



HOTELLI-RAVINTOLA YÖPUUN AULABAARIN PALVELUTOIMINTOJEN MUUTOSTYÖ

Jenni Jääskeläinen

Opinnäytetyö

Toukokuu 2007



**JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU**

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

Tekijä(t) JÄÄSKELÄINEN, Jenni	Julkaisun laji Opinnäytetyö	
	Sivumäärä 36	Julkaisun kieli suomi
	Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salainen _____ saakka	
Työn nimi HOTELLI-RAVINTOLA YÖPUUN AULABAARIN PALVELUTOIMINTOJEN MUUTOSTYÖ		
Koulutusohjelma Palvelujen tuottamisen- ja johtamisen koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) RUTH-VIITANEN, Mira		
Toimeksiantaja(t) Jyväskylän Pöllöhotellit Oy		

<p>Tiivistelmä</p> <p>Työn tarkoituksena oli hotelli-ravintola Yöpuun baarin muuttaminen nykyaikaiseksi ja eurooppalaistyyppiseksi Aulabaariksi. Uudesta baarista haluttiin toimiva ja houkutteleva kaupunkilaisten kohtauspaikka.</p> <p>Aulabaarin muutostyö toteutettiin maaliskuussa 2005 yhteistyössä Palokan Puutuotteen kanssa. Uudessa baarissa laitteet sijoitettiin uudelleen, tuotteet uusittiin, ja henkilökunnalle pidettiin koulutustilaisuus. Aulabaariin tehtiin uusi drinkkilista sekä aulabaarimanuaali. Aulabaarin toimintoja pyrittiin selkeyttämään asiakaspalveluprosessin keinoin.</p> <p>Aulabaarin muutostyö onnistui, ja tavoite toimivasta ja houkuttelevasta Aulabaarista saavutettiin. Henkilökunta koki muutoksen positiiviseksi ja hyväksi. Juomatuotteiden valmistus sujui nyt nopeasti, ja baarissa mahtui muutoksen jälkeen työskentelemään useampi asiakaspalvelija samanaikaisesti. Myös asiakkaat kokivat muutoksen hyvänä asiana, tila näytti avarammalta sekä houkuttelevammalta. Uuden espressokoneen hankinta nosti erikoiskahvien valmistamisen laadullisesti toivottuun tulokseen.</p> <p>Opinnäytetyöni on ajankohtainen, sillä kiireisessä yhteiskunnassamme halutaan yhä enemmän nopeaa palvelua sekä visuaalisesti miellyttävää ympäristöä. Asiakkaat ovat usein laatutietoisempia sekä tuotteiden että palvelun suhteen. Työtä voidaan hyödyntää hotelli-ravintola Yöpuussa uusien kehitysprojektien myötä.</p>
<p>Avainsanat (asiasanat)</p> <p>kehitystyö, muutostyö, remontti, esteettisyys, asiakaslähtöisyys, palvelun laatu</p>
<p>Muut tiedot</p> <p>Aulabaari-manuaali, drinkkilista</p>

Author(s) JÄÄSKELÄINEN, Jenni	Type of Publication Bachelor's Thesis	
	Pages 36	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until _____	
Title THE CHANGE OF LOBBY BAR SERVICE PROSECC AT HOTEL RESTAURANT YÖPUU		
Degree Programme Degree programme in Service Management		
Tutor(s) RUTH-VIITANEN, Mira		
Assigned by Jyväskylän Pöllöhotellit Oy		
Abstract <p>The Objective of the research was to modernize the bar at the hotel restaurant Yöpuu in to a European style Lobby bar. The new bar was supposed to be an attractive and functional meeting place for the town.</p> <p>The renovation in the Lobby bar was to achieve a better overall quality of services by reorganize the equipments. The Operations were tried to be improved by clarifying the whole customer service process. The Supply was replaced and the personnel was trained on the changes. A new drink and cocktail list and Lobby bar manual was also made.</p> <p>The Renovation of the bar went as planed and the aim of an attractive and functional bar was succeeded. The Personnel experienced in a positive way. The Service process was clarified and fastened, which increased efficiency and profitability. The Changes increased the quality of the company and improved the work profitability. Also customers thought that the changes were a good thing for the bar and the place looked more spacious and attractive.</p> <p>The subject is topical because in the current society fast service and visually pleasing environment are more wanted. Customers have quality expection for products and services. The thesis can be used in the Hotel Restaurant Yöpuu in new projects and the Lobby bar manual can be updated and used in the future.</p>		
Keywords Development work, quality of service, customer service process, renovation		
Miscellaneous Lobby bar manual, drink list		

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	3
2	JYVÄSKYLÄN PÖLLÖHOTELLIT OY.....	4
2.1	Hotelli-ravintola Yöpuun historia.....	4
2.2	Hotelli-ravintola Yöpuun liikeidea	5
2.3	Hotelli-ravintola Yöpuun organisaatio.....	7
3	AULABAARI ENNEN MUUTOSTA.....	8
3.1	Palvelun laatuun vaikuttavat tekijät	9
3.2	Asiakaspalveluprosessi	13
3.3	Aulabaarin muutostarve	17
4	AULABAARI MUUTOKSEN JÄLKEEN.....	20
4.1	Kehitystyössä huomioitavat seikat.....	20
4.1.1	Työturvallisuus	21
4.1.2	Esteettisyys	22
4.2	Muutoksen näkyvät tulokset	22
4.3	Henkilöstön perehdyttäminen	25
5	POHDINTA	26
	LÄHTEET	28
	LIITTEET	30
	Liite 1. Aulabaarin pohjapiirustus.....	30
	Liite 2. Aulabaarimanuaali.....	31
	Liite 3. Uusi drinkkilista.....	36

KUVIOT

Kuvio 1. Palvelun osatekijät.....9

Kuvio 2. Aulabaarin asiakaspalveluprosessi.16

KUVAT

Kuva 1. Baarin vanha espressokone sekä työpiste.....17

Kuva 2. Vanhan baarin asiakaspalvelutiski.18

Kuva 3. Asiakkaan näkymä vanhasta baarista.....19

Kuva 4. Uuden aulabaarin asiakaspalvelutiski. 23

Kuva 5. Uusi espressokone sekä näkymä aulabaarin takaseinustalle.....24

Kuva 6. Asiakkaan näkymä uudesta aulabaarista..... 25

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on hotelli-ravintola Yöpuun aulabaarin muutos- ja kehitystyö. Opinnäytetyön toimeksiantaja on Jyväskylän Pöllöhotellit Oy, joka on yksityinen hotelliyritys Jyväskylän keskustassa. Sen yhteydessä toimii kaksi ravintolaa: Pöllöwaari sekä Rk Brasserie. Koska nykypäivän vaatimukset kasvavat, koettiin aulabaarin muutos tarpeelliseksi elämysten ja esteetiikan tarjoamiseksi asiakkaille. Hotelli-ravintola Yöpuun laatu- ja asiakas- tieteille halutaan tarjota parasta. Myös työntekijöiden työoloja sekä tehokkuutta haluttiin parantaa muutoksella. Näin myös palvelun laatu paransi.

Muutos koettiin tarpeelliseksi sekä työntekijöiden, että asiakkaiden näkökulmasta. Aulabaarin visuaalinen ilme haluttiin raikastaa sekä selkeyttää baarin toimintoja. Yhteisiä pelisääntöjä kaivattiin. Suunniteltiin myös asiakkaiden toivoma drinkkilista. Laitteet sijoitettiin uudelleen ja saatiin hankittua kauan kaivattu erikoiskahvikone. Tuotteet mietittiin uudelleen sekä tarvittavat tavarat sijoitettiin uudelleen.

Opinnäytetyössä painotetaan palveluprosessin toimivuutta, aulabaarin esteettisyyttä, asiakaslähtöisyyttä sekä laadullista näkökulmaa. Henkilöstön koulutus ja yhteiset pelisäännöt ovat tärkeitä toiminnan yhdenmukaisuuden kannalta. Työ oli käytännönläheinen, joten raportti esittelee pääasiassa muutoksen tuloksia. Muutoksella selkeytettiin palvelutoimintoja ja päivitettiin aulabaarin visuaalinen ilme. Uusi aulabaari on viihtyisä, eurooppalaistyypinen kaupunkilaisten ja matkalaisten rentoutumispaikka.

2 JYVÄSKYLÄN PÖLLÖHOTELLIT OY

Jyväskylän Pöllöhotellit Oy koostuu kahdesta á la carte –ravintolasta, Pöllöwaarista ja RK Brasseriesta sekä hotelli Yöpuusta. Pöllöwaarissa on kolmekymmentäkaksi asiakaspaikkaa, ja se toimii lounasravintolana sekä iltaisin á la carte -ravintolana. RK Brasserie toimii aamiaishuoneena sekä iltaisin á la carte -ravintolana. Asiakaspaikkoja RK Brasseriessa on kolmekymmentä. Kabinettitilaa on kahdelletoista henkilölle sekä kokoustiloja yhteensä kolmekymmenelleviidelle henkilölle. Hotellissa puolestaan on kaksikymmentäkuusi yksilöllisesti sisustettua huonetta, kaksi saunaa ja poreallahuone. Hotelli-ravintola Yöpuu sijaitsee Jyväskylän keskustassa ja se on tunnettu erinomaisesta ruoasta, esteettisestä miljööstä sekä hyvästä palvelusta.

2.1 Hotelli-ravintola Yöpuun historiaa

Hotelli-ravintola Yöpuu sijaitsee kaupunkikuvallisesti merkittävällä paikalla. Kultaseppä Jaakko Vehmas rakennutti talon asuinkerrostaloksi vuonna 1928. Kerrostalo edustaa Jyväskylän vanhempaa kerrostalokantaa. Rakennus on suojelukohde.

Vuonna 1988 Esa ja Sirkku Arola perustivat hotelli- ja ravintolayrityksen Hotel Gasthaus-Arola Oy:n. Markkinointiniminä olivat jo tuolloin Hotelli Yöpuu ja Ravintola Pöllöwaari. Kesällä 1992 Hotel Gasthaus-Arola Oy koki konkurssin. Matkatoimisto Helin Matkojen omistaja Heli Siekkinen, nykyisin Rajamäki, lähti lamaa uhmaten hotelli- ja ravintola-alan yrittäjäksi. Syksyllä 1992 Heli Siekkinen perusti Jyväskylän Pöllöhotellit Oy:n. Aroloiden aikana kulmauksessa sijainnut Yöpöllö-niminen baari muutettiin ruokaravintola Ranskalaisiksi Koroiksi. Siekkinen muutti sekä ravintoloiden että hotellin miljöötä enemmän kan-

sainväliseen ja persoonalliseen suuntaan. Vuonna 1999 Ranskalaisia Korko- ja uudistettiin, ja vuonna 2000 olivat vuorossa Pöllöwaari ja aamiaishuoneen muuttaminen eurooppalaistyylliseksi kahviravintolaksi. Kesäinen viinipiha otettiin myös käyttöön (Hotelli Yöpuun Historiikki 2001).

Vuoden 2005 alussa oli vuorossa remontti, jonka yhteydessä myös Pöllöbaari uudistettiin tarkoituksena luoda asiakaslähtöisempi ja viihtyisämpi baari. Molemmat ravintolat tapetoitiin ja yleisilmettä siistittiin, vastaanotto uusittiin sekä RK Brasseriehen tehtiin kokonaan uusi baari. 1.4.2005 hotelli-ravintola Yöpuu avasi ovensa uusituin ilmein.

2.2 Hotelli-ravintola Yöpuun liikeidea

Liikeidea on osa yrityskulttuuria ja yrityksen toiminnan edellytys. Sutisen ja Viklundin (2004, 68) mukaan yrityksen liikeidealla tarkoitetaan kuvausta siitä, miten yrityksellä on tarkoitus tehdä voittoa. Käytännössä tämä siis tarkoittaa asiakassegmenttien, tuotteen ja liikeidean toteutustavan kokonaisvaltaista ymmärtämistä ja yhteen sovittamista. Hotelli-ravintola Yöpuun liikeideana on tarjota asiakkaille korkeatasoisia hotelli- ja ravintolapalveluja kodikkaassa ja persoonallisesti sisustetussa miljöössä.

Arvot voidaan määritellä yksinkertaisesti asioiksi, joita pidetään tärkeinä. Arvot ovat yrityskulttuurin ydin ja niiltä vaaditaan selkeyttä, jotta arvojen toteuttaminen käytännössä olisi mahdollista (Pitkänen 2001, 92). Hotelli-ravintola Yöpuun arvoja ovat esteettisyys, eettisyys, elämyksellisyys, avoimuus, tehokkuus, toisen kunnioitus ja huomaavaisuus. Koska esteettisyys on tärkeä arvo hotelli-ravintola Yöpuussa ja olennainen baarin muutostyön kannalta, käsitellään sitä työssä myöhemmin omana kappaleenaan.

Asiakkaille pyritään tarjoamaan elämyksiä. Hotelliasiakkaalle elämys saattaa olla rentouttava hetki saunaosaston porealtaassa kynttilävalaistuksessa, kun

taas ravintolassa asioivalle samppanjapullon avaaminen sapelilla on mieleenpainuva elämys. Avoimuus on tärkeä osa yrityksen sisäistä sekä ulkoista toimintaa. Pienen organisaation sisäiset suhteet heijastuvat asiakaspalvelijoiden toimintaan, ja sitä kautta myös asiakkaisiin. Avoimuus henkilöstön ja asiakaskunnan välillä on tärkeää, ja vuoropuhelua pyritään ylläpitämään, koska se mahdollistaa toiminnan kehittämisen. Toiminnan tehokkuus on välttämätöntä yrityksen olemassaolon kannalta. Vakituisten henkilökunnan määrä on pieni toiminnan kausiluontoisuuden vuoksi. Jokaisen työpanos on tärkeä ja työajan käytön suunnittelu on välttämätöntä tuottavan toiminnan kannalta. Toisen kunnioitus ja huomaavaisuus ovat olennaisia niin asiakaspalveluprosessin onnistumisen, kuin organisaation sisäisten suhteiden kannalta.

Hotelli-ravintola Yöpuun asiakassegmenttejä on useita toiminnan monimuotoisuuden vuoksi. Hotelliasiakkaat voidaan jakaa karkeasti kahteen pääryhmään: viikolla majoittuvat liikemiesasiakkaat sekä pääasiassa viikonloppuna majoittuvat perheet ja pariskunnat, jotka ovat tulleet hotelliin hemmottelamaan itseään ja nauttimaan sen palveluista. Hotelliasiakkaat saavat majoittumaan saapuessaan tervetulojuomalipukkeen, jolla voivat lunastaa yhden juoman aulabaarista. Lipukkeen käyttämisen jälkeen he hyödyntävät usein myös muuten Aulabaaria. Hotelliasiakkaat ovat siis Aulabaarin tärkein asiakassegmentti.

Ravintolapalveluja käyttävät puolestaan niin liikemiesasiakkaat, turistit kuin kaupunkilaisetkin. Näistä segmenteistä tärkeimpänä voidaan pitää yritysasiakkaita ja liikemiehiä. Tämä segmentti käyttää paljon ravintoloiden palveluja erilaisten edustustilaisuuksien sekä liikelounaiden ja kokouspalveluiden muodossa. Tärkeintä tässä segmentissä ovat vahva ostopotentiaali ja kantaasiakkuus. Sekä turistit että kaupunkilaiset käyttävät hotelli- ja ravintolapalveluja usein tuttaviansa suosittelun jälkeen. Hotelli-ravintola Yöpuun korkea laatu on yksi sen tärkeimmistä kilpailueduista. (Grönroos 1998, 65.) Asiakassegmenteistä löytyy myös samankaltaisuuksia. Asiakkaat ovat usein keskituloisia tai varakkaita, jotka ovat usein valveutuneita sekä tuotetietoisia. Ennen kaikkea he odottavat hotelli-ravintola Yöpuussa korkeaa ja tasaista laatua.

2.3 Hotelli-ravintola Yöpuun organisaatio

”Olemme sitä, mitä teemme toistuvasti. Erinomaisuus ei siis olekaan teko vaan tapa.”

Aristoteles

Jyväskylän Pöllöhotellit Oy:n omistaa Heli Rajamäki. Henkilökunta koostuu hotellin johtajasta, myyntisihteeristä, toimistopäälliköstä, hovimestarista, keittiömestarista, vastaanoton esimiehestä, neljästä kokista, viidestä vastaanottovirkailija-tarjoilijasta sekä muutamasta vakituisesta ekstratarjoilijasta. Vastaanottovirkailija-tarjoilijoista kaksi toimii pääasiassa vastaanottovirkailijoina ja kolme tarjoilijoina. Yritys on kuitenkin niin pieni, että henkilökunnan on osatava kaikkea tarjoilun ja hotellihuoneiden myynnin väliltä. Alan kausiluontoisuuden vuoksi ekstratarjoilijoita käytetään kiireaikoina. Työntekijöiden ikäjakauma on suuri, mikä osaltaan rikastuttaa työyhteisöä. Työyhteisössä vallitsee vahva me-henki, jonka asiakkaat voivat aistia kodikkaassa ja viihtyisässä miljöössä. On sanottu, että asiakaspalvelija on organisaation käyntikortti (Pesonen, Lehtonen & Toskala 2002, 7). Asiakaspalvelijat siis edustavat yrityksen arvoja.

Hotelli-ravintola Yöpuun henkilökunnalta odotetaan tilanneherkkyyttä, henkilökohtaista asiakaspalvelua sekä sitoutumista omaan työhön. Muutoksia on tapahtunut viimeisen vuoden aikana paljon muun muassa remontin sekä uusien työntekijöiden myötä, mutta samat asiat ovat edelleen tärkeitä. Asiakaspalvelulupaus on lunastettava joka päivä. Hotellin johtajana toimii Iris Mäkinen, jonka kautta sain toimeksiannon aulabaarin kehitystyölle. Myyntisihteeriksi Eira Ruuth hoitaa myyntipalvelua arkisin, ja toimistopäällikkö Sirpa Mäkelä puolestaan vastaa yrityksen rahaliikenteestä. Hovimestarina toimii Ulla Häkkinen, vastaanoton esimiehenä Elina Hänninen ja keittiömestarina Jukka Kyllönen.

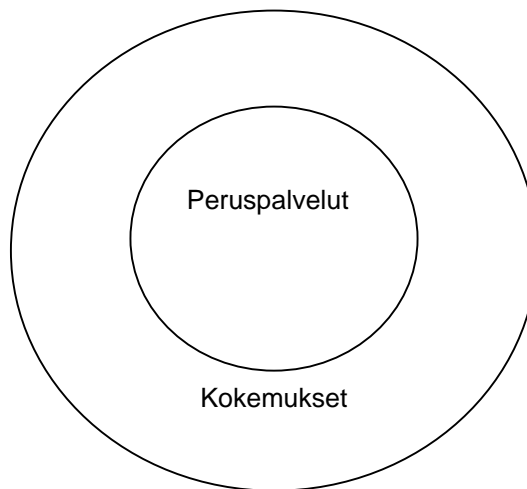
3 AULABAARIN PALVELUPROSESSIN MUUTOSTYÖ

Hotelli-ravintola Yöpuun remontti aloitettiin vuoden 2005 alussa. Tarkoituksena oli suorittaa pintaremontti molemmissa ravintoloissa, uusia kokoustilat, rakentaa RK Brasseriehen kokonaan uusi baari sekä uudistaa Pöllöbaari muuttamalla se kansainväliseksi Aulabaariksi. Aulabaarin muutostyön toimeksiantaja oli Jyväskylän Pöllöhotellit Oy, jonka kanssa tehtiin yhteistyösopimus. Remontin toteutuksesta vastasi Palokan Puutuote, jonka yhteyshenkilönä toimi Mika Wahlgren. Tehtäväni oli selkeyttää asiakaspalveluprosessia, parantaa aulabaarin toimivuutta laitteiden uudelleenjärjestelyllä sekä lisätä esteettisyyttä, työmukavuutta ja asiakaslähtöisyyttä. Muutoksilla pyrittiin yrityksen palvelun laadun parantamiseen sekä tehokkuuden ja kannattavuuden lisäämiseen. Remontin toteutus tapahtui nopeasti, joten suunnitteluun ryhdyttiin pikaisesti joulukuussa 2004. Remontin oli määrä tapahtua maaliskuussa 2005.

Työtä aloitettaessa pyrittiin selvittämään, miksi muutos koettiin niin tarpeelliseksi. Koska muutos vaikuttaisi ennen kaikkea asiakaspalvelijoiden työhön, haastateltiin henkilöstöä korjattavien asioiden löytämiseksi. Omat havainnot baarin toimivuudesta olivat myös perusteluna muutokselle. Ideointivaiheessa tutkittiin alan lehtiä ja trendejä, vierailtiin kilpailevissa yrityksissä ja pyrittiin suunnittelemaan hotelli-ravintola Yöpuun vanhaa henkeä kunnioittaen uusi ja tyylikäs baari, joka täyttäisi sille asetetut vaatimukset.

3.1 Palvelun laatuun vaikuttavat tekijät

Palvelulla tarkoitetaan kaikkia niitä suorituksia, joita asiakas odottaa saavansa perustuotteen tai -palvelun lisäksi ja jotka vastaavat sen hintaa, imagoa ja mainetta. (Horovitz 1992, 15.) Palvelut poikkeavat tuotteista siinä, että ne ovat olemassa ainoastaan ihmisten kokemusten tasolla. Ne eivät siis ole mitään konkreettista. Kuviosta 2 selviää, että palvelut koostuvat kahdesta osatekijästä: asiakkaan etsimistä peruspalveluista sekä palvelun aikana saadusta kokemuksesta. (Mts. 1992, 16.)



Kuvio 1. Palvelun osatekijät

Peruspalveluina voidaan Hotelli-ravintola Yöpuussa pitää matkailu- ja ravitsemispalveluita. Asiakkaan palvelun aikana saama kokemus vaikuttaa ratkaisevasti asiakkaan tyytyväisyyteen. Tähän tyytyväisyyteen siis pyritään hyvän

palvelun saavuttamiseksi. Palvelukokemuksen onnistumiseen vaikuttavat monet tekijät, kuten esimerkiksi

- saatavuus
- tunnelma
- palvelevan henkilökunnan käytös myyntitapahtuman ja palvelun suorittamisen aikana
- kyseisen yrityksen imagoon ja maineeseen sisältyvä oletettu riski
- muut asiakkaat
- palvelujen yksilöllisyys.

Tuotteiden ja palveluiden tulee olla asiakkaan saatavilla, mutta vanhassa baarissa asiakas kohtasi sekavan ja tunkkaisen baaritiskin, jonka takana asiakaspalvelija työskenteli usein selin asiakkaaseen. Palveluprosessin sekavuuden vuoksi asiakaspalvelija ei ehtinyt kiinnittämään tarpeeksi huomiota uuteen asiakkaaseen, ja tavaroiden ja laitteiden huonon sijainnin vuoksi palvelu on hidasta. Vanha baari ei myöskään kuvannut täysin yrityksen imagoa tasokkaana ja tyylikkäänä hotelli-ravintolana. Näitä onnistuneen palvelukokemuksen elementtejä pyrittiin korjaamaan uudistuksen myötä.

Laatu on käsitteenä vaikea, koska jokainen asiakas kokee laadun omasta näkökulmastaan ja jokaisella on omat odotuksensa. Laatu on tarkasteltavan kohteen jatkuvaa kykyä tyydyttää asiakkaiden ja muiden sidosryhmien tarpeet. Lähtökohtana laatuajattelulle voidaan pitää juuri sidosryhmiä sekä niiden tarpeita. Palvelu koetaan yleensä laadukkaana, jos se ylittää asiakkaan omat odotukset ja käsitykset laatutasosta. (Järvelin, Kvist, Kähäri & Räikkönen 1992, 9.)

Laatuun liittyy tarve suoritustason jatkuvasta parantamisesta, niin nopeasti kuin kehitys sen sallii. Kehitystarpeen saattavat aiheuttaa innovaatiot, kilpaili-

joiden toiminta, markkinoiden ja yhteiskunnan muutokset. Asiakkaan kokemuksen laadun kehittämällä voidaan saavuttaa useita etuja. Asiakkaat ovat valmiita maksamaan korkeampaa hintaa vastineena paremmasta laadusta. Työn kannattavuus paranee ja tuottavuus kasvaa. (Mts. 11.)

Miksi laatu kannattaa? Hyvä laatu ei ole pysyvä ominaisuus, ja se on varsin keskeinen kilpailutekijä useasta eri näkökulmasta. Se on myös tärkeä menestystekijä. Hyvän laadun sisäiset vaikutukset yritykselle merkitsevät tuotteiden virheettömyyttä ja alhaisia laatukustannuksia ja niiden seurauksena kustannustehokkuutta. Se osaltaan vaikuttaa yrityksen kannattavuuteen ja katteen positiivisesti. Laadun vaikutus markkinoilla on myös havaittavissa. Hyvä laatu täyttää asiakkaiden tarpeet, vaatimukset ja odotukset ja lisää asiakastyytyväisyyttä. Tyytyväinen asiakas on puolestaan yritykselle arvokas. Hän on yleensä uskollinen yritykselle ja lisää ostotensa määrää ja viestii positiivisesti muille potentiaalisille asiakkaille. Laadukkaan toiminnan sisäiset ja markkina-vaikutukset yhdessä parantavat yrityksen kannattavuutta. Kannattavuus yhdistettynä laatuun antaa yritykselle mahdollisuuden pitkäjänteiseen toimintaan. Hyvä laatu merkitsee yrityksen eloonjäämistä ja työpaikkojen säilymistä. (Lecklin 2006, 24.)

Laadun parantamisella tarkoitetaan toimintaa, jolla lisätään asiakastyytyväisyyttä tai työtyytyväisyyttä tai pienennetään laatukustannuksia. Laadun parantaminen ei tarkoita jo syntyneiden virheiden korjaamista. Laadun parantamisen tärkein tavoite on asiakastyytyväisyyden lisääminen. Laatukustannusten pienentäminen ohjaa yritystä vähentämään virheitä ja turhaa työtä ja siten välillisesti parantamaan asiakastyytyväisyyttä. Heikko työtyytyväisyys saattaa olla ongelma, joka heikentää asiakastyytyväisyyttä ja kasvattaa laatukustannuksia. Työtyytyväisyyden parantamisella voidaanakin vaikuttaa niin asiakastyytyväisyyden paranemiseen kuin laatukustannusten pienentämiseenkin. (Järvelin, Kvist, Kähäri & Räikkönen 1992, 87.)

Mistä tuntee laatuyrityksen? Vastauksia kysymykseen on varmasti monia, mutta kaikkia menestyviä yrityksiä yhdistää asiakassuuntautuneisuus. Asiakas on laadun lopullinen arviointimies. Asiakas ei ole aina oikeassa, mutta hän rahoittaa yrityksen toiminnan, joten tuotteiden ja niiden takana olevien proses-

sien tulee kyetä vastaamaan asiakkaan tarpeisiin muuttuvissa tilanteissa. Laatuyrityksen palvelu ei pelkästään täytä asiakkaan odotuksia ja vaatimuksia vaan ylittää ne. Asiakaspalvelijat ovat halukkaita palvelemaan. Palvelutoiminta on nopeaa, luotettavaa ja laatu nostaa asiakkaiden odotuksia. Asiakas on laatuyrityksen arvokas resurssi, henkilöstö on innovatiivista ja työnjohto on uusien ideoiden lähde.

Palvelun laadun osatekijät

- **Palvelun luotettavuus;** johdonmukainen ja luotettava toiminta
- **Reagointialttius;** työntekijöiden halu ja alttius palvella
- **Pätevyys;** palvelutapahtumassa tarvittavat tiedot ja taidot
- **Saavutettavuus;** yhteydenoton helppous ja vaivattomuus
- **Kohteliaisuus;** käytöstavat, asennoituminen, huomaavaisuus ja ystävällisyys
- **Viestintä;** asiakkaan kuuntelu, ymmärtäminen, kielenkäyttö
- **Uskottavuus;** luottamus, rehellisyys, asiakkaan etujen mukainen toiminta
- **Turvallisuus;** vaarojen, riskien ja epäilyttävien toimintojen poistaminen
- **Asiakkaan tunteminen ja ymmärtäminen;** asiakkaiden tarpeiden tiedostaminen
- **Fyysinen palvelu;** toimitilat, tekniset resurssit, pukeutuminen, muut asiakkaat. (Palveluorganisaatioiden toimintajärjestelmien piirteitä 2007)

Palvelun laadun lähtökohtana ovat siis asiakkaan odotukset ja niiden täyttyminen. Hotelli-ravintola Yöpuun asiakkaat odottavat saavansa laadukasta ja erinomaista palvelua. He odottavat asiantuntevaa ja pätevää asiakaspalvelua, joka on luotettavaa kerta toisensa jälkeen. Saadakseen tasalaatuista palvelua tulee fyysisen toimintaympäristön olla kunnossa. Palvelun nopeus ja tehokkuus ovat riippuvaisia ympäröivistä tekijöistä yhtä lailla kuin osaavasta henkilökunnasta. Aulabaarin muutoksella pyrittiin myös kannattavuuden lisäämiseen. Palveluprosessin selkeyttämällä asiakaspalvelijan työprosessi selkeytyy ja nopeutuu. Asiakaspalvelijalla jää enemmän aikaa esimerkiksi lisämyynnin tekemiseen, mikä osaltaan parantaa kannattavuutta. Hotelli-ravintola Yöpuun Aulabaarin palveluprosessin kehitystyö tuli oikeaan aikaan. Palvelupro-

sessin muutoksella palvelun laatu paranee, ja näin varmistetaan asiakkaiden korkeat laatuvaatimukset sekä vastataan markkinoiden laadun kysyntään.

3.2 Asiakaspalveluprosessi

Prosessilla tarkoitetaan toimintoketjua, joka muodostuu erillisistä tehtävistä. Prosessi voidaan kuvata ja havainnollistaa, koska sillä alku ja loppu. Prosessin tunnistaa myös siitä, että se on jatkuva ja toistuva. (Kvist, Arhonia, Järvelin & Rääkkönen 1995, 9.) Palveluprosessi puolestaan on palvelujen tai toimintojen ketju. Vaikeutena on palvelun ja prosessin käsitteiden erottaminen. Palvelu on toimintaa, kuten myös prosessi. (Laamanen 2002, 71.)

Toiminnan kehittämisessä prosessien kehittäminen on avainasemassa. Palveluprosessi voidaan jakaa kolmeen vaiheeseen: palvelutapahtumaa edeltävä vaihe, palvelutapahtuma sekä palvelutapahtuman jälkeiset vaiheet. Palvelutapahtumaa edeltävä vaihe käsittää palvelun näkyvyyden, eli onko palvelusta näkyviä todisteita kuten esitteitä tai mainoksia. Yrityksen asiakkaat ja suhdetoiminta heihin ovat myös osa näkyvyyttä. Asiakkaat tulevat jo hakemaan tiettyä palvelua tai palveluketjua ennen palvelutapahtuman alkamista. Edeltävällä toiminnalla pyritään virittämään mielenkiinto palvelua kohtaan. Itse palvelutapahtuma näyttää asiakkaalle, miten asiat yrityksessä toimivat. Asiakas muodostaa kuvan palveluiden saatavuudesta sekä henkilökunnan palvelusta kokonaisuudessaan. Palvelutapahtuman jälkeisissä vaiheissa selviää, mitä vaikutuksia palvelulla oli. Tällöin pyritään herättämään kiinnostus tuleviin palvelutapahtumiin. Kanta-asiakkuuksien vahvistaminen sekä suositteluaktiivisuuden vahvistaminen ovat osa palvelutapahtuman jälkeistä vaihetta. (Palveluorganisaatioiden toimintajärjestelmien piirteitä. 2007)

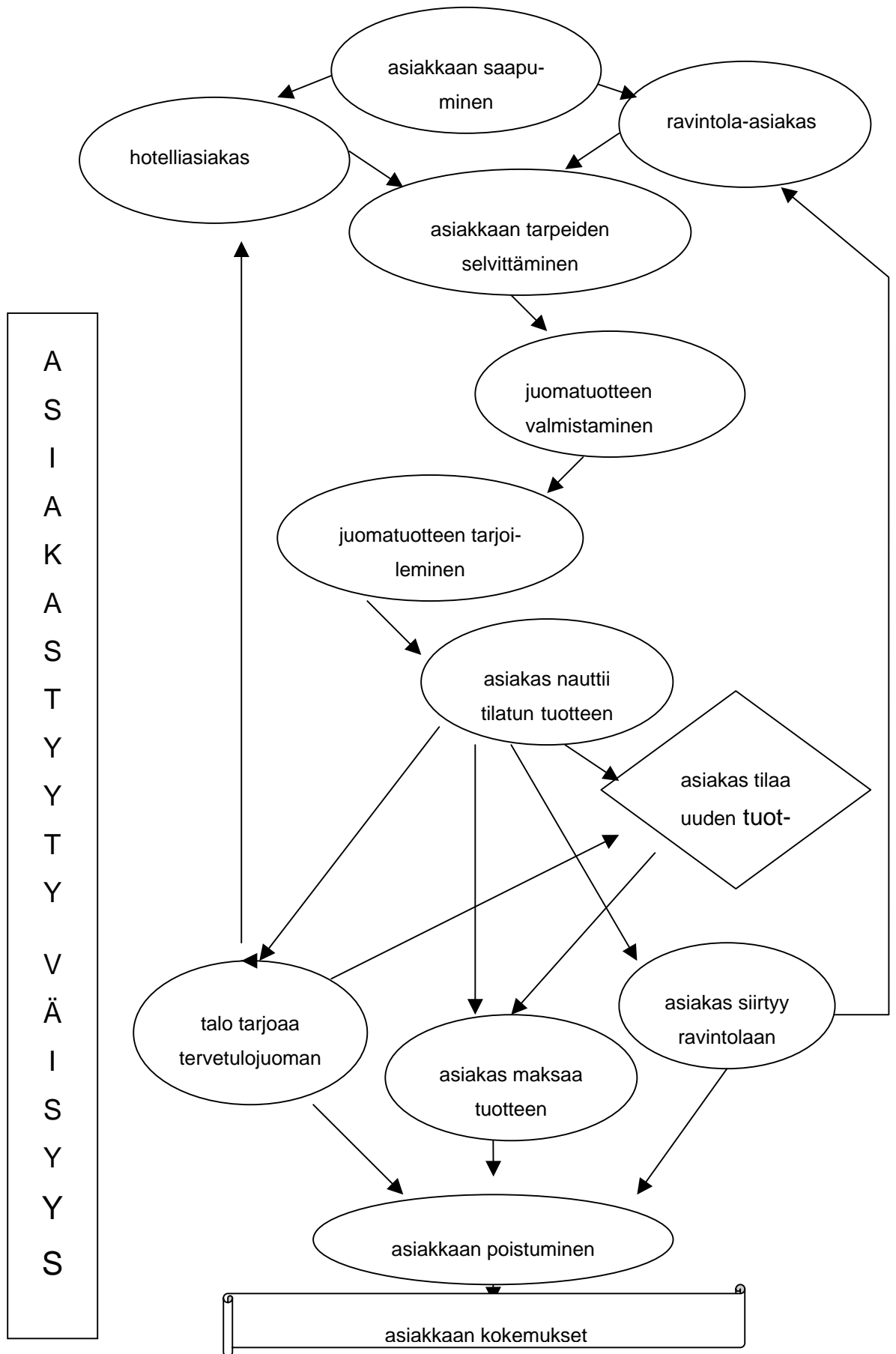
Aulabaarin asiakasprosessi on monimuotoinen ja prosessin käsitteleminen auttaa ymmärtämään kokonaisuutta paremmin. Aulabaarin muutoksen myötä prosessia pyrittiin selkeyttämään. Aulabaarissa vierailevat sekä hotellin, että

ravintoloiden asiakkaat. Lisäksi satunnaiset asiakkaat saattavat käydä kahvilla tai viinilasillisella.

Kuviossa 3 on kuvattu Aulabaarin asiakaspalveluprosessia asiakkaan saapumisesta poistumiseen. Hotelli-ravintola Yöpuun aulabaarin asiakas voi siis olla joko hotellin, tai ravintolan asiakas. Kuviossa on eritelty nämä asiakassegmentit. Prosessia edeltävässä vaiheessa majoittujalle annetaan tervetulojuomalipuke, jolla hän saa lunastaa juoman aulabaarista. Tämä on houkutin asioida baarissa ja mielenkiinto palvelua kohtaan on jo herätetty. Myös ruokailemaan tuleva asiakas on useasti kiinnostunut aperitiivin nauttimisesta aulabaarissa tai kiinnostus herätetään kertomalla kyseisestä mahdollisuudesta. Satunnaisesti paikalle tullut asiakas tulee ensimmäiseksi vastaanottoaulaan, josta hänet voidaan helposti ohjata nauttimaan aulabaarin palveluista.

Itse palvelutapahtumassa ensimmäiseksi selvitetään asiakkaan tarpeet: mitä hän mahdollisesti haluaisi. Tämä on palveluprosessin kriittinen vaihe. Millaisen kuvan asiakaspalvelija antaa itse palvelutapahtuman aikana? Palvelun puitteiden tulee olla kunnossa joka osalta. Ensimmäiseksi selvitetään asiakkaan tarve, valmistetaan tilattu tuote ja tarjoillaan se. Majoittujalle tarjotaan alkoholiton juoma tai lasillinen viiniä. Samalla kerrotaan yrityksen muista palveluista tai houkuttelevista muista tuotteista, jolloin saadaan aikaiseksi lisäämyyntiä. Asiakas nauttii tilatun tuotteen baarissa esimerkiksi lehteä lukien ja siirtyy huoneeseensa tai ruokailemaan suositeltuun ravintolaan. Hän voi myös tehdä lisätilauksen, jolloin hän ostaa tuotteen omalla rahalla. Lisätilaus tai siirtyminen ravintolaan parantaa myyntiä, jolloin yrityksen kannattavuus paranee. Ravintola-asiakas puolestaan tilaa usein joko lasillisen viiniä tai jonkin juomasekoituksen. Hän saattaa tilata niitä useamman, kuten kuviossa on esitetty. Tällöinkin asiakkaan tilaama tuote valmistetaan ja tarjoillaan. Samanaikaisesti voi myös tulla suurempi tilaus, jolloin esimerkiksi ravintola-asiakkaat tilaavat aperitiivit jo aulabaarissa. Nämä ovat niitä kriittisiä pisteitä, joita haluttiin parantaa palveluprosessin toimivuutta suunniteltaessa. Vanha baari ei antanut asiakaspalvelijalle kunnon työkaluja näiden asiakkaiden toivomusten täyttämiseksi. Työn fyysiset puitteet olivat vajaat tuotteiden ja laitteiden huonon sijoittelun vuoksi. Tilat olivat kuluneet ja nuhjuiset sekä työmukavuus oli huonoa.

Aulabaarissa asioimisen jälkeen seuraa palvelutapahtuman jälkeinen vaihe, jolloin asiakas joko maksaa ostoksensa ja poistuu tai siirtyy ravintolaan ruokailemaan, jolloin juomalasku siirretään ravintolalaskuun. Tässä vaiheessa asiakas viimeistään muodostaa kuvan palvelun laadusta ja sen onnistumisesta. Koko asiakaspalveluprosessia ohjaa ehdoton asiakastyytyväisyys, johon hotelli-ravintola Yöpuussa aina pyritään.



Kuvio 2. Aulabaarin asiakaspalveluprosessi

3.3 Aulabaarin muutostarpeen kartoitus

Hotelli-ravintola Yöpuun Pöllöbaari uudistettiin viimeksi vuonna 2000, jolloin siitä tehtiin eurooppalaistyylinen kahviravintola. Nykyinen baari koettiin vanhahtavaksi ja toimimattomaksi ja siitä haluttiin käytännöllisempi, tyylikkäämpi ja asiakaslähtöisempi. Muutostarvetta pyrittiin kartoittamaan henkilökunnan haastatteluilla sekä omakohtaisilla havainnoilla. Aloittaessani työt hotelli-ravintola Yöpuussa marraskuussa 2005 huomioni kiinnittyi Pöllöbaarin epäkäytännöllisyyteen. Tavaroille ei ollut selkeitä säilytyspaikkoja ja baarin visuaalinen ilme oli sekainen ja tunkkaisu. Vetolaatikoissa säilytettiin kaikkea kuminauhoista lahjapapereihin. Osa laatikoista oli rikki ja pullokorit sijaitsivat avonaisessa tilassa baaritiskin takana. Jääpalakone ja pakastin sijaitsivat baarin takaseinustalla.



Kuva 1. Baarin vanha espressokone sekä työpiste

Takaseinustalla sijaitsevassa lasihyllykössä säilytettiin sekä pulloja, että lasia. Toinen kylmävetoaattikosto oli sijoitettu baarin oikealle ”seinustalle”, josta oli myös avoin näkymä vastaanoton työpisteelle. Hyllytilaa oli vähän ja pinnat

kuluneita. Erikoiskahvikone oli myös huonokuntoinen, jonka vuoksi valmiin kahvijuoman laatu oli heikko.

Omien havaintojeni lisäksi tein henkilökunnalle puolistruktuurisen haastattelun, jossa pyrin selvittämään heidän mielestään suurimmat epäkohdat senhetkisessä baarityöskentelyssä sekä kartoittamaan puutteita laitteissa sekä niiden sijoittelussa. Haastatteluista selvisi, että kaikki kyselyyn vastanneet pitivät laitteiden sijoittelua puutteellisina. Laitteiden laadusta kysyttäessä selvisi, että vanha espressokone koettiin huonoksi. Tilat koettiin ahtaiksi sekä huonosti organisoiduiksi. Laitteiden sijoittelua pidettiin puutteellisina ja tuotteiden sijaintiin toivottiin muutosta. Haastattelussa selvitettiin myös yleisimpien juomatuotteiden menekkiä, jotta käytetyimmät tuotteet saataisiin selville.



Kuva 2. Vanhan baarin asiakaspalvelutiski

Pöllöbaarin näkyvyys koettiin huonoksi, mutta koska muutoksessa ei lähdetty siirtämään itse baaritiskiä, näkyvyyttä haluttiin lisätä avartamalla baaritiskiä ja lisäämällä valaistusta. Tiskin yläpuolella ollut vanha lasiensäilytyshyllykkö purettiin ja tilalle haluttiin valaisimia tuomaan lämpöä tummasävyiseen baariin. Lasien ja muiden tarvikkeiden sijoittelu koettiin myös huonoksi; asiakkaaseen oltiin selin juomatuotetta valmistettaessa. Laskutilaa oli vähän, koska laseja säilytettiin työtasoilla baaripyhkeiden päällä. Muutoksessa pyrittiin sijoitta-

maan lasit hyllyille ja päivittämään lasisto yhdenmukaiseksi. Vaikka baarin laitteisto olikin vanhaa, ei suurempia investointeja esimerkiksi uusiin kylmäveto-laatikostoihin koettu tarpeellisiksi.



Kuva 3. Asiakkaan näkymä vanhasta baarista

Muutosta suunniteltaessa huomioitavia seikkoja on monia ja asioita tulee tarkastella monelta eri taholta. Toimeksiantaja antaa muutokselle raamit sekä rahoituksen, että tyylillisten asioiden suhteen. Hotelli-ravintola Yöpuun yhteyshenkilönä toimineen hotellinjohtaja Iris Mäkisen kanssa keskustelimme visios- ta, joka hänellä oli uuden aulabaarin suhteen. Visiolla tarkoitetaan tulevaisuu- den kuvaa, jonka parhaimmillaan on innostava ja motivoiva (Lecklin 1999, 42). Visio luo mielekkyyttä tehtävälle työlle. Iriksen visio muutoksesta oli vahva, mikä helpotti omaa suunnittelutyötäni. Iriksen vision avainsanoja olivat kodik- kuus, tyylikkyys, tasokkuus ja rentous. Uudesta Aulabaarista haluttiin kansain- välinen *lobby-bar*, jossa myydään erikoissiidereitä, -oluita, laadukkaita viskejä, konjakkeja, calvadoksia ja viinejä laseittain. Lämpimällä ja tyylikkäällä väri- maailmalla haettaisiin eteläeurooppalaista tunnelmaa.

4 AULABAARI MUUTOKSEN JÄLKEEN

Aulabaarin palveluprosessin muutostyö tapahtui lyhyessä ajassa, jolloin suunnitelmat laitettiin käytäntöön. Kaikkia asioita ei voitu muuttaa joko rakennusteknisten asioiden tai korkeiksi nousevien kustannusten vuoksi. Lisäksi kiire asetti omat rajoituksensa. Paljon saatiin kuitenkin aikaan laitteiden uudelleen-sijoittelun myötä. Muutoksen myötä palveluprosessi selkeytyi ja prosessi kokonaisuudessaan nopeutui. Muutos paransi palvelun laatua: nyt hotelli-ravintola Yöpuun Aulabaari vastasi sille esitettyihin korkeisiin laatuvaatimuksiin. Asiakaspalvelijoiden työ helpottui, työturvallisuus parani ja tilan esteettinen ilme koheni. Palvelun nopeutuminen lisää työn tehokkuutta sekä parantaa näin työn kannattavuutta. Kaikki työntekijöitä helpottavat parannukset vaikuttavat myös asiakastyytyväisyyteen. Muutoksen myötä asiakkaat saavat parempaa palvelua paremmissa tiloissa. Uusi Aulabaari kohensi näin ollen myös yrityksen kuvaa laadukkaana ja korkeatasoisena palveluyrityksenä.

4.1 Kehitystyössä huomioitavat seikat

Muutosta suunniteltaessa tulee ottaa huomioon lukuisia eri seikkoja. Budjetti sekä remontin kiireellinen aikataulu vaikuttivat suunnittelutyöhön. Lähtökohtina muutoksessa olivat baarin asiakaspalveluprosessin selkeyttäminen sekä uuden Aulabaarin toimivuus, asiakaspalvelijoiden työmuukavuus ja Aulabaarin esteettisyys. Hotelli-ravintola Yöpuussa esteettisyyttä ei voida korostaa liikaa. Ainutlaatuinen miljöö on osa yrityksen menestystä. Varsinaista baaria ei muutoksessa ollut tarkoitus siirtää, vaan laitteisto tuli sijoittaa uudelleen. Uudelleensijoittelulla parannettaisiin toimivuutta, mikä osaltaan myös parantaisi työntekijöiden työasentojen ergonomiaa. Pöllöbaarin vaikea pohjaratkaisu oli myös haastava elementti uuden baarin toimivuutta parannettaessa.

4.1.1 Työturvallisuus

Ergonomia on tietoa ja toimintaa, jonka avulla tuotteet, työ, työpaikat, työvälineet ja työympäristö sovitetaan ihmisten edellytysten ja vaatimusten mukaisiksi. Työturvallisuuslain (738/2002) mukaan työpisteen rakenteet ja käytettävät työvälineet on valittava, mitoittettava ja sijoitettava työn luonne ja työntekijän edellytykset huomioon ottaen ergonomisesti asianmukaisella tavalla (Työsuojelun perusteet 2006, 98). Työpiste on myös pyrittävä mitoittamaan sellaiseksi, että hyvä työasento, edulliset työliikkeet ja sopiva voiman käyttö ovat mahdollisia. Tällöin tuki- ja liikuntaelimestö kuormittuu sopivasti (Mts. 98).

Hotelli-ravintola Yöpuun Aulabaarin muutoksessa pyrittiin asettelemaan laitteet siten, että tuotteiden valmistus olisi mahdollisimman helppoa, vaivatonta ja nopeaa. Työasento olisi näin ergonomisempi. Koska vanha baari koettiin laitteiden sijoittelultaan hankalaksi, pyrittiin uudet laitteet sijoittelemaan niin, että turhat kumarrus- ja kierto liikkeet olisi minimoitu. Vanhassa baarissa kiertoliikkeitä oli lukuisia, koska valmistusvälineet sijaitsivat kolmella seinustalla.

Tarvittavia välineitä säilytettiin monella eri korkeudella, jolloin kumarruksia tuotteita valmistettaessa tuli liikaa. Muutoksessa useimmiten käytetyt tavarat pyrittiin sijoittamaan lähelle työpistettä, jolloin työskentelyasento olisi parempi ja työ sujuisi näin myös nopeammin. Käden ulottuvilla olisivat muutoksen jälkeen baarimitat sekä muu baarivälineistö. Vetolaatikostojen uuden sijoittelun myötä pullotuotteet sijaitsisivat myös ergonomisesti helpommassa paikassa. Työntekijän ei näin ollen tarvitsisi enää kääntyä pulloa hakeakseen, vaan tuote löytyisi työpisteen alta ja olisi helposti saatavissa. Valmistusprosessi nopeutuisi muutoksen myötä ja kontakti asiakkaaseen parantuisi. Tuotteiden valmistus tapahtuisi nyt kasvokkain asiakkaan kanssa. Baaritiskin yläpuolelle asennetut valaisimet myös parantaisivat työoloja valon lisääntymisellä. Näin juomatuotteiden valmistuspisteestä saataisiin valoisampi ja työmukavuus lisääntyisi.

4.1.2 Esteettisyys

Kauneuden arvostus on lisääntynyt nyky-yhteiskunnassa. Turun Kauppakorkeakoulun tulevaisuuden tutkimuksen professori Markku Wileniuksen (Tukiainen 2006, 17) mukaan tuloskeskeisyyden ja individuaalisuuden aikakauden jälkeen esteettisiä arvoja on alettu taas kunnioittaa. Hotelli-ravintola Yöpuussa esteettisyys on yksi yrityksen arvoista sekä yksi yrityksen menestystekijöistä. Heli Rajamäen ideologian mukaan esteettisyyttä on aina vaalittu yrityksessä. Esteettisyys näkyy hotelli-ravintola Yöpuussa henkilökunnan työasuissa sekä lukuisissa kukka-asetelmissa ja koriste-esineissä. Miljöö on koristeellinen ja huokuu arvokkuutta ja tunnelmaa. Puhuttaessa esteettisyydestä tarkoitetaan monen tekijän summaa. Aistimme kauneutta monilla aisteilla: kuulo-, näkö-, tunto-, maku- ja hajuaistilla. Hotelli-ravintola Yöpuun miljøö hivelee kaikkia näitä aisteja. Taustalla soi tunnelmallinen musiikki, ympärillä on lukuisia kauniita koriste-esineitä ja erilaisten materiaalien harmonia. Makunautinnot sekä kynttilöiden, kukkien ja ruokien herkulliset tuoksut takaavat esteettisen elämyksen. Tämän tunnelman säilyttäminen oli haasteena muutostyölle: nykyaikaisuus ei saisi peittää alleen tätä herkkää tunnelmaa.

4.2 Muutoksen näkyvät tulokset

Muutoksessa laitteet pyrittiin sijoittelemaan uudelleen muuttamatta kuitenkaan mitään rakennusteknisiä asioita. Esimerkiksi vesipiste säilyi vanhalla paikallaan, jolloin myös vesijohtoverkkoon kytkettävä jääpalakone jouduttiin pitämään lähes vanhalla paikallaan. Kahden kylmävetolaatikon paikkaa vaihdettiin, jolloin niistä saatiin muodostettua yhtenäinen taso baaritiskin eteen. Tasoille sijoitettiin käsivarasto tarpeellisimpia laseja sekä baarimitat ja bostonshaker. Tasosta saatiin näin uusi ja toimiva työpiste. Juomatuotteiden valmistuspiste saatiin kyseisellä muutoksella siirrettyä niin, että tuotetta tehdessä tarjoilija työskentelisi kasvot asiakasta kohti. Vanhassa baarissa työpiste si-

jaitsi vastakkaisella seinustalla ja tarvittavat valmistustavarat piti kerätä monesta pisteestä. Muutoksen myötä kontakti asiakkaaseen parani. Juomatuotteiden valmistuksen työmukavuus ja tehokkuus lisääntyivät valmistuksen nopeutumisen ja selkeytymisen myötä.



Kuva 4. Uuden aulabaarin asiakaspalvelutiski

Koska vanhasta baarista puuttui jääkaappi valkoviinien säilyttämiseen, hankittiin sellainen uuteen Aulabaariin. Uusi lasiovinen jääkaappi sijoitettiin baaritiskistä katsottuna takaoikealle. Siitä viinien noutaminen olisi vaivatonta ja nopeaa. Jääkaapissa oleva lasiovi helpottaisi sekä työntekijöitä että asiakkaita sopivien tuotteiden etsinnässä. Uuteen baariin hankittiin myös kauan kaivattu uusi espressokone. Espressokoneiden tarjoajat kilpailutettiin ja päädyttiin hankkimaan *leasing*-kone. Koneita maksettaisiin viisi vuotta minkä jälkeen se olisi hotelli-ravintola Yöpuun omaisuutta. Uusi espressokone sijoitettiin samalle paikalle, missä edellinen kone oli sijainnut. Syynä tähän oli myös pitkälti koneen kytkeminen vesijohtoverkkoon, joka esti suuret muutokset paikkaa mietittäessä.

Vanha pakastin säilytettiin, mutta sen sijainti muuttui. Uusi paikka löytyi asiakkaiden katseiden ulottumattomista, osaksi myös pakasteessa säilytettävien alkoholituotteiden vähäisen menekien vuoksi. Pakastimen vanhalle paikalle asennettiin ovelliset alakaapit, joissa säilytetään kuivatarvikkeita.



Kuva 5. Uusi espressokone sekä näkymä aulabaarin takaseinustalle

Aulabaariin asennettiin myös uusi, kevytrakenteinen väliseinä, johon kiinnitettiin lasihyllyt lasien säilytykseen. Vanhan baaritiskin yläpuolella sijainnut raskas ja tilaa pienentävä lasien säilytyshylly poistettiin ja tilalle asennettiin uudet kevyet valaisimet tunnelmaa ja valoa tuomaan. Baarin lasivalikoima uusittiin ja yhdenmukaistettiin. Baarin takaseinustalla oleva alkoholien säilytyshylly jäi paikoilleen, mutta tuotteet uudistettiin ja hyllyyn asennettiin upotettavat halogeenivalaisimet. Tuotteet olisivat näin houkuttelevammin esillä.

Laitteiden uudelleensijoittelu paransi tuntuvasti työmuokavuutta sekä selkeytti ja nopeutti palveluprosessia. Tavoitteisiin siis päästiin laitteiden sijoittelun osalta. Muutokset helpottivat asiakaspalvelijoiden työtä ja lisäsivät välillisesti myös yrityksen kannattavuutta. Muutokset vaikuttavat myös osaltaan palvelun laadun paranemiseen.



Kuva 6. Asiakkaan näkymä uudesta aulabaarista

Baarin piirustusten teko osoittautui haasteelliseksi, koska alkuperäisiä piirustuksia ei löytynyt. Piirustukset piti siis tehdä alusta alkaen itse. Aulabaarin uusi pohjakuva on Liitteenä 2.

4.3 Henkilöstön perehdyttäminen

Remontin valmistuttua henkilökunnalle pidettiin koulutustilaisuus, jossa esiteltiin uusi Aulabaarimanuaali (Liite 2.) sekä uusi Aulabaarin drinkkilista (Liite 3.)

Aulabaarimanuaali on yksityiskohtainen selvitys tuotteiden sijainnista. Tarkoilla ohjeilla saataisiin henkilökunta omaksumaan nopeammin Aulabaarin muutoksen. Manuaalista selviää uusien tuotteiden sijainti, mikä takaa tavaroiden säilymisen oikealla paikallaan. Yhteiset pelisäännöt helpottavat niin vakituisen henkilöstön, kuin myös satunnaisten työntekijöiden toimimista uudessa baarissa.

Henkilökunnalle pidetyssä koulutustilaisuudessa käytiin uuden Aulabaarin toiminnot sekä uudet tuotteet läpi. Espressokoneen käytöstä ja puhdistuksesta pidettiin koulutus sekä uuden drinkkilistan tuotteiden valmistusprosessit käytiin

läpi. Uudet tuotteet esiteltiin ja niihin tutustuttiin sekä uuden jääkaapin toiminnot opetettiin. Koulutus vaikuttaa henkilöstön toimintaan kannustavasti. Koulutukset lisäävät osaltaan työmotivaatiota. Henkilökunnan suorituskyky kehittyy ja työmoraali kasvaa. Koulutuksen positiiviset tulokset siis parantavat osaltaan yrityksen palvelutoimintoja. Koulutus siis parantaa välillisesti myös palvelun laatua.

Aulabaarin drinkkilista suunniteltiin yhdessä hovimestari Ulla Häkkisen kanssa. Toiveena oli pieni drinkkilista, joka voitaisiin sijoittaa baaritiskille myynnin edistämiseksi. Listalla tuli olla lyhyt ja pitkä juomasekoitus sekä jokin cocktail. Listalle tuli suunnitella yritykselle sopivia tyylikkäitä juomasekoituksia, joten tuli miettiä juomasekoitusten raaka-aineita: käytettäisiinkö kaatoviinoja vai kenties jotain laadukkaampaa. Juomasekoituksissa päädyttiin käyttämään laadukkaampia tuotteita, kuten Bombay Sapphire giniä sekä Hendrik's giniä. Laadukkaat tuotteet tukisivat yrityksen linjaa tasokkaana paikkana. Uusi drinkkilista sijoitettiin kultaraameihin baaritiskille, jossa se olisi osa uuden Aulabaarin visuaalista ilmettä.

5 POHDINTA

Opinnäytetyönäni oli suunnitella uuden Aulabaariin toimintojen ja laitteiden muutostyö hotelli-ravintola Yöpuuhun. Työntekijöiden perehdyttäminen sekä tuotteiden ja laitteiden uudelleensuunnittelu olivat tärkeimpiä osia työssäni. Opinnäytetyöni pääpaino oli remontin suunnittelussa ja toteutuksessa, eli toiminnallisessa osuudessa. Opinnäytetyöni raportti muodostuu muutosten esittelystä; millainen Aulabaari oli ennen ja millainen siitä tuli.

Työni edetessä selkeytyivät avainsanat *palvelun laatu, palveluprosessin kehittäminen, asiakaslähtöisyys, visuaalisuus* sekä *muutostyö*. Työ oli kokonaisuudessaan haastava ja aikaa vievä. Itse remontti vei suunnittelu- ja toteutusvaiheessa paljon aikaa. Tuntui kuin olisin käytännössä asunut Yöpuussa. Suunnitteluvaiheessa piirustusten teko oli haastavaa alkuperäisten rakennuspiirustusten puuttumisen vuoksi. Piirustukset piti tehdä siis alusta alkaen itse. Aulabaarin muutostyön käytännön toteutus sujui mainiosti, ja lopputulokseen olen tyytyväinen. Aulabaarista tuli käytännöllinen, toimiva ja visuaalisesti kaunis. Nyky-yhteiskunnassamme arvostetaan kauniita asioita ja kiireiseen elämään haetaan elämyksiä. Hotelli-ravintola Yöpuun uusi Aulabaari vastaa näihin nykypäivän ja tulevaisuuden haasteisiin.

Raportoinnissa vaikeimpana koin työn liittämisen tietoperustaan sekä lähdemateriaalin hankinnan. Ravintoloiden suunnittelusta kirjoitettuja teoksia ei tuntunut löytyvän. Pettynyt työssäni olen itse raportin valmistumisen viivästymiseen: muutto Helsinkiin katkaisi kirjoitustyön liian pitkäksi aikaa. Työ ei näin ollen ole enää todellinen. Opinnäytetyössäni esiintyvät hotelli-ravintola Yöpuun organisaation jäsenet ovat osittain muuttuneet työni raportoinnin aikana.

Työstäni nousseet kehitysideat liittyvät Aulabaarin toiminnalliseen puoleen. Kylmälaitteita tulisi uusia sekä mahdollisesti tulevaisuudessa sijoittaa uuteen, valoisampaan baaritiskiinkin. Aulabaari jää edelleen näkymättömiin asiakkaan saapuessa. Lisäksi palveluprosessien kirjoittaminen antaisi henkilökunnalle lisää työkaluja sekä satunnaisille työntekijöille tärkeää informaatiota yrityksen toiminnasta. Aulabaari-manuaali koettiin hyväksi, ja henkilökunta otti sen vastaan positiivisessa hengessä. Yhteisten pelisääntöjen sopiminen helpottaa kaikkien työntekoa. Ravintolan suunnitteluun liittyvää materiaalia on kovin vähän, joten yksi kehitysidea olisi ravintolan remontissa tai muutostyössä huomioitavat seikat. Mitä suunnittelussa tulisi ottaa huomioon ja mitkä ovat suurimmat kompastuskivet? Kyseinen julkaisu olisi alalle tarpeellinen, koska liian usein ravintolaa suunnittelevat henkilöt, jotka eivät itse työskentele alalla. Heiltä puuttuu usein kokonaisvaltainen näkemys ravintolan työntekijän silmin katsottuna.

LÄHTEET

Aalto, R. 2006. Työelämän selviytymisopas. Jyväskylä: WSOY.

Aaltonen, M. & Wilenius, M. 2002. Osaamisen ennakointi –Pidemmälle tulevaisuuteen, syvemmälle osaamiseen. Helsinki: Edita.

Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. 4. uud. p. Porvoo: WSOY.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu. Helsinki: Yliopistopaino.

Horovitz, J. 1992. Kohti nollavirhettä palvelun laadussa. Helsinki: Rastor-Julkaisut

Hotelli Yöpuun Historiikki. 2001. Jyväskylän Pöllöhotellit Oy. Mainosesite.

Järvelin, K., Kvist, H-H., Kähäri, P. & Räikkönen, J. Palveluyrityksen laadun kehittäminen. 1992. Jyväskylä: Gummerus.

Korkeamäki, A., Pulkkinen, I. & Selinheimo, R. 2000. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Porvoo: WSOY.

Laamanen, K. 2002. Johda liiketoimintaa prosessien verkkona. 2. uud. p. Helsinki: Suomen Laatu keskus.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä: Gummerus.

Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. 5. uud. p. Hämeenlinna: Karisto.

Lipponen, T. 1993. Laatujohtaminen. Jyväskylä: Gummerus.

Palveluorganisaatioiden toimintajärjestelmien piirteitä. 2007. Viitattu 1.5.2007. [Http://cgi.qualitas-fennica.fi/artikkelit/organisaatiopiirteita.html](http://cgi.qualitas-fennica.fi/artikkelit/organisaatiopiirteita.html)

Pesonen, H.-L., Lehtonen, J. & Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena - markkinointia, viestintää, psykologiaa. Jyväskylä: PS-kustannus.

Pitkänen, K. P. 2001. Yrityskuva ja maine menestystekijöinä. 1. korj. p. Helsinki: Edita.

Puohiniemi M. 2003. Löytöretki yrityksen arvomaailmaan. Espoo: Limor kustannus.

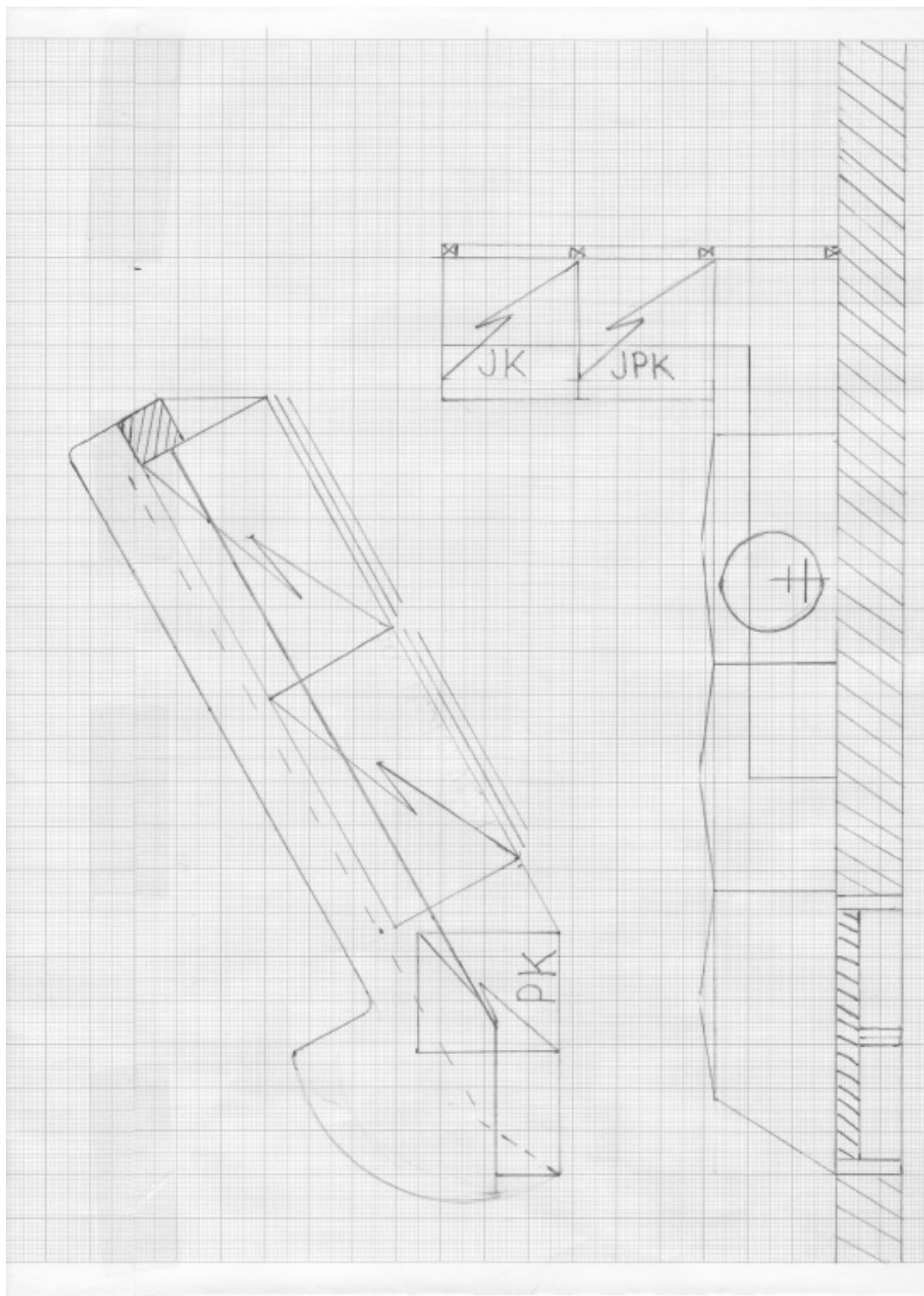
Sutinen, M. & Viklund, E. 2004. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu, Julkaisutoiminta.

Tukiainen, M. 2006. Deko Haastaja. Deko 1, 17.

Työterveyslaitos. 2006. Työsuojelun perusteet. Vammala: Työterveyslaitos.

LIITTEET

LIITE 1. AULABAARIN POHJAPIIRRUSTUS



LIITE 2. AULABAARIMANUAALI

Viinikaappi

Viinikaapissa säilytetään joitain valkoviinejä sekä avattuja valkoviini- ja kuohuviinipulloja.

Avohyllyn viinat

Avohyllyjen reunaan on nimetty viinoille paikat, jotka ovat oikealta vasemmalle: kirkkaat, konjakit ja liköörit sekä alahyllyllä viskit ja port-viinit.

Ovellinen allaskaappi

Kaapissa säilytetään limukoria ja olutkoria, joihin laitetaan tyhjät pullot. (Tyhjät Schweppes-pullot laitetaan Koffin pahvilaatikkoon ja tyhjät Cidraie- sekä ulkomaalaisten oluiden pullot Suloon.) Lisäksi kaapissa on kori, jossa säilytetään pesuaineita (yleispesuaine, Coffex-pesuaine, lasinpesuaine) ja tiskiharjaa.

Alakaappi I

Kaapissa säilytetään vasemmalta oikealle:

ylähyllyllä koreissa teepusseja, baarissa tarvittavia koristeita, pajukorissa espressonappeja, pajukorin takana pienessä korissa espressokeittimen puhdistus- ja huolto-osia sekä oikeanpuolimaisessa korissa irtoteepusseja.

Alahyllyllä koreissa säilytetään annoshunajat sekä kaakaoannospussit.

Alakaappi II

Matalammassa ovikaapissa säilytetään vasemmalta oikealle:

Ylähyllyllä koreissa säilytetään kahveja (Talon kahvi: Pauligin Presidentti Tumma Paahto sekä alkuperämaakahvit) sekä pressopannuja ja kynttilöitä.

Alahyllyllä säilytetään kahvipannuja sekä pressopannujen huppuja.

Avolasihyllyt

Lasihyllyillä säilytetään laseja ylösalaisin pölyntymisen ehkäisemiseksi.

Ylähyllyn järjestys vasemmalta oikealle:

cocktail-lasit, Finlandian cocktail-lasit, liköörilasit, sherrylasit, erikoisoluiden lasit, Remy Martin- konjakkilasit, grappa-lasit ja väkeväviinilasit.

Alahyllyn järjestys vasemmalta oikealle:

grogilasit, olutlasit, collins-lasit, tervetuliaisviinilasit, calvados-lasit, käsivarasto kuohuviinilaseja ja aromilasit.

Takaseinän viinahylly

Viinahyllyn sisältö vasemmalta oikealle:

Alahyllyllä ensimmäisessä kehikossa de Kuyperin liköörit, ylähyllyllä muut liköörit.

Alahyllyllä toisessa kehikossa ginit, Finlandia Fusion, Bacardi Black, ylähyllyllä liköörit.

Alahyllyllä kolmannessa kehikossa viskit (Grant's, Bushmills 21 ja 10 ja Havana Club- rommi), ylähyllyllä Four Roses-bourbon, Royal Canadian- (poistuva), Chivas Regal-, Millars- ja Auchentoshan- viskit.

Alahyllyllä neljännessä kehikossa konjakit: Remy Martin VS, RM VSOP, Renault Noir, Hennessy VSOP, ylähyllyllä calvadokset: Berneroy, Pere Magloire XO, Bushnel 20 sekä hyllyn oikeassa reunassa irish coffee- lasit (Millars).

Viinikaapin päällä oleva työtaso

Työtasolla pidetään iltaisin suurta Prosecco-jäähdytintä, tarjottimia, jäänmurskainta, espressokoneen kyljessä astiassa baaritarvikkeita, leikkuulautaa, kahvinkeitin takana viininjäähdyttimiä, tuikkukippoa, kahvilusikoita, suodatinpapereita sekä kahvikuppien aluspapereita.

Espressokoneen päällinen

Espressokoneen päällä lämpöeristöllä ylösuin säilytetään uudempia (ns. munakupin näköisiä) Pauligin espressokuppeja sekä Pauligin latte-laseja. Cappuccino-kuppeina käytetään talon kahvikuppia. HÄTÄVARANA käytetään värikköisiä espressokuppeja.

Pakastin

Pakastimessa säilytetään ylemmässä laatikossa avattuja viinoja: Koskenkorva, Finlandia, Marskin ryyppy, Akvaviitti sekä Savon viina (poistuva). Alemmassa laatikossa ovat puolestaan avaamattomat pullot. Muista täydentää! Ylätasolla säilytetään Jägermaisteria, brekun pientä kylmälevyä, karpaloita sekä snapsilaseja.

Pakastimen päällä oleva taso

Työskentelytaso vasemmalta oikealle:

Vasemmalla tason päädyssä, baaritiskin alapuolella säilytetään käsivarasto kahvikuppeja, niiden aluslautasia ja mukeja. Mukien vieressä säilytetään sokeikkoja, kermakkoja sekä espressokuppien aluslautasia. Sähkökäyttöisen shakerin oikealla puolella pidetään käsipyyhepapereita.

Baaritiskin alla, työskentelytason takaosassa pidetään baaripyhkeitä, joiden päällä säilytetään käsivarasto drinkkeihin tarvittavia laseja. Lasien järjestys vasemmalta oikealle: hurricane-lasit, olutlasit, collins-lasit sekä Boston shakerin osat, sekoituslasi, sekoituslusikka ja baarisiivilä.

Työskentelytason keskiosassa sijaitsee teline baaritikuille yms. Telineen oikealla puolella on viinamatto mittoineen. Maton oikealla puolella on baarilokeristo, jonka sektoreihin misataan sitruunaviipaleita, limelohkoja, kurkun pala, oliiveja sekä esimerkiksi appelsiiniviipaleita. Baarilokeriston takana säilytetään kaatoviinoja: Koskenkorva, Grant´s - gini, Finlandia, Modon lemon- sekä lime cordial - mehu, mangosiirappi, Martini Extra Dry sekä Campari.

Pulloallas

Pulloaltaassa pidetään jääpala-astiaa, Talon Klassikko- ja Gran Aperitiv - juomasekoituksia, oliiveja, Pommeau - aperitiivia sekä kermalikööriä. Pulloaltaan vieressä, oikealla puolella säilytetään avattuja punaviinipulloja sekä lasissa tervetuliaisdrinkkikuponkeja.

Kylmävetolaatikosto: vasen puoli

Ylemmässä vetolaatikossa säilytetään oluita. Oikealla puolella säilytetään Karhun ja Carlsbergin oluita sekä Koffin IV, vasemmalla puolestaan erikois-oluita: Krusoviche, Nikolai, Velvet.

Alemmassa vetolaatikossa vasemmalla puolella säilytetään siiderit: Perry, Cidraie, Dry Apple, Green Apple Light. Oikealle puolelle kuuluvat limut: Coca-Cola, Coca-Cola light, Fanta, Sprite.

Kylmävetolaatikosto: oikea puoli

Ylemmässä vetolaatikossa säilytetään kivennäisvesiä. Samasta laatikosta löytyy myös punainen hyla-maito erikoiskahvien valmistukseen, tavallinen maito, baarissa tarvittavat mehut (karpalo, appelsiini), sokeriliemi sekä kermapullo.

Alemmassa vetolaatikossa säilytetään mikseroituja: Tonic, Ginger ale, Caribez, Bitter Lemon, Russhian sekä alkoholitonta olutta ja piccolo-kuohuviiniä.

Baaritiski

Baaritiskillä säilytetään Yöpuu -suklaata, sikarikaappia +sikarimenua, Graham´s portviinikehikkoa, tuikkuja ja drinkkilistaa.

Korkea kulmakaappi

Korkeassa kulmakaapissa säilytetään ylimmällä hyllyllä kokousvesilaseja ja alimmalla hyllyllä kuohuviinilaseja. Ovellisessa alakaapissa säilytetään baari-pyyhkeitä, baaritarvikkeita(pillejä, tikkuja yms.)

LIITE 3. UUSI DRINKKILISTA



Mango Bellini 5,50€

12 cl Prosecco –Extra Dry
Mango Nectar

Rakennetaan kuohuviinilasiin

Blues Bombay 6,50€

2 cl Bombay Sapphire gin
2 cl de Kuyper Blueberry
Lime Juice
Cranberry Juice

Rakennetaan Collins –lasiin

Hendrik´s Martini 6,50€

3 cl Hendrik´s gin
1 cl Dry Vermouth
Slice of cucumber/kurkkusiivu

Sekoitetaan ja siivilöidään cocktail- lasiin

Moscow Mule 6€

4 cl Finlandia vodka
2 cl Lime Juice
Ginger ale

Rakennetaan Collins -lasiin