



JÄMSÄN SEUDUN KOKOUSPALVELUIDEN KEHITTÄMINEN

Tiia Kari
Susanna Raisio

Opinnäytetyö
Huhtikuu 2009

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala



JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU

Tekijä(t) KARI, Tiia RAISIO, Susanna	Julkaisun laji Opinnäytetyö	
	Sivumäärä 72	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salainen _____ saakka	
Työn nimi JÄMSÄN SEUDUN KOKUSPALVELUIDEN KEHITTÄMINEN		
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) KUHA, Maisa		
Toimeksiantaja(t) HimosMaailma / Katja Ahlroth		
Tiivistelmä Työn tarkoituksena oli selvittää Jämsän seudun kokouspalvelutarjonnan laadun nykytilaa sekä edistää myyntiä saatavuutta kehittämällä. Tavoitteena oli antaa yrityksille työkaluja markkinoinnin, laadun ja kokouspalveluiden kehittämiseen sekä koota yhteen myyntiorganisaatiota ja sähköistä hakupalvelinta varten oleelliset tiedot alueen kokouspalvelutarjonnasta. Työhön tarvittavat tiedot kerättiin vierailemalla syksyn 2008 aikana 20:ssä selvitykseen osallistuneessa yrityksessä. Vierailujen avulla haluttiin selvittää yritysten edellytykset laadukkaiden kokouspalveluiden tuottamiseen. Selvityksen tuloksissa nousivat esille Jämsän seudun kokouspalvelutarjonnan laadulliset eroavaisuudet. Kehitettäviä kohteita löytyi mm. markkinoinnissa, myynnissä, saatavuudessa sekä hinnoittelussa. Myös kokoustiloissa, välineissä sekä laatuäkemyksissä oli nähtävissä suuria eroja. Tulokset käsiteltiin asiakkaan ostoprosessin mukaisessa järjestyksessä: saatavuus, kokouspalvelut, lisä- ja tukipalvelut sekä palvelun laatu. Työ on ajankohtainen, koska Jämsän seudun jatkuva kehittyminen matkailualueena lisää pienten matkailuyritysten tarvetta parantaa saavutettavuuttaan sekä kokouspalveluiden laatua. Selvitystä voidaan hyödyntää seudun kokouspalveluiden myynnin työkaluna sekä saatavuuden kehittämisessä. Selvitys toimii myös pohjana mahdollisille jatkotutkimuksille, joita työn lopussa ehdotamme.		
Avainsanat (asiasanat) kokouspalvelut, Jämsän seutu, liikematkailu, kokouspalveluiden kehittäminen		
Muut tiedot		

Author(s) KARI, Tiia RAISIO, Susanna	Type of Publication Bachelor's Thesis	
	Pages 72	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until _____	
Title IMPROVING THE MEETING SERVICES OF THE JÄMSÄ REGION		
Degree Programme Degree Programme in Tourism		
Tutor(s) KUHA, Maisa		
Assigned by HimosMaaailma / Katja Ahlroth		
Abstract <p>The purpose of the Bachelor's Thesis was to make a versatile survey of the Jämsä region's meeting service supply and its quality. The aim was to give the entrepreneurs tools to promote their sales by developing the accessibility, marketing, meeting services and quality. Another aim of the survey was to collect all the relevant information in one document.</p> <p>The data for the survey was collected in the autumn of 2008 by interviewing the entrepreneurs and by visiting the enterprises participating in the survey. The aim of the interviews was to find out the enterprises' ability to produce high-class meeting services and other supplementary services.</p> <p>The interviews and visits brought out the strengths and also areas to improve the meeting and other supplementary services of the enterprises. The areas to be developed were the service quality, marketing, selling, accessibility and pricing. The research method used was qualitative. The survey was conducted from the customers' and the selling organization's points of view.</p> <p>The survey is current because the Jämsä region is a continuously growing tourism area. The survey can be used as a tool for selling the Jämsä region's meeting services and it will also help the customers and the selling organization find all the relevant information about the meeting service supply in one document. The survey will help the Jämsä region's small and medium sized travel companies improve their accessibility and services in the way that promotes their customers' well-being. The survey could offer a basis for further study.</p>		
Keywords meeting service, Jämsä region, business travel, developing meeting services		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	3
2 LIIKEMATKAILU	4
2.1 Työ- ja kokousmatkailu Suomessa	5
2.2 Suomalainen kokousasiakas	7
3 KESKI-SUOMI JA JÄMSÄN SEUTU MATKAILUALUEINA	8
4 MAASEUTUMATKAILUYRITYKSESTÄ KOKOUSPALVELUIDEN TUOTTAJAKSI	12
5 HYVÄN KOKOUKSEN EDELLYTYKSET	13
5.1 Kokousasiakas.....	14
5.2 Tilat ja välineet.....	15
5.3 Lisä- ja tukipalvelut	17
5.4 Kokouspalveluiden markkinointi.....	18
5.4.1 Saatavuus	19
5.4.2 Hinnoittelu	20
5.4.3 Markkinointiviestintä.....	20
5.5 Palvelun laatu	21
6 KOKOUSPALVELUT TULEVAISUUDESSA.....	23
6.1 Ympäristövastuu osana tulevaisuuden kokouspalveluita	24
6.2 Internetin merkitys tulevaisuuden kokouspalveluissa.....	25
7 SELVITYKSEN TOTEUTUS	26
7.1 Selvityksen tavoite	26
7.2 Selvityksessä käytetyt menetelmät ja aineiston keruu	27
7.3 Aineiston luotettavuus.....	28
8 SELVITYKSEN TULOKSET	29
8.1 Saatavuus.....	30
8.2 Kokouspalvelut	36
8.3 Lisä- ja tukipalvelut	40
8.4 Palvelun laatu	42
9 POHDINTA.....	43
LÄHTEET	46
LIITTEET	49
LIITE 1. ATELJEE VELI ÄHTÄVÄ.....	49
LIITE 2. HIMOKSEN ERÄSAFARIT (PIILOPIRTTI)	50

LIITE 3. HIMOSAREENA.....	51
LIITE 4. HIMOS CATERING	52
LIITE 5. HIMOSLOMAT	53
LIITE 6. HOTELLI JÄMSÄ	55
LIITE 7. JUHLA- JA KOKOUSPALVELU LINDEMAN OY.....	57
LIITE 8. KIEVARI RANTAPIRTTI.....	58
LIITE 9. KOULUTUS- JA KOKOUSKESKUS KUKKAISMÄKI	59
LIITE 10. MAIVIAN PIDOT.....	61
LIITE 11. MAJATALO MORVA	62
LIITE 12. MATKAILUTILA HIRVIKARTANO	64
LIITE 13. NESTE JÄMSÄN PORTTI.....	65
LIITE 14. RITARINKANGAS.....	66
LIITE 15. SAARIJÄRVEN MAJA.....	67
LIITE 16. SIMULAATTORIMAAILMA.....	68
LIITE 17. SÄRKISAAREN LEIRI- JA KURSSIKESKUS.....	69
LIITE 18. UUSI-YIJÄLÄN TILA	70
LIITE 19. VILLA HIIDENMÄKI.....	71
LIITE 20. VILLA RISTIVEHMAS	72

KUVIOT

KUVIO 1. Matkailun kokonaiskulutuksen Jakautuminen Suomessa vuonna 2006	6
KUVIO 2. Jämsän seudulla vuonna 2008 tehtyjen yöpymisten jakautuminen tarkoituksen mukaan	10
KUVIO 3. Sähköinen tarjouspyyntölomake kotisivuilla	32
KUVIO 4. Kielenvaihtomahdollisuus kotisivuilla.....	33
KUVIO 5. Karttalinkki tai ajo-ohje kotisivuilla	34
KUVIO 6. Kokoushintatiedot kotisivuilla	35
KUVIO 7. Tiedot kokoustiloista ja välineistä kotisivuilla	36
KUVIO 8. Kokoustilojen määrä	37
KUVIO 9. Internetin käyttömahdollisuus.....	39
KUVIO 10. Majoitusta tarjoavat yritykset	40
KUVIO 11. Ohjelmapalveluita tarjoavat yritykset.....	41

1 JOHDANTO

Opinnäytetyömme tarkoituksena on edistää kokouspalveluiden myyntiä Jämsän seudulla selvittämällä seudun kokouspalvelutarjonnan laatua ja nykytilaa HimosMaailman myyntiorganisaatiota varten. Työmme pyrkii kokoamaan yhteen kaiken tarpeellisen tiedon Jämsän seudun kokouspalvelutarjonnasta niin asiakkaan kuin myyntiorganisaationkin näkökulmasta. Tavoitteena on, että koottu tieto tulevaisuudessa julkaistaan HimosMaailman internet-sivuilla sähköisen hakupalvelimen muodossa (vrt. www.kokousnet.fi). Tiedon yhteen kokoaminen ja sähköiseen järjestelmään vieminen toimivat kokouspalveluiden myynnin työkaluna. Sähköisen järjestelmän etu on myös sen helppo muokattavuus tietojen ylläpitämiseksi.

Sähköisessä muodossa oleva Jämsän seudun kokouspalvelutarjonta helpottaa kokouspalveluiden saatavuutta. Internetistä asiakkaat löytävät tarpeidensa mukaiset kokouspalvelut nopeasti ja vaivattomasti. Hintavertailun mahdollistaminen, oikeiden ydin- ja tukipalveluiden valinnan helpottaminen sekä sopivan kokoisten tilojen nopea löytyminen lisäävät asiakastyytyvääsyyttä ja näin mahdollistavat kokouspalveluiden myynnin kasvun.

Työmme toimeksiantajana toimii HimosMaailman toimitusjohtaja Katja Ahlroth. Himosmaailma on kesällä 2008 Himos-alueelle perustettu yhteismarkkinointiorganisaatio, joka kokoaa yhteen alueen yli 50 yrityksen tarjonnan. Himosmaailma tarjoaa erilaisten matkailualan tuotteiden ja palveluiden lisäksi palveluita myös monilta muilta, kuten rakentamis- ja kiinteistöpalvelualoilta. HimosMaailman tavoitteena on koota alueen monipuolinen palvelutarjonta yhdelle luukulle. HimosMaailma ei ollut ensisijainen tilaaja opinnäytetyöllemme, vaan otimme itse Katja Ahlrothiin yhteyttä ja hänen kiinnostuksensa myötä HimosMaailmasta tuli toimeksiantajamme. Koska HimosMaailma ei ollut työn tilaaja, emme tehneet työtä ainoastaan sitä ajatellen, vaan auttaaksemme sekä HimosMaailmassa mukana olevia, että myös muita alueen kokouspalveluita tarjoavia yrittäjiä löytämään omat kehittämiskohteensa. Tämän vuoksi toivomme että työmme tulee olemaan vapaassa käytössä kaikille, jotka siitä kokevat hyötyvänsä.

Kiinnostuimme tästä opinnäytetyöaiheesta, koska Jämsän seudulla on paljon pieniä maaseutumatkailuyrityksiä, jotka tarjoavat kokouspalveluita muiden palveluiden ohessa. Monien yritysten toiminta on kuitenkin painottunut sesonkeihin, ja toiminnan ylläpitämiseksi tarvittaisiin lisää ympärivuotista toimintaa, jota voitaisiin lisätä laadukkaiden kokouspalveluiden sekä tehokkaan myynnin ja markkinoinnin avulla. Monien yritysten saavutettavuus sekä markkinointi kaipaavat vielä kehittämistä, sillä tällä hetkellä asiakkaiden on vaikea saada tarkempaa tietoa yrityksistä yhdestä paikasta. Selvityksen tekemiseksi vierailimme lähes kaikissa mukana olevissa yrityksissä ja haastattelimme yrittäjiä. Emme halunneet tyytyä pelkästään kirjallisiin tietoihin, vaan halusimme nähdä yritykset ja niiden tarjoamat tilat saadaksemme kokonaiskuvan alueen kokouspalvelutarjonnasta.

Työssämme tarkastelemme Suomea kokousmaana sekä Keski-Suomea ja sitä kautta Jämsän seutua kokouspalveluiden tarjoajana. Kyetäksemme arvioidaan tarjottavien kokouspalveluiden laatua, perehdymme teoriaosuudessa laadukkaan kokouksen edellytyksiin niin tilojen, välineiden kuin muidenkin palveluiden kannalta. Työn teoriaosuuden tarkoituksena on antaa myös yrittäjille tietoa laadukkaiden kokouspalveluiden tuottamisesta, markkinoinnista sekä kokouspalvelualan tulevaisuuden näkymistä. Selvityksen tulokset tullaan työssä käsittelemään asiakkaan ostoprosessin mukaisessa järjestyksessä: saataavuus, kokouspalvelut, lisä- ja tukipalvelut sekä palvelun laatu. Työn lopussa pohdimme ideoita alueen kokouspalvelutoiminnan kehittämiseksi. Lisäksi työn lopussa ovat mahdollista tulevaa sähköistä hakupalvelua varten kokoamme tiedot liitteinä.

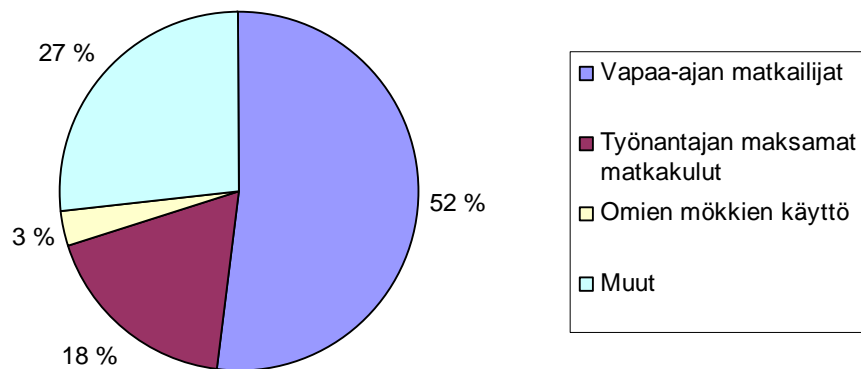
2 LIIKEMATKAILU

Liikematkailu on aina ollut yksi tärkeimmistä matkustusmotiveista matkailun historiassa. Liikematkailuun ovat vaikuttaneet etenkin kansainvälistyminen, verkostotoiminta ja Suomen liittyminen EU:hun. Liikematkailu, eli työntekoon liittyvä matkailu koetaan usein vapaa-ajan matkailun vastakohtaksi, vaikka usein näiden kahden matkailumuodon välinen raja hämärtyy. Liikematkailu sisältää usein myös virkistäytymistä ja rentoutumista, joten liikematkailu voi-

daan määritellä yleiskäsitteeksi, joka käsittää yrityksen hoitamiseen ja edustamiseen liittyvän matkailun. Liikematkailija on useimmiten yrittäjä tai yrityksen johtohenkilö, toimihenkilö tai työntekijöihin kuuluva henkilö. Liikematkailija matkustaa hoitaakseen asiakassuhteita, luodakseen niitä, myydäkseen tuotteita tai palveluja, seuratakseen alan kehitystä, oppiakseen tai opettaakseen. Liikematkailija ei yleensä hoida itse matkustamisesta koituvia kustannuksia, vaan sen tekee työnantaja tai tämän edustaja. Liikematkailun merkittäviä muotoja ovat kokoukset, kansainväliset messut, kongressit ja näyttelyt. (Verhelä 2000, 10, 16–17.) Kokouspalveluita tuottavan yrityksen onkin tärkeää selvittää kuka on kokouksen loppukäyttäjä ja maksajataho, sekä mitkä ovat heidän tavoitteensa ja päämääränsä. On myös tärkeää ymmärtää erilaisten asiakasryhmien eroja osto- ja kulutuskäyttäytymisessä. Koska liikematkailuun kuuluu olennaisena osana myös virkistäytyminen ja rentoutuminen, kokousmatkailusakin tulisi huomioida laadukas palvelupaketointi, sillä oheispalvelut täydentävät ydinpalvelun tuomaa arvoa.

2.1 Työ- ja kokousmatkailu Suomessa

Matkailun osuus Suomen BKT:stä oli vuonna 2006 noin 2,4 %, eli 3,4 miljardia euroa (Työ- ja elinkeinoministeriö 2008, b). Samana vuonna Suomessa kulutettiin matkailuun 10,2 miljardia euroa, josta ulkomaisten matkailijoiden osuus oli 27 % (2,8 miljardia euroa). Matkailun kokonaiskulutus jakautui Suomessa vuonna 2006 seuraavasti:



KUVIO 1. Matkailun kokonaiskulutuksen jakautuminen Suomessa vuonna 2006.

Vuonna 2006 matkailun kokonaiskulutus Suomessa jakautui seuraavasti: vapaa-ajan matkailun osuus oli 52 %, työnantajan maksamisen matkakulujen 18 %, omien mökkien käyttö 3 % ja muut 27 %. (Tilastokeskus 2008, d.) Vaikka vapaa-ajan matkailun osuus on suurin, myös työnantajan maksamien matkakulujen, jotka pitävät sisällään myös kokousmatkailuun liittyviä kuluja, osuus on huomattava.

Työ- ja kokousmatkoja tehdään kotimaassa vuosittain noin 3,7 miljoonaa (Harju-Autti & Ryymin 2008, 24). Vuonna 2006 Suomessa järjestettiin 190 800 kokousta, joihin osallistui 7 918 400 henkilöä. Kokouksista 96,4 % oli kotimaisia ja 3,6 % kansainvälisiä. Kokousten keskimääräinen kesto oli 1,2 päivää ja keskimääräinen koko 43 henkilöä. (Finland Convention Bureau 2007, b.) Monet Jämsän seudulla sijaitsevat kokouspalveluita tarjoavat yritykset pystyvät tarjoamaan kokouspalveluita tämän kokoisille ja suuremmillekin ryhmille. Kokousasiakkaiden viipyessä yli yön, on huomioitava oheispalvelut, jotta kokouspaketti olisi kaiken kattava ja asiakkaat viihtyisivät. Jämsän alueella järjestettävistä kokouksista suurin osa on kotimaisia ja asiakkaat tulevat pääosin lähialueilta. Jämsän alueella on kuitenkin hyvät mahdollisuudet saada koko-

usasiakkaita myös lähellä sijaitsevista suuremmista kaupungeista kuten Jyväskylässä, jossa järjestetään myös suuria ja kansainvälisiä kokouksia ja kongresseja. Alueen kokouspalveluita tarjoavat yritykset voisivat hyödyntää enemmän myös Himoksen suurten tapahtumien mukanaan tuomia potentiaallisia asiakasryhmiä.

Tilastokeskuksen vuonna 2007 tekemän Suomalaisen matkailututkimuksen mukaan suomalaiset tekevät vuosittain yli 36 miljoonaa yöpymisen sisältänyttä työ- ja vapaa-ajan matkaa, joista yli 30 miljoonaa tehdään kotimaassa ja noin 6 miljoonaa ulkomaille. Kotimaisten majoitusliikkeiden asiakaskunnasta noin 65 % on vapaa-ajan kysyntään ja 35 % ammattiin tai vastaavaan liittyvää (Harju-Autti & Ryymin 2008, 22).

Kotimaisen matkailun kysynnän kasvun aikaansaamiseksi matkailun kehittämistoiminta tullaan tulevaisuudessa kohdistamaan kahteen strategiseen painopistealueeseen: matkailukeskusten ja niiden vaikutusalueiden sekä teemapohjaisten tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2008, c.) Nämä seikat pitäisi huomioida myös kokouspalveluiden kehittämisessä. Jämsän alue antaa hyvät mahdollisuudet etenkin teemapohjaisten tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen. Alueen kokouspalvelutarjonnassa voisikin tulevaisuudessa hyödyntää enemmän alueen historiaa ja pyrkiä tarinallistamaan tuotteita.

2.2 Suomalainen kokousasiakas

Kotimaan työ- ja kokousmatkailijan profiiliin kuuluvat työmatkailuun sidonnainen ammatti, korkeat tulot, sekä korkeakoulututkinto. Lisäksi työ- ja kokousmatkailija on usein ylempi toimihenkilö tai yrittäjä. Vuodenajalla ei ole yleensä suurta merkitystä matkustamisen ajankohtaan. Suurin osa työmatkalaisista on edelleen miehiä ja todennäköisimmin pääkaupunkiseudulta tai muista suurista kaupungeista. Kotimaisessa majoituskysynnässä työhön liittyvä kokous on perusteena joka kolmannessa myydyssä majoituksessa. (Harju-Autti & Ryymin 2008, 24.) Aktiivinen kehittämistyö on lisännyt ja monipuolistanut myös maaseutumatkailuyritysten palvelutarjontaa ja asiakaskuntaa. Yritysten koko-

us- ja virkistyspäivät maaseutumatkailukohteissa ovat tärkeä ja koko ajan kasvava asiakasryhmä. Tasokkaalla palvelulla on kysyntää, sillä yritysten henkilökunta ja vieraat ovat usein kokeneet perinteisiä hotelli- ja ravintolapalveluita riittävästi. (Ryymin 2008, 17–18.) Jämsän alueen pienemmillä kokouspalveluyrityksillä on mahdollisuus erottautua edukseen verkostoitumalla, luomalla laadukkaita ja persoonallisia kokouspaketteja sekä antamalla asiakkaille vaihtoehtoisia muotoja järjestää kokouksia laadukkaiden kokouspakettien avulla. Määrätietoisella työllä laadun parantamiseksi, hyvällä palvelulla sekä innovatiivisilla tuotteilla ja palveluilla on mahdollisuus erottautua joukosta.

3 KESKI-SUOMI JA JÄMSÄN SEUTU MATKAILUALUEINA

Jämsän seutu sijaitsee eteläisessä Keski-Suomessa noin 50 kilometrin päässä Jyväskylästä ja se koostuu Jämsästä, Jämsänkoskesta, sekä Kuhmoisista (Jämsän seutu 2008, f). Keski-Suomen valtteja matkailualueena ovat kohtuullinen hintataso verrattuna suuriin keskuksiin, sekä hyvä sijainti keskellä Suomea. Jämsän seudulla asuu yhteensä noin 26 000 asukasta. Jämsän kaupunki ja Jämsänkosken kaupunki yhdistyivät 1.1.2009 uudeksi Jämsän kaupungiksi. Hallinnollisesti Jämsä, Jämsänkoski ja Kuhmoinen kuuluvat Keski-Suomen maakuntaan ja Jämsän seutukuntaan. (Jämsän seutu 2008, c.)

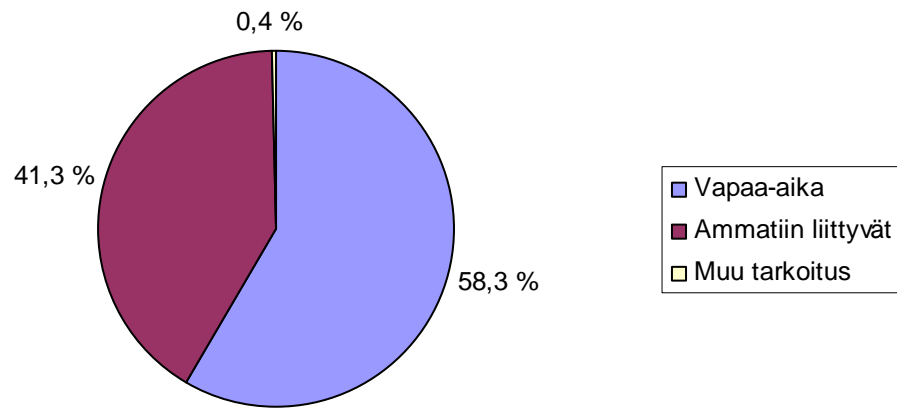
Keski-Suomen alueella on runsaasti suurteollisuutta, kansainvälisesti merkittäviä yrityksiä, sekä pk-yrityksiä, kuten Jämsän seudulla sijaitsevat UPM:n Kaipolan ja Jämsänkosken paperitehtaat sekä Patrian ilmailu- ja komposiitteollisuuden tehtaat. (Jämsän Seutu 2008, d.) Jämsän seudun matkailuyritysten ulottuvilla on siis paljon potentiaalisia asiakkaita. Tänä päivänä kokousasiakkaat ovat valmiita matkustamaan kokoukseen kauempaakin, mikäli palvelun laatu vastaa heidän tarpeitaan ja toiveitaan. Tärkeintä on saada Jämsän seudun kokouspalvelutarjonta yhdelle luukulle ja yritysten välinen yhteistyö toimivaksi. Selvitykseen osallistuneiden yritysten suurimmat asiakasryhmät ovat koostuneet alueen suurimmista työllistäjistä, kuten UPM:stä, mutta yritysten ei pitäisi luottaa ainoastaan jo olemassa oleviin asiakkaisiin vaan tehdä perusteellinen selvitys kysynnästä ja panostaa jatkuvaan markkinointiin.

Valtakunnan tasolla mitattuna Jyväskylän seudun kokous-, kongressi- ja messumatkustus on merkittävää. Keski-Suomessa on myös monia kesä- ja talvimatkailukeskuksia. Yksi merkittävimmistä on Jämsässä sijaitseva Himos, joka on Suomen kolmanneksi suurin hiihtokeskus hissilippumyynnillä mitattuna ja jonka ympärille on kehittymässä ympärivuotinen matkailukeskus. (Keski-Suomen matkailuelinkeinon strategia 2010 & toimenpideohjelma 2006–2010, 6.)

Keski-Suomessa toimii useita joko tiettyihin asiakasryhmiin, markkina-alueisiin tai tuotetyhmään erikoistuneita matkanjärjestäjiä tai incoming-toimistoja sekä suuri määrä oheis- ja ohjelmapalvelu- sekä maaseutumatkailuyrityksiä. Valtaosa oheis-, ohjelmapalvelu- ja maaseutumatkailuyrityksistä on liikevaihdoltaan alle 180 000 euroa, ja noin puolet toimii toiminimellä tai ammatinharjoittajina. Näistä noin 60 % työllistää vakinaisesti yhden tai kaksi henkilöä. Yrityksistä 14 % sijaitsee Jämsän seudulla. (Keski-Suomen matkailuelinkeinon strategia 2010 & toimenpideohjelma 2006–2010, 6.) Osalla selvitykseen osallistuneista yrittäjistä on matkailualan liiketoiminnan lisäksi normaali päivätyö toisen alan yrityksessä. Suurin osa yrityksistä työllistää ainoastaan muutaman henkilön ja sesonkeina lisätyövoimaa.

Jämsän seudulla rekisteröitiin vuonna 2008 yhteensä 250 912 yöpymistä, mikä oli 23,0 % koko Keski-Suomen yöpymisistä. Majoitusmyynnin arvo vuonna 2008 oli 9,4 miljoonaa euroa, eli 400 000 euroa enemmän kuin edellisenä vuonna. Yöpymisistä 73,7 % (184 994) oli kotimaisten asiakkaiden ja 26,3 % (65 918) ulkomaisten. Suurimmat ulkomaalaisryhmät tulivat Viirosta, Venäjältä, Ranskasta, Saksasta ja Hollannista. (Jämsek Oy 2009, a.) Rekisteröity majoituskapasiteetti majoitusliikkeissä, joissa on vähintään 10 mökkiä tai huonetta oli 2 618 vuodetta. (Jämsek Oy 2009, b.) Kaikkien majoitusliikkeiden huonekäyttöaste vuonna 2008 oli Jämsän seudulla 33,9 % ja yöpymisen keskihinta 35,44 euroa (Jämsek Oy 2009, a). Jämsän seudulta löytyy paljon erityyppisiä ja -tasoisia majoitusmuotoja kokousasiakkaille. Kokousmatkustajat majoittuvat usein hotelleissa, joten kokouspaikkaa valittaessa myöskään erilaisen majoituksen markkina-arvoa ei tule unohtaa. Jämsän alueen maaseutumatkailuyritykset tekevätkin hyvää yhteistyötä ja ohjaavat asiakkaan toiseen yritykseen jos itsellä ei ole tarjota sopivaa majoitusmuotoa. Seuraavassa kuviossa on

esillä Jämsän seudulla vuonna 2008 tehtyjen yöpymisten jakautuminen matkan tarkoituksen mukaan.



KUVIO 2. Jämsän seudulla vuonna 2008 tehtyjen yöpymisten jakautuminen tarkoituksen mukaan

Yöpymiset jakoutuivat Jämsän seudulla vuonna 2008 matkan tarkoituksen mukaan seuraavasti: vapaa-aikaan liittyvät 58,2 % (146 126), ammattiin liittyvät 41,3 % (103 724) ja muu matkan tarkoitus 0,4 % (1 062). (Jämsek Oy 2009, a). Ammattiin liittyvien yöpymisten, jotka pitävät sisällään myös yöpymiset kokousten yhteydessä, osuus on erittäin huomattava Jämsän majoituskysynnässä. Näin ollen selvitykseen osallistuneet maaseutumatkailuyrityksetkin voisivat saada osansa yöpyvistä työmatkailijoista erottautumalla normaalista hotellimajoituksesta.

Vapaa-ajankeskus **Himos** on Jämsässä sijaitseva jatkuvasti kehittyvä matkailualue, joka tarjoaa hiihto-, laskettelu- ja majoituspalveluiden lisäksi myös muita monipuolisia palveluita kuten ravintolapalveluita, sekä kulttuuri- ja musiikkitapahtumia. Himoksen kävijämäärien odotetaan kasvavan vuoteen 2015 mennessä jopa miljoonaan kävijään. Tavoitteen toteutuminen edellyttää kuitenkin

tulevaisuudessa suuria investointeja, toimivaa palveluverkostoa ja vahvasti kehittyvää toimintaa niin tuotteiden, yhteistyön kuin osaamisenkin suhteen. (HimosMaailma 2009.)

Jämsän seudulla toimivat pienemmät yritykset voivat myös hyötyä tästä kasvusta tekemällä tiivistä yhteistyötä Himoksen kanssa. Monet kokousryhmät saattavat haluta vaihtelua esim. vapaa-ajan ohjelman ja ruokailujen suhteen, ja näin ollen pienillä maaseutumatkailuyrityksillä olisi hyvä mahdollisuus tuoda esille omia innovatiivisia ja muista erottuvia palveluitaan. Tällä hetkellä Himoksen suurten matkailuyritysten ja selvitykseen osallistuneiden yritysten yhteistyötä ei ole hyödynnetty parhaalla mahdollisella tavalla. Yritykset tyytyvät nykyisiin jo olemassa oleviin asiakkaisiin ja keskittyvät ainoastaan omaan toimintaansa, kun alueella olisi potentiaalia myös suurempien asiakasryhmien saamiseen toimivan yhteistyön avulla. HimosMaailma toimii hyvänä motivaattorina ja tukena asian ajamiseksi, mutta myös yrityksiltä itseltään tulisi löytyä halua kehittyä ja verkostoitua.

Himoksen alueelle on ollut jo parin viime vuoden ajan suunnitteilla suuria investointeja, kuten noin sadan hehtaarin Himoskylä, jonne on suunniteltu rakennettavaksi muun muassa kylpylä, hotelli, monitoimihalli, erilaisia lomahuoneistoja ja runsaasti muita palveluja. Himoksen tulevaisuudennäkymät ja kasvu ovat kuitenkin riippuvaisia yleisestä taloudellisesta tilanteesta ja alueen yrittäjien yhteistyön toimivuudesta. (Keskisuomalainen 2007.)

Himoksen alueella on käynnistetty vuonna 2007 operaatio "Matka maan Himotuimmaksi matkailukeskukseksi", jonka yhteisenä visiona on Himoksen kasvaminen yhdeksi maamme suurimmista matkailukeskuksista vuoteen 2015 mennessä. Kyseisen projektin lopputuloksena syntyi HimosMaailma Oy, jonka tavoitteena on saada sen 56 osakasyritystä verkostoitumaan ja luomaan innovatiivisia palvelukokonaisuuksia erottuakseen paremmin kilpailijoista. Lisäksi HimosMaailman tarkoituksena on tukea pieniä yrityksiä markkinoinnissa ja myynnissä, sekä auttaa tunnettavuuden aikaansaamisessa. (HimosMaailma 2009.)

4 MAASEUTUMATKAILUYRITYKSESTÄ KOKOUSPALVELUIDEN TUOTTAJAKSI

Kynnys ryhtyä matkailuyrittäjäksi on usein matala maaseutumatkailun saralla, eikä ammattitaidon osoittamista kontrolloida välttämättä lainkaan. Matkailun liiketoiminnan ja muiden osa-alueiden osaamisen puute ja ammattitaidottomuus näkyvät palvelujen tuottamisessa ja hinnoittelussa, mikä saattaa huonontaa myös muiden yrittäjien markkinoita. (Ryymin 2008, 32.) Jämsän seudulla onkin suuri määrä maaseutumatkailuyrityksiä, jotka ovat ns. monialayrityksiä, tarjoamalla majoitus-, ravitsemis- ja kokouspalveluita sekä erilaisia ohjelmalveluita. Joidenkin selvitykseen osallistuneiden yritysten kokouspalvelutoiminta on vielä pienimuotoista, eikä yrittäjillä ole paljon kokemusta laadukkaiden kokouspalveluiden tuottamisesta, sillä kokouspalvelut on lisätty palvelutarjontaan toiminnan ympärivuotisuuden lisäämiseksi.

Maaseutumatkailuyritysten tilastollinen seuraaminen on vaikeaa, koska kattava selvitystä alan tunnusluvuista ei ole saatavilla. Alan yritysten liikevaihdon merkittävyys vaihtelee, ja valtaosalla se jää alle 10 000 euron, mutta on myös kasvava joukko niitä yrityksiä, joilla liikevaihto kipuaa yli 100 000 euron. (Ryymin 2008, 11, 14–15.)

Maaseutumatkailuyritykset ovat usein varsin pieniä suhteessa hotelleihin, eivätkä kaikki myöskään toimi ympärivuotisesti. Monien maaseutumatkailuyritysten toiminta painottuu joko kesä- tai talviesonkiin, riippuen toiminnasta ja kysynnän painottumisesta eri vuodenaikoihin. Toimialan kehittämisessä vahva painopiste on ympärivuotisuuden kehittämisessä. (Harju-Autti & Ryymin 2008, 13.) Monet Jämsän seudun maaseutumatkailuyritykset ovat alkaneet kehittää toimintaansa ympärivuotiseksi kokouspalveluilla, joiden avulla haetaan myyntiä hiljaisimpiin aikoihin. Kokouspalveluita tuottaessa on kuitenkin tiedostettava asiakkaiden laatuvaatimukset ja muuttuvat tarpeet. Lisäksi kokousmyynnin aikaansaaminen vaatii jatkuvaa ja monipuolista markkinointia sekä yrittäjien ja henkilöstön tietojen ja taitojen ylläpitoa.

Maaseutumatkailun menestystekijöitä ovat maaseudun rauha, väljyys, sekä nopeasti kehittyvän tietotekniikan tehokas hyödyntäminen matkailumarkki-

noinnissa. Internet mahdollistaa valtakunnallisesti hajanaisen tuotetarjonnan kokoamisen ”yhdelle luukulle”. Maaseutumatkailuyritykset voivatkin erikoistumalla ja verkostoitumalla luoda paremmat mahdollisuudet menestymiseen, kun samanaikaisesti huolehditaan myös tuotteiden korkealaatuisuudesta. Globalisaation ja ketjuuntumisen vastapainona yritysten yksilöllisyydestä voi muodostua menestystekijä, koska yritykset voivat perustellusti korostaa omaa ainutlaatuisuuttaan erottuakseen muusta tarjonnasta. Tulevaisuuden keskeinen menestystekijä maaseutumatkailussa on myös ympäristövastuullisuus. (Ryymin 2008, 31–32.)

5 HYVÄN KOKOUKSEN EDELLYTYKSET

Kokous voi vaihdella yksinkertaisesta aamupalaverista monimuotoiseen useiden päivien kongressiin. Kokouksen yksi määritelmä on ”ihmisten kokoontuminen tiettyyn paikkaan tietynä ajankohtana”, ja osallistujia voi olla muutamasta henkilöstä useaan tuhanteen. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 24–25.) Kokous- ja kongressialan käsitteet, termit ja niiden määrittely voivat vaihdella maanosittain ja jopa tietyn maan sisällä. Kokouksissa mahdollistetaan mm. ihmisten välinen keskustelu, asioista päättäminen, erilaiset neuvottelut, valinnat, tiedottaminen, kouluttaminen, ongelmien ratkaisu, ideointi, imagon rakentaminen ja verkostoituminen. Kokousten ja kongressien tavoitteet vaihtelevat suuresti, ja kokouksella voi olla myös monta päämäärää. Tärkeintä on kuunnella asiakasta ja määritellä tavoitteet täsmällisesti, jotta päästään haluttuun päämäärään. (Blinnikka & Kuha 2004, 12–13.) Kokous eli konferenssi on yleensä kongressia pienempi tilaisuus ja luonteeltaan valikoidumpi. Konferenssi kestää yleensä määrätyn ajan, ja sillä on selkeät tavoitteet. Erilaisia kokousmuotoja on monia, esim. ryhmätyöskentely, symposium, foorumi, paneeli, yleisluento, työpajat, messut, näyttelyt jne. (Blinnikka & Kuha 2004, 14–15.)

Kokouksen palvelukokonaisuus kuvataan usein palvelupakettina, joka koostuu sekä konkreettisista että aineettomista palveluista. Palvelupaketti koostuu kahdesta osiosta: peruspalvelusta eli ydinpalvelusta ja lisäpalveluista, joita kutsutaan myös nimellä liitännäispalvelut tai avustavat palvelut. (Grönroos

2001, 225.) Ydintuote käsittää ongelman ratkaisevan palvelun, esim. miksi kokous järjestetään. (Komppula & Boxberg 2005, 13–14.) Kokouksen ydinpalvelu syntyy virallisesta ohjelmasta ja sen tuottamasta arvosta asiakkaalle ja kenties myös taustaorganisaatiolle, kun taas liitännäispalvelut tarjoavat fyysistä ja sosiaalista lisäarvoa asiakkaalle. Ylittääkseen osallistujan odotukset kokouksen palvelutuotantojärjestelmän täytyy toimia moitteettomasti:

- Palvelupaketin osien täytyy vastata asiakkaan tavoitteita ja ydin- sekä liitännäispalveluiden tulee täyttää odotukset
- Esiintyjien tulee olla asiansa osaavia ja esiintymiskykyisiä
- Asiakaspalvelijat ovat palvelunhaluisia alansa ammattilaisia
- Laitteet ja koneet toimivat moitteettomasti
- Kokouspaikka ja tilat on valittu oikein
- Kokouksen osallistujat ovat ”oikeita” henkilöitä

Osallistuminen kokouksiin on usein suuri ajallinen ja taloudellinen investointi niin osallistujalta kuin taustaorganisaatioltakin. Vastineeksi osallistujat sekä kokouksen toteuttajat haluavat kokouksen olevan antoisa ja tuottoisa. (Rogers 1998, 154.)

5.1 Kokousasiakas

Kokouksen järjestäjän on hyvä tietää, missä roolissa asiakkaat kokoukseen osallistuvat. Kokousten varaamis-, ostamis- ja käyttämisprosessien tunteminen on hyödyllistä. Kokouspalveluita järjestävän tahon tulee tietää, kuka kokouksen järjestämisestä päättää, kuka on maksava taho, kuka kokouksen tilaa ja kuka on osallistuja eli loppukäyttäjä. Jokaisella kyseisistä tahoista on omat kriteerinsä kokouksen onnistumisen suhteen. Kokouksen järjestäjän on hyvä tuntea myös jonkin verran nykyajan kuluttajakäyttäytymistä, jotta pystytään vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin ja toiveisiin. Nykyajan kokousmatkailijat ovat koulutettuja, aktiivisia matkustajia ja tietotekniikan tuntijoita. Heidän tarpeensa ovat yhä yksilöllisempiä, ja he kaipaavat erilaisia harrastusmahdollisuuksia. Lisäksi he ovat kiinnostuneita itsensä kehittämisestä. (Blinnikka & Kuha 2004, 27.)

Kokousalalla toimii monenlaisia palveluntarjoajia, ja usein onnistunut kokous vaatii hyvän kokouspaketin ja yhteistyön. Asiakkaat etsivät usein ratkaisuja ongelmiinsa kokouksista; helppo ja yksinkertainen paketti, jonka ydinpalvelu on kunnossa, tarjoaa asiakkaalle vastauksen. Ydinpalvelun tulisi tuottaa asiakkaalle jotain sellaista, mitä asiakas voi hyödyntää esim. työssään. Pääasia on tuottaa kilpailijoita enemmän lisäarvoa asiakkaalle. Hyvän kokouksen kokonaisuus koostuu palvelualltiudesta, prosessien, tilojen ja välineiden toimivuudesta ja kyseisten osien laadukkuudesta. Asiakkuuden kehittäminen ja asiakkaalle onnistuneen kokouksen tuottaminen onnistuu vain, jos tuntee prosessin, jonka avulla asiakas tuottaa itselleen arvoa. (Blinnikka & Kuha 2004, 34–35, 97–98.)

Palvelut tulisi osata kohdentaa oikein, eli tarjota oikeille asiakasryhmille heidän ongelmiinsa ja tarpeisiinsa sopiva paketti. Perehtymällä asiakasyritysten ja – organisaatioiden, sekä heidän toimialansa toimintatapoihin, löydetään oikeat ratkaisut kunkin asiakassegmentin tarpeisiin, eikä jouduta tarjoamaan kaikkea kaikille. Kokouspalveluita tarjoava yritys lujittaa asiakkuuksiaan kantamalla vastuuta asiakkaidensa kehittymisestä ja tarjoamalla uusia mahdollisuuksia tuottaa arvoa asiakkaille. Ydinpalvelun kehittäminen auttaa uusien asiakkaiden saamisessa ja vanhojen pitämisessä. Kokonaishyöty kokouksesta muodostuu asiakkaiden tavoitteiden ja arvojen pohjalta. (Blinnikka & Kuha 2004, 34–36.)

5.2 Tilat ja välineet

Kokoustilojen toimivuus, tarkoituksenmukaisuus ja viihtyvyys ovat kokouksen onnistumisen edellytyksiä. Kokoukseen sopivien tilojen laatua ja määrää tulisi arvioida erityisesti osallistujien sekä esiintyjien näkökulmasta. Kokouspaikan- ja tilojen on sovittava imagoon ja teemaan ja niiden on edesautettava omalta osaltaan tavoitteiden toteutumista. Ydinpalvelu, eli virallinen ohjelma määrittää millainen kokoustilan on oltava tekniseltä varustukseltaan ja kuinka monta tilaa tarvitaan ohjelman sujuvaan toteutukseen. Toimivat tilaratkaisut ovat onnistuneen kokouksen kulmakiviä; vaikka osallistuja itse ei arvioisi kokousta ainoastaan tilojen perusteella, huonot tilaratkaisut voivat johtaa koko-

uksen epäonnistumiseen. Jos tilat toimivat, osallistujat eivät kiinnitä niihin juurikaan huomiota. (Blinnikka & Kuha 2004, 106.)

Tilojen sopivuus kokouksen tavoitteisiin, imagoon, arvoihin ja budjettiin on otettava huomioon kokousta suunniteltaessa. Kokouspalvelun tarjoajalla on vastuu tarjota oikeanlainen kokous oikealle kohderyhmälle. Tarjoajan tulee tietää kokouksen tavoitteet, jotka vaikuttavat pitkälti myös paikan valintaan. Tiimityön kehittämiseen sopii rauhallinen, rento ja yksityisyyden salliva tila, kun taas ICT-alan ammattilaisille erityisen tärkeää on tekniikan monipuolisuus ja toimivuus. Tilojen toimivuuteen ja niiden valintaan kiinnitetään yleensä palveluntarjoajan puolelta liian vähän huomiota. Liian suuri tila pienelle ryhmälle saattaa pilata tunnelman ja aktiivisen vuorovaikutuksen, kun taas liian pieni tila suurelle porukalle voi olla ahdistava ja estää liikkumisen. Majoittuminen ja kokouksen järjestäminen samassa talossa mahdollistaa porukan yhdessä olemisen ja iltakeskustelut, jotka tuovat usein lisäarvoa kokoukselle. Kokoustilojen valinnassa tärkeitä kriteereitä, etenkin isompien ryhmien kohdalla ovat mm. taukotilat, kulkuväylät, parkkipaikat ja kokouspäivän informoinnin järjestäminen. Erilaiset osallistujat asettavat paljon vaatimuksia, jotka palvelun tarjoajan on pystyttävä ottamaan huomioon (esim. esteettömyys). Itsestään selvää on, että tilojen tulee täyttää lain edellyttämät liikuntaesteisten ja muiden erityisryhmien vaatimukset, sekä ottaa huomioon esteettömyys vielä tarkemmin, jos osallistujaryhmä sitä vaatii. (Blinnikka & Kuha 2004, 110–112.)

Oppimista edistävät tilat ovat tärkeä laatukriteeri, jolla asiakkaalle taataan tehokas uuden oppiminen kokouksen aikana. Kokoustiloiissa tulisi huomioida:

1. Kokoustitilan koko ja muoto. Mitä suurempi sen joustavampi, mitä pienempi sen intiimimpi. Kokoustilaa tarjottaessa on otettava huomioon erilaiset mahdollisuudet, esim. suorakulmainen tila mahdollistaa osanottajien näkyvyyden ja katsekontaktit. Ikkunoiden, huonekalujen, pylväiden, kaapistojen ja viherkasvien sijoitus joko tukee tai vaikeuttaa kokousta.
2. Akustiikkaan vaikuttaa huoneen muoto, pinnat, materiaalivalinnat ja ilma. Kuuluvuus on erityisen tärkeää kun aihe on uusi tai esitys vieraalla kielellä.

3. Valaistuksen laatu ja lamppujen määrä vaikuttavat tunnelmaan ja näkyvyyteen. Lämmin ja tunnelmallinen sopii joihinkin tilaisuuksiin, mutta paras näkyvyys on valaistuksessa joka jäljittelee keskipäivän valoa. Hyvä vaihtoehto on loistelamppu. On myös tärkeää huolehtia, etteivät heijastukset, varjot tai muut esteet haittaa näkemistä.
4. Lämpötila ja ilmanvaihto tulee huomioida, etenkin Suomen vaihtelevassa ilmastossa. Kesällä on hyvä tuulettaa tauoilla ja talvella huolehtia hyvästä ilmastoinnista.
5. Materiaalit ja värit vaikuttavat paljon etenkin paikan imagoon. Kirkkaat ja vaaleat värit koetaan yleensä positiivisempina kuin tummat ja haaleat. Materiaaleissa tärkeää on puhdistettavuus ja kestävyys.
6. Teknologian olemassaolo, helppokäyttöisyys, monipuolisuus ja havainnollistamisen mahdollisuus ovat erityisen tärkeitä nykyaikana. On myös tärkeää perehdyttää asiakas laitteisiin ja huolehtia siitä että apu on tarvittaessa lähellä.
7. Ergonomisuus on tärkeää niin istuinten kuin muidenkin kalusteiden valinnassa. Muunneltavuus, mukavuus, vaihtelevuus (mm. erilaiset pöytämuodot) sekä pitkät istuskeluajat tulee myös huomioida. (Blinnikka & Kuha 2004, 110–112; Rautiainen & Siiskonen 2002, 56–57.)

5.3 Lisä- ja tukipalvelut

Lisäpalvelut koostuvat mm. saavutettavuudesta, sekä palveluun liittyvistä tavaroista ja materiaaleista, eli palveluista, jotka ovat ydinpalvelun käytön kannalta välttämättömiä. Kokouspalveluita tuotettaessa tällaisia ovat esim. tilat ja välineet. Tukipalveluiden, kuten ohjelma-, majoitus- ja ruokapalveluiden avulla pyritään lisäämään ydinpalvelun vetovoimaisuutta. (Komppula & Boxberg 2005, 13–14.)

Lisä- ja tukipalvelut täydentävät ja antavat lisäarvoa ydinpalvelulle, sekä auttavat kokousta erottautumaan näkyvästi muista vastaavista tilaisuuksista. Lisä- ja tukipalvelut saattavat vaikuttaa myös asiakasmääriin, sillä kovassa kilpailutilanteessa asiakkaan ratkaiseva ostopäätös saattaa riippua esim. kokouksen yhteydessä tarjottavan lisäpalvelun kiinnostavuudesta. Kokouksen

oheispalvelut voivat olla esim. reipas liikuntatuokio, rentoutushetkiä, hemmottelevia hoitoja, kuntotestejä, saunomista, elämysruokailua, erilaisia safareita, tiimileikkejä jne. Kokouksen teema on tapahtuman punainen lanka, joka yhdistää kokouksen ohjelman, ruokailut, koristelut ja vapaa-ajan ohjelman. Useimmiten kokous on kuitenkin vain ns. päiväkokous, jonka päätarkoituksena on itse ydinpalvelu, mutta pienellä oheispalvelulla päiväkokouksestakin voidaan tehdä kokemus. (Blinnikka & Kuha 2004, 96.)

Kokouksen virallisen ohjelman, ydinpalvelun, heikon laadun tuomaa pettymystä ei kuitenkaan voida oheisohjelmilla hyvittää. Oheis-, liitännäis- ja tukipalveluihin liittyy osioita, jotka ovat välttämättömiä kokouksen onnistumiselle ja ydinpalvelun toimivuudelle, kuten ruokailut, taukopalvelut, sopivat tilat sekä henkilökunnan palvelut. Jotta asiakkaat pystyvät nauttimaan kokouksen virallisesta osuudesta, tulee ydinpalvelua tukevien ravitsemis-, tauko- ja kenties myös majoituspalveluiden olla hyvin suunniteltuja osallistujien vireystason ylläpitämiseksi. (Blinnikka & Kuha 2004, 102–103.)

5.4 Kokouspalveluiden markkinointi

Kokouspalveluiden markkinoinnin perustana on oltava hyvä liiketoimintastrategia eli toiminnan punainen lanka. Yrityksen tulee päättää mitä palveluja se tarjoaa ja kenelle, millaisia asiakkaita ja asiakassuhteita tavoitellaan ja mihin yrityksen kilpailukyky perustuu. Yritys tarvitsee tietoa siitä, mitkä ovat kokousasiakkaiden tarpeet, toimialan olosuhteet ja trendit sekä kilpailijat. Vasta tämän jälkeen voidaan alkaa miettimään mitä, kenelle, miten ja millä imagolla tarjotaan. Markkinointi on ajattelutapa ja toimintakokonaisuus, aina suunnittelun kautta toteutukseen ja seurantaan. Palvelun tarjoajan tulee selvittää mahdollisten asiakkaiden tarpeet, joiden pohjalta palvelua lähdetään rakentamaan ja kehittämään. Palvelu hinnoitellaan, asetetaan asiakkaan saataville sekä viestitään siitä valitulle kohderyhmälle niin, että asiakkaat ovat tyytyväisiä ja toiminta kannattavaa. (Blinnikka & Kuha 2004, 96–97).

Yrityksen tulee huomioida myös sisäinen markkinointi, joka vaikuttaa paljon siihen, millainen kuva asiakkaalle jää yrityksen toiminnasta. Sisäinen markki-

nointi pitää sisällään rekrytinnin, henkilökunnan perehdytyksen, koulututtamisen ja sisäisen tiedottamisen. ”Me henki” ja työpaikan ilmapiiri välittyä asiakaspalvelun kautta suoraan asiakkaalle, joten nämä ovat asioita joihin tulee kiinnittää huomiota. (Lahtinen & Isoviita 2001, 62–65.)

Kokouspalveluiden markkinointia suunniteltaessa yrityksen on tarkasteltava kilpailutilannettaan, eli selvitettävä ketkä ovat sen kilpailijoita nyt ja tulevaisuudessa ja miten nämä kilpailijat toimivat. Tällä pyritään saavuttamaan etua kilpailijoihin nähden, jotta asiakas kokee yrityksen tuotteet ja palvelut paremmiksi kuin kilpailevan yrityksen. Markkinointi koostuu tuotteesta tai palvelusta, saatavuudesta, hinnasta sekä markkinointiviestinnästä. (Lahtinen & Isoviita 2007, 24–25.)

5.4.1 Saatavuus

Saatavuuden tarkoituksena on varmistaa, että asiakas voi mahdollisimman helposti ja vaivattomasti löytää haluamansa palvelun. Palveluyrityksen saatavuudessa tärkeitä tekijöitä ovat ulkoinen ja sisäinen saatavuus. Ulkoisella saatavuudella tarkoitetaan niitä tekijöitä, joilla helpotetaan asiakkaan saapumista yritykseen ja mahdollisuutta löytää yrityksen palvelut. Konkreettisia ulkoiseen saatavuuteen liittyviä asioita ovat mm. sijainti, liikenneyhteydet, julkisivu, paikoitustilat, opasteet ja ajo-ohjeet, sekä internetsivut. (Lahtinen & Isoviita 2001, 155, 164–165.) Internetsivujen olemassaolo, selkeys, sekä niiden erottuminen muista mahdollistaa sen, että asiakas ylipäänsä löytää ja tiedostaa yrityksen olemassaolon. Kokousta järjestettäessä asiakkaalle on tärkeää saada helposti yhteys yritykseen joko puhelimitse, sähköpostitse tai sähköisen tarjouslomakkeen kautta. Yrityksen on myös reagoitava asiakkaan tiedusteluihin mahdollisimman nopeasti.

Sisäisellä saatavuudella kuvataan sitä, miten helppoa ja miellyttävää asiakkaan on asioida yrityksessä. Sisäiseen saatavuuteen vaikuttavat mm. palveluympäristö, henkilökunnan saavutettavuus, sekä muut asiakkaat. Asiakkaan kokemaan vaikutelmaan palvelun laadusta vaikuttavat suuresti mm. yrityksen sisustus ja siisteys. Henkilökunnan saavutettavuudella tarkoitetaan esimerkik-

si sitä, onko joku henkilökunnasta vastassa asiakkaita heidän saapuessaan ja onko henkilökunnan edustaja saatavilla koko kokouksen ajan mahdollisten ongelmien varalta. Myös muiden asiakkaiden samanaikainen läsnäolo vaikuttaa asiakkaan palvelukokemukseen. (Lahtinen & Isoviita 2001, 166.) Mikäli yritys varaa useammalle asiakasryhmälle kokoustilat samanaikaisesti, tulee olla erittäin huolellinen käytännönjärjestelyiden suhteen. Ruokailujen tulee sujua vaivattomasti ja kokoustilojen olla tarpeeksi kaukana toisistaan, jotta oma rauha ja tietoturva säilyvät.

5.4.2 Hinnoittelu

Käytännön hinnoittelupäätökset heijastavat yrityksen tapaa toimia markkinoilla. Koska maaseutumatkailuyritykset ovat kooltaan pieniä tai keskisuuria yrityksiä, hinnoittelua ei aina ole välttämättä mietitty loppuun asti. Pientenkin kokouspalveluita tuottavien yritysten tulisi kuitenkin huomioida perusteellisen hinnoittelun vaikutus liiketoimintaan ja sen jatkuvuuteen. Hinnan ohella asiakkaan ostopäätökseen vaikuttavat myös hinnan ja laadun suhde, joten jos hinnoitellaan yritys laadukkaiden kokouspalveluiden mukaisesti, asiakkaan tulee myös saada laadukasta palvelua. (Lahtinen & Isoviita 2007, 97–100.)

Selkeä ja harkittu hintapolitiikka helpottaa markkinointia ja myyntiä. Hinnoittelumahdollisuuksiin vaikuttavat mm. markkinarakenne, tuotteen omaleimaisuus, kustannukset, kilpailu, asiakkaan arvostukset ja laatumielikuva. Hintadifferointi voi perustua tuotteeseen, palveluun tai mielikuvaan ja laatuun. Pitkällä aikavälillä palvelun tuottamisesta ja markkinoinnista aiheutuvat kulut on myös katettava. Kilpailijoita tulee seurata, mutta ei pelätä. On keskityttävä rakentamaan innovatiivista ja ajankohtaista kokouspalvelua. (Lahtinen & Isoviita 2007, 97–100.)

5.4.3 Markkinointiviestintä

Markkinointiviestinnän avulla tiedotetaan yrityksestä, sen palveluista, hinnoista ja saatavuudesta. Samalla pyritään myös herättämään huomiota ja erottautu-

maan kilpailijoista. Asiakkaiden aktivointi, myynnin aikaansaaminen, asiakkaan ostopäätöksen vahvistaminen ja lopulta asiakassuhteen ylläpito kuuluvat myös markkinointiviestinnän olennaisiin tehtäviin. Markkinointiviestintä voidaan jakaa vuorovaikutusmarkkinointiin, sekä myynnintukeen. Vuorovaikutusmarkkinointi pitää sisällään asiakaspalvelun ja henkilökohtaisen myyntityön. Myynnintuki taas kattaa mainonnan, myynninedistämisen ja suhdetoiminnan. Viestintäkanavien valintaan vaikuttavat mainonnan tavoitteet, tuote tai palvelu, kohderyhmä, kilpailutilanne, yrityksen imago, sekä taloudelliset resurssit. (Lahtinen & Isoviita 2001, 171.)

Markkinointi ja jakelutien valinta ovat maaseutumatkailun suurimpia haasteita ja kehittämiskohteita. Maaseutumatkailuyritysten sijainnin hajanaisuus ja palveluiden monimuotoisuus vaikeuttavat tuotteiden markkinointia. Markkinointi- ja myyntikanavina käytetään usein alueellisia ja paikallisia markkinointiorganisaatioita, markkinointiprojekteja sekä valtakunnallisia ketjuja. Useat maaseutumatkailuyritykset myyvät tuotteitaan myös itse. Markkinointi on etenkin alkaville yrityksille ongelmallista, koska heikkoutena on usein pienialaisuus ja asiakassegmentoinnin puute. Jos toiminta on kovin pienimuotoista, vakava panostaminen matkailuyrittämiseen voi jäädä liian vähälle jolloin siitä kärsii oman tuotteen laatu, sekä koko alan imago. Maaseudun pienet matkailuyritykset arvostelevat usein alueellisia markkinointiorganisaatioita tehottomuudesta omien tuotteidensa myynnissä, mutta alueellinen markkinointiorganisaatio voi olla varsin tehokas myyjä, mikäli maaseutumatkailuyrityksen tuotteet ovat alueen muun matkailutarjonnan selkeitä osia ja tuotteiden laatu on kunnossa. (Ryymän 2008, 16–17.)

5.5 Palvelun laatu

Laatu toimii palvelun arvon mittarina, ja sitä voi luokitella monella eri tavalla. Palvelun kokonaislaatu koostuu mm. palveluhenkilöiden käytöstavoista, palvelualltiudesta, ulkoisesta olemuksesta, asiakkaan kokemasta laadusta verrattuna kilpailijoihin, sekä palveluprosessin toimivuudesta. Kokouksen suunnittelua ja toteutusta ohjaavat laatutavoitteet. Kokouksen tavoitteet, arvot ja teema määrittelevät laatutavoitteet kokouksen järjestäjälle, mutta viime kädessä asi-

akkaat kuitenkin arvioivat saavutetaanko laatutavoitteet. Kokouksen lopputuloksen osallistuja tai työyhteisö arvioi kuinka paljon arvoa kokous tuottaa; miten paljon opitaan uutta, miten tehokkaasti verkostoidutaan, miten hyvä ratkaisu löytyi ja tarjottiin itse ongelmaan. Toisaalta laatua arvioidaan myös sen mukaan miten hyvin itse ”totuuden hetki” ja palvelu toimii, miten asiakaspalvelu hoidetaan ja onko palvelu yrityksen imagon mukaista. Kokouksen järjestäjän tulee pitää mielessä, että osallistuja arvioi laatua aina suhteessa omiin tavoitteisiinsa ja kokemuksiinsa. (Blinnikka & Kuha 2004, 96–97.)

Asiakaspalvelu on onnistunut, kun asiakkaan odotukset ja kokemukset ovat tasapainossa. Jos asiakkaan kokemukset ylittävät hänen odotuksensa, asiakas yllättyy myönteisesti ja toteaa, että hänen kokemansa palvelu on parempaa kuin hän odotti. Palveluita tuottaessa asiakas kokee palvelun laadun joka hetki ollessaan palveltavana, joten palveluprosessin toimivuus on palvelun laadun kannalta elintärkeä. Hyvä palvelu luodaan asiakkaan kanssa palvelutilanteessa, sillä palvelun keskeinen osa on usein aineeton, eli se tuotetaan ja kulutetaan paljolti samanaikaisesti. Palvelun on oltava kaiken aikaa 100-prosenttista, koska se on oleellinen osa toiminnan tuottamaa lisäarvoa.

Palvelun laatu tulkitaan eri tilanteissa eri tavoin. Asiakkaan elämäntilanne, koulutus ja kokemus vaikuttavat siihen, miten hän kokee palvelun laadun. Palveluprosessin kuvaaminen ja analysointi auttavat tuotteistamisessa ja laadun parantamisessa. Kun laatu ja tuottavuus paranevat, asiakkaan kokema hyöty maksimoituu ja yrityksen kannattavuus paranee. (Rissanen 2006, 17, 19.)

Laadun parantamiseen tähtäviä toimia ovat mm. asiakastyytyväisyyskyselyt joita voidaan tehokkaasti käyttää laadun valvonnan mittarina ja henkilöstön osaamisen parantamiseen tähtäävän koulutuksen pohjana. Yrityksen ei myöskään tule unohtaa jälkimarkkinointia, joka mahdollistetaan tehokkaasti mm. asiakashallintajärjestelmän avulla. Toimivalla asiakashallintarekisterillä pystytään tuottamaan asiakassuhteen toimivuuden ja jatkuvuuden kannalta tärkeää tietoa, sekä seuraamaan asiakkuuksia ja niiden kehitystä. (Harju-Autti & Ryymin 2008, 33–34.)

6 KOKOUSPALVELUT TULEVAISUUDESSA

Matkailuala kehittyy ja muuttuu jatkuvasti ja se merkitsee myös kokousalalle muutosprosessia; palveluiden täytyy klusteroitua ja yritysten keskittyä omiin ydinpalveluihinsa entistä enemmän. Asiakkaiden tarpeet tulee ottaa yhä enemmän huomioon ja panostaa kokonaistuotteeseen majoitus- ja muine palveluineen. Kehitys pakottaa yritykset myös verkostoitumaan yhä enemmän. (Harju-Autti 2008, 27.)

Ohjelma- ja tapahtumapalveluihin yhdistetyn kokousmatkailun kysynnän on ennustettu kasvavan tulevaisuudessa, ja palvelun tarjoajilta vaaditaan yhä enemmän luovuutta, nopeutta sekä erinomaisia yhteistyö- ja verkostoitumistaitoja. Ohjelmapalvelut ovat yhä enemmän osa elämyksellistä ja räätälöityä matkailutuotetta ja ne vaikuttavat merkittävästi asiakkaiden valintoihin. Kokouspalveluiden trendinä tulee tulevaisuudessa näkymään suurempien kokousten muuttuminen yhä toiminnallisemmiksi ja kokouksiin pyritään luomaan osallistuva ja keskusteleva ilmapiiri. Osataan vaatia yhä enemmän ohjelmia ja aikatauluja, jotka mahdollistavat verkostoitumisen, uuden asian omaksumisen ja ymmärtämisen, sekä sopivat tietyn teeman ympärille. (Ryymän 2008, 43–44.)

Tulevaisuudessa menestyvä palveluntuottaja tuntee ja hyödyntää tehokkaasti jakelu- ja myyntikanavia. Hänellä on hallussaan asiakasosaaminen kullakin markkina-alueella ja – segmentissä. Eryteisesti kansainvälisillä markkinoilla verkostoituminen on tärkeää, eli yritys tarvitsee yhteistyötä sekä jakelukanavien että muiden palveluntuottajien kanssa. Matkailukohteen kilpailukyky puolestaan syntyy siitä, millaisia ja kuinka erikoistuneita matkailuyritysten välisiä verkostoja alueella on, miten ne kykenevät tunkeutumaan markkinoille mahdollisimman lähelle asiakasta ja hyödyntämään tarjolla olevat markkinointi-, myynti- ja jakelukanavat. (Keski-Suomen matkailuelinkeinon strategia 2010, 7.)

Tärkeimmiksi maaseudun ja samalla maaseutumatkailunkin kehittymiseen vaikuttaviksi trendeiksi tulevaisuudessa muodostuvat tietoteknologinen kehitys, verkkopalvelujen kasvu, sekä väestön ja työvoiman ikääntyminen. Laatu- ja järjestelmien luominen ja ylläpitäminen on vielä suhteellisen vierasta ja vaike-

aa matkailualan pk-yrityksille. Käsitteenä laatu yhdistetään usein pelkästään asiakaspalveluun, vaikka laatu ei kuitenkaan ole yksin sitä, vaan koko yrityksen johtamisen väline. Laadunhallintaan liittyvät kehittämistoimet ovatkin alan kärkiyrityksissä jo arkipäivää ja alan kehittämisalueista keskeisimpiä. (Harju-Autti & Ryymin 2008, 33–34.)

Asiakassegmentoinnin osaajat kykenevät vaikuttamaan omaan hintatasoonsa, katteisiinsa ja kapasiteettiinsa tuottavuuteen. Asiakkaan merkityksen tunnistaminen yritysten toimia ohjaavana tekijänä on alan tulevaisuuden kannalta oleellinen muutostarve tulevaisuudessa. Tuotantolähtöisestä toimintatavasta tulisi siirtyä todelliseen asiakaslähtöiseen toimintaan. (Harju-Autti & Ryymin 2008, 41–42.)

Vaikka matkailun tulevaisuus näyttääkin erityisen valoisalta pitkällä aikavälillä, himmentää maailmantalouden tämänhetkinen taantuma tulevaisuudenkuvia. Kysyntä on herkkä erilaisille talouskehityksen muutoksille. Matkailukysyntä kasvaa, mutta tulevaisuudessa myös monimuotoistuu, yksilöityy ja muuttuu aktiviteetti- tai teemapainotteiseksi. Yritysten tuleekin vaistota hyvin herkästi uudet matkailutottumukset ja -arvostukset. Kulttuurit ja niiden tunteminen tulevat myös yhä tärkeämmiksi. Ennakointiin ja tulevaisuuden kulutustottumuksiin kiinnitetään enemmän huomiota. Asiakas nousee kuninkaaksi, jonka mielikuvaa yrityksestä ja sen palveluiden paremmuudesta halutaan vaalia kaikin keinoin. Yritykset oivaltavat tulevaisuudessa myös internetissä käytävän sosiaalisen verkoston merkityksen. Asiakassegmentointi muuttuu pikkuhiljaa ja tulevaisuudessa puhutaan enemmänkin sukupolvista kuin segmenteistä. Markkinointi suunnataan näitä sukupolviryhmiä ja heidän ajatusmaailmaansa silmäläpitiäen. (Harju-Autti & Ryymin 2008, 44.)

6.1 Ympäristövastuu osana tulevaisuuden kokouspalveluita

Työ- ja elinkeinoministeriö kehottaa matkailualan yrityksiä ottamaan ympäristövaatimukset yhä enemmän huomioon jo nyt. Finland Convention Bureau kokee yhteiskuntavastuun olevan paitsi haaste kokoustoiminnan kehittämiseksi, myös merkittävä tekijä tulevaisuudessa kilpailtaessa kongressien ja sitä

kautta kokousten saamisesta Suomeen. Yhteiskuntavastuu tulee olemaan tulevaisuudessa merkittävä kilpailuetu, kun se otetaan tosissaan näkyväksi osaksi yritystoimintaa, eikä vain korulauseina strategiaan tai visioon kirjoitettuna. Selkeimmin kokouselinkeinon ympäristövastuu näkyy mm. suhtautumisessa materiaalihankintoihin, energiankulutukseen, yritysten tuottamiin jätteisiin ja päästöihin, sekä keskittämällä kotimaisuuteen. (Finland Convention Bureau 2008, a.)

Keskeinen menestystekijä maaseutumatkailussa tulee olemaan ympäristö vastuullisuus. Ympäristö vastuullisesti toteutettu matkailupalvelu kytkettynä lähiruokaan ja paikallisiin elintarvikkeisiin sekä paikalliskulttuuriin on pitkän tähtäyksen matkailuvaltti, jonka kehittämiseen on syytä pureutua aktiivisesti. (Ryymän 2008, 31) Monet Jämsän seudulla sijaitsevista kokouspalveluista tarjoavista yrityksistä ovat perheyrityksiä ja niiden toiminnassa hyödynnetään usein paikallisia tuottajia, tuotteita sekä työntekijöitä. Tässä mielessä ne täyttävät siis kestävän matkailukehityksen tunnusmerkit.

Sosiaalinen kestävyys ja yhteiskuntavastuu ovat vielä melko uusia asioita yrityksille. Yhteiskuntavastuu on vastuuta yritystoiminnan vaikutuksista ympäröivään yhteiskuntaan ja yrityksen sidosryhmiin, ja sen merkitys kaiken kokoisten yritysten kilpailukyvyllä on voimakkaasti kasvussa. (Harju-Autti & Ryymän 2008, 34.) Tulevaisuudessa myös turvallisuuskysymykset tulevat nousemaan yhä vahvemmin esille puhuttaessa kokouspalveluista. Turvallisuudesta huolehtiminen on jo tuttua ja luonnollista suurille kongressihotelleille ja käytännön turvallisuustoimet ovat kansainvälisillä markkinoilla merkittävä tekijä kohteita valittaessa. Myös pienten palveluntarjoajien tulisi ottaa kokousten turvallisuusasiat, kuten tietoturva, huomioon.

6.2 Internetin merkitys tulevaisuuden kokouspalveluissa

Internet on tulevaisuudessa entistä tärkeämpi työkalu kokousten järjestäjille; online -varaukset yleistyvät, neuvotteluita pidetään yhä enemmän internetin välityksellä ja internetiä käytetään markkinoinnin työkaluna. Teknologiset innovaatiot lisäävät kuitenkin vaatimuksia myös tuotteen elämyksellistä sisältöä

ajatellen, sillä matkailuinnovaatioissa yhdistyy korkea teknologia ja ihmisläheisyys. Vaikka teknologia tuleeikin tärkeämmäksi työkaluksi kokouksissa, myös ihmisläheisyys, terveellisyys ja innovatiivisuus tulevat korostumaan. Tulevaisuudessa tullaan katsomaan kuka keksii parhaat ja innovatiivisimmat tavat kokouksen järjestämiseen. (Ryymin 2008, 17; Harju-Autti & Ryymin, 28–30.)

Internetin tärkeys myös kokouspalveluiden markkinointikanavana korostuu tulevaisuudessa entisestään. Nettikaupankäynnin yleistymisen on johtanut myös siihen, että matkailupalveluja on yhä enemmän ostettavissa suoraan koti-internetistä. Sähköinen tiedonhallinta ja varaustoimintojen hoitaminen on vielä vierasta monessa pienyrityksessä, joissa edelleen toimitaan manuaalisesti ja puhelimitse varaustoiminnoissa. Tämä estää jakeluportaan tehokkaan kaupankäynnin ja on varsin hankalaa nykyaikaisesti toimivien asiakkaiden kannalta. Internet on jo osoittanut tehokkuutensa maaseutumatkailukohteiden myynnissä ja markkinoinnissa, koska se mahdollistaa hajanaisen tuotetarjonnan kokoamisen ”yhdelle luukulle”. Internetmarkkinointi vaatii myös yritykseltä aktiivista toimintaa mm. tietojen päivityksen ja varaustilanteen seurannan osalta. (Ryymin 2008, 17; Harju-Autti & Ryymin, 28–30.) Myös internetissä on ehdottoman tärkeää erottautua massasta, eikä kaikkien yritysten kannata välttämättä lähteä laatimaan omia nettisivujaan. Tämän vuoksi myös Jämsän seudun kokouspalveluita tarjoavien yritysten löytyminen samasta sähköisestä hakupalvelimesta auttaisi asiakasta löytämään yritykset vaivattomasti.

7 SELVITYKSEN TOTEUTUS

7.1 Selvityksen tavoite

Työmme tavoitteena on Jämsän seudun kokouspalveluiden myynnin edistäminen saatavuutta kehittämällä. Selvityksemme pyrkii kehittämään Jämsän seudun kokouspalveluiden saatavuutta antamalla kokouspalveluita tarjoaville yrityksille työkaluja markkinoinnin, laadun ja kokouspalveluiden kehittämiseen, sekä kokoamalla yhteen oleelliset tiedot alueen kokouspalvelutarjonnasta myyntiorganisaatiota varten.

Työmme tavoitteena on myös, että keräämämme tieto yrityksistä julkaistaisiin esim. HimosMaailman internet-sivuilla sähköisen hakupalvelimen muodossa. Esimerkkinä olemme käyttäneet www.kokousnet.fi- palvelua, joka toimii samalla periaatteella Tampereen seudun kokouspalveluita haettaessa. Hakukoneen ajatuksena on antaa asiakkaalle mahdollisuus etsiä kokouspaikkoja omien tarpeidensa ja kriteeriensä mukaan. Hakukonetta varten yritykset luokitellaan mm. kokoustilojen koon ja määrän, kokousvälineiden, sekä lisäpalveluiden kuten majoitus, ravintola- ja ohjelmapalveluiden mukaan. Hakupalvelimen tarkoituksena on helpottaa asiakkaan työtä kokouspaikan etsinnässä; asiakkaan etsittyä tarpeitansa vastaavaa kokouspaikkaa hakukoneella, hakupalvelin antaa suoran linkin kokouspalveluita tarjoavan yrityksen kotisivuille ja näin ollen asiakkaan ei tarvitse etsiä tietoa yrityksistä monesta paikasta. Tällä hetkellä omia tarpeita vastaavan kokoustilan löytäminen Jämsän seudulta on aikaa vievää ja haasteellista asiakkaalle. Vaikka HimosMaailma onkin listannut oman toimintansa piiriin kuuluvien yritysten tiedot omille sivuilleen, ovat tiedot osittain puutteellisia, eikä asiakas annettujen tietojen perusteella pysty tekemään ostopäätöstä. Työmme liitteeksi olemme keränneet taulukoihin kartoituksessa mukana olevista yrityksistä oleelliset tiedot sekä asiakas- että myyntinäkökulmasta. Taulukot ovat helposti muokattavissa niissä olevien tietojen muuttuessa. Taulukoiden on tarkoituksena olla apuna sähköisen järjestelmän luomisessa.

7.2 Selvityksessä käytetyt menetelmät ja aineiston keruu

Tutkimuksessamme on käytetty kvalitatiivista, eli laadullista tutkimusotetta, mutta siinä on piirteitä myös kvantitatiivisesta, eli määrällisestä tutkimusmenetelmästä. Ennen haastatteluja lähetimme kaikille yrityksille sähköpostitse kyselylomakkeen, jonka tarkoituksena oli kartoittaa yritysten perustietoja, kuten tarjottavia palveluita, markkinointi- ja myyntikanavia, saatavuutta, sekä kokoustiloja ja –välineitä. Kysely sisälsi niin avoimia, kuin rajattuja monivalintakysymyksiä. Kysely oli puolistrukturoitu.

Itse haastattelut toteutimme syksyn 2008 aikana vieraillemalla yrityksissä paikan päällä. Halusimme suorittaa haastattelut yrityksissä nähdäksemme yritys-

ten fyysiset tilat, sekä tavataksemme yrittäjät heille tutussa ympäristössä. Haastattelun aikana pyrimme syventämään ja selventämään sähköpostikyselyssä ilmenneitä asioita. Haastattelut toteutettiin teemahaastatteluina, eli haastattelun aihepiirit ja teemat olivat tiedossa ja samoja kaikille haastateltaville, mutta kysymyksillä ei ollut tarkkaa muotoa ja järjestystä (Hirsjärvi ym. 2007, 197). Myös haastateltavien vapaalle puheelle annettiin tilaa. Haastattelujen onnistumiseksi perehdyimme haastattelun aiheeseen sekä haastateltavien yritysten tilanteisiin ja toimintaan.

Haastattelun kohderyhmä rajattiin tarkasti. Kohderyhmäksi valittiin yrityksiä, jotka toimivat Jämsän seudulla ja tuottavat kokouspalveluita joko ydinpalveluna tai osana muuta liiketoimintaa. Kyselyn ja haastattelun otannaksi valittiin 20 kriteerit täyttävää yritystä. Yritykset vaihtelevat suuremmista toimijoista, kuten hotelleista, pieniin maaseutumatkailuyrityksiin. Kaikille yrityksille on kuitenkin yhteistä sijainti ja kokouspalvelutarjonta.

7.3 Aineiston luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan sen reliabiliteetin ja validiteetin avulla. Reliaabelius tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta, eli tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Validius (pätevyys) taas tarkoittaa mittarin tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin mitata. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 216–217.) Selvityksemme reliabiliteettiin saattavat vaikuttaa haastateltavien yrittäjien rehellisyys ja mahdollinen haluttomuus kertoa kaikkia yksityiskohtia oman yrityksen toiminnasta. On myös otettava huomioon tietojen (esim. hintojen) mahdollinen muuttuminen. Pyrimme poistamaan yrittäjien epäilyjä sekä haluttomuutta vastata kysymyksiin kertomalla kaikkien tietojen olevan luottamuksellisia ja että opinnäytetyömme tuloksista ei yksittäistä yritystä pysty tunnistamaan.

8 SELVITYKSEN TULOKSET

Selvityksen tulokset tullaan käsittelemään asiakkaan yleisen ostoprosessin mukaisessa järjestyksessä: saatavuus, kokouspalvelut, lisä- ja tukipalvelut, sekä palvelun laatu. Tuloksissa ei käydä läpi jokaista yritystä erikseen, vaan tulokset ovat yhteenvetoja kaikista työssämme mukana olevista yrityksistä. Yksityiskohtaiset tiedot eriteltyinä yrityksittäin ovat työn liitteinä olevissa taulukoissa. Selvityksessä ovat mukana seuraavat Jämsän seudulla toimivat kokouspalveluita tarjoavat yritykset:

1. Ateljee Veli Ähtävä
2. Himoksen Eräsafarit (Piilopirtti)
3. Himos Areena
4. Himos Catering
5. HimosLomat
6. Hotelli Jämsä
7. Juhla- ja kokouspalvelut Lindeman Oy
8. Kievari Rantapirtti
9. Koulutus- ja kokouskeskus Kukkaismäki
10. Maivian Pidot
11. Majatalo Morva
12. Matkailutila Hirvikartano
13. Neste Jämsän Portti
14. Ritarin Kangas
15. Saarijärven Maja
16. Simulaattorimaailma Oy
17. Särkisaaren leiri- ja kurssikeskus
18. Uusi-Yijälän tila
19. Villa Hiidenmäki
20. Villa Ristivehmas

Suurin osa yrityksistä on pieniä tai keskisuuria maaseutumatkailuyrityksiä, pois lukien Hotelli Jämsä, HimosLomat, Himos Areena ja Neste Jämsän Portti, jotka ovat muita isompia työllistäjiä. Muut yritykset työllistävät pääosin yhden tai kaksi yrittäjää sekä sesonkiaikoina ekstraratavoimaa tarpeen mukaan. Yri-

tykset tarjoavat ydinpalvelunaan majoitus-, ravintola-, pitopalvelu-, kokous- ja koulutus sekä juhlapalveluita.

Yrityksistä Veli Ähtävä, Himos Catering, Juhla- ja kokouspalvelut Lindeman Oy, Koulutus- ja kokouskeskus Kukkaismäki, Matkailutila Hirvikartano, Villa Ristivehmas, Villa Hiidenmäki, Simulaattorimaailma Oy, Piilopirtti, Uusi-Yijälän tila ja Majatalo Morva ovat mukana HimosMaailman yhteismarkkinoinnissa. Suurin osa yrityksistä tekee myös yhteistyötä jonkun alueen toisen matkailuyrityksen kanssa esim. majoituksen tai lisäpalveluiden osalta. Selvityksessä mukana olevat yrityksen markkinoivat itseään pääosin kotisivujensa kautta ja myös HimosMaailma on tärkeä markkinointikanava sen toiminnassa mukana oleville yrityksille. Muita markkinointikanavia ovat mm. esitteet, erilaiset messut, Himoslehti ja muut Jämsän alueella ilmestyvät lehdet sekä erilaiset yhteismarkkinointi- ja verkostoprojektit, kuten Keski-Suomen Helmet. Tulosta tuottava markkinointi vaatii kuitenkin pitkäjänteistä, aktiivista ja jatkuvaa työtä sekä markkinoinnin ja palveluiden kehittämistä. Markkinointi monien eri kanavien kautta ei vielä takaa asiakkaita, vaan markkinointi tulee kohdistaa oikeille asiakassegmenteille oikeiden markkinointikanavien kautta. Suurin osa selvityksessä mukana olevista yrittäjistä laskee melko paljon HimosMaailman ja kotisivujensa varaan tekemättä sen enempää töitä markkinoinnin eteen. Koko palvelupaketoinnissa tulee muistaa toiminnan ”punainen lanka” aina markkinoinnin suunnittelusta itse palvelutapahtumaan, myöskään jälkimarkkinointia unohtamatta. Liitteinä olevissa taulukoissa erittelemme jokaisen yrityksen tilat ja palvelut tarkemmin.

8.1 Saatavuus

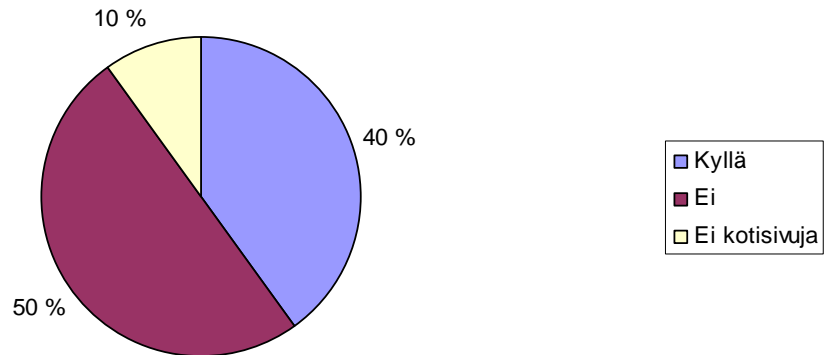
Yritysten saatavuutta arvioidessamme tarkastelimme, kuinka helposti asiakas löytää tietoa selvityksessä mukana olevista yrityksistä ja niiden palveluista. Tarkastelimme myös, millaista tietoa on tarjolla ja pystyykö asiakas tekemään ostopäätöksen tarjolla olevien tietojen perusteella. Lisäksi arvioimme, täyttääkö yrityksen toiminta markkinointiviestinnässä annetut lupaukset. Selvityksessä mukana olevista yrityksistä kahta lukuun ottamatta kaikilla oli kotisivut. Yritysten kotisivuissa oli paljon eroja; osa sivuista oli tasokkaita ja hyvin informa-

tiivisia, kun taas toisissa oli puutteita etenkin kokouspalveluiden osalta. Nykypäivänä on äärimmäisen tärkeää, että yrityksellä on ajan tasalla olevat kotisivut. Myös kotisivujen selkeyteen ja informatiivisuuteen tulisi kiinnittää erityisesti huomiota. Harvojen selvitykseen osallistuneiden yritysten kotisivuilta löytyvät eriteltynä tiedot kokouspalveluista, -välineistä sekä kokouspalveluiden hinnoittelusta. Yritykset jakautuvat selkeästi kahteen leiriin, sillä toiset ovat rakentaneet jopa valmiita kokouspaketteja, kun taas toisilta löytyy ainoastaan maininta kokouspalveluista. Yritysten, jotka haluavat selkeästi keskittyä muuhun kuin kokouspalveluiden tuottamiseen, kannattaisi ehkä harkita kokouspalvelutarjonnan poistamista tarjonnastaan, koska laadukkaiden kokouspalveluiden tuottaminen vaatii kiinnostusta ja halua kehittää palveluita sekä myös itseään kokouspalveluiden tuottajana.

Yritysten ulkoiseen saatavuuteen pääsimme tutustumaan yritysten markkinointiviestinnän kautta sekä vierailuilla, sähköpostitse ja soittamalla muutamiin yrityksiin. Kaikkien yritysten piha-alueella oli parkkipaikka, mutta muutamissa yrityksissä aluetta ei ollut tarkemmin rajattu, mikä hankaloittaa asiakkaan toimintaa. Myös yritysten ulkosivuissa oli eroja; osassa yrityksistä ulko-ovi erotui, jotta asiakas tietää minne mennä, mutta osassa asiakas joutuu miettimään, mistä mennä sisälle. Selkeä opastus helpottaisi tilannetta, eikä asiakas joutuisi hämmentäviin tilanteisiin.

Vierailujemme aikana yritysten sisäinen saavutettavuus, kuten henkilökunnan palvelualltius, oli melko hyvä. Osassa yrityksistä näki, että henkilökunta on erittäin palvelualltista, toisissa taas pystyi vaistoamaan, ettei palveluallttiutta löytynyt yhtä paljon. Puhelimitse otetut kontaktit jakoivat myös yritykset; osassa yrityksistä vastattiin asiallisesti yrityksen nimellä, toisissa taas ainoastaan omalla etunimellä, ja muutamassa puhelimeen ei vastattu lainkaan useista soittoyrityksistä huolimatta. Tällainen toiminta antaa yrityksestä huonon ensivaikutelman potentiaaliselle asiakkaalle ja voi pahimmassa tapauksessa levitä puskaradiona ja estää asiakkuuden syntymisen. Myös useimpiin sähköpostikyselyihin reagoitiin monissa yrityksissä vasta usean päivän viiveellä, tai ei ollenkaan.

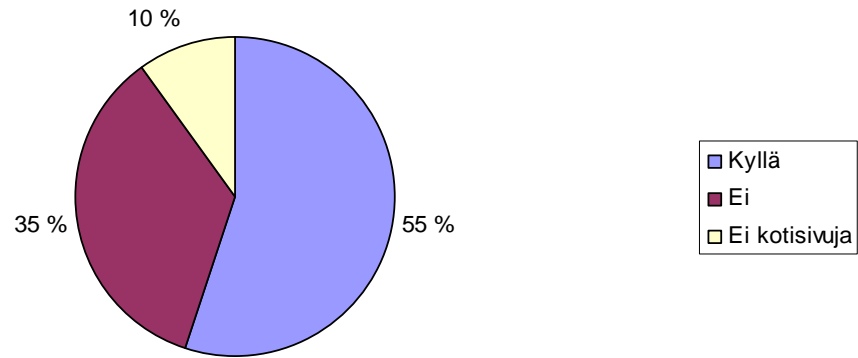
Seuraavissa kuvioissa on näkyvillä, kuinka monen yrityksen kotisivuilta löytyvät sähköinen tarjouspyyntölomake, kielenvaihtomahdollisuus, sekä kartta tai ajo-ohje.



KUVIO 3. Sähköinen tarjouspyyntölomake kotisivuilla

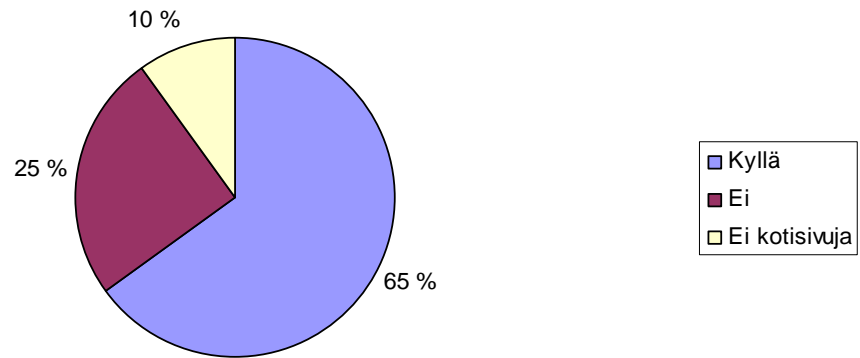
Yrityksistä 40 %:lla (8) on kotisivuillaan sähköinen tarjouspyyntölomake, 50 %:lla (10) ei ja 10 %:lla (2) ei ole kotisivuja lainkaan. Kun asiakas ottaa yritykseen yhteyttä järjestääkseen kokouksen, sähköiseen tarjouspyyntöön tulisi vastata pikaisesti ja esittää asiakkaalle tarkentavia kysymyksiä onnistuneen kokouspalvelun takaamiseksi. Tarjouspyyntöihin vastaamista saattaisi nopeuttaa ja helpottaa valmiin tarjouspohjan tekeminen. Valmis pohja myös yhdenmukaistaisi tarjoukset ja vahvistaisi yrityksen imagoa. Tarjouspyyntöön tai puhelintiedusteluun vastaaminen on erittäin tärkeä osa kokouspalveluiden myyntiprosessia, minkä vuoksi tuleekin ymmärtää, mitä asiakas todella haluaa. Tarjouspyyntöön tai puhelintiedusteluun vastattaessa asiakkaalta pitäisi selvittää ainakin seuraavat asiat: kokouksen järjestäjä/maksaja, kokouksen loppukäyttäjä, ryhmän koko, minkälainen ryhmä on kyseessä, ajankohta, kokouksen tavoitteet ja mahdollinen teema, toiveet ruokailuista ja erityisruokavaliot (menuvaihtoehtoja maksimissaan 3), toiveet tauoista ja taukojen aikaisista mahdollisista aktiviteeteista tai tarjoiluista, mahdolliset lisäpalvelut ja sitä kaut-

ta lisämyynti, sekä erityistoiveet. Kokousvarauksen vahvistuttua on saatava selville lisäksi kokousjärjestelyt, eli tarvittavat kokousvälineet, tilat, sekä käytettävät pöytämuodot.



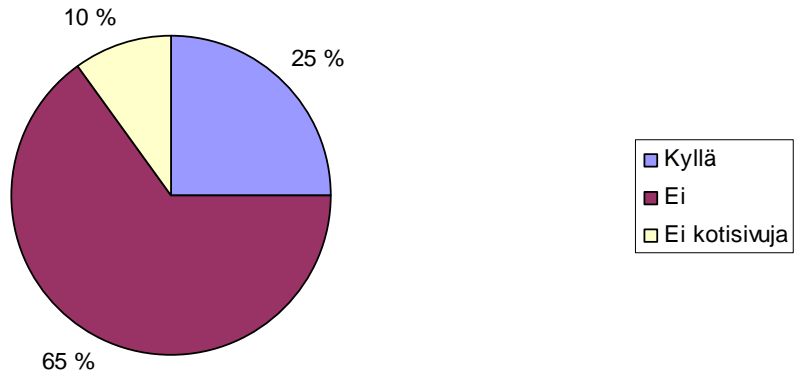
KUVIO 4. Kielenvaihtomahdollisuus kotisivuilla

Yrityksistä 55 %:lla (11) kotisivujen kielen pystyy vaihtamaan, 35 %:lla (7) kotisivut ovat ainoastaan suomeksi ja 10 %:lla (2) ei ole kotisivuja lainkaan. Yleisin kotisivujen kielivaihtoehto suomen lisäksi on englanti. Kotisivujen kielenvaihtomahdollisuus on etu kansainvälisiä asiakkaita ajatellen. Jämsän seudun isot tapahtumat, kuten Neste Oil Rally, Himos Festival ja isot messut tuovat aika ajoin suuriakin määriä kansainvälisiä asiakkaita alueen pieniin yrityksiin. Lisäksi Jämsän seudulla vieraillee ajoittain paljon venäläisiä matkailijoita, jotka yritysten tulisi huomioida tulevaisuudessa paremmin.



KUVIO 5. Karttalinkki tai ajo-ohje kotisivuilla

Yrityksistä 65 %:lla (13) on karttalinkki tai ajo-ohjeet kotisivuillaan, 25 %:lla ei (5) ja 10 %:lla (2) ei ole kotisivuja lainkaan. Karttalinkki tai ajo-ohjeet ovat lähes välttämättömät, jotta asiakas löytää yrityksen vaivattomasti. Nykypäivänäkään ei voi luottaa siihen, että jokaisella asiakkaalla on navigointilaite autossaan ja tällöin pelkkien osoitetietojen näkyminen kotisivuilla ei riitä. Jämsän ulkopuolelta tulevia asiakkaita ajatellen kotisivujen ajo-ohjeiden pitäisi opastaa kauempaakin tulevia, sillä muista kaupungeista tulevat asiakkaat eivät välttämättä tiedä, missä Jämsä, Jämsänkoski tai Kuhmoinen sijaitsevat. Hyvä opastus aina kokouspaikalle asti antaa asiakkaalle myös turvallisen ja ammattimaisen kuvan yrityksestä.

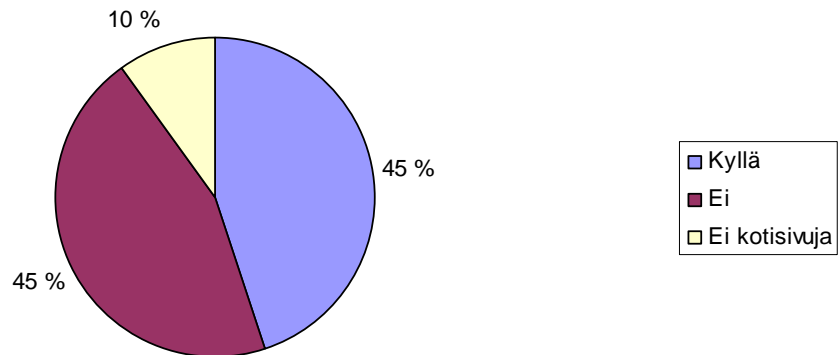


KUVIO 6. Kokoushintatiedot kotisivuilla

Ainoastaan 25 %:lla (5) yrityksistä on kokouspalveluiden hintatiedot kotisivuillaan, 65 %:lla (13) ei ole kokouspalveluiden hintatietoja näkyvissä lainkaan ja 10 %:lla (2) ei ole kotisivuja. Nykypäivänä kokouspalveluiden hintatietojen pitäisi olla esillä. Yritysten kotisivuilla olisi hyvä olla myös yhden peruskokouksen (tilat, välineet, kahvit) hintatiedot, jotta asiakas saisi edes suuntaantavan käsityksen yrityksen hintaluokasta. Päiväkokouksen hinnat vaihtelevat selvityksessä mukana olevissa yrityksissä 15–38 euroa /henkilö, ja muutamassa paikassa kokouspalvelut on hinnoiteltu tilavuokran mukaan.

Kannattavan liiketoiminnan takaamiseksi kokouspalveluiden hinnoittelun pitäisi olla oikeaoppista ja ammattimaista; yrittäjien tulisi hinnoitella aina saman hinnaston mukaisesti ja hinnoittelulle tulee aina löytyä perusteet, omaa työtä unohtamatta. Vasta kun palvelun laatu täyttää asiakkaiden odotukset ja asiakassuhde on hoidettu alusta loppuun täydellisesti unohtamatta jälkimarkkinointia, voi myös hinnoittelu olla vapaampaa. Tärkeintä hinnoittelussa on muistaa hinta-laatu suhde, jotta taataan asiakastytyväisyys. Vain muutamassa yrityksessä on tarjolla valmiiksi hinnoiteltuja kokouspaketteja. Rakentamalla mielenkiintoisia ja asiakkaita innostavia kokouspaketteja yritysten on mahdollista saada suhteellisen pienellä vaivalla lisämyyntiä. Vaikka yrityksellä itsellään ei olisi tarjolla esim. kokoukseen liitettäviä ohjelmapalveluita, kokous-

paketteja voitaisiin kehittää yhteistyössä esim. seudulla toimivien ohjelmapalveluyrittäjien kanssa.



KUVIO 7. Tiedot kokoustiloista ja välineistä kotisivuilla

Yrityksistä 45 %:lla (9) on tiedot kokoustiloista ja -välineistä kotisivuillaan, 45 %:lla (9) ei, ja 10 %:lla (2) ei ole kotisivuja lainkaan. Kokouspalveluita markkinoissa ja myydessä on ehdottoman tärkeää, että tiedot kokoustiloista ja niiden kapasiteetista sekä kokousvälineistä löytyvät yritysten kotisivuilta. Tämä mahdollistaa sen, että potentiaalinen asiakas voi kotisivuja katsomalla selvittää vastaako kyseinen kokoustila hänen tarpeitaan. Näin asiakas säästyy turhilta soitoilta ja tarjouspyyntöjen lähettelyiltä.

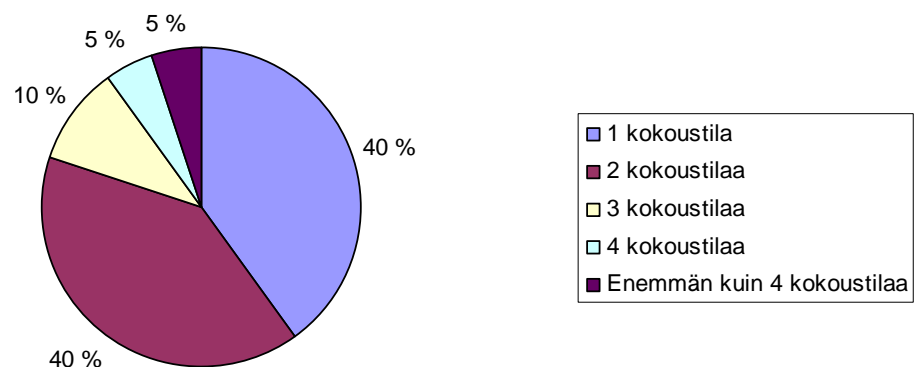
8.2 Kokouspalvelut

Kokoustilat

Monien yritysten ydinpalvelut ovat ns. sesonkipalveluita, ja kokouspalvelut on liitetty toimintaan tuomaan myyntiä myös sesonkien ulkopuolisille ajoille. Selvityksessä mukana olevista yrityksistä ainoastaan yhdellä on ydinpalvelunaan

kokouspalvelut. Muilla mukana olevilla yrityksillä ydinpalveluna on joko ravintola-, majoitus- tai pitopalvelu. Kokousasiakkaat ovat nykyään hyvin laatu- toisia, ja vaikka kokouspalvelut eivät olisikaan yrityksen ydinpalvelu, pitäisi ne ottaa tosissaan ja panostaa etenkin tiloihin ja välineisiin. Yritysten ei kannata lähteä mukaan hyvin kilpaillulle kokouspalvelualalle, mikäli yrityksellä ei ole edellytyksiä tuottaa laadukkaita ja tasokkaita kokouspalveluita. Hinta toimii harvoin ainoana valintakriteerinä kokouspaikkaa valittaessa. Enemminkin palveluiden laatu ja yrityksen soveltuvuus asiakkaiden tarpeisiin ja tavoitteisiin ratkaisevat. Osa selvityksessä mukana olevista yrityksistä tarvitsee toimintansa ylläpitämiseksi ja kannattavuuden takaamiseksi toiminnan ympärivuotisuuden lisäämistä ja monet ovatkin ratkaisuksi valinneet kokouspalvelut osaksi palvelutarjontaa, vaikka edellytykset tuottaa kyseisiä palveluita ovat melko heikot.

Haastatteluiden yhteydessä halusimme selvittää yritysten kokoustilojen määrän ja koot, jotta saisimme käsityksen minkä kokoisia kokouksia seudulla on mahdollista järjestää ja mikä on seudun kokouskapasiteetti. Seuraavassa kuviossa on esillä selvityksessä mukana olevien yritysten kokoustilojen määrä.



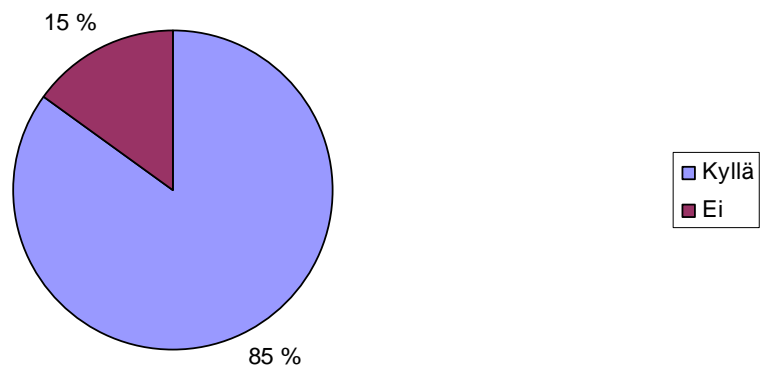
KUVIO 8. Kokoustilojen määrä.

Kokoustilojen määrä vaihtelee kartoituksessa mukana olevissa yrityksistä yhdestä jopa kahdeksaan tilaan. Yrityksistä 40 %:lla (8) on 1 kokoustila, 40 %:lla (8) 2 kokoustilaa, 10 %:lla (2) 3 kokoustilaa, 5 %:lla (1) 4 kokoustilaa ja 5 %:lla (1) enemmän kuin neljä kokoustilaa. Suurimmassa osassa yrityksistä kokoustiloja on yksi tai kaksi. Kokoustilojen koko puolestaan vaihtelee viiden hengen tilasta 250 hengen tilaan ja keskimääräinen tilakoko on noin 20 henkeä. Tämä osoittaa, että Jämsän seudulla voidaan järjestää pienten kokousten lisäksi myös suurempia kokouksia ja koulutuksia. Monet suurimmista kokoustiloista soveltuvat kuitenkin paremmin juhlaikäyttöön, eivätkä yritysten ilmoittamat henkilömäärät aina täsmää paikan suosituksiin. Kokousta järjestettäessä on huomioitava käytettävät pöytämuodot, erilaiset näköesteet ja pöytämuotoja rajoittavat tekijät, lisäksi on huomioitava ettei tiloihin mahdu kokouskäytössä yhtä paljon ihmisiä kuin juhlaikäytössä.

Osassa selvitykseen osallistuneessa yrityksessä ei kokoustilojen viihtyvyyteen oltu juurikaan panostettu. Selkeällä ja yrityksen imagoon sopivalla sisustuksella, sekä muilla pienillä asioilla, kuten sisustukseen sopivilla verhoilla, hyvällä valaistuksella, avarilla tiloilla ja viherkasveilla, sekä mahdollisuuksien mukaan kokouksien teemaan sopivilla koristuksilla saadaan aikaan viihtyvyyttä ja asiakkaita innostava tunnelma. Myös stressittömät kokoustilat ovat tulevaisuutta. Yritysten tulisi panostaa enemmän myös ergonomisuuteen mm. pöytiä, tuoleja, sekä muita kokousvälineitä hankkiessaan. Pienet asiat saattavat ratkaista kokouksen onnistumisen ja nämä seikat myös erottavat joukosta laadukkaat kokouspalveluiden tarjoajat. Monien yritysten kotisivuilta ei myöskään löytynyt kuvia kokoustiloista, eikä tietoja tilojen pinta-aloista tai niihin soveltuvista pöytämuodoista. Kuvat ja tarkemmat tiedot auttaisivat asiakkaita hahmottamaan tilat paremmin ja näin voitaisiin vähentää myös väärinymmärryksistä johtuvia pettymyksiä. Tietojen löytymisen yhdestä paikasta edesauttaa asiakkaan mahdollisuutta tehdä ostopäätös joutumatta olemaan yritykseen yhteydessä moneen otteeseen.

Kokousvälineet

Kokousvälineitä tarkastellessamme kysyimme yrittäjiltä internetin käyttömahdollisuudesta, sillä tänä päivänä internetin käyttömahdollisuus kokouksessa on välttämättömyys. Seuraavassa kuviossa on esillä selvityksessä mukana olevien yritysten tarjoama internetin käyttömahdollisuus.

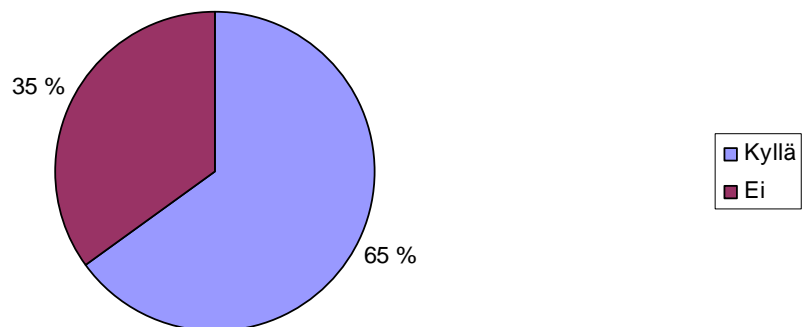


KUVIO 9. Internetin käyttömahdollisuus

85 %:lla (17) yrityksistä on internet-yhteys kokouskäytössä, 15 %:lla (3) ei. Muut kokousvälineet, kuten muunneltavissa olevat pöydät ja tuolit, sekä video-tykki, valkokangas, fläppitaulu, tv, dvd-soitin ja videot löytyivät lähes kaikista yrityksistä. Harvassa yrityksistä oli kuitenkin tarjota esiintyjille mikrofonია ja ainoastaan yhdessä yrityksistä löytyi kokouksen osallistujien pöydille laitettavia lisänäyttöjä, jotka helpottavat esitysten seuraamista ja ryhmätyöskentelyä. Yrittäjien on myös itse osattava käyttää kokousvälineistöä ja kokouksen aikana paikalla tulee olla kokousvälineistön hallitseva henkilö, joka tarvittaessa osaa auttaa asiakkaita sen käytössä. Kokousvälineiden toiminnasta ja kunnosta on huolehdittava ennen asiakkaiden saapumista ja välineiden on oltava toimintavalmiudessa kokouksissa. Aikataulussa pysyminen on myös tärkeää, koska aika on rahaa kokousasiakkaille.

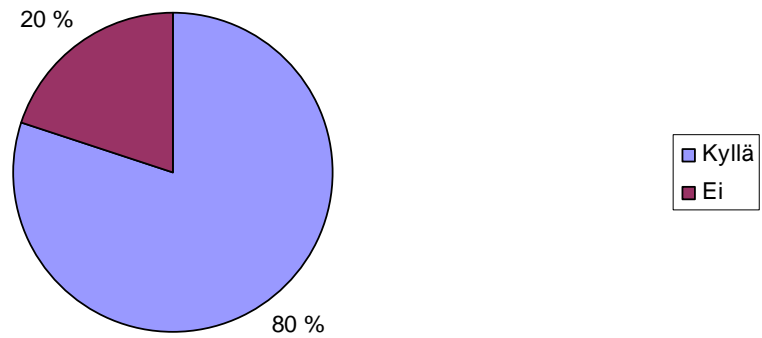
8.3 Lisä- ja tukipalvelut

Lisä- ja tukipalveluita selvittäessämme otimme huomioon majoitus-, ravintola- ja ohjelmapalvelut. Lisä- ja tukipalvelut lisäävät kokouksen arvoa; esimerkiksi ravintolapalvelut ovat lähes välttämättömiä onnistuneen kokouksen aikaansaamiseksi. Lisäpalveluiden avulla on myös mahdollista erottautua kilpailijoista ja lisätä oman yrityksen yksilöllisyyttä ja imagoa. Lisäpalvelutarjonnassa nousee esiin matkailuyritysten yhteistyön ja verkostoitumisen tarpeellisuus; jokaisen yrityksen ei tarvitse itse tuottaa kaikkia lisäpalveluita, vaan omaa toimintaa voi helpottaa keskittymällä ydinpalveluun ja käyttämällä lisäpalveluiden tuottamiseen yhteistyökumppaneita. Seuraavissa taulukoissa on näkyvillä selvityksessä mukana olevien yritysten majoitus- sekä ohjelmapalvelutarjonta.



KUVIO 10. Majoitusta tarjoavat yritykset

Yrityksistä 65 % (13) tarjoaa majoitusta, 35 % (7) ei. Majoitusta on tarjolla noin 10 hengen majoituksesta aina yli 100 hengen majoitukseen. Hotellimajoituksen lisäksi tarjolla on mm. mökki-, huvila- ja yhteismajoitusta. Myös majoituspalveluiden suhteen Jämsän seudun matkailuyrittäjät tekevät paljon yhteistyötä, eli ohjaavat kokousasiakkaita tarvittaessa majoittumaan toiseen lähialueen matkailuyritykseen.



KUVIO 11. Ohjelmapalveluita tarjoavat yritykset

80 % (16) yrityksistä tarjoaa lisäpalveluna ohjelmapalveluita, 20 % (4) ei. Suurimmassa osassa ohjelmapalvelut ovat yhteistyökumppaneiden tuottamia. On hyvä, että suurin osa yrityksistä tarjoaa mahdollisuuden ohjelmapalveluihin, sillä ohjelman tuoma muutos ja virikkeellisyys auttavat asiakkaita irtaantumaan kokouksesta ja työrutiineista. Ohjelmapalveluiden ei tarvitse etenkin lyhyemmän kokouksen yhteydessä olla pitkäkestoisia, pääasia on luovuus ja pieni virkistäytyminen kokouksen ohessa.

Kaikki selvityksessä mukana olevat yritykset tarjoavat ruokailumahdollisuuden kokousasiakkailleen, mutta ravintolapalveluiden tasoissa on eroja. Vaikka yritys tuottaa ydinpalvelunaan ravintolapalveluita, kokousten tarjoiluissa on otettava huomioon mm. kokouksen luonne, teema, kokouksen pituus ja erikoisruokavaliot. Asiakkaalle tulisi tarjota muutamaa erihintaista ja -tyyppistä menuvaihtoehtoa, jotta asiakkaalla on mahdollisuus valita omiin toiveisiinsa sopiva vaihtoehto. Lisäksi on erittäin tärkeää, että ruokailu on sovittuna ajankohtana, sujuu joustavasti ja tapahtuu sovitun aikataulun mukaisesti. Ruokailuissa ja kahviteluissa voisi myös hyödyntää kokouksen teemaa; etenkin terveelliset ja piristävät ruuat ja välipalat ovat hyvä vaihtoehto perinteisille kahvituksille.

8.4 Palvelun laatu

Yrityksissä vieraillessamme kiinnitimme palvelun laatua ajatellen huomiota mm. yrittäjien ja henkilöstön käyttäytymiseen sekä palvelualltiuteen. Palvelun laadun arvioimista vaikeutti se, ettemme olleet läsnä oikeissa asiakaspalvelutilanteissa, emmekä näin ollen voineet arvioida esim. palveluprosessien toimivuutta kokousten suhteen. Saimme kuitenkin kokea ensivaikutelman yrittäjistä sekä kasvotusten, että puhelimitse. Ensivaikutelman syntymisessä merkittäviä asioita olivat mm. puhelimeen ja sähköposteihin vastaaminen, yrityksen fyysiset puitteet, yrittäjien ulkoinen olemus ja käyttäytyminen, tervehtiminen sekä palvelualltius.

Palvelun laatuun kuuluvat lisäksi olennaisena osana markkinointiviestinnän antamat lupaukset. Asiakkaille markkinointiviestinnässä annetut lupaukset tulisi myös pitää, eikä asiakkaalle missään nimessä tule luvata liikoja. Markkinointiviestinnässä annetut lupaukset saattavat nostaa asiakkaiden palveluodotuksia ja toimia vertailukohteina koettuun palvelun laatuun. Monissa selvitykseen osallistuneissa yrityksissä markkinointiviestintää suunniteltaessa ei olla ajateltu asiaa asiakkaalle annettujen lupauksen kannalta. Yritykset lupaavat monesti liikoja, kuten laadukkaita kokouksia, mutta itse palveluprosessi ei kohtaa markkinointiviestinnässä annettuja lupauksia ja asiakkaat joutuvat pettymään. Tämä saattaa johtaa negatiivisiin ensivaikutelmiin ja levitä asiakkaalta toiselle ja sitä kautta vahingoittaa yrityksen imagoa ja aiheuttaa asiakasmenetyksiä. Jo olemassa olevien asiakassuhteiden säilyttäminen on yrityksille kannattavampaa kuin uusien hankkiminen.

Selvitykseen osallistuneilla yrityksillä on mahdollisuus myös ylittää asiakkaiden toiveet sekä yllättää asiakkaat positiivisesti panostamalla kotisivuihin, kokouspalveluiden hinnoitteluun ja luomalla pienillä lisäpalveluilla lisäarvoa kokoukseen. Yritysten tulee siis toimia markkinointiviestinnässä lupaamallaan tavalla. Joidenkin selvityksessä mukana olevien yritysten markkinointiviestinnässä on kuitenkin sorruttu ylilyönteihin esim. lupaamalla laadukkaita kokouspalveluita, vaikka on huomioitava että pelkän kokoustilan ja joidenkin kokousvälineiden olemassaolo ei takaa onnistunutta ja laadukasta kokouspalvelua.

Osassa yrityksistä palvelun laatuun ja sen kehittämiseen kiinnitetään paljon huomiota, kun taas toisissa niihin ei juurikaan panosteta. Vaikka yrityksillä on jo olemassa olevia asiakkaita, tulisi palvelun laatua siitä huolimatta pyrkiä jatkuvasti kehittämään, jotta asiakassuhteet saadaan säilytettyä ja odotukset lunastettua. Koska Jämsän seudulla on laadukkaita kokouspalveluiden tarjoajia ja ala on seudulla kilpailtu, on erityisen tärkeää ottaa laatuvaatimukset ja niiden kehittäminen tosissaan. Laadun hallintaan kuuluu olennaisena osana myös nykyisten asiakassuhteiden kehittäminen ja tehokas hyödyntäminen. Jotta asiakkuuksia voitaisiin kehittää, tulisi yritysten kerätä säännöllisesti asiakaspalautetta ja myös reagoida siihen. Yrityksillä olisi hyvä olla olemassa myös toimiva asiakashallintarekisteri, josta löytyisi ainakin seuraavat tiedot: yhteystiedot, ostohistoria (milloin kokouspalveluita on käytetty ja millainen kokous oli), keitä kokoukseen osallistui ja kuinka paljon (henkilöstö, johto, asiakkaat), kokoukseen osallistuneiden majoitus ja ruokailut, käytetyt ohjelma- tai lisäpalvelut, palaute, mahdolliset reklamaatiot ja niihin reagoiminen, sekä ostosten rahallinen arvo.

9 POHDINTA

HimosMaailma tarjoaa toiminnassaan mukana oleville yrityksille hyvät mahdollisuudet ymmärtää asiakassegmentoinnin, oikeanlaisen markkinoinnin, palvelun laadun sekä toiminnan jatkuvan kehittämisen merkityksen. Tällä hetkellä monet alueen kokouspalveluita tarjoavista yrityksistä eivät kiinnitä tarpeeksi huomiota markkinointiviestinnän ja palvelun laadun kohtaamiseen. Vaikka alueen monien yritysten toiminta on kovin sesonkiluonteista, kokouspalveluiden tarjoaminen sesonkien ulkopuolella ilman ammattitaitoa tai halua kehittää toimintaa ja tarjota laadukkaita kokouspalveluita ei ole yrityksille kannattavaa. Laadun kärsiminen kokouspalveluiden osalta voi syödä yrityksen sekä muiden alueen toimijoiden uskottavuutta kokouspalveluiden tarjoajana. Pieni tyyli- muutos voi olla vähäinen muutos palvelutuotteessa, mutta se voi olla merkittävä asiakkaan kannalta. Matkailuyrityksen on jatkuvasti seurattava, mitä ympärillä tapahtuu ja reagoitava muutoksen tuomiin haasteisiin. Yritysten tulisi tuoda erilaisuutensa esille vahvuutena, sillä monessa yrityksistä on potentiaalia tun-

nelmallisten mielikuvien luomiseen esim. tuotteiden tarinallistamisella. Sitä kautta voidaan kohottaa myös koko yrityksen imagoa.

Mikäli olisimme päässeet mukaan itse palvelutapahtumiin, olisimme saaneet paremman kuvan selvityksessä mukana olevien yritysten laadusta ja palveluprosessien toimivuudesta. Palvelutapahtumiin osallistumisen olisimme voineet toteuttaa esim. haamuasiakastutkimuksella. Tämä olisi kuitenkin vaatinut liikaa aikaa ja järjestelyitä, mutta tulevaisuudessa seudun yritysten laatua voitaisiin testata esimerkiksi juuri haamuasiakastutkimuksen avulla. Työn etenemistä hidastivat myös yrittäjien haluttomuus vastata joihinkin yhteydenottoihimme sekä omien ja yrittäjien aikataulujen yhteensovittaminen. Olisimme voineet myös ensimmäisistä vierailuista lähtien esittää yrittäjille tiukempia kysymyksiä, jotta olisimme säästyneet ylimääräisiltä yhteydenotoilta. Vaikka olemme työssämme keskittyneet alueen kokouspalveluyritysten kehittämiskohteisiin, monet yrityksistä ovat jo hyvää vauhtia menossa oikeaan suuntaan ja toisilla ”homma on jo hanskassa”.

Himoksen kasvun tarjoamia mahdollisuuksia tulisi hyödyntää enemmän kehittämällä Jämsän seudun pienten ja suurten matkailuyritysten yhteistyötä ja saatavuutta. Yritysten ei tulisi aliarvioida yhteistyön tuomia mahdollisuuksia, vaan nähdä muut toimijat kilpailijoiden lisäksi myös mahdollisuutena oppimiseen, kehittämiseen ja laadukkaiden palvelupakettien kehittämiseen. Yhteismarkkinointi antaa jokaiselle yritykselle mahdollisuuden tuoda esille omat vahvuutensa; joku yrityksistä tarjoaa laadukkaita ravintolapalveluita ja toinen taas kokouspalveluita, ja näin saadaan aikaan laadukas palvelukokonaisuus. Mikäli yhteistyö toimii saumattomasti ja asiakas saa kaiken tarvitsemansa tiedon ja palvelut yhdestä paikasta, säästyy hän paljon vaivalta. Seudun yritysten saatavuutta voitaisiin tehokkaasti lisätä myös sähköisellä hakupalvelimella, jonka kautta olisi mahdollista tarkastella alueen kaikkien kokouspalveluita tuottavien yritysten palveluita. Työmme avulla olisi mahdollista tulevaisuudessa tehdä kyseinen hakupalvelin.

Kiinnittääkseen huomiota palveluidensa laatuun selvityksessä mukana olevat yritykset voisivat kutsua muita seudun yrityksiä ”testaamaan” tarjoamiaan palveluita, minkä jälkeen testaajat antaisivat rakentavaa palautetta koetusta pal-

velusta. Näin yritykset saisivat palautetta palveluistaan ja testaajat uusia ideoita ja näkemyksiä myös omaan toimintaansa. Seudun yrittäjät voisivat järjestää myös yhdessä esim. HimosMaailman avustuksella yhteistapahtumia esitelläkseen omia palveluitaan potentiaalisille asiakkaille. Tilaisuuteen voitaisiin kutsua yritysten edustajia myös Jämsän seutua kauempaa, esim. Jyväskylästä ja Tampereelta. Yhteismarkkinointitilaisuuteen osallistuminen säästäisi aikaa ja vaivaa potentiaalisten asiakkaiden edustajilta ja olisi lisäksi yrittäjille taloudellisempaa kuin omien esittelytilaisuuksien järjestäminen. HimosMaailma ja seudun matkailuyrittäjät voisivat myös luoda yhteistyössä laatukriteerit kokouspalveluille. Laatukriteereissä voitaisiin huomioida mm. kokousvälineet, kokoustilojen puitteet ja varustetaso, asiakaspalvelu ja ammattitaito sekä kouspalveluihin liittyvät oheispalvelut. Yhteisten laatukriteereiden luominen voisi saada yrittäjät innostumaan kokouspalveluiden kehittämistä ja tekemään entistä enemmän töitä kokouspalveluiden laadun parantamiseksi. Mikäli yhteisistä laatukriteereistä olisi maininta esim. HimosMaailman internet sivuilla tai tulevan hakupalvelimen yhteydessä, antaisi se myös asiakkaalle tiedon siitä, että palvelun laatu on yhtä tasokasta yrityksestä riippumatta.

LÄHTEET

Blinnikka, P. & Kuha, M. 2004. Ideasta Kokoukseksi. Asiakaslähtöisten kokousten ja kongressien järjestäminen. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisu- ja.

Finland Convention Bureau a. Huomio kokouselinkeinon ympäristövastuuseen. Artikkelijulk. 9.4.2008. Viitattu 3.11.2008.

http://www.fcb.fi/fin/ajankohtaista/tiedotteet/april9_2008.html

Finland Convention Bureau b. Valtakunnallinen kokoustutkimus 2004–2006. Artikkelijulk. 27.2.2007. Viitattu 3.11.2008.

http://www.fcb.fi/pdf/valtakunnallinen_kokoustutkimus_04-06.pdf

Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WSOY.

Harju-Autti, A. & Ryymin, J. 2008. Toimialaraportti 7/2008. Matkailun Yleisosa. Artikkelijulk. 2.12.2008. Viitattu 15.1.2009.

http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/725/Matkailu_yleisosa_2008_netti.pdf

HimosMaailma. 2009. Himosmaailman pieni suuri historiikki. Viitattu 24.2.2009.

<http://www.himosmaailma.fi/fi/tarina>

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. 10., osin uudistettu laitos. Helsinki: Tammi.

Jämsek Oy. 2009 a. Jämsä vuosi 2008. Viitattu 24.2.2009.

<http://www.jamsanseutu.fi/@d4b/@Bin/3873948/J%C3%A4ms%C3%A4%20vuosi2008.pdf>

Jämsek Oy. 2009 b. Yöpymiset ennallaan vuonna 2008. Viitattu 24.2.2009.

<http://www.jamsanseutu.fi/jamsek/?x20078=3873927>

Jämsän kaupunki. 2008 a. Tietoa Jämsästä. Sijainti. Viitattu 3.11.2008.

http://www.jamsa.fi/tietoa_jamsasta/

Jämsän kaupunki. 2008 b. Tietoa Jämsästä. Tilastotietoja. Viitattu 3.11.2008.

http://www.jamsa.fi/tietoa_jamsasta/tilastotiedot.html

Jämsän seutu. 2008 c. Viitattu 3.11.2008.

http://www.jamsanseutu.fi/jamsan_seutu/

Jämsän seutu. 2008 d. Jämsän kaupunki. Viitattu 3.11.2008.

http://www.jamsanseutu.fi/jamsan_seutu/jamsan_kaupunki/

Jämsän seutu. 2008 e. Seutu lyhyesti. Elinkeinorakenne. Viitattu 3.11.2008.

http://www.jamsanseutu.fi/jamsan_seutu/seutu_lyhyesti/elinkeinorakenne/

Jämsän seutu. 2008 f. Seutu lyhyesti. Viitattu 3.11.2008.

http://www.jamsanseutu.fi/jamsan_seutu/seutu_lyhyesti/

Jämsän seutu. 2008 g. Seutu lyhyesti. Yritykset. Viitattu 3.11.2008..
http://www.jamsanseutu.fi/jamsan_seutu/seutu_lyhyesti/yritykset/

Keskisuomalainen. 2007. Jämsä kasvaa matkailukeskuksena. Artikkelijulk. 16.10.2007. Viitattu 12.3.2009.
<http://www.ksml.fi/mielipide/artikkelit/j%C3%A4ms%C3%A4-kasvaa-matkailukeskuksena/17461>

Keski-Suomen matkailuelinkeinon strategia 2010. Viitattu 24.2.2009.
http://www.keskisuomi.fi/filebank/314-keski-suomen_matkailustrategia_2010.pdf

Keski-Suomen matkailuelinkeinon strategia 2010 & toimenpideohjelma 2006–2010. Viitattu 24.2.2009.
<http://www.keskisuomi.fi/filebank/1108-matkailustrategia2010.pdf>

Keski-Suomi Loma-Suomi. 2008. Matkailun tunnuslukuja. Viitattu 24.2.2009.
<http://www.keskisuomi.fi/filebank/10297-Tammi-syyskuu08.pdf>

Komppula, R. & Boxberg, M. 2005. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita.

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

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2007. Markkinoinnin perusteet. Tampere: Avaintulos.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2002. Kokous- ja kongressipalvelut. Helsinki: Restamark.

Rogers, T. 1998. Conferences, A twenty-first century industry. Singapore: Addison Wesley Longman Singapore Ltd.

Ryymän, J. 2008. Toimialaraportti 10/2008. Maaseutumatkailu. Artikkelijulk. 2.12.2008. Viitattu 22.1.2009.
http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/646/Maaseutumatkailu_2008_nettil.pdf

Ryymän, J. 2008. Toimialaraportit 9/2008. Matkailun ohjelmapalvelut. Artikkelijulk. 2.12.2008. Viitattu 22.1.2009.
http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/649/Matkailun_ohjelmapalvelut_2008.pdf

Tilastokeskus. 2009 a. Kotimaan vapaa-ajanmatkat maksullisessa majoituksessa kohdemaakunnittain 2003–2007. Viitattu 24.2.2009.
http://www.tilastokeskus.fi/til/smat/2007/smat_2007_2008-07-04_tau_001.html

Tilastokeskus. 2009 b. Matkailutilasto. Majoitusliikkeiden kapasiteetti, saapuneet vieraat ja yöpymiset. Majoitusliikkeiden kapasiteetti ja sen käyttö. Viitattu 12.3.2009.
http://pxweb2.stat.fi/Database/StatFin/lii/matk/matk_fi.asp

Tilastokeskus. 2009 c. Matkailutilasto. Majoitusliikkeiden kapasiteetti, saapuneet vieraat ja yöpymiset. Saapuneet vieraat ja yöpymiset kaikissa majoitusliikkeissä. Viitattu 12.3.2009.

<http://pxweb2.stat.fi/Database/StatFin/lii/matk/matk.fi.asp>

Tilastokeskus. 2008 d. Matkailutilinpito 2006. Matkailuun kulutettiin Suomessa 10,2 miljardia euroa vuonna 2006. Viitattu 22.1.2009.

http://www.tilastokeskus.fi/til/matp/2006/matp_2006_2008-04-03_tie_001.html

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2008 a. Matkailu elinkeinona 2006. Matkailun merkitys Suomen kansantaloudelle. Viitattu 22.1.2009.

<http://www.tem.fi/index.phtml?s=2839>

Työ- ja elinkeinoministeriö 2008 b. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020. Matkailun merkitys Suomen kansantaloudelle. Päivitetty 3.7.2008.

<http://www.tem.fi/index.phtml?s=2839>

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2008 c. Suomen matkailustrategia vuoteen 2020. Matkailuun lisää vauhtia Suomen matkailustrategian valmistumisen myötä: Ympärivuotisuus matkailustrategian päämääränä. Viitattu 22.1.2009.

<http://www.tem.fi/index.phtml?s=2548>

LIITTEET

LIITE 1. ATELJEE VELI ÄHTÄVÄ

Osoite	Säyryläntie 210, 42100 Jämsä
Alue	Jämsä
Puhelin	040-585 9103
Sähköposti	atelje@veliahtava.net
Fax	-
WWW-osoite	www.veliahtava.net
Karttalinkki	-
Välimatkat	Jämsän keskusta: 5 km, Himos: 3km
Parkkimahdollisuus	Kyllä
Saunamahdollisuus	Ei
Lisätietoja saunasta	-
Majoitusmahdollisuus	Ei
Lisätietoja majoituksesta	-
Ohjelma	Musiikki- ja teatteriohjelmat mahdollisia
Ravintolapalvelut	Kahvitus
Lisätietoja ravintolapalveluista	-
Anniskeluoikeus	-
KOKOUSTILAT	
Henkilömäärä	5-20
Vuokra / kokouspaketti	100 €/kokous (sisältää tilavuokran ja kahvit)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokous, koulutus
Välineet	Internet, videotyppi, fläppitaulu, valkokangas
LISÄTIETOJA	Jämsän Himosmaisemiin noussut rakennus tulee palvelemaan taideyleisöä ympärivuotisesti. Uusi rakennus tarjoaa alakerran tilat taiteenteen puuverstaineen ja ateljeineen. Yläkertaan sijoittuvat näyttelyhuoneisto ja asunto. Veistoksellisten maalausten erikoisuus toimii hieman erilaisena, inspiroivana kokouksympäristönä.

LIITE 2. HIMOKSEN ERÄSAFARIT (PIILOPIRTTI)

Osoite	Moiskalantie 900, 42140 Juokslahti
Puhelin	0400-640 681
Sähköposti	info@himoksensafarit.fi
Fax	014-786 205
WWW-osoite	http://www.himoksenerasafarit.fi/piilopirtti.html
Karttalinkki	http://www.himoksenerasafarit.fi/kartta.html
Välimatkat	Jämsän keskusta:10 km, Himos:10 km. Kokouspaikka Piilopirtti sijaitsee Himoksen läheisyydessä.
Parkkimahdollisuus	Kyllä
Saunamahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja saunasta	Savusauna
Majoitusmahdollisuus	Ei
Lisätietoja majoituksesta	-
Ohjelma	Ohjelmapalvelut mahdollisia
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	-
Anniskelu oikeus	Ei
KOKOUSTILAT	
Henkilömäärä	20
Vuokra / kokouspaketti	252 €/3 tuntia, 336 €/koko Ita (sisältää tilat ja välineet)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, kurssit
Välineet	Internet-yhteys, videotykki, fläppitaulu, valk kangas
LISÄTIETOJA	Piilopirtti sijoittuu kävelymatkan päähän Himoksen rinteiltä Honkarannan alueelle. Piilopirtin kokous- ja kabinettitilat on suunniteltu noin 20 hengelle. Piilopirtin tiloissa on mahdollisuus myös ruokailla ja keitellä kahvit kokouksenpidon lomassa.

LIITE 3. HIMOSAREENA

Osoite	Länsi-Himoksentie 4, 42100 Jämsä
Puhelin	014-717 5500
Sähköposti	himoslomat@himoslomat.fi
Fax	014-717 5501
WWW-osoite	www.himosareena.fi
Karttalinkki	http://www.himoslomat.fi/info/sijainti.html
Välimatkat	Jämsä: 6 km, Jyväskylä: 55 km
Parkkimahdollisuus	Kyllä
Saunamahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja saunasta	Himoslomat tarjoaa
Majoitusmahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja majoituksesta	Himoslomat tarjoaa
Ohjelma	Esiintyjä, ohjelmapalvelut mahdollisia, erilaiset tilaisuudet tilauksesta
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	1150 hlö, erilaisiin tilaisuuksiin tilauksesta
Anniskelu oikeus	Kyllä
KOKOUSTILAT	
Henkilömäärä	100-250
Vuokra / kokouspaketti	Päiväkokous 70-120 hengen ryhmille alk. 19,50 €/hlö, yli 120 hengen ryhmille alk. 18,80 €/hlö (sisältää tilat, välineet, kahvitukset)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, näyttelyt, illanvietot, koulutukset, kurssit
Välineet	Jättivalkokangas, tv, video, äänentoisto, seminaarimikrofonit salissa, videotykki, ADSL
LISÄTIETOJA	HimosAreenan reilut puitteet sallivat suurten tapahtumien järjestämisen. HimosAreenan monipuoliset ravintola-, kokous- ja esiintymistilat antavat mahdollisuuden mitä erilaisimpien tilaisuuksien järjestämiseen suurellekin yleisölle.

LIITE 4. HIMOS CATERING

Osoite	Sammallahdentie 200, 42100 Jämsä
Puhelin	0400–488 779
Sähköposti	info@himoscatering.fi
Fax	-
WWW-osoite	www.himoscatering.fi
Karttalinkki	-
Välimatkat	Jämsä: 14 km, Jyväskylä: 50 km
Parkkimahdollisuus	Kyllä
Saunamahdollisuus	Savusauna yhteistyökumppanilla
Lisätietoja saunasta	Tilat kahdellekymmenelle
Majoitusmahdollisuus	Mökkimajoitus
Lisätietoja majoituksesta	-
Ohjelma	Ulkoaktiviteetteja, sisäaktiviteetteja
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	Himoksen ja Jämsän seudun alueella mökkiruokailuun sekä juhlien järjestämiseen liittyviä kattaus- ja ateriapalveluita.
Anniskelu oikeus	-
KOKOUSTILAT	
Sammallahden koulu	
Henkilömäärä	Iso pirtti 50 h, kabinetti 20 h
Vuokra / kokouspaketti	28 €/hlö, (sisältää tilat, välineet, aamupala, lounas, iltapäiväkahvi, hedelmävati kokoajan tarjolla)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, kurssit, koulutukset, illanvietot
Välineet	Videotykki, piirtoheitin, valkokangas, internet
LISÄTIETOJA	Himos Catering järjestää Himoksen, Riihivuoren ja Jämsän seudun alueella mökkiruokailuun sekä juhlien järjestämiseen liittyviä kattaus- ja ateriapalveluita. Valittavana on ruokatoimitukset mökin ovelle tai tarjoiltuna mökissä. Välittää myös kokous- ja juhlatilat käyttöön Sammallahden koululla. Rakennuksessa on korkeat, avarat luokkahuoneet ja nostalginen, kansakoulumainen tunnelma.

LIITE 5. HIMOSLOMAT

Osoite	Länsi-Himoksentie 4, 42100 Jämsä
Puhelin	014-717 5500
Sähköposti	himoslomat@himoslomat.fi
Fax	014-717 5501
Www-osoite	Www.himoslomat.fi
Karttalinkki	http://www.himoslomat.fi/info/sijainti.html
Välimatkat	Jämsä: 6 km, Jyväskylä: 55 km
Parkkimahdollisuus	Kyllä
Saunamahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja saunasta	Savusauna ja kuumaporeallas, rantasauna, hotellin saunatilat, HimosCenterin sauna
Majoitusmahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja majoituksesta	Mökit, Himoshotelli 28 x 2hh, 26 x 3-6hh, Rantamotelli Patalahti 42 x 2-4hh
Ohjelma	Ohjelmapalvelut, safarit, moottorikelkka ja mönkijävuokraus, kokousohjelmaa, viikko-ohjelmat, leirikoulut
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	Himoshotelli 150 hlö, Himos Areena 1150 hlö. Lisäksi ravintolapalveluita tilauksesta luolalle, kodalle ja saunoille
Anniskelu-oikeus	Kyllä
KOKOUSTILAT	
HimosCenterin kokoustila	
Henkilömäärä	30
Vuokra / Kokouspaketti	Päiväkokous alk. 16 €/hlö (sisältää tilat, välineet, kahvitukset)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, koulutukset, kurssit, esittelytilaisuudet
Välineet	Piirtoheitin, valkokangas, fläppitaulu, televisio, dvd, cd, radio, videotykki tilauksesta, internet-yhteys
Mökön koulu	
Henkilömäärä	40 hlön iso luokkahuone, 6 pienempää 12 hlön luokkahuonetta
Vuokra / Kokouspaketti	Päiväkokous alk. 16 €/hlö (sisältää tilat, välineet, kahvitukset)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, koulutukset, kurssit, esittelytilaisuudet, ryhmätyötilana
Välineet	Piirtoheitin, valkokangas, fläppitaulu, televisio, dvd, cd, radio, videotykki tilauksesta, internet-yhteys

Torvinokka	
Henkilömäärä	40 (jaettavissa kahteen osaan), lisäksi pieni takkahuonetila
Vuokra / Kokouspaketti	Päiväkokous alk. 16 €/hlö (sisältää tilat, välineet, kahvitukset)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, koulutukset, kurssit, esittelytilaisuudet
Välineet	Piirtoheitin, valkokangas, fläppitaulu, televisio, dvd, cd, radio, videotykki tilauksesta, internetyhteys
Salamanteri	
Henkilömäärä	70
Vuokra / Kokouspaketti	Päiväkokous alk. 16 €/hlö (sisältää tilat, välineet, kahvitukset)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, koulutukset, kurssit, esittelytilaisuudet
Välineet	Piirtoheitin, valkokangas, fläppitaulu, televisio, dvd, cd, radio, äänentoisto langattomalla nappimikrofonilla, videotykki tilauksesta, internetyhteys
Edvartti	
Henkilömäärä	70 (jaettavissa kahteen osaan)
Vuokra / Kokouspaketti	Päiväkokous alk. 16 €/hlö (sisältää tilat, välineet, kahvitukset)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, koulutukset, kurssit, esittelytilaisuudet
Välineet	Piirtoheitin, valkokangas, fläppitaulu, video dvd, cd, radio, videotykki tilauksesta, internetyhteys
Murrin kabinetti	
Henkilömäärä	15
Vuokra / Kokouspaketti	Päiväkokous alk. 16 €/hlö (sisältää tilat, välineet, kahvitukset)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokous, palaveri
Välineet	Piirtoheitin, valkokangas, fläppitaulu, video, dvd, cd, radio, videotykki tilauksesta, internetyhteys
Savusauna	
Henkilömäärä	14
Vuokra / Kokouspaketti	Päiväkokous alk. 16 €/hlö (sisältää tilat, välineet, kahvitukset)

LIITE 6. HOTELLI JÄMSÄ

Osoite	Kauhkialantie 111, 42100 Jämsä
Puhelin	014-717 91
Sähköposti	hotel@hotellijamsa.fi
Fax	014-717 9350
WWW-osoite	www.hotellijamsa.fi
Karttalinkki	http://www.hotellijamsa.fi/kartta.html
Välimatkat	Jämsä: 2 km, Himos: 10 km, Jyväskylä: 60 km
Parkkimahdollisuus	70 autolle (38 lämpöpistokepaikkaa hotelliasukkaiden käytössä), lisäksi tilaa linja-autoille
Saunamahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja saunasta	Saunojen yhteydessä uima-allas
Majoitusmahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja majoituksesta	74 huonetta + suite
Ohjelma	Ohjelmapalvelut mahdollisia + omatoimiset aktiviteetit
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	-
Anniskelu-oikeus	Kyllä
KOKOUSTILAT	
Äijä	
Henkilömäärä	20-60
Vuokra / kokouspaketti	28,50 €/hlö (sisältää tilat, välineet, tulo-kahvin, lounaan, iltapäiväkahvin)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokous, koulutus
Välineet	Langaton internetyhteys (WLAN), piirtoheitin, valkokangas, fläppitaulu, tv, dvd-soitin. Videotykki tilauksesta.
Ämmä	
Henkilömäärä	20-40
Vuokra / kokouspaketti	28,50 €/hlö (sisältää tilat, välineet, tulo-kahvin, lounaan, iltapäiväkahvin)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokous, koulutus
Välineet	Langaton internetyhteys (WLAN), piirtoheitin, valkokangas, fläppitaulu, tv, vhs. Videotykki tilauksesta.
Pikkukabinetti	
Henkilömäärä	5-15
Vuokra / kokouspaketti	22,00 €/hlö (sisältää tilat, välineet, tulo-kahvin, lounaan, iltapäiväkahvin)

Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokous, koulutus
Välineet	Langaton internetyhteys (WLAN), piirtoheitin, valkokangas, fläppitaulu, tv, vhs. Videotykki tilauksesta.
LISÄTIETOJA	Hotelli Jämsä on ketjuihin kuulumaton perheyritys ja asiakaskunta liikemiehiä, kokousvieraita sekä lomailevia perheitä ja seurueita. Merkittävä osa asiakaskunnasta on kansainvälistä.

LIITE 7. JUHLA- JA KOKOUSPALVELU LINDEMAN OY

Osoite	Savion Hovi, Juokslahdentie 836, 42140 Juokslahti
Puhelin	014-768 928 / 014-768 960 / 040-500 4781
Sähköposti	villa.vekkula@imnetti.fi
Fax	-
WWW-osoite	www.imnetti.fi/villa/
Karttalinkki	http://www.imnetti.fi/villa/ajo-ohjeet.htm
Välimatkat	Jämsä:15 km, Jyväskylä: 45 km
Parkkimahdollisuus	Kyllä
Saunamahdollisuus	-
Lisätietoja saunasta	Vain Villa Vekkula, 3 hengen
Majoitusmahdollisuus	Vain Villa Vekkula
Lisätietoja majoituksesta	2 huoneistoa
Ohjelma	Ohjelmapalvelut mahdollisia + oma- toimiset aktiviteetit
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	-
Anniskelu oikeus	-
KOKOUSTILAT	
Villa Vekkula	
Henkilömäärä	130
Vuokra / kokouspaketti	36 €/hlö (sisältää tilat, välineet, tulo- kahvin, lounaan, iltapäiväkahvin)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, kurssit, juhlat
Välineet	Tykki, piirtoheitin, fläppitaulu
Savion Hovi	
Henkilömäärä	180
Vuokra / kokouspaketti	36 €/hlö (sisältää tilat, välineet, tulo- kahvin, lounaan, iltapäiväkahvin)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, kurssit, juhlat
Välineet	Videotykki, piirtoheitin, fläppitaulu
LISÄTIETOJA	Juhla- ja kokouspalvelu Linde- man Oy on tilausravintolatoimin- taa harjoittava perheyritys, joka tarjoaa juhla- ja kokouspalveluja yksityisille ja yrityksille. Yrityksellä on kaksi toimipistettä Jämsässä: Villa Vekkula ja Savion Hovi.

LIITE 8. KIEVARI RANTAPIRTTI

Osoite	Petäjävendentie 448, 42440 Koskenpää
Puhelin	014-767 115 / 014-767 116
Sähköposti	timo.niinimaki@kp-rantapirtti.fi
Fax	014-767 118
WWW-osoite	www.kp-rantapirtti.fi/
Karttalinkki	www.kp-rantapirtti.fi/
Välimatkat	Jämsän keskusta: 30 km, Himos: 40 km
Parkkimahdollisuus	Kyllä
Saunamahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja saunasta	Savusauna, lämmitetty uima-allas
Majoitusmahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja majoituksesta	8 huonetta ja 10 mökkiä
Ohjelma	Ohjelmapalvelut mahdollisia
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	-
Anniskelu oikeus	Kyllä
KOKOUSTILAT	
3 kokoustilaa	
Henkilömäärä	20
Vuokra / kokouspaketti	15 €/hlö (sisältää tilat, välineet, tulo- kahvin, lounaan, iltapäiväkahvin)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokous, koulutus
Välineet	Langaton internet-yhteys, videotykki, videolaitteisto, piirtoheitin, fläppitaulu, televisio
LISÄTIETOJA	Rantapirtti on juhlien ja erilaisten tilaisuuksien pitopaikka. Rantapirtti tarjoaa kesäisin käyttöön terassin ja olutbaari Olvilan. Majoituksen voi valita huoneissa, mökeissä tai leirintäalueella. Ohjelmapalveluita on tarjolla aina kalliokiipeilystä kirkkovenesoutuun.

LIITE 9. KOULUTUS- JA KOKOUSKESKUS KUKKAISMÄKI

Osoite	Laurilantie 24, 42100 Jämsä
Alue	Jämsä
Puhelin	020-7856 870
Sähköposti	info@kukkaismaki.fi
Fax	-
WWW-osoite	www.kukkaismaki.fi/
Karttalinkki	-
Välimatkat	Jämsän keskusta: 13 km, Himos: 8 km
Parkkimahdollisuus	Kyllä
Saunamahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja saunasta	2 saunaa
Majoitusmahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja majoituksesta	Kivitasku: 2x5hh, Pihapytinki: 6x3-5hh
Ohjelma	Ohjelmapalvelut mahdollisia
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	-
Anniskeluoikeus	Ei
KOKOUSTILAT	
Iso-Koljonen	
Henkilömäärä	50
Vuokra / kokouspaketti	Alk. 22 €/hlö + osallistujamäärästä riippuva tilavuokra (sisältää tilat, välineet, tulokahvin, lounaan, iltapäiväkahvin ja mehubaarin)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokous, koulutus, illanvietto
Välineet	Langaton verkko, dataprojektori, piirtoheitin, taulutelevisio, valkotaulu, fläppitaulu, cd-soitin, radio.
Väinön Vintti	
Henkilömäärä	25
Vuokra / kokouspaketti	Alk. 22 €/hlö + osallistujamäärästä riippuva tilavuokra (sisältää tilat, välineet, tulokahvin, lounaan, iltapäiväkahvin ja mehubaarin)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokous, koulutus, illanvietto
Välineet	Langaton verkko, dataprojektori, piirtoheitin, valkotaulu, fläppitaulu, cd-soitin, radio.
Pikku-Koljonen	

Henkilömäärä	Noin 15
Vuokra / kokouspaketti	Alk. 22 €/hlö + osallistujamäärästä riippuva tilavuokra (sisältää tilat, välineet, tulokahvin, lounaan, iltapäiväkahvin ja mehubaarin)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokous, koulutus, illanvietto
Välineet	Langaton verkko, dataprojektori, piirtoheitin, valkotaulu, fläppitaulu, cd-soitin, radio.
Takkahuone	
Henkilömäärä	Noin 10
Vuokra / kokouspaketti	Alk. 22 €/hlö + osallistujamäärästä riippuva tilavuokra (sisältää tilat, välineet, tulokahvin, lounaan, iltapäiväkahvin ja mehubaarin)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokous, koulutus, illanvietto
Välineet	Langaton verkko, dataprojektori, piirtoheitin, valkotaulu, fläppitaulu, cd-soitin, radio.
LISÄTIETOJA	Kukkaismäki tarjoaa puitteet ja palvelut kokous- ja koulustilaisuuksille. Kokoustilojen sisustus, varustelu ja palvelut ovat suunniteltu kannustamaan osallistujia rentoon ja luovaan yhteistyöhön. Palveluista Kukkaismäellä vastaa FlyWell Ky, kokenut ja tulokellinen työyhteisöjen kehittäjä, jonka ydinsaamista on johtamisen, esimiestyön ja työyhteisöjen kehittäminen.

LIITE 10. MAIVIAN PIDOT

Osoite	Hiukkaan kylätie 245, 35400 Längelmäki
Puhelin	040-573 1077
Sähköposti	maivian.pidot@pp.inet.fi
Fax	-
WWW-osoite	www.maivianpidot.fi
Karttalinkki	http://www.maivianpidot.fi/sijainti.page
Välimatkat	Jämsä: 25 km, Jyväskylä: 85 km
Parkkimahdollisuus	Kyllä
Saunamahdollisuus	-
Lisätietoja saunasta	-
Majoitusmahdollisuus	-
Lisätietoja majoituksesta	-
Ohjelma	Tilauksesta kurssit, näyttelyt
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	-
Anniskelu oikeus	-
KOKOUSTILAT	
Henkilömäärä	150
Vuokra / kokouspaketti	18-38 €/hlö (sisältää tilat, välineet, tulo- kahvin, lounaan, iltapäiväkahvin)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, koulutukset, monenlaiset ti- laisuudet
Välineet	Internet, tykki, piirtoheitin, fläppitaulut
LISÄTIETOJA	Maivian pidot tarjoavat juhlatilaa noin 150 vieraille. Aarin kokoinen pirtti ja kookas sali yhdessä pikkukammareiden kanssa muodostavat tilan, joka muuntuu moneksi – konserttitilaksi, kokous- tai koulutusti- laksi tai näyttelytilaksi. Vieraiden käytös- sä on mm. kunnostettu Rosengranz- piano. Maivian Pidot vaalivat suomalaista ja pirkanmaalaista ruokakulttuuria ja käyt- tävät paljon lähiruokaa.

LIITE 11. MAJATALO MORVA

Osoite	Morvantie 189, 42140 Juokslahti
Puhelin	014-764 142 / 0400-694 688
Sähköposti	leo.varela@morva.fi
Fax	014-764 210
WWW-osoite	www.morva.fi/
Karttalinkki	http://www.morva.fi/yhteystiedot.php
Välimatkat	Jämsän keskusta: 19 km, Himos: 15 km
Parkkimahdollisuus	Kyllä
Saunamahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja saunasta	-
Majoitusmahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja majoituksesta	Majoitus 40 hengelle 2-6 hengen huoneissa, lisäksi 3 mökkiä
Ohjelma	Ohjelmapalvelut mahdollisia
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	Tilausravintolassa 60+20 paikkaa
Anniskelu oikeus	Kyllä
KOKOUSTILAT	
Kokoussauna lammenranta	
Henkilömäärä	15-25
Vuokra / kokouspaketti	150 €/vrk max 15 hlö. 200 €/vrk max. 25 hlö. (sisältää tilat, välineet, kahvitukset, saunan käytön.)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, illanvietot
Välineet	Internet, videotykki, fläppitaulu, piirtoheitin, valkokangas.
Sauna ja kabinetti	
Henkilömäärä	15-25
Vuokra / kokouspaketti	150 €/vrk max. 15 hlö. 200 €/vrk max. 25 hlö. (sisältää tilat, välineet, kahvitukset, saunan käytön.)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, illanvietot
Välineet	Internet, videotykki, fläppitaulu, piirtoheitin, valkokangas.
Iso sali	
Henkilömäärä	30
Vuokra / kokouspaketti	-
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, koulutukset, juhlat
Välineet	Internet, videotykki, fläppitaulu, piirto-

	heitin, valkokangas.
LISÄTIETOJA	Tilat soveltuvat hyvin kokousporukoille, palavereihin, koulutuksiin, perhejuhliin, pikkujouluihin, leireihin, häihin, sukujuhliin jne. Salin yhteydessä on ryhmätyötilat (takkahuone, näkötorni, alakerran aula), ruokailutila, takkahuone, baari A -oikeuksin, saunaosasto.

LIITE 12. MATKAILUTILA HIRVIKARTANO

Osoite	Heinäseläntie 381, 42100 Jämsä
Puhelin	0400-488 779
Sähköposti	info@hirvikartano.fi
Fax	-
WWW-osoite	www.hirvikartano.fi
Karttalinkki	http://www.hirvikartano.fi/index.php/lang-fi/ajo-ohjeet
Välimatkat	Jämsä: 16 km, Jyväskylä: 52 km
Parkkimahdollisuus	Kyllä
Saunamahdollisuus	-
Lisätietoja saunasta	-
Majoitusmahdollisuus	Yhteistyökumppanin mökkimajoitus tai B&B majoitus
Lisätietoja majoituksesta	-
Ohjelma	Ulkoilma aktiviteetteja ja sisäaktiviteetteja
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	Himoksen ja Jämsän seudun alueella mökkiruokailuun sekä juhlien järjestämiseen liittyviä kattaus- ja ateriapalveluita.
Anniskeluoikeus	A-oikeudet
KOKOUSTILAT	
Sammallahden koulu	
Henkilömäärä	Iso pirtti 50 h, kabinetti 20 h
Vuokra / kokouspaketti	28 €/hlö, (sisältää tilat, välineet, aamupala, lounas, iltapäiväkahvi, hedelmävatit kokoajan tarjolla)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, kurssit, koulutukset, illanvietot
Välineet	Videotykki, piirtoheitin kangas, internet
LISÄTIETOJA	
Matkailutila Hirvikartano sijaitsee Himosvuoren takamailla, Hirvivuoren juurella. Hirvikartanossa voi matkustaa ajassa taaksepäin, jolloin elämä oli aitoa ja yksinkertaista. Hirvikartano tarjoaa ravintolapalvelut, catering, ohjelmapalvelut, kokoukset ja perhejuhlat. Mahdollisuus myös tavata hirvet silmästä silmään.	

LIITE 13. NESTE JÄMSÄN PORTTI

Osoite	Kauhkialantie 108, 42100 Jämsä
Puhelin	014-7170 500
Sähköposti	jamsan.portti@co.inet.fi
Fax	014-7170 540
WWW-osoite	www.jamsanportti.fi/
Karttalinkki	http://www.jamsanportti.fi/sijainti.html
Välimatkat	Jämsän keskusta: 2 km, Himos: 9 km
Parkkimahdollisuus	Kyllä
Saunamahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja saunasta	-
Majoitusmahdollisuus	Ei
Lisätietoja majoituksesta	-
Ohjelma	Ei
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	-
Anniskelu oikeus	B-oikeudet
KOKOUSTILAT	
Henkilömäärä	20
Vuokra / kokouspaketti	15 €/vrk (tilavuokra)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokous, koulutus
Välineet	Internet, valkokangas, piirtoheitin
LISÄTIETOJA	Täyden palvelun taukopaikka. Kahvi-laravintola, hampurilaisravintola, liikennemyymälä, phoneshop, autovuokraamo.

LIITE 14. RITARINKANGAS

Osoite	Haaralantie 133, 42100 Jämsä
Alue	Jämsä
Puhelin	014-719 010 / 050-5870180
Sähköposti	alppi@ritarinkangas.fi
Fax	-
WWW-osoite	-
Karttalinkki	-
Välimatkat	Jämsä: 7km, Jyväskylä: 60km.
Parkkimahdollisuus	Kyllä
Saunamahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja saunasta	Noin 50m päärakennuksesta
Majoitusmahdollisuus	-
Lisätietoja majoituksesta	-
Ohjelma	-
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	Pitopalvelu
Anniskelu oikeus	Ei
KOKOUSTILAT	
Henkilömäärä	50
Vuokra / kokouspaketti	20–24€/hlö (sisältää tilat, välineet, tulokahvin, lounaan ja iltapäiväkahvin)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, juhlat
Välineet	Piirtoheitin, valkokangas
Takkatupa	
Henkilömäärä	8-10
Vuokra / kokouspaketti	20–24 €/hlö (sisältää tilat, välineet, tulokahvin, lounaan ja iltapäiväkahvin)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset
Välineet	Piirtoheitin, valkokangas

LIITE 15. SAARIJÄRVEN MAJA

Osoite	
Puhelin	040-593 4591 / 040-547 4639
Sähköposti	anja.hayhanen@upm-kymmene.com eero.hakonen@upm.kymmene.com
Fax	+358 2041 46283 / +358 2041 70583
WWW-osoite	-
Karttalinkki	Noin 5 km Jämsänkoskelta Juokslahden suuntaan
Välimatkat	Jyväskylä: 50 km, Jämsä: 10 km
Parkkimahdollisuus	noin 15 autolle
Saunamahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja saunasta	2 saunaa
Majoitusmahdollisuus	Ei
Lisätietoja majoituksesta	-
Ohjelma	Ei
Ravintolapalvelut	Ei
Lisätietoja ravintolapalveluista	-
Anniskeluoikeus	Ei
KOKOUSTILAT	
Henkilömäärä	20-30
Vuokra / kokouspaketti	120 €/vrk (sisältää tilat ja välineet)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, illanvietot
Välineet	Piirtoheitin, fläppitaulu, televisio

LIITE 16. SIMULAATTORIMAILMA

Osoite	Lukkoilantie 26, 42100 Jämsä
Alue	Jämsä
Puhelin	0400-415098
Sähköposti	simulaattorimailma@simulaattorimailma.fi
Fax	-
WWW-osoite	www.simulaattorimailma.fi/
Karttalinkki	-
Välimatkat	Jämsän keskusta: 1,5 km, Himos: 7 km
Parkkimahdollisuus	Kyllä
Saunamahdollisuus	Ei
Lisätietoja saunasta	-
Majoitusmahdollisuus	Ei
Lisätietoja majoituksesta	-
Ohjelma	Erilaiset ajosimulaattorit
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	-
Anniskeluoikeus	Ei
KOKOUSTILAT	
Ferrarisali	
Henkilömäärä	75
Vuokra / kokouspaketti	580 € (sisältää tilat ja välineet kahdeksi tunniksi ja 2 tuntia simulaattoriajtoa)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, koulutukset, kurssit, juhlat, illanvietot
Välineet	Internet, videotykki, fläppitaulu
LISÄTIETOJA	Simulaattorimailman yli 300 neliön tilat soveltuvat monenlaiseen käyttöön suurillekin ryhmille. Osa pohjoismaiden monipuolisinta racinghenkisiin asiakaspalvelutapahtumiin erikoistunutta palveluyritystä. Yritystilaisuudet, kokoukset, asiakasilat, polttarit, pikkujoulut, syntymäpäivät, diskot, F1- tai rallikisojen seuraaminen, karaoke.

LIITE 17. SÄRKISAAREN LEIRI- JA KURSSIKESKUS

Osoite	Särkisaarentie 365, 42100 Jämsä
Alue	Jämsä
Puhelin	040-707 8425 / 040-569 2217
Sähköposti	eija.lipsonen@netti.fi
Fax	014- 786130
WWW-osoite	www.sarkisaari.fi/
Karttalinkki	-
Välimatkat	Jämsän keskusta: 16 km, Himos: 11 km
Parkkimahdollisuus	Kyllä, 40-50 autolle
Saunamahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja saunasta	2 saunaa
Majoitusmahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja majoituksesta	Majoitus 60 hengelle 2-6 hengen huoneissa
Ohjelma	järjestetään tilauksesta asiakkaan toivomuksesta
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	-
Anniskeluoikeus	Ei
KOKOUSTILAT	
Rantasauna ja takkatupa	
Henkilömäärä	30
Vuokra / kokouspaketti	saunat 60.-, 50.-, takkatupa 70.- /alk.22.-/hlö (kahvi, suolainen ja makea leivonnainen) salaatit, patonki, piiras tms, juoma, jälkiruokakahvi
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, illanvietot, ym.
Välineet	valkokangas, tv, cd-soitin, fläppitaulu
Iso tila	
Henkilömäärä	150
Vuokra / kokouspaketti	70.-/ alk. 25.- tulokahvi, ruoka, jälkiruoka
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, kurssit, koulutukset, juhlat ym.
Välineet	Internet, videotykki, fläppitaulu, tv, cd-soitin, äänentoisto
LISÄTIETOJA	Jämsän seurakunnan omistama leiri- ja kurssikeskus, jossa järjestetään kurssit, rippileirit, leirikoulut, leirit ja perhejuhlat. Myös kokous-, koulutus- ja virkistyspäiviin toimivat tilat.

LIITE 18. UUSI-YIJÄLÄN TILA

Osoite	Jyväskylätie 848, 42100 Jämsä
Alue	Jämsä
Puhelin	045-651 1405
Sähköposti	tarja.uusipaasto@pp.inet.fi
Fax	-
WWW-osoite	www.patapirtti.fi/
Karttalinkki	-
Välimatkat	Jämsä: 7 km, Jyväskylä: 52 km, Himos: 1 km
Parkkimahdollisuus	Kyllä, noin 30 autolle
Saunamahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja saunasta	Saunan yhteydessä poreallas
Majoitusmahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja majoituksesta	5 huonetta, 2 – 5 hlö, max. 16 hlö
Ohjelma	-
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	Ravintola Patapirtti avoinna tiistaista sunnuntaihin
Anniskeluoikeus	Kyllä
KOKOUSTILAT	
Päätykamari	
Henkilömäärä	4- 14
Vuokra / kokouspaketti	30 €/hlö (sisältää tilat, välineet, tulo-kahvin, lounaan ja iltapäiväkahvin)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset
Välineet	Valkokangas, piirtoheitin, dataprojektori, internet (langallinen)
LISÄTIETOJA	Uusi-Yijälän tilan pirtti on lämminhenkinen, tunnelmallinen, aito suomalainen pirttimiljöö pienehköille kokousporukoille ja intiimeihin juhlatilaisuuksiin. Päätykammari on pieni kokouskammari Uusi-Yijälän tilan yläkerrassa. Sopii muutaman tunnin kokouksesta useamman päivän seminaareihin ja ”aivomyrskyleireihin”. Muuta työskentelytilaa viereisessä lasten leikkutilassa, aulassa sekä alakerrassa.

LIITE 19. VILLA HIIDENMÄKI

Osoite	Hiidentie 8, 42100 Jämsä
Alue	Jämsä
Puhelin	041-454 3249 / 0400-815 523
Sähköposti	info@villahiidenmaki.fi
Fax	-
WWW-osoite	www.villahiidenmaki.fi/index.html
Karttalinkki	-
Välimatkat	Jyväskylä: 58 km, Jämsän keskustassa
Parkkimahdollisuus	Kyllä
Saunamahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja saunasta	Saunan yhteydessä poreallas
Majoitusmahdollisuus	Kyllä, 2 huvilaa
Lisätietoja majoituksesta	Kalliola 10+2 hengelle, Jukola 8 hengelle
Ohjelma	Ohjelmapalvelut mahdollisia
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	-
Anniskeluoikeus	Ei
KOKOUSTILAT	
Kalliola	
Henkilömäärä	16
Vuokra / kokouspaketti	35 €/hlö (sisältää tilat, välineet, tulokahvin, lounaan ja iltapäiväkahvin)
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokoukset, kurssit, juhlat, illanvietot
Välineet	Internet, projektori, tv, piirtoheitin, fläppitaulu
LISÄTIETOJA	Villa Hiidenmäellä on kaksi huvilaa, jotka sijaitsevat Jämsän keskustassa. Lisäksi Hiidenmäellä on rauta- ja viikinki-aikainen historia, ja tähän liittyvää ohjelmaa jota voidaan liittää kokouksien yhteyteen.

LIITE 20. VILLA RISTIVEHMAS

Osoite	Mäntäntie 650, 42100 Jämsä
Puhelin	0500-647 903
Sähköposti	tuomo.mayramaki@akuliina.fi
Fax	-
WWW-osoite	www.akuliina.fi/ristivehmas.html
Karttalinkki	www.akuliina.fi/sijainti.html
Välimatkat	Jyväskylä: 65 km, Himos: 20 km
Parkkimahdollisuus	Kyllä
Saunamahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja saunasta	Poreallas
Majoitusmahdollisuus	Kyllä
Lisätietoja majoituksesta	Majoitustilat 10 hengelle
Ohjelma	Ohjelmapalvelut mahdollisia
Ravintolapalvelut	Kyllä
Lisätietoja ravintolapalveluista	-
Anniskelu oikeus	Ei
KOKOUSTILAT	
Päärakennus	
Henkilömäärä	20
Vuokra / kokouspaketti	Sopimuskohtainen
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokous, koulutus, illanvietto
Välineet	Internet, televisio, DVD-soitin
Saunarakennus	
Henkilömäärä	10-15
Vuokra / kokouspaketti	Sopimuskohtainen
Tarjoilumahdollisuus	Kyllä
Käyttötyypit	Kokous, illanvietto, saunaillat
Välineet	Internet, televisio, DVD-soitin
LISÄTIETOJA	Villa Ristivehmas on saneerattu majoitus- ja kokouskäyttöön soveltuvaksi vuonna 2005. Päärakennuksessa on majoitustilat kymmenelle henkilölle, sekä tilaa isommallekin kokousryhmälle. Tiloissa on tarvittavat ajanmukaiset AV-laitteet. Lisäksi tarjolla catering- ja ohjelmapalveluja.