



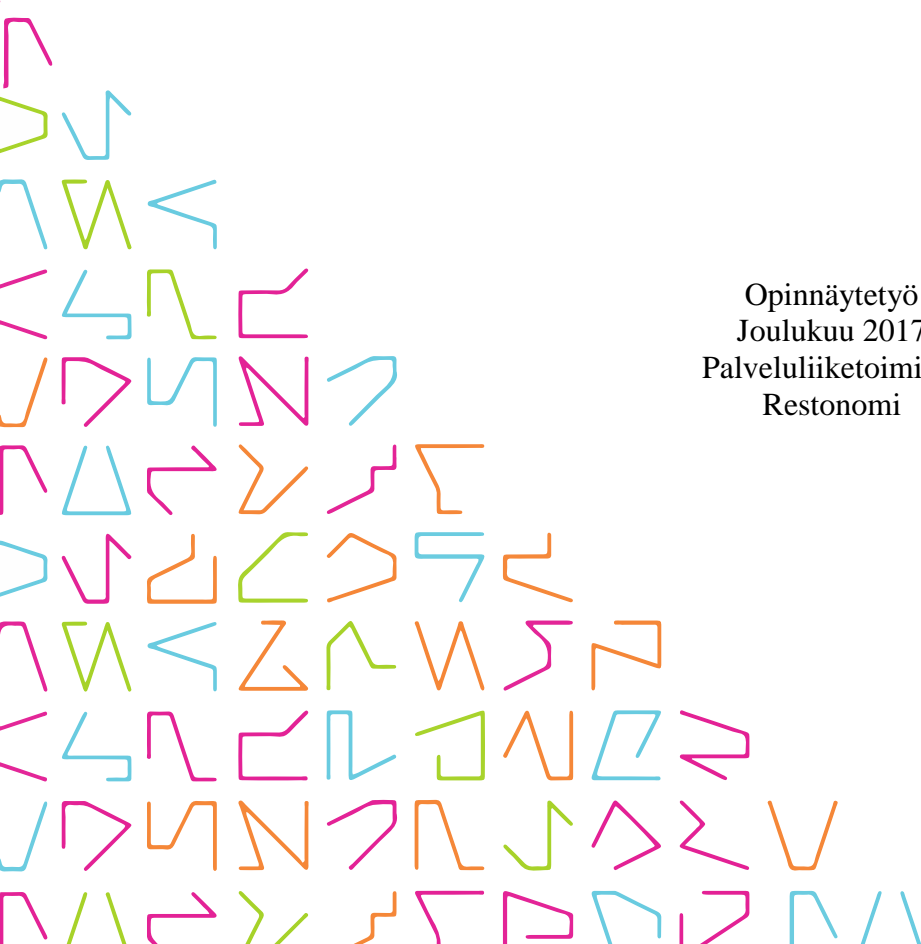
TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

KOKOUSTILAN KEHITTÄMINEN

Case: Jatsi, Scandic Pori

Kuisma Hanna

Opinnäytetyö
Joulukuu 2017
Palveluliiketoiminta
Restonomi



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Palveluliiketoiminta
Restonomi

KUISMA HANNA:
Kokoustilan kehittäminen
Case: Jatsi, Scandic Pori

Opinnäytetyö 52 sivua, joista liitteitä 6 sivua
Joulukuu 2017

Tämä opinnäytetyö käsittelee Scandic Hotels Oy, Porin yksikön kokoustilan kehittämistä. Kesällä 2016 Scandic Hotelli Porin ravintolaa laajennettiin kokous- ja juhlatila Jatsilla, minkä päätarkoitus on toimia kokous- ja juhlatilana, sekä lisätilana aamiaisella ja iltatarjoilun yhteydessä. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kehittää kokous- ja juhlatila Jatsia

Tarkoituksena oli selvittää, miten asiakkaat kokevat kokous- ja juhlatila Jatsin käytettävyyden kannalta ja minkälaisina he ravintolan palveluja pitävät. Lisäksi huomioitiin ravintolan henkilökunnan mielipiteet laajennuksen toimivuudesta ja miten heidän näkökulmastaan laajennusta voisi kehittää. Tutkimustulosten avulla voidaan lisätä laajennuksen monipuolisempaa käytettävyyttä ja helpottaa asiakkaiden sekä henkilökunnan asioimista tilan rajaamissa olosuhteissa.

Tutkimus suoritettiin kvalitatiivisella menetelmällä, avoimen tarinan avulla, koska määrällisellä menetelmällä toteutettu tutkimus on hankala kuvata vastaajien tunteita ja henkilökohtaisia ajatuksia. Avointa tarinaa täydennettiin myös havainnoinnin, henkilökunnan haastattelujen ja asioimisen helppouden indeksin avulla. Tällä keinolla pyrittiin saamaan mahdollisimman reliabiliteettinen tutkimustulos, jonka pohjalta kehitysehdotukset voidaan muodostaa.

Tutkimuksessa selvisi, että asiakkaat arvostavat palvelua ja sen sujuvuutta. Tuloksista käy myös ilmi, että Scandic Porin työntekijöiden ennakkokäsitykset asiakkaan palvelun sujuvuudesta eivät kohdanneet asiakkaiden vastausten kanssa. Asiakkaat kokivat tutkimuksen perusteella kokous- ja juhlatila Jatsin ja sen oheispalvelut pääosin positiivisesti, joten kehittämisellä pienillä osa-alueilla voidaan tuoda lisäarvoa palveluun.

Tutkimuksen tulokset eivät ole yleistettävissä Scandic Hotels Oy:n muihin hotelleihin ja niiden kokouspalveluihin. Tutkimuksen menetelmät sen sijaan ovat sovellettavissa asiakaskokemuksen ja aistien tutkimisessa erilaisissa ympäristöissä.

Asiasanat: kehittäminen, asiakaskokemus, palvelu

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Hospitality Management

KUISMA, HANNA:
Improving the Conference Room
Case: Jatsi, Scandic Pori

Bachelor's thesis 52 pages, appendices 6 pages
December 2017

The target of this thesis was the conference room Jatsi, which is in Scandic Pori and it is run by Scandic Hotels Oy. In June 2016, Scandic Pori renovated a new conference room and the main purpose of Jatsi is to be a conference room, but also to be additional space for breakfast and evening services.

The purpose of this thesis was to study how the customers experience the usability of Jatsi and how the service was regarded. The opinions of the personnel in Scandic Pori were also considered in this thesis along with customer experience.

The data were collected with qualitative methods. The main method was an open story which was completed with observing, the index of serving and interviews. The results of using these methods were combined to get the most reliable perception of the status quo.

It was found that customers appreciate good service and the easiness of it. The results also showed that the preconceptions of Scandic Pori's personnel did not meet with the customer's point of view. The customers did experience Jatsi and its sideline products mainly positive.

The findings are not generalized to the other Scandic Hotels and their meeting services. Although the results are not generalized, the methods used in this study can be adapted in different kinds of surroundings.

Key words: improvement, customer experience, service

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TUTKIMUS	6
	2.1 Opinnäytetyön rakenne	6
	2.2 Tutkimuksen kulku	7
	2.3 Scandic Hotels Oy, Pori.....	8
3	ASIAKKAAN PALVELUKOKEMUS	10
	3.1 Asiakaskokemus	10
	3.2 Palvelun laatu.....	12
	3.3 Aistien merkitys kokemuksen muodostumisessa	16
	3.4 Asiakaskokemuksen kuvaaminen palvelumuotoilun avulla.....	20
	3.5 Palautteen merkitys.....	21
4	KEHITTÄMISEN MENETELMÄT JA TOTEUTUS.....	22
	4.1 Avoin tarina	22
	4.2 Haastattelut	23
	4.3 Havainnointi.....	25
	4.4 Asioimisen helppouden indeksi	26
5	TULOKSET	27
	5.1 Avoin tarina	27
	5.2 Haastattelut	31
	5.3 Havainnointi.....	33
	5.4 Asioimisen helppouden indeksi	35
6	TULOSTEN YHTEENVETO JA KEHITYSEHDOTUKSET.....	37
	6.1 Tulosten yhteenveto	37
	6.2 Kehitysehdotukset.....	40
7	POHDINTA.....	43
	LÄHTEET.....	45
	LIITTEET	47
	Liite 1. Avoin tarina	47
	Liite 2. Haastattelurunko	48
	Liite 3. Avoimen tarinan sanojen luokittelu.....	49

1 JOHDANTO

Asiakkaan tarpeet määrittävät kokous- ja juhlapalveluiden vaatimustason. Kokous- ja juhlapalvelut ovat kasvava ala, jolloin jokainen yritys myy omia toimitilojaan kokous- ja juhlaikäyttöön. Tarjonnan ollessa laaja, tulee tilojaan myyvän yrityksen olla tietoinen asiakkaan toiveista ja pysyä ajan tasalla, mitä heidän kohdeasiakkaansa olettavat palvelujen sisältävän.

Opinnäytetyön tutkimuskohteena on Scandic Hotels Oy, Porin (myöhemmin Scandic Pori) ehdotuksesta kokous- ja juhlatila Jatsin (myöhemmin Jatsi) kehittäminen asiakaskokemuksen parantamiseksi. Palvelun laatu ja tavoitettavuus sekä näiden kokeminen ja aistiminen ovat asiakasnäkökulmassa tässä opinnäytetyössä. Tutkimus suoritettiin kvalitatiivisella menetelmällä avoimen tarinan avulla, jolloin vastaajan ajatuksien ja tunteiden kuvaaminen on mahdollisimman laaja. Avoimen tarinan lisäksi käytettiin havainnointia ja henkilökunnan haastatteluja, jotta tutkimustuloksen reliabiliteetti on mahdollisimman korkea.

Scandic Pori sijaitsee Porin keskustassa, kävelymatkan etäisyydessä linja-autoasemasta sekä rautatieasemasta. Scandic Pori saneerattiin täysin vuonna 2012 jolloin ravintola, keittiö ja hotellihuoneet remontoitiin täysin ja yökerho, Down Under, lopetettiin ja tilalle remontoitiin uudet kokoustilat. Tämän remontin yhteydessä jätettiin eri isännöitsijän alla toimiva kiinteistön osa Scandic Porin toiminnan ulkopuolelle. Neljä vuotta myöhemmin remontista, tila päätettiin ottaa takaisin Scandic Porin toimintaan ja tilasta muodostettiin seitsemäs kokoustila tuolloin vuonna 2012 rakennettujen kokoustilojen lisäksi.

Tila on uusi ja siisti. Se soveltuu kokoustilan käytön lisäksi myös pieniin järjestettäviin juhlatilaisuuksiin. Tilan monikäyttöisyyden vuoksi sen kehittäminen ja kehitysideat tulevaisuutta varten ovat avainasemassa hyvän asiakaskokemuksen luomisessa. Tila on uusi ja lisäys vanhaan kokouskonseptiin, joten ajankohta sen kehittämisehdotuksille on otollinen, jotta kehitykseen päästään mukaan jo alkuvaiheessa.

2 TUTKIMUS

2.1 Opinnäytetyön rakenne

Tässä luvussa kerrotaan tämän opinnäytetyön rakenteesta, tutkimuksen kulusta ja tutkimuksen tilaajasta, Scandic Porista. Tutkimuksen kulussa selvitetään tutkimusongelma, tutkimuksen tavoitteet sekä tutkimusmenetelmien valinta. Kolmannessa luvussa käsitellään asiakaskokemusta, palvelun laatua ja miten asiakas muodostaa palvelukokemuksen. Lisäksi selvennetään palautteen antamisen merkitystä palvelun kehittämisessä sekä esitellään palvelumuotoilun keinoja.

Neljännessä luvussa kuvataan kvalitatiivisten menetelmien avulla kerätty aineisto ja kerrotaan, miten niitä käytettiin tutkimuksessa. Tutkimuksen lähtökohtana oli Scandic Porin henkilökunnan mielipiteet Jatsin toimivuudesta, sen liitettyä kokouskonseptiin neljä vuotta saneerauksen jälkeen. Tutkimusmenetelminä olivat asiakkaiden havainnointi ja Anne Kalliomäen (2014, 85) käyttämä avoin tarina. Näitä tutkimusmenetelmiä syvennettiin henkilökunnan haastatteluilla sekä asioimisen helppouden indeksin avulla, jolloin saadaan kokonaisvaltainen käsitys tutkimustuloksista. Viidennessä luvussa pohditaan tutkimuksen antamia tuloksia ja valmistellaan näiden pohjalta kehitysehdotukset Jatsin kehittämiseen. Kuudennessa luvussa arvioidaan tutkimuksen menestystä ja luodaan aineiston yhteenvedon pohjalta toimivat kehitysehdotukset Jatsiin. Viimeisessä luvussa pohditaan tutkimuksen kulkua ja sen aikana ilmenneitä ajatuksia. Työn lopussa on lueteltuna lähteet ja työhön kuuluvat liitteet.

Asiakkailla tämän tutkimuksen yhteydessä tarkoitetaan Scandic Porin kokous- ja juhlatila Jatsin käyttäjiä. Palvelut käsittävät kaiken asiakkaan sisääntulosta Scandic Porin aulaan ja lähtemisen välillä järjestetyn tilaisuuden jälkeen. Palveluita ovat esimerkiksi opastaminen kokoushuoneen laitteiden käytössä, ruokailun järjestäminen ja asiakkaan kulkemisen helpottaminen yrityksen sisällä. Vastaajaksi nimitetään avoimen tarinan täyttäjää eli asiakasta, joka asioi Jatsissa. Henkilökunnalla viitataan Scandic Porin henkilökuntaa sekä ravintola- että hotellipuolella.

2.2 Tutkimuksen kulku

Tutkimus on suoritettu kesän ja alkusyksyn aikana vuonna 2017. Kvalitatiivisten menetelmien avulla pyrittiin selvittämään Scandic Porin asiakaskunnan mielipiteitä, kokemuksia ja tunnetiloja Jatsissa. Kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän avulla pyritään saamaan kokonaisvaltaista tietoa ja lähtökohtana on kuvata kokemaansa palvelua (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 161). Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä soveltuu tämän tutkimuksen tekemiseen, koska vastausten avulla halutaan ymmärtää asiakkaiden kokemuksia Jatsissa. Määrällinen tutkimus ei sovellu tämän tutkimuksen suorittamiseen sen rajatessa kuvaavia vastauksia, joiden avulla kyetään paremmin ymmärtämään kehityksen tarpeita. Tutkimusongelma muodostui henkilökunnan ajatuksesta Jatsin toimivuudesta sen liitettyä kokouskonseptiin jälkikäteen remontoituun kiinteistöön. Sisäänkäynnin sijoitus nousi esille asiakkaiden sujuvan kulkemisen ja palveluiden rakentamisen suhteen.

Tutkimuskysymyksillä haluttiin selvittää miten Scandic Porin asiakkaat kokevat Jatsin ja Scandic Porin tarjoamat palvelut tilan lisäksi. Lisäksi haluttiin kartoittaa myös, miten henkilökunta ymmärtää asiakkaiden tarpeita ja toiveita asioidessaan Jatsissa. Tutkimuksen tarkoituksena oli lisätä asiakasymmärrystä Jatsin palveluiden ja viihtyvyyden ympärille. Juha Tuulaniemen (2011, 71) mukaan asiakasymmärryksellä tarkoitetaan yrityksen käsitystä todellisuudesta, jossa heidän asiakkaat elävät ja asioivat. Yritysten on tunnettava asiakaskuntansa ja heidän tarpeensa ja motiivinsa valitessaan palveluita ja mitä odotuksia heillä on.

Juha Tuulaniemen (2009, 144) mukaan kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä soveltuu parhaiten, kun halutaan selvittää käyttäjien kokemusta ja saada selville heidän tarpeensa ja toiveensa. Kvalitatiivisella tutkimuksella saadaan vastaus mitä, miksi ja kuinka kysymyksiin. Laadullisen tutkimuksen lisäksi on hyvä myös liittää sanaton ja aistien kautta tapahtuva palaute. (Ranne 2006, 11.) Tutkimuksessa sanatonta palautetta kerättiin havainnoiden asiakkaiden käyttäytymistä ja toimintaa saapuessaan Scandic Poriin. Palvelun sujuvuus kohtaamistilanteesta lähtemistilanteeseen ja asiakkaan asioimisen helpottaminen olivat havainnointikohteena, sillä osallistuminen asiakkaille järjestettyyn tilaisuuteen ei ollut mahdollista, joten havainnointia Jatsissa ei tapahtunut.

Sanallista palautetta kerättiin avoimen tarinan avulla ja vastaajille annettiin sama avoimen tarinan runko. Avoimen tarinan avulla pyrittiin saamaan tietoa asiakkaan kokemuksesta

tämän asioidessaan Jatsissa sekä asioimisen helppoudesta, että palvelun tavoittamisesta. Avoin tarina rakennettiin muotoon, jossa asiakas täyttää tyhjäksi jätetyn osan haluamallaan sanalla, joten tutkija ei vaikuttanut valittuihin sanoihin. Avoimen tarinan avulla pyrittiin saamaan mahdollisimman monta vastausta sen erotessa perinteisistä kyselylomakkeista, jolloin vastaaminen olisi mahdollisimman mielekästä. Avoimen tarinan päätteeksi vastaajaa pyydettiin arvioimaan asioimisen helppoutta Scandic Porin kokous- ja juhlatila Jatsissa asteikolla 1-5. Indeksien tarkoituksena oli tarkentaa avoimen tarinan avulla kerättyä aineistoa. Havainnoinnin ja avoimen tarinan lisäksi suoritettiin haastatteluja henkilökunnan kanssa.

Aineisto arkistoitettiin käyttäen Ojasalo, Moilanen & Ritalahden (2009, 121–130) kvalitatiivisen tutkimuksen yleistä dokumenttianalyysin mallia. Dokumenttianalyysin ensimmäisessä vaiheessa aineisto numeroidaan, jonka jälkeen se muutetaan digitaaliseksi ja luokitellaan. Toisessa vaiheessa aineisto tiivistetään, jonka jälkeen siitä selvitetään yhteisiä piirteitä kvantifioimalla. Kvantifiointi tarkoittaa laskemista, eli kuinka monta kertaa mainittu sana, tai samankaltainen termi esiintyy aineistossa. Kolmannessa vaiheessa aineistoista rakennettiin tyypillinen avoin tarina ja asioimisen helppouden indeksi laskettiin asiakkaiden antamista arvoista.

2.3 Scandic Hotels Oy, Pori

Tutkimuskohteena on Scandic Hotels Oy, Porin yksikön kokous- ja juhlatila Jatsi. Jatsi on Scandic Porin seitsemäs kokoustila, joka rakennettiin neljä vuotta myöhemmin kiinteistön saneerauksen jälkeen, jolloin Scandic Pori muutti konseptinsa silloisen yökerhon kokoustiloiksi. Scandic Hotels Oy on Pohjoismaiden suurin hotelliketju sen omistaessa 230 hotellia seitsemässä eri maassa (Scandic Hotels Oy). Tutkimus rajattiin Porin yksikön hotelliin sen laajetessa uudella kokoustilalla, Jatsi, kesällä 2016. Scandic Porissa työskentelee noin 25 henkilöä, joista jokainen on kytköksissä kokous- ja juhlatila Jatsiin ravintolan tai hotellin puolesta. Jatsia käytetään päivittäin myös antamaan lisätilaa ravintolalle, esimerkiksi aamiaisella tai à la carten yhteydessä ja lähes kerran tai useammin viikossa kokous- ja juhlatilana. Noin 115 m²:n kokoustilassa on tilaa 48-70 henkilölle riippuen pöytärakennelman muodosta. Kokoustilojen myynti tapahtuu myyntipalvelun kautta, jolloin lisäpalvelut, kuten ruokailu pienen tauon aikana ja/tai kokouslounas määritellään.

Asiakkaat voivat nauttia aamiaisen, lounaan ja taste a breakin (tauon aikana nautittava cocktail- tyyppinen buffet) kokouksien yhteydessä ja kysyntään pyritään vastaamaan myös näiden vaihtoehtojen ulkopuolella. Käytännössä Scandic Pori tarjoaa asiakkaan toivoman ruokatuotteen joko valmiista laaditusta pohjasta tai neuvottelemalla muista vaihtoehtoista. Scandicin kokouskonseptin uudistuessa tätä tutkimusta tehdessä, keväällä 2017, konseptin sisältöä ei käsitellä tässä tutkimuksessa laajemmin.

Scandic Pori saneerattiin täysin vuonna 2012, jolloin hotellihuoneet, ravintolasali ja keittiö remontoitiin täysin. Scandic Porin vastaanotto remontoitiin kaksi vuotta ennen vuoden 2012 saneerausta, jolloin sen remontoiminen jätettiin vuoden 2012 remontin ulkopuolelle. Remontin yhteydessä ravintolasalin pohjapiirros muutettiin avoimemmaksi, jolloin ravintolan henkilökunnan palvelualltius paranee saadessaan katsekontaktin asiakkaan kanssa helpommin. Ravintolasalin sisustus uudistettiin täysin ja se mukailee Scandicin arvoja ja historiaa. Keittiössä kaikki pinnat uusittiin ja laitteet päivitettiin nykyaikaan. Scandic Porin yhteydessä ennen saneerausta toimi yökerho nimeltä Down Under ja sen tilat muutettiin remontin yhteydessä neljäksi eri kokoustilaksi. Remontin ulkopuolelle jätettiin eri isännöitsijän alla toimiva kiinteistön osa, joka neljä vuotta myöhemmin remontoitiin kokous- ja juhlatila Jatsiksi.

Jatsin odotetaan nostavan kokouksien viihtyvyyttä ja tasoa samaan aikaan tarjoamalla mahdollisuutta järjestää myös erilaisia tilaisuuksia sen tiloissa kuin kokouksia. Kokouksien viihtyvyyttä pyritään koko ajan lisäämään asiakkaiden tarpeisiin sopivaksi ja Jatsin kehittäminen näiden toiveiden mukaiseksi on Scandic Porin etu. Tämän tutkimuksen avulla Scandic Pori saa asiakkaidensa toivomukset ja tarpeet tietoonsa ja voivat jatkossa muokata tilaa kysyntään vastaavaksi.

3 ASIAKKAAN PALVELUKOKEMUS

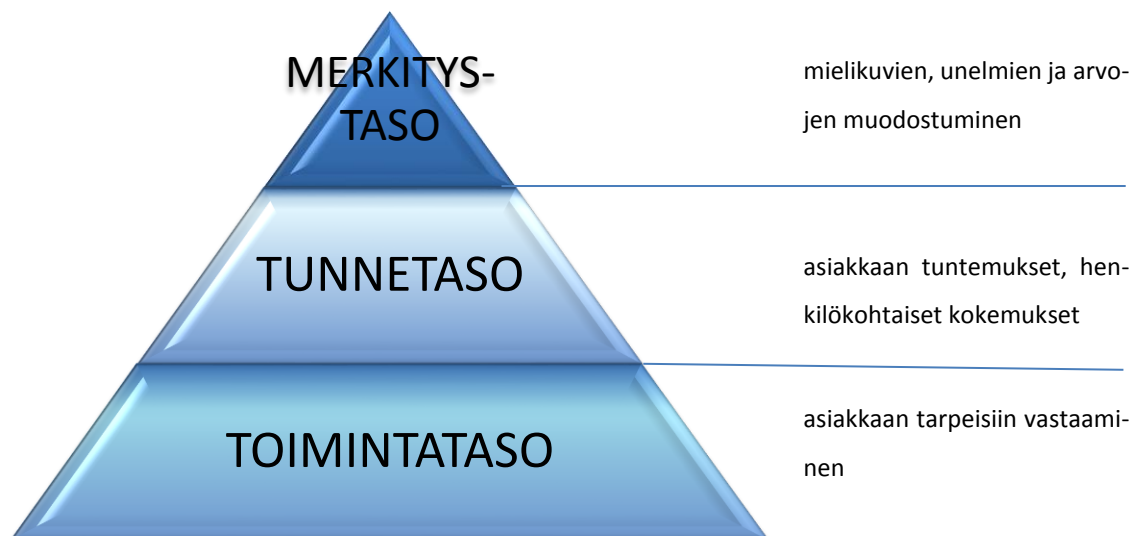
3.1 Asiakaskokemus

Asiakaskokemukseksi kuvataan mielikuvien, tunteiden ja kohtaamisen summaa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa. Tätä muodostunutta mielikuvaa kuvaillaan muistijäljeksi, joka asiakkaalle tapahtumasta jää mieleen. Muistijäljen vahvuus riippuu asiakaskokemuksesta, jolloin keskinkertainen ja tavallinen ei muodosta vahvaa muistijälkeä, vaan sulautuu muiden kokemusten joukkoon. Muistijäljen ollessa myönteinen, kokemus tuottaa asiakkaalle positiivisia tuntemuksia, jolloin palvelun uudelleenkäyttämisen mahdollisuus varmenee. (Löytänä & Korteso 2011, 11.)

Asiakaskokemuksen muodostuminen on kytköksissä siihen, kuinka tyytyväinen tai tyytymätön asiakas on siihen muistijälkeen, jonka hän muodostaa yrityksen toiminnasta. Asiakkaan käyttämän palvelun perimmäinen tarkoitus on tyydyttää asiakkaan tarve ja tekijät, jotka vaikuttavat tarpeen tyydyttämiseen asiakkaan tiedostamatta. Asiakkaan varatessa viiden tähden hotellin hän saa vastineeksi kulutukselleen korkeatasoisen huoneen hyvällä varustetasolla. Kuitenkin tyytyväisyyteen vaikuttavat myös palvelun laatu konkreettisen sisällön lisäksi, jolloin tyytyväisyys muodostuu aineettoman ja aineellisen yhteisestä vaikutuksesta. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tilannetekijät, jotka ovat yrityksen palvelun laadun vaikuttamisen ulkopuolella, esimerkiksi asiakkaan kiire. Asiakkaan ollessa yksilö, myös yksilötekijät vaikuttavat asiakastyytyväisyyden muodostumiseen, sillä jokainen kokee palvelut eri tavoin. (Ylikoski 2000, 151–155.)

Asiakaskohtaamisten analysointi on yrityksen kannalta tärkeää. Huonot asiakaskohtaukset saattavat pahimmillaan vaikuttaa asiakkaan identiteettiin, jonka toistumista pyritään ennaltaehkäisemään. Huonojen asiakaskohtaamisten analysoinnin avulla kyetään kehittämään omaa toimintaa sen sijaan, että tapahtunut sivuutetaan. Hyvä asiakaskokemus muodostuu, kun yritys vahvistaa asiakkaan identiteettiä ja omakuvaa. Mielikuvien, tunteiden ja kohtaamisten summan voimakkuus korreloi asiakaskokemuksen voimakkuuden kanssa. Mikäli summa on voimakkaasti negatiivinen tai positiivinen, on myös asiakaskokemuksen muistijälki yhtä vahva. Asiakaskokemuksen kokeminen vaihtelee yksilöittäin, jonka vuoksi asiakaskohtaamisten analysointi mahdollistaa yritysten tavoittamisen asiakkaan toivomista elämyksistä. (Löytänä & Korteso 2011, 43–50.)

Juha Tuulaniemen (2011, 74–75) mukaan asiakaskokemus muodostuu kolmella eri tasolla: toiminta-, tunne- ja merkitystasolla (kuvio 1.). Toiminnan tasolla määritellään, kuinka hyvin yritys pystyy vastaamaan asiakkaan tarpeisiin. Prosessien sujuvuus, palvelujen hahmotettavuus, saavutettavuus, käytettävyys, tehokkuus ja monipuolisuus ovat tekijöitä joiden avulla arvioidaan, miten asiakkaan tarpeet täyttyvät. Toiminnan tasoa nimitetään hygieniatasoksi, sillä sen sisältämät tekijät määrittävät palvelun markkina-arvon. Tunnetasolla asiakkaalle syntyy välittömiä tuntemuksia ja henkilökohtaisia kokemuksia palvelusta. Kuinka mielikuvat vastaavat asiakkaan odotuksiin muodostuu asiakaskokemuksen tunnetasolla. Merkitystaso luo asiakkaalle henkilökohtaisia mielikuvia, unelmia ja arvoja yrityksestä. Tällä tasolla analysoidaan miten konsepti mahdollistaa mielikuvat, unelmat ja asiakkaan arvot, joita asiakas haluaa oppia ja saavuttaa. Sampsa Hyysalon (2009, 27) mukaan ihmisillä on taipumus olettaa, että ympäristömme ja työvälineet toimivat kuten niiden oletetaan toimivan. Kun tuote vastaa tarpeitamme, koemme sen oletusarvoksi, jota emme edes huomaa. Tällöin myös negatiiviset asiakaskokemukset, kuten työvälineiden toimimattomuus, vaikuttavat muistijälkeen herkemmin. Yrityksen luodessa asiakkaalle positiivisen mielikuvan, jossa hänen tarpeensa täyttyvät, käyttää asiakas helpommin palvelua uudelleen.



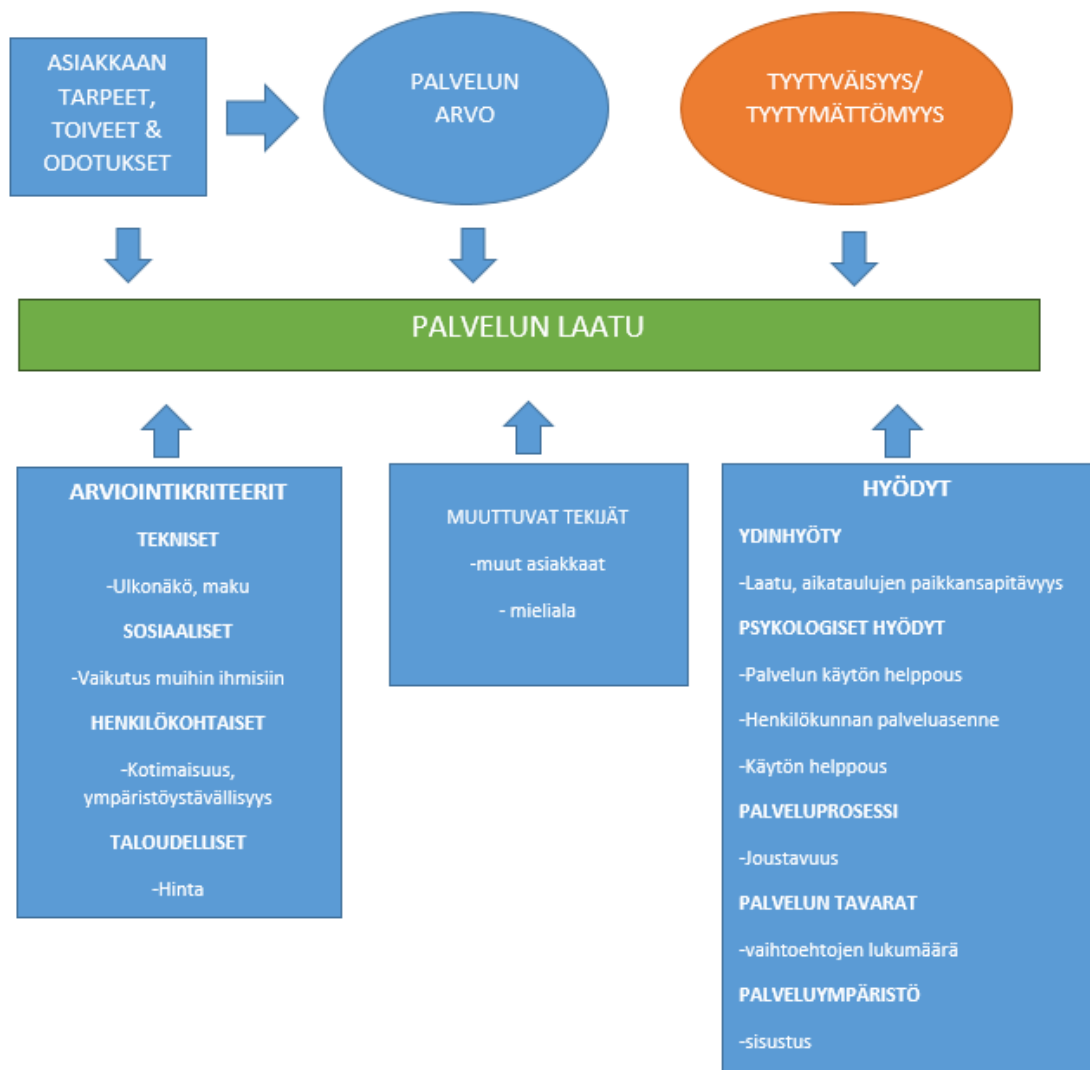
KUVIO 1. Arvon muodostumisen pyramidi (Tuulaniemi 2011, 75, muokattu)

3.2 Palvelun laatu

Kuluttaja valitsee sopivan palvelun, joka tyydyttää hänen sen hetkiset tarpeensa ja miten palvelu nämä tarpeet tyydyttävät. Palvelun laatu määräytyy sen mukaan, miten asiakas kokee palvelun vastaavan hänen odotuksiinsa ja mitä hän saa vaivannäkönsä ja rahojensa vastineeksi. Tyytyväisyyteen ja tyytymättömyyteen vaikuttavia tekijöitä tarkasteltiin edellisessä luvussa. Palveluista saatava hyöty ja valintakriteerit palvelua valitessa määräytyy teknisten, taloudellisten, sosiaalisten ja henkilökohtaisten kriteerien pohjalta. Tekniset kriteerit vastaavat kuluttajan tarpeisiin, esimerkiksi ruoan ulkonäkö ja maku vaikuttavat kuluttajan päätöksiin tämän valitessaan palvelua. Taloudelliset kriteerit tarkoittavat hintaa ja kuinka suuren vastikkeen palvelu antaa kuluttajan rahoille. Sosiaalisena kriteerinä pidetään, miten kuluttajan ostokäyttäytyminen vaikuttaa muihin ihmisiin. Henkilökohtaiset kriteerit kuvastavat kuluttajan periaatteita, esimerkiksi kotimaisuus ja ympäristöystävällisyys. (Ylikoski 2000, 103–104.)

Kuluttaja muodostaa kriteereille erilaiset painoarvot, joiden pohjalta hän arvioi palvelujen vaihtoehtoja ja sopivuutta omaan tilanteeseensa. Eri kuluttajaryhmillä on erilaiset valintakriteerit ja painoarvot, jotka ovat mm. ikä, taloudellinen tilanne, elämänvaihe, koulutus, asuinpaikka ja tuotteen tunnettavuus. Myös asiakkaan aikaisemmat kokemukset, kulttuuri ja tavat vaikuttavat valintakriteereiden painoarvoihin. Valintakriteereiden avulla kuluttaja pyrkii arvioimaan palvelun ydinhyötyä ja muita palvelun tuottamia hyötyjä. Vihjeiden avulla kuluttaja kehittää itselleen arviointikriteereitä, joiden avulla palvelun valinta muodostuu. Ydinhyöty kuluttajalle on esimerkiksi laatu, aikataulujen paikkansapitävyys ja henkilöstön koulutus. Psykologisia hyötyjä ovat palvelun käytön helppous, henkilökunnan palveluasenne ja hyvän olon tunne. Palveluprosessi, palvelun käyttöön sisältyvät tavarat ja palveluympäristö ovat arviointikriteereitä esimerkiksi joustavuuden, vaihtoehtojen lukumäärän ja sisustuksen sopivuuden kannalta. (Ylikoski 2009, 104–106.)

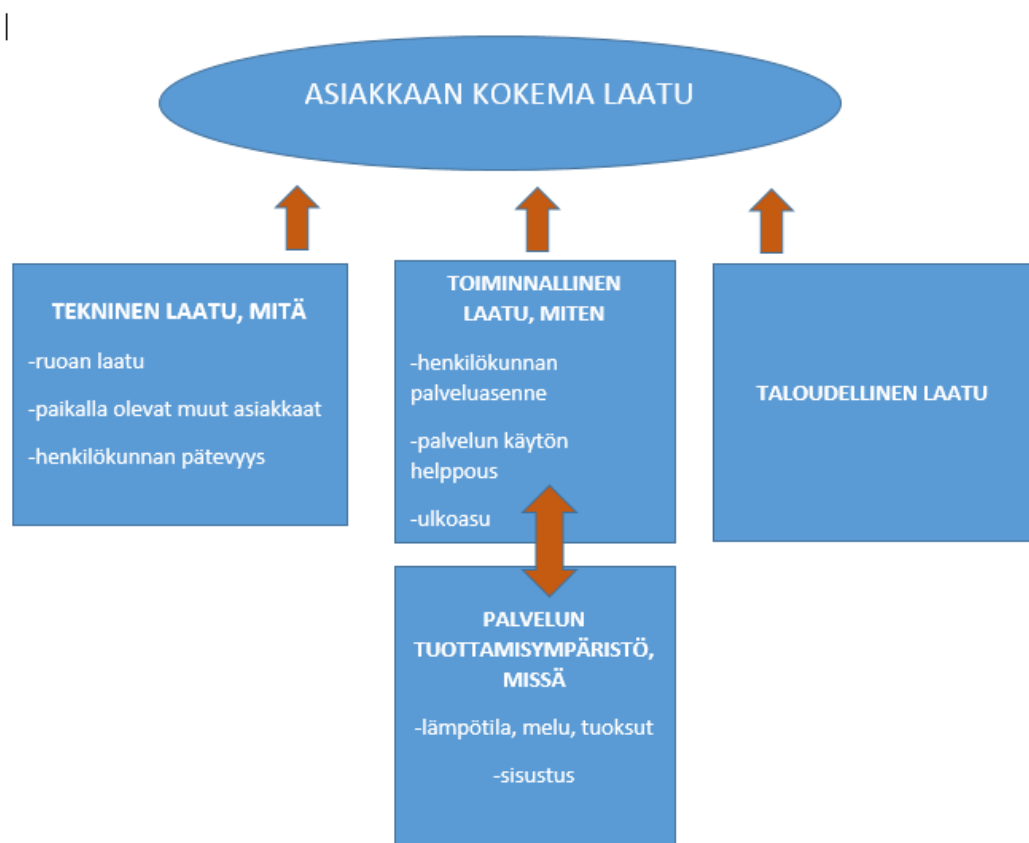
Laatua on vaikea kuvailla, koska kuluttajat kokevat ja näkevät sen eri tavoin. Yleisesti voidaan sanoa, että laatu kuvastaa miten hyvin tuote tai palvelu vastaa asiakkaan odotuksiin. Nämä odotukset muodostuvat eri tavoin, jolloin laatua tulisikin tarkastella asiakasnäkökulmasta. Palvelun laadun kohdatessa asiakkaan odotuksien ja tarpeiden kanssa, voidaan sanoa palvelun laadun tuovan vastinetta asiakkaan ajankäytölle ja ostokäyttäytymiselle. (Ylikoski 2000, 118.) Palvelun laatuun vaikuttavat tekijät on koottu kuvioon 2.



KUVIO 2. Palvelun laatuun vaikuttavat tekijät (Ylikoski 2000, mukailten)

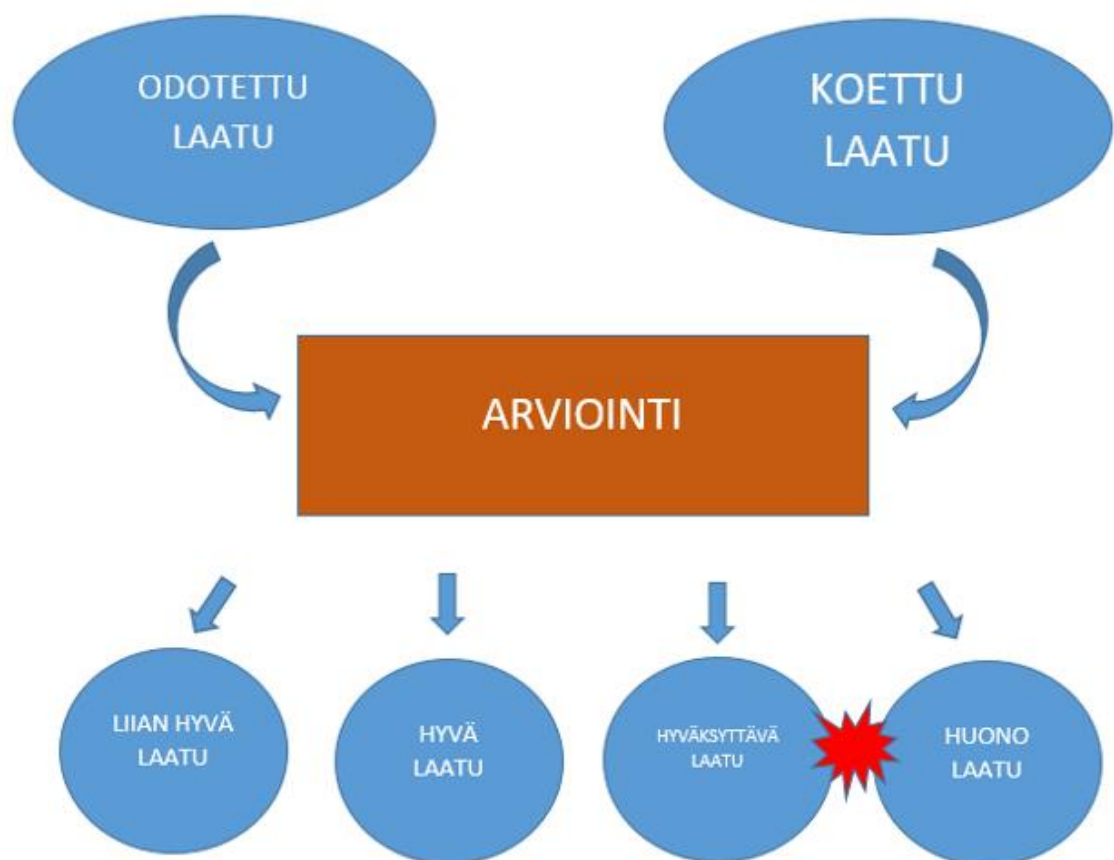
Palvelut koetaan subjektiivisesti, joissa asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä tapahtuva vuorovaikutus on avainasemassa. Tässä tilanteessa asiakkaan odotuksiin ja tarpeisiin vaikutetaan, jonka jälkeen asiakas muodostaa käsityksen, mitä hänelle jäi käteen konkreettisesti, tai minkälaisen tunteen palvelu jätti. Asiakkaan kokemalla laadulla on pohjimmiltaan kaksi ulottuvuutta. Teknisessä ulottuvuudessa, eli lopputulosulottuvuus, kuvaa juuri konkreettista vastinetta; mitä, jonka asiakas saa palvelusta. Näitä ovat esimerkiksi muut asiakkaat, ruoan laatu ja henkilökunnan pätevyys. Toiminnallisessa ulottuvuudessa, eli prosessitulottuvuus, kuvaa miten asiakas palvelun saa. Henkilökunnan palveluasenne, palvelun käytön helppous ja ulkoasu ovat vaikuttavia tekijöitä toiminnallisessa ulottuvuudessa. (Grönroos 2001, 100–102.)

Laadun ulottuvuuksille mitä ja miten on myös ehdotettu kolmatta ulottuvuutta, josta ilmenee missä palvelu tuotetaan. Rust ja Oliver (1994) ovat todenneet, että ympäristön katsotaan vaikuttavan suuresti toiminnalliseen laatuun. Missä- ulottuvuus kuuluu miten- ulottuvuuteen, sillä palvelun tuottamisympäristö vaikuttaa suuresti, miten prosessi koetaan. Esimerkiksi epäsiisti ravintola ympäristöltään vaikuttaa siihen, millaiseksi asiakas palvelun kokee. Lämpötila, melu ja tuoksut ovat esimerkiksi fyysisiä ominaisuuksia, jotka vaikuttavat palvelun tuottamisympäristön mielekkyyteen. Holmlundin (1997) mukaan yritysten väliseen kaupankäyntiin voisi lisätä taloudellisen laadun ulottuvuus, joka tarkoittaa taloudellisia seurauksia, jotka palvelun kokemisesta asiakkaalle syntyy. (Grönroos 2010, 103.) Kuviossa 3 on kuvattu tekijät, jotka vaikuttavat asiakkaan kokemaan laatuun.



KUVIO 3. Asiakkaan kokeman laadun laatutekijät (Rust & Oliver 1994, Holmlund 1997, Grönroos 2001, muokattu)

Odotusten merkitys asiakkaan laatukokemuksessa on suuri, sillä ennen palvelutapahtumaa asiakas on muodostanut tarpeidensa ja toiveidensa perusteella halutun palvelun tason. Odotuksien ja kokemusten summasta asiakas muodostaa käsityksen saamansa palvelun laadusta. Kokemusten vastatessa odotuksiin palvelun koetaan olevan hyvää tai hyväksyttävää ja odotusten alittuessa palvelu koetaan huonoksi. Asiakkaan odotuksien tason korkeudella on myös vaikutusta palvelun laadun kokemiseen, sillä korkean vaatimustason täyttäminen on haasteellista asiakkaan ollessa tinkimätön odotuksistaan. Asiakasnäkökulmasta ihanteellinen palvelu on odotuksien ylittämistä. (Ylikoski 2000, 120.) Kuviossa 4 on kuvattu asiakkaan laadun arviointia odotuksien ja kokemusten avulla.



KUVIO 4. Asiakkaan laadun arviointi odotuksien ja kokemusten avulla (Lähde: Ylikoski 2000, 121)

Asiakkaan odotukset ovat sekä kaksitasoisia että joustavia. Asiakkaalla on odotukset riittävästä palvelusta ja palvelusta, jota hän haluaisi saada. Hyväksyttävä taso kuvastaa näiden kahden tason väliin jäävää aluetta. Riittävän palvelun alle jää pieni harmaa alue, jota kutsutaan toleranssialueeksi. Tällä alueella asiakas vielä kykenee sietämään vajaata laatua, mutta huonon laadun kriteerit eivät vielä täyty. Hyväksyttävän laadun alue ja taso

vaihtelevat asiakkaan painoarvojen mukaan, sillä eri henkilöt kokevat palvelun virheettömyyden ja luotettavuuden eri tavoin. (Ylikoski 2000, 120–121.)

3.3 Aistien merkitys kokemuksen muodostumisessa

Ihmisten aistit antavat tietoa ympäristöstä ja ohjaavat toimintaa joko varoittaen tai houkutellen. Aistit havaitsevat ympäristöä kuulemalla, näkemällä, haistamalla, maistamalla sekä tuntemalla ympäristön tunnelman ja konkreettisesti koskemalla. The Fat Duck- ravintolan huippukokki Heston Blumethalin sanoin ”syöminen on ainoa tekemistämme asioista, jossa käytämme kaikkia aistejamme”. Myös espanjalaisen elBulli- ravintolan huippukokki Ferran Adriá pyrkii aina stimuloimaan kaikkia aisteja valmistaessaan ruokaa. Tämän vuoksi palvelua suunniteltaessa kaikki osatekijät tulisi ottaa huomioon jo suunnitteluvaiheessa tai kehittäessä palveluita. (Spence & Piqueras-Fizman 2014, 21.) Jaana-Mirjam Mustavuoren (2014, 18) mielestä aistien avulla ollaan vuorovaikutuksessa ympäristön kanssa. Ympäristö vaikuttaa kohteen havaitsemiseen, johon vaikuttavat ihmisten aiemmat kokemukset.

Näköaisti

Diane Ackermanin (1991, 265) mukaan silmillämme on aistiemme toiminnassa hallitseva osa. Voidakseen koskettaa ruokaansa ja valmiista raaka-aineesta ruokaa, tarvitsee tällöin olla lähellä ateriaansa. Haistakseen tai kuullakseen ruoanvalmistuksen, ei tarvitse olla yhtä lähellä, kuin nähdäkseen tämän prosessin. Turun yliopiston biokemian ja elintarvikemian laitoksen akatemiaturkija Mari Sandell (Hopia & Ihanus 2014, 11) väittää ruoan värillä tai värittömyydellä olevan vaikutusta ruoan makuun. Oxfordin yliopiston kokeellisen psykologian professori Charles Spence ja saman yliopiston kuluttaja- ja aistitutkija Betina Piqueras-Fizman (2014, 10) väittävät annoksen ulkonäön vaikuttavan ruoan makuun.

Anne Kalliomäen (2014, 139) mukaan näköaisti antaa tärkeimmän ensivaikutelman ympäristöstä. Avotien mukaan ruoan ja koristeiden värin valinta ei saisi vaikuttaa niin paljon, että niiden sopivuus pääraaka-aineeseen sivuutetaan (1999, 54–55). Kun verrataan liian kypsää, armeijanvihreää parsakaalia sopivasti kypsään, kirkkaan vihreään parsakaaliin, voidaan todeta, että toinen näistä herättää positiivisemmän ensivaikutelman.

Hajuaisti

Ihmisen hajuaisti kykenee haistamaan yli sata perushajua. Tiedostamatta hajuaisti saattaa vaikuttaa ostopäätökseen muistuttamalla aikaisemmasta tapahtumasta tai muuten vain herättämällä epämieluisia tunteita. (Palmgren 2016, 48-53.) Tuoksut voivat vaikuttaa myös mielialaan, koska muisti ja erilaiset tunnesiteet tilanteisiin heräävät, kun haistamme jo koettuja tuoksujia. (Mustavuori 2014, 21, 95.) Tämän vuoksi esimerkiksi vastapaistetun pullan tuoksu koetaan useimmiten positiivisena, koska haju tuo mieleen myönteiset tilanteet, jotka tuoksu tuo mieleen.

Solubiologian professori Hanns Hatt ja tiedetoimittaja Regine Dee (2013, 30, 99–132) kertovat hyvien tuoksujen ohjaavan käyttäytymistä esimerkiksi ohjaamalla kuluttajaa ostamaan tuotteen tai lisäämällä asiakkaan ruokahalua. Asiakas viipty hyväntuoksuissa myymälässä kauemmin ja ostaa 15 prosenttia todennäköisemmin kuin epämiellyttävän tuoksuissa myymälässä (Hatt & Dee 2013, 100.)

Makuaisti

Ihminen kykenee maistamaan viisi perusmakua: hapan, makea, suolainen, karvas ja umami. Rantasen (2016, 163–164) mukaan makukokemukseen vaikuttavat ympäristön ensivaikutelman ja tunnelman lisäksi ruoan muoto, rakenne, visuaalisuus ja miltä ruoka tuntuu suussa sitä syödessä. Tutkimukset kuudennesta mahdollisesta ihmisten tunnistamasta perusmausta, kokumista, tutkimukset ovat vielä kesken (The Economist, 2015).

Makuun vaikuttavat monet tekijät nuuskasta tupakointiin, vuorokaudenajat sekä ennen ruokailua suuhun laitetut asiat. Appelsiinimehu ja punaviini, sekä hampaiden pesu ja erilaiset sairaudet vaikuttavat myös ruoan makuun. Valon määrä vaikuttaa myös nautitun ruoan makuun, esimerkiksi pimeässä nautittu ruoka maistuu erilaiselta kuin valossa nautittu ruoka. Makuun vaikuttavat myös kirpeys, ympäristön lämpötila ja henkilön ikä. (Mustavuori 2014, 134, 140, 146.) Ikä vaikuttaa Lindströmin (2006, 68) mukaan ruoan makuun sen vuoksi, että teini-ikäiset maistavat kaksi kertaa voimakkaammin kuin keski-ikäiset. Ruoan makuun vaikuttavat myös sen kanssa nautitut juomat, kuten viinit tai vesi sekä juomien *kuplaisuus* ja lämpötila.

Kuuloaisti

Makuun vaikuttavat voimakkaasti myös ruoan kuuleminen. Rapean porkkanan puraisu, perunalastun syöminen tai murojen rapina ovat asioita, jotka herättävät erilaisia tunteuksia ja aistimuksia. (Mustavuori 2014, 140.) Blumenthal pitää kuuloaistia yhtenä saatavilla olevista raaka-aineista. Hän lisääkin pokshtelevia karamelleja jälkiruokaan tai rapeita perunan viipaleita piirakan päälle, jotta asiakas aistii ruoan maun voimakkaammin kuuloaistin avulla. (Spence & Piqueras-Fiszman 2014, 194.)

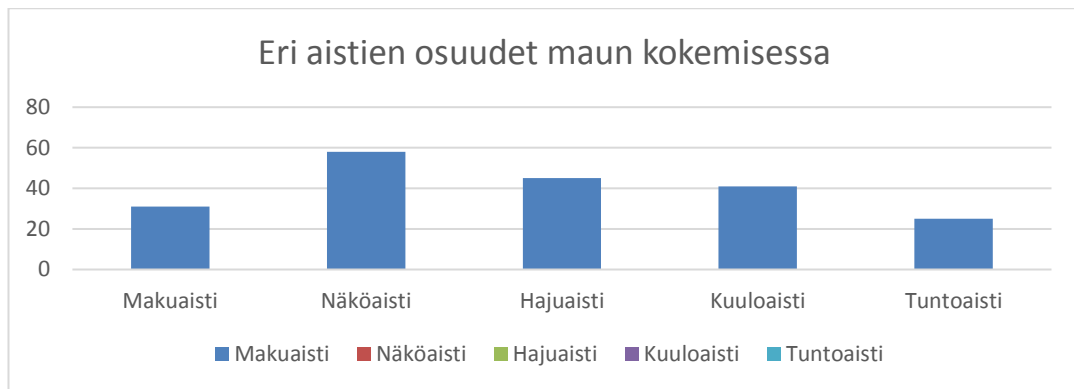
Tunnelmaan, jonka asiakas kokee, voidaan vaikuttaa ympäristöstä kuultavilla äänillä, sekä äänensävyllä, voimakkuudella ja rytmillä asiakaspalvelijan ja asiakkaan välillä. Ääni voi kuitenkin myös häiritä kokemusta sen meluisuusasteen mukaan. Meluista ympäristö on epäsuotuisa, jolloin asiakas ei kuule ruoan valmistumista ja rakennetta, jolloin maistaminen häiriintyy. (Spence & Piqueras-Fiszman 2014, 194–196, 272, 296–297.)

Melu kuormittaa kuuloaistia, jolloin tilan pintamateriaaleihin tulisi kiinnittää huomiota. Kovat ja kaikuvat pinnat lisäävät melun astetta, jotka voivat vaikuttaa asiakaskokemukseen kielteisesti. Kovien pintojen käytöllä voidaan viestiä asiakkaalle, että tarkoitus on poistua mahdollisimman pian (Ylikoski 2000, 206). Pehmeämmällä akustiikalla voidaan vaikuttaa metelin asteeseen, joka nostaa tilan viihtyvyyttä. (Rantanen 2016, 165, 174.)

Tuntoaisti

Ruoan ja juoman rakenne kuten rapeus, samettisuus, kermaisuus vaikuttavat ruoan makuun. Odotus kermaisesta ja samettisesta kastikkeesta herättää makuaistin jo ennen ruoan tuloa pöytään ja päinvastoin kokkareinen, liisteröitynyt kastike tappaa ruokahalun. Ruokailuvälineiden materiaali, paino, koko, laatu ja väri vaikuttavat ruoan makuun niiden antaman mielikuvan vuoksi (Spence & Piqueras-Fiszman 2014, 177). Esimerkiksi hankalat ruokailuvälineet, jotka eivät istu käteen, tekee ruokailusta haastavan, joka vaikuttaa ruoan makuun.

Tutkimuksen (Lindström, 2006) mukaan näköaistin avulla koetut tilanteet ovat tärkeimpiä ja heti seuraavina ovat tuoksujen ja äänien aistiminen (kuvio 5.). Maku ja tunto ovat aisteja, jotka vaikuttavat vähiten kokemuksiin. Tutkijat päättelivät, että muodostaessa makukokemusta, kaikki viisi aistia ovat tärkeässä roolissa. Mitä useamman aistin palvelu tavoittaa, sitä vahvemmin asiakas sitoutuu palveluntarjoajan brändiin.



KUVIO 5. Eri aistien osuudet (%) maun kokemisessa (Lindström, 2006)

Tunteet

Tunteet vaikuttavat ihmisten sosiaalisuuteen niin negatiivisesti kuin positiivisesti. Kognitiivisen neurotieteen professorin Lauri Nummenmaan (Rantanen 2016, 92) mukaan hymy tarttuu puolet nopeammin kuin vihainen ilme. Tällä on todettu olevan suora vaikutus asiakkaan mielialaan. Ylikosken (2000, 90) sekä Grönroosin (2010, 111–112) mukaan mielialalla ja tunteilla voi tutkimuksen mukaan olla vaikutusta, miten palvelu koetaan. Mustavuoren (2014, 145) mukaan elämänilo tai sen puute voi vaikuttaa ruokahaluun. Palveluympäristön jonot ja ahtaus harmittavat eniten asiakkaita, jolloin asiakkaiden ostohalukkuus vähenee (Ylikoski 2000, 235).

Merja Fischerin mukaan työn ilo, myönteiset tunteet ja ilmapiiri vaikuttavat myönteisesti myös asiakaspalvelijoihin. Asiakaspalvelijoiden mielentila ja asenne asiakkaita kohtaan vaikuttavat asiakkaiden tyytyväisyyteen ja liiketoiminnan kannattavuuteen. Jokaisen asiakkaan ja asiakaspalvelijan vuorovaikutus vaikuttavat ilmapiiriin ja miten asiakas sen tuntee. Dutton ja Heaphy (2003) sekä Gittel, Seidner ja Wimbushin (2010) ovat tutkimuksissaan osoittaneet myönteisten laatuhyteyksien auttavan käsittelemään hankalia tilanteita työyhteisössä sekä työntekijöiden välillä ja parantavan oppimista sekä tehostavan toimintaa (Fischer 2014).

Tunnelma

Tunnelmalla ja kaikilla aistikokemuksilla on merkitystä, miten palvelu koetaan (Ylikoski). Rantasen (2016, 11–12, 15, 118, 185) mukaan tunnelma tarttuu. Hän kuvaa resonointia, jolloin asiakaspalvelijan huono päivä heijastuu asiakkaaseen. Tämä saattaa muodostaa tapahtumaketjun, joka jatkuu asiakkaasta toiseen henkilöön, johon hän on vuorovaikutuksessa. Hyvän tunnelman ansiosta ei välttämättä huomaa tapahtuman puutteita ja

huonon tunnelman vuoksi kiinnittää hyvän tapahtuman epäonnistumisiin enemmän huomiota. Henkilökohtaiset odotukset, muistot ja mielikuvat vaikuttavat tunnelmaan. Mukavassa tunnelmassa luodaan hyvä pohja onnistumiselle ja tekemisen ilo välittyy asiakkaalle.

Aistiystävällisen konseptisuunnittelun uranuurtaja Margit Sjöroos (2010) kertoo palveluympäristön akustiikan, valaistuksen voimakkuuden, tilan muotokielen ja värien vaikuttavan tunnelmaan. Aisteja ei tulisi kuormittaa kuitenkaan liikaa, sillä ympäristö voi aiheuttaa silloin stressiä. Palveluympäristön tunnelman syntymiseen vaikuttavat palveluntuottajan ja asiakkaan motivaatio ja asenne. Kun asiakaspalvelija arvostaa ja välittää työstään, myös asiakas tuntee arvostuksen ja vuorovaikutus koetaan myönteisenä. (Rantanen 2016, 37–38.)

3.4 Asiakaskokemuksen kuvaaminen palvelumuotoilun avulla

Palvelu on prosessi ja sitä voidaan verrata teatteriesitykseen. Näyttämö on palvelun näkyvä osa, jossa myös asiakkaalla ja palvelun eri vaiheilla on oma roolinsa. Kulissit ovat asiakkaalle näkymätön osa, jossa tapahtuu kaikki palveluntarjoajan taustaprosessit. Palvelumuotoilun näkökulmasta asiakaskokemus on kuin sävellys, joka kuvaa asiakkaan kokemuksia palveluympäristössä. Palveluntarjoajalla tulee olla sävelkulut hyvin hallussa, sillä esityksen, jossa asiakas on pääkohteena, tulee onnistua, vaikka välillä sävel menisi nuotin vierestä. (Tuulaniemi 2011, 76–78.) Näyttämön lavasteet, ilmapiiri, värit ja erilaiset tuoksut vaikuttavat asiakkaan käsitykseen palvelun tarjonnasta (Ylikoski 2000, 89).

Palvelumuotoilun avulla voidaan kuvailla asiakaskokemusta ja siihen vaikuttavia tekijöitä. Palvelun tarjoajan tulee ymmärtää asiakkaitaan, jolloin palvelukokemus vastaa asiakkaan käsitystä yrityksen palvelusta. Asiakasymmärrys tarkoittaa, että yritys laittaa asiakkaan palvelun keskelle ja suunnittelee palvelunsa asiakkaan näkökulmasta. Tällöin asiakaskokemus vastaa asiakkaan mielikuvaa palvelusta. Asiakasymmärryksen avulla yritys pystyy suunnittelemaan uusia palveluita ja kehittämään vanhoja palveluita. (Tuulaniemi 2011, 71–72.)

Asiakasymmärrys ja asiakasnäkökulma ymmärretään paremmin, kun asiakkaan palvelukokemus kuvataan palvelupolun avulla. Palvelupolulla tarkoitetaan palvelun vaiheita palveluun tutustumisesta jälkipalveluun asti ja kaikkea mitä asiakas kokee tällä välillä. Palvelupolku on jaettu palvelutuokioihin, jotka muodostuvat erilaisista kontaktipisteistä. Palvelutuokio voi olla esimerkiksi maksutapahtuma kaupassa, kaupan ympäristö, palvelun prosessi tai kaupassa sillä hetkellä muut asioivat ihmiset. (Tuulaniemi 2011, 78–82.)

Miten asiakkaat kokevat palvelun laadun, voidaan selvittää käyttämällä kriittisen tapahtuman menetelmää. Menetelmän tarkoituksena on pyytää vastaajia, eli palvelun käyttäjiä, miettimään tilanteita, jossa palveluprosessi tai jokin sen osa poikkesi tavanomaisesta myönteisesti tai kielteisesti. Nämä ovat palvelun kriittisiä tapahtumia ja vastaajaa pyydetään kuvailemaan mitä tapahtui ja miksi hän piti tapahtumaa kriittisenä. Näitä tilanteita tutkimalla voidaan selvittää palvelun laadun taso ja suunnitella tarvittaessa korjaustoimenpiteitä. (Grönroos 2010, 121–122.)

3.5 Palautteen merkitys

Palaute on yksi vuorovaikutuksen muoto, jonka avulla palautteen antaja pystyy vaikuttamaan vastaanottajan keräämään tietoon kehittämisen tarpeista. Palautteen avulla kehityskohteeseen saadaan lisää virikkeitä ja uusia näkökulmia, joiden avulla pystytään ymmärtämään erilaisia mielipiteitä. Aktiivisesti kerätyn palautteen hyötyjä ovat esimerkiksi vahvojen ja heikkojen puolien näkeminen ja kehittyminen palautteen avulla. Palautetta kerätessä myös työntekijöiden taso pystytään kartoittamaan ja asiakkaiden tarpeisiin kyetään vastaamaan palautteen avulla. (Ranne 2006, 20–27.)

Asiakas usein päätyy reklamaatioon, kun palvelun taso ei vastaa hänen odotuksiaan. Palvelun tarjoajan kannalta on hyvä pyrkiä korjaamaan tilanne ennen kuin asiakas kertoo siitä omille verkostoilleen. Reklamaatio on yksi palautteen muoto ja siihen tulisi vastata aina mahdollisimman pian, koska vastauksella pystytään osoittamaan asiakkaalle, että palautetta arvostetaan, oli se sitten positiivinen tai negatiivinen. (Löytänä & Korteso 2011, 209–214.)

4 KEHITTÄMISEN MENETELMÄT JA TOTEUTUS

4.1 Avoin tarina

Asiakkaan näkökulma Jatsin kehittämiseen on avainasemassa, sillä asiakkaat ostavat ja käyttävät palveluita, joihin heillä on olemassa jo tietynlaisia odotuksia. Avoimen tarinan avulla pyritään saamaan asiakkailta palautetta, josta välittyy asiakkaan tunnetilat ja kaikki se, mitä asiakas huomioi palvelupolun aikana. Avoin tarina soveltuu tällaisen tiedon keräämiseen, sillä sen avulla pystytään kehittämään tiettyjä osa-alueita, jotka asiakkaassa herättävät niin negatiivisia kuin positiivisia tunteita. Tutkimusmenetelmänä avoin tarina on kyselyn ja avoimien kysymysten yhdistelmä.

Avoin tarina on hyvä tapa saada käsitys asiakkaan tunnetiloista ja ajatuksista palvelupolun aikana. Avoimen tarinan heikkoutena kuitenkin on, että vastaaja saattaa kokea kyselyn olevan liian pitkä ja haastava, jolloin vastaamisen kynnyks ei tällöin ole matala. (Heikkilä 2012.) Avoimen tarinan vahvuutena kuitenkin on, että vastaaja voi itse valita vapaasti parhaaksi katsomansa adjektiivin, kun valmiita vastausvaihtoehtoja ei ole annettu. Avoin tarina ei vaikuta myöskään mielipidekyselyltä, jolloin siihen vastaaminen voidaan kokea mielekkääksi.

Tarina laadittiin yhden A4- sivun mittaiseksi, jotta tarina ei ole liian pitkä vastaajan näkökulmasta. Tarinan avulla vastaaja pystyy pohtimaan vastaustaan, sillä valmiita vaihtoehtoja ei ollut tarjolla. Suunnitteluvaiheen jälkeen tarinaa testattiin pienellä ryhmällä Scandic Porissa aikavälillä 22.3.-1.4. Testauksen aikana huomattiin päällekkäisyyksiä, joissa haluttiin vastaus samaan kysymykseen, jolloin tarinan muotoa muutettiin päällekkäisyyksien poistamisella.

Avoimen tarinan toteutus

Jatsin kehittämisestä kerrottiin asiakkaille etukäteen varausta tehdessä, tai asiakkaiden saapuessa kokoustilaan. Avoin tarina esiteltiin kokouksen alussa pitäjälle ja kerrottiin, että sen tietoja käytetään opinnäytetyöhön liittyvään tutkimukseen. Koska kokoukset ja juhlat yleisesti ovat suljettuja tilaisuuksia, katsottiin tämän ajankohdan olevan paras esittää tutkimuslomake. Avoin tarina (liite 1.) tulostettiin asiakasmäärän mukaan ja kokouksen loputtua vastaukset kerättiin erilliseen kuoreen.

Paperiseen versioon päädyttiin, jotta tarinaan kuvatut tunnetilat olisivat asiakkaalle helpompaa ja nopeampaa täyttää. Kaksi tutkimukseen osallistunutta ryhmää toivoivat kyselyä lähetettäväksi jälkikäteen sähköisesti, mutta vastauksia avoimeen tarinaan ei saatu. Tarinassa asiakkailta kysyttiin, miten asiakas kokee Jatsin ja miten asiakas kokee liikuttamisen Scandic Porin kiinteistössä. Tarinalla selvitettiin myös ravintolasalin tunnelmaa mentäessä Jatsiin sisälle, miltä ruokasalissa näyttää ja kuulostaa, sekä miltä asiakkaasta itsestä tuntuu mentäessä Jatsiin. Myös henkilökunnan saatavuutta ja tilan käytettävyyttä pyydettiin kuvailemaan. Lisäksi asiakasta pyydettiin kuvailemaan, millaista on hyvä palvelu. Tarinan yhteyteen oli lisätty avoimet kysymykset, joihin asiakas pystyi kuvaamaan häntä harmittaneet ja miellyttäneet tekijät. Näiden avulla selvitettiin asiakaskokemuksen laatua laskevia ja nostavia tekijöitä. Nämä kysymykset antoivat vastaajalle mahdollisuuden myös kertoa omia mielipiteitään ja tunteita, joita tarinan yhteydessä ei välttämättä olisi tullut esiin. Lopuksi asiakasta pyydettiin kertomaan, millainen vastausmuoto hänestä oli.

4.2 Haastattelut

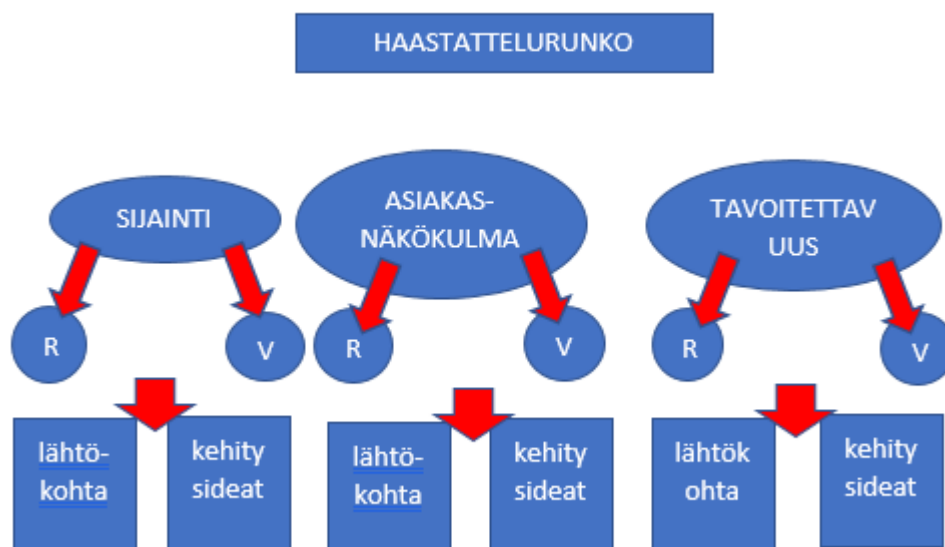
Tutkimuksessa haastatellaan neljää Scandic Porin työntekijää. Kahta ravintolapuolen työntekijää ja kahta vastaanoton työntekijää. Haastateltavat henkilöt valikoidaan niin, että yksi henkilö on esimiesasemassa ja toinen henkilö on työntekijän asemassa. Haastateltavien työsuhteen ovat pituudeltaan ja tuntimäärältään erilaisia. Tällä tavoin pyritään saamaan erilaisia näkökulmia ja mielipiteitä Jatsin toimivuudesta.

Haastattelun toteutus

Haastattelurunko (liite 2.) suunnitellaan etukäteen, jotta haastattelun aikana keskitytään olennaiseen. Haastattelulomake rakentuu avoimen tarinan ympärille. Kysymykset sisältävät kysymyksiä, miten henkilökunta kokee Jatsin sijainnin, kun tila otettiin käyttöön jälkikäteen. Kysymyksillä pyritään myös selvittämään, miten henkilökunta kokee asiakkaiden näkevän kokous- ja juhlatila Jatsin, sekä miten asiakkaat osaavat heidän mielestään toimia Jatsissa. Henkilökunnan mielipiteet heidän tavoitettavuudestaan ovat myös tärkeitä, kun ottaa huomioon asiakasnäkökulman. Kokevatko he, että heidän resurssinsa riittää ottaa huomioon kokouksen asiakkaat ja samaan aikaan palvella hotelliin saapuvia asiakkaita? Sama kysymys kohdistettiin ravintolapuolen työntekijöille, koska kokouksen

ajaksi ei palkata varsinaista kokkia ja kokousemäntää/-isäntää, vaan henkilökunta tekee kokouksen kanssa samaan aikaan muita työnkuvaansa kuuluvia tehtäviä.

Haastattelut toteutetaan työpaikalla erikseen varatussa kokoustilassa häiriötekijöiden minimoimiseksi. Haastattelut toteutetaan työajan ulkopuolella 1.8.-7.8.2017 välisenä aikana ja ne käydään kahden kesken haastattelijan ja haastateltavan välillä. Haastattelut äänitään, jotta niihin voidaan palata kehitysehdotuksia kirjoittaessa. Äänitteet litteroidaan, eli muutetaan kirjoitettuun muotoon. Kieliasua ei muuteta, mutta lyhennetään ja poimitaan oleelliset asiat, jotta dokumentit pysyvät ytimekkäinä ja helppolukuisina. Tällä tavoin pääsanoma löytyy teksteistä helposti kehitysehdotuksia kirjoittaessa. Analyysimenetelmä avataan kuviossa 6.



KUVIO 6. Haastatteluiden analyysimenetelmä (R= ravintolatyöntekijä, V= vastaanotto-työntekijä)

Teemoituksen pääteemat ovat poimittuja aiheita avoimesta tarinasta. Teemat liittyvät kokous- ja juhlatila Jatsin sijaintiin, asiakasnäkökulmaan palvelun sujuvuudesta sekä henkilökunnan mielipiteistä heidän tavoitettavuudestaan. Näiden alle alateemoiksi jakautuivat mielipiteet nykyisestä tilanteesta ja kehitysideat. Näiden haastatteluteemojen lisäksi kuunneltiin ns. vapaa sana, jossa haastateltavat henkilöt pystyivät kertomaan omia kehitysehdotuksiaan näiden teemojen ulkopuolelta. Nämä ehdotukset jätettiin varsinaisen haastattelun ulkopuolelle, mutta ehdotuksia kirjattiin jatkuvasti tätä tutkimusta tehdessä. Koska tutkija tuntee haastateltavien mielipiteet Jatsin ja Scandic Porin kehittämistä jo

entuudestaan, kehitetään ns. lappumenetelmä, jossa myös jokainen työntekijä, joka ei ole haastateltavana, saa kirjoittaa ylös mielipiteitään Jatsin kehittämisestä.

4.3 Havainnointi

Henkilöiden käytöksen seuraamista heidän toimintaympäristössään nimitetään havainnoinniksi. Tässä tutkimuksessa käytettiin havainnointia yhtenä tiedonkeruumenetelmänä, sillä havainnoija pystyy huomaamaan tekijöitä, joita tilanteessa oleva asiakaspalvelija ei itse välttämättä tiedosta. Havainnointi oli passiivista, mikä tarkoittaa, että havainnoitsija ei osallistu toimintaan, vaan ainoastaan seuraa tapahtumia (Hyysalo 2009, 106–107).

Havainnoinnin heikkous on, että se vie aikaa ja tilanteeseen ei ole enää paluuta, mikäli aineistossa havaitaan puutteita. Lisäksi havainnoijan ja havainnoitavan kohteen suhde saattaa vaikuttaa tutkimustuloksen luotettavuuteen. (Hirsjärvi ym. 2009, 213-214.) Havainnointia käytettiin, koska haluttiin tutkia palvelupolon sujuvuutta kolmannen osapuolen näkökulmasta. Asiakaspalvelija saattaa toimia ohjeiden mukaan, eikä välttämättä huomaa pieniä tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa palveluun positiivisesti tai negatiivisesti. Tällöin havainnoijan tekemät huomiot ovat hyvä menetelmä kehittämiseksi. Havainnointi suoritettiin niin, ettei asiakkaat eivätkä asiakaspalvelijat tienneet havainnoinnista erikseen, jotta tulos olisi mahdollisimman totuudenmukainen.

Havainnoin toteutus

Havainnointia suoritettiin hotellin aulassa, jossa kokouksesta vastuussa oleva henkilö ottaa asiakkaat vastaan. Havainnointi tapahtui tästä tapaamisesta kokoustiloista lähtemiseen asti. Varsinaista havainnointia ei kokoustilassa suoritettu, sillä asiakkaiden pitämät tilaisuudet ovat lähtökohtaisesti ulkopuolisilta suljettu. Mikäli asiakkaat poistuivat kokoustilasta, esimerkiksi tarjoilun ajaksi, havainnointia suoritettiin myös tällöin.

Hotellin vastaanotossa otetaan vastaan kokouksen pitäjät ja ohjeistetaan heidät oikeaan tilaan. Kokous- ja juhlatila Jatsi sijaitsee muista kokoushuoneista syrjässä, joten opastaminen tähän tilaan on pakollista. Tutkija havainnoi, ohjataan asiakkaat kokoustilaan ja ohjeistetaan heidät tilan varusteiden käyttämiseen. Havainnoija kiinnitti huomiota myös, kerrottiinko asiakkaille heille varatuista tarjoiluista ja miten heidän kuuluu toimia

tämän suhteen. Tarjoilut myydään myyntipalvelun kautta ennen kokousta, joten erilliset ruokalistat tarjoilun yhteyteen tulee tulostaa.

Havainnoija istui vastaanotossa sohvalla, asiakkaiden näkyvillä ja kirjasi havainnoinnit vastaanotosta ja ohjaamisesta kokoustilaan. Lisäksi havainnointia suoritettiin ravintolan ruokasalissa, mikäli asiakkaat poistuvat tilasta ja tarvitsevat henkilökuntaa opastamaan kokouksen kulun suhteen. Havainnointi päätettiin asiakkaan poistumiseen kokoustilasta ja miten palvelupolku saatetaan päätökseen. Tämä havainnointiketju toteutettiin jokaisen ryhmän kohdalla.

4.4 Asioimisen helppouden indeksi

Asiakaskokemusta voidaan mitata numeerisella mittarilla. Tässä tutkimuksessa liitettiin asioimisen helppouden indeksi avoimeen tarinaan, jolloin asiakas pystyi arvioimaan samassa lomakkeessa, miten asioiminen toimi. Gerdt ja Korhikoski (2016, 168-169) käyttävät arvoasteikkoa 1-7, jossa 1-3 tarkoittavat erittäin helppo, helppo ja suhteellisen helppo. 4 tarkoittaa neutraalia ja 5-7 tarkoittavat hieman vaikeaa, vaikeaa ja erittäin vaikeaa. Vaikeat- vastaukset vähennetään helppojen vastausten prosenttimäärästä, jolloin erotuksena saadaan asioimisen helppouden indeksi. Neutraaleja vastauksia ei oteta huomioon. Tässä tutkimuksessa numerot järjestettiin päinvastoin, jolloin numero 5 kuvastaa helppoa ja numero 1 vaivalloista.

5 TULOKSET

5.1 Avoin tarina

Avoimen tarinan lomakkeita tulostettiin yhteensä 70 kappaletta. Lomakkeita jaettiin kahdeksalle eri ryhmälle ja lomakkeita palautui yhteensä 54 kappaletta. Täytetyistä lomakkeista kaksi jouduttiin hylkäämään niiden asiattomien vastauksien vuoksi, joten hyväksytyjä vastauslomakkeita saatiin yhteensä 52 kappaletta. Avoimen tarinan vastausprosentti oli 74%.

Avoin tarina valittiin tutkimusmenetelmäksi kerätä tietoa asiakkaiden kokemuksista Jatsissa, jolloin asiakas sai itse päättää, millä sanalla hän tunnettaan kuvaa. Kaikki avoimeen tarinaan kirjoitetut sanat luokiteltiin Excel- taulukkoon ja sarakkeet muodostettiin niin, että kaikkien vastaajien samalle viivalle kirjoittamat sanat sijoitettiin samaan sarakkeeseen. Sanat luokiteltiin niiden samankaltaisuuden mukaan (liite 3.) myönteisiin, kielteisiin, neutraaleihin sanoihin, myös luokittelemattomat sanat eriteltiin omille sarakkeille.

Yli puolet vastaajista, 65%, vastasi myönteisesti, miten he löytävät kokous- ja juhlatila Jatsin. Kokous- ja juhlatila Jatsin sijaitessa syrjässä muista kokoustiloista, oli tulos yllättävä, sillä Jatsin sijainti koettiin työntekijöiden näkökulmasta hankalana asiakkaiden näkökulmasta. Sen sijaan asiakkaat kokevat löytävänsä Jatsin *helposti*. Neutraalit kuvaavat sanat kuten *kysyttäessä* kertoivat, että vaikka asiakas ei olisi löytänyt perille itse, koki hän saavansa kuitenkin ohjausta tilaan. Myös kulkeminen Jatsiin koettiin myönteisenä, sillä 71% koki, että Scandicin sisällä on *helppo* ja *sujuvaa* kulkea, jotta pääsee kokous- ja juhlatila Jatsiin. Sijainnin ja kulkemisen lisäksi kokoustilat ja henkilökunnan saatavuus koettiin myös vastausten määrän mukaan positiiviseksi, joten henkilökunnan ajatukset, kuinka asiakas kokee heidän kiireensä, ei ole vaikuttanut asiakaskokemukseen negatiivisesti.

Tunnelma ennen Jatsiin astumista ja miltä ravintolasalissa näyttää ja kuulostaa saivat myös kielteisiä kuvaavia sanoja. Koska kokoukset sijoittuvat myös lounasruuhkan aikaan, salissa näyttää, kuulostaa ja pystyy tuntemaan *kiireen*. Tässä tutkimuksen yhteydessä tutkija on tulkinnut kiire- sanan kielteiseksi, koska Scandicin kokouskonseptiin kuuluu mm. luoda kiireetön ja huoleton kokous.

Opastus Jatsin laitteisiin koettiin myös ennako-odotuksista huolimatta *hyvänä* ja asiakkaat kokivat, että heitä opastettiin *kaikessa*. Kokoustilojen valintaan vaikuttivat *hyvä palvelu*, jossa saa *rahoille vastinetta* ja *homma pelaa*. Kielteiseksi sanaksi luokiteltiin *vaattimaton* ja neutraaliksi sanaksi koettiin *sopiva*. *Sitä samaa, kuin ennen ja kuten ennen* luokiteltiin luokittelemattomiin sanoihin, sillä niistä ei pystynyt tulkitsemaan, onko Scandicin kokoustilojen palvelut *kuin ennen* positiivinen vai negatiivinen asia.

Kaikkien vastanneiden asiakkaiden mielestä hyvä palvelu on *täydellistä, tärkeää* ja *ystävällistä*. Kysymysmuodon vuoksi kohtaan oli vaikea kuvailla palvelun olevan negatiivista, mutta luokittelemattomia ja neutraaleja vastauksia kohtaan kuitenkin täytettiin, kuten *käytäntö, itsestänselvyys* ja *normaali asia ravintolassa*. Mikä vaikutti kokoustilan valintaan ja millainen mieliala asiakkaalla oli poistuessaan, saivat eniten tyhjiä vastauksia. Kohtiin haluttiin vastaus lomakkeen loppupäässä, joten vastaajan mielenkiinto on todennäköisesti loppunut, sillä näissä lomakkeissa avoimiin kysymyksiinkään ei oltu vastattu. Avoimen tarinan useimmin toistuvista sanoista rakennettiin tarina, joka koostuu asiakkaiden useimmiten käytetyistä sanoista:

Saapuessani Scandic Poriin löydän **helposti** kokous- ja juhlatila Jatsin sijainnin. Minun on **helppo** kulkea Scandic Porin sisällä päästäkseni kokous- ja juhlatila Jatsiin. Tunnelma ennen astuessani Jatsiin sisälle on **rauhallinen**. Ruokasalissa näyttää **viihtyisältä** ja kuulostaa **rauhalliselta**. Astuessani Jatsiin sisälle minusta tuntuu **mukavalta, koska tila on sopiva**. Jatsissa on kaikki **helposti** saatavilla ja löydän **kaiken** tarvittavan, jotta tilaisuus sujuisi helposti. Minua opastettiin **hyvin/kaikessa** Jatsin laitteiden käytössä. Tavoitan Scandicin henkilökunnan **helposti**, jos minulla on kysyttävää. Ajattelen hyvän palvelun olevan **ystävällistä**. Käyn täällä koska **viihdyn** täällä. Täältä lähtiessäni minulla on **hyvä** mieliala. Scandicin kokoustilojen palvelut ovat **hyvät**.

Avoimen tarinan sanojen luokittelu myönteisiin, kielteisiin, neutraaleihin ja luokittelemattomiin sanoihin on kuvattu alla olevaan taulukkoon. Taulukosta 1 havaitaan, kuinka useasti eri luokan sanoja lomakkeissa esiintyi. Taulukosta huomataan, että myönteisiä vastauksia on jokaisessa luokassa enemmän kuin kielteisiä, neutraaleja tai luokittelemattomia vastauksia.

TAULUKKO 1. Avoimen tarinan vastausten jakauma luokittain (n=52)

	70	SIJAINTI	KULKEA	TUNNELMA	NÄYTTÄÄ	KUULOSTAA	TUNTUU	SAATAVUUS	OPASTETTIIN	TAVOITAN	PALVELU	VALINTA	MIELIALA	KOKOUSTILAT
MYÖNTEISET		34	37	24	31	28	29	37	29	32	39	29	28	38
KIELTEISET		7	5	9	9	12	5	4	5	7			2	1
NEUTRAALIT		7	5	10	9	5	10	5	10	5	2	1	2	1
LUOKITTELEMATTOMAT		2	2	9	1	7	6	6	6	6	10	5	10	4
YHTEENSÄ		50	49	52	50	52	50	52	50	50	51	35	42	44
TYHJÄT		2	3	0	2	0	2	0	2	2	1	17	10	8
KAIKKI YHTEENSÄ		52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
VASTAUS%		71	70	74	71	74	71	74	71	71	73	50	60	63

Avoimen tarinan, johon vastaaja voi valita parhaiten kuvaaman sanan, lisäksi kysyttiin avoimilla kysymyksillä, mikä vastaajaa harmittaa ja mikä on kuitenkin mukavaa. Kysymykseen minua harmittaa saatiin 22 vastausta, jotka luokiteltiin aiheiden perusteella Excel- taulukkoon (taulukko 2). Pääluokiksi muodostuivat laitteistoon liittyvät ongelmat, kokoustilan pöytien asettelun epämieluisuuteen ja ruokailuun. Pääluokille jaoteltiin alaryhmät, joiden vuoksi pääluokat vaivasivat vastaajaa. Sama vastaaja saattoi vastata samaan kysymykseen useilla kuvaavilla sanoilla, joten merkintä tehtiin kaikkiin samoihin ryhmiin.

TAULUKKO 2. Minua harmittaa, kun... (n=52)

Laitteiston ongelmat	
Asiakkaan tekniikka ei sovi Jatsin tekniikkaan	12
Ajan kuluminen	8
Kokoustilan pöytien asettelu	
Liian ahdas	5
Puhe kuului huonosti	3
Ei käytännöllinen	7
Ruoka	
Jonotus	7
Muut asiakkaat	4
"Myönteiset ärsytykset"	
Ei mikään (6kpl), muut (2)	8
Tyhjät	30
YHTEENSÄ	54

Saaduista vastauksista suurin osa liittyi asiakkaan tekniikan sopimattomuuteen Jatsin laitteiston kanssa, jolloin tarvitaan lisäteknikka Jatsin tekniikan ja asiakkaan koneen välille. Sopivan lisäteknikan etsimiseen kulunut aika vei asiakkaan aikaa kokoukselta, joka oli

sidoksissa selkeästi siihen, ettei tekniikkaa saatu heti kokouksen alussa toimimaan. Lisäksi asiakkaan etukäteen toivoma pöytien asettelu ei ollut kaikkien kokouksessa olleiden mieleen. Jotkut asiakkaat kokivat pöytien asettelun olleen *epäkäytännöllinen* ja *puheen-*
vuorossa olleen puhetta ei kuulunut selkeästi takariviin. Myös osa asiakkaista, joille ruo-
kailu ja välipalatauot kuuluivat, kokivat *jonottamisen* ja *muut asiakkaat* häiritsevinä teki-
jöinä. Kuusi vastaajaa kokivat, että *ei mikään harmita* ja kaksi vastaajaa harmittelivat,
kun *käyvät täällä niin harvoin* ja olivat *syöneet liikaa*.

Toiseen avoimeen kysymykseen, *Mutta minusta on kuitenkin mukavaa, kun...* saatiin 25
vastausta. Tässäkin kysymyksessä vastaaja saattoi vastata useammalla kuvaavalla sanalla,
jolloin merkintä tehtiin kaikkiin vastaaviin luokkiin. Pääluokiksi muodostuivat seura, pal-
velu ja ruoka (taulukko 3). Eniten vastauksia saatiin palveluun liittyen. Moni vastaaja,
jotka olivat vastanneet, että *laitteiston toimimattomuus* harmittaa, kertoivat kuitenkin, että
on mukavaa, *kun tavoittaa henkilökunnan helposti*. *Palvelun ystävällisyys* ja *avun saami-*
nen koettiin myös myönteiseksi. Seura, jonka kanssa asiakas kokouksen vietti nousi myös
esille. Muutamalle vastaajalle oli mukavaa *nähdä vanhoja tuttuja* ja *vaihtaa kuulumisia*
ystävien kanssa. Ruoan *maistuvuus* ja sen *riittävyys* myös olivat asiakkaiden mielestä mu-
kavaa. Kolme vastaajaa kokivat *hyvän sään* mukavana tekijänä.

TAULUKKO 3. *Mutta minusta on kuitenkin mukavaa, kun...* (n=52)

Seura	
Tuttu seura	5
Tapaa pitkästä aikaa	4
Palvelu	
Ystävällinen	8
Tavoittaa	9
Saa apua	6
Ruoka	
Maistuu hyvältä	7
Riittävästi	3
Muut	
esim. "hyvä sää"	3
Tyhjät	27
YHTEENSÄ	45

Avoimen tarinan päätteeksi vastaajilta kysyttiin mielipidettä vastausmuodosta, johon vas-
tauksia saatiin 35 kappaletta. Yli puolet vastaajista kokivat vastausmuodon *erilaiseksi*
ja/tai *mukavaksi vaihteluksi*. Pieni osa vastaajista koki vastausmuodon *liian haastavaksi*

ja vaikeaksi, koska keskittymiskyky ei riitä ja sanoja oli vaikea keksiä. Tähän kohtaan jätti vastaamatta 17 vastaajaa.

5.2 Haastattelut

Haastattelut suoritettiin neljän eri työntekijän kanssa (kaksi ravintolapuolen työntekijää, kaksi vastaanoton työntekijää), joista kaksi työskentelee esimiehenä Scandic Porissa. Haastattelu suoritettiin työajan ulkopuolella ja haastattelujen kesto vaihteli viidestä (5) minuutista viiteentoista (15) minuuttiin. Haastatteluaika haluttiin pitää mahdollisimman lyhyenä ja tiiviinä, koska tutkija on tehnyt haastateltavien kanssa töitä yhdessä kolmesta (3) seitsemään (7) vuoteen, jolloin haastattelutilanne ei ole objektiivinen. Koska tutkija tuntee haastateltavien mielipiteet Jatsin ja Scandic Porin kehittämisestä jo entuudestaan, kehitetään ns. lappumenetelmä, jossa myös jokainen työntekijä, joka ei ole haastateltavana, saa kirjoittaa ylös mielipiteitään Jatsin kehittämisestä.

Haastattelurunko (liite 2.) on rakennettu avoimen tarinan pohjalta, jolloin haastatteluista saadut tiedot tukevat avoimesta tarinasta saatuja tietoja. Haastattelun ensimmäisessä osassa haastateltavalta kysytään kokous- ja juhlatila Jatsin sijainnin toimivuudesta sekä asiakkaiden että työntekijän näkökulmasta. Koska kokous- ja juhlatila Jatsi on rakennettu Scandic Poriin neljä vuotta myöhemmin kuin muut kokoustilat, on tämä kysymys validiteetti toimintojen kehittämiselle Jatsissa. Toisessa osassa haastateltavilta kysyttiin asiakasnäkökulmasta, mitä kehitysehdotuksia haastateltavat ovat asiakkailta saaneet tai muodostaneet itse työvuoronsa aikana. Kolmannessa osiossa haastateltavilta kysyttiin tavoitettavuudesta, miten heidät tavoittaa tai miten he tavoittavat asiakkaat kokous- ja juhlatila Jatsista.

Jokaisesta aihealueesta muodostettiin kaksi kysymystä, joista ensimmäisellä kysymyksellä pyrittiin saamaan kuva, mikä on lähtökohta. Toisella kysymyksellä pyrittiin saamaan haastateltavilta kehitysehdotuksia. Haastattelussa merkittävin kehitysehdotus oli saada vastaava henkilö, joka on vastuussa kokouksien kulusta alusta loppuun ja on aina käytettävissä. Tällä tavoin sijainti, asiakasnäkökulma ja tavoitettavuus eivät olisi ongelma kokous- ja juhlatila Jatsissa. Haastateltavat painottivat, että näin lähtökohtaisesti on aamuvuoroissa, mutta iltapahtumissa vastaanotto pääosin työskentelee yksin ja on mahdollista olla monesta asiasta samaan aikaan vastuussa. Tällä hetkellä ongelma on korjattu

ravintolahenkilökunnan vastuunottamisella, mutta ravintolan ollessa täynnä muita ruokailijoita, jää kokousasiakkaat huomiotta myös ravintolahenkilökunnan puolelta.

Jatsin sijaintiin ei voida vaikuttaa, koska se on liitetty Scandic Porin kokouspalveluihin 2012 saneerauksen jälkeen, jolloin silloin tehty remontti määrittää paljon Jatsin sisäkäynnistä sen tilan mahdollistamiin tarjoiluihin. Vaikka Jatsiin kuljetaan ravintolan läpi, mainitsivat haastateltavat kuitenkin asiakkaiden pitävän tämän läpikulkemisen positiivisena tekijänä.

”Ruoan tuoksu ja positiivinen ravintolahenkilökunta luo hyvän mielen ennen kokousta ja tekemisen meininki tarttuu myös asiakkaaseen.”

”Vaikka ruokasalissa olisikin hieman ahdasta, en ole kuullut sen kokousasiakkaita haittaavan – ehkä päinvastoin.”

Negatiivisena tekijänä haastateltavat ilmoittivat tarjoilumahdollisuudet kokous- ja juhlatila Jatsin sijainnin rakenteen vuoksi. Jatsia suunniteltaessa on otettu hyvin huomioon, miten tila pystytään jakamaan ja pöytäasetelmat rakentamaan, myös liikuteltavat pöytätasot helpottavat erilaisten muodostelmien rakentamisen. Jatsia myydään myös kokoustilan lisäksi juhlatilana, joten kylmä- ja lämminpöydän puuttuminen aiheuttaa joidenkin ryhmien kanssa ongelmia. Tällöin Jatsin asiakkaat joutuvat poistumaan kokoustilasta ravintolan puolelle syömään, jossa ulkopuolisia asiakkaita saattaa olla samaan aikaan. Ongelmia aiheutuu, kun kokousasiakkaiden ruoat ovat eri arvoisia ja eri ruokia kuin lounaalla tarjottavat ruoat.

”Päällekkäisyydet kokousasiakkaiden tilaamien ruokien ja samaan aikaan lounastavien asiakkaiden kanssa aiheuttaa ongelmia.”

”Kokousaulan puuttuminen Jatsista aiheuttaa sekaannuksia muissa ja kokousasiakkaissa, että mitkä ruoat kuuluvat heille ja mitä ruokia toiset eivät saa syödä.”

Kolmannessa osiossa kysytyä tavoitettavuutta haastattelijat kommentoivat samanlaisesti kuin sijaintiin vaikuttavia tekijöitä. Kokousasiakkaille tulisi määrätä oma vastuuhenkilö, joka on töissä silloin kuin kokouksia pidetään iltavuoroista huolimatta. Kuitenkin työtun-

tien kasvattaminen tätä varten ei tule olemaan mahdollista, joten esille nousi kahden haastateltavan kanssa jonkin moinen *summeri*, jota painamalla vastaanotto näkisi tai kuulisi, että Jatsissa kaivataan apua. Myös erillistä puhelinlinjaa toivottiin Jatsin ja vastaanoton välille. Näillä pystyttäisiin poistamaan asiakkaan ja työntekijän juoksuttaminen, mikäli puhelimen avulla pystyttäisiin korjaamaan ongelma kokoustilassa.

”Asiakkaalle olisi varmasti parempi, jos ei tarvitsisi aina seinän tullessa vastaan poistua kokoustilasta, vaan voisi soittaa suoraan vastaanottoon, että tulkaa auttamaan tai miten korjaan tämän.”

Haastattelut toivat hyviä näkökulmia asiakaskokemuksen parantamiseksi, vaikka haastattelijan ja haastateltavan suhde ei ollut objektiivinen. Lappumenetelmä osoittautui myös hyväksi tavaksi kerätä muilta työntekijöiltä kehitysehdotuksia, vaikka ehdotukset olivat suurimmaksi osaksi samoja ehdotuksia, mitä haastattelutilanteessa ilmeni. Henkilökunta lähti myös avoimin mielin kehitysehdotuksiin mukaan, mutta monet kehitysehdotukset eivät ole lyhyellä aikavälillä toteutettavissa niiden vaatiessa suuria rakenteellisia muutoksia. Haastattelut antoivat hyvän käsityksen työntekijöiden mielipiteestä Jatsin nykytilanteesta ja mahdollisista kehitysalueista.

5.3 Havainnointi

Havainnointia suoritettiin kohderyhmien asioidessa Scandic Porin kokous- ja juhlatila Jatsissa. Jotta havainnointi ei vaikuttaisi lopputulokseen tai asiakkaiden käyttäytymiseen, havainnointi pyrittiin suorittamaan asiakkaiden tietämättä niin, että havainnoija ei ole selkeästi työvuorossa. Havainnoija työskentelee itse yrityksessä, joten joidenkin asiakkaiden tunnistaminen havainnoija työntekijäksi oli mahdollista. Tästä johtuen voidaan olettaa havainnoijan läsnäolon vaikuttaneen tutkimustuloksiin. Havainnointi suoritettiin mahdollisimman objektiivisesti asiakkaiden mahdollisesta tunnistamisesta huolimatta ja havainnoinnin avulla pystyttiin keskittymään palvelupolun tarkkailuun.

Havainnointia suoritettiin viiden eri ryhmän asioidessa kokous- ja juhlatila Jatsissa. Ryhmien kokouksien sisältö oli kolmella ryhmällä pelkkä kokous, johon sisältyy kokoustilavuokra ja vesi. Näiden ryhmien koko vaihteli kymmenestä (10) kahteenkymmeneen (20) henkilöön. Neljäs ryhmä oli kokous- ja juhlatila Jatsissa juhlaillallisen merkeissä, jolloin

heille tarjotun tilan lisäksi kuului ruoka lautastarjoiluna. Neljännen ryhmän koko oli kaksitoista (12) henkilöä. Viides ryhmä oli ostanut kokopäiväpaketin, johon kokoustilan ja veden lisäksi kuuluu kaksi välipalatarjoilua ja kokouslounas. Viides ryhmä oli kooltaan seitsemäntoista (17) henkilöä.

Havainnoinnin avulla huomattiin, että asiakkaan on vaikea hahmottaa Jatsin sijaintia sen ollessa erillään muista kokoustiloista. Asiakkaan saapuessa hotellin aulaan, muut kokoustilat ovat aivan suoraan edessä pääovilta, kun taas Jatsin sisäänkäynti sijaitsee ravintolan puolella perimmäisessä nurkassa. Scandic Porilla ei ole nimetty erikseen kokousemäntää tai -isäntää, joten vuorossa oleva vastaanottovirkailija ottaa asiakkaat vastaan ja ohjaa heidät oikeaan tilaan. Joidenkin ryhmien havainnoinnissa hotellin aulaan ei ollut sisään kirjautuvia asiakkaita, joten asiakkaiden kohtaaminen ja ohjaaminen Jatsiin oli helppoa. Joidenkin ryhmien kohdalla vastaanotossa oli muita asiakkaita ja vastaanottovirkailija ei välttämättä heti kyennyt reagoimaan tilaa etsivään kokousasiakkaaseen. Vastaanottoaulan kiireellisyys ja vastaanottovirkailijoiden määrä vaikuttivat, miten asiakkaat löysivät kokous- ja juhlatila Jatsin.

Scandic Porin henkilökunta jokaiselta osastolta on koulutettu, miten kokoustilojen tekniikka toimii. Asiakkaiden koneiden ja laitteiden ollessa erilaisia, vaaditaan henkilökunnalta joka kerta noin kymmenen minuuttia asiakkaan ohjeistamiseen Jatsin tekniikan käytössä. Tässä ohjeistuksessa eri ryhmien ja eri vastaanottovirkailijoiden välillä havaittiin eroavaisuuksia ohjeistuksen perusteellisuuden ja tiedon määrän suhteen kokoustilan tekniikkaa kohtaan. Havainnoidessa ryhmää, jonka saapuessa Scandicin aulaan, ei ollut muita asiakkaita, vastaanottovirkailija kykeni ohjeistamaan asiakkaita perusteellisesti Jatsin tekniikan toiminnasta. Tämän ryhmän havainnoinnissa kirjattiin merkille myös, että vaikka vastaanottovirkailija ei olisi muistanut tai tietänyt miten Jatsin tekniikka toimii, kykeni hän rauhassa selvittämään ongelman. Toista ryhmää havaitessa, joka edustaa edellisen ryhmän palvelukokemuksen toista ääripäätä, kirjattiin ylös kiireen vaikuttaneen asiakaskokemukseen huolimattomasti. Kiire saa aikaan vastaanottovirkailijassa tunteen, että hänen tulisi olla monessa paikassa samaan aikaan, jolloin milloin mikään työtehtävä ei tule hoidetuksi loppuun.

Ryhmien, jotka eivät ottaneet kokoustilan ja veden lisäksi muuta, havainnointi keskittyi lähinnä heidän vastaanottamiseen, ohjeistukseen tilan käyttöön ja kokouksen päättämiseen. Neljännen ryhmän, joka oli ostanut iltapaketin, havainnointi oli avoimempaa, koska

tarjoilija ja asiakkaat itse kulkivat Jatsin tiloista vapaasti myös muualla ravintolassa. Tätä ryhmää havaitessa kirjattiin ylös, että mikäli asiakas haluaa kontaktin henkilökuntaan, joutuu hän kävelemään melko pitkälle Jatsin tiloista saadakseen palvelua. Tarjoilun vaikeus ja helppous olivat tämän ryhmä isoin havainnoinnin kohde, sillä Jatsin sisäänkäynnin asettelu aiheuttaa paljon askelia ja pitkiä välimatkoja keittiöstä Jatsiin. Ruoan lämpötila ja kuinka kauan ruokalajien välillä kestää pitkän välimatkan vuoksi kirjattiin isoimmaksi ongelmatekijäksi.

Muiden kokoustilojen ollessa keskitetysti toisella puolella hotellia kuin Jatsi, on rakentamassa jo huomioitu kokoustilojen aula, jonne on varattu kylmäpöytä kokoustarjoiluja varten. Viidennen ryhmän kohdalla, jotka olivat ostaneet kokopäiväpaketin, kiinnitettiin huomiota välipalatarjoilujen asetteluun vaikeuteen. Kokous- ja juhlatila Jatsille ei ole varsinaista omaa tarjoilualuetta, vaan tilatut tarjoilut asetetaan ravintolan puolelle, joka aiheuttaa ongelmia mm. lounaan päällekkäisyyden kanssa. Jatsin asiakkaille tarkoitettujen tarjoiltavien joudutaan laittamaan esille, kun ulkopuolisia lounasasiakkaita on vielä paikalla, joten ruoan esille laiton ajoittaminen ja vahtiminen tuovat lisätyötä vuorossa olevalle.

5.4 Asioimisen helppouden indeksi

Avoimen tarinan ja avoimien kysymysten lisäksi vastaajilta kysyttiin lomakkeessa arviota asteikolla 1-5, miten he kokivat asioimisen helppouden kokous- ja juhlatila Jatsissa. Gerdt ja Korkiakosken mallin mukaisesti (kts. luku 4.4) vastaajien antamista arvosanoista laskettiin asioimisen helppouden indeksi. Poiketen Gerdt ja Korkiakosken mallista, asioimisen helppouden indeksin numerot asetettiin päinvastoin, koska tutkija koki asiakkaiden mieltävän suuremman arvosanan positiiviseksi asiakkaiden näkökulmasta. Arvosanat 1 ja 2 tarkoittavat vaikeaa ja erittäin vaikeaa ja arvosanat 4 ja 5 tarkoittavat helppoa ja erittäin helppoa. Arvosana 3 jätettiin neutraaliksi.

Luku, joka saadaan asioimisen helppouden indeksistä kuvaa, kuinka todennäköisesti asiakkaat suosittelivat palvelua toisille. Arvosanojen tulkinnassa käytettiin Tuulaniemen (2011, 241–242) esittämän Net Promoter Score- luvun (NPS) asteikkoa, koska Gerdt ja Korkiakosken teoksesta tulkinta puuttui, mutta NPS on menetelmältään samankaltainen. Arvosanan ollessa nolla, on palvelua suosittlevien ja arvostelevien asiakkaiden määrä ollut yhtä suuri. Arvosana on hyvä, mikäli se on positiivinen ja yli 50 menevää arvoa

pidetään erinomaisena. Jos luku on negatiivinen, palvelua arvostelleiden määrä on suurempi kuin sitä suosittelevien.

Arviointeja asioimisen helppoudesta kokous- ja juhlatila Jatsissa saatiin yhteensä 48 kappaletta kaikista 52:sta vastauksesta. Vastaukset kirjattiin taulukkoon 4, josta huomataan, miten arvosanojen jakauma toteutuu. Asioimisen helppouden indeksiksi muodostui 52,09 (taulukko 5), joka kertoo asioimisen helppouden olevan erinomaista.

TAULUKKO 4. Asioimisen helppouden indeksin arvosanojen jakautuminen

VASTAAJIEN ARVOSANAT		
Lukumäärä	Arvosana	%
3	1	6,25
4	2	8,33
9	3	18,75
12	4	25
20	5	41,67
48		100 %

TAULUKKO 5. Asioimisen helppouden indeksi kokous- ja juhlatila Jatsissa

ASIOIMISEN HELPPouden INDEKSI
$(41,67+25)-(6,25+8,33)=52,09\%$

6 TULOSTEN YHTEENVETO JA KEHITYSEHDOTUKSET

6.1 Tulosten yhteenveto

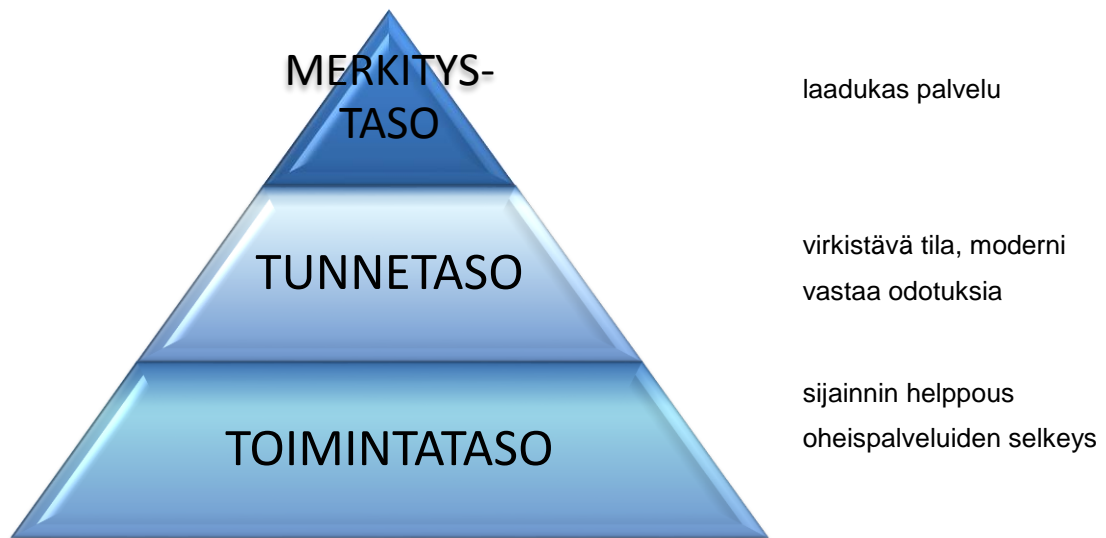
Tässä tutkimuksessa kerättiin palautetta haastattelujen, havainnoin ja avoimen tarinan avulla. Haastattelut suoritettiin neljän eri työntekijän kanssa, joista kaksi työskentelee esimiehenä Scandic Porissa. Haastattelut pidettiin pintapuolisina, koska haastattelijat työskentelevät itse yrityksessä, johon tutkimus tehtiin. Haastattelu kuitenkin toi varmuuden muista tutkimustavoista tulleista palautteista, joten siitä tulleita huomioita ei päätetty jättää tämän tutkimuksen ulkopuolelle. Havainnointia suoritettiin asiakkaan palvelupolkua tarkkailemalla, niin ettei havainnoija vaikuttanut tutkimustuloksiin. Kuitenkin osan tunnistessa havainnoijan työntekijäksi, voidaan olettaa, että tutkimustulokset eivät ole täysin paikkansapitäviä. Tutkimuksen pääkeino saada palautetta kokous- juhlatila Jatsista oli avoin tarina, johon vastaaja eli Jatsin tilan käyttäjät pystyivät vastaamaan oman tunteuksensa mukaan, miten he tilan käytännöllisyyden ja palvelut sen ympärillä kokivat.

Tämän tutkimuksen yhteydessä saatiin hyvin palautetta kokous- ja juhlatila Jatsin nykytilanteesta ja sen mahdollisuuksista jatkossa. Osa palautteista olivat rakentavia, mutta suurin osa palautteista olivat myönteisiä, tilaa ja palvelua kehuja. Vastausprosentin odotettiin olevan suurempi, mutta aikataulun ollessa tiukka, koettiin että 52 kappaletta vastauksia kahdeksalta eri ryhmältä riitti saamaan yleisesti hyvän kuvan Jatsin nykyisestä tilanteesta ja miten sitä voidaan jatkossa kehittää.

Saaduista vastauksista voidaan päätellä, että Jatsin nykytilanne on erittäin hyvä sen käyttäjien mielestä. Työntekijöiden ennakkokäsitykset, jotka saattaisivat vaikuttaa asiakkaiden kokemukseen ja palvelun tasoon kokous- ja juhlatila Jatsissa, eivät tutkimuksen perusteella vaikuttaneet negatiivisesti asiakkaiden näkökulmasta. Sen sijaan Jatsiin kulkeminen ravintolasalin läpi koettiin helppona, eivätkä muut ravintolan asiakkaat vaikuttaneet Jatsin käyttäjien kokemukseen kielteisesti. Myös työntekijöiden ajatus, että heidän työkiireensä näkyy asiakkaalle, ei vaikuttanut monen ryhmän kokemukseen Jatsin palveluita käytettäessä.

Tuulaniemen (2011, 75) asiakaskokemuksen eri tasot täyttyvät kokous- ja juhlatila Jatsissa ja sen palveluiden ympärillä. Scandic Porin kokoustiloja pidetään korkeatasoisina

ja oheispalvelut täyttävät asiakkaiden odotukset. Jatsi koetaan hyvänä lisäyksenä muiden kokoustilojen lisäksi ja asiakkaat kokevat sen sijainnin ennakkokäsityksistä huolimatta hyvänä. Myös lounaslinjasto koettiin pääasiassa selkeänä ja ainoastaan aikataulujen päällekkäisyydet koettiin toimintatasoa häiritsevänä tekijänä. Tunnetasolla Jatsi koettiin virkistävänä ja uusi tila itsessään luo modernin ympäristön, jossa jokainen tuntee olevansa ajan hermolla. Jatsi vastaa asiakkaan odotuksiin tunnetasolla. Merkitystasolla palvelun laatu määrittä asiakaskokemuksen erittäin positiiviseksi, jonka vuoksi monet kokousasiakkaat valitsevat Scandic Porin kokoustiloja valitessaan. Asiakkaiden kokemista arvoista, hyödyistä ja laadusta muodostettiin asiakaskokemuspyramidi (kuvio 7).



KUVIO 7. Asiakaskokemuspyramidi kokous- ja juhlatila Jatsissa syksyllä 2017

Edellä Spence ja Piquerasin (2014, 272) mukaan ympäristöstä kuuluva ääni vaikuttaa ruoan makuun. Asiakkaiden vastaamat *kuulostaa kiireiseltä* luokiteltiin kielteisiksi, koska kiireettömyyden tunne halutaan välittää asiakkaille. Vastauksista pystyttiin tulkitsemaan kuitenkin, että joitakin asiakkaita ei kiireen kuuleminen aiheuta kielteisiä tunteita. Voidaan olettaa, että vaikka työntekijöillä olisi kiire palveltaessa asiakasta, kokevat asiakkaat sen normaaliksi työnteon sivutuotteena ja samalla kokevat palvelun olevan suosittua, kun moni asiakas on paikalla kuluttamassa palvelua ja tuotteita.

Ylikosken (2000, 235) mukaan jonot ja ahtaus harmittavat asiakkaita, jolloin ostohalukkuus vähenee. Kokous- ja juhlatilan Jatsin käyttäjät eivät kokeneet avoimen tarinan perusteella jonoja ja ahtautta liian kielteisenä tekijänä. Koska positiivinen tunnelma tarttuu herkästi henkilöltä toiselle, voidaan todeta, että kokousasiakkaiden ja ravintolan muiden

asiakkaiden samanaikainen ruokailu luo positiivisen tunnelman. Ruoan ja palveluiden ollessa kuitenkin eri tasoisia ja hintaisia, voi asiakas kokea sekavaksi, mitä hän saa syödä. Avoin tarina osoittautui positiiviseksi tutkimusmenetelmäksi ja havainnointi ja haastattelut tukivat avoimesta tarinasta saatuja tietoja. Vastauksia käsiteltäessä huomattiin kuitenkin osan vastaajan mielenkiinnon lopahtaneen, koska osassa lomakkeessa tyhjiä kohtia oli jätetty varsinkin lomakkeen loppupäässä. Avoimella tarinalla kuitenkin pyrittiin saamaan asiakkaiden tuntemuksia ja miten he kokevat Jatsin tilana ja oheispalveluiden laadun. Henkilöt kokevat laadun eri tavalla, joten tunnetta ja käsityksiä Jatsista olisi ollut vaikea saada perinteisen lomakkeen avulla. Avoimeen tarinaan olisi voinut lisätä kysymyksiä asiakkaiden ennako-odotuksista Jatsista ja Scandic Porin kokoustiloista yleisesti. Myös kysymykset jatkossa palveluiden kuluttamisesta olisi ollut mielenkiintoinen aihe käsitellä, mutta avoimen tarinan ollessa jo valmiiksi melko pitkä, haluttiin keskittyä kartoittamaan pelkästään Jatsin kehitystä nyt ja jatkossa.

Tulosten tulkinnan ongelmat

Avoin tarina suoritettiin kysymättä vastaajien taustatietoja, kuten ikä, sukupuoli ja kuinka monta vuotta vastaaja on käyttänyt Scandic Porin kokouspalveluita. Mikäli taustatietoja olisi päätetty kysyä, voitaisiin päätellä minkä ikäiset kokevat kokous- ja juhlatila Jatsin positiivisena, onko sukupuolella merkitystä valitessa kokoustilaa ja vaikuttaako aiempi ostokäyttäytyminen valitessa Scandic Porin kokouspalveluita. Palvelua kehitettäessä olisi hyvä tuntea asiakkaiden taustatiedot, mutta tutkimusaineiston rakenteen vuoksi näihin kysymyksiin ei saada vastausta.

Sanojen luokittelu oli tutkimuksen vaikein asia. Sana, jonka vastaaja oli täyttänyt lomakkeeseen, vaati yleiskatsausta vastaajan muiden vastausten kohdalla. Yleisesti positiivinen lomake, jossa ilmeni kielteiseksi luokiteltu sana, saattoi vaikuttaa asiakkaaseen positiivisesti, vaikka sanan yleisluonne olisi enemmän kielteinen kuin neutraali. Luokittelemattomiin sanoihin sijoiteltiin sanat, joista ei kyennyt arvioimaan onko vastaus neutraali. Esimerkiksi kysyttäessä minkälaiset Scandicin kokouspalvelut ovat, vastaukseksi saatiin *kuten ennen*. Vastauksesta ei pystytä päättelemään, onko palvelut *kuten ennen* olleet myönteisiä vai kielteisiä. Sanoja luokiteltaessa myös tutkijan omat mieltymykset sanojen luonteesta saattoi vaikuttaa luokitteluun, mutta pääosin avoimen tarinan muista vastauksista pystyi näkemään, onko sana kielteinen vai myönteinen.

Haastattelut ja havainnointi olivat tutkimuksen vaikein tulkittava osuus, sillä tutkija itse on yrityksessä töissä, joten asiakkaat tunnistavat havainnoijan. Myös haastateltavien tunteminen entuudestaan ja heidän mielipiteiden tunteminen kokous- ja juhlatila Jatsista vaikeutti tutkimustuloksen objektiivisuutta. Ennako-odotukset haastatteluista pitivät paikkansa ja haastattelija tiesi entuudestaan työntekijöiden ajatuksen nykytilanteesta. Avoinesta tarinasta kerätyt tiedot kuitenkin kumosivat haastattelussa ja havainnoinnissa saatuja tietoja, joten tutkijan ennako-odotukset asiakasnäkökulmasta myös muuttuivat.

6.2 Kehitysehdotukset

Tässä luvussa käsitellään avoimen tarinan sanojen luokittelun avulla kehittämisehdotuksia, myös tutkijan omat havainnot ja henkilökunnan haastattelut on otettu huomioon kehitysehdotuksia tehdessä.

Jatsin sisäänkäynti

Asiakkaat eivät kokeneet Jatsin sisäänkäynnin sijainnin olevan ongelmallinen toimivuuden kannalta. Sisäänkäynti aiheuttaa enemmän ongelmia työntekijöiden näkökulmasta. Sisäänkäynnin sijoittamiseen ei pystytä vaikuttamaan, koska kokous- ja juhlatila Jatsi rakennettiin muiden vuonna 2012 kokoustilojen, ravintolasalin, keittiön ja hotellihuoneiden remontoimisen jälkeen vuonna 2016. Sisäänkäynti aiheuttaa eniten ongelmia ruoan tasalaatuisuuden kohdalla, koska kulkeminen keittiön ja Jatsin sisäänkäynnin välillä on pitkä ja ruoka saattaa jäähtyä. Scandic Porin keittiötä remontoidessa ei oltu otettu huomioon, että kokoustiloihin tarjotaan myös lautasannoksia. Tällöin esimerkiksi bankettikärryihin ei ole investoitu, joka merkittävästi nostaisi ruoan tasalaatuisuutta. Myös keittiön uunien kapasiteetti ja astioiden määrä eivät riitä isojen ryhmien ruokien tasalaatuisuuteen.

Sisäänkäynnin sijoittelun vuoksi, voidaan todeta, että bankettikärryjen ja investointi isompiin uuneihin toisi merkittävän eron nykyiseen tilanteeseen. Koska uunit nykyisellään toimivat vielä, ei investointi uusiin uuneihin ole lyhyen aikavälin kehittämisalue. Kuitenkin investointi nykyisiin uuneihin sopiviin bankettikärryihin toisi helpotusta ruoan tasalaatuisuuteen. Tällöin lautaset pysyvät lämpiminä ja annoksien kokoamiseen yksitellen ei kulu aikaa, mikä vaikuttaa ruoan laatuun. Jatsin sisäänkäynti ei siis aiheuta ongelmia muussa osa-alueessa kuin tasalaatuisen ruoan tarjoamisen suhteen ja bankettikärryt poistaisivat tai helpottaisivat ongelmaa.

Kokousaulan puuttuminen

Vuonna 2012 remontoitujen kokoustilain sijaitseminen Porin Scandicissa samaan tilaan, joita yhdistää kokousaula. Kokousaulassa on kahvikone, vesihana, kylmähöyry ja lämpölamppu lämpimille ruoille. Kokousten ohessa tarjottavat ruoat, jotka on myyty kokoustilojen varauksen yhteydessä, on helppo ja selkeä tarjota tältä linjastolta. Kokousaulaan eivät pääse ravintolan muut asiakkaat, vaan kokousasiakkaat tietävät, että tarjottavat ovat heitä varten. Tämänkaltaisen kokousaulan Jatsin yhteydessä puuttuu kokonaan.

Porin Scandicissa lounasta tarjotaan kello 11 ja 14 välillä, joten ravintolassa on muita asiakkaita tuolla aikavälillä. Jatsin sisäänkäynti on ravintolan puolella, aivan lounaslinjaston päässä. Linjastossa on tilaa asettaa Jatsin asiakkaiden tarjoilut esille, mutta kokousasiakkaat ja lounasasiakkaat kokevat sekaannusta, mitkä tarjottavat kuuluvat heille. Tällä hetkellä asiaan on pystytty vaikuttamaan aikatauluttamalla kokousasiakkaiden tarjoilujen nostamista juuri lounaan jälkeen ja tämä on ollut mahdollista, koska pääasiassa kokoustarjoilujen aikataulu on ollut tähän asti klo 14 tai sen jälkeen.

Ravintolasalissa ja lounaslinjastossa on tilaa kokousasiakkaiden tarjoiluille, mutta erottaminen lounasasiakkaiden ja kokousasiakkaiden ruoista olisi tarpeen. Tällä hetkellä siihen soveltuisi kylmähöyryä, jota pystytään kuljettamaan pyörillä. Kuljetettava höyryä pystytään sijoittamaan ravintolan puolelle Jatsin sisäänkäynnin edustalle, joka olisi tarpeeksi erossa lounaslinjastosta ja varattu- kylteillä pystyttäisiin osoittamaan, että tarjoilut on tarkoitettu kokousasiakkaille. Kuljetettava kylmähöyryä myös edesauttaisi tilaisuuksia, joissa asiakas haluaa pitää tilaisuuden Jatsin ovien sisäpuolella ja tarjottavat haluttaisiin myös Jatsin tiloihin. Nykyisellään tällaisissa tilaisuuksissa asiakkaat joutuvat hakemaan tarjottavat ravintolan puolella olevasta kylmähöyryästä.

Jonojen muodostuminen/ kapea ruokailulinjasto

Jonottaminen aiheuttaa asiakkaassa aina kielteisiä tunteita. Porin Scandicin lounaslinjasto on hyvin selkeä asiakkaiden palautteen mukaan. Lounaslinjasto on kuitenkin kapea ja linjastoja on vain yksi, jolloin kokousasiakkaiden ja ravintolan muiden asiakkaiden aikataulujen päällekkäisyydet aiheuttavat pitkiä jonoja. Jonoja tällä hetkellä on pystytty nopeuttamaan tekemällä väliaikainen salaattipöytä linjaston toiselle puolelle, jolloin jonot saadaan jaettua kahteen osaan ja asiakkaat saavat otettua salaattia. Kaksi salaattipöytää saa jonot lyhyemmiksi, jolloin jonottaminen nopeutuu, mutta kapea linjasto kapenee entisestään ja työntekijöiden on miltei mahdotonta täyttää ruokia linjastoon. Lämpöhauteita

on vain yksi linjasto, joten kaksi salaattipöytää helpottaa ruuhkaa ainoastaan salaatteja ottaessa, mutta jono muodostuu uudestaan lämpimien ruokien kohdalla.

Kuljetettava lämpöpöytä tai siirrettävät lämpöhauteet toisivat helpotusta linjaston sujuvuuteen. Linjasto on kapea ja kapenee entisestään, mikäli linjastosta tehtäisiin kaksipuoleinen. Kuitenkin jonottamiseen kulutettu aika lyhentyisi ja kapean tilan aiheuttamat kielteiset tuntemukset lieventyisivät. Kuljetettava lämpöpöytä ja kylmöpöytä olisivat siis apuna lounaslinjastossa ravintolan puolella lounasruuhkan aikana ja mahdollistaisi myös ruoan kuljettamisen Jatsin puolelle, jolloin kokousasiakkaiden ruoat pystyttäisiin erottamaan lounasasiakkaiden ruoista.

7 POHDINTA

Tutkimus aloitettiin alkuvuodesta 2017, jolloin kerättiin tietoa asiakaskokemukseen vaikuttavista tekijöistä. Teorian pohjalta luotiin tutkimusmenetelmät, jotka olivat avoin tarina, asioimisen helppouden indeksi, henkilökunnan haastattelut ja palvelupolun havainnointi. Nämä keinot yhdistämällä pyrittiin saamaan kattava aineisto, jonka pohjalta kokous- ja juhlatila Jatsia saadaan kehitettyä sen ollessa vielä tuore lisäys Scandic Porin kokoustiloihin ja -konseptiin. Tutkimuksen aineisto kerättiin syksyllä 2017 ja analysoitiin vastausmäärän ollessa riittävä tutkimuksen toimeen antajan puolesta. Tutkimuksen kaikissa vaiheissa pyrittiin saamaan kokous- ja juhlatila Jatsin asiakkaiden näkökulma, jonka pohjalta kehittämisehdotukset luotiin.

Tutkimusaineisto kerättiin Scandic Porin toiminnallisessa työympäristössä, jotta asiakkaat ja haastateltavat pystyivät yhdistämään vastauksensa siinä hetkessä tapahtuvaan palveluun. Avoin tarina annettiin asiakkaille niinä päivinä, kun asiakkaat asioivat kokous- ja juhlatila Jatsissa. Avoimen tarinan vastausprosentti jäi tavoitteesta, mutta vastausten määrä koettiin tarpeeksi riittäväksi, jotta saadaan käsitys nykytilanteesta. Vastausprosentin arvioitiin jääneen odotettua matalammaksi sen pituuden vuoksi, joka näkyi tyhjinä vastauksina lomakkeessa. Haastattelut ja havainnointi otettiin tukemaan avoimesta tarinasta saatuja vastauksia, mutta näiden aineistonkeruumenetelmien ei uskota olevan täysin reliabiliteetteja. Kuitenkin haastattelussa ja havainnoinnissa ilmenneet seikat kumosivat avoimesta tarinasta saatuja tietoja, joten analysoidessa aineistoa koettiin, että haastattelijan ja havainnoin avulla pystyttiin kartoittamaan, miten työntekijät kokevat asiakasnäkökulman.

Tutkimustulokset eivät ole yhdistettävissä Scandic- ketjun muihin hotelleihin ja niiden kokoustilojen kehittämiseen, vaan tarkoitus oli kartoittaa Scandic Porin kokous- ja juhlatila Jatsin nykytilannetta. Tutkimusmenetelmät sen sijaan ovat sovellettavissa muissa hotelleissa niiden kokoustilojen kehittämiseen. Tutkimuksessa selvisi asiakkaisiin kielteisesti ja myönteisesti vaikuttavia tekijöitä heidän asioidessaan kokous- ja juhlatila Jatsissa. Tärkeimpinä tekijöinä myönteisistä tekijöistä voidaan pitää palvelun laatua ja ravintolan muiden asiakkaiden samaan aikaan asioimisen häiritsevänä tekijänä.

Oma arvio opinnäytetyöstä

Aihetta ja sen rajaamista mietittiin tutkimuksen toimeen antajan kanssa. Vaikka Scandic Pori edustaa pientä/keskisuurta hotellia, on kokouskonsepti laaja. Tutkimus kuitenkin halettiin rajata kokous- ja juhlatila Jatsiin, sillä se on uusi lisäys Scandic Porin kokoustiloihin ja tätä tutkimusta tehdessä tila on ollut vuoden toiminnassa, joten aika sen tilanteesta ja palveluista sen ympärillä oli ajankohtainen. Pääosassa oleva tutkimusmenetelmä, eli avoin tarina, teki tutkimuksen tekemisestä mielekästä. Avoimen tarinan avulla saatiin kattavampaa tietoa kuin mitä määrällisellä tutkimuksella olisi saatu aikaan. Myös pelkkä havainnointi ja haastattelut eivät olisi luoneet reliabiliteettista tulosta, sillä tässä tutkimuksessa kävi ilmi, että haastateltavat kokivat asiakasnäkökulman erilaisesti, mitä asiakkaat itse kokivat.

Vastausten analysointi tuntui ensin vaikealta vastaajan mielialan tulkitsemisen vuoksi. Sanojen luokittelu aiheutti myös pohdintaa, sillä mitä itse kokee negatiiviseksi, ei välttämättä vastaaja ole tarkoittanut vastausta kielteiseksi. Valmiilla sanavalinnoilla ei kuitenkaan haluttu vaikuttaa vastaajan valitsemiin sanoihin, jolloin vastausmuoto tuki myös kvalitatiivisen tutkimuksen periaatetta. Vastauksia analysoidessa huomasin, miten erilaisesti työntekijät näkevät palvelutilanteen. Asiakkaat eivät välttämättä huomaa mitä poikkeavaa palvelupolussa tapahtuu, mutta työntekijä kiinnittää siihen ehkä liian paljonkin huomiota. Ennakkokäsitykset palvelupolun sujuvuudesta hälvenivät, sillä asiakkaat kokivat vastausten perusteella asioimisen olevan todella helppoa ja vaivatonta kokous- ja juhlatila Jatsissa. Myös työntekijöiden kiire ei välity asiakkaalle, vaikka näin ennakkokäsitykset antoivat odottaa.

Pyrkimyksenäni oli pysyä mahdollisimman objektiivisena tutkimuksen ajan, mutta työskennellessäni Scandic Porissa, moni asiakas tunnistaa minut työntekijäksi. Myös muiden työntekijöiden pitkäaikainen tunteminen saattoi vaikuttaa tutkimustuloksiin. Avoimesta tarinasta saadut vastaukset ovat kuitenkin objektiivisia, sillä itse en päässyt vaikuttamaan asiakkaiden kokemuksiin heidän täyttäessä lomaketta.

Koen tämän työn vastaavan tutkimuksen toimeen antajan vaatimuksia ja tutkimuksen avulla saatu aineisto on hyvä lähtökohta tulevaisuutta ajatellen, mikäli jatkotutkimuksia kokous- ja juhlatila Jatsille halutaan kehittää. Tutkimuksen avulla saatiin käsitys, mikä Jatsin tilanne on nyt ja ajattelen, että työntekijänä Scandic Porissa omat ennakkokäsitykset kannattaa jättää huomiotta ennen asiakkaan antamaa palautetta.

LÄHTEET

Ackerman, D. 1991. Aistien historia. A Natural History of the Senses. Suom. Heikinheimo, S. Juva: WSOY.

Avotie, A. 1999. Värioppia ja sommittelua ruokaan. Keittokirja. 3. uud. painos. Tampere: Saarioinen.

Fischer, M. 2014. ProComma Academic. Positiivisesti poikkeava vuorovaikutus. Artikkel. ProCom. Luettu 25.04.2017.
<http://viestijat.fi/positiivisesti-poikkeava-vuorovaikutus/>

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

Grönroos, C. 2010. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Service Management and Marketing, Customer Management in Service Competition (Third edition 2007, Wiley, J.&Sons, Ltd.) Suom. Tillman, M. 4. painos. Helsinki: WSOYpro Oy

Hatt, H. Dee, R. 2013. Pieni tuoksu- ja makukirja. Das kleine Buch vom Riechen und Schmechen by Hanns Hatt and Regine Dee. Suom. Ahola, V. Jyväskylä: Docendo Oy.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uud. painos. Helsinki: Edita.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uud. painos. Helsinki: Tammi.

Holmlund, M., Perceived Quality in Business Relationships, väitöskirja. Helsinki: Hanken/CERS, 1997

Hopia, A. & Ihanus, S. (toim.) 2014. Moniaistinen keittokirja. 5D Cookbook. Turku: Funktionaalisten elintarvikkeiden kehittämiskeskuksen hallinnoima KUMURU-hanke. E-kirja. Luettu 20.04.2017. <https://apps.utu.fi/media/nakoislehdet/5d-cook-book/desktop/index.html?article=2&page=1>

Hyysalo, S. 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä. Tieto, tutkimus, menetelmät. Helsinki: Taide-teollisen korkeakoulun julkaisu B97.

Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen. Palvelukokemuksen punainen lanka. Helsinki: Talentum Media Oy.

Lindström, M. 2006. Brand Sense Build Powerful Brands through Touch, Taste, Smell, Sight, and Sound. Volume 15, No. 1 (2 sections). Audio-Tech Business Book Summaries 15.1. Julkaistu USA:ssa 2005. USA: Division of Simon & Schuster, Inc. E-kirja. Luettu 15.05.2017.
https://books.google.fi/books?hl=fi&lr=&id=tzPrvHf2WIAC&oi=fnd&pg=PR11&dq=Brand+Sense+Build+Powerful+Brands+through+Touch,+Taste,+Smell,+Sight,+and+Sound.&ots=YNKiN-fLH9r&sig=LUbH0e6edKaG8xCeapjJNQXmqz4&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. 2. painos. Asiakaskokemus. Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Mustavuori, J-M. 2014. Aistit auki! Anna elämän koskettaa. Helsinki: Basam Books Oy.
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. uud. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Palmgren, G. 2016. Nenäsi muistaa kaiken. Tieteen kuvalehti 6/2016, 48-53.
- Ranne, J. 2006. Anna palaa! Käytännön palautetaitokirja. Porvoo: ai-ai Oy (Hakapaino)
- Rust, R. T. & Oliver, R. L., Service Quality: Insights and Managerial Implications From the Frontier. Teoksessa Rust, R. T. & Oliver, R. L. (toim.), Service Quality: New Directions in Theory and Practice. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 1994.
- Scandic Hotels Oy. 2017. Luettu 27.04.2017. <http://www.scandichotelsgroup.com/en/>
- Spence, C. & Piqueras-Fiszman, B. 2014. The Perfect Meal. The multisensory science of food and dining. Oxford, UK: John Wiley & Sons, Ltd.
- The Economist. 2015. Science and technology. Flavour science – The tastemakers. Lehdistiartikkeli. 31.01.2015. Luettu 05.05.2017. <https://www.economist.com/news/science-and-technology/21641133-researchers-are-still-chasing-nature-and-number-basic-tastes>
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko asiakas? 2. uud. painos. Helsinki: KY-Palvelu Oy

LIITTEET

Liite 1. Avoin tarina

TARINA:

**PALVELUT & KOKOUS- JA JUHLATILA
JATSI**

Scandic

Saapuessani Scandic Poriin löydän _____ kokous- ja juhlatila Jatsin sijainnin. Minun on _____ kulkea Scandic Porin sisällä päästäkseni kokous- ja juhlatila Jatsiin. Tunnelma astuessani Jatsiin sisälle on _____.

Ruokasalissa näyttää _____ ja kuulostaa _____. Astuessani Jatsiin sisälle minusta tuntuu _____, koska _____. Jatsissa on kaikki _____ saatavilla, jotta tilaisuus sujuisi helposti. Minua opastettiin _____ Jatsin laitteiden käytössä. Tavoitan Scandicin henkilökunnan _____, jos minulla on kysyttävää. Ajattelen hyvän palvelun olevan _____. Käyn täällä, koska _____. Täältä lähtiessäni minulla on _____ mieliala. Scandicin kokoustilojen palvelut ovat _____.

Haluaisin vielä kertoa, että minua harmittaa, kun _____.

Mutta minusta on kuitenkin mukavaa, kun _____.

Tämän tapainen vastausmuoto on mielestäni _____.

Lopuksi pyytäisin sinua arvioimaan asioimisen helppoutta Scandic Hotelli Porissa ja kokous- ja juhlatila Jatsissa. (1= vaivalloinen, 5=vaivaton)

1-----2-----3-----4-----5

KIITOS!

Liite 2. Haastattelurunko

HAASTATTELUT

Kokous- ja juhlatilan kehittäminen, Jatsi

SIJAINTI

1. Miten koet kokous- ja juhlatilan Jatsin sijainnin Scandic Porissa asiakkaiden näkökulmasta? Entä työntekijän näkökulmasta?

-asiakkaiden ohjaaminen

-kokous- ja juhlatila Jatsin löytyminen, mikäli ohjaaminen on sillä hetkellä mahdotonta?

-kulku Jatsiin

2. Mitä muutoksia kaipaisit, jotta sijainnin merkitys ei vaikuttaisi palvelun tasoon?

ASIAKASNÄKÖKULMA

3. Mitä mielipiteitä tai ehdotuksia olet kuullut asiakkailta Jatsin kehittämiseen?

-positiiviset

-negatiiviset

4. Millä tavoin lähtisit kehittämään Jatsia asiakasnäkökulmasta?

TAVOITETTAVUUS

5. Koetko, että työntekijänä olet saanut kaiken informaation Jatsin käytöstä ja mitkä palvelut sinne parhaiten sopivat?

-asiakkaiden tavoitettavuus

-työntekijöiden tavoitettavuus

6. Miten parantaisit työntekijöiden näkyvyyttä/madaltaisit kynnystä helpompaan asiakaspalveluun?

Liite 3. Avoimen tarinan sanojen luokittelu

1(4)

Myönteiset vastaukset avoimeen tarinaan (=52)												
sijainti	kulkea	tunnelma	näyttää	kuulostaa	tuntuu	saatavuus	opastettiin	tavoitan	palvelu	valinta	mieliala	kokoukset
helposti (25)	helppo (32)		viihtyisältä (9)	mukavalta (7)	kodikkaalta (8) tervetulleilta (2)	helposti (12)	asiallisesti (2)			viihdyn, viihtyisä tila (16)	hyvä (21)	tasokkaista (8)
hyvin (4)		rauhallinen (10)	selkeältä (3)	viihtyisältä (6)	kaiken (15)	kaikessa (9)	helposti (21)			palvelu pelaa (3)		kattavat (9)
ongelmitta (5)	sujuvaa (5)	mahtava (2)	tyylikkäältä (2)	rauhalliselta (8)	kuin olisi astunut toiseen maailmaan (1)	hyvin (9)			täydellistä (2)	rahoille vastinetta (3)	rauhallinen (4)	hyvät (11)
		mukava (3)	tunnelmalliselta (7)	iloiselta (2)	mukavalta (12)	tarvittavan (8)		nopeasti (7)	tärkeää (1)	sijainti hyvä (6)		hienot (7)
		raikas (1)	siistiltä (4)	miellyttävältä (5)					rentoa (7)	homma pelaa (1)		erinomaiset (3)
		miellyttävä (5)	rauhalliselta (5)				ystävällisesti (2)				mukava (1)	
		mukava (3)	kodikkaalta (1)		hyvältä (4)			heti (2)				
							loistavasti (2)		plussaa (1)			
					seesteiseltä (1)		hienosti (6)					
					rennolta (1)	hyvin (2)			ystävällistä (28)			
							erinomaisesti (1)				virkeä (2)	

Avoimen tarinan sanojen luokittelu

3(4)

Neutraalit vastaukset avoimeen tarinaan (=52)												
sijainti	kulkea	tunnelma	näyttää	kuulostaa	tuntuu	saatavuus	opastettii	tavoitan	palvelu	valinta	mieliala	kokoustilat
kysyttäessä (5)		väljä (1)	ravintola (1)		normaalii ta, ihan hyvältä (7)	ihan hyvin, melko hyvin, löydettävissä (5)	kuten pitääkin (4)	tarvittaessa (4)	jokapäiväistä (1)	olen käynyt aina (1)	ok, ihan okei (2)	sopivia (1)
		odottava (3)	normaalii ta (6)	asiaanku uluvalta (1)	ei miltään (3)		ihan ohjeiden mukaisesti, kuten oletin (6)	hetkittäin (1)	normaali asia ravintolassa (1)			
	kohtuullisen helppo (5)	ok, okei, ihan ok (6)	siltä kuin pitää (1)									
melko helposti (2)			ihan kivalta (1)	hiljaiselta (4)								
			retrolta (1)									

Avoimen tarinan sanojen luokittelu

4(4)

Luokittelemattomat vastaukset avoimeen tarinaan (=52)										
sijainti	kulkea	tunnelma näyttää	kuulostaa tuntuu	saataavuus	opastettiin tavoitan	palvelu	valinta	mieliala	kokoustilat	
			en tiedä, en			tällaista, käytäntö				
	miten vain,joo, ohjeiden selvä,kai vähän		kuunnell kuten ut, en ennenkin		ei tarvinnut, emme	nä tässä paikassa, täällä	koska kokous, koska	omanlain en, samanlai	sitä samaa, kuin	
uuden, uudistet un (2)	kkeä, siltä	Esson baarille	nyt huomiot itseltäni	istuinpaikat (1) varmaankin (2)	tavoitin, mikäli, sikäli (6)	itsestään selvyys	kokouksem nen kuin ennen e järjestettiin ennenkin		ennen (4)	
	väliltä (9)	(1)	a (7)	(7)	(6)	(10)	täällä (5)	(10)		
				ehkä (3)						