

# Informaatiopaketti asiakkaalle ja asiakaspalveluun

Sokos Hotel Vaakuna Kouvola

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailunala  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma  
Majoitustoiminnan suuntautumisopinnot  
Opinnäytetyö  
31.12.2009  
Maria Mikluha  
Jenni Laitinen

Lahden ammattikorkeakoulu  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

LAITINEN, JENNI & MIKLUHA, MARIA:

Informaatiopaketti asiakkaalle ja asiakas  
palveluun

– Sokos Hotel Vaakuna Kouvola

Majoitustoiminnan opinnäytetyö, 32 sivua, 36 liitesivua

Syksy 2009

TIIVISTELMÄ

---

Opinnäytetyömme on tehty Sokos Hotel Vaakuna Kouvolan myyntipalvelun henkilökunnalle asiakasnäkökulmasta, jotta työ on mahdollista antaa myös asiakkaiden käyttöön.

Tehokas myyntityö on yritykselle tärkeää. Hotellin myyntipalvelu myy ja esittelee päivittäin hotelleja ja sen palveluita lukuisille, nykyisille ja tuleville asiakkaille. Panostamalla työvälineisiin joita käytetään myyntityössä, saadaan siitä miellyttävää ja informatiivista sekä asiakkaalle, että myyjälle. Jotta myyjä pystyy toteuttamaan järjestelmällistä ja tehokasta myyntityötä, täytyy hänellä olla tietoa saatavilla nopeasti ja helposti. Tämä työ toteuttaa näitä vaatimuksia.

Opinnäytetyön tarkoituksena on toimia työvälineenä myyntipalvelulle päivittäisessä myyntityössä. Työ käsittelee Sokos Hotel Vaakuna Kouvola, ei koko ketjua. Emme halunneet tehdä koko ketjun myyntipalvelulle työvälinettä, vaan keskittyä yhteen tiettyyn hotelliin, toimipisteeseen. Työllä saadaan yhdenmukaisuutta hotellin myyntityöhön. Tällainen työ auttaa myyntipalvelun henkilökuntaa kertomaan yhdenmukaisesti hotellista ja sen tarjoamista palveluista. Työn avulla saadaan pidettyä asiakaspalvelun laatutaso entisellään, tai jopa parannettua sitä.

Työssä haluttiin keskittyä hotelliin ja majoituspalveluihin, asiakkaaseen ja asiakkuuksiin, myyntiin ja markkinointiin. Nämä aiheet rajattiin miettimällä mitkä ovat ne tärkeimmät ja keskeisimmät aiheet joita asiakkaat haluavat tietää hotellista ja sen palveluista ostopäätöstä tehdessä.

Avainsanat: Asiakas, palvelu, hotelli, markkinointi

Lahti University of Applied Sciences  
Degree Programme in Tourism Management

LAITINEN, JENNI & MIKLUHA, MARIA:

Information package for customer and  
customer service  
- Sokos Hotel Vaakuna Kouvola

Bachelor's Thesis in Hospitality Management

32 pages, 36 appendices

Autumn 2009

ABSTRACT

---

Our thesis is made for the sales department's personnel of the Sokos Hotel Vaakuna Kouvola. The thesis is done from the customer's point of view so that personnel can give it to the customer for reading.

Effective saleswork is important for business. The hotel's sales department sells and introduces the hotel and its services to numerous current and future customers every day. By investing in tools that the sales department will use every day in their sales work, the sales department can present the hotel in a way that is pleasant and informative for the customer and for themselves. In order for the sales staff to execute effective sales work, knowledge must be quickly and easily available. This thesis will satisfy these demands.

The aim of this thesis work is to act as a tool for the sales staff in their daily sales responsibilities. The thesis is handling only the matters of Sokos Hotel Vaakuna Kouvola, not the whole chain. We wanted to focus on one and only one hotel from the chain, and one place of business. The thesis is looking for uniformity in the sellers' work. This kind of thesis is going to be a helping hand to tell the customer about the hotel and its services. The thesis is going to help personnel to keep customer service at its current level or help improve it.

We wanted to concentrate on the work of the hotel and its accommodation service, its customers sales and marketing. We limited this subject to thinking about what are important and central things from the customer's point of view when the customer is going to make a purchase decision.

Keywords: Customer, service, hotel, marketing

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	HOTELLI MAJOITUSPALVELUNA	2
2.1	Hotelli majoitusmuotona ja hotellityypit	2
2.1.1	Hotelli toimintaympäristönä	3
2.1.2	Hotellien ketjuuntuminen	3
2.1.3	Sokos Hotels ja Sokos Hotel Vaakuna Kouvola	4
2.2	Hotellihuone	5
2.2.1	Hotellihuoneen varustelu	7
2.2.2	Sokos Hotel Vaakuna Kouvolan huonetarjonta	9
2.3	Kokoustilat	11
2.4	Sokos Hotel Vaakunan kokoustilat	12
2.5	Turvallisuus ja rikollisuus hotellissa	13
3	HOTELLIN ASIAKAS	15
3.1	Asiakassegmentointi ja varaustentekijät	15
3.1.1	Aktiiviset ja ei-aktiiviset asiakkaat	16
3.1.2	Varausten tekijät	16
3.1.3	Yksittäiset- ja yritysasiakkaat	17
3.1.4	Matkatoimistot, matkanjärjestäjät ja liikenneyhtiöt	17
3.1.5	Varaamot ja myyntipalvelut	18
3.1.6	Asiakkaat ja varauksen tekijät Sokos Hotel Vaakuna Kouvola	19
4	MYYNTIPALVELU, VASTAANOTTO JA MARKKINOINTI	19
4.1	Myyntipalvelun tehtävät	20
4.2	Myyntipalvelun apuvälineitä	21
4.3	Myynti- ja jakelukanavat	21
4.4	Markkinointiviestintä ja -kanavat	23
4.4.1	Markkinoinnin ja mainonnan välineitä	24
4.4.2	Brandi	24
4.4.3	Ulkoisen viestintä	25
4.4.4	Sisäinen viestintä	25

5	PROSESSIN KUVAUS	26
5.1	Toimeksiantaja ja yhteistyö	26
5.2	Teoriaosuus	27
5.3	Toteuttavan osuuden muoto	27
5.4	Omat pohdinnat	28
5.5	Arviointi	29
	LÄHTEET	31
	LIITE Tutustu Sokos Hotel Vaakuna Kouvola	

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyössämme selvitämme hotellin palveluiden tarjonnan kokonaisuuden, tuotteisiin ja palveluihin liittyvät kriteerit sekä asiakkaita ja markkinoinnin perusteita. Aihealue selkiytyi kokonaisuuteensa, kun kaiken näkökulmana ja lähtökohtana katsottiin olevan asiakas. Tarkoituksena oli koota työ niin, että se selventää asiakkaille, hotellipalveluiden kuluttajille, taustaa ja perusteluita käyttämillensä palveluille ja tuotteille ja niiden muotoutumiseen. Asiakasnäkökulmasta riippumatta halusimme tuoda ripauksen taustoja asioihin, niin, että hotellintyöntekijät vastaanotossa ja myyntipalvelussa voisivat käyttää sitä hyväkseen jokapäiväisessä työssään.

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on Sokos Hotels –ketjuun kuuluva Sokos Hotel Vaakuna Kouvola. Tarvetta tällaiselle paketille ilmeni jo yli vuosi sitten Jenni Laitisen aloittaessa työt kyseisessä yksikössä. Hotelli, sen tuotteet ja palvelut ovat olleet kaikkien opiskelujen pohja suuntautumisvaihtoehdossamme, joten mielestämme työn aihe kokosi hyvin yhteen opintojen perustan.

Toimeksiantajan toiveena oli esitellä työssä hotellin tilat ja sen tuottamat palvelut, unohtamatta sitä, miten hotelli toimintaympäristönä koostuu. Lisäksi toiveena oli tuoda esille asioita, jotka vaikuttavat asiakkaan, kuluttajan ostopäätökseen, kuten turvallisuusasiat ja markkinointi pienimuotoisesti, tuotteen ja palvelun asiakkaalle saattaminen.

Opinnäytetyömme keskittyi kotimaan matkailussa virtaaviin asiakkaisiin. Tämän vuoksi työ on tehty ainoastaan suomen kielellä. Tottahan toki henkilökunta voi käyttää kielitaitoaan asiakkaiden kysymyksiin vastatessaan ja kääntää työmme antamat vastaukset asiakkaan puhumalle kielelle.

Koko työn tarkoitus on ollut luoda paketti, joka voidaan tarvittaessa antaa asiakkaan käyttöön ja jota henkilökunta voi käyttää apunaan jokapäiväisessä työssä.

## 2 HOTELLI MAJOITUSPALVELUNA

Hotellin tarkoitus on aina ollut toimia majoituspaikkana sitä tarvitseville ihmisille, mutta aikoinaan se toimi myös merkittävänä tiedonvälityskanavana sekä miesten omana keskustelun työssijana. Hotellimaailma on koko ajan kokenut kehitystä ja palvelutarjonta on suurentunut tasaista vauhtia. Hotellit toimivat nykyään majoituspalveluiden ohella kokousten ja kongressien pitopaikkana. (Hallamaa & Viljanen 1997, 42–43.)

### 2.1 Hotelli majoitusmuotona ja hotellityypit

Majoituspalveluita tarjoavista elinkeinoista hotelli on vain yksi muoto.

Muita majoitusmuotoja ovat leirintäalueet, maatila- ja perhemajoitus, retkeily- ja yömajat, motellit, lomaosakkeet ja matkustajakodit. Näistä muodoista hotellit ovat korkeatasoisimpia. (Hallamaa & Viljanen, 1997, 54.)

Hotellit on jaoteltu erilaisiin ryhmiin käyttötarkoituksen mukaan, hotelli voi tehostaa toimintaansa yhdistelemällä erilaisia käyttötarkoituksia. Näitä käyttötarkoituksen mukaisia jaottelutekijöitä voivat olla asiakaskunta, hotellin sijainti, taso ja käyttötarkoitus, tai esimerkiksi omistuspohja. (Alén, Nenonen, Savola & Uusimäki 1997, 8.)

Hotellityyppejä on olemassa monenlaisia ja joka lähtöön. Taajamahotelleissa asiakaskunta koostuu pääasiassa ammatin takia matkustavista. Nimensä mukaisesti taajamahotelli sijaitsee taajamassa. Liikemieshotellit ovat varustelultaan korkeatasoisia, liikemiesten ja –naisten tarpeita mukauttaen. Oheispalvelut ovat liikemieshotelleissa erittäin tärkeässä asemassa. Kokous- ja kongressihotellit panostavat toimivaan kokonaisuuteen kokous- ja kongressiasiakkaiden näkökulmasta katsottuna, avainasemassa on sijainti, kulkuyhteydet ja toimivat kokousmahdollisuudet. Kylpylähotellien asiakaskunta koostuu lähinnä vapaa-ajanmatkustajista ja lomailijoista. Lomahotellit ovat panostaneet perheisiin, jotka otetaan kokonaisuudessa hyvin huomioon, peruspalveluina on kuitenkin myös kokous- ja kongressitoiminta. (Alén, Nenonen, Savola & Uusimäki 1997, 9.)

### 2.1.1 Hotelli toimintaympäristönä

Hotelli on majoitusliike, joka täyttää korkeat vaatimukset. Hotellin ohessa toimii yleensä myös ravintola sekä muita oheispalveluita. Oheispalveluihin luetaan mm. kokoustilat, kuntosalipalvelut, sauna sekä kampaamo- ja erikoisliikepalvelut. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 1997, 103.)

Toimintaympäristöön, jossa hotelli toimii, vaikuttavat monet seikat, hyvänä esimerkkinä toimivat tuotteen kysyntätekijät. Kysyntätekijöihin luetaan vaikuttajien mielipiteet, vallitsevat trendit, erilaiset muutospainet ja kilpailu sekä jakelun rakenne. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 1997, 61.)

Hotellin organisaatiomalli koostuu majoitus- ja ravitsemispalveluista. Majoituspalvelut koostuvat vastaanotto-osastosta (Front office ja Back office) ja kerroshoidosta (housekeeping). Front office -toiminnolla tarkoitetaan asiakkaan vastaanottamista, palvelua, kassatoiminnoista huolehtimista, raportointia sekä tilastointia. Back office -toiminnolla sen sijaan tarkoitetaan puhelinvälityksen hoitamista, varausten tekemistä ja taloushallintoa koskevia työtehtäviä. Keskeisin majoitustoiminnan periaate on se, että yritystä pyöritetään asiakkaan ehdoilla. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 1997, 100–101.)

### 2.1.2 Hotellien ketjuuntuminen

Matkailuelinkeinossa koetaan koko ajan kansainvälistymistä sekä markkinoiden kasvamista, jotta yritys pystyy kilpailemaan. Menestymisen avaimena on yhteistyö ja ketjuuntuminen. Ketjuja voi olla erilaisia mm. markkinointiketju tai omistuspohjainen ketju. Nykyään myös sekoitetaan näitä kahta muotoa.

Ketjut pystyvät kasvattamaan nopeankin tahtiin hotellien määrää. Ketjuhotelleissa kanta-asiakassuhteet nousevat hyvin tärkeään asemaan. Kanta-asiakkaat ovat mitä parhaimpia hotellin markkinoijia. Kanta-asiakkaan mielipiteet ovat tärkeitä hotellia uusiessa. Suomen suurimpiin ketjuihin kuuluvat Sokos Hotellit, Restel Oy:n hotellit



(Cumulus, Ramada, Rantasipi) sekä Scandic – ketjun hotellit. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 1997, 106–108.)

### 2.1.3 Sokos Hotels ja Sokos Hotel Vaakuna Kouvola

Sokos Hotels -ketju kuuluu S-ryhmään. S-ryhmä koostuu SOK-yhtymästä ja osuuskaupoista. Sokos Hotels -ketju koostuu liikemies- ja kokoushotelleista, jotka viikonloppuisin palvelevat myös loma- ja perhematkailijoita. Ketju pyrkii tarjoamaan monipuolisia etuja työmatkustajille. Työmatkustajien tarpeet on huomioitu hotellihuoneissa, esimerkiksi työpöydän valaistus ja hyvä työtuoli tuovat mukavuutta työntekoon. (Sokos Hotels 2009)

Sokos Hotels- ketju on yhteistyössä monien kansainvälisten hotelli ketjujen kanssa mm. Radisson Blu ja Rica- ketjun hotellit lukeutuvat näihin. Sokos Hotels- ketjun hotellit ovat yleensä saaneet Vaakuna nimen. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero, 1997, 108.) Sokos Hotelleja on suomessa yli 40 kappaletta. Niiden sijainti on aina keskustan läheisyydessä tai vapaa- ajan kohteissa, liikenneyhteydet ovat aina lähellä. (<http://www.sokshotels.fi/hotellit/>,10.9.2009)

Kouvolan Sokos Hotel Vaakuna sijaitsee keskellä Kouvola. Vaaleanpunainen Sokos Hotel Vaakuna on monipuolinen ja tasokkaan kodikas hotelli. Hotellin yhteydessä toimii kaksi ravintolaa, ruokaravintola Fransmanni sekä iltaravintola Marilyn. Hotellissa voidaan järjestää jopa 100 hengen kokouksia. Tämän mahdollistaa kuusi erilaista kokoustilaa, nykyaikaisine varusteluineen. Hotelli tarjoaa myös saunatilat poreammeineen tilaisuuksien järjestämiseen. Saman katon alla sijaitsee sekä ruokaravintola että iltaravintola viihteelle. (Sokos Hotel Vaakuna Kouvola Finland. Esite.)

## 2.2 Hotellihuone

Majoituspalveluista hotellien ydintuotteena on itse huone. Huoneen kohdalla ensiarvoisen tärkeätä on kohtuullinen hinta/laatu -suhde, huoneen ja sen varustuksen on vastattava asiakkaan tarpeisiin. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 44.)

Pääsääntöisesti hotellihuoneet luokitellaan joko sänkyjen määrän tai koon mukaan. Luokitteluun vaikuttavat myös esimerkiksi sisustus ja näköala. Luokittelussa käytettävät termit perustuvat englanninkielisiin termeihin ja lyhenteisiin. Huoneista tyypillisimmät ovat yhdenhengen huone ja kahdenhengen huone. Yhteen huoneeseen on mahdutettava monta eri toimintoa: makuuhuone, olohuone, pukeutumishuone. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 44–47.) Erinäisiin asiakkaiden tarpeisiin on olemassa ns. erikoishuoneita. Tällaisia voivat olla mm. perhehuoneet, invalidihuone tai allergiahuone. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 80.)

Monessa hotellissa on olemassa myös perinteisistä yhden- ja kahdenhengenhuoneista liikemies versiot. Käytännössä tämä tarkoittaa varustetasoltaan hieman laadukkaampia huoneita. Huoneessa saattaa olla lisänä esimerkiksi kahvinkeitin, kylpytakki ja -sandaalit, kassakaappi. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 44.) Lisävarustukseen saattaa kuulua myös toimistopiirteitä, kuten ergonominen tuoli, erityinen työpöytä, modeemin kytkennän mahdollistava puhelin, faksi, kopiokone ja lasertulostin. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 48.)

Sviittitasoa käytetään huoneistoista, niihin tulee kuulua useampia huoneita. Sviittinäkin on useampaa eri tyyppiä, nimitykset perustuvat huoneen kokoon. Sviittien koot perustuvat lähinnä käyttötarkoitukseen. Olemassa on myös esimerkiksi sviitti, jossa on mahdollista pitää ruokailutilaisuuksia tai muita esittelyjä. Lisäksi on perusasunnon tyyppinen sviitti, joka sisältää useita makuuhuoneita sekä oleskelutilan ja parvekkeen. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 79)

Perushuonetyyppejä hotelleissa ovat jo edellä mainitut perinteiset yhden- ja kahdenhengenhuoneet. Kahdenhengen huoneita on varusteltuina sekä yhdellä parivuoteella tai kahdella erillisellä vuoteella. Muita tyypillisiä huonetyyppejä on kolmenhengen

huone, studio huone, jossa makuuhuone ja olohuone ovat eroteltuna kalusteilla. Hotelleissa on tarjolla monesti myös huoneisto, jossa on sekä makuuhuone että olohuone ja mahdollisesti vielä erillinen vastaanottotila. Asiakkailta on myös mahdollisuus saada huoneeseen erillinen lastenvuode tai lisävuode.

Erikoishuoneisiin lukeutuvat mm. perhehuoneet, joissa kaksi huonetta on yhdistetty, huoneet, joissa lisävarusteluna on oma keittiö sekä allergiatestatuilla materiaaleilla tai invavarustuksella sisustetut huoneet. Erikoisuuksia ovat myös vierekkäin sijaitsevat huoneyhdistelmät ja väliovelliset huoneet. Korkeatasoisissa hotelleissa saattaa tarjolla on myös huoneistoja, jotka jakautuvat kahteen eri kerrokseen. Erikoishuoneisiin voidaan katsoa kuuluvan myös huoneet, joissa on esimerkiksi erikoisnäköala, sijainti uima-altaan vieressä tai vaikkapa parveke.

Alla olevasta taulukoista käy ilmi eri huoneista yleisemmin käytössä olevat nimitykset ja lyhenteet sekä selitys.

TAULUKKO 1. Huonetyypit ja lisävarustelut

PERUSHUONETYYPIT	
Lyhenne	selitys
Single/SGL/1 HH	Yhden hengen huone
Double/DBL/2HH	Kahden hengen huone parisängyllä
Twin/TWN/2HH	Kahden hengen huone erillisillä vuoteilla
Triple/TRPL	Kolmen hengen huone
Studio	Yhden tai kahden hengen huone makuuhuone ja olohuone eroteltu kalusteilla
Suite/S	Huoneisto/Sviitti Olohuone ja makuuhuone
Manager`s suite	Huoneisto/Sviitti
Presidential suite	Olohuone ja
Executive suite	useita makuuhuoneita

Hospitality suite	Huoneisto/Sviitti
Conference suite	Olohuone, makuuhuoneita ja baarikaapillinen vastaanottotila
EB/LV	Lisävuode
Cot	Lastenvuode
ERIKOISHUONNET	
Lyhenne	Selitys
Compi	Kaksi huonetta yhdessä perhehuone
Adjoining rooms	Vierekkäin olevat huoneet
Connecting rooms	Väliovelliset huoneet
Efficiency	Keittiövarustus
Lanai	Parveke, näköala
Cabana	Uima-altaan vieressä
Allergihuone	Allergiatestatut materiaalit
Invalidihuone	Invavarustus
Doublex suite	Huoneisto kahdessa tasossa

(Rautiainen & Siiskonen 2007, 80.)

### 2.2.1 Hotellihuoneen varustelu

Hotellihuoneiden varustelu vaihtelee ketjuittain ja huonetyypin mukaan. Varustelun taso on kuitenkin yksi tärkeimmistä kilpailukeinoista alalla. Varustelua suunniteltaessa ja toteutettaessa täytyy muistaa, että asiakkaan tulisi tuntea olonsa viihtyisäksi ja kotoisaksi huoneessa. Keskimäärin yhden huoneen varustelu tulee maksamaan 5 000 – 8 000 euroa, huonetyypistä riippuen. Materiaalien tulee siis olla pitkäkestoisia, laadukkaita ja puhdistusta kestäviä. (Rautiainen & Siiskonen, 2005 46.)

Varustelun laajempia osa-alueita ovat mm. lukitus, valaistus, kalustus ja mahdolliset lisävarustelut. Jokaiselle osa-alueelle on omat vaatimuksensa, sillä huoneen tulee muistuttaa kokonaista asuntoa toimintamahdollisuuksiltaan. Esimerkiksi kylpyhuoneen varusteluun ja informaation saamiseen on omat määrityksensä, kaikki osa-alueet on huomioitava. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 47–49.)

Kalustukseen kuuluu mm. pukeutumisalue määriteltyineen varusteluineen. Perusvarusteluun sisältyy mm. vaateharja, vaateripustimia, kenkälusikka ja kokovartalo-peili. Nukkumiseen liittyvät perusvarustelut ovat varatyyny ja -peitteet sekä oviin ripustettavat ”ei saa häiritä” ja ”siivousta pyydetään” -kyltit. Matkalaukuille on oltava myös oma tilansa. Ensiarvoisen tärkeä osa-alue on myös makuutila, huoneen hallitseva osa. Sängystä tulisi löytyä petauspatja, yksi tyyny ja peitto pussilakanoilla suojattuna. Sänky pitää olla pedattuna päiväpeitolla. Sängyn vieressä tulisi olla yöpöytä ja -valo. Perusvarustukseen kuuluu myös kylpyhuone tavaroineen. Kylpyhuoneen perusvarustukseen kuuluu kasvo- ja kylpypyyhe, suihkumatto, saippua, shampoo ja hoitoaine, kasvopaperia, hammaslasi, roskakori sekä ylimääräinen rulla wc-paperia. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 47–49.)

Työhuoneosio eli työpöytä sisältöineen on yksi tärkeimmistä kalusteista. Työpöydältä ja sen laatikoista normaalisti tulisi löytyä mm. puhelin, huonekansio, puhelinluettelo, esitteitä ja kartta, kirjoitusvälineet sekä roskakori. Olohuoneena katsotaan olevan nurkkaus, josta löytyy pöytä, lamppu, nojatuoli/sohva. Tv on jo osa vakiovarustusta. Muita perusvarusteluun kuuluvia jokapäiväisiä asioita ovat mm. lämpömittari, pullonavaaja, turvaohje ja tervetuloa -kortti. Huoneessa voi mahdollisesti myös olla tauluja ja viherkasveja. Lisävarusteluita voivat olla esimerkiksi suoravälintäpuhelin, puhelinvastaaja, modeemi, Internet-liittymä ja minibaari. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 47–49.)

Informaation saaminen hotellin ja sen ympäristön tarjoamista palveluista on asiakkaalle tärkeätä. Huoneista löytyykin huonekansio monine tietoineen. Yleisesti huonekansioon on koottu esimerkiksi seuraavia tietoja: tervetuloitovotus, perustieto hotellista, hotellin sisäiset puhelinnumerot ja yhteystiedot, tarjolla olevista palve-

luista hinnat ja aukioloajat, erinäisiä aikatauluja sekä paloturvallisuustiedote. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 49.)

## 2.2.2 Sokos Hotel Vaakuna Kouvolan huonetarjonta

Keväällä 2009 saatiin päätökseen Sokos Hotel Vaakuna Kouvolan huoneiden ja kokoustilojen remonti. Nykyinen huonemäärä onkin 172 huonetta, joista 164 on savuttomia. Kouvolan Sokos Hotel Vaakunassa on 13 yhdenhengen huonetta, 26 superiorhuonetta, 8 saunallista huonetta, joissa tupakointi on mahdollista, 4 perhehuonetta, 2 perhehuonetta kylpyammeella, 75 kahdenhengen huonetta erillisillä vuoteilla, 10 kahdenhengen huonetta kylpyammeella, 24 kahdenhengenhuonetta parivuoteella, 4 kahdenhengen huonetta saunalla ja superiorvarustelulla, 2 invavarusteltua huonetta, 3 juniorsuitea superior-varustelulla, 1 Suite, jossa on olo- ja makuuhuone superiorvarustelulla.

Alla olevasta taulukosta käy ilmi edellä mainittujen huoneiden tarkempi määrittely.

TAULUKKO 2. Sokos Hotel Vaakuna Kouvolan huoneet

Määrä	Selite
13	Yhden hengen huone 140 cm leveä vuode 140cm leveä vuodesohva huoneen koko 21 m <sup>2</sup>
26	Superior huone superiorvarustelu 140 cm leveä ja 10 cm standardia paksumpi superior vuode keinutuoli + rahi huoneen koko 21 m <sup>2</sup>
8	Yhden hengen huone saunallinen huone tupakointi mahdollista 140 cm leveä vuode kokolattiamatto huoneen koko 22,5 m <sup>2</sup>

75	Kahdenhengen huone 2 erillistä 100 cm leveätä vuodetta huoneen koko 22,5 m <sup>2</sup>
24	Kahdenhengen huone 160 cm leveä parivuode 140 cm leveä vuodesohva huoneen koko 21 m <sup>2</sup>
10	Kahdenhengen huone mahdollisuus perhehuoneeseen kylpyamme kaksi 100 cm leveää vuodetta 140 cm leveä vuodesohva huoneen koko 25,5 m <sup>2</sup>
2	Kahdenhengen perhehuone kylpyamme 180 cm erikoisleveä parivuode 140 cm leveä vuodesohva huoneen koko 22,5 m <sup>2</sup>
4	Kahdenhengen huone saunallinen huone superiorvarustelu 160 cm leveä parivuode 1 hengen lisävuode 2 keinutuolia + rahat huoneen koko 25,5 m <sup>2</sup>
2	Invahuone inva- ja superiorvarustelu kaksi 100 cm leveää vuodetta 1 hengen lisävuode 140 cm leveä vuodesohva huoneen koko 40 m <sup>2</sup>

4	Perhehuone makuualkovi, oleskelutila superiorvarustelu 140 cm leveä ja 210 cm pitkä vuode 140 cm leveä vuodesohva 2 mahdollista lisävuodetta huoneen koko 40 m <sup>2</sup>
3	Juniorsuite superiorvarustelu 200 cm leveä ja 210 cm pitkä vuode luksusta kylpyhuoneessa 2 keinutuolia + rahat huoneen koko 32 m <sup>2</sup>
1	Suite olo- ja makuuhuone superiorvarustelu Saunallinen huone kylpyamme 200 cm leveä ja 210 cm pitkä vuode huoneen koko 53 m <sup>2</sup>

(Sokos Hotel Vaakuna, Kouvola.)

### 2.3 Kokoustilat

Kokoustilat ovat suuri osa hotellin palvelujen tarjontaa ja ovat yksi oma kokonaisuutensa. Yleisesti ottaen hotellit ovat oiva ratkaisu, mikäli kyseessä on pieni tai keskisuuri kokous, seminaari tai kongressi. Hotelleissa sijaitsee monesti monenlaisia tiloja kokouksille: auditoriot, eri varusteluilla kalustetut kokoushuoneet, kabinetit ja ryhmätyötilat. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 186.)

Varustukseltaan kokoustilat ovat nykypäivän vaatimuksiin vastaavia, ainakin suurimmassa osassa hotelleista ja etenkin kokous- ja kongressipalveluihin erikoistuneissa hotelleissa. Hyvin varustettu kokoustila sisältää tai sinne voidaan järjestää seuraavat laitteet ja ominaisuudet: puhelin, piirtoheitin, siirtoheitin, videotykki, videolaitteet, mikrotietokoneet, palvelimet ja tulostimet, faksit ja mahdolliset tulkkauslaitteistot. Mahdollisuus pitäisi olla myös erilaisiin mikrofoneihin, mikäli ky-



seessä on kooltaan suuri kokoustila ja osallistujamäärältään iso tapahtuma. Kokoustiloiissa pitää olla myös tavallisia konttorivälineitä kuten kyniä, kalvoja, nitoja, paperia, lehtiötaulu, roskakori ja karttakeppi. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 198–200.)

Kokoukset työllistävät muutoinkin, kun ainoastaan kokoustilan varaamisen ja varustelusta huolehtimisen verran. Kokouksen järjestäjä ja osallistajat saattavat myös tarvita kuljetusta paikanpäälle tai majoitusmahdollisuuden. Kokoukset sisältävät monesti myös tarjoiluja, kuten kahvit, lounaat, päivälliset, illalliset ja cocktailtilaisuudet, nämä ovat yksi osa kokousta ja sen järjestelytoimia. Kokousten järjestäminen vaatii yhteistyötä monelta eri osastolta; myyntipalvelu, kokousisäntä/kokousosasto, ravintola ja vastaanotto. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 202–206.) Kokouksen toteutumisen jälkeen on huolehdittava myös jälkihoidosta eli asiakaspalautteen vastaanotosta ja mahdollisista uusista tarjouksista ja tiedottamisesta.

#### 2.4 Sokos Hotel Vaakunan kokoustilat

Sokos Hotel Vaakuna Kouvola tarjoaa erinomaiset puitteet kokousten järjestämiseen. Kuusi eri kokoustilaa mahdollistaa kokousten, koulutusten, näyttelyiden tai juhlatilaisuuksien pitämisen. Kokoustilat vaihtelevat 8 hengen kabineteista 100 hengen kokoustiloihin. Kaikissa kokoustiloiissa on nykypäivän vaatimusten mukainen varustetaso. Kokoustilojen yhteydessä on myös kolme tilausaunatilaa po-reammeineen 10–20 hengelle. Sokos Hotel Vaakunassa on siis mahdollista yhdistää kokous sauna-illan kanssa. (Sokos Hotel Vaakuna, Kouvola.)

Peruskokousvälineisiin kuuluvat piirtoheitin, valkokangas, fläppitaulu, datatykki, kynät, lehtiöt sekä laajakaistayhteys veloitukselta. Tarvittaessa muita teknisiä laitteita kuten tv ja videot voidaan tilata erikseen hotellikohtaisesti. Osaava kokousisäntä/-emäntä on aina käytettävissä kokouksen ajan. (Sokos Hotel Vaakuna, Kouvola.)

Muut hotellin tilat, joissa järjestetään erityyppisiä tilaisuuksia, varustellaan tilanteen luonteen ja asiakkaan tarpeen mukaisesti. Mikäli kyseessä on kabinettitila, jossa pidetään yritysten ja yhteisöjen kokouksia, tulee siinä olla vähintään piirtoheitin ja fläppitaulu. Datatykki kuuluu perusvarusteluun. (Sokos Hotel Vaakuna, Kouvola.)

## 2.5 Turvallisuus ja rikollisuus hotellissa

Asiakas käyttää palveluita, jotka hän kokee turvalliseksi. Hotelleissa turvallisuuteen sisältyy monta erilaista uhkatekijää, niitä voivat olla mm. asiakkaiden sairauskohtaukset, varkaus, näpistys, petos, uhkailut ja väkivaltaisuus, väärennökset, maksuvälineiden väärinkäyttö, prostituutio, tietoyhteyksien sabotointi ja tulipalo. Vaaratilanteiden hoitaminen ja ennaltaehkäisy saadaan taattua ammattitaitoisella henkilökunnalla sekä tiettyjen toimintamallien mukaan toimimalla. Hotelleissa tulee olla turvallisuussuunnitelma, joka luo perustan toimenpiteille. Turvallisuussuunnitelman avulla voidaan perehdyttää uudet työntekijät, sekä se toimii suojelejohtajan ohjekirjana. Asiakkaalle sattunut onnettomuus, joka johtuu yrityksen laiminlyönnistä, johtaa korvausvelvollisuuteen. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 2003, 210-211.)

Hotelleissa liikkuu runsas määrä ihmisiä, mikä antaa rikollisille mahdollisuuden soluttautua turistien joukkoon. Turisteilla on yleensä mukanaan mm. rahaa, luottokortteja, kamera ja vaatteita. Tämä vetää rikollisia puoleensa. Päihteitä käyttävä turisti altistuu todennäköisemmin rikollisuuden uhriksi. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 2003, 212-213.)

Hotelleissa on yleensä käytössä hiljainen vartiointi, joka tarkoittaa näkymättömiä kameroita. Kamerat tallentavat tietoa koko ajan ja joka kulmasta. Vartiointia voidaan hoitaa myös näkyvästi, jolloin vartijat ovat ihmisten nähtävissä. Tallelokeroita suositellaan asiakkaille, joilla on arvokasta tavaraa mukana. Ne ovat lukollisia ja sijaitsevat hotellihuoneessa tai vastaanoton yhteydessä. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 2003, 214.)

Maksuvälinerikokset ovat harvinaisempia hotelleissa. Hotellien maksupäätteet ovat suunniteltu niin, että ne ilmoittavat, jos kortti on varastettu. Henkilökunta on myös velvollinen tarkistamaan, että maksukorttia käyttävä henkilö on sama henkilö kuin kortin omistaja, myöskään katteettomalla kortilla ei voida maksaa hotellissa. Setelien, valuuttojen, matkasekkien ja muiden arvopapereiden tarkistamiseen hotelleilla on olemassa aitouden tarkistimia. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 2003, 215.)

Tietoturvan vuoksi hotelleilla on käytössä sovellusohjelmistoja. Turvallisuutta taataan erilaisilla kulunvalvonta- ja videovalvontalaitteilla. Tietoturva taataan myös varausjärjestelmissä, kirjanpidossa, maksuliikenteessä ja kirjeenvaihdossa (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 2003, 216). Sisäiset riskit ehkäistään henkilökunnan riittävällä huolellisuudella ja tiedolla. Henkilökunta ei ikinä jätä lojumaan salasanoja tai käyttäjätunnuksia ulkopuolisten nähtäville, kaikesta otetaan varmuuskopioita ja järjestelmistä ei puhuta kellekään ulkopuoliselle henkilölle.

Ulkopuoliset riskit johtuvat tietokonelaitteistojen rikkoutumisesta. Rikkoutumisia voi aiheutua erilaisista tietokoneviruksista tai tietomurroista, nämäkin estetään tehokkaalla suunnittelulla, työntekijöiden koulutuksella ja virustentorjuntaohjelmilla. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 2003, 216.)

Hotellin henkilökunta on koulutettu toimimaan hätätilanteessa tehokkaasti. Jokainen työntekijä harjoittelee ja koulutautuu mahdollisen tulipalon varalta. Työntekijät perehtyvät hyvin turvallisuussuunnitelmaan. Henkilökunta osaa käyttää alkusammuttimia, opastaa asiakkaat hätäpoistumisteille ja tehdä hätäilmoituksen. Henkilökunta on tietoinen vastuustaan asiakkaiden turvallisuutta kohtaan. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 2003, 216.)

### 3 HOTELLIN ASIAKAS

Asiakas on esimerkiksi henkilö, organisaatio tai yritys, joka haluaa ostaa yritykseltä, tässä tapauksessa hotellilta, sen tuottamia tuotteita ja palveluita (Rautiainen & Siiskonen 2007, 77).

Asiakkuus syntyy, kun asiakas rajoittaa vapauttaan ja tekee sopimuksen yhden tarjoajan kanssa, esimerkiksi tekee varauksen hotelliin. Asiakkaan ”vapauden” myymisestä hän saa vastineeksi palvelua, tuotteen. Asiakkuus perustuu yhteiseen hyötyyn. Molempien osapuolien tulisi hyötyä tilanteesta, niin ostajan, asiakkaan, kuin myyjän. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 98–99.)

#### 3.1 Asiakassegmentointi ja varaustentekijät

Asiakassegmentoinnin tarkoituksena on luoda yritykselle parhaat mahdollisuudet tehokkaaseen ja kannattavaan liiketoimintaan. Käytännössä segmentointi tarkoittaa asiakkaiden, potentiaalisten asiakkaiden, jalkauttamista erinäisiin ryhmiin ja osiin jonkin tietyn kriteerin perusteella. Segmentoinnin avulla helpotetaan esimerkiksi markkinointia ja sen kohdentamista oikeisiin, tavoiteltuihin ryhmiin, kannattavuutta sekä tuotekehitystä. Yleisempiä segmentointikriteereitä ovat mm. maantieteelliset perusteet, väestötekijät, yrityksen luokitus, asiakkaiden ostokäyttäytyminen, tuoteryhvät ja asiakassuhteen taso. (Rautiainen & Siiskonen, 2005, 101.) Monesti asiakassegmentointi hotellin asiakkaiden keskuudessa perustuu matkustuksen tyyppiin. Kolme pääsegmenttiä on yritysasiakkaat, kokousasiakkaat sekä harraste/lomaasiakkaat. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 167). Asiakkaiden ryhmittely karkeasti aktiivisiin ja ei-aktiivisiin asiakkaisiin auttaa yrityksen johtoa ja koko henkilöstöä tuntemaan omat asiakkaansa, kehittämään asiakassuhdetta ja asiakkuuden tasoa. (Rautiainen & Siiskonen, 2005 103.)

### 3.1.1 Aktiiviset ja ei-aktiiviset asiakkaat

Aktiivisten asiakkaiden luokittelu perustuu ostokäyttäytymiseen. Ostokäyttäytymisen mukaan luokittelun kriteereitä voivat esimerkiksi olla myyntitulot, tuotteiden tai asiakaskäyntien määrä.

Aktiiviset asiakkaat voidaan luokitella neljään eri kategoriaan: pienasiakkaat, keskivertoasiakkaat, suurasiakkaat ja huippuasiakkaat. Aktiivisia asiakkaita voidaan luokitella myös seuraaviin luokkiin: kanta-asiakkaat/vakioasiakkaat, avainasiakkaat ja suosittelijat. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 103–104.)

Ei-aktiivisilla asiakkailla käsitetään asiakkaat, jotka ostavat tai käyttävät yrityksen tuottamaa tuotetta ja/tai palvelua harvoin. Ei-aktiiviset asiakkaat voidaan jakaa mm. kolmeen pääryhmään: ensimmäisenä ei-potentiaaliset asiakkaat, asiakkaat eivät ole kiinnostuneita yrityksestä tai sen tarjoamista tuotteista tai palveluista, toisena suspektit eli kuluttajat, jotka eivät ole ostaneet yrityksen tuotteita tai palveluita. Kolmantena ovat prospektit toisin sanoen potentiaaliset asiakkaat. Prospekteilla on kiinnostusta ja tarvetta yritystä ja sen tarjoamia tuotteita tai palveluita kohtaan. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 103.)

### 3.1.2 Varausten tekijät

Hotellihuoneiden varauksia tekevät erilaiset asiakasryhmät. Varauksen tekijä on aina hotellille tuotteen ostaja, mutta hotellivieras ei välttämättä ole alun perin ostanut hotellilta palvelua (Rautiainen & Siiskonen 2007, 231). Yleisimmät varauksen tekijät ovat hotellivieras itse, liikeyritys, yhtiö tai järjestö, matkatoimistot ja matkanjärjestäjät, hotellivaraamot ja ketjujen omat myyntipalvelut. Muita voivat olla esimerkiksi liikenneyhtiöt ja kongressitoimistot. (Rautiainen & Siiskonen 1999, 141.) Seuraavissa luvuissa on esiteltynä muutama tärkeimmistä varauksen tekijöistä.

### 3.1.3 Yksittäiset- ja yritysasiakkaat

Yksittäiset asiakkaat koostuvat pääasiassa yksittäisistä henkilöistä, perheistä, jotka ovat vapaa-ajanmatkalla, kuten loma-, harraste- ostos- tai vaikkapa vierailumatkalla. Varaukset tehdään hyvissä ajoin etukäteen ja yleensä käytetään tarjouspaketteja. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 234)

Perinteisten vapaa-ajanmatkustajien ja yksityisten asiakkaiden lisäksi on hotelleissa suuri ryhmä yritysasiakkaita. Heitä voidaan kutsua myös business -asiakkaiksi. Heillä on tarvetta lähes aina ympärivuotiseen majoitukseen työmatkustuksen vuoksi. Tavallista tälle ryhmälle onkin usein lyhyellä aikavälillä tapahtuva majoitus. Tämän vuoksi hotellit tekevät tällaisten yritysten kanssa omat sopimuksensa hotellihuoneen hinnoista. Kyseisistä sopimuksen omaavista asiakkaista käytetään nimeä yrityssopimusasiakkaat.

Yleistä on, että yritysasiakas valitsee käyttöönsä jonkin tietyn ketjun hotellit, jonka kanssa sopimuksen solmivat. Tavallisempia kriteereitä valintaan ovat laatustandardit ja mahdolliset edut. Etuja voi olla esimerkiksi kanta-asiakasohjelmat, pisteet ja bonukset, joilla saadaan vapaita öitä, ateriakupongeja, henkilökohtaista palvelutai vaikkapa myöhäinen lähtö. (Rautiainen & Siiskonen, 2005, 84.)

### 3.1.4 Matkatoimistot, matkanjärjestäjät ja liikenneyhtiöt

Matkatoimistot ovat yksi suuremmista ja tärkeimmistä varauksen tekijöistä hotelleille. Matkatoimistojen välittämät palvelut ovat monimuotoisia. Palveluihin kuuluu esimerkiksi liikematkat, ryhmä- ja seuramatkat, messumatkat, kokous- ja kongressimatkat. Matkat sisältävät useimmiten majoituksen, jonka matkatoimisto on ostanut valitsemaltaan hotellilta. ( Rautiainen & Siiskonen 1999, 145–147.) Matkatoimistojen tarkoitushan on mahdollistaa asiakkaille kaikkien matkapalveluiden saavuus yhdestä paikasta. Matkatoimiston kautta asiakkaalla on mahdollisuus ostaa kokonaisia paketteja, tai ainoastaan kuljetusta tai majoitusta. Tästä syystä matka-

toimistojen kautta hotellit voivat saada niin yksittäisiä vieraita kuin isompiakin ryhmiä.

Matkanjärjestäjät hoitavat pääasiassa ulkomaille tai ulkomailta Suomeen suuntautuvia seuramatkoja. Matkanjärjestäjät myyvät pääasiassa matkoja, joihin kuuluu kuljetus, majoitus ja mahdolliset opastukset sekä retket. Matkanjärjestäjien kautta hotellit saavat paljon ulkomaalaisia hotellivieraita, yleensä ryhminä. Esimerkkejä matkanjärjestäjistä Aurinkomatkat ja Finnmatkat. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 237–239.)

Erinäiset liikenneyhtiöt, kuten esimerkiksi Finnair ja laivayhtiöt, järjestävät valmismatkoja majoituksen kera. Tämän vuoksi liikenneyhtiöt ovat yksi yleisimmistä varausten tekijöistä hotelleille. Valmismatkoihin kuuluu majoitus, jonka liikenneyhtiö on hoitanut asiakkaalleen, hotellivieraalle. (Rautiainen & Siiskonen 1999, 157–161.)

### 3.1.5 Varaamot ja myyntipalvelut

Hotellivaraamoiden työnkuvaan kuuluu hotellihuoneiden varausten tekeminen ja välittäminen. Yleisesti varaamot ovat kansallisia, mutta yhteistyötä tehdään myös ulkomaisten varaamojen kanssa. Käytännössä varaamot tekevät varauksia hotelleista ja varaamoiden asiakkaat tekevät hotellivarauksensa varaamoon. Varaamoiden käyttö säästää asiakkailta aikaa ja rahaa. Varaamoiden käyttömuotoja ovat mm. atk-varausjärjestelmät, puhelin ja Internet. (Rautiainen & Siiskonen 1999, 162.)

Monilla hotelliketjuilla on omat keskusmyyntipalvelut. Tarkoituksena on, että myyntipalvelun kautta henkilö voi tehdä varauksia suoraan kaikkiin kyseisen ketjun yksiköihin, ympäri Suomea ja mahdollisesti ulkomaan yksiköihin. Moniin myyntipalveluihin varauksia voidaan tehdä majoitukseen yksittäin tai ryhmälle, sekä kokousvarauksia mahdollisine ravintolapalveluineen. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 278.)

### 3.1.6 Asiaakkaat ja varauksen tekijät Sokos Hotel Vaakuna Kouvolassa

Sokos Hotel Vaakuna Kouvolan asiakaskunta on laaja. Sokos Hotel Vaakuna Kouvolassa majoittuvat niin vapaa-ajan matkustajat kuin työmatkustajatkin. Hotellissa on huomioitu molemmat ryhmät tasavertaisesti. Molemmat ryhmät koostuvat sekä nuorista ikäryhmistä että vanhemmista. Vapaa-ajan matkustajat koostuvat kotimaisista sekä ulkomaalaisista asiakkaista. Vapaa-ajan matkailijat voivat olla valmispakettimajoitusta käyttäviä perhe- tai sukulaismatkailijoita, hää- ja juhla- ja hemmottelumajoitusta käyttäviä kotimaanmatkailijoita. Työmatkustajat koostuvat kotimaisista ja ulkomaisista asiakkaista. Työmatkustajat ovat sekä pitkäaikaisia, että lyhytaikaisia työmatkustajia. Sokos Hotel Vaakuna Kouvola palvelee myös kokousasiakkaita tasokkailla kokoustiloilla ja varusteilla.

Varauksia saapuu hotelliin sähköpostilla, puhelimitse ja faksilla. Vastaanotossa tehdään päivittäin myös kasvotusten varauksia asiakkaiden kanssa. Varauksia tekevät yksittäiset ulkomaalaiset ja kotimaiset asiakkaat, ulkomaalaiset ja kotimaiset yritykset, ulkomaalaiset ja kotimaiset matkatoimistot sekä erilaiset varaamot. Varauksien vastaanottamisen hoitavat vastaanottovirkailijat sekä Vaakunan oma myyntipalvelu että Sokos Hotels -keskitetty myyntipalvelu.  
(Sokos Hotel Vaakuna, Kouvola.)

## 4 MYYNTIPALVELU, VASTAANOTTO JA MARKKINOINTI

Myyntipalvelun tarkoituksena on myyntityö ja markkinointi. Käytännössä se tarkoittaa erinäisiä myyntitilanteiden hoitoa, joissa myyntipalvelu markkinoi asiakkaalle yrityksen tuotteita ja palveluita. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 124.)

Jotta myyntiä saadaan, on tuotteita ja palveluita siis markkinoitava. Hotellien markkinoitavia tuotteita ovat esimerkiksi majoituspalvelut, kokous- ja kongressipalvelut, vapaa-ajanpalvelut sekä ravintolapalvelut. Ensiarvoisen tärkeätä on osata suunnata oikeanlainen markkinointi oikeanlaisille asiakkaille, kohderyhmille. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 231.)



#### 4.1 Myyntipalvelun tehtävät

Myyntipalvelu toimii hyvin vaativissa ja monipuolisissa tehtävissä. Toimenkuva voi olla hyvinkin vaihteleva. Myyntipalvelu toimii niin asiakaskontaktien hoidossa, joka käytännössä tarkoittaa kyselyihin ja yhteydenottoihin vastaamista, varausten vastaanottamisessa, kuin myös kokousten järjestelyistä vastaamisessa. Kokousten hoitaminen käytännössä vaatii monipuolista suunnittelua ja erinäisten asioiden huomiointia. Tärkeätä on oikeanlaisen/-kokoisen tilan myyminen, sen varustelusta huolehtiminen, kokousvieraiden mahdollisen majoituksen järjestäminen sekä ruokailujen ja muiden tarjoilujen varaaminen kokousjärjestäjän vaatimusten mukaisesti. Näiden tietojen tiedottaminen koko hotellille ja sen kaikille osastoille, jotka osallistuvat kokouksen toteuttamiseen, on myyntipalvelun vastuulla. Myyntipalvelu on se, joka varmistaa, että sovitut asiat toteutuvat suunnitelmien mukaisesti. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 200–206.)

Myyntipalvelu toimii läheisessä yhteistyössä markkinointiosaston ja myyntipäällikön kanssa. Kokousten varaaminen menee myyntipalvelun kautta ja kokoukset koskevat yleensä koko taloa. Sisäisen tiedottamisen kannalta myyntipalvelun rooli on siis hyvin tärkeä. Tieto erilaisista muutoksista ja yksityiskohdista kulkee myyntipalvelun kautta eri osastoille. Epäonnistunut tilaus on yleensä epäonnistuminen eri osastojen välisessä kommunikaatiossa.

Myyntipalvelu on tekemisissä eri osastojen kanssa. Hotelleissa sijaitsevia osastoja ovat mm. saunaosasto, vastaanotto, keittiö ja ravintola, kokous- ja kongressiosasto sekä kerroshoito ja huolto-osasto. (Alén, Nenonen, Savola & Uusimäki 1997, 74–76.)

Myyntipalvelun tärkein tehtävä on myyntineuvottelu. Tämän lisäksi myyntipalvelu vastaa myös siitä, että neuvotteluiden tulokset saadaan kirjalliseen muotoon. Kirjallisena muotona halutaan mm. tarjouspyynnöt, lähetetyt tarjoukset, saadut tilaukset ja lähetetyt vahvistukset. Nämä kaikki voi tapahtua postin, faksin tai sähköpostin välityksellä. Tilausmääräykset, suunnitelmat ja arviot tapahtuneesta käsi-

tellään ja tämän jälkeen arkistoidaan. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 2003, 90–91.)

#### 4.2 Myyntipalvelun apuvälineitä

Myyntipalvelu voi olla yhdistettynä muihin majoitusliikkeen toimintoihin. Myyntipalvelu voi olla esim. vastaanoton yhteydessä. Myyntipalvelun työpisteestä on kuitenkin löydyttävä seuraavanlaiset tekniset apuvälineet: sähköposti ja Internet, puhelin, telefaksi, faksi laskin ja kirjoituskone, tekstinkäsittelyohjelma, varausjärjestelmä, asiakasrekisterijärjestelmä ja taulukkolaskentaohjelma. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 2003, 90–91.)

Myyntipalvelu tarvitsee yhteystietoja eri sidosryhmistä. Sidoryhmät voivat olla niin kotimaisia, paikallisia, kuin kansainvälisiä ja valtakunnallisia. Tärkeitä sidoryhmiä hotelleille ovat kilpailijat, muut matkailupalveluiden tarjoajat sekä matkailua tukevat palvelut. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 2003, 90–91.)

Teknisten apuvälineiden lisäksi myyntipalvelu tarvitsee myyntiä tukevia apuvälineitä. Myyntiä tukevia apuvälineitä ovat erilaiset esitteet, hinnastot ja tiedot. Käytännön esimerkkejä ovat esimerkiksi huonekuvaukset, ravintoloiden pöytäkartta, ateriakokonaisuusehdotukset sekä juoma- ja ruokalistat hintoineen. Nämä tiedot on oltava ajantasaisena, jotta asiakkaalle osataan tarjota mahdollisimman monipuolisesti ja asiakkaan tarpeisiin vastaavia tuotteita kaikilta osa-alueilta. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 2003, 90–91.)

#### 4.3 Myynti- ja jakelukanavat

Jakelu- eli myyntikanavat tarkoittavat erinäisiä jälleenmyyjiä, jotka myyvät hotellin tarjoamia tuotteita ja palveluita asiakkaille. Myyntikanavat on pidettävä tyytyväisinä, sillä ne ovat erittäin tärkeitä asiakkaita hotellille, jokainen niistä on oma yksilönsä. Yleisimmät myyntikanavat majoitusalailla, hotellien kohdalla ovat matkatoi-

mistot, liikenneyhtiöt, hotellivaraamot, kongressitoimistot, hotellin oma myyntipalvelu sekä Internet – varausporotalit. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 230 – 231.)

Yrityksellä on mahdollisuus tarjota tuottamiensa palveluita ja tuotteita kuluttajalle erinäisiä väyliä pitkin. Majoituslalla voidaan nämä ns. jakelukanavat jakaa viiteen pääkategoriaan; suoraan asiakkaalle, hotellin ja ketjun nettisivujen kautta, matkatoimiston kautta, matkanjärjestäjän kautta tai vaihtoehtoisesti kahden viimeiseksi mainitun yhdistelmän kautta. Jakelukanavien käytöllä pyritään tehokkaampaan kysyntään ja siihen vastaamiseen. Pois ei pidä myöskään sulkea mahdollisuutta kansainvälisiin asiakkaisiin ja paljon matkustaviin ekspertteihin. (Bowie & Buttle 2004, 177–178.)

Suoraan asiakkaalle -kanava tarkoittaa käytännössä sitä, että yritys ja asiakas kommunikoivat suoraan toisiensa kautta ilman mitään erinäisiä välikäsiä. Tätä voidaan kutsua suoramarkkinoinniksi. Välikäsien puuttuminen tarkoittaa, että suoraan asiakkaan kanssa asiointi on erittäin kustannustehokasta. (Bowie & Buttle 2004, 176.)

Toinen kustannustehokas vaihtoehto on nettisivut. Ketjuilla ja hotelleilla on omat nettisivunsa, joiden kautta asiakas voi tehdä varauksia yrityksen palveluihin ja tuotteisiin. Vaihtoehtoisesti hotelleilla voi olla paikanpäällä varausohjelma, jota asiakkailla on mahdollisuus käyttää. (Bowie & Buttle 2004, 176–177.)

Yrityksen tarjoamien tuotteiden ja palveluiden jälleenmyyjinä toimivat useasti matkatoimistot, joilla on tarjottavanaan asiakkaille monen eri yrityksen ja ketjun tuotteita ja palveluita. Asiakkaalle tieto välittyy lähinnä matkatoimiston mainosten tai nettisivujen kautta. Käytännössä matkatoimisto tekee varauksen ja hoitaa maksuliikenteen. Hotelli siis asioi matkatoimiston kanssa. Yleisintä tämä toimintatapa on vapaa-ajan matkustuksen kohdalla. Matkatoimisto perii edustamaltansa yritykseltä (hotellilta) komission. (Bowie & Buttle 2004, 177.)

Matkanjärjestäjät toimivat käytännössä niin, että ne ostavat majoitus ja kuljetuspalveluita, mahdollisia oheis- tuotteita ja kokoavat niistä matkapaketin, jota myyvät

asiakkaille. Matkanjärjestäjät eivät veloita käyttämiltään yrityksiltä komissiota, vaan voitto haetaan kuluttajilta, asiakkaille korkeammalla hinnalla. (Bowie & Buttle 2004, 177–178.)

Viidentenä yleisimmistä jakelukanavista on matkatoimiston ja matkanjärjestäjän yhteistyö. Käytännössä tämä eroaa molempien yksintoimimisesta siinä, että matkanjärjestäjä käyttää matkatoimistoa kokoamansa paketin markkinointivälineenä. (Bowie & Buttle 2004, 178.)

#### 4.4 Markkinointiviestintä ja -kanavat

Erilaisia keinoja markkinointiviestinnässä ovat mainonta, suhdetoiminta ja myynnin edistäminen. Henkilökohtaisella myyntityöllä saadaan yleensä tuote lopullisesti myytyä asiakkaalle. Markkinointiviestintä tulee aina soveltaa majoitusliiketyypin eri asiakaskohderyhmiin sen tarpeen ja tilanteen mukaisesti. Markkinointiviestintä tulee majoitusliikkeissä näkyviin sekä ulkoisesti että sisäisesti. Henkilökunta on asiakkaiden rinnalla tärkeä markkinointiviestinnän kohde. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 1997, 145.)

Markkinointiviestinnällä tavoitellaan kannattavan myynnin aikaansaamista joko välillisesti tai suoraan asiakkaalle. Markkinointiviestinnän tulee tukea yrityksen päämääriä ja tuoda tuotteet tunnetuksi kohderyhmille. Markkinointiviestinnällä luodaan ja ylläpidetään yrityksestä houkuttelevaa kuva. Markkinointiviestinnän pitää vastata asiakkaiden kysymyksiin ja antaa lisätietoja tiloista ja palveluista. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 1997, 145.)

Markkinointiviestintä tapahtuu niin yrityksen sisällä kuin ulkopuolella. Yrityksen sisällä tämä tarkoittaa esimerkiksi esitteitä, julisteita ja yrityksen henkilökunnan kertomaa tietoa yrityksen tuotteista ja palveluista. Yrityksen ulkopuolella markkinointikanavia ovat esimerkiksi eri myynti- ja jakelukanavista löytyvät esitteet ja informaatio. Muita markkinoinninkanavia ovat esimerkiksi erilaiset nettisivut, joissa

yritys näkyy sekä yhteistyökumppanit, lehti- ja televisiomainonta, radio- ja suoramainonta. (Hallamaa & Viljanen 1997, 141–142)

Esimerkiksi Sokos Hotel Vaakuna Kouvossa markkinointikanaviksi ja markkinointiviestinnän lähteiksi luokitellaan matkatoimistot, matkanjärjestäjät, agentit, varauskanavat, yhteistyökumppanit sekä nettisivut, joissa Kouvolan Vaakunalla on näkyvyyttä. (Sokos Hotel Vaakuna, Kouvola.)

#### 4.4.1 Markkinoinnin ja mainonnan välineitä

Markkinointi ja mainonta kulkevat käsi kädessä. Käytännössä mainonta on väline markkinointiin. Ilman näitä kahta osa-aluetta ei yritykseen tule myyntiä. Mainontavälineitä ja myynninedistämisen kanavia ovat esimerkiksi lehti- ja televisiomainonta, radio- ja suoramainonta sekä toimipaikkamainonta. Eli markkinointikanavat ovat myös markkinoinnin ja mainonnan välineitä. Välineet ovat riippuvaisia siitä, mitä markkinoinnilla ja mainonnalla halutaan saavuttaa ja kenelle se kohdistetaan. (Hallamaa & Viljanen 1997, 141–142.)

Myynnin mahdollistamiseksi tulee asiakkaalle olla tarjolla materiaali, josta käy ilmi hotellin tiedot ja tarjonta. Tällaista materiaalia tulisi olla tarjolla myös hotellin sisällä, ei ainoastaan myyntikanavissa. Käytännön materiaalia ovat esimerkiksi esitelehtiset, kupongit ja julisteet mm. hisseissä, huoneissa, ravintolassa ja oleskelutiloissa. (Bowie & Buttle 2004, 212.)

#### 4.4.2 Brandi

Mielikuvatekijät ja tuotemerkki eli brandi ovat hyvin tärkeitä majoitusliikkeelle. Nämä on otettava huomioon viestinnässä. Mielikuvat ovat vahvasti tunnepitoisia. Mielikuvat ovat; arvostuksia, asenteita, tapoja ja uskomuksia. Mielikuvilla saadaan edistettyä asiakkaan ostopäätöstä tehokkaasti. Brandi koetaan tuotteen ”sieluksi”. Brandi edustaa tuotetta. Ihmiselle voi majoitusliikkeen brandi olla esim. luotetta-

vuotta, korkeaa tasoa tai kansainvälisyyttä. Yrityksen on aina kuitenkin pidettävä yrityksen toiminta ja mielikuvat yhteneväisinä. Brandilla luodaan yritykselle se identiteetti, mitä yritys haluaa itsestään asiakkaille viestiä. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 1997, 145–146.)

#### 4.4.3 Ulkoinen viestintä

Yrityksestä ulospäin näkyvä viestintä on ulkoista viestintää. Mainonta, suhdetoiminta, myynnin edistäminen sekä henkilökohtainen myyntityö ovat kaikki ulkoista viestintää. Mainonnalla saamme vaikutettua yrityskuvaan ja houkuteltua uusia asiakkaita. Mainonnan avulla saamme viestittyä myös henkilökunnalle sen tärkeän roolin palveluketjussa. Myynninedistämällä saamme kasvatettua yrityksen myyntiä viemällä tuotteet asiakkaiden luo. Mainonta ja myynninedistäminen kulkevat käsi kädessä. Suhdetoiminta kohdistuu yrityksen ulkoisiin sidosryhmiin. Sidosryhmiä ovat asiakkaat, rahoittajat ja tavarantoimittajat.

(Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 1997, 147–148.)

#### 4.4.4 Sisäinen viestintä

On olemassa myös sisäistä suhdetoimintaa, jolla tarkoitetaan yrityksen Me-henkeä. Yritys pyrkii saamaan henkilökunnalle hyvän yhteishengen, joka välittyy taas eteenpäin asiakkaille. Sisäinen viestintä on markkinoinnin kannalta erittäin tärkeää. Yrityksen johdon ja esimiesten on vastattava siitä, että yrityksen henkilökunta tuntee sekä yrityksen että siellä myytävät tuotteet/palvelut. Uudet työntekijät on aina perehdytettävä hyvin yrityksen tuotteisiin ja toimintaan. Sisäiseen markkinointiin kuuluu mm. yrityksen sisäinen koulutus, ilmoitusjärjestelmät, palaverit, tiedonvälitys yrityksen sisällä ja kannustejärjestelmät. Sisäisen viestinnän on oltava aina totuudenmukaista, ja sen on toteuduttava jatkuvasti ja suunnitelmallisesti. Sisäisen viestinnän vastaanottajan tulee olla sitoutunut ja suhtautua viesteihin vakavasti. Sisäiseen viestintään kuuluu myös henkilökunnan vaatetus, kalusteet ja talon kunto ja siisteys yleensäkin. (Asunta, Brännare-Sorsa, Kairamo & Matero 1997, 146.)

## 5 PROSESSIN KUVAUS

### 5.1 Toimeksiantaja ja yhteistyö

Kansio tehtiin yhteistyössä Sokos Hotel Vaakuna Kouvolan hotellipäällikkö Mari-ka Hanénin kanssa. Aloitimme työn hahmottelemisen – 08. Lopputyön idean saimme hotellipäälliköltä, koska hänen mukaan tällaiselle kansiolle on todettu olevan kysyntää. Kansion materiaali on koottu mm. haastattelemalla vapaamuotoisesti ja keskustelemalla Sokos Hotel Vaakuna Kouvolan vastaanoton ja toimistupuolen työntekijöiden ja esimiesten kanssa. Materiaali on koottu lisäksi Internetissä surf- failemalla, vanhoja lehtiä, lehtileikkeitä sekä erilaisia esitteitä lukemalla unohtamatta majoitusalan kirjallisuuteen perehtymistä.

Työmme hyödyntämisen tulevaisuudessa käytännössä mahdollistaa myös se, että työ toimitetaan toimeksiantajalle sähköisessä muodossa, muistitikulla sen helpon päivitysmahdollisuuden vuoksi. Näin hotellilla on mahdollisuus päivittää tietoja niiden muuttuessa ja pitää tietojen muuttumisesta huolimatta kokonaisuus kasassa.

Työn tarkoitus on toimia apuvälineenä Sokos Hotel Vaakuna Kouvolan myyntipalvelun ja vastaanoton henkilökunnalle myyntitilanteissa. Kansio toimii näin ollen työvälineenä. Jokaisella työntekijällä tulee olla samanlaista tietoa yrityksestä jaettavaksi asiakkaille. Tämän vuoksi tällaiset kansiot ovat tärkeitä työntekijöille. Kansio tehtiin tarkoituksella ja huolellisesti asiakkaan näkökulmasta. Työntekijän ei tarvitse miettiä mitä tietoa hän voi jakaa asiakkaalle ja mitä ei. Työntekijä voi antaa kansion myös asiakkaalle luettavaksi. Kansio ei sisällä yrityksen kannalta salaista tietoa. Työn oli siis tarkoitus kohdistua Sokos Hotel Vaakuna Kouvolan työntekijöille, huomioiden mahdollisuus antaa kansio asiakkaan käytettäväksi.

Kansio toimii myös apuvälineenä työntekijän palatessa lomalta. Kansion avulla hän saa tiedot palautettua nopeasti mieleensä, ja mikä helpottaa siirtymistä taas työelämään. Kansio voidaan antaa myös uudelle työntekijälle luettavaksi, näin hän pääsee heti tietoiseksi työympäristöstään. Kansion avulla työntekijät saavat lisättyä ja pa-

rannettua myyntiä. Tietoa ei tarvitse haalia monesta eri paikasta, vaan kaikki tieto löytyy samojen kansien välistä. Työ on koko ajan pyritty pitämään selkeänä ja helppolukuisena myös asiakkaan näkökulmasta.

## 5.2 Teoriaosuus

Teoriaosuudessa halusimme käsitellä samoja asioita, joita käsittelemme toteuttavassa osuudessa, mutta yleisellä teoriatasolla. Tämän jälkeen pyrimme tuomaan esiin, miten kyseiset asiat käytännössä hoidetaan Kouvolan Sokos Hotel Vaakunassa. Teoriaosuuden rajaukset siis noudattelivat toteuttavan osuuden rajoituksia ja sisältöä. Teoriaosuuden tiedonhankinta rajoittui lähinnä suomalaiseen ja yhteen ulkomaiseen kirjallisuuteen, joiden lisäksi käytettiin nettilähteitä ja informaatiota Kouvolan Sokos Hotel Vaakunasta.

Molemmat osuudet siis käsittelevät hotellia majoituspalveluna, sen tarjoamia tuotteita ja palveluita, asiakkaita ja niiden segmentointia, myyntiä ja markkinointia. Toteuttavaan osuuteen halusimme tuoda lisäväriä tuomalla esiin taustoja ketjusta ja kyseisen yksikön historiasta.

## 5.3 Toteuttavan osuuden muoto

Toteuttava osa, Tutustu Sokos Hotel Vaakuna Kouvolaan, on kirjoitusasultaan ja muotoilultaan vapaamuotoinen. Tähän päädyimme sen takia, että tekstin täytyy olla asiakkaan tasolla ja asiakkaalle helppolukuista, helposti sisäistettävää. Tarkoituksena oli, että asiakas ja henkilökunta pystyvät myös sisällysluettelon perusteella hakemaan jotain tietoa. Tiedon täytyy siis olla selkeässä ja yksinkertaisessa muodossa. Tämän vuoksi päädyimme käyttämään taulukoita ja luetteloita.

Lähdeviitteet jätimme pois edellä mainitun helppolukuisuuden ja asiakaslähtöisyyden perusteella. Näin toimimme myös lähdeluettelon kanssa. Mielestämme asiak-



kaalle ei ole olennaista tietää, mistä olemme tiedot keränneet. Tärkeätä on vain tieto, jota työ sisältää sen muoto ja määrä.

Tietoinen valinta oli tehdä työ ainoastaan suomen kielellä ja näin rajata asiakasryhmistä työ kotimaanmatkailijoille, niin vapaa-ajan- kuin työmatkailun asiakkaille. Asiakkaalle annettavuuden mahdollistamisen lisäksi painotamme edelleen sen kohdistusta henkilökunnalle.

#### 5.4 Omat pohdinnat

Työn rajaaminen tiettyyn alueeseen ja siinä pysyminen oli haastavinta työssä. Karshintä oli tehtävä tarkasti sen suhteen mitä työhön otetaan ja mitä ei. Työn tarkasti Sokos Hotel Vaakuna Kouvolan hotellipäällikkö. Hän sai tuoda esille omat ideat, näkökulmat ja kommentit työstä. Näistä huomioista oli suurta apua meille työtä tehtäessä. Työn onnistumisen kannalta nämä olivat myös hyvin tärkeitä. Saimme rakentavaa palautetta ja hyviä korjausehdotuksia työhömmä. Toinen meistä työskentelee Sokos Hotel Vaakuna Kouvolassa ja tämän vuoksi työ on erityisen tärkeä. Kansion onnistumisen pääsee näkemään henkilökohtaisesti työssä. Työtä tehdessä on tullut itse opittua paljon hotellista ja eniten mieleen tulee jäämään hotellin historia. Tulee olemaan hauskaa, kun voi kertoa yksityiskohtaisesti hotellin historiasta asiakkaille. Asiakkaat saavat hyvän ja positiivisen kuvan siitä, että työntekijät ovat niin perehtyneitä työympäristöönsä.

On hienoa, jos kansiosta tulee jokapäiväinen työväline hotellin myyntipalveluun ja vastaanottovirkailijoille. Halusimme tehdä päättötyönä juuri tällaisen työn, jolla on todella merkitystä työyhteisölle.

Kahdestaan työskentely on aina haastavampaa kuin yksin työskentely. Kaikessa on aina otettava toisen ihmisen mielipide huomioon eikä päätöksiä voi tehdä yksin. Päätösvalta on aina kahdella ihmisellä, ja päätösvaltan on pysyttävä tasapuolisena. Meillä opinnäytetyön tekemisestä teki vielä haastavampaa molempien työelämä. Hankalaa oli samanlaisten aikataulujen tekeminen. Tämän vuoksi meidän välisem-

me kommunikointina käytimme enimmäkseen sähköpostia. Sähköpostin kautta välitimme aina kaikki tekemämme tekstit ja suunnitelmat, jotka toinen pystyi hyväksymään ja tekemään tarvittavat muutokset, oman aikataulun mukaan.

Kuten edellä on mainittu, Jenni työskentelee kyseisessä toimipisteessä, joten hänen vastuulle jäi pitkälti Sokos Hotel Vaakuna Kouvolaa koskevan materiaalin hankinta ja toimeksiantajan edustajaan sekä henkilökuntaan yhteydenpito. Tähän vastapainona Maria taasen otti vastuulleen yhteydenpidon työn ohjaajaan sekä kokonaisuudesta vastaamisen ja työn rakentamisen. Molempien vastuulla, yhteisestä päätöksestä, oli teoriaosuuksien kokoaminen tekstiksi.

## 5.5 Arviointi

Arvioijana toimi Marika Hanén Kouvolan Sokos Hotel Vaakunasta.

Arvioin työn tilaajan edustajana.

Jenni Laitinen on työskennellyt alaisuudessani jo vuoden 2008 alusta lähtien, joten hänen ja hänen opiskelukaverinsa kanssa oli helppo ja mukava alkaa työstää oheista työtä. Jenni tuntee talon jo hyvin ja toiminut vastaanotossa kiitettävästi, joten hän pystyi paljon itsenäisestikin hakemaan tietoa.

Rakentavaa palautetta antaisin opiskelijoiden työn tilaajan ohjeistuksesta, jota ei käyty tarpeeksi tarkkaan läpi alkupalavereissamme. Myös opiskelijat olivat osaksi tietämättömiä ja huonosti ohjeistettuja koulun vaatimuksista ja työtavoista, jolloin he eivät osanneet kertoa niitä minullekaan ja tulivat väärinkäsityksiä ja paljon turhaa ja aikaa vievää työtä.

Työn tekeminen sujui alussa mielestäni liian verkkaiseen tahtiin ja näin lopussa tuli jo osaksi kiire. Työn tilaajalle tämä ei niinkään haitannut, mutta opiskelijoille oli kurjaa, kun heillä alkoi painaa aikataulut päälle enkä sitten enää ehtinytkään heitä auttamaan niin paljon kuin olisin halunnut ja toivonut.

Arvioin tässä toteuttavaa osaa, mikä onkin tilaamamme työn osuus. Itse työ on mielestäni selkeä ja hyvin rajattu keskittymään vain hotellipuoleen. Näkökulma lopullisessa versiossa on pidettävä koko ajan asiakkaassa, mitä hän haluaa hotellistamme tietää. Eikä mitään kohta tai asiaa / tuotetta saa pitää itsestään selvyytinä, että asiakas tietää jo jotain. Asiakkaalle pitää luoda positiivinen, innostunut kuva hotellistamme ja tieto, että meitä kiinnostaa hänen mielenkiintonsa hotelliamme kohtaan. Lopullista työtä on myös elävöitettävä paremmin kunnon huone- ja kokoustila- sekä ravintolakuvilla ja tästä jo kävimmekin Jennin kanssa keskustelua.

Joissakin kohdissa on liian itsestään selvyys, tuntuu, että asiakasta pidetään yksinkertaisena: ”Sokos Hotel Vaakuna Kouvolassa toimiva turvallisuus on tärkeä seikka.”

Parasta antia työssä mielestäni on historia- ja turvallisuusosuudet sekä eri graafiset kuvat esim. organisaatiosta, yöpyjistä yms. Ne elävöittävät työtä mukavasti ja tekee sen helppolukuisammaksi niin esittelijälle (kun varsinaisessa käytössä) ja asiakkaalle. Turvallisuus on nykypäivänä monelle asiakkaalle se yksi suurimmista valintakriteereistä.

Kokonaisuudessaan arvosanaksi, jos näin halutaan vielä arvostella, antaisin hyvän 4-.

## LÄHTEET

Alén, J., Nenonen, C., Savola, T. & Uusimäki, L. 1997. Hotelli palveluiden tuottajana. Helsinki: OY EDITA AB.

Asunta, T., Brännare-Sorsa, R., Kairamo, H. & Matero, S. 1997. Majoitus- ja matkailupalvelu. 1.painos. Porvoo: WSOY.

Asunta, T., Brännare-Sorsa, R., Kairamo, H. & Matero, S. 2003. Majoitus- ja matkailupalvelu. 3. uudistettu painos. Porvoo: WSOY.

Bowie, D & Buttle, F. 2004. Hospitality Marketing: an introduction. Burlington, MA : Elsevier Butterworth-Heinemann.

Hallamaa, T. & Viljanen, R. 1997. Yritystoiminta hotelli-, ravintola- ja matkailualalla. 3.uudistettu painos. Porvoo: WSOY.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 1999. Hotellivaraukset. Helsinki: Pohjois-Savon ammattikorkeakoulu Matkailu- ja ravitsemisalalan yksikkö.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2005. Hotellin asiakasliikenne ja kannattavuus. 5.uudistettu painos. Vantaa: Restamark.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2007. Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. 2. painos. Vantaa: Restamark.

Sokos Hotels. [verkkójulkaisu]. Hotellit – hotelli tarjous – huonevaraus - kokoustilat [viitattu 10.9.2009]. Saatavissa: <http://sokshotels.fi/hotellit>

Sokos Hotels. [verkkójulkaisu]. Työmatkustus Sokos Hotelleissa. [viitattu 14.9.2009]. <http://www.sokshotels.fi/tyomatkustus/tyomatkustus-sokshotelleissa>

Sokos Hotels. 2008. Sokos Hotel Vaakuna Kouvola Finland. Esite.

Sokos Hotel Vaakuna, Kouvola. 17.10.2009

## Tutustu Sokos Hotel Vaakuna Kouvolaan

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	S-RYHMÄ JA ETUKORTIT	2
2.1	S-ryhmä	2
2.1.1	S-etukortti	3
2.2	Sokotel ja Sokos Hotels	3
2.2.1	Sokos Hotels	4
2.2.2	Sokos Hotels kanta-asiakaskortit	5
3	SOKOS HOTEL VAAKUNA KOUVOLA	7
3.1	Organsiaatio	7
3.1.1	Henkilökuntaa luvuissa	7
3.2	Historiaa	8
3.2.1	Uusia tarpeita kohtaamassa	9
3.2.2	Uusi kilpailutilanne, uusi johtaja	10
3.3	Nykypäivän tarpeisiin vastaamasa	11
3.3.1	Tilastot taustalla muutokseen	12
4	SOKOS HOTEL VAAKUNA KOUVOLAN TILAT	13
4.1	Kouvolan Sokos Hotel Vaakuna	13
4.1.1	Standard –huone	15
4.1.2	Superior –huone	18
4.1.3	Suite	20
4.2	Kokoustilat	21
4.2.1	Varustemääritelmä	22
4.2.2	Tilojen muotoutuminen	23
4.2.3	Kokouspalvelut	24
5	RAVINTOLAT	26
5.1	Ruokaravintola	26
5.2	Yöelämää	26
6	MARKKINOINTIA JA MYYNTIÄ	27
6.1.1	Sisäinen viestintä	28
6.2	Myyntipalvelu	28

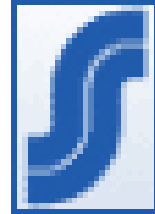
6.2.1	Myyntisihteeri	29
6.3	Markkinoille vakiintuneet vapaa-ajan majoituspaketit	30
6.3.1	Tykkimäki –majoituspaketti	30
6.3.2	Teatteri –majoituspaketti	31
6.3.3	Avec –majoituspaketti	32
6.3.4	Hää –majoituspaketti	32
7	ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA TURVALLISUUS	33
7.1.1	Sokos Hotel Vaakuna Kouvolan asiakaspalaute	34
7.1.2	Secret Visitor	35
7.1.3	Ympäristöystävällisyys	35
7.2	Turvallisuus	36
7.2.1	Turvallisuuden takaaminen	37
7.2.2	Tietoturva	37
7.2.3	Paloturvallisuus	38
8	HOTELLIJOHTAJAN HAASTATTELU	39



## 1 JOHDANTO



Tämä paketti tarjoaa tietoa Sokos Hotels – ketjusta, Kouvolan Sokos Hotel Vaakunan tarjoamista tuotteista ja palveluista. Ostopäätöksen tekoa helpottaa aina mahdollisen laaja tieto ostokohteesta. Tällä opinnäytetyöllä haluamme tarjota mahdollisemman laajan tiedon niistä aiheista jotka kiinnostavat asiakasta. Haluamme esitellä Sinulle myös taustaa, historiaa ja palveluiden tuottamiseen vaikuttavista ja huomioon otettavista asioista, kuten markkinoinnista ja turvallisuudesta. Mielenkiintoisia hetkiä tutustuessasi Sokos Hotel Vaakuna Kouvolaan.



## 2 S-RYHMÄ JA ETUKORTIT

### 2.1 S-ryhmä

S-ryhmä koostuu kahdesta eri kokonaisuudesta;

1/ Osuuskapat

2/ Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta (SOK) tytäryhtiöineen.

S-ryhmä käsittää 22 alueosuuskauppaa, 16 paikallisosuuskauppaa ja tämän lisäksi SOK:n tytäryhtiöineen. Osuuskauppojen omistajuus koostuu asiakasomistajista. Ryhmän toiminta-ajatuksena onkin tuottaa palveluja ja etuja asiakasomistajilleen. Huomionarvoista on, että S-ryhmää ei voida myydä ulkomaisille, vaan se pysyy kotimaisena ryhmänä koko olemassaoloaikansa.

S-ryhmän valtakunnalliset ketjubrändit ovat marketkaupassa Prisma, S-market, Sale ja Alepa, liikennemyymälä- ja polttonestekaupassa ABC sekä tavaratalo- ja erikoisliikekaupassa Sokos ja Emotion. Matkailu- ja ravitsemiskaupan valtakunnallisia ketjuja ovat Sokos Hotels, Radisson SAS Hotels, Holiday Club Spa Hotels, Rosso, Rosso Express, Fransmanni, Amarillo, Sevilla, Memphis, Night, Corner, Coffee House, Presso, Buffa, Fiesta! ja Wok Up. Maatalouskaupan valtakunnallisia ketjuja ovat Agrimarket, S-Rautamarket ja Multasormi.

S-ryhmässä yleensäkin, oli sitten kyseessä esimerkiksi ravintola tai hotelli noudatetaan ketjun yhteisiä arvoja ja visiota:

Asiakaslähtöisyys

Vastuullisuus

Tuloksellisuus

Uudistuminen

Kumppanuus

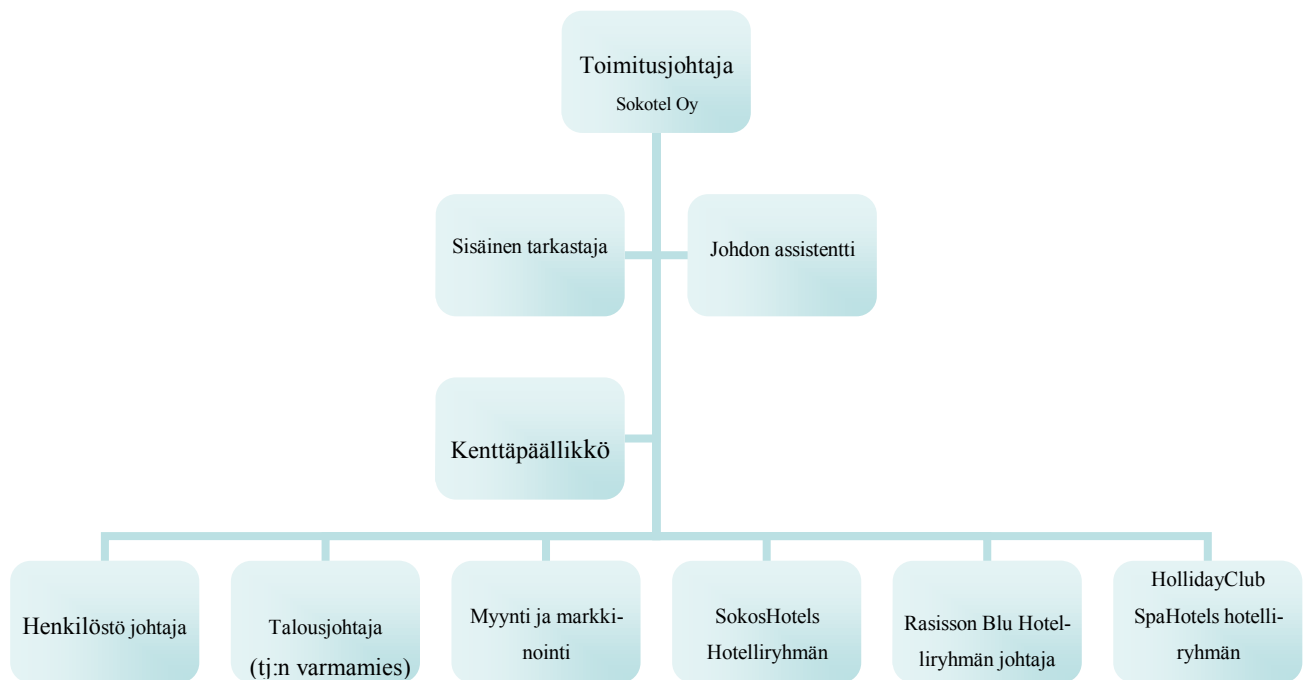
### 2.1.1 S-etukortti

Etukorttien tarkoituksena sitouttaa asiakas käyttämään ketjun tarjoamina palveluita. Etukorteilla halutaan myös tarjota uskollisille asiakkaille etuja ja säästöä. Yleisesti S-ryhmässä on käytössä S-etukortti. Kyseisen kortilla on mahdollisuus saada seuraavia etuja

- ✓ Bonusta kaikista ostoista
- ✓ Vähintään 9 € alennusta normaalihintaisista
- ✓ yöpymisistä, huonehinta/vrk, (ei koske etuseleitä eikä kampanjahintoja)
- ✓ Vaihtuvia asiakasomistajaetuja

### 2.2 Sokotel ja Sokos Hotels

Monesti Sokos hotelleista puhuttaessa mainitaan Sokotel Oy. Sokotel Oy on SOK:n tytäryhtiö. Tämä tytäryhtiö harjoittaa matkailu- ja ravitsemusliiketoimintaa. Alla olevasta organisaatiokaaviosta on mahdollisuus hahmottaa, miten majoituspalvelut sijoittuvat ja jakautuvat Sokotel Oy:ssä.



## 2.2.1 Sokos Hotels

Hotelli toiminnalla on kolme brändiä

Sokos Hotels

Radisson Blu Hotels & Resorts

Holiday Club Spa Hotels

Sokos Hotel ketju kuuluu S-ryhmään. Sokos Hotels ovat yksi kolmesta S-ryhmän hallitsemasta hotelliketjusta. Sokos Hotellit ovat koko maan kattava hotelliketju. Sokos Hotelleihin kuuluu yhteensä 28 eri paikkakunnalla yli 40 hotellia. Kaikille yhteistä on sijainti; kaupungin keskustassa tai keskeisellä paikalla vapaa-ajan kohdetta. Sokos Hotelliin voi mennä vierailulle myös Tallinnassa ja Pietarissa. Kaikki Sokos Hotellit tarjoavat asiakkaille majoituksen, mahdollisuuden kokouksiin sekä hyvänolon- ja ravintolapalveluita.

### Sokos Hotel

**Keskellä kaupunkia. Keskellä elämää.**

**Suomalainen & turvallinen.**

**Kaikki saman katon alla.**

**Monipuoliset vapaa-ajan paketit**

Sokos Hotellit ympäri Suomea tekevät yhteistyötä erinäisten yritysten kanssa tarjotakseen asiakkaille mahdollisimman monipuolisen ja täydellisen elämyksen, niin vapaa-ajalla kuin työmatkoilla. Tärkeimmät yhteistyökumppanit ovat

Radisson Blu Hotels & Resorts

Holiday Club Spa Hotels

Suomen Golfliitto

Finland Festivals

Suomen Punainen Risti SPR



ABC Liikennemyymälät  
 Viking Line  
 Pyhä  
 American Express  
 Finnair/Finnair Plus  
 Suomen Jääkiekkoliitto/Nuorisomaajoukkueet  
 Suomen Hiihtokeskusyhdistys/Ski.fi – kortti  
 Muumimaaailma  
 Pori Jazz  
 Joulupukkisäätiö  
 Eckerö Line  
 VR  
 Luosto  
 Hertz  
 Linnanmäki/Lastenpäivän Säätiö



## 2.2.2 Sokos Hotels kanta-asiakaskortit

### S-Card

S-Card on työmatkustajille suunnattu kanta-asiakaskortti.

Kortin voi hankkia Sokos Hotellien, Holiday Club –kylpylähotellien tai Suomen Radissona Blu -hotellien vastaanotosta. Kortti ja edut ovt käytössä välittömästi osto hetkestä alkaen. S-Cardin vuosimaksu on 25 €.

S-Cardin myötä käyttöön tulee useita etuja.

#### Esimerkiksi

- ✓ 12 €:n arvoseteli, käy hotelli- ja ravintolapalveluita maksaessa, voimassa 6 kk
- ✓ 5 €:n alennus päivän majoitushinnasta, mikäli varaus tehdään suoraan hotelliin tai myyntipalvelu kautta, ei koske mikäli on jo valmiiksi alennettuhinta (esim. yrityssopimushinta)
- ✓ iltapäivälehti veloitusetta
- ✓ perhe-etu, saman talouden perheenjäsen yöpyy veloitusetta 2 hh työmatkalla

- ✓ vaihtuvat hotellikohtaiset edut
- ✓ S-pisteiden keräys

S-card käy seuraavissa toimipaikoissa:

Sokos Hotels

Suomen Radisson Blu -hotellit

Suomen ja Pietarin Holiday Club – kylpylähotellit

Amarillo

Buffa

Fransmanni

Memphis

Rosso

Sevilla

Torero

Kappeli

Papà Giovanni

Sports Academy

Virgin Oil Co.

Vltava

Wanhan Tanssikellari

Zetor

sekä ABC – liikennemyymälöissä rajoitetuin eduin.

### Business Card Manage

Business Card Manage on yritysmaksukortti, jolla saa etuja Sokos Hotelleissa.

Kortti käy maksuvälineenä S-ryhmä ketjutoimipaikoissa niin Suomessa, Virossa kuin Latviassa, sekä antaa alennuksia ABC – liikenneasemilla. Lisäksi kortilla saa erikoishintoja majoittumiseen Sokos Hotelleissa, Suomen Holiday Club – kylpylä-hotelleissa ja Radisson Blu – hotelleissa.

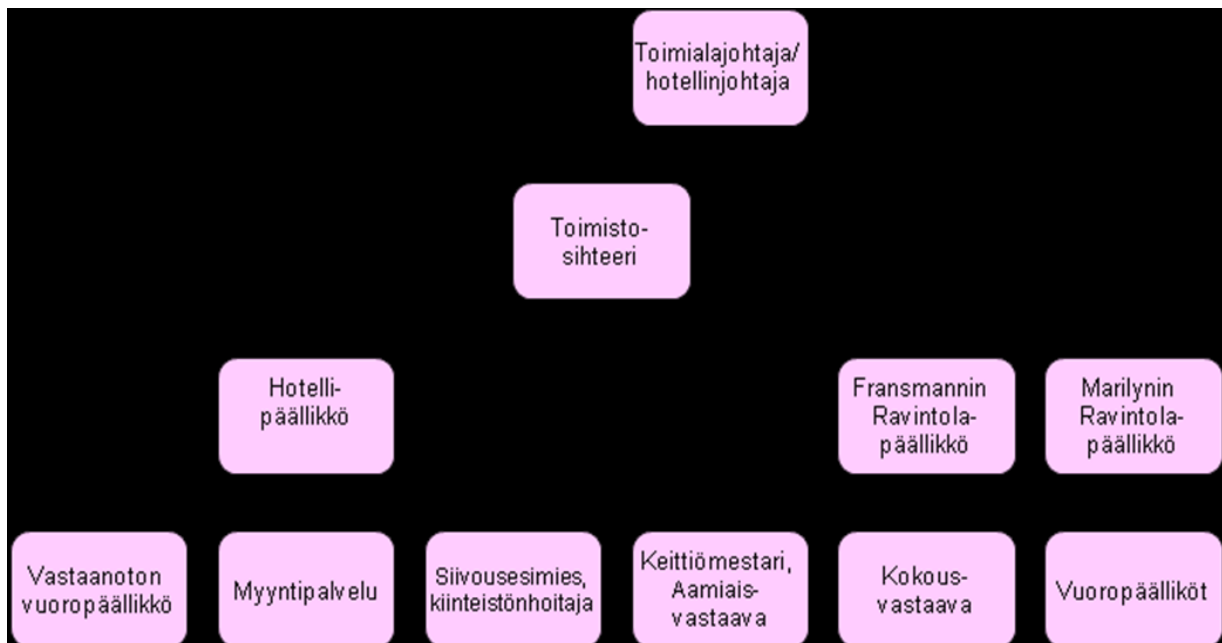
Korttia voi käyttää S-Cardin, goldpoints plus – kortin, Finnair Plus – kortin, Euro-Bonuksen tai muun lentoyhtiökortin yhteydessä.



### 3 SOKOS HOTEL VAAKUNA KOUVOLA

#### 3.1 Organsiaatio

Kouvolan Sokos Hotel Vaakuna on monipuolisten palveluiden tarjoaja, joten myös työntekijöitä ja päälliköitä on eriosa-alueilla, kukin erikoistuneena omaan alaansa ja tuomaan oman osaamisen esiin. Alla olevasta organisaatiokaaviosta voi hahmottaa niin päätöksenteko hierarkian kun eri osa-alueiden osaamisen jakautumisen aloit-  
tain.



##### 3.1.1 Henkilökuntaa luvuissa

Majoituspalveluita ja niiden erinomaista laatua on takamassa noin 26 työntekijää. Tämä määrä sisältää vastaanoton, kerroshoidon, myyntipalvelun ja aamiaistarjoilun sekä kiinteistöhoitajan.

Kouvolan Sokos Hotelli Vaakunan yhteydessä toimivien ravintoloiden puolelta henkilökuntaa löytyy yhteensä 29.

Suurin osa työntekijöistä on vakituisia, noin 77%

Näistä luvuista voi päätellä, että laatua on takaamassa suuri joukko työntekijöitä eri osaamisten osa-alueilta, ja työllistäviä vaikutuksiakaan ei pidä vähätellä.

### 3.2 Historiaa

Siitä se kaikki alkoi... ”Tänään lokakuun 3.päivänä vuonna 1986 Mauno Koiviston ollessa Suomen tasavallan presidenttinä ja Eino Brofeldin Kouvolan kaupunginjohdajana muurattiin tämän Kouvolan Sokos-hotellin peruskivi”. Tästä julistuksesta alkoi 1987 auenneet hotellin rakentamisen taival.

Tarkoituksena oli rakennuttaa neljäkerroksinen hotelli sisältäen 114 huonetta ja 228 vuodepaikkaa. Ensimmäisen kerroksen sisältönä suunniteltiin kolme ravintolaa, ulkopatio sekä kaksi saunaa porealtailla. Työmatkailijoiden tarpeiden täyttäminen aloitettiin myös jo ensimmäisestä kerroksesta lähtien; hyvin varustetut kokoustilat ja kabinetit ovat ensimmäisessä kerroksessa. Unohtaa ei pidä myöskään joka kerroksen tarjoamia ryhmätyö- ja näyttelytiloja.

Hotellitoiminta kuului SOK:n tytäryhtiö Sokoteriale. Tämän uuden hotellin suunnittelijoina pakersi SOK:n kiinteistöosastolla työskennelleet Maunu Kitunen ja Risto Louhisola.





Sen sijaan tämän uuden tyyppisen hotellin rakennuttajana toimi Tapiola- yhtiöihin kuuluva eläkekassa Elovara. Hotellia urakoi Rakennusliike Juhani Pousi Oy. Kouvolan Sokos-hotelli rakennuksessa tarkoituksena oli yhdistää perinteinen puistohotelli moderniin hotelli- ja ympäristösuunnitteluun.

Hotellin sävytys pyrittiin pitämään lämpiminä niin sisä- kuin ulkotiloissa. Valmis hotelli työllisti noin 80 henkeä siivoajista johtajiin. Jo alkutaipaleella oli selvää, että hotellia lähdetään laajentamaan jo muutaman vuoden kuluessa. Ja näin kävikin, uusi ilme oli valmis vuonna 1992.

Nimikin tällä uudella Sokos-hotellilla oli monia eri merkityksiä esiintuova: Kouvolan Vaakuna. Nimellä haluttiin korostaa Kouvolan merkitystä läänin pääkaupunkina, ilmaista ketjuun kuulumista. Tärkeänä kriteerinä oli hotellin kotipaikan esiintuominen sekä mieleenpainuvuus.

### 3.2.1 Uusia tarpeita kohtaamassa

Suomen Osuuskauppojen Keskuskunnan antama lehdistötiedote kertoi, mihin tarpeisiin vastataan. ”Nimenomaan kokoustilojen puute on ollut suuri Kouvolassa”. Tähän haluttiin 44. Sokos hotellilla vastata; suunnittelussa lähtökohtana oli työasioissa matkustavat asiakkaat. Tietäänkään ei perheitä ja lapsiakaan haluttu unohtaa; leikkitilat peuhupaikkoineen ja liukumäkineen. Myös Kouvolan silloinen kaupunginjohtaja Eino Brofeld oli vakuuttunut Sokos-hotellin tuomista eduista. ”Hankkeen toteuttaminen vahvistaa Kouvolan asemaa kokous-, koulutus- ja kongressikaupunkina. Hotelli tuo uusia työpaikkoja ja se tarjoaa palveluksiaan koko alueen elinkeinoelämälle.”

Kouvolan Vaakunaa voitiin katsoa parhaiten kuvaavan pienikokoushotelli – nimitys. Kokoustilojen lisäksi työmatkailijoiden ja yritysten iloksi oli huoneita, jotka mahdollistivat esimerkiksi tuote-esittelyt, näissä oli mm. tällaista tapahtumaa varten valmiiksi hyllyjä. Pyrittiin toimimaan kaikille jotakin olipa kyseessä sitten palvelut tai tilat – periaatteen mukaisesti. Ylpeitä oltiin mm. huoneista, jotka sisälsivät ”kaiken mitä nainen matkailla tarvitsee”.



### 3.2.2 Uusi kilpailutilanne, uusi johtaja

Kouvolan Vaakunan avautumista odotellessa yleisenä mielipiteenä oli, etteivät Kouvolassa hotellit kilpaile keskenään. Kyseessä on pääasiassa työmatkustuksen asiakkaat, joten valttina raha sijaan oli palvelu ja sen laatu. Lähinnä uuden hotellin avaus nähtiin laaduntasoa parantavana tekijänä; Kilpailusta hyötyy asiakas, sillä kaikkien on pakko parantaa palvelutasoaan. Voisikin sanoa, että hotellin toimivat kilpailevina yhteistyökumppaneina.

Jo rakennusvaiheessa mukana oli vahvaluotoinen nainen, Seija Lankinen. Kouvolan Vaakuna sai johtajakseen Haminasta kotoisin olleen naisen, joka oli jo siihen mennessä jättänyt jälkensä useassa kaupungissa, mm. Oulussa ja Helsingissä. Lankisen sanojen mukaan: ”Haasteelliset työt ovat paras kouluttaja. Jokaisesta oppii jotakin kun uskaltaa lähteä liikkeelle vaikka vaarana on myös epäonnistuminen.” ”Johtamistaitoa joutuu opettelemaan jatkuvasti.” Lankinen ei myöskään pitänyt ihmeellisenä naisjohtajuutta: ”Kyllähän aikaisemmin on ollut jokunen legendaarinen naisjohtaja, mutta yleistymisen on tapahtunut lähinnä 80 – luvulla. Mielestäni hotellin

johtaminen sopii naiselle. Se on talouden hoitamista tuottavasti ja sitä samaahan nainen on tehnyt kotonakin.” Tulosta tehdään ihmisten avulla ihmisten kautta, ilman sitä ei ole johtajuutta – oli ohjenuorana myös Kouvolan Vaakuna toiminnanjohtamisessa.

### 3.3 Nykypäivän tarpeisiin vastaamasa

Niin palveluiden kuin tuotteidenkin osalta hotellien täytyy uudistua ja vastata asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin. Tämän myötä myös hotellin tarjoamien tilojen ja niiden käytön on uusiuduttava nykyajan trendit ja tarpeet huomioiden.

Sokos Hotel Vaakunassa on tehty uusimmat remontit aikavälillä 2005–2009. Vaakunan hotellihuoneet ovat saaneet uuden ilmeen noin 50 huoneen vuosivauhdilla, 3,5 vuoden aikana. Huoneissa on uusittu kaikki kiinto- ja irtohuonekalusteet, valaistus, tekstiilit ja pinnat, kylpyhuoneista suihkuseinät sekä allastaso altaineen ja valaistus. Sisustusväreinä on käytetty lämmintä puuta vaaleana ja tummana, tekstiileissä ja seinäpinnoissa ruskean eri sävyjä ripauksena jo talostakin tunnetuksi tullutta vaaleanpunaista.

Kokoustilatkin uudistuivat ja läpikävivät täydellisen remontin. Kokoustiloissa uusittiin kaikki pinnat, tekstiilit ja kalusteet. Kokoustilojen tekniikka vaihdettiin samalla täysin uuteen moderniin, nykypäivän kokousasiakkaan vaatimukset täyttäviin.

Remonttien tarkemmat vuosiluvut:

2002	Vastaanoton remontti
2006	Aloitettiin remontit ja edettiin 50 huoneen vuosi vauhdilla. Sokos Hotel Vaakunaan asennettiin koneellinen ilmanvaihto koko taloon. Huoneisiin asennettiin huonekohtainen jäähdytysjärjestelmä (ei Suite).
2007	Kolme juniorsuitea ja iso suite remontoitiin täydellisesti.

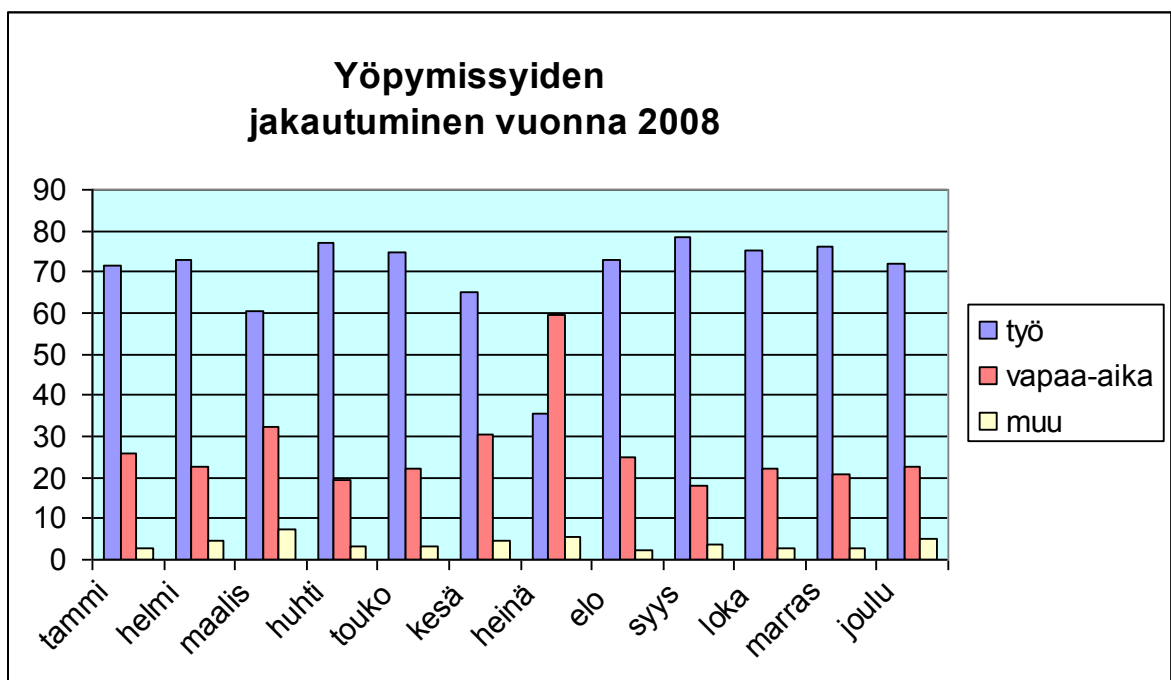
Myyntipalvelulle remontoitiin uusi työtila vanhasta kuntosalihuoneesta.

- 2008 Huone remonteja jatkettiin.
- 2008 Kokoustiloista 4 remontoitiin (Vahtero, Kymi, Marjoniemi ja Käpylä). Kokouskahviaula sai myös uuden ilmeen remontin myötä.
- 2009 Suurin kokoustila Mielakka remontoitiin. Lasten leikkipaikan ilmettä raikastettiin.
- 2009 Loput huoneet remontoitiin keväällä.

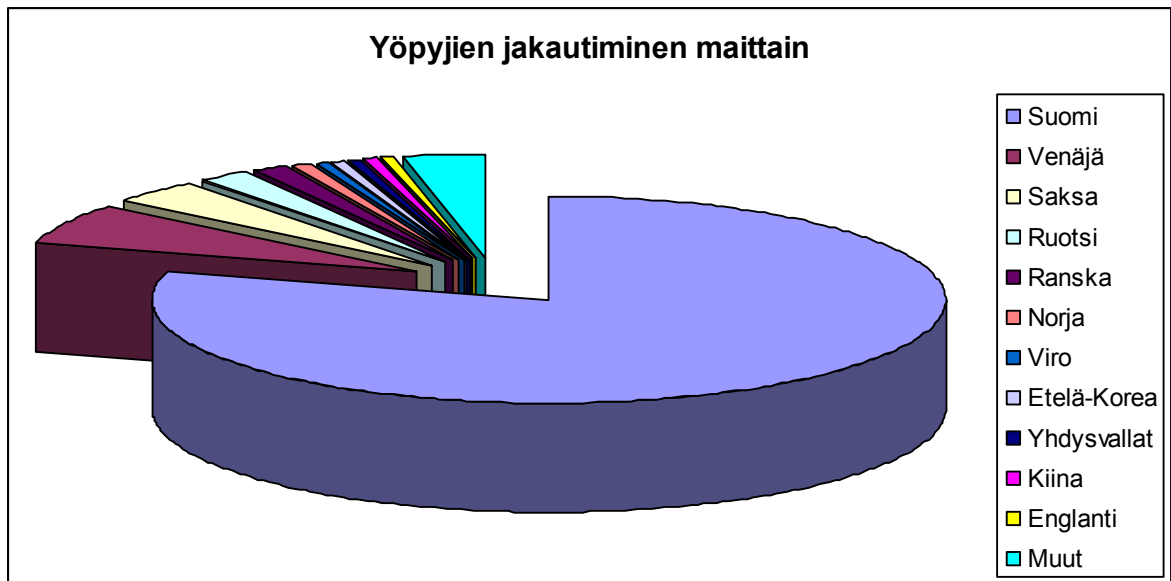
### 3.3.1 Tilastot taustalla muutokseen

Kaksi mainittavaa tilastoa, jotka auttavat päätöksenteossa tulevaisuuden panostusalueista ja muutoskohteista ovat matkustuksen syy ja asiakkaiden kansallisuuden jakautuminen, jotta kaikki tarpeet voidaan huomioida.

Alla olevasta kaaviosta havaitaan työ- ja vapaa ajan matkustuksen jakautuminen kuukausittain, selvät sesongit havaittavissa; kesä = lomakausi



Alla olevasta taulukosta käy ilmi maat, joista eniten on ollut majoittujia vuonna 2008, luvut ovat koko vuoden keskiarvo.



#### 4 SOKOS HOTEL VAAKUNA KOUVOLAN TILAT

Kaikkiin huonetyyppeihin ja niiden sisältöön on omat määritykset esimerkiksi ketjukohtaisesti, kuten myös kokoustilojen. Huoneen pitää vastata määriteltyihin vaatimuksiin joka osa-alueella, kooltaan, sisällöltään. Näin kaikille asiakkaille saadaan taattua hintaa ja tyyppiä vastaava huone tilanteessa kuin tilanteessa. Hotellissa ja sen toiminnassa pitänee huomioida myös nykyään enemmissä määrin ympäristö ja ekologisuus. Vihreiden arvojen huomioiminen vaikuttaa myös asiakkaiden päätöksentekoon.

##### 4.1 Kouvolan Sokos Hotel Vaakuna

Vaakunassa huoneita on yhteensä 174 kappaletta, joista 164 on savuttomia.



Huonetyypit jakautuvat seuraavasti:

- 13 Yhden hengen huone, 140cm leveä vuode. 140cm leveä vuodesohva, sopii jopa neljän hengen perheelle. Huonekoko 21m<sup>2</sup>
- 26 Superior huone, superior varusteltu huone, 140cm leveä ja standrdia 10cm paksumpi superiorvuode ja keinunojatuoli + rahi. Huonekoko 21m<sup>2</sup>
- 8 Saunallinen huone, tupakointi mahdollista huoneessa, 140cm vuode, kokolattiamatto. Huonekoko 22,5m<sup>2</sup>
- 4 Perhehuone, erillisellä makuualkovilla ja oleskelutilalla, superior varusteltu, 140cm leveä ja 210 cm pitkä vuode, 140 cm leveä vuodesohva, mahdollisuus kahteen irtolisävuoteeseen. Sopii jopa kuuden hengen perheelle sekä pieniin näyttelyihin ja palavereihin (4h pöytäryhmä). Huonekoko 40m<sup>2</sup>
- 75 Kahden hengen huone, kaksi erillistä (suurimmassa osassa näistä huoneista vuotet saa yhteen) 100cm leveää vuodetta. Huonekoko 22,5m<sup>3</sup>
- 10 Kahden hengen huone, perhehuone kylpyammeella, kaksi 100 cm leveää vuodetta, 140 cm leveä vuodesohva. Sopii kolmelle aikuiselle tai neljän hengen perheelle. Huonekoko 25,5m<sup>2</sup>
- 2 Kahden hengen perhehuone kylpyammeella, 180cm erikoisleveä parivuode (esim. pieni lapsi mahtuu nukkumaan väliin), 140cm vuodesohva. Sopii kolmelle aikuiselle tai neljän hengen perheelle. Huonekoko 22,5m<sup>2</sup>
- 2 Inva- ja superiorvarusteltu huone, kaksi 100 cm leveää vuodetta, 140 cm vuodesohva ja 1 hengen lisävuode, joka sijataan toisen vuoteen alta, mahdollisuus myös kahteen irtolisävuoteeseen. Sopii kolmelle aikuiselle tai jopa kuuden hengen perheelle. Inva huoneissa on otettu huomioon pyörätuolien vaatimat kulkusäteet, kylpyhuoneessa altaan korkeus on matala ja kylpyhuoneesta löytyy suihkutuet. Minibaarin korkeus on matala. Huonekoko 40m<sup>2</sup>
- 24 Kahden hengen huone, 160cm leveä parivuode, 140cm vuodesohva. Sopii jopa neljän hengen perheelle. Jokaisessa kerroksessa vallitsee huoneissa eri värimaailma. Huonekoko 21m<sup>2</sup>
- 4 Kahden hengen huone, sauna, superiorvarustelu, 160cm leveä parivuode, 1 hengen lisävuode, joka sijataan parivuoteen alta, 2 keinunojatuolia raheineen. Huonekoko 25,5m<sup>2</sup>
- 3 Juniorsuite, superior-varustelu, 200 cm leveä ja 210 cm pitkä muhkea jenkkiparivuode, luxusta kylpyhuoneessa (reilun kokoinen, jossa sadesuihku,

joka valojen värien vaihdoilla luo lisätunnelmaa), 2 keinunojatuolia raheineen. Huonekoko 32m<sup>2</sup>

- 1 Suite, olo- ja makuuhuone, superior-varustelu, 200 cm leveä ja 210 cm pitkä mukkea jenkkiparivuode, reilun kokoinen sauna ja ammeellinen kylpyhuone, jossa lisäluxusta tuo sadesuihku vaihtuvine värivaloineen, erillinen wc, 37” taulutv, joka voidaan kääntää näkyväksi joko olo- tai makuuhuoneessa, cd-radiosoitin, sohvaryhmä, olohuoneessa lisäksi kaunis suuri peili ja taideteos. Huonekoko 53m<sup>2</sup>

Kaikkien huoneiden, kokoustilojen ja aulan sistuksen on suunnitellut sisustusarkkitehti Nina Mattila N&O Oy:stä. Urakoitsijana on toiminut Juseka Oy / Seppo Kantakoski.

Hotellin remontit nykyiseen asuunsa on saanut alkunsa vuonna 2002, jolloin hotellin vastaanotto sai uuden ilmeen. Tämän jälkeen on uusittu, vuodesta 2006 aina vuoteen 2009 saakka, huoneita, käytäviä ja kokoustiloja.

Mikäli ajatellaan tilannetta, että kaikki huoneet ovat täysin majoitettuja ja mm. lisävuoteet ovat käytössä, on Sokos Hotel Vaakuna Kouvolalla mahdollisuus majoittaa noin 354 henkilöä.

#### 4.1.1 Standard –huone



Sokos Hotels Ketjussa standard-huoneelle on annettu monipuoliset määritykset, jotka kattavat asiakkaan oleskelun aikana tarvitsemat osa-alueet huoneessa.

Määritykset:

#### Pukeutuminen

pesulapussi

pyykkiluettelo

kengänkiillotusliina

tavalliset henkarit, puiset

housuhenkarit, puiset

höyrysilitysrauta ja – lauta

ompelusetti

kokovartalopeili

matkalaukkuteline

#### Nukkuminen

sänky, jonka minimimitat

→ 100 x 210/1 hengen vuode

→ 160 x 210/parivuode

2 erikokoista tyynyä: 50x60 cm ja 60x80 cm

peite

yöpöytä, johon mahtuu vähintään aikakauslehti



päiväpeite, joka voi olla joko kokopeite tai puolipeite  
suunnattava lukuvalo  
valokatkaisija sängyn vieressä  
sähköpistoke sängyn läheisyydessä  
säädettävä ilmastointi

### Työskentely

työvalaisin  
laajakaistayhteys suurimmassa osassa huoneita  
muistilehtiö, kynä  
riittävästi pistokkeita pöydän tasolla  
puhelin  
safety box PC:lle  
pöytä vähintään 120 x 60 cm  
työtuoli

### Kylpyhuone

all over – shampoo annostelijassa  
saippua annostelija  
suihkumyssi  
hiustenkuivaaja väh. 1600 W  
seinään kiinnitettävä meikkipeili  
kasvopaperi  
WC – paperi  
hammaslasi  
kannellinen roska-astia  
kylpy- ja kasvopyyhe  
hylly kosmetiikalle  
lattialämmitys  
yleisvalo ja meikkausvalo

### Oleskelu

flat – TV, minimikoko 26”

Pay-TV –järjestelmä

kunnon yleisvalo

minibar

2 juomalasia + korkinavaaja minibarin välittömässä läheisyydessä

tupakoivien huoneissa tuhkakuppi + tulitikut

lukuvalo, tunnelmavalo

parkettilattia

roskakori

säädettävä ilmastointi

lepotuoli + pöytä

#### Asiakasinformaatio

esiteteline tai muu esitteille varattu tila

hotelli-info

kerroshoitajan tervehdys

ei saa häiritä – ovikyltti

ympäristöinfo kylpyhuoneen pyyhekoukussa

Edellä olevasta pitkästä määrityslistasta voi huomata, että asiakkaan kohtaamiin eritilanteisiin huoneessa on panostettu ja pohdittu.

#### 4.1.2 Superior –huone



Superior-huoneita koskee samat määritykset, kun standard-huoneita. Näiden määritysten lisäksi superior-huoneissa ovat seuraavat asiat:

mahdollisimman rauhallinen ja hyvä huone

(= tilava, saunallinen, hyvällä näköalalla varustettu tms.)

200 x 210 jenkkisänky tai 140 x 210 superior-sänky

tilava työpöytä, väh. 120 x 60 cm

säädettävä, ergonominen työtuoli

kunnontyövalo

vedenkeitin + kahvi/tee/kaakao/sokerit – kertakäyttöpussit + 2 suklaakonvehtia

kylpytakki + tossut

yksittäispakatut shampoo, hoitoaine, body lotion ja suihkusaippua/kylpyvaahto

1 vesipullo + pieni pussi kuivattuja hedelmiä valmiina pöydällä

### 4.1.3 Suite



Suiteissa on standard – huoneiden määrittelyn mukainen sisältö, jonka lisäksi erillismäärittelyjä ovat:

Minimikoko 40 m<sup>2</sup>

Suositus 2 erillistä tilaa: olohuone ja makuuhuone

Vaihtoehtoisesti sauna, poreamme tai höyrykaappi

200 x 210 jenkkiäänky

Ilmainen pay-TV (ei sisälly upgrade-asiakkaalle)

Vedenkeitin + lisukkeet

Kylpytakki ja tossut

henkilöhygieniatuotteiden laajennettu setti

→ shampoo, hoitoaine, suihkusaippua/kylpyvaahto,  
body lotion

→ parranajosetti

→ hammasharjasetti

→ vanity kit (pumpulipuikot + vanulaput)

Vesi + hotellikohtainen vippaus (ei sisälly upgrade-asiakkaalle) esim Avec-suklaa tai Piccolo kuohuviini

Huoneen minimihinta 200 €

#### 4.2 Kokoustilat



Sokos Hotel Vaakuna Kouvola tarjoaa erinomaiset puitteet kokousten järjestämiseen. Hotelli sijaitsee keskustassa, vain 600 m rautatie- ja linja-autoasemalta. Parkkipaikkoja hotelli vieraille on 150, joista 20 on maksullisia pistoke paikkoja.

Kokoustilat mahdollistavat kokousten, koulutusten, näyttelyiden tai juhlatilaisuuksien pitämisen. Kokoustilat vaihtelevat 8 hengen kabineteista 100 hengen kokoustiloihin. Kaikissa kokoustiloihin on nykypäivän vaatimukset varustetaso.

Peruskokousvälineisiin kuuluvat piirtoheitin, valkokangas, fläppitaulu, datatykki, kynät, lehtiöt sekä laajakaista yhteys veloitus. Tarvittaessa muita teknisiä laitteita kuten tv ja videot voidaan tilata erikseen hotellikohtaisesti. Osaava kokousisäntä/emäntä on aina käytettävissä kokouksen ajan.

#### 4.2.1 Varustemääritelmä

##### Pöydät

Tilan käyttötarkoitus määrittää ihanteellisenpöytäkoon kokous- ja bankettikäytön näkökulmasta. Ihanteellinen koko on 150 x 50 cm, jolloin kolmesta pöydästä saadaan ryhmäpöytä tai bankettipöytä kahdeksalle. Minimikoko on 120 x 50 cm.

Pöydän pintamateriaalina toimii parhaiten laminaatti helpon puhtaanapidon ja kestävyuden vuoksi. Pöydän tulee olla kevyt ja mielellään taittuvajalkainen, jotta sen siirtely ja kokoaminen kuljetusvaunuun on helppoa.

##### Tuolit

Kokoustuolin tulee olla ergonomisesti suunniteltu ja pehmustettu, jolloin siinä on hyvä istua. Tuolin ja pöydän korkeussuhteen tulee olla niin ikään ergonomisesti sopiva. Tuolien tulee olla pinottavia, jolloin niitä on helppo kasata kuljetusvaunuun.

##### AV-varusteet

###### DVD-laite

Kiinteät kaiuttimet (yli 50 hengen tiloissa)

Mikrofonit (käsi-, solmio- tai headset-mikrofoni)

###### TV

Tv ei ole välttämätön laite, jos TV-kuvaa voidaan välittää kannettavan PC:n tai datatykin kautta.

##### Esitysvälineet

Kokoustiloissa on esitysvälineinä

Dataprojektori

Fläppitaulu omilla jaloilla ja pyörillä

Valkokangas tai datakuvan heijastamiseen tarkoitettu maalattu seinäpinta

Piirtoheitin (ei tarvita kuitenkaan joka tilaan erikseen)

Suurissa kokoustiloissa on huomioitava katon minimikorkeus, jotta heijastettava kuva saadaan selkeästi istujien päiden yläpuolelle.

Muut välineet

Muihin kokousvälineisiin kuuluvat seuraavat tarvikkeet:

Pimennysverhot

Puhujapöytä suuriin tiloihin, joissa järjestetään valtakunnallisia tapahtumia

Kello, josta kokousvetäjä näkee ajan vaivatta

Logolliset pöytästandyt

Jatkojohdot: eripituisia kelattavia johtoja

Tarvikelokerikko tai lipasto, jonka sisältö on:

Kuulakärkikyniä, Kalvo- ja fläppitusseja, Pyyhekumeja, Teroitin, Viivoitin,

Rei'ittäjä, Nitoja, Klemmareita, Maalarinteippiä, Sakaset, Kalvoja, Blokkilehtiöitä,

Nenäliinoja, 2 – osainen lajitteluroskasäiliö

Muut hotellin tilat, joissa järjestetään erityyppisiä tilaisuuksia, varustellaan tilanteen luonteen ja asiakkaan tarpeen mukaisesti. Jos kyseessä on kabinettila, jossa pidetään yritysten ja yhteisöjen kokouksia, tulee siinä olla vähintään piirtoheitin ja fläppitaulu. Datatykki kuuluu perusvarusteluun. Jos kyseessä ovat perinteiseen kokous- ja ravintolatoimintaan kuulumattomat tarvikkeet, jotka joudutaan vuokraamaan ulkopuoliselta taholta, peritään niistä erillinen veloitus.

#### 4.2.2 Tilojen muotoutuminen

Kokoustiloja on Sokos Hotel Vaakuna Kouvolassa 6. Kokoustilojen yhteydessä on myös 3 tilaussaunatilaa poreammeineen 10–20 hengelle. Sokos Hotel Vaakunassa on siis mahdollista yhdistää kokous sauna-illan kanssa. Kokoukset ovat saaneet nimensä Kouvolan eri kaupungin osien mukaan.

Alla olevista kaavioista selviää millaisia pöytämuotoja on mahdollista muodostaa kokoustiloihin ja montako henkilöä tilaan mahtuu kyseisellä pöytämuodolla.

Teatteri	Luokka	U-pöytä	Diplomaatti
o o o o o	o o o o	o         o	
o o o o o	_   _	o         o	_ o _
o o o o o		o         o	o     o
o o o o o	o o o o	o         o	o     o
o o o o o	_   _	o    _ _    o	o     o
o o o o o		o  _ _ _ _  o	o  _ _  o
	o o o o	o o	
	_   _		

	Teatteri	Luokka	U-pöytä	Diplomaatti	m2
Mielakka	100	64	34	28	92
Marjoniemi	32	28	18	16	42
Kaunisnurmi	40	26	16	14	48
Käpylä	28	16	-	14	28
Kymi	-	-	-	12	18
Vahtero	-	-	-	8	11

#### 4.2.3 Kokouspalvelut

Kokousryhmän yöpyessä Sokos Hotel Vaakunassa, tarjoaa hotelli kokouksen vastuhenkilölle tai koulutuksen vetäjälle seuraavat edut:

Huone on valmiina heti saapumisajankohtana, mikäli mahdollista.

Huonetyyppi on superior- huone ilman erillistä lisämaksua ja edellyttäen, että superior- huoneita on vapaana

Kaksi alkoholitonta tuotetta on veloituksetta huoneen minibaarista.



Kokous- tai koulutuspäivän kulku käydään kokousjärjestäjän kanssa läpi hänelle parhaiten sopivana ajankohtana.

Kokoustila on käytössä tunti ennen tilaisuuden alkua.

Kokoustilan avain annetaan kokousjärjestäjän käyttöön.

Kokousjärjestäjälle ilmoitetaan puhelinnumero, josta hotellin henkilökunta on tavoitettavissa.

Kokousjärjestäjä voi luovuttaa huoneensa vasta tilaisuuden päätyttyä, kuitenkin viimeistään klo 16.00

Sokos Hotel -ketjulla on kaksi peruskokouspakettia.

#### 1 päivän kokouspaketti

Aamukahvi ja kahvileipä

Kokouslounas

Iltapäivä kahvi ja kahvileipä

Kokoustilat

Kokousvälineet

Yksi laajakaistayhteys veloitusetta käytössä

#### 2 päivän kokouspaketti

Aamukahvi ja kahvileipä

2 x Kokouslounas

2 x Iltapäiväkahvi ja kahvileipä

Kokoustilat 2 päivää

Kokousvälineet

Yksi laajakaistayhteys veloitusetta käytössä

## 5 RAVINTOLAT

Sokos Hotelli Vaakunan yhteydessä on myös ravintolapalvelut. Tällä hetkellä hotellin yhteydessä toimii ruokaravintoja ja iltaravintola.

### 5.1 Ruokaravintola

#### *Fransmanni ja Bar Fransmanni*

Fransmanni on tyyliltään suomalaisen rehevää ja mutkattoman ranskalaisella otteella ruokaa tarjoava ruokaravintola. Tarjolla olevat ruoat perustuvat Provencelaiseen keittiöön.



Fransmannin aukioloajat  
ma-pe 11–24  
la 12–24  
su ja arkipyhinä 12–23

### 5.2 Yöelämää

Sokos Hotel Vaakuna Kouvolan yhteydessä toimii Ympäristöravintoloihin kuuluvat Iltaravintolat Marilyn ja Estradi. Estradi keskittyy karaokeen ja Marilyn esiintyviin artisteihin. Iltaravintola tarjoaa kolme eri maailmaa; bilekaraokea, iskelmää ja suomipoppiä.

Keskiviikkoisin on Ladies night. Perjantaisin taas esiintyy ykkösartisteja kotimaan bile- ja poptähtientaivaalta. Lauantaina taas on Hittibileiden aika dj:n johdolla

ke 20–02, K-18

pe 22–04, K-18

la 22–04, K-20



Lisätietoja ravintoloista Ympäristöravintoloiden kotisivuilta

[www.ymparistoravintolat.fi](http://www.ymparistoravintolat.fi)

## 6 MARKKINOINTIA JA MYYNTIÄ

Hotellin palveluiden ja tuotteiden tuomiseksi asiakkaiden ja kuluttajien tarjolle vaaditaan paljon työtä. Markkinointi ja mainonta kulkevat käsi kädessä. Käytännössä mainonta on väline markkinointiin. Ilman näitä kahta osa-aluetta ei yritykseen tule myyntiä. Mainonnalla saadaan vaikutettua yrityskuvaan ja houkutelua uusia asiakkaita. Mainonnan avulla viestitään myös henkilökunnalle sen tärkeätä roolia palveluketjussa.

Markkinointikanava on yrityksen valitsema erilaisten yritysten muodostama ketju, jonka kautta tuote tai palvelu myydään markkinoille. Jakelukanavan kautta välittyy myös tieto tuotteesta. Markkinointikanavan päätehtäviä ovat: informaation hankinta, myynnin tukeminen, asiakaskontaktointiverkoston luominen ja tuotteen fyysinen jakelu. Tämän lisäksi markkinointikanava osallistuu rahoitukseen ja riskinottoon.

Kouvolan Vaakunassa markkinointikanavat voidaan jakaa esimerkiksi seuraavasti:

- ✓ nettisivut, joissa Vaakuna näkyy
- ✓ matkatoimistot
- ✓ matkanjärjestäjät
- ✓ agentit
- ✓ varauskanavat (esim. Hotelzon)

Mainontavälineitä ja myynninedistämisen kanavia ovat esimerkiksi

- ✓ lehti- ja televisiomainonta
- ✓ radio- ja suoramainonta

- ✓ toimipaikkamainonta

Hotellissa on myös sisällä mainonnan välineitä kuten

- ✓ esitelehtiset
- ✓ kupongit
- ✓ julisteet
- ✓ roll upit

### 6.1.1 Sisäinen viestintä

Ulkoisen markkinoinnin lisäksi on sisäistä viestintää. Sisäisellä viestinällä halutaan saavuttaa se, että henkilökuntaa tuntee yrityksen ja sen tarjoamat tuotteet ja palvelut. Sisäisen viestinnän käytännötoimia on esimerkiksi koulutus, palaverit, tiedonvälitys yrityksen sisällä sekä erilaiset kannustejärjestelmät. Sisäiseen viestintään kuuluu myös henkilökunnan ulkoasu sekä talon kunto, kalusteet ja siisteys.

## 6.2 Myyntipalvelu

Myyntipalvelun perustyö koostuu kolmesta pääkohdasta:

Varaukset

Myyntityö

Yhteydenpito asiakkaisiin

Myyntipalvelun tehtävänä on myydä hotelli-, kokous-, sauna- ja ravintolapalveluita sekä neuvotella niistä. Myyntipalvelu tekee varauksia, tarjouksia ja vahvistuksia.

Myyntipalvelun aukioloajat ovat ma-pe klo 8:00–16:00.

Vaakunan myyntipalvelussa työskentelee kaksi koko-aikaista myyntisihteeriä ja yksi osa-aikainen myyntineuvottelija. Myyntineuvottelija hoitaa myös uusien asiakkaiden hankintaa, kanta-asiakas- ja yritysasiakasreksiteriä. Tehtäviin kuuluu myös

Kouvolan Sokos Hotel Vaakunan edustaminen erilaisilla messuilla ja myyntipäivillä.

### 6.2.1 Myyntisihteeri

Kokous-, ravintola-, ja ryhmämyynnissä työ on puhelimitse, sähköpostitse ja asiakstapaamisissa tapahtuvaa aktiivista myyntityötä, jossa myyntisihteerit selvittävät asiakkaiden tarpeet ja toiveet sekä etsivät heille parhaat mahdolliset ratkaisut valikoimasta.

Työhön liittyy paljon vastuuta, myynnin prosessin seuranta ja ylläpitämistä, yhteydenpitoa asiakkaisiin ja yksiköihin sekä järjestelmien ylläpitoa. Myyntisihteerin tulee pystyä käsittelemään useita erilaisia työtehtäviä, joten oman työn organisointi ja kyky asettaa asiat tärkeysjärjestykseen on tärkeää.

Ystävällisyys, palveluhalukkuus, kehittymishalu sekä hyvä paineensietokyky ovat tässä työssä tarvittavia ominaisuuksia. Operatiivinen kokemus hotelleista ja /tai ravintoloista ja/tai kokouksista on tärkeää, jotta ymmärtää myyntityön vaikutukset asiakkaan kokemukseen.

Myyntisihteerin työssä olevan tulee osata keskustella asiakkaan toiveista ja tarpeista ja sen pohjalta tarjota asiakkaalle hänelle parhaiten soveltuvaa vaihtoehtoa. Pääsääntöisesti myyntisihteeri on yleensä asiakkaan ensimmäinen kontakti yritykseen. Työ on usein kiireistä, joten hyvä paineensietokyky on välttämätön.

Työssä tulee hallita tietotekniikan osalta perusohjelmien (MS Office) lisäksi hotellissa käytössä oleva hotelli- ja tilausvarausjärjestelmä. Kielitaitovaatimuksena on vähintään suomi ja englanti, eduksi katsotaan ruotsin, saksan ja/tai venäjän osaaminen.

### 6.3 Markkinoille vakiintuneet vapaa-ajan majoituspaketit

Jokaisella hotellilla on omat vakiintuneet paketit, jotka sisältävät esim. majoituksen ja lisäaktiviteettejä, pääsylippuja tms.

#### 6.3.1 Tykkimäki –majoituspaketti

Tykkimäki majoituspaketti on voimassa toukokuusta elokuuhun, silloin kun huvipuisto on avoinna.

Paketti sisältää: majoituksen (2 aikuista + 1-2 lasta lisävuodesohvalla), aamiaisen, asukassaunan ja 2 ranneketta (yli120cm) Tykkimäen huvipuistoon.

Vuonna 2009 paketti hinta alkaen 136€/perhe/vrk/2hh:ssa.

Tykkimäki on Kouvolassa sijaitseva huvipuisto. Tykkimäki on turvallinen ja siisti, kodinomainen huvipuisto. [www.tykkimaki.fi](http://www.tykkimaki.fi)

#### Golf -majoituspaketit

##### Koski-Golf- Kymijoen kaunis kenttä

Golfkeskus sijaitsee Kymijoen rannalla. Par73 kenttä, jossa on draivitilaa runsaasti, mutta griineille tulot haastavat kokeneemmankin. Maaston luonnolliset korkeuserot, sijainti vesistön äärellä ja alkuperäiset metsiköt mahdollistavat toimivan kokonaisuuden. [www.koskigolf.fi](http://www.koskigolf.fi)

##### Iitti Golf- uljas tulokas maalaismiljöössä

Kausalassa sijaitseva Niskaportin kenttä on kahden vesistön välissä sijaitsevan perinnetilan idylliseen maisemaan suunniteltu kenttä. Väylien nykyaikainen muotoilu tuo haastetta peliin. Kaikki 18 väylää on avattu 2006 ja tehty miellyttäväksi kaiken-  
tasoisille pelaajille. [www.iittigolf.fi](http://www.iittigolf.fi)

Pakettien hinnat:

Yksi kenttä, yksi yö alk. 73€/hlö/vrk/2hh:ssa

Kaksi kenttää yksi yö alk. 108,50/hlö/vrk/2hh:ssa

Kaksi kenttää, kaksi yötä alk. 141€/hlö/2vrk/2hh:ssa



Kaikki hinnat sisältävät majoituksen uudistetussa ilmastoidussa huoneessa, aamiaisen, asukassaunan ja green feen paketin mukaan.

Tiedustelut ja varaukset kaikkiin paketteihin myyntipalvelusta puh. 020 1234 650 tai [vaakuna.kouvola@sokoshotels.fi](mailto:vaakuna.kouvola@sokoshotels.fi), avoinna ma-pe klo 8-16 (kesäaikana klo 9-16).

Alkaen-hinnat ovat S-ryhmän asiakasomistajakortilla, muille lisätään 9€/huone/vrk. Hinnat vaihtelevat valitsemasi päivän mukaan, tarkista hinta varausta tehdessäsi.



### 6.3.2 Teatteri –majoituspaketti

Majoituspaketti on voimassa Kouvolan teatterin syys- ja kevätnäytäntökaudella.

Paketti sisältää: majoituksen, aamiaisen, asukassaunan, 2 lippua valittuun teatteri-esitykseen, 1 käsiohjelman /huone sekä Fransmanni-ravintolan jälkiruokatarjouskupongin ”2 yhden hinnalla”. Mukaan laitetaan myös teatterimenu illallisehdotukseksi ja Kouvolan kartta. Lisäksi teatteripaketilla majoittuvia muistetaan hotellipäällikön

terveydyksellä ja myöhäisellä huoneen luovutuksella lähtöpäivänä varaustilanteen salliessa.

Vuonna 2009 paketti hinta alkaen 112€/2hlö/vrk.

### 6.3.3 Avec –majoituspaketti



Majoituspaketti on voimassa ympäri vuoden. Paketti sisältää: majoituksen, aamiaisen, asukassaunan, suklaata ja kuokuviinin (0,375l, 12 %)

Lisäksi avecpaketilla majoittuvia muistetaan hotellipäällikön terveydyksellä, myöhäisellä huoneen luovutuksella lähtöpäivänä varaustilanteen salliessa.

Huonessa hemmottelua varten kylpytakit – ja tossut.

Vuonna 2009 paketti hinta alkaen 105€/2hlö/vrk.

### 6.3.4 Hää –majoituspaketti



Majoituspaketti on voimassa ympäri vuoden.

Paketti sisältää: majoituksen aamiaisen huoneeseen tarjoiltuna asiakkaan haluamana ajankohtana, asukassaunan, suklaarasian ja kuohuviinin (0,375l, 12 %). Hääparia muistetaan myöhäisellä huoneen luovutuksella lähtöpäivänä varaustilanteen salliessa.

Vuonna 2009 paketti hinta alkaen 114€/2hlö/vrk standart-huoneessa.



## 7 ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA TURVALLISUUS

Kuten muillakin aloilla, myös hotelli bisneksessä, laatua on valvottava tarkasti, jotta asiakastyytyväisyys pystytään takaamaan ja täyttämään tuotteille ja palveluille määritellyt vaatimukset. Laadunvalvonta asiakkaan näkökulmasta katsottuna, takaa se, että hotelli ja sen tuottamat palvelut täyttävät ketjun ja hotellin määritellyt tasot, niin laadun kuin tuotteiden osalta.

Hotellinjohdon ja työntekijöiden näkökulmasta katsottuna laadunvalvonnalla pystytään pitämään standardeista kiinni, henkilöstö valppaina ja tuoda esiin mahdolliset ”puutteelliset” osa-alueet ja kehityskohteet.

Esimerkki kerroshoidossa tapahtuvata laadun tarkkailusta

Tässä esimerkkiä, miten liinavaatteiden laatua valvotaan: Kerroshuollon laadunvalvonta tapahtuu jokaisen kerroshuollon työntekijän toimesta. Jokaisessa työvuorossa katsotaan peittojen, tyynyjen, liinavaatteiden ja sijauspatjojen olevan kunnossa. Virheellisiä petivaatteita tai liinavaatteita havaitessa ne poistetaan välittömästi käytöstä. Sokos Hotel Vaakuna saa viallisista petivaateista ja liinavaatteista hyvityksen liinavaatetoimittajaryitykseltä Comfortalta.

Asiakaspalautteet ja niiden käsittely

Asiakaspalautteet ovat tärkeä osa hotellin kehittämisen ja asiakkaiden tyydyttämisen kannalta. Asiakaspalautteen kysymyksien tulee tuoda esiin olennaisia seikkoja yrityksestä. Asiakkaiden innostusta lisää erilaiset houkuttimet, esimerkiksi palkinnot. Jotta saataisiin informaatiota palautteista, on niistä tehtävä johtopäätökset, eli analyysit.

Asiakastyytyväisyyden kannalta jatkuva tiedon kerääminen on tärkeää. Asiakkaan antaessa palautetta, tulee siihen suhtautua vakavasti. Tällöin asiakas saa kuvan, että hänestä välitetään.

Hotellissa asiakaspalautetta saadaan myös luonnollisessa asiakaspalvelutilanteessa. Asiakkaalta kysytään esimerkiksi lähtiessä kuinka hän viihtyi ja maistuiko illallinen.

Tällä tavoin asiakas antaa välitöntä palautetta. Tällä tavalla hotelli saa myös negatiivisen palautteen heti ja asiaa päästään korjaamaan välittömästi. Tällä tavoin hotelli välttyy negatiivisen viestin välittämiseltä ulkomaailmaan. Negatiiviseen palautteeseen tulee paneutua ja syy selvittää. Korjaustoimenpiteet viedään aina loppuun asti.

Kirjallisesti tullut palaute hoidetaan heti puhelimen välityksellä, jos se on vaan mahdollista. Kirjalliseen palautteeseen voidaan vastata takaisin myös kirjallisesti. Kirjallisesti ei voida kuitenkaan antaa välitöntä palautetta, koska tällöin virkailija ei pääse kokemaan asiakkaan reaktiota.

#### 7.1.1 Sokos Hotel Vaakuna Kouvolan asiakaspalaute

Kouvolan Vaakunassa asiakaspalautteen käsittely on jokapäiväistä toimintaa. Vastaanottovirkailijat ottavat asiakaspalvelu tilanteessa niin reklamaatiot, kuin positiiviset palautteet vastaan. Asiakkailta kysytään heidän viihtymisestä sekä hotellissa asuessa että check-out tilanteessa. Asiakkaalle annetaan näin mahdollisuus antaa palautetta vaivattomasti ja välittömästi.

Vastaanottovirkailijat tekevät tarvittavat toimenpiteet heti paikan päällä, heille suoduin oikeuksin. Jokaisessa tilanteessa asiakkaalle annetaan mahdollisuus ottaa yhteyttä hotellipäällikköön tai hotellinjohtajaan. Hotellipäällikölle tai -johtajalle voidaan välittää asiakkaan halutessa yhteydenottopyyntö asiakkaan haluamalla tavalla.

Päivittäiset asiakaspalautteet tapahtuvat sähköpostitse, puhelimitse, kasvotusten, internet sivujen kautta sekä asiakaspalautekortilla, joka sijaitsee jokaisessa huoneessa. Puhelimella tuleviin sekä kirjallisiin palautteisiin vastaa päivittäin hotellijohdaja, hotellipäällikkö ja vastaanoton vuoropäällikkö, ravintoloissa näiden yksiköiden omat ravintolapäälliköt.

### 7.1.2 Secret Visitor

Tässä laadunvalvonnan muodossa hotellissa vierailee ”tarkastaja” asiakkaan roolissa henkilökunnan tietämättä. Tarkastajan tarkoituksena on valvoa ja arvostella toimitaanko asiakaspalvelutilanteissa ketjun/toimipisteen määritelmien mukaisesti sekä sisältääkö tuotteet kaiken sen mikä on luvattu. Esim. onko huoneessa kaikki määritelmien mukaisesti, täyttäväkö aamupala kriteerit, toimitaanko/kerrotaanko vastaanotossa kaikki tarvittavat tiedot, jotka on etukäteen määritelty. Secret Visitorin käynnistä hotelli saa palautetta hyvistä ja kehitettävistä osa-alueista konseptin toteutumisen näkökulmasta. Näin on mahdollisuus kehittää toimintaa ja palvelun laatua

### 7.1.3 Ympäristöystävällisyys

Nykypäivän matkustajalle on tärkeää majoittumiskohdetta valittaessa hotellin ympäristöystävällisyys. Suurin osa matkustajista kiinnittää huomiota siihen kuinka ympäristöystävällinen hotelli on. Kestävä kehitys on nykypäivän matkailussa jo arkipäivää. Ympäristöasioiden huominen myös vaikuttaa laatuun ja sen välttämättömään valvomiseen. Sokos Hotel Vaakuna Kouvolakin haluaa tehdä oman osansa ympäristön hyväksi. Näillä seuraavilla seikoilla Sokos Hotel Vaakunakin pistää kortensa kekoon ympäristöystävällisemmän maailman rakentamiseen: Kolmannessa osassa huoneita sähkö toimii kortilla. Sähköt toimivat ainoastaan asiakkaan ollessa huoneessa.

- Koko talossa kierrätetään.
- Kokousteroissa ja vastaanotossa lajitteluroskikset.
- Sokos Hotel Vaakuna Kouvolan remontit on toteutettu kestäväällä materiaalilla.
- Aamiaisella ei käytetä mitään kertakäyttötavaraa.
- Muoviroskan määrä pidetään minimissä.
- Asiakkaan asuessa pidempään hotellissa, hän asettaa likaiset pyyhkeet kylpyhuoneen lattialle merkiksi kerrossiivojalle, että haluaa pyyhkeet pestäväksi. Näin välttyään turhalta puhtaiden pyyhkeiden pesemiseltä ja säästetään vettä

ja sähköä. Asiakas voi myös sopia, ettei hänen vuodevaatteitaan vaihdeta joka päivä.

## 7.2 Turvallisuus

Sokos Hotel Vaakuna Kouvolassa toimiva turvallisuus on tärkeä seikka. Jotta, turvallisuus asioista on saatu toimivia, on se vaatinut erilaisia toimenpiteitä. Vaakunassa esimiehet ja johto on hyvin sitoutunut turvallisuusseikkoihin. Turvallisuusseikat on organisoitu hyvin. Hotellin henkilökunta on hyvin koulutettua ja perehdyntä turvallisuus asioihin. Turvallisuusasioita pidetään jatkuvasti ajan tasalla, toimenpiteitä harjoitellaan tasaisin väliajoin erilaisissa koulutuksissa ja uudet työntekijät perehdytetään kunnolla ja perusteellisesti. Jokaisen vakituiseen ja pidempiaikaiseen määräaikaan työsuhteeseen kuuluvan työntekijän on suoritettava S-ryhmän Turvapassi, mikä sisältää mm. hätäensiavun ja palontorjuntakoulutusta.

Asiakas käyttää palveluita jotka hän kokee turvalliseksi. Hotelleissa turvallisuuteen sisältyy monta erilaista uhkatekijää, niitä voivat olla mm. asiakkaiden sairauskohtaukset, varkaus, näpistys, petos, uhkailut ja väkivaltaisuus, väärennökset, maksuvälineiden väärinkäyttö, prostituutio, tietoyhteyksien sabotointi ja tulipalo.

Vaaratilanteiden hoitaminen ja ennaltaehkäisy saadaan taattua ammattitaitoisella henkilökunnalla sekä tiettyjen toimintamallien mukaan toimimalla. Hotelleissa tulee olla turvallisuussuunnitelma, joka luo perustan toimenpiteille. Turvallisuussuunnitelman avulla voidaan perehdyttää uudet työntekijät, se toimii myös suojelejohtajan ohjekirjana. Asiakkaalle sattunut onnettomuus, joka johtuu yrityksen laiminlyönnistä, voi johtaa korvausvelvollisuuteen.

Hotelleissa liikkuu runsas määrä ihmisiä. Tämä antaa rikollisille mahdollisuuden soluttautua turistien joukkoon. Terrorismi on ollut myös hotellien vaarana, kuitenkin vain lähinnä ulkomailla. Turisteille on yleensä mukanaan mm. rahaa, luottokort-

teja, kamera ja vaatteita, tämä vetää rikollisia puoleensa. Päihteitä käyttävä turisti altistuu enemmän rikollisuuden uhriksi.

### 7.2.1 Turvallisuuden takaaminen

Sokos Hotel Vaakuna Kouvolassa on käytössä hiljainen vartiointi, joka tarkoittaa näkymättömiä kameroita. Kameran tallentavat tietoa koko ajan, joka kulmasta. Vartiointia hoidetaan myös näkyvästi, jolloin vartijat ja järjestyksenvalvojat ovat ihmisten nähtävissä.

Asiakkaan eikä myöskään henkilökunnan tietoja anneta ulkopuolisille asiakkaille, eikä niistä puhuta muiden asiakkaiden kuullen. Tietokonepäätteille ei pääse ulkopuolisia ihmisiä. Matkustajakorttitiedot ovat vain henkilökunnan ja virkavallan nähtäväksi. Tallelokeroita suositellaan asiakkaille, joilla on arvokasta tavaraa mukanaan. Tallelokerot ovat lukollisia ja ne sijaitsevat vastaanoton yhteydessä. Maksuvälinerikokset ovat harvinaisempia hotelleissa. Hotellien maksupäätteet ovat suunniteltu niin, että ne ilmoittavat jos kortti on varastettu. Henkilökunta on myös velvollinen tarkistamaan, että maksukorttia käyttävä henkilö on sama henkilö kuin joka kortin omistaa. Myöskään katteettomalla kortilla ei voida maksaa hotellissa. Setelien, valuuttojen, matkasekkien ja muiden arvopapereiden tarkistamiseen hotelleilla on olemassa erilaisia aitouden tarkistimia. Henkilökunta hävittää kaikki jätöpaperit silppuamalla. Toimilla turvataan, etteivät asiakkaan tiedot joudu väärin käsiin.

Hotellihuoneen avaimia ei anneta ulkopuolisille. Vain huoneeseen kirjatuilla henkilöillä on oikeus saada hotellihuoneen avaimia. Hotellihuoneen avaimien määrä on jatkuvasti henkilökunnan tiedossa, ja tarvittaessa vanhat hävitetään ja uudet tehdään tilalle. Hotellin yleisavaimiin ei ole ulkopuolisilla mahdollisuutta päästä käsiksi.

### 7.2.2 Tietoturva

Tietoturvan vuoksi hotelleilla on käytössä sovellusohjelmistoja. Turvallisuutta taataan erilaisilla kulunvalvonta ja videovalvonta laitteilla. Tietoturva taataan myös varausjärjestelmissä, kirjanpidossa, maksuliikenteessä ja kirjeenvaihdossa.

Sisäiset riskit ehkäistään henkilökunnan riittävällä huolellisuudella ja tiedolla. Henkilökunta ei ikinä jätä lojumaan salasanoja tai käyttäjätunnuksia ulkopuolisten nähtäville. Kaikesta otetaan varmuuskopioita ja järjestelmistä ei puhuta kellekään ulkopuoliselle henkilölle. Ulkopuoliset riskit johtuvat tietokonelaitteistojen rikkoutumisesta. Rikkoutumisia voi aiheutua erilaisista tietokoneviruksista tai tietomurroista. Nämäkin estetään tehokkaalla suunnittelulla, työntekijöiden koulutuksella ja virustentorjuntaohjelmilla. Jokainen työntekijä on allekirjoittanut salassapitovelvollisuusasiakirjan.

### 7.2.3 Paloturvallisuus

Hotellin henkilökunta on koulutettu toimimaan hätätilanteessa tehokkaasti. Jokainen työntekijä harjoittelee ja kouluttautuu mahdollisen tulipalon varalta. Työntekijät perehtyvät hyvin turvallisuussuunnitelmaan. Henkilökunta osaa käyttää alkusamuttimia, opastaa asiakkaat hätäpoistumisteille ja tehdä hätäilmoituksen. Henkilökunta on tietoinen heidän vastuusta asiakkaiden turvallisuutta kohtaan.

Sokos Hotel Vaakuna Kouvolassa on jokaisessa hotellihuoneen ovesa kartta, josta on nähävissä lähin hätäuloskäynti. Hätäuloskäynnit ovat käytävillä merkattu vihreällä valolla. Hotellissa on palohälytysjärjestelmä. Jokaisessa huoneessa on palohälytin, sekä myös käytävillä ja kaikissa muissa hotellin asiakastiloissa. Vastaanotosta henkilökunta näkee mistä huoneesta hälytys tulee. Henkilökunta voi lähettää asiakkaalle viestin television välityksellä hälytyksen laadusta, kyse voi olla oikeasta palosta, harjoituksesta tai väärästä hälytyksestä. Tulipalon sattuessa, hälytys menee automaattisesti palolaitokselle ja Kouvolan Palolaitoksen sijaitessa vain muutaman minuutin päässä, he pääsevät paikalle erittäin nopeasti ja antavat tämän jälkeen henkilökunnalle tarkemmat toimintaohjeet.

## 8 HOTELLIJOHTAJAN HAASTATTELU

Haastateltavana oli Sokos Hotel Vaakuna Kouvolan Hotellinjohtaja Arttu Salmi. Haastattelulla kartoitettiin majoitusalan tämänhetkistä tilannetta, nykyinen taloustilanne huomioiden syyskyssä 2009, sekä katsahtaa tulevaisuuden visioita.

Arttu Salmen historia S-ryhmässä ja tämän hetkinen asema:

”Tulin vuonna 1994 töihin S-ryhmään Sokos Hotel Vaakunaan Joensuussa. Tuolloin työskentelin hotellin iltaravintolassa, sekä vastaanotossa. Vuodet 1994-2004 työskentelin Sokos Hotelleissa Joensuussa, Porissa sekä Lahdessa. Pääasiassa ravintoloissa.”

”Kouvolassa olen työskennellyt elokuusta 2007. Toimin Osuuskauppa Ympäristössä toimialajohtajana vastaten osuuskaupan matkailu- ja ravitsemistoimialasta. Toimin myös Sokos Hotel Vaakunan hotellinjohtajana.

Hotellimaailmassa tietojen sekä osaamisen päivittäminen ja kouluttautuminen on ensiarvoisen tärkeätä jotta osataan vastata alan uusiin tuuliin, siitä kysyttäessä Arttu Salmi luonnehti ketjun tilannetta: ”Ketju antaa paljon tietoa S-ryhmän ja Sokos Hotels ketjun tavoitteista ja ”uusista tuulista”. Ketjuun kuulumisen ei jätä varaa sooloilulle vaan kaikki on hoidettava mahdollisimman hyvin. Tieto ja osaaminen välittyy kilpailijatietona, sekä ”best practises” käytäntöä seuraamalla. Ketjun yksi hyvä puoli on tiedon jakaminen ja standardien luominen ja mittaaminen. Vertailemme myös paljon tietoja ja kokemuksia kollegoiden kesken. Vaikka osa työstä onkin tunnuslukujen analysointia, on oma fokukseni enemmän aina tulevaisuudessa ja siinä, miten voisimme palvella paremmin asiakkaitamme ja saada tätä kautta kauppaa lisää. Palvelualtis ja kehittyvä henkilökunta on tässä avainasemassa!”

Lähivuosina taloudenlaantuma on vaikuttanut kaikkeen kuluttamiseen ja

kulutuskäyttäytymiseen, majoitusala ei ole poikkeus. Taloustaantuma vaikuttaa myös Kouvossa: ”Alueelliset erot ovat suuria, mutta paikallisesti Kymenlaaksossa on näkynyt. Kuluva vuosi on ollut majoituksen kan-

nalta erittäin raskas. Käyttöaste tulee tippumaan reilusti, kuten tätä kautta myös huonetuotot. Majoitus on volyymibisnestä...”

Laantumaan osataan varautua käytännötoimin Kouvolankin yksikössä: ”Tällä hetkellä varovaisuutena, positiivisena sellaisena, mutta myös tehokkuuden hakemisella. Tarkoittaa työtuntien supistamista ja joidenkin hankintojen / investointien siirtämisellä tulevaisuuteen.”

Tulevaisuutta tutkailemasa. Arttu Salmella on oma visionsa hotellimaailman

kehityksen suunnista: ”Kun laatu ja hinta kohtaavat, palvelulle on aina kysyntää. Kilpailua alalle tulevat tuomaan halpohotelliketjut. Hotellimaailman revenue-ajattelu antaa rohkeille toimijoille mahdollisuuden menestyä hyvinkin. Kiireisessä maailmassa pitäisi myös osata pysähtyä. Hyvinvointi on tulossa pienellä viiveellä myös Suomeen ja hotelleihin. Ehkä muutaman vuoden päästä sitä osataan jo vaatia ja ollaan valmiita maksamaan hyvinvointipalveluista.” Tulevaisuuden trendeiksi Salmi katsoo seuraavat: ”Vaivattomuus, helppous, hotellipalveluiden ”tuunaus” ja hyvinvointi.”

Siinä yleisesti, mutta miten sitten Sokos Hotel Vaakuna Kouvolassa. Tämän

vuoden asiakasryhmä muutoksista kysyttäessä ja majoitusmääristä kysyttäessä, luonnehti Arttu Salmi tilannetta seuraavanlaisesti: ”Ryhmäkoko on pienentynyt, viipymää ei juurikaan ole, kokousasiakkaat ovat pitäneet paljon päiväkokouksia. 2009 vuonna oli 9000 majoittujaa vähemmän kuin vastaavana aikana vuonna 2008. Tämä on vaikuttanut erittäin paljon myös ravintola Fransmannin myyntiin.”

Tulevaisuuden panostuksen kohteet ja käytännötoimenpiteet ovat ajankohtaisia. Mihin panostetaan? ”Oikea vastaus on kaikkiin. Ensisijaisesti kokousasiakkaat, ryhmät ja kotimainen vapaa-aika.” Ja miten? ”Palveluiden paketoimisella (Vaakunassa hyvänä esimerkkinä mm; Tykkimäki, Golf, kokouspaketit ), hinta määräytyy kysynnän mukaan.”



Lopuksi kysimme millaisilla toimilla pyritään tulevaisuuden trendeihin vastata ja mikä on Vaakunan tulevaisuuden visio? ”Paikat kuntoon. Markkinointireferenssejä käyttäen. Hinnoittelu kuntoon. Hyvinvointiin panostaminen. Sokos Hotel Vaakuna on loistavien liikuntayhteysien varrella oleva Suomen parhaisiin palvelultaan, tiloiltaan ja ohjelmaltaan kuuluva kokoushotelli ja koko perheen suosikki !!!”