle rastille. Jännitystä toi vielä se, että ilta alkoi pimetä matkan aikana. Lopuksi osallistujat saivat vielä avaimenperät ja diplomit. Aarrejahtiin osallistui yhdeksän lasta sekä kolme aikuista. Lapsista kuusi oli tyttöjä ja kolme poikia. Iältään he olivat 5-11-vuotiaita. Aarrejahti oli

todella suosittu, sekä lapset, että aikuiset pitivät aarrejahdista. Kaikki osallistujat olivat tyytyväisiä ja ohjelma meni muutenkin hyvin jännityksestä huolimatta.

Torstai 1.3.

Torstaiamuna muutama lapsi kävi tervehtimässä Santeria. Päiväohjelma eli eläinpuistoretki toteutui tällä viikolla, ja siihen osallistui kuusi henkilöä. Mukana oli yksi perhe sekä kaksi lomamökkien asukasta. Ilma oli todella suotuista retkelle ja eläimet olivat hyvin liikkeellä. Reitin varrella kävimme myös paistamassa makkarat ja nauttimassa mehua. Retki onnistui hyvin ja kaikki viihtyivät, raitis ilma teki hyvää myös ohjaajille.

Iltaohjelmana oli disko, joka ei saanut tällä viikolla lähellekään niin suurta suosiota kuin edellisellä viikolla. Diskossa kävi muutamia tanssimassa, mutta huomattavissa oli, ettei disko ollutkaan niin suosittu kuin olimme ajatelleet. Hotellissa oli asukkaita kuitenkin paljon, joten ihmettelimme vaisua osallistumista ohjelmaamme. Peikkotytöt Titta ja Tytti olivat lapsia tanssittamassa. Viikolla 8 peikot olivat todella suosittuja, mutta viikolla 9 peikot herättivät lapsissa pelkoa, ainakin pimeässä diskovalaistuksessa.

Perjantai 2.2.

Perjantaiamuna oli paljon lapsia osallistumassa aamuohjelmaan. Santerikarhu saikin paljon lapsia aamuvenyttelyyn mukaan. Päiväohjelmassa oli lomaolympialaiset. Olimme valmistelleet erilaisia tehtäviä ohjelmaa varten, ilmapallon puhallus, tunneli, pallonheitto, limbo jne. Ikävä kyllä ohjelmaan ei tullut osallistujia. Iltaohjelmassa oli leikkituokio, joten hyödynsimme päiväohjelmaa varten valmistellut ohjelmat siellä. Pomppulinna oli myös lasten käytössä ja se oli edelleen suosittu. 9 lasta oli leikkimässä meidän kanssamme, tosin kaikki lapset eivät olleet mukana koko ajan. Ikäjakama oli aika laaja, mutta se ei haitannut vauhtia yhtään.

Lauantai 3.3.

Lauantai käynnistyi jälleen Santerin aamujumpan merkeissä. Kymmeneltä lapsiparkki avasi ovensa. Lapsia oli hotellissa todella vähän päivän aikana. Aamupäivällä kävi leikkimässä kymmenisen lasta. Päiväohjelmassa olleeseen ulkoiluun saatiin mukaan yksi lapsi. Ulkona laskettiin mäkeä, rakennettiin suuri lumikoira ja pelailtiin erilaisia liikunnallisia leikkejä. Iltaohjelmana oli leffailta,

jossa katsottiin edellisviikon tapaan Nemoa etsimässä. Osallistujia ei tullut, joten keskeytimme esityksen aikaisemmin. Lauantai-illan käytimme siivoamiseen ja pakkaamiseen. Santerin luolan sai purettua aika nopeasti, verrattuna siihen miten paljon meni aikaa kun rakensimme sen. Jätimme hotellin käyttöön kaikki oheistarvikkeet, joita olimme tehneet ja ostaneet. Lauantaina myös annoimme tekemämme kiitoskortit ja -kirjeet henkilökunnalle hyvästä yhteistyöstä ja toivotimme aurinkoista kevättä.

Sunnuntai 4.3.

Sunnuntaina oli ainoastaan aamuohjelma ja Santeri-karhun aamuvenyttely, jonka jälkeen ohjelmat olivat purkissa. Sunnuntaina hotellissa oli hyvin vähän asiakkaita, eikä aamulla lapsia käynyt juurikaan leikkimässä. Lauantain aikana olimme saaneet siivous- ja purkutyöt niin valmiiksi, että pääsimme jo aamupäivällä lähtemään kotimatkalle. Hiihtolomaviikot olivat raskaita, mutta antoisia. Mielestämme onnistuimme hyvin ja meille jäi myös tunne, että asiakkaat olivat tyytyväisiä ohjelmiin. Seuraavaksi vuorossa olikin kokemusten kirjoittaminen opinnäytetyön muotoon. Tämän lisäksi tulisimme vielä tekemään Hotelli Mesikämmenelle kansion, jossa olisi valmiit toimintamallit ja ohjeistukset ohjelmien järjestämiseen tulevaisuudessa.

Liite 7. Kyselylomake

Hyvä asiakas, olemme Jyväskylän ammattikorkeakoulun restonomi-opiskelijoita ja teemme opinnäytetyönämme ohjelmapalveluita lapsille. Tämän kyselyn avulla kartoitamme lapsiperheiden tyytyväisyyttä palveluihin. Olisitteko ystävällisiä ja vastaisitte kysymyksiin. Kyselyn täytettyänne voitte jättää sen huoneenne pöydälle.

*Ystävällisin Terveisin,
Anna-Kaisa Lahtinen, Henna Ryyänen, Paula Rämä ja Sini Savolainen*

Vastanneiden kesken arvomme tuotepaketin. Jos haluatte osallistua arvontaan, olkaa hyvä ja lisätäkää yhteystietonne kyselyn loppuun. Kiitos!

Hotelli Mesikämmen

- 1 Perheeseenne kuuluu _____ aikuista, _____ lasta
- 2 Lasten ikä ja sukupuoli _____
- 3 Kotipaikkakunta ja postinumero _____
- 4 Viipymisaika _____
- 5 Oletteko aikaisemmin olleet Hotelli Mesikämmenen asiakkaana? (Ympyröikää mieleisenne vaihtoehto)
 - ei koskaan
 - kerran
 - 2-3 kertaa
 - 4-5 kertaa
 - useammin
- 6 Mistä saitte tietoa Hotelli Mesikämmenestä? (Ympyröikää mieleisenne vaihtoehto)
 - radio
 - internet
 - lehdet
 - tuttavat/ystävät
 - muu, mistä? _____
- 7 Miksi valitsitte lomakohteeksenne Hotelli Mesikämmenen?

- 8 Olitteko ennen saapumistanne tietoisia kaikista Hotelli Mesikämmenen tarjoamista palveluista?
 - Kyllä
 - Ei

Mikäli vastasitte ei, niin millaista tietoa olisitte tarvinneet / toivoneet lisää? Mitä kautta olisitte halunneet saada tietoa (esim. sähköposti, internet, kirje)?

- 9 Millaisia odotuksia teillä oli tätä käyntiänne kohtaan ja täytyivätkö odotuksenne?

KÄÄNNÄ →

Täyttäisittekö kyselyn lapsiperheen näkökulmasta.

	Täysin samaa mieltä		Täysin eri mieltä	
PALVELU				
Lasten saapuminen huomioitiin	4	3	2	1
Palvelu on ystävällistä	4	3	2	1
Palvelu on persoonallista	4	3	2	1
Palvelu on ammattitaitoista	4	3	2	1
Palvelu on nopeaa	4	3	2	1

Kommentit: _____

MILJÖÖYMPÄRISTÖ

Miljöö on lapsiystävällinen	4	3	2	1
Miljöö on viihtyisä	4	3	2	1
Miljöö on turvallinen	4	3	2	1

Kommentit: _____

MAJOITUSPALVELUT

Lasten tarpeet on huomioitu hyvin	4	3	2	1
Huone on viihtyisä	4	3	2	1
Huone on tilava	4	3	2	1

Kommentit: _____

RAVINTOLAPALVELUT

Lasten ruokalista on monipuolinen	4	3	2	1
Lasten ruoka on maistuvaa	4	3	2	1
Hintataso on kohdallaan	4	3	2	1

Kommentit: _____

OHJELMAPALVELUT

Lasten tarpeet on huomioitu hyvin	4	3	2	1
Ohjelma on monipuolinen	4	3	2	1
Aikataulu on toimiva	4	3	2	1
Ohjaajat ovat päteviä	4	3	2	1
Ohjelmapalveluja on riittävästi	4	3	2	1

Kommentit: _____

10 Mitä mieltä olette kylpylän aukioloajoista? Toiveita?

11 Miten mielestänne voisimme kehittää palvelujamme? Terveiset henkilökunnalle.

KIITOS VASTAUKSESTANNE JA AURINKOISIA HIIHTOKELEJÄ!

Liite 8. Sähköpostipalaute

Lähetetty: 22. helmikuuta 2007 18:03
Vastaanottaja: veli-matti.rantanen@hotellimesikammen.fi
Aihe: KIITOS!!

HEI!!

Palasimme juuri teiltä, vietettyämme 3vrk:n perheloman, ja päätin yksintein kiittää lapsille suunnatusta toimintapitoisesta lomasta. Jonkin verran hotelleita kiertäneenä täytyy KIITTÄÄ teitä ja etenkin heitä tyttöjä, jotka järjestivät ohjelmaa, sillä harvoin lapsille suunnataan toimintaa ja ohjelmaa tuossa mittakaavassa (jatkakaa vain samaan malliin).

Toivon, että välitätte KIITOKSET myös eteenpäin!!!!

Hyvää talvenjatkoa toivottaen Mervi ja Marko Lindgrén sekä Riku, Saana, Salla ja Inari.

.....
Luukku Plus paketilla pääset eroon tila- ja turvallisuusongelmista.
Hanki Luukku Plus ja helpotat elämääsi. <http://www.mtv3.fi/luukku>

Liite 9. Majoittujamäärät

Hotelli Mesikämmen			
PVM	Lapset	Aikuiset	Yhteensä
19.2.2007	80	33	113
20.2.2007	76	37	113
21.2.2007	96	49	145
22.2.2007	56	31	87
23.2.2007	80	36	116
24.2.2007	101	56	157
25.2.2007	62	31	93
26.2.2007	123	73	196
27.2.2007	105	71	176
28.2.2007	101	64	165
1.3.2007	123	69	192
2.3.2007	101	49	150
3.3.2007	102	42	144
4.3.2007	33	9	42
	1239	650	1889

Liite 10. Veli-Matti Rantasen teemahaastattelu

Lähettilä: "Veli-Matti Rantanen" <veli-matti.rantanen@hotellimesikammen.fi>

Jakelu: Sini-Maaria Savolainen

Päivämäärä: perjantai - 16 maaliskuu, 2007

Aihe: VS: Hiihtolomaviikkojen ohjelmat

Aihe: Hiihtolomaviikkojen ohjelmat

Hei, tässä olisi muutamia kysymyksiä opinnäytetyöhömmä ja hiihtolomanohjelmiin liittyen. Hyödynnämme saamiimme tietoja kirjallisessa työssä ja opinnäytetyömmä arvioinnissa. Mielellämme otamme vastaan myös muuta palautetta.

Millaisia odotuksia Teillä oli lasten hiihtolomaohjelmien suhteen? Mesikämmen on imagoltaan vahvasti perhehotelli, joten näkyvä lastenohjelmatarjonta on tärkeä osa markkinointia ja tarjottavaa asiakaskokemusta.

Täytyivätkö odotukset, oliko kokeilu onnistunut?

Tapanne sitoutua ja toteuttaa suunnittelemanne ohjelma ylitti ainakin minun odotukseni. Asiakaspalautteesta päätellen myös asiakkaat kokivat ohjelman erinomaisena.

Mitä mieltä olitte ohjelmatarjonnasta? Oliko ohjelmatarjontaa riittävästi ja sopivatko ohjelmat hotellin imagoon?

Ohjelmaa oli suorastaan runsaasti ja perhehotellin imagon mukaisesti toteutettu.

Koetteko, että järjestämillemmä ohjelmille oli kysyntää ja aiotteko panostaa lasten ohjelmapalveluihin myös tulevaisuudessa.

Uskon, että ko. ohjelmille on kysyntää ja tulemmä edelleen kehittämään ko. tarjontaa nimenomaan kesäsesongin ulkopuolisena aikana. Kesäkaudella ohjelmatarjonnasta huolehtii Eläinpuisto oheispalveluineen.

Onko tavoitteena, että tämätapaisista ohjelmapalveluista jatkossa asiakkaat myös maksaisivat erikseen?

Suurin osa ohjelmatuotannosta on "markkinointipanosta", eli sisältyy ko. ajankohdan huone / pakettihintaan. Joistakin erillisohjelmista tulevat asiakkaat maksamaan erikseen.

Onko tästä kokeilusta hyötyä hotellille tulevaisuudessa? Pystytäänkö kokeilun tuloksia hyödyntämään hotellin kehittämisessä?

Ehdottomasti kyllä. Ulkopuolisen toteuttama ohjelma ja saatujen kokemusten analysointi (asiakkaiden ja toteuttajien) on varmasti parhaimpia tapoja saada tietoa kehittämiselle ja päätöksenteolle.

Oliko asiakastyytyväisyyskysely mielestänne aiheellinen ja olisiko sen uusimiseen tarvetta tulevaisuudessa?

Erittäin aiheellinen. Tulemme lähiaikoina ottamaan käyttöön jatkuvan asiakaspalautejärjestelmän. Asiakaspalaute kyselyt rakennetaan siten, että niitä voidaan joustavasti muuttaa eri sesonkien mukaan.

Vielä Teille kaikille lämmin kiitos toteuttamastanne ohjelmasta. Hiihtoloma sesonkimme asiakasmäärät tosin jäivät kauas tavoitteista - oliko syynä sitten paukkupakkaset tai mainonnan ontuminen, sisällöstä se ei ollut kiinni. Perheasiakkaamme kokivat saavansa enemmän kuin olivat odottaneet ja se on tärkeintä toiminnan jatkuvuuden kannalta. Menestystä opinnäytetyöllenne ja aurinkoista kevättä.

Veli-Matti Rantanen

Ystävällisin terveisin

Sini Savolainen, Paula Rämä, Anna-Kaisa Lahtinen ja Henna Ryynänen

Liite 11. Kuvasarja toteutuksesta



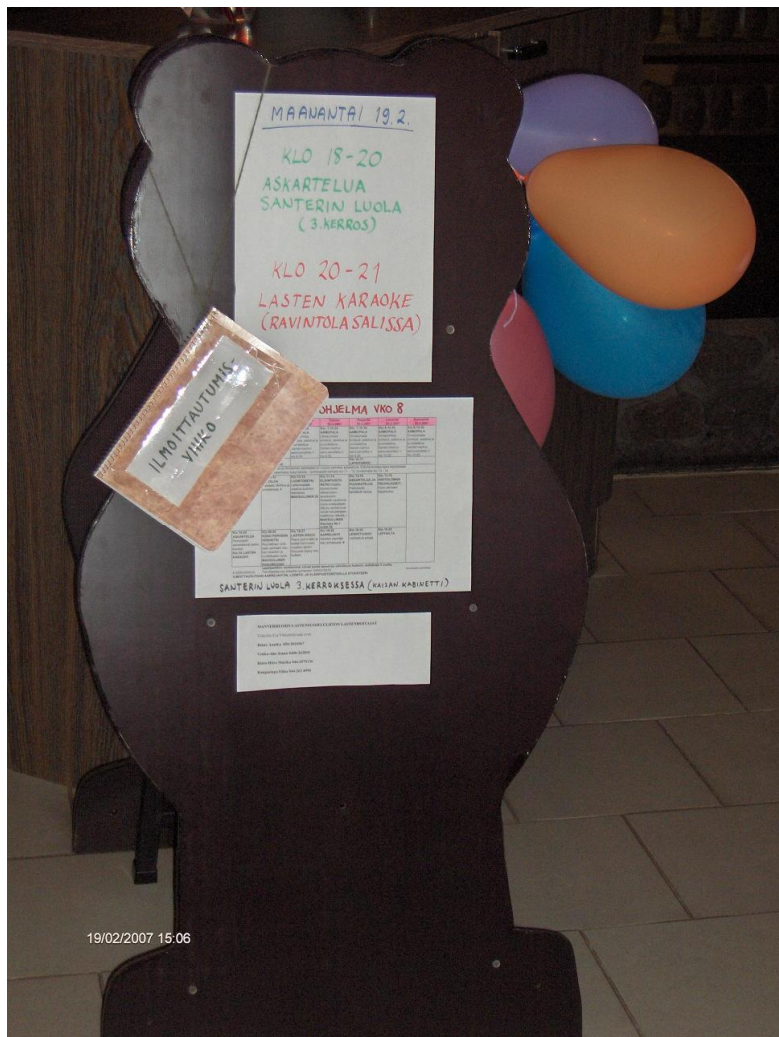
Santerin luola



Santerin luolan askartelutila



Santerin luolan sisäänkäynti



Lasten ohjelmien infotaulu



Santeri – karhun aamuvenyttely



Santeri – karhu oli lasten suosikki



Titta, Santeri ja Tytti lasten kanssa



Diskoilua peikkotyttöjen johdolla



Pelailua luontoretken jälkeen



Paula, Sini, Anna-Kaisa ja Henna