

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailu- ja palveluliiketoiminta

Heini Rynnänen

Asiakastyytyväisyyskysely Hotel Julien asiakkaille

Opinnäytetyö  
Huhtikuu 2019



**OPINNÄYTETYÖ**  
**Huhtikuu 2019**  
**Matkailu- ja palveluliiketoiminta**

Tikkarinne 9  
80200 JOENSUU  
+358 13 260 600

Tekijä  
Heini Ryyänen

Nimeke  
Asiakastyytyväisyyskysely Hotel Julien asiakkaille

Toimeksiantaja  
Hotel Julie

**Tiivistelmä**

Tässä opinnäytetyössä toteutettiin asiakastyytyväisyyskysely, jonka avulla selvitettiin asiakkaiden tyytyväisyyttä Hotel Julien palveluihin. Asiakastyytyväisyyskyselystä saatujen vastauksien pohjalta luotiin kehitysehdotuksia toiminnan parantamiseksi ja kannattavuuden kasvattamiseksi. Henkilökunnan mielipiteet kehitystarpeista tulivat myös esille heidän kanssaan käydyissä keskusteluissa. Opinnäytetyö toteutettiin tutkimuksellisena selvityksenä ja toimeksiantajana tässä opinnäytetyössä toimii Hotel Julie.

Opinnäytetyössä selvitettiin, mistä asiakastyytyväisyys koostuu ja mitkä asiat vaikuttavat asiakkaan kokemaan palvelun laatuun. Kyselyssä käytetyt kysymykset kohdennettiin palvelun laadun tutkimiseen. Hotel Julien asiakkaiden tyytyväisyyttä selvittämällä saatiin tietoa siitä, mikä palveluissa oli jo ennestään hyvää, mihin asioihin asiakkaat kiinnittivät huomiota sekä mitä asioita toiminnassa voitaisiin kehittää.

Asiakastyytyväisyyskyselyn vastauksia kerättiin suomalaisilta ja venäläisiltä, ja niitä saatiin yhteensä 29. Vastauksista kävi ilmi, mitkä palveluiden osa-alueet asiakkaiden mielestä vaativat tarkastelua Hotel Juliella. Kehitysehdotukset toiminnan parantamiseksi luotiin aineistojen pohjalta. Ehdotukset liittyivät tilojen viihtyisyyden lisäämiseen, yrityksen markkinoinnin parantamiseen hyödyntämällä sosiaalista mediaa ja asiakaspalvelun jatkuvaan kehittämiseen. Ehdotusten toteuttaminen jää toimeksiantajan vastuulle.

Kieli  
suomi

Sivuja 41  
Liitteet 3  
Liitesivumäärä 7

**Asiasanat**

asiakastyytyväisyyskysely, majoitustoiminnan kehittäminen, palvelun laatu



**THESIS**  
**April 2019**  
**Degree Programme in Tourism**

Tikkarinne 9  
80200 JOENSUU  
FINLAND  
+ 358 13 260 600

Author  
Heini Ryyänänen

Title  
Customer satisfaction survey for customers of Hotel Julie

Commissioned by  
Hotel Julie

#### Abstract

In this thesis, a customer satisfaction survey was implemented to find out the customer satisfaction with Hotel Julie's services. Responses to the customer satisfaction survey were analyzed and based on these answers' development suggestions were created to improve business and increase profitability. Also, staff's opinions on development needs came up in discussions with them. The thesis was carried out as a research-based study and was commissioned by Hotel Julie.

This thesis clarifies what customer satisfaction consists of and what issues affect the quality of service experienced by the customer. The questions used in the survey were focused on studying the quality of service. By solving the satisfaction of Hotel Julie's customers provided information on what was already good in the services, what the customers paid attention to and what things could be developed in the business.

The responses to the customer satisfaction survey were collected from Finnish and Russian customers, and a total of 29 responses were received. Development suggestions for improving the business were created on the basis of the collected data. The suggestions were related to increasing the comfort of the premises, improving the marketing of the company by using social media and continuous development of customer service. Implementing the given suggestions will remain as the responsibility of the commissioner.

Language

Finnish

Pages 41

Appendices 3

Pages of Appendices 7

Keywords

customer satisfaction survey, development of accommodation services, quality of service

## Sisältö

1	Johdanto .....	5
2	Toimeksiantajan esittely .....	6
2.1	Hotel Julie .....	6
2.2	Hotellin tarjoamat palvelut .....	6
2.3	Toimintaympäristö ja kilpailijat .....	8
2.4	Asiakasryhmät .....	9
3	Työn tausta ja tavoite .....	10
4	Asiakastyytyväisyys .....	11
5	Palvelun laatu .....	13
6	Kyselyt tiedonhankinnan menetelmänä .....	16
6.1	Kyselytutkimukset .....	16
6.2	Kyselylomakkeen laadinta .....	17
6.3	Aineiston käsittely ja analyysi .....	19
6.4	Tulkinta ja raportointi .....	20
7	Asiakastyytyväisyyskyselyn toteutus .....	21
7.1	Toteutuksen kuvaus .....	21
7.2	Kyselyn vastaukset .....	22
8	Henkilökunnan haastattelut .....	27
9	Kehittämisehdotukset aineiston perusteella .....	28
10	Luotettavuus ja eettisyys .....	31
11	Pohdinta .....	32
	Lähteet .....	34

Liite 1	Hotel Julien Asiakastyytyväisyyskysely
Liite 2	Hotel Julien Asiakastyytyväisyyskysely venäjäksi
Liite 3	Kysymykset Hotel Julien työntekijöille

# 1 Johdanto

Asiakastyytyväisyyden voidaan ajatella koostuvan asiakkaan omista odotuksista yrityksen tarjoamaa palvelua kohtaan. Täyttääkseen asiakkaan odotukset yrityksen on tunnettava asiakkaansa ja pystyttävä tuottamaan heille arvoa sekä ylittämään heidän odotuksensa. Asiakassuhteiden luominen, ylläpito ja jatkuva kehittäminen ovat tärkeitä, jotta vahvoja ja pitkäaikaisia asiakassuhteita syntyy. Asiakaslähtöiset toimintatavat ja asiakassuhteet ovat yritykselle tärkeitä, sillä ne ovat suorassa yhteydessä yrityksen liiketoiminnan kasvuun ja kannattavuuteen. (Suomen Digimarkkinointi 2019.)

Tämän opinnäytetyön aiheena on Hotel Julien toiminnan kehittäminen asiakastyytyväisyyskyselyn avulla. Aiheen valinta perustuu tekijän haluun kehittää perheyriksen ja samalla pitkäaikaisen työpaikkansa toimintaa ja lisätä sen kannattavuutta. Hotel Julielle ei ole aiemmin tehty opinnäytetyötä, joten työ on tarpeellinen ja aiheeltaan ajankohtainen.

Opinnäytetyö on selvitys asiakastyytyväisyydestä Hotel Juliella ja sen toteuttamista varten hotellille laadittiin asiakastyytyväisyyskysely suomeksi ja venäjäksi. Työ rajattiin koskemaan ainoastaan majoittuvia asiakkaita ja heille tarkoitettuja oheispalveluita, jolloin kokous- ja juhlapalveluasiakkaat jätettiin kokonaan rajauksen ulkopuolelle. Työn tarkoituksena on luoda kehitysehdotuksia kyselystä saatujen vastausten pohjalta, joiden avulla yrityksen toimintaa pystyttäisiin jatkossa parantamaan. Toiminnan kehittäminen on tärkeää, jotta yrityksen kilpailukykyä pystyttäisiin parantamaan ja kannattavuutta kasvattamaan.

## **2 Toimeksiantajan esittely**

### **2.1 Hotel Julie**

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Hotel Julie, joka sijaitsee rauhallisella alueella Lehmonharjulla viisi kilometriä Joensuun keskustasta. Hotellin päärakennus on kaksikerroksinen ja hissitön. Hotel Julien nykyisen yrittäjän Jarkko Ryynäsen (2018) mukaan hotelli on rakennettu noin 1970, jolloin se toimi motellina. Myöhemmin sitä on laajennettu ja saneerattu, jonka jälkeen siellä on harjoitettu majoitus- ja ravintolatoimintaa. Julien nimellä toimintaa on ollut vuodesta 1985 ja nykyinen yritys on harjoittanut toimintaa vuodesta 2011.

Viime vuosina kiinteistössä on tehty peruskorjauksia ja muun muassa majoitus-huoneita on uusittu. Korjausten lisäksi huoneiden sisustusta ja kalusteita on aika ajoin vaihdettu uudempaan. Näiden lisäksi alueelle on rakennettu uusi loma-asunto sekä huoltorakennus karavaanareille. Alueelta löytyy myös grillikota, jonka ympärillä on alue, jossa voi pelata ulkopelejä.

Olen työskennellyt Hotel Juliella kesästä 2012 alkaen, jolloin tehtäviini kuului kerrossiivous ja kiinteistön huoltaminen. Nykyisiin työtehtäviin kuuluu vastaanotto-virkailijan tehtävät, toimistotyöt, baarin ja ravintolasalin puolella työskentely sekä kerrossiivous. Pitkän työkokemuksen ansiosta osaan kertoa palveluista, toimintaympäristöstä, kilpailijoista ja asiakasryhmistä asiantuntevasti ja luotettavasti.

### **2.2 Hotellin tarjoamat palvelut**

Hotel Julie tarjoaa majoitusta 1–4 hengen huoneissa, kolmessa eri huonetyypissä, jotka ovat Standard, näköalaparvekkeellinen Premium (Kuva 1) sekä Economy. Standard-huoneet sijaitsevat hotellin ensimmäisessä kerroksessa, josta löytyvät niiden lisäksi kaikki palvelut. Toisessa kerroksessa hotellin eteläisellä puolella sijaitsevat parvekkeelliset Premium-huoneet ja pohjoispuolella

Economy-huoneet. Jokaisessa huoneessa on oma wc-suihku, jääkaappi, vedenkeitin ja televisio. Parvekkeellisissa huoneissa on edellä mainittujen varusteiden lisäksi myös kahvinkeitin. Huoneita hotellissa on yhteensä noin 40 kappaletta. Majoittua voi myös 6 hengen loma-asunnossa tai karavaanareille tarkoitetussa matkaparkissa, jotka sijaitsevat hotellin vieressä.



Kuva 1. Huonekuva Hotel Julielta (Kuva: Janne Käyhkö).

Hotellin vastaanoton yhteydessä toimii kioski, joka on avoinna vastaanoton aukioloaikoina (Kuva 2). Hotellin ravintolassa tarjotaan päivittäin buffet aamiainen, arkisin lounas ja iltaisin ruokaa on saatavilla menun mukaan. Ravintolan yhteydessä toimii baari, jossa on A-oikeudet. Ravintolasalissa tilaa on 200 henkilölle, mikä tarjoaa hyvät puitteet juhlien ja kokousten järjestämiseen. Kokouksia voi järjestää myös saunakabinetissa, joka on tarkoitettu noin 20 henkilölle. Hotellilla ei ole paikan päällä yöpäivystystä, mikä rajoittaa asiakkaiden saapumista yöaikaan.



Kuva 2. Hotel Julien sisääntuloaula (Kuva: Janne Käyhkö).

Hotellin asiakkaiden vapaasti käytettävissä olevia maksuttomia palveluita ovat asiakaskeittiö, wifi, grillikota ja jättitrampoliini. Maksuttomassa iltasaunassa asiakkaat pääsevät käymään päivittäin naisten ja miesten omilla vuoroilla. Vastaanotosta saa käyttöön polkupyöriä sekä ulkopelejä panttia vastaan. Hotellissa on maksullinen pyykinpesumahdollisuus.

### 2.3 Toimintaympäristö ja kilpailijat

Hotel Julie on rakennettu harjun päälle, josta on hienot näkymät ympäröivään luontoon. Ympäristössä on hyvät luontopolut, patikointiin soveltuvat maastot sekä talvisin hiihtoladut, jotka lähtevät hotellin vierestä. Lähistöltä löytyy myös uimaranta, jonne pääsee kävellen ja autolla. Hotellin edustalla on runsaasti parkkitilaa, jonka ansiosta isommatkin kulkuneuvot mahtuvat pysäköimään ongelmitta.

Hotel Julien kilpailijoita ovat muut majoitusalan yritykset Joensuun alueella. Useimmat kilpailijat sijaitsevat Joensuun keskustassa, jolloin sijainti on niiden

suurin kilpailuetunsa, kun mietitään junalla tai bussilla saapuvia asiakkaita. Hotel Julielle saavutaan lähes poikkeuksetta omalla autolla, jolloin sen etuna on ilmainen ja tilava parkkipaikka. Hotel Julien kilpailuetu on sen rauhallinen sijainti ja ympäröivä luonto monipuolisine liikuntamahdollisuuksineen (Kuva 3). Rauhallisesta sijainnista huolimatta hotelli sijaitsee kuitenkin vain viiden kilometrin päässä keskustan palveluista.



Kuva 3. Ilmakuva Hotel Juliesta (Kuva: Janne Käyhkö).

## 2.4 Asiakasryhmät

Hotel Julien pääasiallinen asiakasryhmä on töiden vuoksi matkustavat ihmiset, mutta myös vapaa-ajan matkustajia majoittuu hotellissa. Työmatkustajia on ympäri vuoden ja heistä monet majoittuvat hotellissa useita kertoja vuoden aikana, kuukausittain tai jopa viikoittain. Suurin osa töiden vuoksi Hotel Juliella majoittuvista asiakkaista on 20-60-vuotiaita miehiä. Lomalaisia majoittuu eniten kesällä sekä tapahtumien aikaan. Pohjois-Karjalan alueen tapahtumista muun muassa Ilosaarirock ja Kontiolahdella järjestettävät ampumahiihtokisat tuovat vuosittain paljon asiakkaita.

Useimmiten työmatkustajat majoittuvat hotellissa arkisin ja vapaa-ajan matkustajat viikonloppuisin. Tämän vuoksi hotellissa saattaa ajoittain olla hiljaisempaa viikonloppuisin kuin arkisin. Viikonloppuisin hotellissa majoittuviin asiakkaisiin kuuluvat urheilijaryhmät sekä hotellin tiloissa järjestettäviin juhliin ja kokouksiin kauempaa saapuvat vieraat ja osallistujat. Viikonlopuksi saapuvat majoittumaan myös Pohjois-Karjalan alueella järjestettäviin tapahtumiin, esimerkiksi koiranäytelyihin ja markkinoihin osallistuvat ihmiset.

Hotel Julien asiakaskunta koostuu suurimmaksi osaksi suomalaisista, mutta myös kansainvälisiä työ- ja vapaa-ajan matkailijoita majoittuu hotellissa. Vuoden 2018 aikana majoittuneista asiakkaista 83,5% oli suomalaisia, 7% venäläisiä, 2% virolaisia ja loput 7,5% usean eri maan kansalaisia (Ryynänen 2019). Näin ollen tiedetään, että hotellilla majoittuvista ulkomaalaisista asiakkaista venäläisiä on eniten. Sen vuoksi tässä opinnäytetyössä keskitytään selvittämään suomalaisten asiakkaiden lisäksi venäläisasiakkaiden mielipiteitä hotellin palveluista.

Suomeen saapuvista venäläisistä matkailijoista 60% on ostosmatkailijoita. He tulevat Suomeen päiväseltään tai viikonlopun ajaksi ostamaan edullisia tuotteita. (Malakin, 2012, 34-35.) Hotel Juliella majoittuvat venäläiset asiakkaat ovat enimmäkseen ostosmatkailijoita sekä talvisin Kontiolahden ampumahiihtostadionille suuntaavia hiihtomatkailijoita. Talvisin venäläiset matkustavat Suomeen puhtaan lumen ja talviaktiviteettien innoittamina (Malakin, 2012, 40-41). Venäläiset matkailijat viipyvät Suomessa yleensä viikonlopun ajan, minkä vuoksi heidän viipymät hotellilla ovat varsin lyhyitä verrattuna suomalaisiin työmatkailijoihin.

### **3 Työn tausta ja tavoite**

Hotel Julie on ollut mukana matkailun yritysryhmähankkeessa alkuvuodesta 2017 lähtien. Hankkeen tavoitteena on ollut kehittää yritysten asiakasryhmille kohdistettavaa markkinointia. Kyseisen hankkeen aikana yrityksen nettisivut on uudistettu ja sähköistä markkinointia kehitetty. Nettisivujen uudistuttua henkilökuntaa

käytiin ohjeistamassa niiden itsenäiseen päivittämiseen sekä muokkaamiseen. Markkinointiin liittyen järjestetyissä koulutuksissa on opastettu, muun muassa Facebook julkaisujen ja mainosten kohdentamista yrityksen potentiaalisille asiakkaille. Syksyllä 2018 toteutettiin hankkeessa mukana olleiden yhteistyökumppaneiden kanssa yritysryhmävideo, jossa jokainen kertoi oman yrityksensä toiminnasta. Video julkaistiin Hotel Julien Facebook-sivulla joulukuussa 2018 käyttämällä aiemmin mainittua asiakaskohdentamista.

Hotel Julien päätoimiala on majoitus- ja ravintolatoiminta. Osa ravintolatoiminoista, kuten lounas ja pitopalvelut, on ulkoistettu eri toimijalle. Tämän vuoksi opinnäytetyön aiheeksi valikoitui majoittuvien asiakkaiden tyytyväisyyden selvittäminen käytettyjä palveluita kohtaan ja yrityksen toiminnan kehittäminen asiakastyytyväisyyskyselystä saatavien tulosten avulla.

Työn tavoitteena on luoda Hotel Julielle selkeä ja toimiva asiakastyytyväisyyskysely, joka toteutetaan suomeksi ja venäjäksi. Kyselyn avulla kerätään asiakaspalautetta hotellin tämän hetkisten palveluiden laadusta ja toivotaan myös mahdollisia kehitysehdotuksia. Tällöin niin yrityksen palveluita vakituisesti käyttävät kuin ensimmäistä kertaa majoittuvat asiakkaat pääsevät vaikuttamaan heille tarjottaviin palveluihin. Saatujen vastausten pohjalta on tarkoitus luoda ehdotuksia, kuinka hotellin toimintaa pystyttäisiin jatkossa kehittämään ja asiakastyytyväisyyttä parantamaan. Toiminnan kehittäminen on tärkeää, jotta yrityksen kilpailukykyä pystyttäisiin parantamaan ja kannattavuutta kasvattamaan.

## **4 Asiakastyytyväisyys**

Asiakastyytyväisyyden seuraaminen ja palvelukokemusten kehittäminen ovat oleellinen osa asiakaslähtöistä liiketoimintaa, sillä tyytyväisten asiakkaiden ansiosta liiketoiminta on kannattavaa (Hämäläinen & Patjas 2018, 122). Asiakastyytyväisyyttä voidaan seurata palautekyselyillä, henkilökohtaisesti saadulla palautteella sekä nettiarvosteluilla. Esimerkiksi Booking.com:n nettisivuilla asiakas

pystyy arvioimaan majoitusalan palveluita kokemustensa perusteella. Hotel Juliella palautteen saaminen tapahtuu usein kasvotusten sekä Booking.com:n sivustolla. Kasvotusten saadut palautteet kerrotaan suullisesti muille henkilökunnan jäsenille ja Booking.com:n kautta saadut palautteet ovat näkyvillä sivustolla. Positiiviseen palautteeseen vastataan kiitoksella, kun taas negatiivista palautetta saadessa pahoitellaan asiakkaalle tilannetta ja selvitetään mitä voidaan tehdä tilanteen parantamiseksi ja tarpeen mukaan ryhdytään toimenpiteisiin. Itse asiakastytyvyydellä tarkoitetaan sitä, että palveluntarjoaja pystyy vastaamaan asiakkaan tarpeisiin ja odotuksiin, jolloin asiakas kokee palvelun laadun hyväksi ja on tyytyväinen yrityksen tuottamaan palvelukokemukseen. (Hämäläinen & Patjas 2018, 217). Kuvioon 1 on koottu tämän opinnäytetyön keskeisiä asioita liittyen asiakastytyvyyteen.



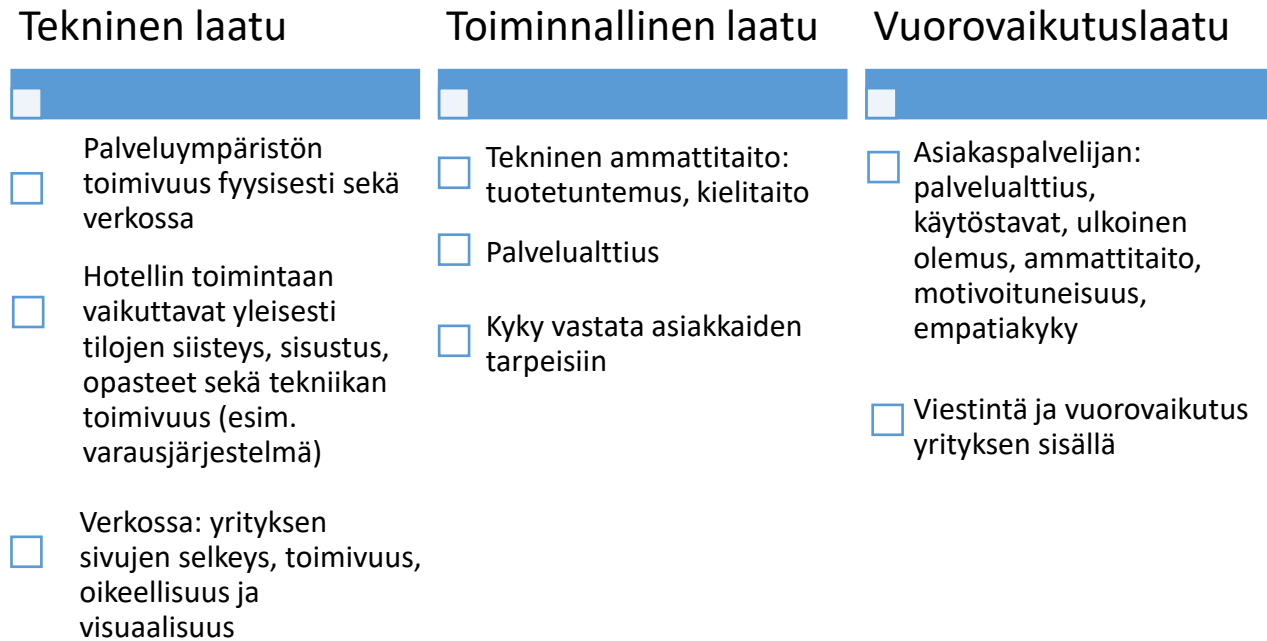
Kuvio 1. Opinnäytetyöhön liittyvät asiat.

Kuviossa 1 mainitut asiat ovat opinnäytetyön kannalta olennaisia ja ne liittyvät tiiviisti toisiinsa. Asiakastytyväisyys koostuu, kun asiakkaan odotukset, arvot ja aiemmat kokemukset yrityksestä kohtaavat yrityksen tarjoaman tuotteen, laadun ja palvelun kanssa. Niistä syntyvää palvelukokemusta halutaan kehittää ja sen vuoksi tässä opinnäytetyössä selvitetään kyselyn avulla asiakkaiden tyytyväisyyttä Hotel Julien palveluihin. Kyselyn vastausten perusteella tehdään ehdotuksia, kuinka toimintaa voitaisiin kehittää, jotta asiakastytyväisyys ja yrityksen kannattavuus paranisivat.

## 5 Palvelun laatu

Yrityksen asiakkaalle tuottama palvelukokemus koostuu teknisestä laadusta eli lopputulos ulottuvuudesta, ja toiminnallisesta laadusta eli prosessi ulottuvuudesta (Kuvio 2). Tällöin kyseessä on asiakkaan kokema kokonaislaatu, johon vaikuttaa myös yrityksen imago. (Grönroos 2009, 105.) Palvelussa tapahtuneet virheet sekä niihin reagointi vaikuttavat osaltaan asiakkaan kokemaan palvelun laatuun (Reinboth 2008, 102-103). Palvelukokemukseen vaikuttavat myös muut asiakkaat sekä asiakkaiden omat mielialat ja tuntemukset palvelun hetkellä (Hämäläinen & Patjas 2018, 130).

Teknisessä laadussa kyse on palveluympäristöstä sekä sen toimivuudesta, fyysisesti ja verkossa. Hotellin toiminnassa tekninen laatu näyttäytyy tilojen siisteytenä, millaisia sisustus ja opasteet ovat sekä kuinka hyvin tekniikka toimii, esimerkiksi vastaanotossa varausjärjestelmä. Verkossa tekninen laatu on yrityksen sivujen selkeyttä, toimivuutta, tietojen oikeellisuutta sekä visuaalisuutta. (Hämäläinen & Patjas 2018, 129.) Toiminnallinen laatu koostuu palveluprosessin toimivuudesta eli asiakaspalvelijan teknisestä ammattitaidosta, johon kuuluvat tuote-tuntemus sekä kielitaito, palvelualttiudesta ja kyvystä vastata asiakkaiden tarpeisiin. Toiminnalliseen laatuun kuuluvat asiakaskohtaamiset kasvokkain, puhelimitse ja verkossa. Teknisen ja toiminnallisen ulottuvuuden lisäksi palvelun laatuun vaikuttaa myös vuorovaikutteinen ulottuvuus, mikä tarkoittaa viestintää ja vuorovaikutusta yrityksen sisällä sekä asiakaspalvelijan palvelualttiutta, käytöstapoja, ulkoista olemusta, ammattitaitoa, motivaatiota sekä empatiakykyä. (Grönroos 2009, 101-102.)



Kuvio 2. Laadun eri osatekijät Hotel Juliella (Grönroos 2009, 101-102).

Palvelun laatu koetaan hyväksi silloin, kun asiakkaiden odotukset ja kokemukset vastaavat toisiaan. Hyväksyttävä laatu täyttää odotukset, mutta ei ylitä niitä. Sietoalueeksi kutsutaan sitä, kun asiakkaan kokemukset palvelusta ovat toivotun ja riittävän tason välissä, jolloin asiakas hyväksyy ne ja pitää kokemaansa laatua hyvänä. (Grönroos 2009, 128-129, 142.) Odotukset palvelukokemuksesta voivat olla melko vaatimattomia, mutta esimerkiksi palvelun korkea hinta useimmiten nostaa asiakkaan odotuksia. Palvelukokemuksen ollessa huonompi kuin asiakas on odottanut, pettymys on suurempi, kun taas odotukset ylittävä palvelukokemus nostaa asiakkaan tyytyväisyyttä. Tässä on kuitenkin huomioitava se, että jatkossa asiakas saattaa odottaa palvelukokemukselta aina hiukan enemmän. (Hämäläinen & Patjas 2018, 128-129.)

Onnistunut asiakaspalvelu parantaa asiakkaan kokemusta, kun taas epäonnistunut palvelutilanne voi vaikuttaa negatiivisesti asiakkaan mielikuvaan yrityksestä. Tärkeää on, että asiakaspalvelija ja yritys onnistuvat vastaamaan asiakkaan tarpeisiin, odotuksiin sekä toiveisiin. Palvelun tulee olla helposti saavutettavaa, jolloin odotukset tuotteesta, palvelusta sekä palveluntarjoajasta paranevat. (Grönroos 2009, 77-78.) Asiakkaiden odotuksiin vaikuttavat muun muassa aiemmat

kokemukset sekä yrityksen markkinointi kuten myös muiden asiakkaiden mielipiteet koetusta palvelusta. On kuitenkin hyvä muistaa, että asiakkaat ovat erilaisia ja odottavat saavansa palvelua, joka sopii juuri heidän arvoihinsa ja näkemyksiinsä (Reinboth 2008, 96). Hotel Juliella asiakaspalvelutilanteessa toimitaan useimmiten asiakkaan elekielen mukaan, esimerkiksi sen suhteen, onko asiakas avoin ja puhelias vai virallinen ja haluaako hoitaa tilanteen pois alta turhia puhumatta.

Palvelut ovat aina subjektiivisia ja ne tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Tällöin myös asiakas on mukana palveluiden tuottamisessa. (Grönroos 2009, 79). Palveluiden ollessa subjektiivisia, palvelukokemukset voivat olla hyvinkin hauraita ja virhetilanteet saattavat aiheuttaa asiakkaissa tyytymättömyyttä. Virheiden ennaltaehkäisy on suotavaa, mutta virheiden myöntäminen ja asiakastyytymättömyyden selvittämisen osaaminen on tärkeää, koska virheiltä ei voi välttyä. Virhetilanteen sattuessa on tärkeää, että kyseisessä tilanteessa ollut työntekijä hoitaa tilanteen vaivaamatta asiakasta, ensisijaisesti korjaamalla tilanteen ja yrittämällä kääntää mielipahan mielihyväksi. Virhetilanteet ovat tärkeitä saada selville ja hoitaa, sillä muuten asiakkaat lähtevät tyytymättöminä eivätkä käytä palvelua uudestaan. (Reinboth 2008, 102-103.) Hotel Juliella virhetilanteita sattuessa pahoitellaan tapahtunutta asiakkaalle ja selvitetään, millä tavoin asian voi hoitaa, jotta asiakas ei lähtisi tyytymättömänä.

Asiakassuhteiden solmiminen ja vaaliminen on tärkeää, ja ne ovat koko yrityksen vastuulla. Palveluiden ollessa jatkuvasti tarjottavia, asiakassuhteita on helpompi muodostaa ja ylläpitää, kun taas ajoittaisten palveluiden kohdalla on huomattavasti hankalampaa solmia suhde, jota asiakkaat arvostavat. Palveluihin sisältyy aina vuorovaikutusta, joka voi vaikuttaa ratkaisevasti asiakkaan mielipiteeseen yrityksestä. Vaalimalla asiakassuhteita ja tarjoamalla kerta toisensa jälkeen hyvää palvelua, yritykset onnistuvat saamaan pitkäaikaisia asiakkaita. (Grönroos, 2009, 100-101.)

## 6 Kyselyt tiedonhankinnan menetelmänä

### 6.1 Kyselytutkimukset

Tutkimusmenetelmät jaetaan kahteen ryhmään: kvalitatiivisiin ja kvantitatiivisiin tutkimusmenetelmiin, mutta niitä ei kuitenkaan pidä ajatella vastakohtaisina tutkimusmenetelminä vaan toisiaan täydentävinä suuntauksina (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 132). Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa tiedonhankinta on kokonaisvaltaista, luonnollisissa ja todellisissa tilanteissa kerättyä ja ainutlaatuisina tapauksina käsiteltävää. Sen lähestymistapoja ovat muun muassa säännönmukaisuuksien keksiminen ja tekstien ja toiminnan merkityksien ymmärtäminen. (Hirsjärvi ym. 2007, 160-161.) Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa mitataan ja analysoidaan kerättyä aineistoa tilastojen avulla. Tutkimuksen kannalta merkittäviä tekijöitä ovat aiemmat johtopäätökset, käsitteiden määrittely sekä tutkittavien henkilöiden valinta. (Hirsjärvi ym. 2007, 136.) Kyselyt ovat yksi monista aineiston keruumenetelmistä ja ne voivat olla sekä kvalitatiivisia että kvantitatiivisia, kuten tässä opinnäytetyössä Hotel Julielle laadittu asiakastytyväisyyskysely. Kyselyiden avulla voidaan laajalti selvittää ihmisten mielipiteitä, asenteita ja arvoja tutkittavaa aihetta kohtaan, mikä tässä tapauksessa on Hotel Julien toiminta ja palveluympäristö.

Tutkimusmenetelmän valintaan vaikuttaa tutkimusongelma, joka muodostetaan aiheesta tai ilmiöstä, joka vaatii ratkaisua. Tutkimusongelma liittyy usein aiempaan tietoon, mutta se voi myös syntyä havainnoista, joissa nousee esiin jokin käytännöllinen kehittämistarve. Tutkimuksella täytyy olla selkeä tarkoitus niiltä osin, ketä tutkitaan ja kuka tutkimuksesta hyötyy. Ongelmat täytyy rajata ja sovellettavat ja testattavat käsitteet ja teoriat selvittää, jotta tutkimuksesta ei tule liian laaja. Tutkimusongelman päätöksen jälkeen laaditaan tutkimussuunnitelma, jossa selvitetään, kuinka tutkimus tullaan käytännössä toteuttamaan. (Hirsjärvi ym. 2007, 136.) Yritystoiminnan kannattavuutta halutaan parantaa ja palveluita kehittää, mutta ensin täytyy selvittää, mitä mieltä asiakkaat ovat yrityksestä. Ongelma rajattiin koskemaan vain majoituspuolta oheispalveluineen, jotta

selvityksestä ei tulisi liian laaja. Tutkittaviksi henkilöiksi valittiin suomalaiset ja venäläiset majoitusasiakkaat, koska suomalaismajoittujien määrä hotellilla on suurin ja venäläisiä vierailijoita käy suhteessa muihin ulkomaalaisiin verrattuna eniten. Hotel Julielle tulee olemaan tästä selvityksestä hyötyä, kun palveluita lähde-tään kehittämään.

Kyselytutkimuksista saatavia vastauksia tulee tutkia kriittisesti ja niiden oikeelli-suutta tulee analysoida. Tutkijan on osattava huomioida asiat, jotka ovat voineet vaikuttaa vastauksiin. Tällaisia vastaushetkellä vaikuttavia tekijöitä ovat esimer-kiksi mieliala, stressi, kiire ja ympäristö. Kyselytutkimusta tehtäessä tutkijan tulee kiinnittää huomiota myös kyselyn mittarin validiteettiin eli pätevyyteen ja reliabili-teettiin, mikä tarkoittaa tulosten toistettavuutta. (Hirsjärvi ym. 2007, 226.) Hotel Julien asiakastytyväisyyskyselyn vastauksiin eivät välttämättä ole vaikuttaneet stressi ja kiire, sillä aineistoa kerättiin hotellilla niin, että sen pystyi täyttämään omassa rauhassa hotellihuoneessaan tai vastaanottoaulassa, eikä sitä esimer-kiksi lähetetty sähköpostitse asiakkaan vierailun jälkeen.

## **6.2 Kyselylomakkeen laadinta**

Tutkimusongelman ollessa selvillä laaditaan kyselylomake (Liite 1), jolla kerätään aineistoa tutkimuksen kohteeksi valitulta perusjoukolta eli suomalaisilta ja venä-läisiltä majoitusasiakkailta. Kyselylomakkeella kerättävä aineisto on tietoa tosi-asioista, käyttäytymisestä ja toiminnasta, tiedoista, arvoista ja asenteista, sekä uskomuksista, käsityksistä ja mielipiteistä (Hirsjärvi ym. 2007, 192). Tehtävänä on valita tutkimusongelmaan sopivat kyselyn ominaisuudet, kuten kuinka aineis-toa kerätään ja millä tavalla kysymykset on kyselylomakkeessa esitetty. Kysy-mysten laadinnassa on tärkeää olla huolellinen ja selkeä, sillä huolimattomasti laadittu kysely voi tuottaa virheellistä tietoa. Hotel Julien asiakastytyväisyysky-sely laadittiin huolellisesti ja sitä työstettiin ja korjailtiin useaan otteeseen toimek-siantajan kanssa. Muun muassa kysymyksiä muotoiltiin helpommin ymmärrettä-viksi, jotta mahdollisilta virheiltä ja väärinymmärryksiltä välttyttäisiin.

Asiakastyytyväisyyskysely laadittiin käyttämällä Webropol- ohjelmaa ja aineistoa päätettiin kerätä paperisena sekä sähköisenä versiona.

Kyselylomakkeen kysymykset voivat olla avoimia, monivalintaisia tai asteikkoihin perustuvia. Kyselyn laatijan päätettävissä on, mikä tai mitkä edellä mainituista sopivat tutkimusongelmaan parhaiten. Avoimissa kysymyksissä tarkoituksena on saada esille vastaajan mielipide aiheesta sekä kerryttää uusia ideoita ja näkökulmia. Monivalintakysymyksissä on annettu vastausvaihtoehdot valmiiksi ja vastaajan tulee valita itselleen sopivin vaihtoehto. Monivalintakysymyksissä vaihtoehtona voi olla myös ”jokin muu, mikä?”, mikäli annetuista vaihtoehdoista ei löydy sopivaa. Tällöin kysymykseen vastataan omin sanoin kuten avoimissa kysymyksissä. Asteikkoon perustuvissa kyselyissä esitetään väitteitä, joihin vastataan esimerkiksi asteikolla 1–5 niin, että vastaaja valitsee vaihtoehdon sillä perusteella, onko hän samaa vai eri mieltä väitteen kanssa. Tärkeää on myös antaa vastausvaihtoehdoksi ”ei mielipidettä”, jotta vastaajat, joilla ei ole kysymykseen kantaa eivät vaikuta vastausten oikeellisuuteen. (Hirsjärvi ym. 2007, 193-198.) Hotel Julien asiakastyytyväisyyskyselyssä käytettiin kaikkia edellä mainittuja kysymysmuotoja, sillä yleistä tietoa vastaajista kerättiin monivalintakysymyksillä, mielipiteitä palveluista asteikkoon perustuvalla tavalla ja muun muassa kehittämisehdotuksia avoimien kysymysten avulla.

Kysymyksiä muodostettaessa on tärkeää muistaa, että niiden on oltava selkeitä, yksiselitteisiä ja lyhyitä. Vastausvaihtoehtoja kuten ”usein”, ”tavallisesti” ja ”yleensä” olisi syytä välttää, sillä ne voidaan ymmärtää eri tavoin vastaajista riippuen. Tarkasti rajatut kysymykset ovat parempia kuin yleiset kysymykset, sillä niistä saadaan kerättyä tarkempaa ja hyödyllisempää aineistoa. Kysymyksien pituus ja ammattisanasto voivat vaikuttaa niiden ymmärrettävyyteen ja sen vuoksi on tärkeää välttää monimutkaisia ja pitkiä kysymyksiä sekä vaikeasti ymmärrettäviä sanoja. (Hirsjärvi ym. 2007, 197-198.) Asiakastyytyväisyyskyselyn kysymykset pyrittiin pitämään selkeinä ja helposti ymmärrettävinä. Niissä vältettiin monitulkintaisia vastausvaihtoehtoja sekä vaikeasti ymmärrettäviä sanoja ja ammattisanastoa.

Kysymysten ollessa valmiita kootaan lomake, johon kysymykset sijoitetaan niin, että yleiset kysymykset ovat alussa ja tarkemmat lopussa. Yleisillä kysymyksillä pyritään saamaan tietoa tutkimuksen havaintoyksiköistä, kun taas tarkoilta kysymyksillä kerätään tietoa havaintoyksiköiden mielipiteistä ja kokemuksista tutkittua aihetta kohtaan. Kysymysten määrä voi vaihdella kyselytutkimuksissa paljonkin, mutta yleisenä muistisääntönä voidaan pitää sitä, että kyselyyn pitäisi pystyä vastaamaan nopeasti. Lomakkeen ohessa on hyvä olla kerrottuna kyselyn tarkoituksesta ja tärkeydestä sekä kannustaa vastaamaan. (Hirsjärvi ym. 2007, 199.) Hotel Julien asiakastytyväisyyskysely koottiin niin, että ensimmäisellä sivulla on lyhyt info kyselyn tarkoituksesta ja monivalintakysymyksiä, joilla kerättiin tietoa vastaajasta. Toisella sivulla on viisiportainen asteikko palveluihin liittyen ja kolmannella sivulla kyllä-ei-tilauskysely oheispalveluiden käytöstä, asteikko vastaanoton aukioloaikoihin liittyen sekä lopussa avoimet kysymykset kartoittamaan vastaajien arvosanaa hotelliyöpymisestä, suosittelisivatko he hotellia muille ja miksi sekä toiveista ja parannusehdotuksista.

### **6.3 Aineiston käsittely ja analyysi**

Tutkimuksen saavuttaessa tarvittavan määrän vastauksia tehtävänä on mahdollisimman pian aloittaa aineiston käsittely sekä vastausten analysoiminen. Ensimmäiseksi kyselylomakkeella kerätystä aineistosta tulee tarkastaa, onko esimerkiksi kaikkiin kohtiin vastattu vai onko joihinkin kysymyksiin jätetty vastaamatta. Vastaamatta jätettyyn kysymykseen voidaan esimerkiksi laskea keskiarvo kaikista kyseiseen kysymykseen vastanneiden vastauksista. Vastausten tarkastuksen jälkeen voi olla tarpeen ottaa yhteyttä vastaajaan, mikäli halutaan tarkentaa vastaukseen. (Hirsjärvi ym. 2007, 216-217.) Näin ei ole kuitenkaan mahdollista tehdä, jos vastaaminen on tapahtunut anonyymisti kuten Hotel Julien asiakastytyväisyyskyselyssä.

Lomakkeilla kerätyn aineiston analyysin tekeminen aloitetaan, kun aineisto on järjestetty. Määrällisen tutkimuksen analysointi etenee joko lineaarisena tai vaiheittaisena. Vaiheittain etenevässä analyysissä aineisto kuvataan,

luokitellaan, yhdistellään sekä lopuksi selitetään. Aineiston selittämiseen tähtäävässä käsittelytavassa käytetään apuna tilastollista analyysia sekä päätelmien tekoa. Aineistoa voidaan käsitellä myös ymmärtämiseen tähtäävällä menetelmällä. Siinä käytetään laadullista analyysia sekä päätelmien tekoa. Analyysin tarkoituksena on saada vastaus tutkimusongelmaan. (Hirsjärvi ym. 2007, 218-219.)

#### **6.4 Tulkinta ja raportointi**

Tutkimusaineiston analyysin jälkeen tulkitaan analyysin tuloksia ja tehdään niiden perusteella omia johtopäätöksiä. Vastausten tulkinnan tarkoituksena on selkiyttää tutkimuksen analyysissä esiin tulleita merkityksiä ja pohtia niitä. Tulkintoja voi olla useita erilaisia, sillä tutkija, tutkittava sekä lukija, tulkitsevat tutkimusta omalla tavallaan. (Hirsjärvi ym. 2007, 224.) Tutkimusta tulkitessa tulee myös arvioida validiutta sekä reliaabeliutta eli kuinka pätevästi tutkimus sopi tutkimusongelmaan ja kuinka luotettavia tuloksia saatiin. Tutkimuksen tuloksista tulee laatia synteesejä, jotka kokoavat pääasiat ja antavat vastaukset asetettuihin ongelmiin. Näistä tutkimuksen synteeseistä tehdään lopulliset johtopäätökset. (Hirsjärvi ym. 2007, 225.)

Tutkimuksesta raportointi on olennainen osa tutkimuksen tekemistä. Se tulee aloittaa jo tutkimuksen alkuvaiheessa, kun tutkimusongelmaa vasta päätetään. Kaikki vaiheet, havainnot ja päätelmät, joita tutkimuksen aikana tulee, kirjataan ylös. Raportissa arvioidaan myös, kuinka hyvin tutkimus on edennyt, mikä meni hyvin, mitä olisi voinut tehdä paremmin tai eri tavalla, jotta tutkimus olisi ollut onnistuneempi. Raportoidessa selvitetään, miksi tutkimus tehdään ja mihin sillä pyritään sekä lopuksi päästiinkö haluttuun lopputulokseen. (Hirsjärvi ym. 2007, 32, 225.)

## 7 Asiakastyytyväisyyskyselyn toteutus

### 7.1 Toteutuksen kuvaus

Asiakastyytyväisyyskysely luotiin ensin suomeksi ja sen pohjalta tehtiin venäjänkielinen käännös. Venäjänkielisen kyselyn avulla saimme arvokasta tietoa myös venäläisten matkailijoiden mielipiteistä koskien Hotel Julien toimintaa. Venäjänkielinen versio kyselystä tehtiin työkaverin avustuksella. Venäläisiä asiakkaita hotellissa vierailee suhteessa enemmän kuin muita ulkomaalaisia, minkä vuoksi päätettiin, että englannin kielistä versiota ei tässä opinnäytetyössä tehdä. Ennen kyselyn avaamista kysely testattiin vakioasiakkaan avulla. Testauksen perusteella kyselyn kysymysten rakennetta muokattiin toimivammiksi.

Molemmat kieliversiot toteutettiin verkkokyselynä sekä paperiversiona. Sähköisessä muodossa kyselyn linkit julkaistiin Hotel Julien nettisivuilla ja paperiversioita oli saatavilla hotellin vastaanottoaulassa. Paperiversioiden yhteydessä oli suositus sähköisen version käyttämisestä. Henkilökunta kannusti asiakkaita vastaamaan kyselyyn kertomalla, että he voivat omilla vastauksillaan vaikuttaa jatkossa tarjottaviin palveluihin ja jakamalla vastaajille karkkia. Vastausten vähäisyyden vuoksi joitakin kertoja paperiversioita jaettiin saapuvien asiakkaiden huoneisiin kynien ja karkkien kanssa. Tällä keinolla saatiin kerättyä useampia vastauksia.

Kysely oli avoinna marraskuussa 2018 ja se sulkeutui viikolla 48. Tavoitteena oli saada marraskuun aikana saapuvista asiakkaista vähintään puolet vastaamaan kyselyyn. Vuoden 2017 marraskuussa saapuneita asiakkaita oli 350, joista kuitenkin suuri osa oli viikoittain tai useamman kerran kuussa majoittuvia asiakkaita, minkä pohjalta arvioituna kyselyn vastauksia olisi tullut saada noin 50-100. Vastauksia saatiin yhteensä 29, joista kahdeksan vastausta oli venäläisiltä ja loput suomalaisilta. Ajankohta kyselyn pitämiselle oli hiukan haastava, sillä marraskuu on aina ollut varsin hiljainen.

## 7.2 Kyselyn vastaukset

Kaikista 29:stä asiakastyytyväisyyskyselyn vastauksista kaksi saatiin verkossa ja muut perinteisesti paperiversiolla. Vastauspapereista yhteensä neljän vastaajan kyselyn sivut kaksi ja kolme jouduttiin hylkäämään, sillä niihin ei joko ollut vastattu ollenkaan tai vastaukset oli merkitty tavalla, joita ei pystynyt analysoimaan. Näistä vastauksista hyödynnettiin kuitenkin ensimmäinen sivu, jolloin saatiin tietoa Hotel Julien asiakaskunnasta, mutta ei käytetyistä palveluista ja mielipiteistä niitä kohtaan. Muutoin saadut tulokset olivat helposti luettavissa ja kirjattavissa Exceliin, jossa niitä vertailtiin. Venäjänkieliset avoimet vastaukset käännettiin itsenäisesti, mutta suomennokset varmistettiin työntekijältä, jonka kanssa kyselyn venäjänkielinen versio tehtiin.

Suomalaisia vastaajia oli 21, joista neljä oli naisia ja 17 oli miehiä. Keski-ikältään vastaajat olivat 31–60-vuotiaita ja matkan tarkoituksena 18 vastaajalla oli työ ja kolmella vapaa-aika. Kyselyyn osallistuneet vastaajat kuvaavat hyvin Hotel Julien asiakasprofiilia. Venäläisiä vastaajia vuorostaan oli 8, joista kolme oli naisia ja viisi miehiä. Heidän keski-ikänsä oli 21–30, johon uskotaan vaikuttaneen venäläishihtäjien ryhmä, joka majoittui marraskuun aikana työn merkeissä.

Kaikista vastauksista 16 varausta oli tehty puhelimitse, kuusi oli yrityksen työntekijälle tekemää varausta, kolme nettisivujen kautta, kaksi varauskanavan avulla ja kaksi sähköpostitse. 20:n vastaajan mielestä varauksen tekeminen oli helppoa ja nopeaa ja seitsemän henkilöä oli sitä mieltä, että se oli sujuvaa. Kaksi vastaajista oli jättänyt kohdan tyhjäksi, mutta siihen uskotaan vaikuttaneen sen, että heidän molempien varaukset olivat yrityksen työntekijälleen tekemiä varauksia. Viimeiseksi ensimmäisellä sivulla kysyttiin: ”Kuinka usein yövytte Hotel Juliella?”. Kaikista vastaajista viisi vastasi majoittuvansa hotellilla viikoittain, kolme kuukausittain, yhdeksän useita kertoja vuodessa. Näistä yksi vastaus oli tullut venäläisiltä ja muut 16 suomalaisilta. Loput 12 ääntä olivat jakautuneet tasan vaihtoehtoihin ”harvemmin” ja ”tämä on ensimmäinen kerta”. Ensimmäistä kertaa majoittuneet henkilöt olivat kolme sekä Suomesta että Venäjältä.

Kyselyn toisella sivulla oli viisiportainen asteikko (1=Heikko, 2=Tyydyttävä, 3=Keskiverto, 4=Hyvä ja 5=Erinomainen), jolla kerättiin tietoa palveluista eritellen hotellihuone ja sen ominaisuudet, yleiset tilat, ravintolapalvelut sekä henkilökunta toisistaan. Asteikkoon perustuvissa kysymyksissä oli otettava huomioon, että vastaajat ovat voineet kokea vastausvaihtoehdot eri tavoin. Esimerkiksi asiakkaiden omat tottumukset palvelun laatuun ovat voineet vaikuttaa vastauksiin ja näin ollen jakaa mielipiteitä kysytystä aiheesta. Jokaisen kysymyskohdan jälkeen oli tyhjää tilaa vastaajan mielipiteille kyseisestä aiheesta. Hotellihuone kohdan edellä kysyttiin huoneen numeroa, jotta vastauksia olisi pystytty tulkitsemaan enemmän huonekohtaisesti. Näin ollen olisi tullut selkeämmin ilmi, mitkä huoneet kaipaivat muutosta. Huoneen numeron kertominen oli kuitenkin vapaaehtoista, sillä kyselyyn vastattiin anonyyminä ja tähän kohtaan vastaamalla vastaajan henkilöllisyyden olisi periaatteessa pystynyt selvittämään.

Hotellihuoneen vastauksia tutkittaessa (taulukko 1) havaittiin, että huoneiden siisteyteen oltiin tyytyväisiä. Sisustus, varustetaso ja viihtyisyys huoneissa oli pääosin koettu keskivertaisena tai hyvänä. Kylpyhuoneosio oli aiheuttanut vastauksissa eniten hajontaa. Asia oli kuitenkin jo ennestään tiedossa, sillä kylpyhuoneet ovat eritasoisia toisiinsa nähden.

Taulukko 1. Asiakkaiden vastaukset hotellihuoneesta.

**Hotellihuone (suomalaiset)**

N=18	Heikko	Tyydyttävä	Keskiverto	Hyvä	Erinomainen
Siisteys				14	4
Sisustus		2	9	6	1
Kylpyhuone	2	5	7	3	1
Varustetaso	1		9	8	
Viihtyisyys	1		7	10	

**Hotellihuone (venäläiset)**

N=7	Heikko	Tyydyttävä	Keskiverto	Hyvä	Erinomainen
Siisteys			1	4	2
Sisustus			1	4	2
Kylpyhuone		1	1	4	1
Varustetaso			2	3	2
Viihtyisyys			2	3	2

Suomalaisten vastauksiin verraten venäläiset kokivat sisustuksen, varustetason ja viihtyisyyden parempana. Siisteystasosta oltiin samaa mieltä kotimaisten matkailijoiden kanssa. Kylpyhuone jakoi mielipiteitä myös venäläisten keskuudessa, mutta ei yhtä radikaalisti kuin suomalaisten vastaajien joukossa. Mielipidekohdassa venäläiset olivat huomauttaneet venäjänkielisten televisiokanavien puutteesta. Suomalaiset olivat maininneet, että huoneessa ei ole hiustenkuivaajaa. Hiustenkuivaajia on saatavilla hotellin vastaanotosta.

Yleisten tilojen (taulukko 2) kuten vastaanottoaulan ja sen yhteydessä sijaitsevien yleisten wc-tilojen siisteys koettiin hyvänä. Sisustus ja viihtyisyys sen sijaan jakoivat enemmän mielipiteitä sekä suomalaisten että venäläisten vastaajien keskuudessa. Enemmistö kuitenkin koki nämä keskivertona tai hyvänä. Venäläiset asiakkaat olivat kommentoineet verkkoyhteyden huonoa toimivuutta yleisissä tiloissa.

Taulukko 2. Asiakkaiden vastaukset yleisistä tiloista.

**Yleiset tilat (suomalaiset)**

N=18	Heikko	Tyydyttävä	Keskiverto	Hyvä	Erinomainen
Siisteys			3	15	
Sisustus		2	9	6	1
Viihtyisyys		2	9	7	

**Yleiset tilat (venäläiset)**

N=7	Heikko	Tyydyttävä	Keskiverto	Hyvä	Erinomainen
Siisteys			2	3	2
Sisustus		1	1	4	
Viihtyisyys		2	1	2	1

Yleisiin tiloihin kuuluu myös ravintola, jota kuitenkin käsiteltiin erikseen, koska tilojen lisäksi haluttiin selvittää asiakkaiden tyytyväisyys ravintolan tarjontaa ja tarjoilujen laatua kohtaan (taulukko 3). Vastausmäärät ravintolan toimintaan liittyen vaihtelivat riippuen siitä, olivatko asiakkaat käyttäneet kyseistä palvelua. Suomalaisten vastaukset jakautuivat enemmän kuin venäläisten. Ravintolassa on A-oikeudet ja iltaisin saatavilla on muun muassa hampurilaisia, porsaan- ja naudanlehtipihviä, jotka arvioitiin asiakkaiden puolelta hyviksi. Buffetaamiainen

on hotelliasiakkaiden eniten käyttämä ravintolapalvelu ja siihen oltiin tyytyväisiä. Mielenpidekohdassa oli kuitenkin toiveita runsaammasta ja vaihtelevammasta aamiaistarjonnasta sekä pekonin ja munakokkelin lisäämisestä valikoimaan. Vaihtelevuustoive on ymmärrettävää usein majoittuvien asiakkaiden kannalta, kuten viikoittain majoittuvien työmiesten. Ulkopuolisen toimijan ylläpitämä lounastarjoilu päättyi 2018 vuoden loppuun vähäisen kysynnän vuoksi ja se näkyy myös saaduissa vastauksissa. Ravintolan viihtyisyys koettiin keskivertona ja hyvänä, mutta kuitenkin uudistusta kaipaavana.

Taulukko 3. Asiakkaiden vastaukset ravintolasta.

**Ravintola (suomalaiset)**

N=13	Heikko	Tyydyttävä	Keskiverto	Hyvä	Erinomainen
Juomavalikoima			1	7	1
Iltamenu		1	2	5	1
Aamiaisen laatu		1	3	7	2
Lounaan laatu				3	1
Ravintolatilán viihtyisyys		1	6	4	1

**Ravintola (venäläiset)**

N=5	Heikko	Tyydyttävä	Keskiverto	Hyvä	Erinomainen
Juomavalikoima				1	2
Iltamenu				1	2
Aamiaisen laatu				1	4
Lounaan laatu				1	1
Ravintolatilán viihtyisyys				1	4

Vastausten perusteella henkilökunnan toimintaan oltiin tyytyväisiä (taulukko 4). Sekä suomalaisten että venäläisten vastaukset olivat suurimmaksi osaksi jakautuneet hyvän ja erinomaisen välille. Henkilökunta sai vastaajilta eniten kiitosta ystävällisyydestä, jota keuhuttiin erikseen myös mielenpidekohdassa: ”Ystävällistä palvelua!” ja ”Hyvää, sujuvaa, mutkatonta”. Palvelualltius ja ammattitaitoisuus osoittautuivat hyviksi kuten myös kielitaito.

Taulukko 4. Asiakkaiden vastaukset henkilökunnasta.

**Henkilökunta (suomalaiset)**

N=17	Heikko	Tyydyttävä	Keskiverto	Hyvä	Erinomainen
Palvelualltius			2	9	6
Ammattitaito ja asiantuntemus			1	9	6
Ystävällisyys		1	1	7	8
Kielitaito				6	6

**Henkilökunta (venäläiset)**

N=6	Heikko	Tyydyttävä	Keskiverto	Hyvä	Erinomainen
Palvelualltius			1	1	4
Ammattitaito ja asiantuntemus				2	3
Ystävällisyys					6
Kielitaito			1	2	3

Kyselyn viimeisellä sivulla kysyttiin oheispalveluista, vastaanoton aukioloajoista ja otettiin vastaan asiakkaiden mielipiteitä ja kehitysehdotuksia hotellin toiminnasta yleisellä tasolla. Harva kyselyyn vastannut suomalainen asiakas oli käyttänyt oheispalveluita, kun taas venäläisistä noin puolet. Suosituimmat oheispalvelut olivat sauna ja asiakaskeittiö. Vastaanoton aukioloajat (ma–la 9–23, su 9–22) olivat asiakkaiden mielestä sopivat. Asiakkaat arvioivat hotelliyöpymisen kokonaisuudessaan asteikolla 1–5, josta keskiarvoksi muodostui 4. Yhtä vastaajaa lukuun ottamatta kaikki vastaajat suosittelisivat hotellia muille muun muassa rauhallisen sijainnin, edullisien hintojen ja mukavan henkilökunnan vuoksi. Toiveissa ja parannusehdotuksissa mainittiin muun muassa suihkun vedenpaine, tuuletus vanhasta rakennuksesta johtuvan ”huonon ilman” vuoksi sekä suihkupyyhkeen kokoa kritisoitiin liian pieneksi aikuiselle. Hotellin sijainnin takia suihkun vedenpaineeseen ei pystytä vaikuttamaan, minkä vuoksi se jää melko heikoksi. Palautteessa mainittiin myös langattoman verkkoyhteyden huono toimivuus, mihin vaikuttaa sijainnin lisäksi verkon käyttäjien määrä hotellissa. Asiakkaat toivoisivat tilojen sisustukseen päivitystä ja tarvittaessa varustetason uusimista.

## 8 Henkilökunnan haastattelut

Vähäisten vastausten vuoksi päätettiin selvittää myös Hotel Julien henkilökunnan ajatuksia aiheesta, keskustellen liitteenä olevien kysymysten avulla (Liite 3). Haastattelussa kysyttiin muun muassa mistä asiakkaat antavat palautetta, mitä hotellin toiminnassa pitäisi kehittää ja mitä mieltä työntekijät ovat hotellihuoneista ja yleisistä tiloista sekä mitä niissä pitäisi muuttaa. Työntekijöiltä kysyttiin myös työympäristön ja -välineiden toimivuudesta ja kuinka he itse kehittäisivät omaa työskentelyään.

Työntekijät kertoivat, että ovat saaneet sekä hyvää että huonoa palautetta suoraan asiakkailta hotellin palveluista. Hyvää palautetta asiakkaat ovat antaneet esimerkiksi sijainnista, ilmaisesta ja tilavasta parkkipaikasta, joustavasta palvelusta, huoneiden varustetasosta sekä ravintolan ruoasta. Huonoa palautetta on tullut muun muassa huonosta äänieristyksestä osassa huoneista, joidenkin huoneiden tunkkaisuudesta, tv-kanavien ajoittaisesta pätkimisestä ja verkon heikosta toimivuudesta, kun verkossa on paljon käyttäjiä.

Hotellin toiminnassa työntekijöiden mielestä ensisijainen kehityskohde olisi markkinointi sekä lähialueen asukkaiden tietoisuuden lisääminen yrityksen toiminnasta. Etenkin kesäsesongin aikaan ravintolapalveluiden esimerkiksi baarin ja terrassin markkinointi voisi lisätä tietoisuutta paikasta ja samalla asiakkaiden määrää. Seuraavina kehityskohteina esiin tuli tilojen uusiminen ja sisustuksen päivitys niin yleisissä tiloissa kuin hotellihuoneissa sekä ravintolatoiminnan kehittäminen. Työntekijöiden mukaan hotellihuoneet ovat pääsääntöisesti viihtyisiä, mutta remontoituista huoneista voitaisiin ottaa mallia muihinkin huoneisiin. Asiakkaiden käytössä olevista yleisistä tiloista eniten uudistusta kaipaisi asiakaskeittiö.

Henkilökunnan mielestä työvälineet tarvitsisivat uudistusta. Työskentelyn sujuvuutta vastaanotossa tukisi, jos käytössä olisi kaksi pöytäkonetta ja toimiva nettiyhteys. Varausjärjestelmä on helppokäyttöinen perustoiminnoiltaan, mikäli sattunaisia ongelmia varaussivustojen ja -järjestelmän välillä ei huomioida.

Henkilökunta toivoo myös siivous- ja keittiövälineiden säännöllisempää päivitystä, mikä osaltaan nopeuttaisi päivittäisiä työtehtäviä.

Keskusteluissa tuli ilmi, että sujuvampi sisäinen viestintä ja tarvittaessa järjestettävät palaverit, joissa käytäisiin esimerkiksi läpi, kuinka asiat tehdään uusien käytänteiden kohdalla, auttaisivat tasalaatuisuuteen ja kehittämään kunkin työntekijän omaa työskentelyä. Myös koulutukset koettaisiin hyödyllisinä. Henkilökunta kehittäisi omaa työtään lisäämällä markkinointiin liittyviä tehtäviä ja vastaamalla haastaviin sähköposteihin. Keskustelussa ehdotettiin myös, että samankaltaisissa sähköposteissa voisi käyttää mallipohjaa.

## **9 Kehittämissuositukset aineiston perusteella**

Asiakastytyväisyyskyselystä ja henkilökunnan kanssa käydyistä keskusteluista saaduista vastauksista nähdään, että asiakkaat ovat pääosin tyytyväisiä Hotel Julien palveluihin. Kehitettävää kuitenkin löytyy, jotta hotelli pysyisi kilpailukykyisenä. Seuraaviin ongelmakohtiin vaikuttamalla pystytään parantamaan asiakastytyväisyyttä ja saamaan toiminnasta kannattavampaa. Kehittämissuosituksia pohtiessa on kuitenkin otettava huomioon toiminnan kannattavuus ja investointien tarpeellisuus toimintaan nähden.

Yhtenä ongelmakohtana esiin nousivat osa kylpyhuoneista, jotka tarvitsisivat muutosta. Kylpyhuoneiden remointitarve oli yrittäjän tiedossa jo ennen asiakastytyväisyyskyselyn toteuttamista, mutta kyselystä saadut tulokset vahvistavat asian ajankohtaisuutta. Osaa yläkerran huoneiden kylpyhuoneista aloitettiin remontoimaan jo tämän opinnäytteen aikana (Kuva 4) ja Ryynäsen (2018) mukaan tarkoituksena on uudistaa parvekkeellisten kahden hengen Premium-huoneiden kylpyhuoneita. Alakerran Standard-huoneiden kylpyhuoneisiin ei ole remointitarvetta. Kuvassa 4 vanha sekä remontoitu parvekkeellisen Premium-huoneen kylpyhuone.



Kuva 4. Yläkerran huoneiden kylpyhuoneet Hotel Juliella (Kuva: Heini Ryyänen).

Huoneisiin ja yleisiin tiloihin vastaajat olivat olleet tyytyväisiä, mutta uudistamalla sisustusta pystyttäisiin lisäämään hotellin viihtyisyyttä. Viihtyisyyttä voitaisiin lisätä esimerkiksi uusimalla huoneiden pöytiä sekä yleisten tilojen lattiaita. Henkilökunnan kanssa huoneista keskusteltaessa esiin nousi samoja asioita sekä ”booking-kupin” vieminen kaikkiin saapuviin huoneisiin, mikä lisäisi palvelun tasaatuisuutta. Tällä hetkellä kuppi viedään nimensä mukaisesti Booking.com:n kautta varattuihin huoneisiin. Kuppi sisältää kahvin, teen, kaakaon, maidon ja sokerin. Asiaa on myös pohdittu yrittäjän kanssa, mutta mukin vientiä kaikkiin huoneisiin ei ole vielä otettu käyttöön.

Hotel Julien markkinointia kehittämällä saataisiin lisättyä ihmisten tietoisuutta yrityksestä ja sen palveluista. Asiakaskohdemarkkinointiin panostamalla saataisiin erilaisten asiakasryhmien määriä kasvatettua. Perinteisten työmiesten ja tapahtumiin saapuvien asiakkaiden rinnalle olisi hyvä saada lisää ympärivuotisia matkustajia, jotka arvostavat hotellin rauhallista sijaintia ja ympäröivää luontoa. Potentiaalisina asiakasryhminä voitaisiin pitää urheiluseuroja, jotka saapuvat

Joensuuhun pelimatkoille. Joensuun ollessa koulutuskaupunki myös täydennyskoulutuksiin saapuvat pidempään viipyvät ryhmät olisivat sopivia asiakkaita. Kokemusta tällaisesta ryhmästä saatiin kevättalvella 2019, kun Walesilainen opettajaryhmä majoittui viikon ajan Hotel Juliella. Kyseiselle ryhmälle kuten myös urheiluseuroille on majoituksen lisäksi järjestetty ruokailuja buffet pöydästä. Tällaisiin ryhmiin saataisiin paremmin yhteys lisäämällä yhteistyötä paikallisten urheiluseurojen ja oppilaitoksien kanssa.

Juhlapakettien kehittäminen ja markkinointi voisivat myös tuoda lisää asiakas-kuntaa Hotel Julielle. Loppuvuodesta 2018 yrityksessä päätettiin ruveta päivittämään enemmän Hotel Julien Facebook-sivuja, mutta julkaisujen määrä on edelleen melko vähäistä. Facebook-päivitysten määrää lisäämällä ja kohdentamalla julkaisut oikeille asiakasryhmille yritys saisi lisää näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa. Myös yhteistyöt paikallisten matkailuyrittäjien kanssa voisivat hyödyttää niin Hotel Julieta kuin muitakin esimerkiksi ohjelmapalveluyrityksiä. Tietoisuus hotellin toiminnasta kasvattaisi yrityksen asiakasmääriä.

Henkilökunnan toimintaan ja osaamiseen liittyen asiakkailta saatu palaute oli hyvää ja vastauksista huomasi, että asiakkaat olivat olleet tyytyväisiä asiakaspalveluun. Asiakaspalvelussa voi kuitenkin aina kehittyä ja työntekijät voivat kehittää itse itseään muun muassa opiskelemalla kieliä. Reagointialttius niin puhelimeen kuin verkossa vastaamisessa on tärkeää ja saa asiakkaalta useimmiten positiivista palautetta. Myös kasvokkain nopea reagointi sekä tilannetaju ja empatiakyky ovat asiakaspalvelussa tärkeitä ja nämä kehittyvät jatkuvasti. Palvelun sujuvuudesta ei asiakkailta ollut tullut palautetta, mutta henkilökunnan mukaan sitä lisäisi varausjärjestelmän toimivuus sekä toisen tietokoneen hankkiminen vastaanottoon. Alla yhteenveto Hotel Julien toiminnan kehittämideoista:

- kylpyhuoneremontti
- viihtyisyyden lisääminen uudistamalla sisustusta
- palvelun tasalaatuisuuteen pyrkiminen
- näkyvyyden lisääminen
- uusien asiakasryhmien hankkiminen

- asiakaspalvelun jatkuva kehittäminen
- työvälineiden ajoittainen uusiminen

## 10 Luotettavuus ja eettisyys

Opinnäytetyössä käytettiin ajankohtaisia ja luotettavia kirja- ja verkkolähteitä, vältetään plagiointia ja tehdään lähdeviittaukset tarkasti. Työn luotettavuutta lisää tekijän pitkä työkokemus Hotel Juliella sekä yrittäjältä itseltään suoraan tulleet tiedot aiheesta ja yrityksestä. Henkilökunnan ja toimeksiantajan kanssa käydyt keskustelut toivat esiin heidän mielipiteitään toimintaan ja toiminnan kehittämiseen liittyen. He kertoivat omia mielipiteitään yrityksen toiminnasta sekä asiakailta saamia palautteita palvelun teknisiin ja toiminnallisiin laadun ominaisuuksiin liittyen. Asiakastytyväisyyskyselystä saatuja vastauksia voidaan pitää luotettavina, sillä ne ovat yhteneväisiä henkilökunnan saaman suullisen palautteen kanssa.

Kyselyitä koskevat muutamat eettiset periaatteet, jotka tulee huomioida kyselylomaketta laatiessa. Esimerkiksi tutkittavan yksityisyystietosuoja on tärkeä huomiota otettava asia tutkimuksen teossa. Tutkimukseen osallistumisen on oltava vapaaehtoista ja tutkittavan täytyy olla mahdollista keskeyttää osallistuminen. Aineiston keräämisen, käsittelyn ja tulosten julkistamisen kannalta yksityisyyden tietosuoja on erittäin tärkeää. Tutkijan on myös annettava tarpeeksi tietoa tutkimuksesta tutkittaville. (Hirsjärvi ym. 2007, 25.) Hotel Julielle luodussa kyselyssä kerätyt tiedot on käsitelty luottamuksellisesti ja ilman tarkempia henkilötietoja. Vastaaminen on ollut täysin vapaaehtoista ja kyselyn alussa on ollut saatekirje, josta selviää tietojen käyttötarkoitus ja sähköpostiosoite, josta voi tiedustella mieltä askarruttavia asioita kyselyyn ja opinnäytetyöhön liittyen.

## 11 Pohdinta

Opinnäytetyön aihe on tarpeellinen ja ajankohtainen, kun mietitään yrityksen kilpailukyvyn säilyttämistä ja kannattavuuden kasvattamista kehittämällä palveluita. Hotel Julien toiminnan kehittämisehdotusten luomista varten tarvittiin tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä ja siitä, mitkä asiat heidän mielestään kaipaisivat kehittämistä. Näitä asiakastyytyväisyydestä ja kehityskohteista saatuja tietoja pystytään hyödyntämään myös asiakaskohdemarkkinoinnin kehittämisen jatkamisessa. Se aloitettiin marraskuussa 2018 päättyneessä ryhmähankkeessa, jossa Hotel Julie oli mukana. Opinnäytetyön toteuttamisessa ei ollut käytössä rahoitusta.

Työn haasteena oli muun muassa ajankohta kyselyn pitämiselle, sillä marraskuu on aina ollut varsin hiljainen kuukausi verrattuna esimerkiksi kesäkuukausiin. Marraskuussa 2018 asiakkaita (466) oli kuitenkin enemmän kuin marraskuussa 2017 (350), minkä vuoksi suurimpana haasteena olikin saada asiakkaat vastaamaan kyselyyn, sillä vastauksia saatiin kävijämäärään nähden vähän. Asiakkailta saadut vastaukset olivat varsin positiivisia ja asiakkaat olivat olleet saamaansa palveluun tyytyväisiä. Haasteita omalta osaltaan tuotti sekä vastausten tulkitseminen, sillä jotkin vastaajista eivät olleet täysin ymmärtäneet, kuinka kyselyyn oli tarkoitus vastata sekä vastauksista kirjoittaminen tarpeeksi selkeällä tavalla.

Kehittämisehdotuksia oli helppo luoda asiakastyytyväisyyskyselyn vastausten, henkilökunnan ja yrittäjän kanssa käytyjen keskustelujen sekä oman kokemuksen pohjalta. Mielestäni osa ehdotuksista olisi myös suhteellisen helppo toteuttaa pienellä lisätyöllä ja ilman suuria investointeja. Toimeksiantajan päätettäväksi kuitenkin jää, hyödynnetäänkö opinnäytetyöstä saatuja tuloksia ja niiden pohjalta tehtyjä ehdotuksia. Jatkokehitysmahdollisuutena näkisin Hotel Julien hyötyvän markkinointiin ja yrityksen näkyvyyteen liittyvästä opinnäytetyöstä.

Opinnäytetyön aihe hyväksyttiin keväällä 2018, jonka jälkeen valmistui harjoitusa-aine osaksi opinnäytetyön tietoperustaa. Tämän jälkeen päätettiin jättää

opinnäytetyö kesätöiden ajaksi muhimaan. Suunnitelmaraportin kirjoittaminen siirtyi lokakuulle ja suunnitelmaseminaari sovittiin pidettäväksi marraskuun alkupuolella. Kyselylomakkeen laadinta ja hiominen tapahtui syys-lokakuun aikana ja kysely käännettiin venäjän kielelle lokakuun lopulla. Kyselyn testaus tapahtui loka-marraskuun vaihteessa kanta-asiakkaan avulla, minkä jälkeen kyselyn viimeiset hiomiset suoritettiin ennen kyselyn avaamista. Kysely oli avoinna marraskuun 2018 aikana, jolloin myös raportointiosuus alkoi. Kyselyn päätyttyä vastaukset analysoitiin ja tulkittiin jouluhelmikuun 2018–2019 aikana, jonka jälkeen tuloksien avulla tehtiin kehitysehdotuksia helmi-maaliskuussa 2019.

## Lähteet

- Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Juva. WS Bookwell Oy.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki. Tammi.
- Hämäläinen, M. & Patjas, L. 2018. Palvelun taitajaksi. Helsinki. Sanoma Pro Oy.
- Malakin, M. 2012. Venäläiset matkailun asiakkaina. A: Tutkimuksia ja raportteja - Research Reports. Mikkelin ammattikorkeakoulu. <https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/53492/URNISBN9789515883469.pdf?sequence=1>. 23.4.2019.
- Reinboth, C. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Helsinki. Tammi.
- Ryynänen, J. 2018. Yrittäjä. Hotel Julie. Suullinen haastattelu. 30.10.2018.
- Ryynänen, J. 2019. Yrittäjä. Hotel Julie. Suullinen haastattelu. 27.3.2019
- Suomen Digimarkkinointi. 2019. Onko asiakastyytyväisyys aidosti yksi liiketoimintamittareistasi? <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/onko-asiakastyytyvaisuus-aidosti-yksi-liiketoimintamittareistasi>. 20.3.2019.

## *Hotel Julien Asiakastyytyväisyyskysely*

Arvoisa hotellivieras!

Ystävällisesti pyytäisin Teitä vastaamaan tähän kyselyyn, joka vie vain hetken. Vastaamalla kyselyyn voitte osaltanne vaikuttaa Hotel Julien toimintaan ja palveluihin tulevaisuudessa. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja ilman tarkempia henkilötietoja. Kyselyn tuloksia tullaan hyödyntämään osana matkailun koulutuksen opinnäytetyötä, jonka aiheena on Hotel Julien toiminnan kehittäminen.

Kiitos jo etukäteen vastauksistanne!

Lisätietoja kyselyyn liittyen: ryynanenheini@gmail.com

### **Sukupuoli \***

- Nainen
- Mies
- Muu

### **Ikä \***

- alle 20
- 21-30
- 31-45
- 46-60
- 61-

### **Matkan tarkoitus? \***

- Vapaa-aika
- Työ

Jokin muu, mikä?

### **Mistä saitte tiedon Hotel Juliesta? \***

- Ystävältä/tuttavalta
- Työpaikalta
- Internetistä

Muualta?

### **Miten varasitte majoituksen? \***

- Puhelimitse
- Sähköpostitse
- Nettisivuilta
- Varauskanavan avulla (Booking.com, Hotelzon)
- Yrityksen tekemä varaus työntekijälle
- Paikan päällä

### **Varauksen tekeminen oli mielestäni \***

- Helppoa ja nopeaa
- Sujuvaa

Vaikeaa ja hidasta, miksi?

### **Kuinka usein yövytte Hotel Juliella? \***

- Viikoittain
- Kuukausittain
- Useita kertoja vuoden aikana
- Harvemmin
- Tämä on ensimmäinen kerta

Seuraava -->

**Hotel Julien Asiakastyytyväisyyskysely****Palvelut**

Seuraavissa kysymyksissä valitse mielipidettäsi vastaava vaihtoehto asteikolla 1=Heikko, 2=Tyydyttävä, 3=Keskiarvo, 4=Hyvä, 5=Erinomainen

**Huoneen numero (vapaaehtoinen)**

**Hotellihuone \***

	1	2	3	4	5
Siisteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sisustus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kylpyhuone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Varustetaso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viihtyisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Mielipiteeni huoneesta:**

**Yleiset tilat \***

	1	2	3	4	5
Siisteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sisustus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viihtyisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Mielipiteeni yleisistä tiloista:**

**Ravintola**

	1	2	3	4	5
Juomavalikoima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iltamenu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aamiaisen laatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lounaan laatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ravintolatilän viihtyisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Toiveita ja parannusehdotuksia:**

**Henkilökunta \***

	1	2	3	4	5
Palveluaittius	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ammattitaito ja asiantuntemus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ystävällisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kielitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Mielipiteeni Hotel Julien asiakaspalvelusta:**


<- Edellinen Seuraava ->



**Hotel Julien Asiakastyytyväisyyskysely****Oletko käyttänyt seuraavia palveluita? \***

	Kyllä	Ei
Saunatilat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakaskeittiö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Grillikota	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kioski	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Polkupyörät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ulkopelit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pyykinpesu/kuivaus (maksullinen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Mielipiteeni lisäpalveluista:****Mille lisäpalveluille olisi tarvetta?****Vastaanoton aukioloajat ovat mielestäni sopivat. \***

	Eri mieltä	Osittain eri mieltä	Ei samaa eikä eri mieltä	Osittain samaa mieltä	Täysin samaa mieltä
ma-pe 9-23	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
la 9-23	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
su 9-22	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Mielipiteeni aukioloajoista:****Minkä arvosanan antaisitte hotelliöppymisestäänne kokonaisuudessaan? Asteikolla 1-5. \*****Suosittelisittekko hotelleja muille, miksi? \*****Toiveita ja parannusehdotuksia:**

&lt;-- Edellinen Lähetä



## Обзор удовлетворенности клиентов для развития отеля Джулии

Здравствуйте! Я студент Университета Прикладных Наук Карелия в области туризма, и я делаю свою диссертацию на деятельность по развитию Отель Джулии с помощью клиентов. Пожалуйста Я хотел бы попросить вас, чтобы вы ответили на эти вопросы. Отвечая на эти вопросы, вы можете повлиять на деятельность и услуги отеля Джулия будущем. Ответы будут обрабатываться конфиденциально.

### Пол \*

- Женщина
- Мужчина
- Другое

### возраст \*

- ниже 20
- 21-30
- 31-45
- 46-60
- 61-

### Цель поездки? \*

- свободное время
- Работа
- Другое?

### Где вы нашли отель Джулия? \*

- Друзья по / знакомые
- По работе
- интернет
- В другом месте?

### Как Вы делали заказ? \*

- Телефон
- Адрес электронной почты
- сайт
- С каналом бронирования (Booking.com, Hotelzon)
- сделанные компанией сотруднику
- На месте

### бронирование \*

- легко и быстро
- доступно
- плохо и медленно, почему?

### Как часто вы останавливаетесь в Отель Джулия? \*

- Еженедельно
- Ежемесячно
- Несколько раз в год
- меньше
- Это первый раз

## Обзор удовлетворенности клиентов для развития отеля Джули

### Услуги

В следующих вопросах ответьте по шкале 1=плохо 2=так-себе 3=нормально 4=хорошо 5=отлично.

**номер комнаты (не обязательно)**

**Номер в отеле \***

	1	2	3	4	5
Чистота	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Оформление	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ванная	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Уровень техники	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ваш комфорт	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Мой комментарий к Номер в отеле**

**общие местам \***

	1	2	3	4	5
Чистота	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Оформление	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ваш комфорт	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Мои комментарии к общественным местам:**

**Ресторан**

	1	2	3	4	5
Выбор напитков	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
вечернее меню	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Качество завтрака	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Качество обеда	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Комфорт ресторана	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Надежды и предложения по улучшению:**

**Персонал \***

	1	2	3	4	5
Обслуживания	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Профессиональные навыки и опыт	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Дружелюбие	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
языковые навыки	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Комментарии к обслуживанию клиентов**

**Обзор удовлетворенности клиентов для развития отеля Джулии**

**Вы когда-нибудь использовали следующие услуги? \***

	Да	Нет
Сауна	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
кухня для гостей	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
барбекю (Гриль-в закрытом помещении)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
киоск	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
велосипеды	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
игры на открытом воздухе	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
стиральная машина (за дополнительную плату)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**мои комментарии:**

**Какие бонусные услуги мы могли бы добавить?**

**Часы работы стойки регистрации являются, на мой взгляд, соответствующийю \***

Я совсем не согласен. Я слегка не согласен. Я и согласен и не согласен. Я слегка согласен. Я согласен.

Пн-Пт 9-23	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Сб 9-23	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Вс 9-22	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Моё мнение о время открытия:**

**Какой рейтинг вы бы дали для вашего отеля в полном объеме? по шкале от 1 до 5. \***

**Вы порекомендовали бы отель другим? почему? \***

**Надежды и предложения по улучшению:**

1. Mistä asioista asiakkaat antavat hyvää/ huonoa palautetta?
2. Mitä asioita mielestäsi pitäisi kehittää toiminnassa?
3. Jos saisit itse päättää, mikä olisi tarpeellisin kehityskohde hotellin toiminnassa?
4. Mitä mieltä olet hotellin huoneista ja yleisistä tiloista? Mitä muuttaisit?
5. Ovatko työvälineet mielestäsi toimivia?
6. Kuinka kehittäisit omaa työtäsi?