

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailu- ja palveluliiketoiminta

Elina Laiho

HUONEISTOHOTELLI LIETSUN ASIAKKAILLE KOHDENNETTU  
VIESTINTÄ

Opinnäytetyö  
Helmikuu 2020



**OPINNÄYTETYÖ**  
**Helmikuu 2020**  
**Matkailu- ja palveluliiketoiminnan**  
**koulutusohjelma**

Tikkarinne 9  
80200 JOENSUU  
+358 13 260 600

**Tekijä**  
Elina Laiho

**Nimeke**  
Huoneistohotelli Lietsun asiakkaille kohdennettu viestintä

**Toimeksiantaja**  
Huoneistohotelli Lietsu

**Tiivistelmä**

Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella joulukuussa 2019 avattuun Huoneistohotelli Lietsuun huoneistokansioiden ja hotellin ohjekylttien sisältöä. Näiden ohjeiden ja neuvosten tarkoituksena on helpottaa asiakkaan majoittumista huoneistossa. Lisäksi kylteille suunniteltiin helposti havaittavat sijainnit. Opinnäytetyön sisältämässä tietoperustassa tarkastellaan muun muassa asiakasviestinnän sekä yritysten viestinnän perusteita kirjallisuuden pohjalta.

Opinnäytetyön toteutusta varten keskusteltiin toimeksiantajan kanssa. Keskusteluissa suunniteltiin yhdessä, mitkä asiat olisivat välttämättömiä tietoja, jotka tulisi asiakkaille kertoa huoneistokansiossa sekä ohjekylteissä. Tämän lisäksi kylttejä ja kansiota varten etsittiin internetistä mahdollisia ja tarpeellisia tietoja, joita niihin olisi hyvä sisällyttää.

Opinnäytetyössä päädyttiin siihen, että huoneistokansion alkuun tulee Lietsun saate-teksti, jossa asiakas toivotetaan tervetulleeksi Huoneistohotelli Lietsuun. Saate-tekstin jälkeen kansioon tulee osuus, jossa kerrotaan asiakkaalle tärkeimpiä tietoja, kuten vastaanoton puhelinnumero ja ohje, miten saa käyttöönsä hotellin WiFi-yhteyden. Ohjekylttejä suunniteltiin asetettavan muun muassa rakennuksen sisäänkäynnin läheisyyteen kertomaan asiakkaille, että Huoneistohotelli Lietsun vastaanotto sijaitsee rakennuksen 5. kerroksessa.

**Kieli**  
suomi

Sivuja 33  
Liitteet 1  
Liitesivumäärä 6

**Asiasanat**  
asiakasviestintä, ohjeet, viestintä, majoitus



**THESIS**  
**February 2020**  
**Degree Programme in Tourism**

Tikkarinne 9  
80200 JOENSUU  
FINLAND  
+ 358 13 260 600 (switchboard)

Author  
Elina Laiho

Title  
Customer-targeted communication of Lietsu Boutique Aparthotel

Commissioned by  
Lietsu Boutique Aparthotel

Abstract

The goal of this thesis was to design the contents that Lietsu Boutique Aparthotel could use in their apartment folders and instruction signs. The hotel was opened in December 2019. The aim of these instructions and the advice is to help customers during their accommodation. Additionally, easily noticeable locations were planned for the instruction signs. The basics of customer communication and communication in companies are studied in the theoretical part of this thesis based on literature.

In the thesis process, the most necessary information for customers was planned in joint discussions with the commissioner. The possible information that would be good to include in the signs and folders was also looked up from the Internet.

The outcome of the thesis was that the apartment folder will begin with Lietsu's foreword welcoming the customer to Lietsu Boutique Aparthotel. After the foreword there will be a section where the customer can see the most important information, such as the phone number of the reception and a guide to use the hotel's WiFi. In addition, instruction signs were planned to be placed near the entrance of the building to inform customers that the reception is located on the fifth floor.

Language

Finnish

Pages 33

Appendices 1

Pages of Appendices 6

Keywords

customer communication, instructions, communication, accommodation

# Sisältö

Tiivistelmä

Abstract

|      |  |    |
|------|--|----|
| 1    | Johdanto .....                               | 5  |
| 2    | Toimeksiantaja Huoneistohotelli Lietsu ..... | 6  |
| 3    | Yrityksen viestintä .....                    | 6  |
| 3.1  | Viestintä palvelualalla .....                | 6  |
| 3.2  | Yrityksen sähköinen viestintä.....           | 7  |
| 3.3  | Yrityksen sisäinen viestintä.....            | 9  |
| 4    | Yrityksen viestintä asiakkaille .....        | 11 |
| 4.1  | Asiakaslähtöisyyden merkitys .....           | 11 |
| 4.2  | Tiedottaminen .....                          | 12 |
| 4.3  | Onnistuneen asiakasviestinnän keinoja.....   | 12 |
| 5    | Viestintä kriisin aikana .....               | 14 |
| 5.1  | Kriisin syntyminen.....                      | 14 |
| 5.2  | Kriisin ehkäisy.....                         | 15 |
| 6    | Viestinnän kehittäminen.....                 | 16 |
| 6.1  | Viestinnän kehityskeinoja .....              | 16 |
| 6.2  | Viestintästrategia .....                     | 18 |
| 6.3  | Viestintäsuunnitelma.....                    | 18 |
| 7    | Esteettömyys .....                           | 19 |
| 7.1  | Esteettömyys ja saavutettavuus .....         | 19 |
| 7.2  | Viestinnän saavutettavuus .....              | 20 |
| 7.3  | Esteettömyys Lietsussa .....                 | 21 |
| 8    | Opinnäytetyön tarkoitus ja tehtävät.....     | 22 |
| 9    | Toteutus .....                               | 23 |
| 9.1  | Menetelmät.....                              | 23 |
| 9.2  | Aineiston hankinta .....                     | 25 |
| 10   | Tulokset .....                               | 26 |
| 10.1 | Huoneistokansion sisältö .....               | 26 |
| 10.2 | Ohjekylttien sisältö.....                    | 27 |
| 11   | Jatkotutkimus- ja kehittämisideat .....      | 29 |
| 12   | Pohdinta.....                                | 30 |
|      | Lähteet.....                                 | 33 |

Liite

Liite 1

Suunnitelma viestinnästä

## 1 Johdanto

Joensuun keskustaan avattiin 6. joulukuuta 2019 uusi Huoneistohotelli Lietsu. Opinnäytetyö oli toiminnallinen ja sen tavoitteena oli suunnitella uuden hotellin asiakkaille kohdistettua viestintää. Työssä pohdittiin ja suunniteltiin, mistä asioista asiakkaat haluavat saada tietoa majoituksensa aikana. Lisäksi toimeksiantoon kuului suunnitella konkreettisia sijainteja, missä informaatio olisi parhaiten saatavilla kaikille asiakkaille. Työn toimeksiantajana oli Huoneistohotelli Lietsu.

Opinnäytetyö käsittelee yritysten asiakasviestinnän perusteita ja sitä, miten asiakasviestintä tulisi toteuttaa, jotta se vastaisi kyseisen yrityksen tarpeisiin mahdollisimman hyvin. Työssä luodaan sisältöä Huoneistohotelli Lietsun asiakkaille kohdistuvaan viestintään. Yksi esimerkki viestinnästä on erilaiset ohjekyltit, joita Lietsun sisätiloihin sijoitetaan asiakkaille mahdollisimman hyvin näkyville paikoille. Opinnäytetyö on toteutettu keräämällä teoriatietoa kirjallisuuslähteistä asiakasviestinnästä sekä viestinnästä yleensä yrityksissä. Työtä varten vertailin, miten muissa huoneistohotelleissa asiakkaita ohjeistetaan hotellien nettisivuilta.

Opinnäytetyö on tarpeellinen Huoneistohotelli Lietsulle, koska kyseessä on uusi hotelli ja asiakkaille täytyy laatia ohjeita hotellissa majoittumista varten. Etenkin uudelle yritykselle on tärkeää luoda selkeät perusohjeistukset, jotta asiakkaat saisivat mahdollisimman hyvän ensivaikutelman. Jos esimerkiksi vasta avatun hotellin tiloista puuttuu yleistietoja asiakkaille, kuten vastaanoton aukioloaikoja, voi asiakkaalle jäädä hotellista keskeneräinen ja usein negatiivinen mielikuva. Huoneistohotellissa ohjeiden merkitys korostuu entisestään, koska asiakkaalla on huoneessaan useita laitteita, joihin tulee olla selkeät käyttöohjeet.

Huoneistohotelli Lietsun huoneistokansioon tulee muun muassa osio, jossa majoittujille kerrotaan eri kohteista Joensuussa, joissa voisi vierailta majoituksen aikana. Ohjekylttejä tulee aamiaistilaan esimerkiksi kertomaan asiakkaille kahvikoneesta ja siitä, että se on kaikkien vapaassa käytössä.

## 2 Toimeksiantaja Huoneistohotelli Lietsu

Huoneistohotelli Lietsu on kahden yrittäjän, Maria Saastamoisen ja Helena Puhakka-Tarvaisen, perustama hotelli. Joensuun vanhan Postitalon kahteen ylimpään kerrokseen on remontoitu 31 huoneistoa, joista kaksi on esteettömiä. Huoneistoissa on keittiöt, joissa on muun muassa astianpesukone, uuni ja muut keittiön yleiset kodinkoneet. Lisäksi huoneistoissa on mahdollista pestä omat pyykkinsä. (Laitinen 2019.) Saastamoinen ja Puhakka-Tarvainen ovat kertoneet, että jo olemassa olevaan rakennukseen ei voi tehdä kovin suuria muutoksia, joten se on pyritty ottamaan huomioon remontoidessa huoneistoja. Lisäksi rakennuksesta pyritään tekemään mahdollisuuksien rajoissa helposti saavutettava myös ihmisille, joilla on liikunta- tai toimintarajoitteita.

Lietsun sijoituessa rakennuksen neljänteen ja viidenteen kerrokseen vanhan Postitalon tiloissa toimii myös esimerkiksi kuntosali EasyFit Joensuu. Hotellin vastaanotto sijaitsee viidennessä kerroksessa. Huoneistohotelli Lietsun tarkoituksena on tarjota asiakkaille majoitusta karjalaistyyllisissä huoneissa. Jokainen huone on sisustettu omalla tavallaan ja sisustus kertoo karjalaisesta kulttuurista sekä paikallisesta historiasta. Karjalaisuudesta hotellissa kertoo myös Lietsun perustajien käyttämät ammattinimikkeet; Maria Saastamoinen on *piämäntä* ja Helena Puhakka-Tarvainen on *piänaine*. (Lietsu Boutique Aparthotel 2019a.) Lietsun arvoja ovat vieraanvaraisuus, paikallisuus, omaleimaisuus sekä vastuullisuus.

## 3 Yrityksen viestintä

### 3.1 Viestintä palvelualalla

Viestintä tarkoittaa sitä, että ihmiset luovat yhteyksiä toisiinsa, ja jos yhteydet halutaan säilyttää, vaatii se suhteiden ylläpitoa eli jatkuvaa viestintää. Viestintää tapahtuu koko ajan, ja myös viestittämättä jättäminen voidaan nähdä viestintänä.

On olemassa sanallista ja sanatonta viestintää. Yrityksille on siis tärkeää ylläpitää viestintää muun muassa asiakkailleen, työntekijöilleen sekä yhteistyökumppaneilleen, sillä hyvin vähän viestivän yrityksen mahdollisuudet säilyä kannattavana ovat melko pienet. Viestintä on yrityksille suositeltavaa senkin takia, että se on mainontaan verrattuna hyvin edullista ja jopa tehokkaampaa. (Kortesuo, Patjas & Seppänen 2016, 17.) Yrityksen tulisi myös panostaa viestinnän suunnitteluun, jotta se toimisi halutulla tavalla ja yrityksellä olisi keinoja ratkoa ongelmatilanteita. Koska viestintä on vuorovaikutusta toisen ihmisen kanssa, vaatii se viestintätaitoja, joita on muun muassa kuuntelemisen taito sekä luetunymmärtäminen. Yrityksen on tärkeää miettiä, mitä kanavia se aikoo käyttää viestinnässään. Tätä mietittäessä on tärkeää myös selvittää mitä halutaan viestiä ja kenelle, sekä viestimisen syyt ja ajankohta. (Kortesuo ym. 2016, 18–20.)

Palveluammateissa näkyvä osa prosessia on itse palvelutapahtuma, jossa viestintä asiakkaan kanssa on hyvin tärkeässä roolissa. Teoksessaan *Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen* Timo Valvio (2010 13, 63–64) tuo esille sen, kuinka palvelu ikään kuin jatkuu koko ajan ja on valmiudessa asiakkaita varten. Asiakasviestinnässä on tärkeää, että jokainen työntekijä saa viestin, jotta he osaavat palvella asiakkaita oikein. Ja vastaavasti työntekijöiden tulisi panostaa palvelun asiakaslähtöisyyteen.

Huoneistohotelli Lietsussa halutaan panostaa viestintään, koska hotelli haluaa tarjota asiakkailleen mahdollisimman onnistuneen ja viihtyisän majoituselämyksen. Toimivan ja riittävän viestinnän avulla Lietsun asiakkaiden on mahdollista saada vierailustaan enemmän irti, kun he voivat vaikuttaa itse majoitukseen esimerkiksi esteettömyyden osalta. Lietsun nettisivuilla hotellin esteettömyydestä tiedottavassa osuudessa kerrotaan, että parhaimman palvelukokemuksen saamiseksi asiakkaan kannattaa tuoda esiin omat erityistarpeet jo hyvissä ajoin.

### **3.2 Yrityksen sähköinen viestintä**

Maailman kehittyessä myös palvelutapahtumat muuttuvat, mikä tarkoittaa myös viestinnän kehittämistä esimerkiksi enemmän sähköiseen muotoon. Samalla asi-

akkaiden odotukset ja vaatimukset palvelusta voivat vaihtua. Kun asiakaspalvelussa siirrytään entistä enemmän sähköiseen muotoon, asiakkaan kohtaamisen merkitys korostuu ja yritysten olisi tärkeää kiinnittää tähän huomiota, jotta heidän palvelunsa olisi ajan tasalla. (Valvio 2010, 19–22.)

Nykyään useilla yrityksillä on nettisivuillaan oma chat-palvelu, jonka kautta asiakkaat voivat ottaa yhteyttä yritykseen ja pyytää esimerkiksi neuvoa asiantuntijoilta. Asiakaspalvelun onnistuessa chatissa asiakkaita pyritään sitouttamaan palveluun ja näin mahdollisesti myös luottamaan tulevaisuudessa kyseisen yrityksen palveluihin. Chatissa viestintä voi olla useissa tilanteissa nopeampaa kuin puhelimitse tai sähköpostin kautta viestiminen. Chatin nopeus voi olla kuitenkin haasteellinen ongelma asiakaspalvelijoille, sillä usein asiakkaat olettavat saavansa vastauksen nopeasti. Syy, miksi asiakkaat olettavat palvelun olevan nopeaa, on se, että asioiminen chatissa muistuttaa suullista keskustelua, jossa keskustelun osapuolet ovat läsnä ja kykenevät vastaamaan toiselle välittömästi. Asiakaspalvelijat eivät kuitenkaan kykene aina vastaamaan asiakkaalle välittömästi, koska ongelma voi olla senkaltainen, että chatissa ei osata tai voida vastata siihen. (Parviainen 2018, 118–119.) Tällainen voi hyvinkin vaikuttaa asiakkaan mielikuvaan kokemansa palvelun laadusta ja sitä kautta vaikuttaa negatiivisesti myös yrityksen maineeseen palvelualan toimijana (Valvio 2010, 24).

Huoneistohotelli Lietsun nettisivuille ei tällä hetkellä ole suunnitteilla chat-palvelua. Maria Saastamoinen kuitenkin on kertonut, että chatin käyttöönottoa harkitaan myöhemmässä vaiheessa. Chat-palvelun tarpeellisuutta tulee pohtia huolellisesti, sillä se vaatii työntekijän ylläpitämään sitä ja vastaamaan ihmisten kysymyksiin. Algoritmien perusteella toimiva chat-palvelu ei soveltuisi Lietsulle, jonka yksi tärkeistä arvoista on vieraanvaraisuus. Vieraanvaraisuuteen vaadittaisiin juuri ihmistä vastaamaan asiakkaalle.

Sähköisen asiakaspalvelun ratkaisevin hetki on silloin, kun palvelun tarjoaja ja asiakas kohtaavat toisensa kasvokkain. Kohtaamisessa palvelun tarjoavan yrityksen tulisi pyrkiä siihen, että asiakkaan kokeman palvelun laatu vastaisi myös sähköisessä palvelussa koettua palvelumielikuvaa. Yritys viestii asiakkailleen



myös palvelullaan, jota he tarjoavat asiakkailleen. Palvelun laatu, jonka asiakkaat kokevat, viestii heille joko luottamuksesta tai huonossa tapauksessa epäluottamuksesta. Yrityksen imago tulisi olla sellainen, että asiakkaat kokevat sen luotettavaksi ja apua tarvitessaan kysyisivät sitä yrityksen asiantuntijoilta eivätkä aina omalta lähipiiriltään. (Valvio 2010, 24, 61–63.)

### **3.3 Yrityksen sisäinen viestintä**

Sisäinen viestintä tarkoittaa vuorovaikutusta ja tiedonvaihtoa organisaation työntekijöiden välillä. Sisäinen viestintä on joko virallista tai epävirallista viestintää. Sisäisen viestinnän tarkoituksena on, että jokaisella organisaation työntekijällä on selvä mielikuva siitä, minkälainen tilanne yrityksessä vallitsee ja minkälaisia uudistuksia on suunnitteilla. (Piha 2014, 3–6.) Jos yrityksen johto ei informoi alaisia riittävästi, he eivät ole ajan tasalla yrityksen senhetkisestä tilanteesta. Tämä voi johtaa usein siihen, että yrityksen eri osastot eivät viesti toistensa kanssa avoimesti. (Valvio 2010, 129.) Sisäistä viestintää yrityksen sisällä tapahtuu useimmiten kasvokkain muun muassa neuvotteluissa, palavereissa sekä käytävillä käydyissä keskusteluissa. Yrityksen sisäistä viestintää tapahtuu myös painetussa ja sähköisessä viestinnässä, kuten esimerkiksi ilmoitustauluilla, sisäisissä tiedotteissa, intranetissä sekä sähköpostissa. Sisäinen viestintä on yrityksen toiminnan perusta (Piha 2014, 3–6, 13).

Sisäisellä viestinnällä on tärkeä tehtävä yrityksissä, sillä se pitää kaikki organisaation jäsenet ajan tasalla ja näin myös tyytyväisinä viestintään, mikä taas kasvattaa työntekijöiden sitoutuneisuutta ja positiivista asennetta työtä kohtaan. Sisäisen viestinnän tärkeimpiä tehtäviä on työorganisaation muutoksista tiedottaminen kaikille osapuolille etenkin kriisitilanteissa, joissa viestin kulkeminen kaikille on ehdottoman tärkeää. Työtehtäviin liittyvistä asioista tiedottaminen ja viestintä tapahtuu luonnollisesti yrityksen sisällä. Sisäisellä viestinnällä voidaan myös selkeyttää yrityksen arvomaailmaa sekä toimintamalleja kaikille jäsenille. Sisäisen viestinnän kautta tapahtuu myös palautteen antaminen sekä sen vastaanottaminen. Myös yrityksen sisäisen kulttuurin rakentaminen ja sen vahvistaminen on yksi sisäisen viestinnän osa-alueista. (Piha 2014, 11–12.) Sisäinen

viestintä vaikuttaa siis työpaikan yhteishenkeen. Työntekijöiden työsuoritukseen voi vaikuttaa esimerkiksi esimiehen viestintä kasvokkain alaistensa kanssa. Työntekijöiden ja esimiesten välistä luottamusta kasvattaa henkilökohtainen kontakti. (Valvio 2010, 127.)

Sisäisen viestinnän onnistuessa organisaation kaikki jäsenet ymmärtävät oman osansa kokonaisuudessa ja tuntevat sen tärkeäksi. Näin työntekijöille muodostuu vastuullinen ja merkittävä suhde yrityksen asioihin. Kun yrityksen asiakaspalvelua halutaan kehittää ja parantaa, olisi tärkeää varmistaa ensin, että organisaation sisäinen viestintä on kunnossa. Tämä tarkoittaa juuri sitä, että työntekijöille tulisi viestiä yrityksen sisällä niin, että heillä olisi selkeä kuva siitä mikä heidän roolinsa organisaatiossa on. Kun työntekijöillä on ymmärrys omasta roolistaan, heidän motivaationsa työtään kohtaan on silloin korkeampi kuin esimerkiksi sellaisessa organisaatiossa, jossa sisäinen viestintä on hyvin vähäistä. Työntekijöistä tulee myös sitoutuneempia, kun heillä on selkeä ajatus omasta työstään ja sen merkityksestä organisaatiossa. (Piha 2014, 14–15.) Työntekijöiden on myös helppoa tuoda omia ideoita ja ratkaisuehdotuksia esille yrityksessä, jossa sisäinen viestintä on runsasta ja avointa (Bosworth 2016). Organisaatiossa, jonka työntekijät ovat sitoutuneita ja motivoituneita työhönsä, tuottoa tehdään moninkertaisesti enemmän verrattuna organisaatioon, jonka työntekijät ovat vähemmän sitoutuneita ja motivoituneita (Piha 2014, 16).

Yrityksen sisällä tulisi ottaa huomioon informaation kulkeminen ja etenkin se, että tiedon tulisi kulkea kaikille työntekijöille tasapuolisesti ja samaan aikaan (Piha 2014, 25). Viestinnässä olisi myös tärkeää huomioida, että kaikille kulkisi samanlainen viesti, jotta jokaisella yrityksen työntekijällä olisi samanlainen käsitys yrityksen arvoista ja lupauksista asiakkaille. Informaation olisi oltava siis yhtenäistä ja perustua yrityksen arvomaailmaan. Yhtenäisellä viestinnällä yrityksen sisällä vältyttäisiin tilanteilta, joissa eri puolilla organisaatiota on kehitetty uusia ideoita yrityksen palveluihin liittyen, ja ne olisivat ristiriidassa muiden nykyisten palvelujen kanssa. Jokaiselle työntekijälle tulisi selvittää minkälaiset toimintatavat kuuluvat kyseisen yrityksen strategiaan. (Valvio 2010, 63–64.) Yrityksen sisäiseen viestintään vaikuttaa se, miten organisaation eri osastot viestivät toisilleen. Jos

viestintä on hyvin vähäistä tai viestit jäävät epäselviksi toiselle osapuolelle, organisaation eri osastot voivat ajautua hyvin etäälle toisistaan. Kun eri osastojen keskinäinen viestintä jää vähäiseksi tai sitä ei ole ollenkaan, organisaatioon voi syntyä me-te-henki, jossa yrityksen osastojen ajatusmaailmoissa nähdään kaksi eri ryhmää: esimerkiksi ”me myyntipuolen työntekijät” ja ”te toimistotyöntekijät”. Tällainen ajattelutapa voi aiheuttaa ristiriitoja mikä taas vaikuttaa usein yrityksen tuottamien palvelujen laatuun. (Valvio 2010, 123.)

## **4 Yrityksen viestintä asiakkaille**

### **4.1 Asiakslähtöisyyden merkitys**

Asiakaspalvelutilanteessa asiakas on palvelun kohteena ja häntä varten palvelutyöntekijät tarjoavat palveluitaan ja tuotteitaan. Asiakslähtöinen toiminta koko yrityksessä mahdollistaa korkeampilaatuisen palvelun asiakkaalle. Asiakslähtöisesti toimiessa yritys oppii ja saa paremman käsityksen siitä, mitä asiakkaat toivoisivat saavansa kokea palvelun aikana. Asiakslähtöinen henkilö on yleensä sellainen, joka myöntää ja tiedostaa, että hän ei voi ennakoida asiakkaidensa reaktioita eikä hänellä ole vielä tarpeeksi sellaista tietoa asiakkaistaan, joka tulisi ehdottomasti ottaa huomioon palvelutilanteessa. Tärkein ominaisuus asiakslähtöisellä henkilöllä on kuitenkin se, että hän pyrkii kehittämään itseään niin, että saisi lisää tietoa asiakkaistaan, jotta pystyisi parantamaan asiakaspalvelunsa laatua. (Valvio 2010, 67–68.)

Yritykset voisivat kehittää asiakslähtöisyyttä esimerkiksi siten, että työntekijät pyrkisivät käyttäytymään asiakkaidensa kanssa niin, että se vastaisi heidän odotuksiaan. Myös asiakkaiden uskollisuutta yritykselle tulisi vahvistaa niin, että he kääntyisivät saman yrityksen puoleen useamminkin kuin kerran. Silloin kuluttajaa voisi kutsua vakioasiakkaaksi. Jotta kuluttaja saataisiin tulemaan takaisin yritykseen, palvelua on kehitettävä niin, että palveluhenkilöt haluavat todella auttaa ja palvella ihmisiä mahdollisimman hyvin vaikka kyseessä oleva asiakas olisi haasteellinen. Asiakassuhteiden ylläpitäminen aktiivisesti on kannattavaa, sillä se

vahvistaa jo olemassa olevia suhteita kuluttajiin ja pienentää riskiä menettää uskollisia asiakkaita. Sen lisäksi uusien asiakkaiden saaminen vaatii huomattavasti enemmän työtä kuin jo olemassa olevien asiakassuhteiden ylläpitäminen. (Valvio 2010, 68–73.)

## **4.2 Tiedottaminen**

Asiakasviestinnän lähtökohta on tiedottaminen, joka tarkoittaa faktojen kertomista esimerkiksi työpaikalla tapahtuvasta huoltotoimenpiteestä, joka vaikuttaa asiakkaisiin tai yrityksen poikkeuksellisesta sulkemisesta tietyksi ajanjaksoksi. Työntekijöiden on tärkeää tietää ja hallita perusasiat tiedottamisesta, kuten mihin kysymyksiin tiedotteen tulisi vastata. (Kortesuo ym. 2016, 33–35.)

Tiedottamisessa on oleellista mukauttaa tiedotteita vastaanottajan mukaan niin, että esimerkiksi asiakkaalle kerrotaan asiasta eri tavalla kuin yrityksen työntekijöille. Asiakkaalle ei kerrota kaikkia yrityksen sisäisiä asioita ja yrityksen henkilöstölle ei ole tarvetta kertoa asioita, jotka he jo tietävät tai jotka eivät kuulu heidän toimenkuvaansa. (Kortesuo ym. 2016, 33–35.)

Huoneistohotelli Lietsu käyttää tiedottamiseen yleisimpiä sosiaalisen median kanavia, kuten Facebookia, Instagramia sekä Twitteriä. Näiden lisäksi Lietsun nettisivuilta on mahdollista tilata uutiskirje omaan sähköpostiin, jossa kerrotaan ajankohtaisista asioista Lietsussa muutaman kerran kuukaudessa. (Lietsu Boutique Aparthotel 2019b.)

## **4.3 Onnistuneen asiakasviestinnän keinoja**

Laadukkaaseen asiakaspalveluun kannattaa panostaa, sillä hyvä palvelu tuo usein uusia asiakkaita ja näin myös lisää tuottoa. Asiakaspalvelutilanteessa on tärkeää kuunnella asiakasta, sillä kuuntelemalla saadaan tietää mitä asiakas tarvitsee ja onko hänellä jotain tiettyjä toiveita palveluun liittyen. Kuunnellessa on ehdottoman tärkeää muistaa pitää katsekontaktia asiakkaaseen ja hymyillä, sillä

se luo yleensä hyvän perustan onnistuneelle asiakaspalvelukokemukselle. Jos-  
sain tilanteissa on hyvä myös kirjata ylös asiakkaan toiveita, jotta ne eivät  
unohdu. Muistiinpanojen kirjoittaminen osoittaa myös asiakkaalle, että asiakas-  
palvelija on kiinnostunut hänestä ja haluaa auttaa häntä. Suositeltavaa olisi käyt-  
tää muistiinpanovälineenä esimerkiksi vihkoa, jotta asiakaskin näkee, että hänen  
ajatuksiaan kirjataan ylös. Jotta asiakaspalvelutilanne sujuisi hyvin molempien  
osapuolien täytyy kuunnella toisiaan ja käyttäytyä asiallisesti. Joskus käy niin,  
että osapuolet ovat eri mieltä asioista ja silloin asiakaspalvelijan sekä asiakkaan  
olisi hyvä muistaa, että oma näkemys asiasta ei ole välttämättä ainut oikea vaan  
myös toisen osapuolen näkökulma voi olla yhtä lailla oikea. (Kortesuo ym. 2016,  
37–38.)

Asiakaspalvelutilanteessa on tärkeää myös miettiä, miten asiakasta puhuttelee,  
teititellen tai sinutellen. Nuorten kohdalla teitittely voidaan usein kokea vieraana  
ja jopa luotaantyöntävänä, kun taas vanhempien ikäluokkien kohdalla teitittely on  
suositeltavaa, ellei asiakas itse korjaa asiakaspalvelijan puhuttelua. Asiakas luot-  
taa asiakaspalvelijan ammattitaitoon ja siihen, että hänen asiansa saadaan hoi-  
dettua sujuvasti. Jotta palvelutilanne onnistuisi ja asiakas saisi tarvitsemansa  
avun, on tärkeää esittää asiakkaalle kysymyksiä. Jos kesken asiakaspalvelutilan-  
teen huomataan, että toinenkin asiakas tarvitsisi apua kannattaa pyytää toista  
työntekijää auttamaan. Jos asiakaspalvelijoita on tilanteessa vain yksi, tulisi pal-  
veltavalta asiakkaalta kysyä lupa toisen asiakkaan tilanteen tarkistamiseen. Kun  
asiakas on saanut tarvitsemansa, on hyvä varmistaa, onko hänellä vielä jotain  
muuta mihin hän tarvitsisi neuvoa. Tämän jälkeen asiakaspalvelijan olisi hyvä il-  
maista sanoin, että palvelutilanne on päättymässä. Samalla asiakkaalle kannat-  
taisi tarjota vielä jotain ylimääräistä esimerkiksi kertoa uusista palveluista tai an-  
taa vinkkejä. (Kortesuo ym. 2016, 39.)

Jos asiakkaat huomaavat palvelussa tai tuotteessa jotain vikaa tai eivät ole tyy-  
tyväisiä siihen he tekevät usein reklamaation eli valituksen. Palvelujen sähköis-  
tyessä asiakkaiden reklamaatioiden teko tapahtuu yleensä sähköpostitse tai yri-  
tyksen nettisivuilla olevilla lomakkeilla. Reklamaatioiden hoitaminen on tärkeää  
etenkin sosiaalisen median yleistyneen käytön takia, koska asiakkaiden on vielä-  
kin helpompaa valittaa saamastaan palvelusta julkisesti muiden nähden. Tämän

takia reklamaatioihin vastatessa olisi oltava melko nopea, sillä muuten asiakas saattaa lähettää uusia valituksia. Aina kaikki reklamaatiot eivät ole aiheellisia, mutta niihinkin tulisi suhtautua vakavasti ja pahoitella asiakkaalle tilannetta. Vaikkei vika olisikaan yrityksessä kannattaa silti pahoitella sillä se luo asiakkaalle tunteen, että häntä on kuunneltu ja otettu hänen reklamaationsa huomioon. Reklamaatiotilanteessa asiakkaalle tulisi kertoa miten ja ketkä asiaa ovat selvittäneet sekä selvityksen tulos. Reklamaatiota hoitaessa on kannattavaa myös pyrkiä tarjoamaan asiakkaalle jotain korvaukseksi, vaikka hänelle ei tilanteessa tarvitsisi maksaa rahallista korvausta. Näin asiakkaalle voi mahdollisesti jäädä päällimmäisenä mieleen palvelun hyvät puolet. (Kortesuo ym. 2016, 49–52.)

## **5 Viestintä kriisin aikana**

### **5.1 Kriisin syntyminen**

Viestintätaidot nousevat merkittävään rooliin yrityksen kohdatessa jonkinlaisen kriisin. Tällöin yrityksen kaikkien työntekijöiden tulee saada riittävästi tarvittavaa tietoa kriisistä ja sen vaikutuksista. Samaan aikaan yrityksen tulisi myös viestiä ulospäin. Kriisejä on erilaisia ja niiden syyt ja vaikutukset voivat vaihdella hyvinkin paljon. Joskus kriisi voi olla sisäinen tai ulkoinen ja se voi olla julkinen tai ulkopuolisilta salattu. (Kortesuo ym. 2016, 83.)

Kriisin syntyminen noudattaa yleensä tietynlaista kaavaa, jossa aluksi tapahtuu jonkinlainen negatiivinen ilmiö. Negatiivinen ilmiö voi tapahtumana olla esimerkiksi onnettomuus tai tuotteen valmistusvirhe. Viestinnässä negatiivinen ilmiö voi taas olla esimerkiksi epäonnistunut asiakaspalvelu sosiaalisen median kanavalla tai yritystä kohtaan esitetty uhkaus. Tämän jälkeen negatiivisen ilmiön tärkeyden ja merkittävyyden perusteella siitä on mahdollista kehittyä kiinnostava puheenaihe pienen ryhmän sisällä ja keskustelu tapahtuu erityisesti sosiaalisessa mediassa. Jos negatiivinen ilmiö kiinnostaa laajemminkin, riskinä saattaa olla kohun kehittyminen. Kohu on kansallinen puheenaihe, josta käydään keskustelua uutisissa ja lehdissä. Jos kohu vain jatkuu eikä sitä saada ratkaistua, syntyy kriisi,

joka aiheuttaa negatiivisia tapahtumia esimerkiksi irtisanomisia, oikeudenkäyntejä tai konkurssseja. (Kortesuo ym. 2016, 83.)

## 5.2 Kriisin ehkäisy

Kriisin ehkäisemisessä tärkeintä on pyrkiä välttämään negatiivisten ilmiöiden aiheuttamista. Jos on kuitenkin jo ehtinyt tapahtua jokin negatiivinen ilmiö, kriisin voi vielä ehkäistä tai vähintään pyrkiä pienentämään sitä pitämällä huolta viestinnästä kaikille osapuolille. Jos yrityksen työntekijä on toiminut asiattomasti sosiaalisessa mediassa asiakaspalvelutehtävissä, kriisin uhka on olemassa. Kriisin voi kuitenkin välttää vastaamalla asiakkaalle mahdollisimman nopeasti pyytäen anteeksi. On tärkeää seurata mistä ihmiset keskustelevat ja puuttua keskusteluun, jos se kohdistuu omaan yritykseen ja voi mahdollisesti aiheuttaa riskin kohun syntymiseen. On myös tärkeää tiedostaa, että on olemassa kriisejä, joita ei voida ehkäistä ja välttää. Tällaisia kriisejä ovat esimerkiksi lakot, liikenneonnettomuudet sekä myrskyt. (Kortesuo ym. 2016, 84–85.)

Jos kriisistä on kehittynyt kohu, on tärkeää tietää, miten sitä voidaan pyrkiä hallitsemaan. Jos muut ihmiset ovat sitä mieltä, että yritys on toiminut väärin, tulisi yrityksen pyytää anteeksi. Jos yrityksestä liikkuu väärää tietoa, ihmisille tulisi antaa faktoja yrityksen nettisivuilla tai sosiaalisessa mediassa. Kohun hallitsemisessa on myös tärkeää, että yrityksen edustaja tai kohun keskellä oleva henkilö on saatavilla, kun ihmiset haluavat keskustella asiasta ja kysyä yrityksen kantaa asiaan. Tämän lisäksi asiasta kiinnostuneille tulisi vastata asiallisesti ja neutraalisti, sillä vihainen tai vähättelevä vastaus pahentaa vain tilannetta. (Kortesuo ym. 2016, 85–89.)

Lietsussa on suunniteltu myös kriisiviestintää. Helena Puhakka-Tarvainen kertoi tarkemmin, miten Lietsussa on varauduttu mahdollisiin kriisitilanteisiin viestinnän näkökulmasta.

Lietsulle on luotu oma kriisiviestintäsuunnitelma yhdessä viestinnän asiantuntijan kanssa. Suunnitelmassa käydään läpi mm. toimintamallit ja vastuut kriisitilanteissa. Tunnistettuja mahdollisia kriisitilanteita ovat onnettomuudet ja epidemiat, tietoturva- ja some-kriisit, taloudelliset kriisit sekä sisäiset tai yhteistyökumppanuuksiin liittyvät kriisit. Kriisit on myös

luokiteltu kolmeen vakavuusluokkaan: normaali häiriötila, vakava häiriö, kriisi. Toistaiseksi kriisiviestintään ei ole jouduttu turvautumaan lukuun ottamatta avointen ovien tilaisuuden siirtämistä viikolla eteenpäin, jolloin kyse oli normaalista häiriötilasta ja asiasta selvittiin muutamilla sähköpostiviesteillä sekä suunnitellun markkinointiviestinnän aikatauluttamisella viikolla eteenpäin. (Puhakka-Tarvainen 2019.)

## **6 Viestinnän kehittäminen**

### **6.1 Viestinnän kehitysketju**

Palvelualan toimijan on tärkeää muistaa alan kehittyessä ja muuttuessa, että muutoksen tuomia mahdollisuuksia voi ja kannattaa hyödyntää monin tavoin. Tämän lisäksi tulisi miettiä, mitä kaikkia palveluita kannattaa tuottaa sähköisesti ja mitkä palvelut toimivat paremmin perinteisillä toteutusmenetelmillä eli esimerkiksi kasvokkain kohtaamalla. (Valvio 2010, 27.) Uusien sukupolvien myötä teknologian hyödyntäminen palveluammateissa kehittyy yhä enemmän ja sen vuoksi on tärkeää tiedostaa, että samat johtamistavat eivät välttämättä toimi ja niitä on muutettava. Johtamista muuttaessa myös viestintätavat työyhteisön sisällä voivat muuttua. Yrityksen ulkoinen viestintä asiakkaille on muuttunut ja muuttuu yhä edelleen teknologian kehittyessä ja sen takia jokaisen työnantajan tulisi pysyä ajan tasalla siitä, miten ja missä asiakkaat viestivät ja miten oma yritys huolehtii viestinnästä takaisin asiakkaille. (Valvio 2010, 33–35.)

Viestintää kehittäessä kannattaa miettiä perusasioita, kuten mikä on haluttu viesti ja kenelle se halutaan toimittaa ja miksi. Viestin sisältöä suunniteltaessa tulisi miettiä tarkkaan mitä viestillä halutaan sanoa sen vastaanottajalle. Jotta viestin sisältö sopisi tilanteeseen, täytyy ensin miettiä, kenelle viesti suunnataan, koska asiakkaalle kohdistuva viestintä eroaa esimerkiksi yrityksen sisäisestä viestinnästä. Viestin tulisi olla sellainen, että viestinlaatija ymmärtää itsekin oman viestinsä, koska muutoin viestin vastaanottajan on mahdotonta ymmärtää koko viestiä. Viestien tulee olla myös perusteltuja eli niillä on oltava jokin merkitys niiden saajalle. (Kortesuo ym. 2016, 24.)



Lietsun viestintää suunnitellessa olen kiinnittänyt huomiota siihen, kenelle viestit on tarkoitettu. Hyvä esimerkki tästä on Lietsun saunatiloihin tulevat ohjeistukset saunomiseen. Koska suurelle osalle suomalaisista sauna on osa arkea ja sen käyttöön ei tarvita erillisiä ohjeita, suomenkielisiä ohjeita saunomiseen ei tarvitse tehdä. Ulkomaalaisille sen sijaan suunnitellaan lyhyet ja yksinkertaiset ohjeet, joissa kerrotaan, miten saunakokemuksesta voi saada mahdollisimman paljon irti vaikka olisi saunonut koskaan aikaisemmin.

Seuraavaksi täytyy miettiä, milloin viesti toimitetaan ja miten viestintoimitus tapahtuu. Viestien ajoittaminen oikein vaikuttaa viestinnän onnistumiseen. Jotta viestin ajoitus osuisi mahdollisimman oikeaan aikaan, täytyy viestintää suunnitella jo hyvissä ajoin. Yrityksen tulisi myös ottaa huomioon, että viestin sisältö ja sen kohde vaikuttavat siihen, milloin viesti olisi paras toimittaa. Esimerkiksi asiakkaille kannattaa ilmoittaa yrityksen tiloihin kohdistuvista remonteista muutamaa viikkoa ennen, mutta yrityksen kuukausittaisista kokouksista kannattaa ilmoittaa työntekijöille ja sopia esimerkiksi vuosi kerrallaan. (Kortesuo ym. 2016, 18–20.) Viestien toimittamistapaa tulisi miettiä huolellisesti, jotta viestit saisi kulkemaan mahdollisimman tehokkaasti halutulle kohderyhmälle. Esimerkiksi jollekin kohderyhmälle saattaa toimia paremmin suorakirjeet sekä lehtiin laitettut ilmoitukset, kun taas toiselle kohderyhmälle sopivampia kanavia ovat sosiaalinen media ja internet. (Kortesuo ym. 2016, 23.)

Maria Eronen on tehnyt Lietsun avajaisien suunnittelusta opinnäytetyön, jossa kerrotaan myös tarkemmin kutsujen suunnittelusta. (Eronen 2019, 22–23.) Huoneistohotelli Lietsun avajaiset järjestettiin marraskuun lopussa, joten vieraille lähetettävien kutsujen suunnittelu aloitettiin jo hyvissä ajoin ja Eronen työssä tuodaan ilmi, että kutsukirjeet lähetettiin vieraille hieman yli kuukausi ennen avajaistilaisuutta.

## 6.2 Viestintästrategia

Viestintää kehittäessä yrityksen tulisi luoda viestintästrategia, jonka avulla voidaan suunnitella käytännön viestintää. Viestintästrategia on yrityksen pitkän tähtäimen suunnitelma, joka ulottuu yleensä 2–5 vuotta eteenpäin. Viestinnän strategisessa suunnittelussa otetaan huomioon yrityksen yhteistyö- ja kohderyhmät sekä asiakkaat ja mietitään miten viestintä heille tulisi hoitaa tulevaisuudessa. (Kortesuo ym. 2016, 20–21.)

Viestintästrategia koostuu yrityksen tämänhetkisen tilan ja resurssien sekä toimenpiteiden ja keinojen määrittelystä, joilla saavutetaan strategian tavoitteet. Yritys määrittelee oman tavoitekuvansa eli sen, millaisena yritys haluaa näkyä muille ja mistä se haluaa tulla tunnetuksi yhteistyökumppaneidensa ja kohderyhmiensä joukossa. Viestintästrategiassa yrityksen tulee myös pohtia ja määrittellä, miten paljon eri sidosryhmien tulisi tietää yrityksestä. (Kortesuo ym. 2016, 20–21.)

## 6.3 Viestintäsuunnitelma

Viestintäsuunnitelma kattaa yleensä lyhyemmän aikavälin kuin viestintästrategia ja se on operatiivista viestinnän suunnittelua, joka tarkoittaa käytännön viestintää. Viestintäsuunnitelman avulla yrityksen viestinnästä ja tiedottamisesta saadaan selkeämpi kokonaiskuva. Viestintäsuunnitelmassa käydään läpi, miten yrityksen viestintä järjestetään ja mitä valmiuksia yrityksellä siihen on. Suunnitelmasta tulisi käydä ilmi muun muassa millaisella tekniikalla viestintä toteutetaan sekä keiden vastuulla viestintä on. Tämän lisäksi suunnitelmaan kuuluu laittaa myös yrityksen viestintään käyttämät varat näkyviin. (Kortesuo ym. 2016, 21–24.)

Jotta yrityksen kaikkien työntekijöiden olisi helpompaa toimia samassa linjassa, olisi tärkeää kirjata viestintäsuunnitelmaan myös ohjeistukset esimerkiksi siitä, miten asiakkaille vastataan puhelimesta ja kuinka sähköpostiviesteihin lisätään oikealla tavalla yrityksen yhteystiedot. Viestintäsuunnitelmaan kannattaa ottaa mukaan myös kalenteri, johon voidaan kirjata yhden vuoden tapahtumat sekä niihin tarvittavat viestintätoimet. Viestintätoimia kirjatessa on tärkeää muistaa,

että ulkoisen viestinnän lisäksi yrityksen tärkeistä asioista täytyy viestiä yrityksen sisällä kaikille työntekijöille sekä muille omistajille. Suunnitelmassa tulisi siis olla kyseisen ajankohdan tavoitteet, aikataulut, toteuttajat, keinot ja kustannukset. (Korteso ym. 2016, 21–24.)

## **7 Esteettömyys**

### **7.1 Esteettömyys ja saavutettavuus**

Esteettömyys tarkoittaa sitä, että jokin rakennus tai ympäristö on kaikille käyttäjille sopiva ja toimiva. Esimerkiksi rakennuksen voidaan sanoa olevan esteetön silloin, kun sen kaikkiin kerroksiin ja tiloihin voi päästä helposti. Käyttäjälle esteettömyys tarkoittaa muun muassa turvallisuutta, kyseisen tilan sopivuutta käyttäjän tarpeisiin sekä toimivuutta. Esteettömän ympäristön, esimerkiksi hotellin aulatilaa, tulisi palvella kaikkia käyttäjiä tasapuolisesti. Tämä tarkoittaa sitä, että ympäristö suunnitellaan palvelemaan kaikkia ihmisiä eikä vain esimerkiksi näkövammaisia tai pyörätuolia käyttäville henkilöille. Julkisen rakennuksen, esimerkiksi hotellin, esteettömyyden osa-alueita on muun muassa valaistus, portaat, selkeät kontrastit ja lattiamateriaalit. Esteettömyys on parhaimmillaan huomaamatonta, sillä jokaisen ihmisen on helppo asioida kyseisessä ympäristössä. Esteettömyyden voisi sanoa koostuvan ympäristön esteettömyydestä, palvelujen ja tuotteiden saavutettavuudesta sekä rakennusten ja tuotteiden käytettävyydestä. (Pesola 2009, 1–2, 6–8.) Huoneistohotelli Lietsussa on otettu huomioon muun muassa kontrastien merkitys, sillä huoneistojen ovet ovat tummat ja seinät ovat melko vaaleat, jotta oven voi erottaa helposti seinästä.

Esteettömyyden yhteydessä käytetään usein myös termiä saavutettavuus, jota käytetään varsinkin tuotteista ja palveluista puhuttaessa (Pesola 2009, 1). Saavutettavuus tarkoittaa sitä, että ihmisillä on mahdollisuus saavuttaa kyseiset palvelut tai tuotteet riippumatta mahdollisista liikunta- ja toimintarajoitteista. Rakentaessa julkisia, kaikkien käyttöön tulevia rakennuksia, esimerkiksi hotelleja tulisi

ottaa huomioon rakennuksen saavutettavuus ulkoa. Tämä tarkoittaa muun muassa autojen pysäköintialueelta hotelliin johtavan kulkuväylän sekä sisäänkäynnin huolellista suunnittelua. (Rakennustietosäätiö RTS 2011, 10.)

Huoneistohotelli Lietsu sijoittuu vanhaan viisikerroksiseen kerrostaloon, joten sen rakenteisiin ei voida tehdä suuria muutoksia. Rakennukseen on kaksi sisäänkäyntiä, joiden molempien lähellä on hissit. Toisen sisäänkäynnin ja hissien välillä on kuitenkin portaat, jotka vaikuttavat hotellin saavutettavuuteen. Pääsisäänkäynnin ulko-oven edessä on portaat, mutta ovelelle johtaa myös luiska, joka mahdollistaa pyörätuolilla tai rollaattorilla kulkevien ihmisten pääsyn rakennukseen.

Saavutettavuuteen panostaminen tarkoittaa sitä, että otetaan huomioon, millä tavoin viestintä saavuttaisi erilaiset ihmiset, miten asiakaspalvelu olisi mahdollisimman yhdenvertaista sekä miten toimintatiloista saadaan esteettömät. Saavutettavuutta edistäviä keinoja on myös poistaa ymmärtämisen esteitä, kuten tarjoamalla eri kielivaihtoehtoja. Asiakaspalvelussa jokaisen asiakkaan tulisi tuntea itsensä tervetulleeksi. Jotta palvelu olisi yhdenvertaista, henkilökunnan kouluttaminen on tärkeää. Henkilökuntaa tulisi olla tarpeeksi asiakkaisiin verrattuna, jotta asiakkaiden olisi mahdollisimman helppo saavuttaa palvelu. (Kulttuuria kaikille 2019a.)

## **7.2 Viestinnän saavutettavuus**

Yrityksen viestinnän tulisi olla mahdollisimman esteetöntä, jotta jokaisella yrityksestä kiinnostuneella henkilöllä olisi mahdollisuus saavuttaa yrityksen palvelut. Yrityksen olisi hyvä huomioida, että ihmisillä voi olla erilaisia tarpeita ja heidän toimintaansa rajoittavia tekijöitä. Ensimmäinen asia, jota kannattaa tarkastella on yrityksen nettisivut. Yrityksen tarjoamista palveluista ja kohderyhmästä riippuen nettisivuilla olisi hyvä olla tarjolla useita kielivaihtoehtoja. Nettisivuja tarkastellessa tulisi miettiä onko tietoa helppo löytää ja miten asiakkaiden navigointi sivuilla sujuu. (Kulttuuria kaikille 2019b.)

Jotta jokaisen ihmisen olisi mahdollista saavuttaa yrityksen tarjoamat palvelut ja tiedot nettisivuilta, tulisi nettisivujen ulkoasuun panostaa. On tärkeää, että teksti olisi selkeällä ja tarpeeksi suurella fontilla, jotta lukeminen onnistuu. Lisäksi nettisivuilla oleviin teksteihin ja erilaisiin tiedostoihin tulisi luoda selkeät otsikot, jotta ruudunlukuohjelmaa käyttävä saa selville, mitä hän lukee. Sivulla oleviin linkkeihin pätee sama eli niissäkin tulee olla selkeät ja informatiiviset otsikot. (Kulttuuria kaikille 2019b.)

### 7.3 Esteettömyys Lietsussa

Reija Airaksinen on tehnyt Huoneistohotelli Lietsun esteettömyydestä opinnäytetyön ja hänen suorittamassaan haastattelussa tuli ilmi, että nettisivujen toimivuuteen olisi ehdottoman tärkeää kiinnittää huomiota. Nettisivujen tulisi olla esimerkiksi näkövammaisille saavutettavat niin, että sivut toimisivat ongelmitta ruudunlukuohjelmissa. (Airaksinen 2019, 26.) Tämä vaatisi nettisivujen tekijöiden kiinnittävän huomiota siihen, minkälaisia tiedostoja he laittavat sivuille, sillä kaikki tiedostot eivät välttämättä toimi esteettömästi. (Kulttuuria kaikille 2019b.)

Airaksisen opinnäytetyössä käsitellään myös liikunnallista esteettömyyttä Huoneistohotelli Lietsun tiloissa. Yksi huomattavin esteettömyyteen vaikuttava tekijä Lietsussa on hissit, joihin ei voida tehdä suuria muutoksia. Sen lisäksi toisen sisäänkäynnin läheisyydessä olevalle hissille johtaa portaat, joita on hyvin vaikeaa miltei mahdotonta korvata (kuva 1).



Kuva 1. Hissille johtava portaikko (Kuva: Elina Laiho).

Lietsun tiloja remontoimassa on pyritty esteettömyyteen mahdollisuuksien mukaan eli on mietitty tarkkaan, miten paljon hotellin tiloihin voidaan tehdä muutoksia. Esimerkiksi rakennuksen toinen hissi vaihdetaan, mutta sitä ei voida suurentaa. Lietsun huoneistoista kahdesta on tehty esteettömiä, joka tarkoittaa sitä, että huoneistoon voi majoittua esimerkiksi pyörätuolilla liikkuva henkilö. Huoneistoihin ja hotellin muihin julkisiin tiloihin esteettömyyttä luodaan muun muassa mahdollisimman vähän nousevilla kynnyksillä sekä ovilla, joilla on selvät kontrastierot seinisiin. Esimerkiksi porraskäytävältä hotellin aulaan viidennessä kerroksessa ja neljänteen kerrokseen johtaviin sisäänkäynteihin asennettavat ovet ovat lasia, jossa on mustat reunukset. Kuvassa 2 näkyy sisäänkäynti hotellin vastaanottotilaan.



Kuva 2. Lietsun aulatila remonttivaiheessa (Kuva: Elina Laiho).

## 8 Opinnäytetyön tarkoitus ja tehtävät

Koska Huoneistohotelli Lietsu on aivan uusi majoitusyritys, sen täytyy luoda kaikki tarvittavat ohjeistukset asiakkaille, joita he tarvitsevat majoituksensa aikana. Opinnäytetyön tarkoituksena on siis luoda sisältöä, jota Huoneistohotelli Lietsu voi käyttää asiakasviestinnässään. Lietsussa viestintää asiakkaille on enemmän kuin muissa hotelleissa, sillä kyseessä on huoneistohotelli eli huoneet ovat enemmän kodinomaisempia kuin tavallisissa hotelleissa. Useimmiten huo-

neisiin kuuluu myös keittiö ja pidempään majoitukseen tarpeellinen pyykinpesukone. Koska esimerkiksi keittiössä on useita kodinkoneita, on niistä oltava selkeät käyttöohjeet asiakkaita varten. Etenkin, kun hotelli on uusi, sille on tärkeää luoda oma brändi, jotta se erottuu muista majoituspalveluista. Tämän takia juuri huoneistokansion sisältöön ja ulkoasuun kannattaa panostaa.

Opinnäytetyön tehtävänä on suunnitella Lietsun huoneistokansion sekä huoneistoihin ja muualle hotellin tiloihin tulevien konkreettisten ohjekylttien sisältöä. Tämän lisäksi tehtäviin kuuluu myös pohtia kylteille sopivia sijainteja, jotta ne olisivat mahdollisimman hyvin ja helposti nähtävissä kaikille asiakkaille. Murrettä osaavat henkilöt muokkaavat suunnittelemani materiaalin Lietsun oman tyyliinsä mukaiseksi eli kirjoituksessa käytetään murretta, jotta lukija saisi tuttavallisen ja lämpimän vaikutelman. Kylttien ja huoneistokansion ulkoasut vastaavat Lietsun netisivuillakin nähtävää teemaa värien ja fontin avulla. Lietsun arvojen olisi tärkeää tulla esille ohjeissa, esimerkiksi vastuullisuus materiaalivalinnoissa sekä paikallisuus Lietsun keittiön valmistamassa ruoassa sekä karjalainen vieraanvaraisuus henkilökunnan toiminnassa.

## **9 Toteutus**

### **9.1 Menetelmät**

Opinnäytetyön lähtökohtana on miettiä ja suunnitella, mitä sisältöä asiakkaille tarkoitettuihin viesteihin tulee ja miten viestit tuodaan esille kaikille asiakkaille esteettömyys mahdollisimman hyvin huomioiden. Pidimme toimeksiantajan Maria Saastamoisen kanssa palavereita, joissa pohdimme, minkälainen tieto olisi tärkeää hotellin asiakkaille. Mietimme myös, miten Lietsun arvoja voisi tuoda esille. Sain idean, että huoneistokansiossa voisi olla osuus, jossa kerrotaan mistä Lietsun käyttämät raaka-aineet ja esimerkiksi huonekalut ovat peräisin. Saastamoisen kertoi myös, miten rakennuksen remontti on muuttanut hotellin tiloja ja näytti pohjapiirustuksia, joka auttoi minua hahmottamaan hotellin sisätiloja.

Sovimme Saastamoisen kanssa, että kirjoitan ylös heille kaikkia asioita, joita he voisivat sisällyttää huoneistokansioon sekä ohjekyltteihin. Samalla pohdin, miten ja missä järjestyksessä tiedot olisi hyvä olla kansiossa, jotta ne olisivat asiakkaille mahdollisimman selkeästi ja helposti löydettävissä.

Pääsin vierailemaan hotellin tiloissa ensimmäistä kertaa 3. lokakuuta vuonna 2019, kun pidimme palaverin Saastamoisen kanssa. Vierailu selkeytti omia suunnitelmiani, miten ohjekylttejä voisi sijoittaa hotellin avoimiin tiloihin. Huoneistojen osalta oli vielä tässä vaiheessa hankalaa hahmottaa, missä olisi sopiva kohta esimerkiksi huoneistokansiolle, koska huoneiden remontti oli kesken. Huoneistoissa ei ollut vielä muita huonekaluja kuin keittiön kaapistot ja työtasot, jotka näkyvät kuvassa 3. Saastamoinen kertoi myös huoneiden sisustuksesta ja siitä, että jokaisella huoneella on oma teemansa, jonka mukaan sisustus tehdään.



Kuva 3. Keittiön kaapistoja (Kuva: Elina Laiho).

Kävin seuraavan kerran katsomassa hotellin valmistumista 7. marraskuuta vuonna 2019. Tuolloin huomasi selvästi, miten Lietsun tilat ja etenkin osa huoneistoista alkoivat olla melkein huonekaluja vaille valmiita. Vierailun aikana keskustelin hiukan Saastamoisen kanssa työstäni sekä otin lisää kuvia hotellista opinnäytetyöhön.



## 9.2 Aineiston hankinta

Aineistona opinnäytetyössä toimi kirjallisuus viestinnästä yrityksissä. Tämän lisäksi hyödynsin Huoneistohotelli Lietsun omia nettisivuja tarvittavan tiedon keräämiseen. Huoneistokansion sisällön suunnittelemista varten tarkastelin kolmen huoneistohotellin nettisivuja, jotka olivat Huoneistohotelli Villa Aino (2019), Huoneistohotelli Gella Oy (2019) ja kansainvälinen huoneistohotellien tarjoaja Citybase Apartments (2019). Huoneistohotelli Villa Aino ja Gella Oy ovat suomalaisia. Huoneistohotellien sivuja tarkastelemalla oivalsin, että asiakkaille on tärkeää tarjota kattavasti tietoa hotellin ympäristössä tarjolla olevasta julkisesta liikenteestä.

Lisäksi etsin netistä eri lähteistä tietoa huoneistohotelleista ja niiden tarjoamista palveluista. Yleensä huoneistohotelleissa majoitutaan pidemmäksi aikaa kuin tavallisissa hotelleissa ja huoneistohotellien tarjoamat palvelut ovat erilaisia (A Space in the City 2019). Huoneistohotellissa majoittuva henkilö voi siis viipyä pidemmänkin aikaa majoituspaikassaan, joka saattaa tarkoittaa, että hänellä on aikaa tutustua myös ympäristöönsä. Tämän takia asiakkaalle olisi hyvä tarjota kattavasti informaatiota liikenneyhteyksistä koko maakunnan sisällä. Tämän lisäksi hotellin asiakkaalle olisi kannattavaa kertoa myös maakunnan muista palveluista kuten esimerkiksi erilaisista aktiviteettimahdollisuuksista. Näiden tietojen perusteella suunnittelin, miten esimerkiksi juuri eri aktiviteeteista voisi kertoa hotellissa majoittuville niin, että he voisivat kiinnostua niistä.

Yksi tärkeimmistä tiedon lähteistäni oli toimeksiantajani Lietsun perustajiin kuuluva Maria Saastamoinen, jonka kanssa keskustelin ohjeiden ja kansion sisällöistä ja siitä, miten niistä voitaisiin muokata Lietsun tyyliin sopivia, eli miten karjalaisuuden saisi tuotua esille parhaalla tavalla. Sain ottaa kuvia Lietsun tiloista ja käyttää niitä opinnäytetyössäni.

## 10 Tulokset

### 10.1 Huoneistokansion sisältö

Huoneistohotelli Lietsun huoneisiin tulevat huoneistokansion sisällöt sisältävät osittain samoja ohjeistuksia, joita hotellin tiloihinkin sijoitetaan (Liite 1). Sen lisäksi hotelliin majoittujan omassa profiilissa Lietsun nettisivuilla on majoittujan omien tietojen lisäksi myös hotellin ohjeita ja tietoja. Kansion ulkoasu on samankaltainen kuin Lietsun nettisivujen ulkoasu. Kansiossa, kuten myös ohjekylteissä, pyritään huomioimaan esteettömyys mahdollisimman hyvin, esimerkiksi teksti on tarpeeksi suurella ja selkeällä fontilla sekä värien kontrastit ovat selkeät.

Ensimmäiseksi hotellikansioon tulee Lietsun oma saateteksti, jossa majoittuja toivotetaan tervetulleeksi hotelliin ja Joensuun kaupunkiin. Hotellikansion alussa on tärkeitä tietoja, joita asiakkaat todennäköisimmin tarvitsevat. Näihin tietoihin kuuluu muun muassa hotellin vastaanoton puhelinnumero, johon voi soittaa apua tarvitessaan. Nykyisin myös hyvin tärkeä asia hotellimajoittujille on internet-yhteys, joten kansioista löytyy myös ohjeet siihen, miten yhteyden saa omiin laitteisiinsa.

Hotellikansion sisällön järjestystä suunniteltiin niin, että kansion alussa kerrottaisiin tärkeimmät ja tarpeelliset tiedot ensin, kuten hotellin vastaanoton puhelinnumero sekä ohjeistus nettiyhteyden saamiseen hotellin WiFi:n kautta. Toinen mahdollisuus kansion järjestykseen on lajitella tiedot kolmeen osioon: mitä tietoja asiakas tarvitsee hotelliin saapuessaan ja majoituessaan, mitkä tiedot hyödyttävät asiakasta vierailun aikana ja lopuksi mitä asiakkaan on hyvä tietää majoituksen päättyessä. Saapuessaan hotellille ja majoituksen alkaessa asiakkaalle tärkeimpiä tietoja ovat perustiedot hotellista kuten yhteystiedot sekä turvallisuus hotellissa. Majoituksen aikana asiakkaalle kannattaisi tarjota tietoa siitä, mitä Joensuun alueella voisi ja kannattaisi tehdä sekä listata sopivia vierailukohteita. Majoituksen päättyessä olisi hyvä kertoa asiakkaalle esimerkiksi siitä, että viimeiset likaiset astiat huoneistossa voi jättää hotellin huolehdittavaksi. Lisäksi asiakkaalle

on hyvä tuoda esille palautteen antamisen tärkeys huoneistohotellin kehittämässä ja kehottaa näin antamaan palautetta majoituksesta.

Lietsun arvoihin kuuluva vastuullisuus näkyisi myös huoneistokansiossa siten, että kansioon on suunniteltu osio, jossa kerrotaan yksinkertaisia ohjeita vähentää veden ja energian kulutusta. Esimerkiksi vettä voi säästää suihkussa sulkemalla hanan saippuoinnin ajaksi ja energiaa säästyy, kun sammuttaa valot huoneistosta poistuessa. Lisäksi osiossa olisi muistutus ikkunoiden avaamisesta ja sulkemisesta, sillä esimerkiksi talvella ikkunat avatessa patterit sammuvat automaattisesti, joten on todella tärkeää muistaa sulkea ikkunat, ettei huoneisto kylmene. Samoin kesällä ikkunoiden avaamista kehoitetaan välttämään, sillä huoneistoissa on ilmastointi ja ikkunoiden ollessa auki tuuletus menee hukkaan.

Kansion ulkoasun sekä sisällön on tarkoitus tuoda esille Lietsun neljä arvoa, jotka ovat *omaleimaisuus*, *vastuullisuus*, *vieraanvaraisuus* ja *paikallisuus*. Omaleimaisuus näkyisi kansion värimaailmassa sekä tekstissä, joka olisi kirjoitettu karjalan murteella. Vastuullisuus tulisi mahdollisesti esiin kansion materiaalissa, joka voisi olla esimerkiksi puumateriaalista. Lietsun paikallisuutta pyrittäisiin tuomaan esille niin, että kansiossa olisi oma osuus, jossa kerrotaisiin, mitkä Lietsun tarjoamista palveluista ja tuotteista ovat paikallisia ja mistä ne ovat peräisin. Kansiossa mainittavista Lietsun palveluista majoittujille kävisi ilmi Lietsun karjalainen vieraanvaraisuus.

## 10.2 Ohjekylttien sisältö

Ohjekylttejä tulee Lietsun tiloissa seinille, ja niiden tehtävänä on informoida majoittujia tärkeistä tiedoista hotellissa, kuten sisäänkäyntien yhteyteen tulevien ovikoodilaitteiden toimintaohjeet. Rakennuksen molempien sisäänkäyntien yhteyteen asennetaan ovikoodilaitteet, joiden viereen tulee ohjeet, miten oven saa Lietsun antamalla koodilla auki silloin, kun rakennuksen ovet lukitaan. Ohjeissa myös kerrotaan selkeästi, että laite koskee vain Lietsun asiakkaita, sillä raken-

nuksessa toimii myös esimerkiksi kuntosali EasyFit Joensuu. Rakennuksen sisäänkäynteihin tulee myös esille Lietsun mainoskyltit, joissa kerrotaan hotellin vastaanoton sijaitsevan viidennessä kerroksessa (kuva 4).



Kuva 4. Lietsun kyltti sisäänkäynnin ovesa (Kuva: Elina Laiho).

Hotellin vastaanottotiskille tulee esille vastaanoton ja keittiön aukioloajat, joko pöydän päälle asetettuna tai mahdollisesti pöydän sivuun etupuolelle. Hotellin aulatilassa sijaitsee myös Lietsun aamiaiskeittiö ja tupa, joka on tarkoitettu ruokailuun sekä vapaaseen oleskeluun. Keittiön tarjoilupöytiin tulee kahvikone, joka on tarkoitettu kaikkien vapaaseen käyttöön. Kahvikoneen paikka näkyy kuvassa 5 keittiön nurkkauksessa. Kahvikoneesta tulee pöydän viereiselle seinälle kyltti, jossa ilmaistaan kahvikoneen vapaa käyttö. Kylttiin tuleva teksti voisi olla esimerkiksi tällainen: ”Rentoudu kahvin äärellä Lietsun tuvassa.” tai ”Ota kahvia kahvikoneesta ja nauti Lietsun tunnelmasta.” Kahvikoneen vapaa käyttö tuo esille Lietsun arvoihin kuuluvan vieraanvaraisuuden.



Kuva 5. Kahvikoneen paikka nurkkauksessa (Kuva: Elina Laiho).

Huoneiston keittiössä on roskakaappi, jossa on kolme roska-astiaa. Astiat ovat tarkoitettu biojätteelle, muovijätteelle sekä poltettavalle jätteelle. Kaapin oven sisäpuolelle tulee ohje, jossa kerrotaan, mihin astiaan kuuluvat mitkäkin roskat roskapussien värien perusteella. Keittiön työtasojen sivussa voisi mahdollisesti olla muovitaskussa ohjeet keittiön kodinkoneiden käyttöön. Kylpyhuoneeseen tulee seinälle ohjetaulu, jossa kerrotaan lyhyesti muun muassa pyykinpesukoneen suositeltavasta pesuohjelmasta sekä kehoitus ennen suihkuun menoa kääntää keittiön liedon yltä ilmanvaihto tietyille tasolle, jottei palohälytys mene päälle vesihöyryn takia.

Ulkomaisille majoittujille tulee saunan pukuhuoneeseen englanninkieliset ohjeet, joissa kerrotaan miten saunakokemuksesta voi saada mahdollisimman paljon irti. Ohjeissa mainitaan muun muassa peflettien käytöstä ja niiden hygieenisestä merkityksestä sekä kerrotaan kuinka suomalaiset saunovat yleensä alasti, mutta että saunaan voi mennä myös pyyhe päällä.

## 11 Jatkotutkimus- ja kehittämisideat

Opinnäytetyöni pohjalta voisi suunnitella mallin, jota Huoneistohotelli Lietsun kaltaiset yritykset voisivat hyödyntää omassa toiminnassaan. Opinnäytetyöni avulla

syntyneelle huoneistokansiolle voisi suunnitella siis mallipohjan, jota voisi soveltaa useammassakin hotelleissa. Työni pohjalta voisi tehdä jatkotutkimuksena esimerkiksi palautekyselyn, jossa Huoneistohotelli Lietsun asiakkailta kerättäisiin mielipiteitä ohjeiden tarpeellisuudesta sekä niiden mahdollisista puutteista ja kehitystarpeista. Tämän lisäksi voisi myös tutkia laajemmin, miten Suomen eri hotelleissa käytetään huoneistokansioita ja vertailla, miten ne mahdollisesti eroavat toisistaan. Tällaisen työn toteuttamiseen kannattaisi harkita haastatteluja tai kyselyjä ja tiedustella hotelleilta itse kansioden näkemistä ja tarkastelua.

Opinnäytetyöni pohjalta voisi myös suunnitella asiakkaalle suunnattavan videoanimaation hotellin niin sanotuista käyttöohjeista, joka voisi sisältää muun muassa turvallisuuden hotellissa, saapumisen hotelliin ja ohjeita huoneistossa majoittumiseen sekä sieltä poistumiseen. Tämän voisi mahdollisesti toteuttaa yhdessä media-alan opiskelijoiden kanssa.

## 12 Pohdinta

Koska Huoneistohotelli Lietsu avataan 6. joulukuuta 2019, kaikkia kertomiani huoneistokansion ja ohjekylttien sisältöjä ei välttämättä ole otettu vielä käyttöön eikä siis ole varmaa käytetäänkö kaikkia ehdotuksiani. Tuloksissa kertomiani ehdotuksia ei välttämättä oteta käyttöön heti hotellin avautuessa vaan toimeksiantajani Maria Saastamoinen ja Helena Puhakka-Tarvainen arvioivat itse onko ehdottamani asiat Lietsuun soveltuvia ja tarvitaanko niitä heti vai toteutetaanko niitä myöhemmin. Tulosteni perusteella Lietsu sai sisällön, jonka pohjalta hotellin on mahdollista sisällyttää haluamansa osat asiakkailleen kohdistettuun viestintään.

Palaverit toimeksiantajan Maria Saastamoisen kanssa olivat erittäin hyödyllisiä opinnäytetyöni toteuttamista varten, sillä oli helppoa kysyä esimerkiksi tarkennuksia Lietsun suunnitelmista, kuten minkälaiset pyykinpesukoneet ja WC-tilat ovat tulossa hotelliin. Vierailin opinnäytetyötä varten Lietsussa muutaman kerran ja molemmilla kerroilla otin luvallisesti kuvia opinnäytetyötäni varten. Kuvien avulla halusin selventää ja tuoda esille muutamien ohjekylttien sijainteja sekä hotellin

julkisia tiloja. Toteutuksessa olisi voinut olla hyödyllistä ottaa yhteyttä muihin Joensuun seudun majoitusyrityksiin ja tiedustella, minkälaisia hotellikansioita heillä on ja niiden avulla suunnitella Huoneistohotelli Lietsuun sopiva kansio.

Opinnäytetyön toteutusvaihe oli sopivalla tavalla haasteellinen sekä pohdintaa vaativa. Toimeksiantajan kanssa käydyissä palavereissa syntyneitä ideoita täytyi pohtia tarkemmin itsekseen ja kehitellä niistä toteutuskelpoisia. Yksi esimerkki tällaisesta ideasta on hotellin WiFi-yhteyden ohje, joka kuuluu huoneistokansion sisältöön. Huoneistokansiossa WiFi:n ohjeessa käytetään WiFi:n helposti tunnistettavaa logoa.

Opinnäytetyöni toimeksiantosopimukseen kirjattiin, että työn edetessä tarkastelomme toimeksiantajan kanssa, onko työssä jotakin sellaista sisältöä, joka tulisi salata. Toimeksiantaja päätyi siihen, että tekemääni listaa Lietsun asiakkaille viestittävästä asioista ei tarvitse salata, joten se on opinnäytetyöni liitteenä. Kun opinnäytetyöni luotettavuutta tarkastellaan, voidaan nähdä, että olen käyttänyt lähteinä kirja- ja verkkolähteitä. Lähteeni ovat myös melko uusia, sillä vanhin lähteeni on vuonna 2009 julkaistu kirja.

Opinnäytetyön toteutukseen tarvittavan aineiston hankinta oli alussa hieman haasteellista, sillä oli vaikeaa löytää oikeanlaista ja aiheeseeni sopivaa kirjallisuutta. Lisäksi oli tärkeää pohtia ovatko kirjallisuuslähteeni luotettavia ja tarpeeksi uusia, jotta niiden sisältämä tieto olisi ajan tasalla. Nettilähteiden käytössä tuli olla hyvin tarkka, että sivusto, jolta tietoa kerää on asiallisen ja luotettavan oloinen. En käyttänyt aineiston hankinnassa blogeja, sillä koin, että ne eivät välttämättä sisällä luotettavaa tietoa. Tästä esimerkkinä blogi, jossa käsiteltiin huoneistohotelliä käsitettä ja sen merkitystä. En kokenut, että se on luotettavin ja sopivin lähde opinnäytetyöhön, joten etsin toisen mielestäni sopivamman lähteen.

Loppujen lopuksi löysin hyvin ja tarpeeksi aineistoa, joka auttoi työn etenemistä. Huoneistohotelleista oli hiukan vaikeampaa löytää tietoa varsinkaan suomen kielellä, mutta löysin kuitenkin itselleni tarpeeksi materiaalia. Aineiston pohjalta sain uusia ideoita esimerkiksi huoneistokansion sisältöön, ja siihen, miten tiedot kansiossa voisi esittää.

Oppimisprosessi tätä opinnäytetyötä tehdessä on mielestäni ollut todella positiivinen, sillä olen oppinut työtä tehdessä, miten paljon se vaatii itseltä. Opinnäytetyön tekeminen on vaatinut hyvää keskittymiskykyä, jotta asiat, jotka ovat omissa ajatuksissa selkeänä, saisi kirjoitettua niin, että lukijakin ymmärtää asian varmasti. Opinnäytetyötä tehdessä minulle selkeni se, että olen hyvä tuottamaan tekstiä. Omassa prosessissa olen hieman pettynyt työni edistymiseen. Oma työprosessiani hidasti välillä keskittymisen puute, johon olisin voinut vaikuttaa paremmin. Näin jälkeempäin ajateltuna olisin voinut tehdä työtä tehokkaamminkin ja esimerkiksi asettaa itselleni omia välitavoitteita, jolloin opinnäytetyöprosessi olisi ollut ehkä parempi.

Toivon, että toimeksiantajani on tyytyväinen työni lopputulokseen. Uskoisin, että työstäni on ollut hyötyä Huoneistohotelli Lietsulle, sillä opinnäytetyöprosessin aikana tapaamisissa toimeksiantajien kanssa sain sen kuvan, että heillä on itselläänkin paljon Lietsuun liittyviä asioita hoidettavana. Tämän vuoksi koen, että olen auttanut Lietsun asiakasviestinnän suunnitteluprosessia.



## Lähteet

- Airaksinen, R. 2019. Esteettömyydestä ja saavutettavuudesta viestiminen huoneistohotelli Lietsussa. Karelia-ammattikorkeakoulu. Matkailun koulutusohjelma. Opinnäytetyö.  
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2019112522327>. 2.12.2019.
- A Space in the City. 2019. What Is An Aparthotel?  
<https://www.aspaceinthecity.co.uk/news/what-is-an-aparthotel/>. 8.10.2019.
- Bosworth, P. 2016. The Power of Good Communication in the Workplace. Leadership Choice.  
<https://leadershipchoice.com/power-good-communication-workplace/>. 15.8.2019.
- Citybase Apartments. 2019. Why book a serviced apartment.  
<https://www.citybaseapartments.com/why-book-a-serviced-apartment>. 3.10.2019.
- Eronen, M. 2019. Huoneistohotelli Lietsun avajaistapahtumien suunnittelu. Karelia-ammattikorkeakoulu. Matkailun koulutusohjelma. Opinnäytetyö.  
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2019121025712>. 5.12.2019.
- Huoneistohotelli Gella Oy. 2019. Huoneistot.  
<https://www.huoneistohotelli.com/huoneistot/>. 3.10.2019.
- Huoneistohotelli Villa Aino. 2019. <https://www.huoneistohotelli.fi/>. 3.10.2019.
- Kortesuo, K., Patjas, L-M. & Seppänen, L. 2016. Pillillä vai pasuunalla? Viestinnän käsikirja yrittäjille. Helsinki: Suomen Yrittäjien Sypoint Oy.
- Kulttuuria kaikille. 2019a. Sosiaalinen saavutettavuus.  
[http://www.kulttuuriakaikille.fi/saavutettavuus\\_mita\\_on\\_saavutettavuus\\_sosiaalinen\\_saavutettavuus](http://www.kulttuuriakaikille.fi/saavutettavuus_mita_on_saavutettavuus_sosiaalinen_saavutettavuus). 12.9.2019.
- Kulttuuria kaikille. 2019b. Viestinnän saavutettavuus. 12.9.2019.  
[http://www.kulttuuriakaikille.fi/saavutettavuus\\_mita\\_on\\_saavutettavuus\\_viestinnan\\_saavutettavuus](http://www.kulttuuriakaikille.fi/saavutettavuus_mita_on_saavutettavuus_viestinnan_saavutettavuus). 12.9.2019.
- Laitinen, T. 2019. Joensuun vanhaan Postitaloon tulee huoneistohotelli. Yle.  
<https://yle.fi/uutiset/3-10667940>. 10.9.2019.
- Lietsu Boutique Aparthotel. 2019a. Medialle. <https://www.lietsuhotel.fi/medialle/>. 13.9.2019.
- Lietsu Boutique Aparthotel. 2019b. <https://www.lietsuhotel.fi/#/booking/search>. 9.12.2019.
- Parviainen, T. 2018. Paremmiin sanottu kuin tehty. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.
- Pesola, K. 2009. Esteettömyysopas: mitä, miksi, miten. Helsinki: TyyliPaino Oy.
- Piha, K. 2014. Sisäinen viestintä – käärmettä pyssyyn? SlideShare.  
<https://www.slideshare.net/EllunKanat/kirsi-piha-sisinen-viestint-krmett-pyssyyn>. 19.6.2019.
- Puhakka-Tarvainen, H. 2019. Opinnäytetyöstä.  
[elina.laiho@edu.karelia.fi](mailto:elina.laiho@edu.karelia.fi). 15.12.2019.
- Rakennustietosäätiö RTS. 2011. Esteetön rakennus ja ympäristö: turvallinen toimia ja liikkua: suunnitteluopas. Helsinki: Rakennustieto Oy.
- Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.

## **Suunnitelma viestinnästä**

### **Ulko-ovi/aula/vastaanotto/aamiaiskeittiö**

Ulko-ovessa Lietsun logo näkyvillä ja selkeästi vastaanoton sijainti 5. kerroksessa, oven vieressä ovikoodilaite ja yläpuolella lyhyt ohjeistus käyttöön

Kyltti osoittamassa aamiaiskeittiöön (katosta roikkuva kyltti, maassa oleva ständi)

vastaanoton ja keittiön aukioloajat vastaanottotiskillä (pöydän sivussa etupuolella), esteettömyys huomioiden esim. kontrastit, korkeus

aamiaiskeittiön kahvikone kaikkien käytössä kyltti vieressä seinällä (nauti kahvista/rentoudu kahvin äärellä, vapaasti)

hotellin esteettömyydestä (lisäksi hotellin nettisivuilla)

ohjeissa ja huoneistokansiossa tuodaan esille hotellin vieraanvaraisuutta, paikallisuutta, omaleimaisuutta ja vastuullisuutta, ns. omalla kielellä (murre), väri-maailma

esitteitä, joissa hotellin työntekijät kertovat omista suosikkikohteistaan Joensuussa (voisi olla vaihtoehtoisesti huoneistokansiossa) vapaa-aikana viihdyn mieluiten Joensuussa..., paras paikka Joensuussa on...

induktiosilmukasta (kuuntelun apuväline, kuuluvuuden parantaja, kuulokojeen käyttäjille)

saunan sijainti

### **Käytävät**

hissin sijainti nettisivuilla (hotellin arvoista lyhyesti)

käytävän seinällä huoneiden numerot molemmin puolin (esim 411-419 ja toisella puolella 421-429)

(esteettömyydestä, miten ihmisten erilaiset tarpeet on pyritty ottamaan huomioon hotellin tiloissa netissä)

### **Huoneen eteinen**

huoneistokansio, joka sisältää yleisiä ohjeita huoneistossa majoittumiseen, samoja kuin hotellin nettisivuilla asiakkaan profiilissa, kerrotaan mm. huoneen siivousta ei tehdä joka päivä, mitkä hotellin tarjoamat palvelut ja tuotteet ovat paikallisia omalla sivulla, miten saada yhteys vastaanottoon huoneesta käsin

vastaanoton puhelinnumero kansion alussa, ei pakko tiskata lähtiessä, ilmastointi päällä → patterit automaattisesti sammuvat, tuuletus kesällä → älä avaa ikkunoita

kehotus/pyyntö antaa palautetta vierailun jälkeen hotellin nettisivuilla/ varaussivustolla

WiFi:n tunnus (ei ole salasanaa) huoneistokansiossa alussa kuten vastaanoton puhelinnumero, melko isolla, jotta sen huomaa kansion sivulla

## **Kylpyhuone**

ohjetaulu, jossa ohjeita pyykinpesukoneen käyttöön, suositeltava pesuohjelma (säästöohjelmasta, jolla pienentää veden kulutusta) 40 astetta, lyhytkestoinen, vedenkulutus

hiusten kuivaamisesta, huomio, että suihkussa käynnin ajaksi suositellaan laittamaan keittiöstä liedon yltä ilmanvaihto tietyille tasolle, jottei palohälytys mene vahingossa päälle vesihöyrystä (suihkuun mennessäsi laitathan ilmanvaihdon liedon yltä tasolle... jotta palohälytys mene päälle)

lavuaarin lähellä kyltti, jossa olisi esim. vesipisaran kuva ja ohjeita vedenkäyttöön liittyen, miten käyttää vettä säästeliäästi (älä jätä hanaa auki hampaita pestessä, suihkussa käydessä sulje hana saippuoinnin ajaksi)

## **Keittiö**

Ilmanvaihdon ohje liedon lähellä, astianpesukoneen tiskiainepullo, jossa kerrotaan sopiva määrä, ohjeet keittiön kodinkoneisiin työtason sivussa taskussa

astianpesukoneen suositeltava ohjelma asiakkaille, kehotus pestä täysiä koneellisia tai käyttää säästö- ja vajaatäyttöohjelmia (pikaohjelma 30 min, 40°C, vedenkulutus 10 litraa, P5 s. 13)

maininta käsin tiskaamisen veden kulutuksesta verrattuna konetiskaukseen, poista koneessa pestävistä astioista karkeat ruoan jäämät ennen koneeseen laittamista (säästää vettä ja energiaa)

roskiksessa eri jätteille eri väriset roskapussit, roskiksen ovesa sisäpuolella kerrottuna värikoodien merkitys, biojäte, muovijäte, poltettava jäte

jätteiden lajittelun tärkeydestä huoneistokansiossa

## **Sängyn ympäristö**

ETEISESSÄ PÄÄKYTKIMEN LÄHELLÄ esim. lampun kuva, joka kertoisi sähkön/energian säästämistä, kuvan perässä voisi olla lyhyt vinkki, miten valojen

käyttö olisi vähemmän energiaa kuluttavaa, enemmän tietoa löytyisi asiakkaan profiilista hotellin nettisivuilta

HUONEISTOKANSIOSSA olisi huomautus ikkunoiden avaamisesta ja sulkemisesta, jotta lämpöä ei menisi hukkaan kylmillä ilmoilla, enemmän tietoa löytyisi asiakkaan profiilista hotellin nettisivuilta

## Saunatilat

Saunan käytöstä ohjeet ulkomaalaisille englanniksi, varapyyhkeistä kerrotaan, että voi ottaa käyttöön, jos esim unohti oman pyyhkeen huoneeseen, peflettien käytöstä lyhyt ohje (käytähän peflettiä, jotta hygienia säilyy tms.)

## Tiedot jaettu huoneistokansioon ja muihin tiloihin

### HUONEISTOKANSIOSSA

Kansion sivuilla voisi olla eri osiot, joiden mukaan tiedot järjestettäisiin esim: **saapuessa/majoituessa** → tärkeät perustiedot alussa vierailun aikana ym., **vierailun aikana** → mitä Joensuussa voisi/kannattaisi tehdä ja kokea, **lähtiessä/majoituksen päättyessä** → pyyntö antaa palautetta majoituskokemuksesta, tiskit voi jättää ym.

alkuun Lietsun saateteksti, jossa toivotetaan tervetulleeksi hotelliin ja Joensuuhun

omaleimaisuus, vastuullisuus ja vieraanvaraisuus tuotaisiin esille kansion materiaalissa? väreissä, tekstissä (ns. omalla kielellä)

hotellin paikallisuudesta ja vastuullisuudesta, miten hotelli pyrkii toimimaan vastuullisesti ja miten paikallisuus näkyy palveluissa ja tuotteissa (omaleimaisuus ja vieraanvaraisuus näkyy asiakaspalvelussa ja hotellin sisustuksessa)

esteettömyydestä, miten ihmisten erilaiset tarpeet on pyritty ottamaan huomioon hotellin tiloissa

miten saada yhteys vastaanottoon huoneesta käsin vastaanoton puhelinnumero kansion ensimmäisellä sivulla, jossa muitakin yleistietoja, riittävän isolla fontilla, jotta se ei huku muun tekstin sekaan

WiFi:n tunnus (ei ole salasanaa) huoneistokansiossa alussa (WiFi:n logo) riittävän isolla fontilla, jotta se ei huku muun tekstin sekaan

miten hotelliin pääsee sisään vastaanoton ollessa suljettuna, ovikoodilla

liikenneyhteyksistä Joensuussa ja Pohjois-Karjalan alueella, esim. miten pääsee Joensuusta vaikka Kolille

induktiosilmukasta, vastaanoton pöydässä, ei rakenteissa (kuuntelun apuväline, kuuluvuuden parantaja, kuulokojeen käyttäjille)

saunasta ja sen sijainnista hotellissa (viidennessä kerroksessa)  
aamiaisesta ja iltapalasta (missä, minkä hintainen)  
huoneiston siivousta ei tehdä joka päivä

hotellista kirjautuessa ulos tiskejä ei tarvitse tiskata itse (jätä tiskit meidän huoleksemme/ voit jättää ne meidän hoidettavaksi)

kun ilmastointi on päällä → patterit sammuvat automaattisesti

tuuletus kesällä → älä avaa ikkunoita, kun ilmastointi on päällä, sillä se menee silloin hukkaan

hiusten kuivaamisesta, huomio, että suihkussa käynnin ajaksi suositellaan laittamaan keittiöstä lieden yltä ilmanvaihto tietylle tasolle, jottei palohälytys mene vahingossa päälle vesihöyrystä

tiski- ja pyykinpesukoneiden pesuaineista (missä ne ovat)

vesipisaran kuva ja ohjeita vedenkäyttöön liittyen, miten käyttää vettä säästeliäästi (älä jätä hanaa auki hampaita pestessä, suihkussa käydessä sulje hana saippuoinnin ajaksi)

mitä vaikutuksia veden säästöllä on ympäristöön: esim. veden pumppaamiseen käytettävän energian määrä pienenee, säästämällä lämmintä vettä energian kulutus vähenee

kerrotaan, että ohjeet keittiön kodinkoneisiin löytyvät työtason sivussa taskussa jätteiden lajittelun tärkeydestä

energian kuluttamisen vähentämiskeinoja esim. valojen sammuttaminen, kun lähtee huoneesta

huomautus ikkunoiden avaamisesta ja sulkemisesta, jotta lämpöä ei menisi hukkaan kylmillä ilmoilla

### **Kansion lopussa**

mitkä hotellin tarjoamat palvelut ja tuotteet ovat paikallisia ja mistä ne tarkalleen ovat

hotellin työntekijät kertovat omista suosikkikohteistaan Joensuussa, vapaa-aikana viihtymisen mieluista Joensuussa..., paras paikka Joensuussa on... (vieressä voisi olla kartta, jossa sijainti Lietsuun nähden)

Joensuun historiasta, jokin tarina karjalaisuuteen liittyen, paikallisten kertomia mielenkiintoisia puolia Joensuusta tai Pohjois-Karjalasta yleensä (esim. pyytää ihmisiä kertomaan niitä somekanavien kautta)

kehotus/pyyntö antaa palautetta vierailun jälkeen hotellin nettisivuilla/ varaussivustolla

pyyntö kertoa vierailusta muillekin (kerrothan kokemuksistasi ja meistä muillekin)

## **HUONEISTON SEINILLÄ/ PÖYTÄTASOILLA PIENIÄ STÄNDEJÄ?**

(keittiön roskis, ovi avataan sivulle ja roska-astia vaunu vedetään ulos, kolme roska-astiaa, joista yksi 21 litran ja kaksi 10 litran)

roskiskaapin oven sisäpuolelle tarra, jossa kerrotaan roskapussien värikoodit (biojäte, muovijäte, poltettava jäte)

keittiön työtasojen sivussa olisi muovitaskussa? kodinkoneiden käyttöohjeet

ohjetaulu seinällä kylpyhuoneen mukaan pesukoneen yläpuolella tai oven vastaisella seinällä

**sisältö:** ohjeita pyykinpesukoneen käyttöön, suositeltava pesuohjelma, pyyhkeistä, hiusten kuivaamisesta, huomio, että suihkussa käynnin ajaksi suositellaan laittamaan keittiöstä lieden yltä ilmanvaihto tietylle tasolle, jottei palohälytys mene vahingossa päälle vesihöyryn takia (käännä ilmanvaihto korkealle tasolle)

### ***(En tiedä tarvitseeko tätä alla olevaa laittaa huoneistokansioon)***

pesukoneeseen merkittynä säästöohjelma, jolla pienentää veden kulutusta, suositellun ohjelman ja säästöohjelman voi tallentaa koneeseen: suosikkipesu 1 & suosikkipesu 2

ohjelmien perusasetuksia voi kuitenkin muuttaa esim. EKO käsittely vähemmän vettä tai AIKA käsittely lyhyempi aika, ohjelmien esiasetettua pesulämpötilaa voi muuttaa (pesukoneen ohje sivu 29)

*Usein toistuva tai jatkuva pesu alhaisissa lämpötiloissa nestemäisillä pesuaineilla saattaa johtaa bakteerien kehittymiseen, joka aiheuttaa hajun pyykinpe-*

*sukoneessa. Suosittelemme tämän estämiseen automaattipuhdistuksen (Steril-Tub) ohjelman käyttämistä silloin tällöin (katso kappale PESU / lisätoimintojen valitseminen) (ohjeista sivu 43)*

lavuaarin lähellä kyltti, kylpyhuoneen lavuaarin tasolle voisi laittaa pienen ständin, jossa olisi esim. vesipisaran kuva ja ohjeita vedenkäyttöön liittyen, miten käyttää vettä säästeliäästi (älä jätä hanaa auki hampaita pestessä, suihkussa käydessä sulje hana saippuoinnin ajaksi)

## SAUNATILAT

Saunan käytöstä ohjeet ulkomaalaisille englanniksi,

saunaan mennessä ota mukaan kertakäyttö pefletti hygieenisistä syistä (käytähän peflettiä, jotta hygienia säilyy tms.)

vaikka suomalaiset saunovat yleensä alasti saunaan voi yhtä hyvin mennä myös pyyhe päällä

istu lauteille ja rentoudu saunan lämmössä, anna mielesi levätä

halutessasi voit heittää löylyä saunakiulusta kiukaalle (ei kannata heittää paljoa, jos ei pidä kuumuudesta)

saunasta voi ja kannattaakin käydä vilvoittelemassa ulkopuolella tai käydä suihkussa

voit ottaa saunan pukuhuoneesta pyyhkeen itsellesi saunaan, jos unohdit ottaa mukaan pyyhkeen huoneistostasi

## Lähteet

Verto. 2016. Veden säästäminen on helppoa!

<https://www.verto.fi/fi/palvelut-ja-tuotteet/tietoa-vedenkulutuksesta/ohjeita-jarkevaan-vedenkayttoon/>. 6.9.2019.

Kuluttajaliitto. 2019. Vastuullinen vedenkulutus.

<https://www.kuluttajaliitto.fi/tietopankki/vastuullinenkuluttaminen/sahko-vesi-lampo-ja-vastuullinen-kuluttaminen/vedenkulutus/>. 6.9.2019.