



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
VASA YRKESHÖGSKOLA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Elina Maarit Alho

PERHEMATKAN TUOTEKEHITYS

SATUMAINEN MATKA SAKSAAN

Liiketalous ja matkailu
2011

VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU

Matkailun koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Tekijä	Elina Maarit Alho
Opinnäytetyön nimi	Perhematkan tuotekehitys – Satumainen matka Saksaan
Vuosi	2011
Kieli	suomi
Sivumäärä	51+6 liitettä
Ohjaaja	Thomas Sabel

Työn tavoitteena oli kehittää valmismatka saksalaisesta matkailureitistä suomalaiselle tilausliikenneyritykselle sekä löytää elementit tehokkaaseen matkasuunnitteluun. Kehitettävän matkapaketin pohjana käytettiin Deutsche Märchen Straßematkailureittiä, joka kulkee Keski- ja Pohjois-Saksassa Grimmin veljesten satujen hengessä. Asiakassegmentti on lapsiperheet, joissa on kouluikäisiä lapsia.

Kehitystyön pohjana on tutkittu olemassa olevaa teoriatietoa elämyksen luomisesta, matkapaketin suunnittelusta, kohdealueen faktoja, kokemusta lasten kanssa matkustamisesta sekä haastateltu mahdollisia asiakassegmenttiin kuuluvia perheitä ja alan ammattilaisia.

Työn ensimmäinen vaihe koostuu teoriaosuudesta, jonka jälkeen on tehty asiakashaastatteluita sekä niiden pohjalta suunniteltu suomalaisille sopiva matkapaketti teeman mukaan. Reittisuunnitelman jälkeen on haastateltu alan ammattilaisia reitin potentiaalista, jonka jälkeen matkapaketti on viimeistely. Tuotekehitystyön jälkeen on luotu lomake, jonka avulla vastuullisena matkanjärjestäjänä toimiva tilausliikenneyritys voi luoda matkapaketteja tehokkaasti. Opinnäytetyön puitteissa matkaa ei järjestetä.

Asiantuntijoiden mukaan kehitetystä matkapaketista olisi potentiaalia valmismatkaksi, joten tutkimusta voidaan pitää siltä osin luotettavana. Jatkokehitystä varten tulisi haastatella asiakassegmenttiin todellisuudessa kuuluvia henkilöitä.

Asiasanat perhematkailu, Saksa, linja-automatkailu, tuotekehitys, valmismatka

VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Matkailun koulutusohjelma

ABSTRACT

Author	Elina Maarit Alho
Title	Development of Family Tour- Fairy Tale Tour in Germany
Year	2011
Language	Finnish
Pages	51+6 Appendices
Name of Supervisor	Thomas Sabel

The aim of the thesis to develop a family tour is based on German travel road Deutsche Märchen Straße. The travel concept is tailored for a Finnish charter bus company and for family travellers' needs. The German Fairy Tale Route starts from Hanau and goes via Kassel to Bremen in the spirit of the Grimm Brothers' life and stories.

The project consists of theory about creating experiences and planning package tours target information about Germany and Nord Hessen and experience of travelling with children. Three customer interviews were conducted to get information about customer needs to develop packages tours.-The development project resulted in elements which make tour operation effective.

Two travel experts have been interviewed about the potential of the developed project. They thought that there are right elements in this tour and the idea of the tour is unique. The research is reliable in most parts but it would also need opinions from families which are really interested in bus tourism.

Keywords	family tour, product development, bus travel, group travel, Germany
----------	---

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TARVEANALYYSI	7
3	MATKAILU TUOTTEENA	8
	3.1 Elämys.....	8
	3.2 Yleinen valmismatkamalli	10
	3.3 Seuramatkat.....	11
	3.4 Matkailu tilastoina	12
4	PERHEMATKAILU	13
	4.1 Lapsiperhe kuluttajana	14
	4.2 Lapsiperhe matkailijana	15
5	SATUMAINEN MATKAILUREITTI.....	19
	5.1 Tuote-esittely	19
	5.2 Grimmin veljekset.....	20
	5.3 Aluetuntemus	21
	5.3.1 Saksa	21
	5.3.2 Hampuri.....	22
	5.3.3 Kassel	22
	5.3.4 Sababurg.....	23
	5.3.5 Hann Munden.....	23
	5.3.6 Holzminden	23
	5.3.7 Hameln	24
	5.3.8 Bremen	24
6	SATUMAINEN BUSSIMATKA.....	25
	6.1 Palvelukonsepti	27
	6.2 Palveluprosessi.....	27
	6.2.1 Kehitetty tuote	28
	6.2.2 Kuljetus- ja majoituspalvelut	32
	6.2.3 Lisäpalvelut	34
	6.3 Blueprint	34
	6.3.1 Blueprintin testaus.....	35

6.4 SWOT	37
7 KEHITTÄMISTOIMIEN TULOSTEN KUVAUS	40
7.1 Jatkokehitysvalmius	40
7.2 Luotettavuus	41
7.3 Johtopäätökset	42
LÄHTEET	48
LIITE 1	52
LIITE 2	54
LIITE 3	56
LIITE 4	57
LIITE 5	59
LIITE 6	68

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on kehittää saksalaisesta matkailureitistä suomalaisen tilausliikenneyrityksen ja vastuullisen matkanjärjestäjän tarpeisiin soveltuvan valmismatka. Työn pohjana on saksalainen matkailureitti Deutsche Märchen Straße, joka vie matkailijat Saksan halki Grimmin satujen hengessä. Tavoite on kehittää tuotetta täyttämään mahdollisimman hyvin elämyksen edellytykset sellaisten elementtien kautta, joita voidaan myöhemmin soveltaa yleisesti tilausliikenneyrityksien järjestämiin ryhmämatkoihin. Tällaisia elementtejä ovat majoitus, kuljetus ja lisäpalvelut, joiden pohjana ovat tarkka suunnittelu ja hyvät yhteistyökumppanit. Matkaa ei tämän opinnäytetyön puitteissa järjestetä.

Suurimpana ongelmana tilausliikenneyritysten kannalta näen ihmisten ajatusmaailman, jossa kaiken pitää tapahtua nopeasti, helposti ja edullisesti. Helppoa matkailua ei yleensä yhdistetä linja-automatkailuun, joka mielletään hitaaksi, pitkäkeiseksi, puuduttavaksi sekä kalliiksi. Tuotteen tulee olla niin houkutteleva, että mahdolliset negatiiviset mielikuvat jäävät toisarvoisiksi.

Tutkiessani eri valmismatkoja tarjoavien tilausliikenneyritysten valikoimaa huomasin, että perhematkoja ei juuri ole tarjolla. Usein linja-automatkailu mielletään eläkeläisille sopivaksi, mutta siinä on myös potentiaalia tarjota matkailuelämyksiä perheille.

Kehitystyön pohjana olen tutkinut olemassa olevaa teoretietoa, kuten elämyksen syntymistä, matkapaketin suunnittelua, kohdealueen tietoja ja kokemusta lapsen kanssa matkustamisesta. Lisäksi olen haastatellut mahdollisia asiakassegmenttiin kuuluvia asiakkaita sekä alan ammattilaisia.

2 TARVEANALYYSI

Tämä opinnäytetyö pyrkii löytämään ne elementit, joiden kautta tilausliikenneyritykset voivat suunnitella monipuolisia matkoja erilaisille kohderyhmille. Tilausliikenneyritykset järjestävät oman tuotantonsa lisäksi usein myös ryhmille tilauksesta suunniteltuja matkoja. Jotta tällaisia ryhmämatkoja olisi helppo suunnitella ja toteuttaa nopeassakin aikataulussa, on oltava selkeä suunnitelma, joka on tärkein osa-alue onnistuneen matkan järjestämisessä.

Tutkimusongelmana on löytää elementit, joita käyttämällä voidaan helposti luoda erilaisia pakettimatkoja, erilaisten ihmisten tarpeisiin, mahdollisimman pienellä vaivalla ja riskillä. Tässä työssä pääosassa on lapsiperheille sopiva matkapaketti, jonka jälkikehityksenä halutaan löytää elementit toimivaan matkasuunnitteluun.

Kehitettävän tuotteen pohjana on Saksan valtion kehittämä matkailureitti, joka vastaa omatoimimatkailijoiden tarpeita, jotka haluavat tutustua teeman kautta maan pohjoisosaan. Tämä reittisuunnitelma on hyvä lähtökohta, mutta siitä haluttiin kehittää tilausliikenneyrityksen ja vastuullisen matkanjärjestäjän tarpeita vastaava tuote, jota he voivat tarjota asiakkailleen.

Tulevaisuuden matkailu tulee keskittymään entistä enemmän kestävään kehitykseen, monimuotoisuuteen ja hyvään palveluun. Nämä ovat myös asioita, joita hyvä linja-automatka voi tarjota ihmisille.

3 MATKAILU TUOTTEENA

Matkailutuote on aineeton palvelutuote, eli sitä tuotetaan ja kulutetaan samanlaisesti, eikä sitä voi toistaa samanlaisena uudestaan. Osittain matkailutuote voi olla myös aineellinen, kuten ruokailut tai matkamunistot. Palvelun kokemisen erillaisuuden lisäksi ominaista on, että kysyntä ja tarjonta eivät kohta ja epäonnistunut palvelukokemusta ei voida palauttaa ja tarjota tilalle onnistunutta kokemusta. Tunnetuin matkailutuotteen määritelmä kuvaa tuotteen viiden elementin paketina, joka koostuu kohteen vetovoimasta, palveluista, saavutettavuudesta, kohteen mielikuvista sekä hinnasta. Tämä määritelmä ei kuitenkaan anna riittävää kuvaa tuotteeseen vaikuttavista tekijöistä, joten se voidaan selkeämmin kuvata erilaisten toimijoiden kautta. (Komppula & Boxberg 2002,11)

Smithin kuvaa kerrosmallissaan tuotteen, jonka ympärille lisätään elementtejä, kuten asiakaspalvelu, vieraanvaraisuus, valinnanmahdollisuus ja asiakkaan sitoutuminen. Näiden lisäpalveluiden ja laadun määrä lisää perustuotteen laatua. Tämä malli kuvaa enemmän tuottajan näkemystä, kun taas asiakkaan näkökulmasta matkailutuotetta voitaisiin kuvata kolmitasoiseksi elämispohjaiseksi tuotteeksi, jolle annetaan mahdollisuus toteutua. (Borg ym. 2002, 123-124)

3.1 Elämys

Elämys on emotionaalinen kokemus, jonka kokeminen tapahtuu aina yksilön omien lähtökohtien kautta. Ihmisen tietoisuus voidaan jakaa kolmeen eritasoon, riippuen kuinka hän pystyy käsittelemään kokemuksia. Perustasolla ihminen on tietoinen ympäröivästä maailmasta ja pystyy vastaanottamaan havaintoja ja reagoimaan niihin. Tämä taso on tärkein elämyksen kannalta, koska se luo sille pohjan. Seuraavalla tasolla ihminen ymmärtää, mistä on tietoinen ja tämä mahdollistaa mielikuvituksen lisäämisen havaintoihin. Korkeimmalla tasolla ihmisellä on tietoisuus omasta itsestään, jonka kautta hän pystyy henkilökohtaisiin kokemuksiin historiansa kautta. Klaus Weckrothin mielestä elämystä ei täysin voida selittää teorian kautta, koska sille on mahdoton löytää täydellisestä syy-seuraus-suhdetta

sen muuttuvuuden takia. Elämyksen synnyn ja matkailijan kokemuksen kannalta tärkeintä on kehittää mahdollisimman vakaat olosuhteet elämyksen syntyyn, jotta elämyksen onnistuminen voidaan todennäköisemmin taata. (Borg ym. 2002,26)

Matkailu on elämyksen tavoittelua, joten sen suunnittelussa on tärkeintä mielikuvien luominen ja toiveiden toteuttaminen matkanjärjestäjien resurssien pohjalta. Nykypäivän trendissä on siirrytty matkailussa entisen passiivisen seuraamisen sijaan aktiiviseen tekemiseen, jonka kautta asiakkaiden tarpeiden tulee täyttyä. Asiakkaille ei voi tehdä elämystä vaan edellytyksen elämyksen syntymiselle, johtuen ihmisten Weckrothin kuvaamien ihmisten tietoisuuden tasojen vuoksi. (Borg ym. 2002, 27 -28)

Lisäarvon synnyttämiseksi elämystalous yhdistää hyödykkeet ja elämyksen. Tämän vuoksi ei riitä, että tuottaja osaa tuottaa mahdollisuuden elämykseen, vaan sen on myös pystyttävä ymmärtämään, kuinka asiakas kokee palvelun. Nykyaikaiselle matkailijalle ei riitä, että perustarpeet tulee täytettyä vaan hän kaipaa elämyksen ytimen lisäksi tuotetta tukevia elementtejä, jotka täyttävät yksilölliset tarpeet. Pine ja Gilmore (1998) kuvaavat elämystä sen kautta, miten asiakkaat osallistuvat elämyksen tekemiseen. Vastakohtaiset ominaisuudet ovat passiivinen ja aktiivinen osallistuminen. Myös vaikuttava tekijä on, onko asiakas vaikutelmaa hakevassa vai sulautuvassa asemassa eli seuraako hän tapahtumaa ulkopuolelta vai onko hän mukana toteutuksessa. Näistä neljästä ulottuvuudesta syntyy asiakkaalle elämyksen taso, viihteellinen, opetuksellinen, todellisuuspakoinen tai esteettinen elämys. (Komppula ym. 2002,29)

3.2 Yleinen valmismatkamalli

Eric Laws kuvailee kirjassaan ”Managing packaged tourism” valmismatkan yleistä mallia, johon sisältyy itsessään primäärit eli ensisijaiset elementit ja toissijaiset elementit, jotka vaikuttavat enemmänkin lisäarvona tuotteeseen. Ensisijaisina elementteinä Law luottelee kolme asiaa, jotka ovat kuljetus, majoitus ja pakettin konsepti eli idea. Nämä ovat tekijöitä, joita ilman valmismatkaa ei ole käytännössä olemassa. Toissijaiset elementit, kuten kohteen ominaisuudet, aktiviteetit, nähtävyydet ja vapaa-ajan infrastruktuuri, ovat tekijöitä, jotka eivät ole yhtä välttämättömiä kuin primäärit elementit, mutta luovat valmismatkalle lisäarvoa, joka saa asiakkaan kiinnostumaan kohteeseen. Nämä toissijaiset elementit ovat usein varmasti se tärkein vaikuttava tekijä, kun asiakas tekee kohdepäätöksen, mutta ilman ensisijaisia elementtejä valmismatkaa ei pystytä toteuttamaan.

Jotta voidaan saada jotakin aikaan, tarvitaan pääomaa, jotka voivat ovat niin taloudellisia kuin henkisiäkin panostuksia. Tällaisiksi panostuksia ovat mm. turistin odotukset, yrittäjän luovuus, työntekijöiden taidot, rahoittajan pääoma. Ulkoisia asioita, jotka voivat vaikuttaa valmismatkaan Laws luettelee mm. maut, kilpailun, teknologian, lainsäädännön, politiikan ja väestön. Valmismatkan vaikutuksista ja sen vaikutuspiiriin kuuluvista toimijoista Eric Law listaa taloudelliset, ympäristö, ekologiset ja yhteisölliset vaikutukset. Toimijat, joihin valmismatka vaikuttaa, ovat matkanjärjestäjä, jälleenmyyjät, matkailijat, majoituskohteet sekä kohteen palvelut. (Laws 1996, 31, Figure 2.2.)

3.3 Seuramatkat

Seuramatkailu on matkailua ryhmässä. Matkailumuotona se on turvallinen, antoisaa ja helppo, koska joku muu on suunnitellut kaiken valmiiksi. Seuramatkaan kuuluu aina vähintään kuljetukset kohdemaahan ja majoitus, sekä paketista riippuen erilaiset lisäpalvelut, kuten ruokailut, opastukset ym. (Rouhilainen 1994,117)

Pakettimatkan suunnittelussa on Rouhilaisen mukaan kartoitettava markkinat, joihin liittyvät potentiaalinen kysyntä, kilpailijoiden tarjonta, matkustustrendien kehitys sekä aikaisempi palaute. Markkinoiden lisäksi on tutkittava tarjonta, kuten kohteet, hinnat, kuljetusten hinnat sekä oheispalvelut, joiden perusteella voidaan kartoittaa mahdolliset paketin sisältö. Ulkopuolisten tekijöiden lisäksi on tärkeää kartoittaa omat resurssit, kuten työvoiman määrä, ammattitaito, budjetti, markkinoinnin ja myynnin tavoitteet. Kartoitusten jälkeen voidaan aloittaa niin sanottu ”tour operation” eli matkan valmistaminen, joiden tuloksena syntyy palvelu- ja informaatiokokonaisuus. (Rouhilainen 1994,118)

Seuramatkat Rouhilainen jakaa linja-auto-, juna-, tilauslento-, reittilento sekä laivamatkoihin. Linja-automatkailu on Rouhilaisen mukaan joustava kulkuväline, jonka palveluita on helppo varioida. Henkilökunnalta järjestäminen vaatii monialaista osaamista. Linja-auto on matkustusvälineenä hitaampi kuin lentokone, mutta matkan aikana matkustajille voidaan tarjota enemmän oheis- ja tietopalveluita. Suomesta suosittuja linja-automatkatkohteita ovat kotimaan lisäksi Karjalan alue, sekä Tukholman seutu ja siellä erityisesti Kolmårdenin eläinpuisto. Keski-Eurooppaan linja-autolla on helpoin mennä, joko Ruotsin ja Tanskan läpi tai laivayhteydellä suoraan Saksaan tai Puolaan. (Rouhilainen 1994,152)

Suurin osa linja-autopakettimatkoista on linja-autoyhtiöiden omistamien matkatoimistojen järjestämiä, näin linja-autot saadaan tuottamaan enemmän. Suunnittelutyössä hyviä apukeinoja ovat aikataulut, kilometritaulukot, liikennetiedotteet, työaikasäädökset sekä valmiit reitit ja paketin osat. Omaleimaiset tuotteet ovat yrityksille tärkeitä, koska niillä voi erottua kilpailijoista. (Rouhilainen 1994,162)

3.4 Matkailu tilastoina

IPK International World Travel Monitorin Berliinin ITB messuilla julkaiseman kansainvälisen matkailukonsulttiryhmän vuonna 2009 tehdyn tutkimuksen mukaan, Eurooppaan tehtyjen matkojen osuus laski 6 % edellisestä vuodesta. Yöpymisten määrä sekä kokonaisyöpynti laskivat yli 10 %. Saksaan suunnattujen matkojen määrä vuonna 2009 oli kolme miljoonaa matkaa edellisvuotta vähemmän. Maaseutu- ja kiertomatkailu kokivat suurimman menetyksen matkailijoiden määrässä mitattuna. Kokonaisuudessaan Saksaan tehtiin vuonna 2009 300 miljoonaa matkaa ja 1,5 miljardia yöpymistä, joka oli 1-3 % vähemmän kuin edellisenä vuotena. Kolme neljästä Saksassa käyneistä matkailijasta oli kotimaisia, joiden määrä kohosi muiden maiden tapaan myös Saksassa. Tästäkin huolimatta Saksassa käyneiden ulkomaalaisten osuus on aivan vertailukelpoinen muihin Euroopan maihin verrattuna. 46 % kaikista Saksassa matkustaneista oli lomamatkailijoita kuten edellisvuonnakin. Kokonaisuudessaan Saksaan tehtiin vuonna 2009 n. 140 miljoonaa lomamatkaa, joista 37 % oli ulkomaalaisia lomaviettäjiä. Suurin ryhmä ulkomaalaisista matkailijoista Saksaan tulee Espanjasta. (IPK International 2009)

Suomalaiset tekivät vuonna 2009 yhteensä 2,5 miljoonaa yli neljä yötä kestänyttä ulkomaan matkaa, kertoo tilastokeskuksen (2.7.2010) päivittämä tutkimus. Suomalaisen matkailu kohdistui pääasiassa vuonna 2009 Espanjan lomakohteisiin, Viroon ja Ruotsiin. Saksaan tehtyjä yli neljä yötä kestäneitä matkoja oli vuonna 2009 lähes 100 000, ja sijoittui kahdeksanneksi suosituimmaksi lomakohteeksi, 4 % kaikista vuonna 2009 tehdyistä matkoista. (Tilastokeskus, liitetaulukko 4. 2009)

Tilastokeskuksen tekemän tutkimuksen mukaan enemmistö matkailijoista yöpyi ulkomaan matkallaan hotellissa ja matkusti lomakohteeseen lentäen. Alle 5 % suomesta ulkomaille matkustavista valitsee kulkuvälineeksi linja-auton tai laiva linja-auto yhdistelmän. Yli puolet matkailijoista tilasi matkansa matkatoimiston kautta. (Tilastokeskus, taulukko 6. 2009)

4 PERHEMATKAILU

Matkustusmotiivit, eli miksi matkustetaan, jaetaan ensisijaisiin ja toissijaisiin motiiveihin. Ensisijaiset motiivit ilmaisevat matkalle lähdön syyn esimerkiksi työmatka, osallistuminen tapahtumaan, vierailu sukulaisten luona, ostosmatkailu tai uskonnolliset syyt. Nämä syyt perustuvat asiakkaan tarpeisiin. Toissijaisia motiiveja ovat tekijät, jotka vaikuttavat matkan kohteeseen. Nämä toissijaiset motiivit jaetaan vielä sisäisiin eli henkilökohtaisiin motiiveihin sekä ulkoisiin tekijöihin. (Komppula ym. 2002,68-71)

Segmentoinnilla tarkoitetaan asiakasryhmien tunnistamista. Sosiodemografiset tekijät kuvaavat asioita, joita ihminen ei itse voi määrittää, kuten ikä tai sukupuoli. Perheen elämänvaihe vaikuttaa ihmisen tarpeisiin, odotuksiin ja motiiveihin erilailla, kuin myös maantieteelliset ja psykografiset tekijät, joita ovat mm. elämäntyyli ja persoonallisuus. Perhematkailijat on haastava ryhmä, koska asiakassegmentin sisällä on erilaisia perheitä ja perheiden sisällä on erilaisia ihmisiä, joiden kaikkien omat vaatimukset tulisi huomioida ja rakentaa ehjä kokonaisuus. Vetovoimatekijät monesti kohdistetaan lapsille, vaikka aikuiset tekevätkin lopulliset päätökset. (Komppula ym. 2002,78-85)

Matkailu perheenä ei rajoita kohdevalintaa, mutta siinä tulee huomioida erilaisia asioita suunnittelu- ja varausvaiheessa. Kaiken ei tarvitse olla valmiiksi suunniteltua, mutta peruselementit kuten majoitus on hyvä varata etukäteen sopivasta majoitusvaihtoehdosta. Lisähuomiota tulee kiinnittää myös esimerkiksi ruokailuihin, aikatauluihin, ohjelmiin ja terveyteen. Aikataulujen tulee olla löysiä ja muuntautumiskykyisiä, sekä pidemmät ajomatkan tulee ajoittaa lepoaikoihin. Maureen ja Tony Wheeler ovat kokeneita matkailijoita sekä lasten kanssa että ilman ja he kertovat kirjassaan *Travel with children* eri-ikäisten lasten erilaisista tarpeista matkoilla. Kirjassa on kerrottu 4- 10 -vuotiaiden lasten olevan hyvää matkaseuraa, kunhan ottaa heidän tarpeensa huomioon. Leikki-ikäisille lapsille voi kertoa kohteesta mielenkiintoisia tietoja, koska he ymmärtävät kerrottuja asioita ja matkailun tarkoitusta. Perinteiset museokierrokset eivät heitä ehkä kiinnosta, mutta mielen-

kiintoisen kohteista saa satujen ja leikkien kautta. Matkailleissa lapset oppivat uusia asioita ympäröivästä maailmasta ja erilaisista ihmisistä. Vinkkeinä matkoja lapsiperheille suunnitteleville pariskunta kertoo, että melkein kaikki lapset innostuvat puistoista ja leikkikentistä, vedestä ja eläimistä. (Lonely Planet 2009, 6;20;76)

Liiketoiminnallisesta näkökulmasta matkailupaketin elementtejä ovat hyöty, arvo ja lisäarvo. Asiakkaan näkökulmasta matkapalvelun tulee täyttää asiakkaan tarpeet. Tarpeita voidaan kuvata esimerkiksi Maslow'n kehittämän tarvehierarkian mukaisesti, joka koostuu viidestä eriasteisesta tarvekategoriasta. Tarvehierarkia lähtee perustarpeista, joita ovat fyysiset, kuten nälkä, jano ja lämpö. Seuraavia tasoja ovat turvallisuus, yhteenkuuluvuus, arvostus ja itsensä toteuttaminen. Nämä tarpeet ovat toisistaan riippuvaisia, että kaikki alemman tason tarpeet on ensin toteutettava, jotta voidaan siirtyä seuraavalle tasolle. Tarpeiden täyttymisen aste on riippuvaista siitä, onko kyseessä kokonainen matkapaketti vai jokin prosessin osa. (Borg ym. 2002,26)

4.1 Lapsiperhe kuluttajana

Perhematkailijat ovat asiakassegmenttinä erityisen haastavia, koska silloin pitää huomioida eri-ikäisten, sukupuolisten ja mielenkiinnonkohteen omaavia matkailijoita samassa paketissa. Monesti perhematkailu mielletään vain lapsille sopivaksi matkailuksi, mutta jotta matka olisi mielekäs niin vanhemmille kuin lapsillekin sisällön tulee olla monipuolista ja kaikkien tarpeita tyydyttävää. Suomen matkailun kehittämissyhdystys on tutkinut perheitä matkailijoina, joiden pohjalla on Ruotsissa ja Norjassa tehdyt tutkimukset perhematkailuista. Koska ihmiset muissa Pohjoismaissa ovat samankaltaisia kuin Suomessakin, tutkimuksen perustietoja on käytetty pohjana asiakasanalyysille.

Eureka Marknadsfakta AB teettämän tutkimuksen Att resa med barn, en kvalitativ och kvantitativ studie hösten (2001), mukaan ruotsalaisten perheiden motiivi matkustaa olivat uudet ja erilaiset kokemukset sekä ympäristön vaihdos. Tärkeää

vanhempien mielestä on yhdessä olo ja näyttää itsestään kiireetön puoli, joka arkipäivässä jää usein sivualalle. Loma kohteeseen vaikuttavat budjetti, turvallisuus ja lapsiystävällisyys. Budjetti on näistä kriteereistä toissijainen, jos muut elementit toteutuvat. Kesälomat suunnitellaan tutkimuksen mukaan Ruotsissa jo alkukeväästä, jolloin myös markkinoinnin tulee vastata asiakkaiden kysyntään. Pääasiasa tiedon kerää perheen äiti, joten myös markkinoinnin tulee kohdistua heihin. Matkailun edistämiskeskus kertoo tutkimuksessaan, että perheet, joissa on 5-11 -vuotiaita lapsia, ovat kiinnostuneita maaseutumatkailusta, joka opastaa lapsille käytännön taitoja ja tuntemusta, kuten käsityöt ja eläinten arvostus. (Suomen Matkailun Kehitys Oy 2002)

4.2 Lapsiperhe matkailijana

Tässä luvussa on yksityiskohtainen kuvaus perhematkasta, jonka avulla halutaan analysoida perhettä matkalla ja mahdollisia ongelmakohtia. Tämän avulla voidaan löytää ydinasioita, jotka pitää huomioida perheille suunniteltaessa. Analyysin jälkeen on yhteenveto, jossa mukana on taustamateriaali, perheanalyysi sekä asiakassegmentin syvähaastattelut, joita tehtiin lokakuussa 2011 kolmelle perheelle. Ennen haastatteluita perheille annettiin taustamateriaaliksi reittikuvaus. Haastattelutilanne eteni haastateltavan johdolla liite 1. mukaisten kysymysten avulla. Haastatteluiden tulokset (liitteet 2.,3. ja 4.), joita käytettiin apuna matkan suunnittelussa ja analysoimisessa.

Lapsiperheen matka oli kahden vuorokauden matka Tampereelle, Särkänniemen elämyspuistoon. Mukana matkalla oli vanhempien lisäksi 2,5-vuotias poika. Matkustusvälineenä oli henkilöauto ja yöpymisvaihtoehtona hotelli Holiday Inn Tampere. Koska matka Pohjanmaalta Tampereelle on 200 kilometriä, päätettiin lähteä ajamaan iltapäivällä Tampereelle, jossa yövyttiin ja oltiin valmiina elämyspuistossa heti seuraavana aamuna. Koska perille saavuttaessa Tampereelle oli jo ilta, iltapala syötiin matkalla ja hotellissa käytiin suoraan nukkumaan. Pieni lapsi olisi kuitenkin tarvinnut enemmän aikaa illalla hotellissa, jotta olisi ehtinyt tutustua ympäristöön ja rauhoittua ennen nukkumaan menoa. Aamulla hotellissa syötiin aamiaisen ja sitten lähdettiin kohti elämyspuistoa. Koska tarkoitus oli vain yöpyminen, hotellilla ei ollut suurta merkitystä. Vanhempien viihtyvyyden vuoksi hotelliksi valittiin tasokas hotelli, joka tarjoaa laadukkaan aamiaisen. Hotelli sijaitsee lähellä kaupungin keskustaa, mutta sillä ei tällä matkalla ollut merkitystä, koska hotellista lähdettiin autolla. Elämyspuistoon saavuttiin virkeinä, koska aamua ei tarvinnut käyttää autossa matkustamiseen ja odottamiseen. Kun matkalla on mukana pieni lapsi, on tärkeää ajoittaa matka-aikataulu niin, että ruokailut ja päiväunet pysyvät normaalirytmistä. Päivän aikana käytiin huvipuiston laitteissa, delfinaariossa ja eläinpuistossa. Monta aktiviteettia oli pienelle matkalaiselle liian paljon yhdelle kerralla. Suunnittelussa pitää huomioida lapsen ikä ja keskittymiskyky. Ruoka syötiin elämyspuiston ravintolassa, mutta se ei ollut hyvää ja hinta oli kallis. Vaihtoehtona olisi ollut ottaa maukkaat eväät, joilla olisi jaksanut päivän. Elämyspuistosta lähdettyä olisi voinut syödä ruuan hyvässä ravintolassa samalla hintaa ja se olisi tuonut lisäarvoa matkalle aikuisten näkökulmasta. Toinen matkapäivä jatkui klo 14 kohti mummolaa, jolloin pieni matkalainen oli väsynyt, eikä kaivannut enää yhtään lisää ohjattua toimintaa. Pienen lapsen kanssa matkustaessa mukana tarvitaan paljon tavaraa ja tekemistä. Tavarat pakattiin eri kasseihin, jotta ne voitiin ottaa aina tiettyyn aktiviteettiin mukaan, eikä tarvinnut kantaa mukana kaikkea koko ajan. Esimerkiksi, oma kassi hotelli-yöpymistä varten ja oma kassi huvipuistopäivään.

Perhematkan, haastatteluiden sekä Suomen Matkailun Kehitys Oy:n tutkimusten pohjalta pohdittiin ennen matkan suunnittelua asioihin, jotka ovat erityisen tärkeitä perhematkalla. Kaikissa taustamateriaaleissa nousi esiin samoja asioita, vaikka lasten ikäryhmä vaihteli vähän. Lasten kanssa matkaillessa on huomioitava sopeutumiseen tarvittava aika, jonka lapsi tarvitsee tullessaan uuteen paikkaan. Tämä on kehitetyssä tuotteessa haastava kohta, koska reittimatalla on pakollista vaihtaa majoituskohdetta joka yö, jotta reitillä voidaan edetä. Tätä jännitystä lieventää se, että hotellit ovat kaikki perheille suunnattuja ja koko perhe voi yöpyä samassa huoneessa. Valitsemalla pieniä hotelleja luodaan kodinomaisuutta intiimillä tunnelmalla, kun oma ryhmä täyttää melkein koko hotellin. Yöpaikan vaihto tuottaa ongelmia myös matkatavaroiden kanssa. Lapsiperheet tarvitsevat paljon matkatavaraa, jota joudutaan siirtämään hotellista toiseen. Linja-auto on helppo ottaa reilummin tavaraa mukaan, mutta matkalaisia kannattaisi etukäteen informoida pakkaamaan tavaransa niin, että tietyistä laukuista löytyvät tietyt tavarat ja näin ollen kaikkea ei tarvitse aina purkaa.

Jotta lapsimatkastajat saadaan pysymään tyytyväisinä, on tärkeää pitää mahdollisimman hyvää rytmistä kiinni, joka tarkoittaa mahdollisuutta ruokailuun, lepoon ja leikkiin säännöllisin väliajoin. Myöskään välimatkat eivät saa olla liian pitkiä, jotta autossa istumiseen ei puudu ja matkalla pitää olla mukavaa tekemistä. Tätä tuodaan järjestämällä matkanjärjestäjän toimesta ohjattua ohjelmaa ja lapsille sopivaa opastusta sekä pelivälineitä ja toisiinsa tutustumista.

Kaikissa taustamateriaaleissa ilmeni, että kouluikäisiä lapsia kiinnostavat eläimet. Myös uuden oppinen ja maaseutumatkailu nousivat mielenkiintoisina asioina, joihin myös satumatka vastaa tarjoten historiallisia kohteita ja eläin- ja luontokohteita. Vaikka lasten viihtyminen nousi kaikkien haastatteluiden pääteemaksi, on tärkeää luoda mielenkiintoinen elämys myös vanhemmille, koska he tekevät lopullisen ostopäätöksen. Aikuisille mielistä asioista esille nousivat hyvä hotelli, ruoka ja kulttuurikohteet sekä helppo loma. Reittiin kuuluvat kohteet ovat satumaisuuden lisäksi historiallisia kohteita, joten niistä saa paljon mielenkiintoista kokemusta myös luonnosta ja kulttuurista kiinnostuneet aikuiset ihmiset. Hotelleiksi valitaan perheystävällisyyden lisäksi myös sellaisia, jotka tarjoavat laadukasta ruokaa ja turvallisen ympäristön, jossa on helppo viettää iltaa. Rahankäytöstä kysyttäessä keskimääräinen hinta viikon täyshoitolomalle oli n. 700 euroa per henkilö. Ilman tarkempaa kustannuslaskelmaa on vaikea sanoa tarkkaa hintaa matkalle, mutta matkailumaana Saksa ei ole Suomea huomattavasti edullisempi ja matkan keston ja monipuolisuuden vuoksi hinta ei tule olemaan erityisen edullinen. Hintaa pyritään tuomaan eri perheiden tarpeiden mukaiseksi hinnoittelemalla lisäpalvelut erikseen, jolloin ei tarvitse maksaa niistä elementeistä, jotka ei omaa perhettä kiinnosta.

Kaikilla perheillä tutkimuksessa tärkeintä matkailussa oli perheen kanssa yhdessä oleminen ja arjesta irtaantuminen. Tämä toteutuu Satumaisella matkalla siinä, että lähdetään pois omasta kotipihasta ja matkan aikana kaikki on järjestetty valmiiksi, joten saa keskittyä vain omaan olemiseen. Perheiden omiin hetkiin luodaan mahdollisuus kohtuullisen pituisilla päivillä.

5 SATUMAINEN MATKAILUREITTI

5.1 Tuote-esittely

Deutsche Märchen Straße on yksi Saksan valmiiksi tuotteistetuista matkailureiteistä. Reitti kulkee Reinin laaksosta ylös Bremeniin ja seuraa saduistaan tunnettujen Grimmin veljesten elämänvaiheita. Reitti alkaa Hanaun kaupungista, jossa veljekset syntyivät. Siellä vietetään kesällä Saksan suurimpia avoimia festivaaleja liittyen Grimmin veljesten elämään. Seuraava reitin kohteista on Steinaun kaupunki, joka sijaitsee 50 kilometriä Hanausta pohjoiseen, ja jossa veljekset asuivat vuosina 1791–1796. Kaupunkiin on perustettu museo, joka on nimeltään ”Grimmin veljesten talo”. Kaupunkia koristavat upeat historialliset talot ja toria vastapäätä sijaitseva linna. Seuraava etappi on Alsfeldin kaupunki, jossa on Punahilkkan museo. Marburgin keskiaikaisessa kaupunkissa, 45 kilometrin päässä on koettavaa historian havinasta tulevaisuuden ostosparatiisiin, puhumattakaan teattereista, konserteista ja muista tapahtumista. Baunatal sijaitsee Saksan sydämessä, 80 kilometrin päässä Marburgista. Kaupungissa esitetään joka lauantai Lady Dorothea tarinaa ravintola Brauhaus Knallhütessa. Kasselin kaupungin läheisyydessä sijaitsee vuoristopuisto Wilhelmshöhe ainutlaatuisine palatsirakennuksineen ja puistoineen. Puistossa on yli 600 erityylistä puuta ja pensasta. Kassel tunnetaan myös satureitin pääkaupunkina, jossa vieraat voivat sukeltaa Grimmin veljesten maailmaan erilaisissa kohteissa. Matkan jatkuessa kohti pohjoista, noin 35 kilometrin päässä sijaitsee Trendelbugin kaupunki, jossa on linna Diemel -laaksossa. Nykyään linna toimii hotellina, jossa sadut tulevat uniisikin. Kaupungissa on hyvät pyöräilyreitit, melonta mahdollisuudet ja patikointireitit. Seuraavana reitillä vastaan tulee Prinsessa Ruusunen sadusta tuttu linna Dornröschenschloss, jonka läheisyydessä toimii Euroopan vanhin eläinpuisto. Noin 20 kilometrin päässä Sabaurgista on Hann Munden kaupunki, jota preussilainen 1800-luvulla elänyt luonnontieteilijä, Alexander von Humbold sanoi yhdeksi maailman seitsemästä kauniista kaupungista. 25 kilometrin päässä kaupungista sijaitsee Pollen kylä, jonka linna tunnetaan Tuhkimon kotina. Weser -vuortenalueella sijaitseva linna ja kylä

kestitsevät kulkijoita monenlaisilla tapahtumilla kesäaikana. Hameln -kaupunki on Weser -vuortenalueen talouden, kulttuurin ja turismikeskus. Sunnuntaisin kaupunki herää satujenmaailmaan, kun 80 näyttelijää historiallisissa asuissa esittävät Grimmin veljesten satuja kaupungin kaduilla. Toiseksi viimeinen etappi reitillä on Bad Oeynhausenin kylpyläkaupunki, jonka kylpylät ovat suunniteltu englantilaiseen maalaishenkeen. Vierailijat voivat nauttia Magical vesipuiston tyrskyistä tai satumuseon tarinoista. Viimeinen reitin kohteista on Bremen, joka on tunnettu hansakaupunkina ja tarjoaa vieraille nähtävää useammaksikin päiväksi. Siellä koettavaa riittää perheen pienimmistä sadunystävistä aina jalkapallojoukkue Werder Bremenin faneista Beck's -oluen ystäviin. Historiallisista rakennuksista maininnan arvoinen on esimerkiksi Unescon maailmanperintökohteeksi listattu kaupungintalo.

(Deutsche Märchen Straße 2010; German Fairytale Route 2010 ;Wikipedia, Alexander von Humboldt 2011)

5.2 Grimmin veljekset

Grimmin veljekset Jacob ja Wilhelm syntyivät 1700 –luvun lopussa Hanaussa, Saksassa. Molemmat opiskelivat Marburgissa lakia. He julkaisivat laajasti erilaisia artikkeleita ja kirjoja, mutta heidät tunnetaan ympäri maailman saduistaan, joista kuuluisimpia ovat Tuhkimo, Lumikki, Pillipiipari, Bremenin soittoniekat, Prinsessa Ruusunen, Punahilkka ja Kaunotar ja Hirviö. (Ashliman 2010)

5.3 Aluetuntemus

5.3.1 Saksa

Saksa matkailumaana tarjoaa vaihtelevaa maastoa n. 360 000 neliökilometriä, aina Itämeren rannoilta Alpeille asti. 82 miljoonan asukkaan Saksan liittotasavallan muodostavat 16 osavaltiota. Ilmasto on lämpimän leuto, joka tarkoittaa kohtuullisen kuumia kesiä ja leutoja talvia. Valtakielenä Saksassa puhutaan saksaa, mutta useimmissa paikoissa toimeen tulee myös englannin kielellä. Kansalaisista suurin osa on kristittyjä, mutta iso osa on myös muslimeja tai juutalaisia. Matkustettaessa Saksaan suomalaisilla tulee olla voimassa oleva passi tai kuvallinen EU - henkilökortti. Saksasta saa tuoda rajoittamattomasti tuotteita omaan käyttöön, kuten muistakin EU maista. (Germany Travel 2011)

Ulkoasiainministeriön (6.10.2011) julkaisemassa matkustustiedotteessa kerrotaan Pohjois-Saksan olevan turvallinen matkustuskohde. Matkustajia kehoitetaan kuitenkin pitämään huolta omista tavaroistaan varkaiden varalta. Matkavakuutus on hyvä olla aina matkaan lähdetessä erityisten sairastapausten varalta, perusterveydenhoito järjestyy eurooppalaisella sairaanhoitokortilla. Vuonna 2008 monissa Saksan suurimmista kaupungeista on otettu käyttöön ympäristövyöhyke-liikennemerkki sekä auton pienhiukkaspäästötasotarra, jotta merkityille alueille voi ajaa, kaikkiin autoihin tarvitaan tarra, joita voi ostaa autokorjaamoista ja ajoneuvorekisteritoimistosta n. 5-30 euron hintaan. Liikenne on Saksassa joustavaa, mutta autoilijan tulee kiinnittää huomiota kaupungin pyöräilijöihin sekä moottori-ten ajonopeuksiin sekä muuttuviin sääoloihin, jotka saattavat aiheuttaa kolareita tai ruuhkia. Häätapauksissa yhteyden poliisiin saa numerosta 110 ja palokuntaan 112. (Ulkoasiainministeriö 2011)

5.3.2 Hampuri

Saksan toiseksi suurin kaupunki tarjoaa matkailijalle elämyksiä puistoalueista vanhan kaupungin idylliin ja Elbe-joen rantamaisemiin erilaisten kaupunginosien ansiosta. Kaupungin nähtävyydet ovat 1200-vuoden ajalta, joista et voi ohittaa mm. satamaristeilyä, Elbe-tunnelia tai Atonaenin kalamarkkinoita. (Saksan turismi 2011)

5.3.3 Kassel

Kaupunki sijaitsee Saksan ytimessä, Fulda-joen rannalla. Se tarjoaa matkailijoille taidetta ja kulttuuria eri aikakausilta, sekä Grimmin veljesten historiaa. Kaupunki onkin Satureitin pääkaupunki, koska veljekset elivät siellä 30 vuotta ja keräsivät tarinoita, joista on muodostunut kirjallisuuden klassikkoja. Puistoistaan tunnettu kaupunki ihastuttaa matkailijat muun muassa Karlsauen-puistoalueella, Wilhelmshöhe-linnalla ja sen puistoalueella. Siellä voi piipahtaa vaikka piknikillä. (Kassel Tourismus, Nähtävyydet 2011)

Kassel sopii hyvin autolla matkailevalle, koska kaupunki sijaitsee usean päätien varrella ja keskustassa on tilaa ajaa ja parkkeerata. Parkkipaikkoja löytyy sekä maksullisia keskustasta että ilmaisia sen lähiympäristöstä. (Kassel Tourismus, Saapuminen 2011)

1600-luvulta peräisin oleva barokkityylinen Wilhelmshöhe, on Euroopan suurin vuoristopuisto. Puisto on harmoninen yhdistelmä taidetta ja luontoa, joiden monimuotoisuudesta kertoo yli 800 eri lajia eri mantereilta. Taidetta edustavat Hercules-monumentti ja vesiputoukset, joista korkein on 53 metriä. Alueella on Löwenburgin leijonalinna sekä Wilhelmshöhen palatsi. (Nordhessen, Wilhelmshöhe 2011)

5.3.4 Sababurg

Kylä sijaitsee keskellä Saksaa Kasselin ja Göttingenin kaupungin välillä. Tutustumisen arvoisen pienestä kylästä tekee sen Grimmin sadusta tuttu Dornröschenschloss-linna, Euroopan vanhin eläinpuisto ja luonnonpuisto. (Sababurg 2011)

Sababurgin linna on 1500-luvun lopussa rakennettu suojelemaan asukkaita villieläimiltä. Nykyään se toimii hotellina, ravintolana ja kahvilana. Linnan salissa järjestetään erilaisia kulttuuritapahtumia konserteista satuteatteriin ja sen historiallisessa ruusutarhassa järjestetään opastettuja kierroksia. (Nordhessen, Dornröschenschloss 2011)

Sababurgin eläintarha sijaitsee linnan läheisyydessä. 1500-luvun loppupuolella alueelle perustettiin metsästysalue, josta 1970-luvulla tehtiin eläintarha. Nykyään tarhassa on yli 650 eläintä ja 80 eri lajia mm. susia, visenttejä sekä leikkipuisto ja kahvila. (Nordhessen, Zoo 2011)

5.3.5 Hann Munden

Kaupunki, joka perustuu yli 700, kuudella eri vuosikymmenellä rakennettuun puurunkotaloon on vaikuttava. Keskiaikainen kauppakeskittymä ihastuttaa kauniin arkkitehtuurin lisäksi maantieteellisellä sijainnillaan Werra, Fulda ja Weser-jokien risteyskohtaan Weser-vuorten alueelle. Kaupungin muurit ja keskiaikaiset sillat kätkevät sisälleen modernia vesitaidetta ja monipuoliset ostos- ja majoitusmahdollisuudet. Kaupungin ympärillä on hyvät ulkoilumahdollisuudet, kuten pyörä- ja kanoottireitit. (Hann Munden tourismus 2011)

5.3.6 Holzminden

Tuoksujen ja aromien kaupunki keskellä Solling-Voglerin luonnonpuistoa täydentää kaupunki-idylliä rauhoittavalla puistomaisemalla. Alueella on hyvä ulkoilumaisemat ja kaupungit nähtävyyden voi kiertää tuoksujen johdolla. (Holzminden 2011)

5.3.7 Hameln

Weser-joen varrella sijaitseva kaupunki tunnetaan Grimmin veljesten sadun Piliippiiparin kotikaupunkina. Tämän 60 000 asukkaan kaupungin loisto on peräisin ajoilta, jolloin se oli liiketoiminnan keskus. Renessanssin aikaiset talot ja elävä kulttuuri tuo kaupunkiin turisteja, joiden kannattaa erityisesti vierailla ainakin Piliippiiparin talossa ja hallissa, yhdistysten- ja tuomioherrojentalossa, Pyhän Bonifotuksen luostarikirkossa sekä osallistua laivaretkeen Weser -joella. (Hameln 2011)

5.3.8 Bremen

1200 vuotta vanha hansakaupunki on Pohjois-Saksan sydän, koska se on vilkas tapahtumakaupunki. Kaupungista löytyy mielenkiintoista nähtävää historiasta nykyaikaisuudesta tulevaisuuteen niin maanpäältä kuin avaruudestakin. Kaupungin lumoa lisäävät sijainti Weser-joen varrella ja lukuisat puistot, joissa voi hengähtää kaupungin humun keskellä. Tunnetuimpia nähtävyyksiä ovat Raatihuone, Rolandin patsas ja vanha kaupunki Schnoor. (Bremen Tourismus 2011)

Unescon maailmanperintö kohde Bremenin Raatihuone on peräisin 1400-luvulta, mutta edustaa nykyään renessanssi tyyliä monien korjaustöiden jälkeen. Raatihuoneen edessä seisoo kaupungin kuuluisin Roland-patsas, joka esittää kuvitteellista sotasankaria, jonka legenda on elänyt jo keskiajasta lähtien. (Lomamatkailija, Bremen 2011)

Vanha kaupunki, Schnoorin kapeilla kujilla löytää edelleen kalastajakylän hengen ja sen kahviloissa ja putiikeissa saa ajankulumaan. Kapeat kadut johdattavat matkailijat vanhaan keskustaan. (Lomamatkailija, Bremen 2011)

Luonnon ja kulttuurin perintökohteita kutsutaan nimellä heritage -kohteet, joista hyvänä esimerkkinä ovat Unescon listaamat kohteet, joiden kriteerinä on että kohde on inhimillinen luovuuden mestariteos, poikkeuksellinen olevasta tai jo hävinneestä kulttuurikohteesta. (Borg & Kivi & Partti 2002,62)

6 SATUMAINEN BUSSIMATKA

Deutsche Märchen Straße valmiina konseptina ei suoranaan sovi suomalaisen tilausliikenneyrityksen tuotevalikoimaan, koska se on liian pitkä, tuotteeseen ei valmiiksi kuulu yhteyksiä Suomesta Saksaan eikä hotelli-, ruokailu- ja kohdepalveluita. Tässä hankkeessa on kehitetty valmismatka, joka vastaa paremmin suomalaisen lapsiperheen ja tilausliikenneyrityksen tarpeisiin. Matkan suunnittelussa on käytetty pohjatietoina aikaisemmin työssä mainittuja teorialietoja, asiakashaastatteluita sekä perhematka-analyysiä. Asiakassegmentiksi on valittu perheet, joissa on kouluikäisiä lapsia. Näille perheille halutaan tarjota mielenkiintoinen ja monipuolinen matkustuselämys sadun- ja historianmaailmassa idyllisessä maisemassa. Segmentin sisällä on erilaisia ja ikäisiä ihmisiä, mutta heitä kaikkia yhdistää uteliaisuus maailmaan. Matkaa varten ei tarvitse tuntea Grimmin satuja tai Saksaa matkailumaana, koska mukana on asiantunteva matkanjohto, joka hoitaa kaikki järjestelyt puolesta. Lapsiasiakkaat vaativat paljon tekemistä, mutta ei liikaa ohjattua toimintaa yhdellä kertaa. Aikuiset asiakkaat vaativat hyvää ruokaa ja mielenkiintoista tietoa, sekä mahdollisuuden omatoimiseen ohjelmaan. Näiden tarpeiden yhdistäminen luo haasteen matkansuunnittelulle.

Tuotekehityksen lähtökohtana on profiloida kehitettävä tuote, eli päättää mitä tullaan kehittämään. Kehityksen lähtökohtana pitää olla asiakaskysyntä, jotta tuotteella on potentiaaliset mahdollisuudet tulla kestäväksi tuotteeksi. Tuotteen kehityksessä keskeisiä tekijöitä ovat kävijät, resurssit ja tuote. Ensimmäisessä vaiheessa käydään läpi, mitä elementtejä tarvitaan palveluiden toteuttamiseksi esimerkiksi majoitus, ja opastukset. Liiketaloudellisesti kannattava näkökulma on myös tärkeä, jotta tuote on kilpailukykyinen, ja tuottaa yritykselle maksimaalisen voiton. Kehitetty tuote testataan blueprintin avulla ennen sen markkinoille panoa. Silloin käydään läpi, että tuotteen kaikki osat toimivat saumattomasti ja sen pohjalta tuote viimeistellään asiakkaiden toiveiden mukaiseksi. (Borg ym. 2002, 132-133)

Matkansuunnittelussa lähtökohtana on aina asiakaskunta eli markkinoiden kysyntä. Tuottajan on mietittävä, että tuote vastaa asiakaskunnan tarpeita ja odotuksia, jotta tuotteella on realistiset onnistumismahdollisuudet. Suunnittelussa pitää ottaa huomioon myös yrityksen ja alueen resurssit ja niiden pohjalta luodaan mahdollisimman omaleimainen ja kestävä tuote, joka pärjää kilpailussa. Ongelmakohta, joka tekee tuotesuunnittelusta vaikeaa, on todellisten markkinoiden tuntemuksen puute. Tuntemusta voidaan kerätä asiakaskyselyllä, palautteella sekä jatkuvalla tuotekehityksen ylläpitämisellä. (Borg ym. 2002, 69-72).

Matkapalveluita voidaan kuvata kerroksellisella mallilla, jossa ensimmäisenä on fyysiset ominaisuudet ja sijainti, joista voidaan tuotteistaa elämys. Toisella tasolla on palvelut, kuten opastus, tarjoilu, linja-autonkuljettaja. Kolmannella tasolla on vieraanvaraisuus, joka määrittää sen tunteeiko matkailuja itsensä tervetulleeksi. Neljäntenä elementtinä on palvelutuotteiden erilaistaminen, joka takaa kilpailuedun. Viimeisenä kerroksena on asiakkaan oma sitoutuminen, joka määrittelee tuotteen kestävyuden sen perusteella suositteleeko matkailija tuotetta, tuleeeko hän itse uudelleen tai arvostaako hän tuotetta. Palvelutuotteen kehittämisen taustalla ovat seuraavat vaiheet: tuotekonsepti, palvelujärjestelmä ja palveluprosessi. (Borg ym. 2002, 129-131)

6.1 Palvelukonsepti

Palvelukonsepti eli tuotteen ydin on idea tuotteesta ja asiakkaiden odotuksista. Osana palvelukonseptia on myös yrityksen kyky luoda edellytyksiä kyseiselle palvelulle. Palvelukonseptin tulee aina perustua asiakkaiden tarpeisiin. (Boxberg ym. 2002, 101)

Satumainen matka on matkapaketti, joka tarjoaa asiakkaille perheiden tarpeisiin vastaavan valmismatkan. Matkaohjelma ja palvelut on suunniteltu lasten tarpeet huomioon ottaen, mutta kohdevalinnoissa on pyritty tuomaan mielenkiintoista nähtävää kaiken ikäisille. Matkan toteutumiseen tarvitaan linja-autokuskin ja matkanjohtajan lisäksi muita sidosryhmiä, jotka tarjoavat muun muassa majoitus- ja ruokailupalveluita. Matkapaketti sisältää kuljetuksen ja majoituksen lisäksi lisäpalveluina ruokailuja, opastuksia, kohdevierailuja ja ohjelmapalveluita.

6.2 Palveluprosessi

Palveluprosessi sisältää varsinaisen matkailutuotteen kuvauksen, esimerkiksi esite tai tarjous. Prosessin osat kuvataan asiakkaalle niin, että niistä on helppo muodostaa kokonaiskuva. Kaikki tuotteet osat pitää olla alkuperäisen tavoitteen mukaisia ja aikataulut sekä olosuhteiden muutokset huomioituina. Myös tuotteen riskit ja asiakkaiden ominaisuudet ja yksilölliset tarpeet pitää huomioida. Todellisen tuotteen tulee aina sisältää kaikki asiakkaalle luvatut elementit. (Boxberg ym. 2002, 102-104)

6.2.1 Kehitetty tuote

Kehitettyprojekti on dokumentoitu tekemällä asiakkaita varten esite sekä ammattilaisten analyysiä varten blueprint, josta matkan yksityiskohdat selviävät tarkemmin. Esite kuvaa kehitetyn matkan yleisluontoisesti ja niin, että asiakkaat saisivat siitä kaiken tarvittavan tiedon matkapäätöstä varten.

SATUMAINEN BUSSIMATKA SAKSAAN

Lähde mukaan satumaiselle bussimatkalle Saksaan yhdessä kokoperheen kanssa. Matkalla kierretään omalla turistibussilla Kasselista Bremeniin Grimmin veljesten satujen hengessä pitkin Satureittiä. Nähtävää ja koettavaa löytyy joka makuun aina prinsessaunelmista Pillipiirarin matkassa Bremenin soittoniekkoihin. Samalla voit tutustua eri aikakausien historiaan ja saksalaiseen kulttuuriin.

Hyppää bussiin ja vietä elämysrikas loma yhdessä muiden perheiden kanssa.

1. päivä

Aamulla lähdetään Pohjanmaalta ajamaan kohti Helsinkiä. Matkalla pysähdytään tarpeen mukaan. Lounastauko pidetään puolen päivän maissa. Kello 18:30 laiva lähtee kohti Travemündeä. Laiva matka kestää 27 tuntia, jonka aikana voi nauttia laivan palveluista, joita ovat mm. ateriapaketit, sauna, uimaosasto ja ostosmahdollisuudet.

2.päivä

Laiva saapuu kello 19:00 Travemünden satamaan, josta 1,5 tuntia ajetaan Hampuriin. Majoittuminen perheystävälliseen hotelliin, rauhallisella alueella. Hotelli X,

3.päivä

Aamiaisen jälkeen jatketaan kohti Kasselia. Matkalla pysähdytään Hildesheimin kaupungissa, jossa mahdollisuus ruokailla ja levähtää. Ensimmäinen kestää 2,5 tuntia ja tauko Hildesheimissa kaksi tuntia. Hildesheimista Kasseliin ajo kestää kaksi tuntia. Kassel on satureitin pääkaupunki ja siitä päästään kunnolla kiertämään itse reittiä. Majoittuminen Kasselissa perheystävälliseen hotelliin kävelymatkan päässä kaupungin ytimeistä ja Wilhelmshöhe-puistosta. Hotelliin on mahdollista tilata puolihoito, joka sisältää illallisen. Kello 17 voi halutessaan osallistua Wilhelmshöhen puistossa ohjatulle vesiputouskierrokselle paikallisen oppaan johdolla. Kierroksella nähdään puiston upeimmat vesiesitykset Hercules-patsaalta Wilhelmshöhen linnalle asti (Kassel Marketing, Opastukset, 2011). Hotelli X,

Päivän nähtävyyksiä: Wilhelmshöhe, Karlsauer, Grimmin veljesten museo, Löwenburgin linna, luonnontieteellinen museo (Goethen elefantti)

4.päivä

Aamiaisen jälkeen on mahdollisuus osallistua matkanjohtajan johdolla kävelykierrokseen Kasselin tärkeimpien nähtävyyksien parissa. Kävelykierros pohjautuu Kasselin matkailutoimiston luomaan virtuaalikierrokseen. (Kassel Tourismus, virtuaalikierros 2011). Kävelykierroksella nähdään mm. Grimmin veljesten museo, luonnontieteenmuseo, Murhardin kirjasto, joenvarren näkymä, toisesta maailmansodasta selvinnyt talo sekä kaupungintalo. Kierros alkaa teeman mukaisesti Grimmin veljesten patsaalta. Puolenpäivän maissa matka jatkuu kohti Prinsessa Ruususen linnaa ja Euroopan vanhinta eläinpuistoa Sababurgissa. Matkalla ohitetaan Trendelburgin kaupunki, jonka Diemel -laaksossa sijaitseva linna on nykyään hotellikäytössä. Prinsessa Ruususen linna ja Euroopan vanhin eläinpuisto ovat vaihtoehtoisia vierailukohteita ja niistä voi valita itselle mielenkiintoisemman vaihtoehdon. Doernröschenin linnassa on mahdollista nauttia lounasta linnan ruusutarhojen suojissa tai vaihtoehtoisesti nauttia omien eväiden kera piknikistä nurmikentillä. Matkan seuraava etappi on Hann Munden -kaupunkiin, joka on kehit-

tu yhdeksi maailman kauneimmista. Siellä tutustutaan kaupungin historian haviinaan ja tehdään ostoksia idyllisissä putiikeissa tai nauttitaan joen varren maiseista. Päivän viimeinen kohde on Holzminden kaupunki, jossa majoitutaan perheystävälliseen hotelliin, jossa on mahdollista nauttia ravintolan herkuista. Hotelli X, ***

5.päivä

Aamulla lähdetään linja-autolla kohti Pillipiiparin kaupunkia. Matkalla vierailaan Tuhkimon linnana tunnetun Pollen linnan raunioilla, jossa sukellaan sadun lumoon matkanjohtajan kertoman sadun merkeissä. Linnanraunioilla nautitun hetken jälkeen matka jatkuu kohti Hamelnia, joka herää klo 12 eloon, kun 80 näyttelijää pukeutuvat Pillipiiparin hengessä ja esittävät teatteriesityksen ulkona. Illalla on mahdollista osallistua veneretkeen Weser-joella paikallisen oppaan johdolla. Majoittuminen Hamelnissa, perheille sopivaan huoneistohotelliin, jossa on keittomahdollisuus tai valmis illallinen. Hotelli X, ***

Hamelnin nähtävyyksiä: Pillipiiparin talo ja halli, yhdistysten- ja tuomioherrojen-talo, Pyhän Bonifotuksen luostarikirkko

6.päivä

Aamupäivällä tutustutaan omatoimisesti kaupunkiin, josta puolenpäivän aikaan lähdetään viimeiseen kohteeseen ja satumaisenreitillä päätepisteeseen Bremeniin, jonne on noin 3tunnin ajomatka. Majoittuminen keskustan läheisyyteen, josta on hyvät julkisen liikenteen yhteydet. Illalla kaikki halukkaat saavat osallistua yhteiseen illanviettoon sadunhengessä, luvassa maukasta ruokaa ja mukavia ohjelmaa koko perheelle. Hotelli X, ****

Bremenin nähtävyyksiä: Raatihuone, Rolandin -patsas ja vanha kaupunki Schnoor.

7.-8. päivä

Päivällä tutustutaan kaupunkiin. Illalla lähdetään ajamaan kohti Travemünden satamaa, josta laiva lähtee klo 03:00 (8.pvä) Matkalla syödään illallinen Hampurissa ja käydään hakemassa eväitä laivamatkaa varten. Laivaan on mahdollista varata myös ateriapaketti, joka sisältää laivalla tarjottavat ruokailut.

9.päivä

Laiva saapuu 7:00 Helsingin satamaan, josta ajetaan takaisin Pohjanmaalle. Kotimatka vietetään hyvässä seurassa, muistellen yhdessä koettua ja nähtyä.

HINTA: aikuiset X€ /hlö

lapset 12-17v X€/hlö

lapset 6-11v X€/hlö

Hinta sisältää: linja-autokuljetuksen, majoituksen perhehuoneessa, laivamatkan Helsinki -Travemünde-Helsinki B4 hytissä, matkanjohtajanpalvelut, ruokailut Hildesheimissa, Hann Mundessa ja Hampurissa (7.pvä)

lisäpalvelut:

ateriapaketti laivalle aikuiset X€/hlö, lapset alle 17v X€/hlö

illalliset X€/hlö/ilta

Vesiputous näytös Wilhelmshöne X€/hlö

opastettukierros Doernröschenin linnassa X€/hlö

sisäänpääsy eläintarhaan X€/hlö

jokiristeily Weserjoella X€/hlö

6.2.2 Kuljetus- ja majoituspalvelut

Koska kyseessä on tilausliikennettä ja matkatoimistopalveluita tarjoavat yritykset, on luonnollinen vaihtoehto, että suurin osa matkan kuljetuksista hoidetaan yrityksen omalla linja-autolla. Linja-auto on matkustusmuotona monipuolinen, koska reitti suunnitellaan matkustajien tarpeiden mukaiseksi. Linja-autosta näkee paljon ja reitti on kohtuullisen pituinen, myöskään ajokilometrejä ja -tunteja ei kerry liian paljon. Matkan aikana matkanjohtajalla on paljon aikaa esitellä kohteita, joihin hän on tutustunut tarkasti etukäteen. Perhematkalla saatavan tiedon on oltava monipuolista ja antoisaa kaikille matkalaisille. Tavallisen faktatiedon lisäksi matkanjohtaja tarjoaa esimerkiksi satutuokioita reitin hengessä. Linja-auton on helppo pysähtyä tarpeen mukaan, mutta ryhmän kannalta ei ole järkevää pysähtyä joka välissä. Matkanjärjestäjä ottaa mukaan ikäryhmälle sopivia pelejä ja leikkejä, sekä kahvitushetkiin tarpeelliset tarjottavat.

Kuljettajan työ- ja lepoaikalain mukaan kuljettaja saa ajaa yhdeksän tuntia vuorokaudessa, erityistapauksissa ajoaikaa voidaan kaksi kertaa viikonaikana venyttää 10 tuntiin. Viimeistään 4,5 tunnin ajon jälkeen kuljettajan on pidettävä vähintään 45 minuutin tauko. Tauko voidaan jakaa myös vähintään 15 minuutin pituiseen jaksoon tämän ajan sisällä. Työhön sidonnaisuus aika kuljettajalla saa olla maksimissaan 13 tuntia, joka voidaan kolme kertaa viikon aikana poikkeuksena venyttää 15 tuntiin. Tämän reitin varrella ajomatkat ovat kohtuullisia, joten myös ajo- ja lepoaika lakia on helppo soveltaa reittiin. Koska kyseessä on perhematka, myöskään päivät eivät voi venyä erityisen pitkiksi, jolloin ongelmia ei tule myös työhönsidonnaisuusajan kanssa. Ainoa haastava kohta kuljettajan työaikojen suhteen tulee matka keston kanssa. Tämä ratkeaa kuitenkin sillä, että kuuden vuorokauden jälkeen kuljettajalle tulee yli 24 tunnin tauko Bremenissä, joten hän voi jatkaa viimeisen etapin Travemünden satamaan ja sieltä Helsinkiin. Jos halutaan, matkalla voidaan käyttää kahta kuljettajaa, silloin päiviä voisi venyttää, mutta tämä ei ole reitin kannalta tarpeellista. Jos kuljettajaa ei haluta rasittaa erityisen pitkällä työviikolla voi kuljettaja lentää Bremenistä Suomeen ja toinen kuljettaja voi len-

tää Suomesta Bremeniin ajamaan loppumatkan. Päätökset kuljettajien määrästä sekä lentomatkoista, vaikuttavat lopulliseen matkanhintaan. (Työsuojeluhallinto 2011)

Linja-autolla matkustaminen täyttää kestäväen kehityksen kriteerin osana matkapakettia, koska tutkimuksen mukaan linja-auton päästöt ja energiankulutus ovat vähäisempää kuin esimerkiksi lentokoneen tai henkilöauton. (Borg ym.2002, 58)

Ajaminen Suomesta Saksaan veisi paljon aikaa, jonka vuoksi tähän matkapakettiin valittiin osaksi laivamatka Helsinki –Travemünde -Helsinki. Parhaan vaihtoehdon reitille tarjoaa Finnlines, joka kesäaikaa tarjoaa lähdön joka päivälle. Matkan kesto on 27 tuntia, jonka aikana laivalla on mahdollisuus muun muassa hyttimajoitukseen, ruokapaketteihin, saunomiseen, uimiseen ja ostoksiin. (Finnliness 2011)

Matkustajat voisi kuljettaa Saksaan myös lentäen, mutta koska linja-auto ajaa joka tapauksessa reitin alkuun, on kustannussyistä järkevintä, että matkustajat ovat linja-auton mukana kokoajan. Jos ryhmiä olisi useampi peräkkäin, kuljetukset kohdemaan voitaisiin järjestää vaihtoehtoisesti, että ensimmäinen ryhmä matkustaa linja-auton mukana Saksaan ja palaa lentäen ja toinen ryhmästä lentää kohdemaan ja palaa linja-autolla. Tämä olisi toimiva ja kustannustehokas ratkaisu, jos ryhmiä olisi useampi.

Matkapakettiin kuuluu kuljetuksen lisäksi myös majoitus. Perhematkalla hotellin valinta on erityisen tärkeää, koska perheet haluavat majoittua samassa huoneessa sekä saada ravintolapalvelut hotellin yhteydestä. Kun kyseessä on linja-autolla tehtävä pakettimatka, pitää selvittää mahdollisuus pysäköidä linja-auto vartioidulle alueelle hotellin läheisyyteen.

6.2.3 Lisäpalvelut

Matkapakettiin kuuluvien palveluiden lisäksi järjestetään lisäpalveluita, täyttääkseen mahdollisimman monen asiakkaan toiveet ja elämyksen tavoitteen. Satumaiselle bussimatkalle on suunniteltu perusreitit lisäksi kohdevaihtoehtoja, lisäohjelmaa ja lapsille sopivia opastuksia, yhteisiä illanviettoja, satuhetkiä, ohjelmaa linja-autoin ja lastenvahtipalvelua.

Lisäpalveluiden avulla matkapakettiin saadaan lisäarvoa, joiden kokemiseen vaikuttaa jokaisen matkalaisen oma henkilökohtainen tausta. Osa ryhmäläisistä ei halua tai jaksaa olla koko ajan mukana ohjatussa toiminnassa, joten he voivat valita vain itselleen sopivat lisäpalvelut ja viettää aikaa omassa rauhassa. Lisäpalveluilla haetaan mahdollisuuksia luoda asiakkaalle mahdollisuus ainutlaatuisen elämykseen.

6.3 Blueprint

Jokaiselle tuotteelle tulee olla laadittuna kaavio, joka kertoo tuotteen vaiheen läpikotaisin. Tätä kaaviota kutsutaan englanninkielisellä nimellä blueprintiksi. Blueprint sisältää tuotteen näkyvät ja näkymättömätkin osat sekä kertoo toiminnan tuottajan ja asiakkaan näkökulmasta. Kaavioon lisätään palvelun kannalta tarpeelliset tekijät, joita ilman tuotteen tekeminen tai järjestäminen ei onnistuisi. Blueprint aloitetaan kuvaamalla kaikki fyysiset tekijät, kuten sijainti ja kohteet. Sitten kaavioon kuvataan asiakasprosessi, sekä näkyvän ja näkymättömän palveluprosessin, joihin liitetään myös toimijat. (Smeds 2010)

Mikäli tuotteen toteuttamiseen osallistuu useita toimijoita, voidaan tehdä yleisempi kaavio, joka kuvaa toiminnot pääpiirteissään. Yritysten välistä yhteistyötä voidaan kontrolloida tämän yleisen blueprintin pohjalta. (Komppula ym. 2002, 103-105) Satumaisen matkan blueprint löytyy liitteestä 5.

6.3.1 Blueprintin testaus

Vaikka yritys olisi tehnyt perusteellisen blueprint- kaavion, mutta sitä ei ole testattu todellisuudessa, voi asioita jäädä huomaamatta. Testauksessa apuna voi käyttää, joko yrityksen omaa henkilökuntaa tai ystäviä. Henkilökunta tietää tarkemmin mitä asioita pitäisi huomioida ja tarkkailla tiettyjen osa-alueiden toimintaa ja tunnistaa virheet. Palvelu tuotetaan aina asiakkaan lähtökohdasta, eikä yrityksen omien intressien pohjalta. Kaavion testaamisen pohjalta saadaan asiakkaan näkökulma, kun itse tuottaja toimii asiakkaana. (Komppula ym. 2002, 108)

Testauksessa huomioitavia asioita Komppula ym. luettelevat kirjassaan seuraavasti: onko toimintojen järjestys looginen, onko aikataulut joustavia, voiko prosessien vaiheita ja järjestyksiä muuttaa, onko tarvittavat voimavarat, onko asiakaspalvelijoilla tarvittavat vuorovaikutustaidot, onko asiakas otettu tarpeeksi huomioon prosessien vaiheissa ja miten vastuu ja tiedonkulku hoidetaan.

Blueprintiä arvioitiin haastatteleamalla kahta alan ammattilaista. Nämä haastattelut tehtiin syvähaastatteluina antamalla haastateltaville etukäteen materiaaliksi matkan kuvaus sekä blueprint. Niiden avulla heitä pyydettiin analysoimaan reittiaikataulu, resurssit, sopivuuteen kohderyhmälle, kohdevalintoja sekä yleisesti mielipidettä hyvistä ja huonoista puolista. Haastattelut tehtiin kummankin asiantuntijan luona marraskuussa 2011. Näiden haastatteluiden perusteella kehitettyyn työhön tehtiin korjauksia sekä kiinnitettiin huomiota enemmän tiettyihin osa-alueisiin, kuten ruokailuaikoihin.

Marjut Pukkinen, toimitusjohtaja, Tapio Lae Oy haastattelu Tervajoki 7.11.2011

Pukkisen mielestä reittiaikataulu on toimiva ja suunniteltu tarpeeksi joustavaksi perhematkalle. Tärkeimpinä asioina ryhmämatkalla hän piti ruokailua ja majoitusta, sekä monipuolisia kohdevaihtoehtoja. Haastateltavan mielestä aikataulussa oli huomioonotettu perheiden tarpeet, kuten kohtuulliset ajomatkat, retkipäivät sekä

tarpeeksi omaa aikaa iltaisin, näin jokainen voi nauttia myös perheen yhdessäolosta rauhassa omalla tyylillään. Kohteet olivat Pukkisen mielestä mielenkiintoisia ja tarjoavat kohderyhmälle, joka on kiinnostunut luonnosta, eläimistä ja historiasta, monipuolisesti nähtävää ja koettavaa. Linja-autokuljettajan kannalta matkanjärjestäjän on huomioitava lakisäädökset ajo- ja lepoaikojen suhteen. Työsuojeluasiat olivat Pukkisen mielestä kunnossa, koska ajopäivät ovat tarpeeksi lyhyitä ja kuljettajalle jää joka päivä tarvittava vähintään yhdeksän tunnin tauko.

Arjaliisa Arra, yrittäjä, Häme-Matkat Oy haastattelu Hämeenlinna 9.11.2011

Arran mielestä suunniteltu matkapaketti on toimiva ja monipuolinen sekä tarjoaa matkalaisille mielenkiintoisen vaihtoehdon perhematkailuun. Alkuperäiseen matkasuunnitelmaan hän kommentoi, että asiakkaat haluavat yleensä jo esitevaiheessa tietää tarkemmin muun muassa aikataulusta kuten lounaan aika ja tärkeimmät lähtöajat. Asiakkaat haluavat myös etukäteen tiedon hotelleista ja niiden tähtiluokituksen sekä laivan aikataulun. Neljännen päivän ohjelmaan oli suunniteltu myöhäinen lähtö hotellista kohti Pollen kylään, jossa tarjottaisiin heti kahvit, mutta Arra ehdottaa, että kahvit kannattaa vaihtaa lounaaseen, jotta matkailijat jaksavat seurata teatteriesitystä Hamelnissa. Hänen mielestään ei ole tarpeellista varata huoneistohotellia kiertomatkalalle, koska perheillä ei ole mahdollisuutta säilyttää ruokatavaroita. Ohjelman loppuun Arra kaipaa hintaa, johon on mainittu hintaan sisältyvät toiminnot ja lisäpalveluiden hinnat. Hän neuvoo varaamaan ruokailuun aina vähintään tunnin, sekä varaamaan kaikista kohteista ruokailun, josta asiakkaat voivat valita kahden vaihtoehdon välistä.

Ammattilaisten haastatteluista saatiin vinkkiä asioista, joihin pitää vielä kiinnittää huomiota, jotta matkan toteuttaminen olisi helpompaa ja matkan sujuminen joustavampaa. Molemmat haastateltavat olivat sitä mieltä, että reitissä on potentiaalia todelliseen matkaan.

6.4 SWOT

SWOT - analyysi on monipuolinen tapa tarkastella tuotteen osia, sen vahvuuksia ja heikkouksia sekä tulevaisuuden mahdollisuuksia ja uhkia. Nelikenttäanalyysin jälkityönä voidaan kartoittaa, mitä tulee ottaa huomioon, että vahvuudet vahvistuisivat edelleen, heikkouksien vaikutus minimalisoituu, mahdollisuuksia kehitetään ja uhat väistetään. (Qualitas Forum 2011)

vahvuudet

valmismatka; suunniteltu lasten näkökulma huomioon ottaen (perhehotelli, ajo-
matkat, opastukset); linja-autolla voidaan käydä useissa kohteissa samalla matkal-
la; matkanjohtajan ja linja-autokuskin palvelut; vahva reitti pohjalla; oma linja-
auto mukana; suomenkielinen opastus; matkaseura mukana; kaikki saa nauttia,
kun kenenkään ei tarvitse ajaa; vaihtoehtoisia kohteita; lyhyet matkapäivät; aikaa
omaan aikaan

heikkoudet

hintaa; pitkä matkustusaika; negatiivinen ajatusmaailma linja-automatkailusta; pal-
jon ulkopuolisia sidosryhmiä (laadun tarkkailu hankalaa); ei voida toteuttaa, jos ei
tarpeeksi lähtijöitä; ajankohta sijoittuu sesonkiin jolloin kuuma ja paljon väkeä;
reitistä ei voida jättää päiviä väliin, vaan matka jatkuu joka päivä; paikalliset op-
paat ei anna suomenkielistä palvelua, sää herkkyyks, liikenteen vaarat

mahdollisuudet

monimuotoisuus ja mahdollisuus valita itseään kiinnostavat kohteet valmiin reitin
varrella; oman matkanjohtajan ja kuljettajan palvelu; opettaa lapsille uusia taitoja
heille sopivalla tavalla; reittiä voidaan muuntaa muillekin kohderyhmille hotelli-
valinnoilla ja kohdevalinnoilla

uhat

talouskriisi; hygienia; liian pieni kiinnostus; väärät ihmiset; aikataulu liian tiukka tai liian paljon ohjelmaa; liian pitkä matka-aika; lapsiperheiden kiinnostus ryhmämatkailuun (asenne)

Tehdyn SWOT-analyysin pohjalta huomiota kiinnitettiin heikkouksiin ja mahdollisiin uhkakuviiin sekä kehitettiin ratkaisuja näiden parantamiseksi. Kaikkia heikkouksia ei voida muuttaa, kuten hintaa ja matka-aikaa, mutta näiden vastapanoksi on luotava muilta osin niin houkutteleva tuote, että se vetoaa ihmisiin hyvillä ominaisuuksillaan. Ulkopuolisiin riskitekijöihin ei voida suoraan vaikuttaa, mutta niiden vaikutus voidaan minimalisoida varautumalla olosuhteiden muutoksiin, muun muassa vaihtoehtoisella ohjelmalla. Ihmisten negatiivisiin mielipiteisiin voi vaikuttaa antamalla paljon realistista ja positiivista tietoa, joka voittaa asiakkaiden ennakkoluulot. Useat reitin kohteista ovat ulkona, joten huonoihin sääolosuhteisiin pitää varautua. Sateisella säällä kiertoajelut ja satutuokiot voidaan järjestää linja-autossa, mutta ulkonäytöksiin ei voida vaikuttaa. Asiakkaille voidaan tarjota esimerkiksi sadetakkeja sateisella säällä, mutta jos näytökset perutaan pitää järjestää vaihtoehtoisia ohjelmaa. Turvallisuus matkan aikana on tärkeä huomioida niin automatkalla kuin kohteissa. Matkanjärjestäjän pitää huolehtia, että linja-autossa on mukana tarvittavat ensiapuvälineet ja henkilökunta on ensiapukoulutettua ja tietää, minne pitää ottaa yhteyttä onnettomuustilanteessa. Kaikille mukaan lähteville matkustajille ohjeistetaan ottamaan matkavakuutus, joka korvaa mahdolliset varkauden ja sairastapaukset vakuutusehtojen mukaisesti. Linja-auton mukana pitää olla myös tarvittavat huoltovälineet, jotta perushuollot kuljettaja pystyy tekemään heti.

Matkustajia ohjeistetaan myös huolehtimaan matkan aikana tarvittavasta nesteytyksestä ja hygieniasta, jotta sairastapauksilta vältyttäisiin. Aikataulu on joustava, joten siinä on varaa muuttaa lähtöaikoja. Yleisesti matka-aikataulusta on pidettävä kiinni, jotta matka sujuu suunnitelmien mukaisesti. Eikä yksittäisten matkustajien vuoksi muokata aikataulua, etteivät muut matkustajat joudu kärsimään heidän ta-

kiaan. Matkan aikana tapahtuu kuitenkin aina odottamattomia viivytyksiä, joihin pitää varautua jo aikataulua suunniteltaessa, jotta matkanpäällä ei jouduta vaikeuksiin ja esimerkiksi myöhästyä laivasta.

7 KEHITTÄMISTOIMIEN TULOSTEN KUVAUS

7.1 Jatkokehitysvalmius

Perhematkaa suunnitellessa, toimivan matkapaketin lisäksi tavoitteena oli löytää ne elementit, joiden kautta voidaan jatkossa luoda tehokkaammin onnistuneita matkoja valitsemalla oikeat elementit ja kohteet.

Matkan suunnitteleminen lähtee asiakkaan tarpeesta. Tilanteessa, jossa asiakas pyytää matkantarjoajaa räätälöimään paketin, on helppoa tunnistaa kohderyhmän motiivit ja tarpeet kysymällä. Jos matkaa luodaan yleiseen markkinointiin, joudutaan enemmän tekemään taustatutkimusta asiakkaiden tarpeista ja kiinnostuksista, jotta matka ja asiakkaan tarpeet kohtaavat. Kun matkapakettia aletaan suunnitella, ensimmäisenä tutustutaan asiakkaan profiiliin. Matkan sisältöön vaikuttavat heidän matkustusmotiivit, tarpeet ja toiveet. Asiakkaiden tarpeiden selvittyä, on tärkeää miettiä yrityksen omat resurssit järjestää matka. Ne elementit, joita yritys ei voi tarjota oman henkilökunnan puitteissa, tulee hankkia yhteistyökumppaneilta. Näitä resursseja voivat olla fyysiset, kuten kuljetukset ja majoitus tai palvelut, kuten varauspalvelut tai kohteen taustatiedot. Tarpeiden ja resurssien selvityksen jälkeen tutustutaan matkakohteeseen, mitä se tarjoaa ja valitaan tarjonnasta matkapakettiin sopiva sisältö. Seuraavaksi tehdään reittisuunnitelma ja aikataulus. Kun peruselementit on valittu ja varattu, keskitytään lisäpalveluihin, ryhmän tarpeista riippuen ovat muun muassa museovierailut, luontoretket tai seikkailurata. Elämyksen ainutlaatuisuuden ja asiakkaan toiveiden ylittämiseksi, on tärkeää suunnitella myös elementtejä, joita asiakas ei ole osannut pyytää. Lisäarvoa tuovat hyvä palvelu, kohdetuntemus, retkievään tai ainutlaatuinen luontokokemus. Tärkeintä matkansuunnittelussa on ymmärtää, että vähemmän voi olla enemmän, jos pakettiin on osattu valita vain asiakasta miellyttävät elementit.

Matkansuunnittelussa pitää huomioida myös yrityksen tarpeet, koska liiketoiminnan on oltava kannattavaa. Taloudellisessa näkökulmassa valitaan kohteet, joiden hinta sopii asiakkaan budjettiin ja siten saadaan yritykselle maksimaalinen hyöty.

Kun kyseessä on tilausliikenneyritys, joka toimii vastuullisena matkanjärjestäjänä, matkapaketti suunnitellaan niin, että siinä käytetään mahdollisimman paljon yrityksen omia resursseja ja tätä kautta saadaan myös maksimaalinen taloudellinen hyöty. Järjestettäessä linja-automatkoja on tärkeä valita kohteita, joihin linja-autolla on helppo päästä ja hotelleja, joissa linja-auto on mahdollisuus pysäköidä hotellin läheisyyteen.

Matkailutuotteen tehokkaan suunnittelun edellytyksenä on standardisoida suunnittelutyö. Yrityksillä tulee olla rakenne, jonka perusteella matkat suunnitellaan ja näin ollen kaikki osiot huomioidaan joka suunnitelmassa kohderyhmän tarpeiden pohjalta. Perhematkan jälkityönä luotiin lomake, jonka pohjalta tilausliikenneyritys voi suunnitella ja toteuttaa tehokkaasti muita ryhmämatkoja. Liitteessä 6. on laadittu lomake, johon kirjataan tarvittavat tiedot matkan luomista varten.

7.2 Luotettavuus

Matkapaketin kehittämisen pohjaksi tarvitaan asiakasryhmän todelliset tarpeet, toiveet ja matkustusmotiivit. Tämän selvittämiseksi haastateltiin kolmea perhettä. Asiakashaastatteluiden lisäksi haastateltiin kahta asiantuntijaa, onko suunniteltu matkapaketti realistinen ja mitä asioita tulisi muuttaa ja ottaa huomioon suunnittelutyössä, jotta matka tarjoaisi asiakkaille vielä enemmän. Asiantuntijoita pyydettiin pohtimaan sisälsikö paketti elementtejä, jotka eivät siihen kuuluneet tai jotka eivät tuoneet asiakkaalle sisältöä tai olisivat mahdottomia järjestää.

Tutkimuksen muodoksi valittiin kvalitatiivinen tutkimus, koska se mahdollistaa syvällisemmän keskustelun asiakasryhmän kanssa sekä tarkentavat kysymykset ja lasten mielipiteet sen hetkisestä matkasuunnitelmasta ja sen sopivuudesta perheen matkustustottumuksille. Suoraan matkapakettia ei voida luoda yhden perheen tarpeita vastaavaksi, mutta haastatteluiden perusteella huomio kiinnittyy uusiin tekijöihin. Tutkimus on mielestäni siltä osin luotettava, että perheiden tarpeet ja toiveet vastaavat mahdollisten asiakkaiden tarpeita ja toiveita. Jotta tutkimuksen tulokset vastaisivat kaikilta osin haluttua tietoa, haastateltavien olisi pitänyt olla to-

dellisuudessa potentiaalisia asiakkaita, eli he olisivat kiinnostuneita linja-automatkailusta. Asiantuntijoiden haastattelut ovat luotettavia, koska molemmilla asiantuntijoilla on kokemusta linja-auto- ja perhematkan suunnittelusta ja järjestämisestä. Tätä kautta heillä on käytännön tietämys matkan todellisesta kulusta. Eri asiantuntijoiden valitseminen haastateltaviksi olisi tuonut esille erilaisia mielenpiteitä, mutta ei radikaaleja muutoksia. Jos asiakashaastattelussa olisi ollut enemmän haastateltavia, yleiset tarpeet, toiveet ja pelot olisivat pysyneet todennäköisesti samoina, mutta kohdetoiveet ja linja-automatkailuun liittyvät asiat olisivat antaneet paremman kuvan todellisista tarpeista.

Yksi haastateltavista perheistä ei tutkimuksen mukaan ollut kiinnostunut perhematkailusta linja-autolla, joten heidän tutkimustuloksensa eivät ole kaikilta osin luotettavia, koska heidän tarpeensa ja toiveensa ovat erilaisia kuin matkan kohde-ryhmän.

7.3 Johtopäätökset

Kehitetty tuote on perhematka, joka on suunniteltu lapsiperheille, joissa on kouluikäisiä lapsia. Asiakassegmenttinä lapsiperheet ovat haastavia, koska tarjottavaa tulisi olla niin aikuisille kuin lapsillekin. Tämä matkapaketti tarjoaa lapsille monipuolisesti kulttuuria, historiaa ja satumailmaa. Matkaan on suunniteltu paljon aikaa perheen yhdessä oloon ja rentoutumiseen. Mielestäni kehitetty perhematka on lapselle ainutlaatuinen kokemus, joka opettaa lasta arvostamaan ympäristöään ja historiaa sekä toisia ihmisiä. Matka on raskas niin lapsille kuin aikuisillekin, jo matkan keston vuoksi, mutta saatava hyöty ja elämys ovat tärkeämpiä. Aikuisille matka tuo mielenkiintoisia historiallisia ja kulttuurisia elämyksiä yhdessä lasten kanssa. Tämä matka ei ole kaikille sopiva, mutta perheille, jotka arvostavat matkan sisältöä, matka tuo paljon. Matkan elämyksellisyys ja segmentin kysyntään vastaavuus voitaisiin parhaiten arvioida matkan jälkeen asiakaspalautetta analysoimalla. Tämän opinnäytetyön puitteissa matkaa ei kuitenkaan järjestetty, joten johtopäätökset työntuloksesta tehdään syvähaastatteluita analysoimalla verrattuna suunniteltuun matkaan ja olemassa oleviin teorioihin. Asiakashaastatteluisa kaksi

kolmesta perheestä koki matkan erittäin mielenkiintoisena ja omalla perheelleen sopivana, mutta lopulliseen päätökseen vaikuttaisivat hinta ja aikataulu. Myös asiantuntijoiden mukaan matkapaketti sopii asiakassegmentille.

Satumaisen matkan ajankohdaksi suunniteltiin kesäkuun loppu, jolloin monilla suomalaisperheillä on lomaa, mutta saksalaisten lomat eivät ole vielä alkaneet. Näin voi välttää kaikista ruuhkaisimman ja helteisimmän ajan, joka tekee linja-automatkasta raskaan. Syvähaastatteluissa ajankohta nousi merkittäväksi asiaksi matkan mielenkiinnon osalta, joten loma-aikaan sijoittaminen vastaa monien kohderyhmän perheiden aikatauluun. Toinen merkittävä haastatteluissa ja syväanalyseissä noussut puheenaihe oli hinta. Hinta on ammattilaisten ja asiakkaiden mukaan tärkeä asia lopullisessa matkakohteen valintapäätöksessä. Vaikka tässä opinnäytetyössä ei matkalle määritetty hintaa erikseen, näin monipuolisen matkapaketin tiedetään olevan arvokas verrattuna äkkilähtötarjouksiin. Koska matkan hinta nousee korkeaksi, myös asiakkaan sitoutuminen matkaan on erittäin korkea ja odotukset matkan suhteen nousevat korkealle. Kaikissa haastatteluissa tuli ilmi, että hintaa merkittävämpi tekijä on kuitenkin onnistunut loma, joka vastaa asiakkaan tarpeita. Satumainen matka pyrkii luomaan mahdollisimman korkean elämyksen tason jokaisen matkalaisen tietoisuuden tasosta riippumatta. Tämän vuoksi kohteiksi on valittu aktiivisia ja passiivisia kohteita, sekä eri ikäryhmille sopivia kohteita, joissa on varaa mielikuvitukselle ja oman itsensä kautta kokemiselle.

Saksa on monipuolinen maa, jossa riittää monenlaista nähtävää. Koska perusreitti luo pohjan esteettiselle matkailulle, kohde- ja hotellivalinnoilla voitaisiin varioida matkapaketti erilaisille ryhmille. Matkan ja maan vetovoima tekijöinä ovat kaunis luonto, historiallinen ilmapiiri sekä pikkukylien idyllisyys. Näistä tekijöistä syntyy kokonaisuus, jolla voidaan miellyttää monenlaisia asiakkaita ikään ja sukupuoleen katsomatta. Perhehaastatteluissa ilmeni, että perheiden tärkein motiivi matkalle lähtöön on mukava tekeminen lapsille sekä perheen yhdessä olo. Esille nousi myös vanhemmille suunnattu ohjelma, joka vaikuttaa lopulliseen valintaan, jotta loma olisi rentouttava ja mielenkiintoinen kaikille osapuolille. Saksa matkai-

lumaana kiinnosti kahta kolmesta perheestä ja he pitivät sitä myös lapsiperheille sopivana kohteena. Kohteita, joita lapsiperheet haastatteluiden mukaan halusivat nähdä, olivat eläinpuistot, vesipuistot ja historialliset kohteet. Nämä ovat ensisijaisesti viihteellistä arvoa tuovia kohteita, mutta maan kulttuuri ja historia tuovat myös opetuksellisen tason, sekä kaunis luonto esteettisen tason matkalle. Tärkeimmäksi lapsiperheille nousi viihteellinen ja todellisuuspakoinen taso, mutta myös esteettinen ja opetuksellinen ulottuvuus olivat taustalla merkityksellisiä asioita.

Vaikka kohderyhmä olisi tarkoin harkittu, on mahdotonta miellyttää kaikissa kohteissa kaikkia matkustajia. Kohdevaihtoehdoilla ja omatoimisella ajalla pyritään luomaan kaikille elämyksellinen matka ja mahdollisuus viettää mahdollisimman paljon aikaa oman perheen kanssa, joka oli kaikkien haastateltavien mielestä erittäin tärkeää. Matkanvarrella olevissa kohteissa, joissa ei ole vaihtoehtoja ohjelmaa, ovat matkan varrella ja niissä vierailaan lyhyt aika, joten kukaan ei joudu tylsistymään. On mahdoton kuvata kertomusta, millaisen elämyksen matka tarjoaa, koska jokainen matkailainen kokee asiat erilailla. Viihteellisyyttä matkaan tuo muun muassa yhdessä olo, sadut, eläinpuistot, vesipuistot ja luontoretket. Opetuksellisen elämyksen niin lapset kuin aikuiset saavat kohteiden historiasta ja saksalaisesta kulttuurista. Todellisuuspakoinen elämys syntyy siitä, kun lähdetään linja-autolla pois omasta kodista ja nautitaan historian ja sadun lumoissa matkasta sekä unohdetaan arkinen aherrus ja annetaan matkan johdattaa ja nautitaan huolettomasta olost. Saksan kauniit maisemat ja vanhat kaupungit luovat esteettisen elämyksen, niin kaupunkilaiselle kuin maalaisellekin. Satumainen elämys pyritään luomaan asiakkaan aktiivisella osallistumisella ja kokemusten mahdollistamisella sadun hengessä, historian havinassa ja kulttuurin sydämessä, mutta vaihtoehtoisesti myös passiivisella osallistumisella, joka tuo mahdollisuuden tarjota enemmän ohjelmaa, koska osa tarjonnasta on myös rauhoittavaa ja rentouttavaa, kuten satutuokiot, maisemat ja taide-elämykset. Lapsiperheet halusivat tutkimuksen mukaan olla osana elämyksen luomista, jotta lasten mielenkiinto saadaan pysy-

mään yllä, mutta myös passiivista tekemistä kaivattiin nauttimiseen, kuten luonnonpuistot.

Jotta asiakkaalle pystytään luomaan onnistunut elämys, palvelun tulee olla laadukasta. Tähän pyritään tuomalla lapsiperheille tarkoitettuja erityispalveluita, joita ovat muun muassa perhehotellit, teemaopastukset, väliaikojen toiminnot ja pelit sekä ammattitaitoinen ja asiantunteva matkanjohto, joihin vastaavat kokenut linja-autokuski ja asiaan perehtynyt matkanjohtaja. Suomenkielinen matkanjohto luotuttaa niille matkalaisille, jotka eivät osaa kieliä tai muuten ovat arkoja liikkumaan ulkomailla. Vieraanvaraisuus on tekijä, joka saa matkan tuntumaan laadukkaammalta. Valitsemalla lapsiperheille tarkoitettuja kohteita ja hotelleja luodaan mielikuva, että lapset ovat tärkeitä asiakkaita ja tervetulleita. Kun lasten tarpeet on huomioitu, se helpottaa vanhempien matkustamista ja tekee lomasta nautittavaman. Kaikissa asiakashaastatteluissa lapsille tarkoitettut palvelut nousivat vanhempien tarpeiden ohitse. Laadukkaana palveluna pidettiin asiantuntevaa matkanjohtoa, turvallista ympäristöä, monipuolista ruokapalveluita sekä lapsiystävällistä henkilökuntaa. Perheiden toiveissa oli myös, että koko perhe voi yöpyä samassa huoneessa ja matkustaminen olisi helppoa ilman ylimääräisiä vaihtoja. Pitkällä kiertomatalla on monien sidosryhmien vuoksi erittäin vaikeaa standardisoida laatua. Valitsemalla asiantunteva henkilökunta, matkanaikana syntyvät ongelmatilanteet pystytään ratkaisemaan asiakkaan kannalta parhaanpäin ilman että asiakas joutuu kokemaan pettymystä tai vaaratilanteita, jotka kaikkien haastatteluiden mukaan oli pahin skenaario matkan aikana.

Valmismatka sisältää aina ensisijaisia elementtejä, joita ilman matkaa ei voida toteuttaa kuten majoitus ja kuljetus, näiden lisäksi myös toissijaisia elementtejä, kuten ohjelmalvelut ja nähtävyydet. Satumainen matka tarjoaa matkailijoille valmismatkan, joka sisältää peruspalveluiden lisäksi laajasti lisäpalveluita, joihin jokainen voi halutessaan osallistua. Haastatteluissa ilmeni asiakassegmenttiä kiinnostavat kohteet ja tarpeet, joista esille nousi pääasiassa toissijaisia elementtejä, koska asiakkaat olettavat ensisijaisten elementtien kuuluvan ilman muuta, sekä

toissijaiset elementit vaikuttavat lopulliseen matkapäätökseen huomattavasti. Perheet pitivät mielekkäänä, että matkapakettiin kuuluu valmiiksi majoituksen ja kuljetusten lisäksi ruokailut, mutta myös omaa aikaa. Satumainen matka on suunniteltu niin, että kaikki palvelut ovat saatavilla valmiiksi varattuina matkanjärjestäjän toimesta, mutta kaikissa kohteissa, joissa on mahdollisuus vaihtoehtoiseen toimintaan, toiminta on hinnoiteltu erikseen ja näin ollen ei tarvitse maksaa ja osallistua toimiin, joihin ei halua.

Linja-automatkailusta haastateltavilla perheillä oli mielikuva pitkäkestoisena, informaattiorikkaana sekä puuduttavana. Asioita, joita matkan tulisi tarjota tai matkalla tulisi huomioida ovat tauot, lyhyet ajomatkat sekä paljon tekemistä Näihin Satumainen bussimatka vastaa tarjoamalla monipuolisen reitin lyhyellä etäisyydellä. Vain kahtena päivänä ajetaan yli 200km ja kaikki ajoajat on suunniteltu niin, että niihin on varattu tekemistä viihtymisen edistämiseksi sekä paljon laadukasta tietoa. Matkaa ennen on suunniteltu perheille tietopakettia, joka sisältää aikataulun ja hinnan lisäksi kohdetietoa, karttoja, kuvia, vaihtoehtoista tekemistä, satuja sekä tehtäviä. Nämä asiat nousivat myös asiakkaiden mukaan tärkeiksi tietää ennen matkaa. Ammattilaisetkin olivat sitä mieltä, että asiakkaat, jotka ovat kiinnostuneet tällaisesta matkasta tarvitsevat paljon tietoa etukäteen matkan etenemisestä ja kohteista.

Valmismatkan ja linja-automatkan järjestäminen vaatii järjestäjältä laajaa osaamista. Ammattitaidon lisäksi pitää osata löytää oikeat yhteistyökumppanit ja kohdetiedot, sekä hallita lainsäädökset. Ammattilaisten mielipiteistä tuli esille, että matkan suunnittelussa on osattu ottaa huomioon kuljettajaa koskeva työlainsäädäntö, sekä valittu kohteita monipuolisesti sekä kiinnitetty huomiota perustarpeisiin, joita lapsiperheiden haastatteluidenkin mukaan ovat hyvä uni ja ruoka, sekä lasten ehdoilla kulkeminen. Matkan toteuttaminen vaatii järjestäjältä ammattitaitoa ja taloudellisia resursseja, jotka takaavat suuren sitoutumisen matkansuunniteluun ja sen toimivaan toteutukseen. Matkailijat, jotka ovat ennen olleet toimivalta linja-automatkalla, ovat aina potentiaalisia asiakkaita uudelleen. Ammattilaisten

analyysissä nousi esille, että matka sisältää elementtejä, jotka kiinnostavat ihmisiä, jotka ovat valmiita lähtemään linja-autokiertomatkalle perheenä. Kaikissa haastatteluissa tuli ilmi, että ruoka ja uni ovat tärkeimpiä, kuten jo Marslown tarvehierarkiassakin kuvataan ja näihin on panostettu myös matkan suunnittelussa, jotta aikataulut ovat sopivia lapsiperheen rytmiin sekä palvelut ovat helposti saatavilla ilman erillisiä toimia.

Suurin osa linja-autolla järjestettävistä tilausmatkoista on suunnattu Kolmårdenin eläinpuistoon tai Legolandiaan. Tämä matka on ainutlaatuinen suunnitelma, vaikka se mukaillekin saksalaista matkailureittiä. Ammattilaisten mielestä matkasuunnitelma on ainutlaatuinen, toimiva sekä mielenkiintoinen vaihtoehto markkinoille. Tällä perusteella voidaan pitää suunnitelmaa pääpiirteissään onnistuneena. Matkan toteuttaminen olisi luonut paremman kuvan todellisuudesta, mutta asiakasanalyysien ja ammattilaisten mielipiteiden perusteella ideasta saisi järjestettyä asiakkaita kiinnostavan matkan. Matkan suunnittelun tulisi perustua aina kysyntään ja tässä tapauksessa, kun ei ollut valmista ryhmää, pyrittiin kehittämään matka, joka täyttäisi markkinoilta puuttuvan tuotteen paikan ja luo näin kilpailuedellytyksen. Tässä taloudellisessa tilanteessa matkan järjestäminen voisi olla haaste, mutta kun asiakaskunta olisi kerätty tarpeeksi laajalta alueelta, matkaan saisi tarpeeksi lähtijöitä. Asiantuntijoidenkin mielestä lähtöpaikka on hyvä, koska matkan varrella on suuria kaupunkeja, joista on mahdollista saada paljon asiakkaita mukaan.

Jälkikehityksenä syntyi lomake, jolla luoda parempia ryhmämatkoja. Lomake on erittäin tärkeä yrityksille, jotta matkansuunnittelu on järjestelmällistä. Ammattilaisten mielestä tärkeintä matkansuunnittelussa on käydä matkasuunnitelma läpi oman kokemuksen kautta ja näin löytää toimiva aikataulutus ja täyttää perustarpeet, jonka jälkeen matkaan voidaan lisätä ryhmän erityistarpeet ja toiveet sujuvasti.

LÄHTEET

Ashliman D.L. 2010. Grimm Brothers Homepage. Viitattu 1.12.2011.

<http://www.pitt.edu/~dash/grimm.html>

Borg Pekka & Kivi Elina & Partti Minna 2002: *Elämyksestä elinkeinoksi – Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö*, WSOY

Bremen Tourismus 2011. Viitattu 14.10.2011

http://www.bremen-tourismus.de/foreign/Homepage_Text.cfm?lang=fin

Deutsche Märchen Straße 2010. Viitattu 18.7.2010

<http://deutsche-maerchenstrasse.com/en/home/startseite.html>

Finnliness 2011. Viitattu 3.8.2011

http://www.finnlines.com/laiivamatkat/reitit_ja_aikataulut/helsinki_travemuende

German Fairy Tale Route 2010. Viitattu 18.7.2010

www.germanfairytailroute.com

Germany Travel 2011. Viitattu 29.10.2011

<http://www.germany.travel/fi/matkatietoutta/saksa-yhdellae-silmaeyksellae/saksa-yhdellae-silmaeyksellae.html> ;

<http://www.germany.travel/fi/matkatietoutta/hyvae-tietaeae/matkatietoutta.html>

Hameln, 2011. Viitattu 13.10.2011.

http://www.hameln.com/_mediafiles/1442-finnisch_prosp.pdf

Hann. Münden Tourismus 2011.. Viitattu 13.10.2011.

http://www.hann.muenden-tourismus.de/fileadmin/Mediendatenbank/PDF/Fremdsprachen_Flyer/GB-kpl_neu.pdf

Holzminden 2011. Viitattu 13.10.2011. <http://www.holzminden.de/54.html>

IPK International 2009. Tutkimus. Viitattu 18.7.2010.

www.ipkinternational.com

Kassel Tourismus, Nähtävyyksiä 2011. Viitattu 13.10.2011.

<http://www.kassel-marketing.de/cms03/highlights.en/sehenswuerdig/index.php>

Kassel Tourismus, Opastukset 2011. Viitattu 13.10.2011. <http://www.kassel-marketing.de/cms03/highlights.en/fuehrung/04038/index.php>

Kassel Tourismus, Saapuminen 2011. Viitattu 13.10.2011

<http://www.kassel-marketing.de/cms03/anreise.en/auto/index.php>

Kassel Tourismus, virtuaalikierrros 2011. Viitattu 2.11.2011. <http://www.kassel-marketing.de/cms03/highlights.en/rundgang/03959/index.php>

Komppula& Boxberg, 2002 : *Matkailuyrityksen tuotekehitys*, Edita

Laws, Erik 1996: *Managing Packaged Tourism*, Thomsson Learning 1996:1

Lomamatkailija, Bremen 2011. Viitattu 10.11.2011.
<http://www.lomamatkailija.com/bremen.php>

Lonely Planet 2009: *Travel with Children –your complete resource*, Lonely Planet Publications Pty Ltd 2009

Nordhessen, Dornröschenschloss 2011. Viitattu 1.11.2011.

<http://www.nordhessen.de/en/dornroeschenschloss-and-tierpark-sababurg>

Nordhessen, Wilhelmshöhe 2011. Viitattu 1.11.2011.
<http://www.nordhessen.de/en/bergpark-wilhelmshoehe>

Nordhessen, Zoo 2011. Viitattu 1.11.2011. <http://www.nordhessen.de/en/zoo-at-sababurg-castle>

Qualitas Forum 2011. Viitattu 7.11.2011.

<http://www.qualitas-forum.fi/Laadunty%c3%b6kalut/SWOTanalyysi/tabid/132/Default.aspx>

Rouhilainen, Ulla-Maija 1994 : *Satunmaa –matkailun perusteet1*, Tampere paino 1994

Sababurg 2011.. Viitattu 13.10.2011. <http://www.sababurg.de/>

Saksan Turismi- Internet sivusto 2011. Viitattu 11.10.11

<http://www.germany.travel/fi/kaupungit-kulttuuri/kaupungit/hampuri.html#>

Smeds, Peter 2010. Luento: Development of Tourism Products :Developing the service process of an tourism product. Vaasan ammattikorkeakoulu, Vaasa. Viitattu 25.3.2011.

Suomen Matkailun Kehitys Oy 2002. Tutkimus: Suomen perhematkailun kehittämisstrategia kansainvälisille markkinoille ulkomaille vuoteen 2006 :Päivitys 2002 MEK) Viitattu 20.7.2010.

www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/.../A121Perhematkailu2002.pdf

Tilastokeskus, liitetaulukko 4.2009. Tilastotaulukko 4. Viitattu 18.7.2010.

http://www.stat.fi/til/smat/2009/smat_2009_2010-07-02_tau_004_fi.html?tulosta

Tilastokeskus, taulukko 6. 2009. Tilastotaulukko 6. Viitattu 18.7.2010.

http://www.stat.fi/til/smat/2009/smat_2009_2010-07-02_tau_006_fi.html?tulosta

Työsuojeluhallinto 2011. Viitattu 3.8.2011. <http://www.tyosuojelu.fi/fi/ajoajat>

Ulkoasiainministeriö 2011. Viitattu 5.11.2011.
<http://formin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=69087&nodeid=15735&contentlan=1&culture=fi-FI>

Wikipedia, Alexander von Humboldt 2011. Viitattu 11.11.2011.
http://fi.wikipedia.org/wiki/Alexander_von_Humboldt

LIITE 1.

Kyselylomake pohja haastattelulle:

PERHE

Ikä, sukupuoli, koulutus, rahan käyttö, ajankäyttö?

Kuinka aikaisin suunnittelette lomaa ja kuka tekee päätökset?

KOKEMUS

Kuinka paljon olette matkustaneet perheenä?

Missä olette matkailleet?

Mikä on tärkein asia kun matkustetaan perheenä?

Mikä tekee matkailusta perheenä mielekästä?

Minkä asian toivoisitte tapahtuvat matkalla uudestaan, mikä ei?

TARPEET

Millaisia tarpeita perheellänne on matkalle?

Millaisia ongelmakohteita olette kohdanneet perheenä matkailussa?

ODOTUKSET

Mitä odotatte lomalta?

-elämysellisyys, opettavuus, ainutlaatuisuus, hinta-laatusuhde?

Mikä olisi pahinta mitä matkalla voisi tapahtua?

Millaisia kohteita perheenne haluaisi nähdä?

LINJA-AUTOMATKAILU

Oletteko olleet linja-automatkalla perheenä?

Millainen mielikuva teillä on linja-automatkailusta?

Mitä linja-automatkan tulisi tarjota, jotta se sopisi perheellenne?

SAKSA

Oletteko käyneet Saksassa? Missä?

Millainen mielikuva teillä on Saksasta matkailumaana?

Mitä haluaisitte nähdä, jos matkustaisitte saksaan?

SATUMATKA

Lyhyt kuvaus matkan sisällöstä....

Voisitteko kuvitella, että kyseinen matka sopisi perheellenne?

Mitä matkan tulisi tarjota, jotta se sopisi perheellenne?

Mitkä asiat vaikuttavat päätökseenne?

Kiitos vastauksista, haluaisin vielä, että pohditte vastasiko vastauksenne todellisia matkailutarpeitanne ja odotuksia, käytöstä?

Tämä kysely tehdään syvähaastatteluna 3 perheelle.

LIITE 2.

Vastaukset: Perhe A:

Haastateltavaan perheeseen kuuluu vanhemmat 40 -vuotiaita ja kaksi tyttärtä 8 ja 9 -vuotiaat. Vanhemmat ovat koulutukseltaan ammattikoulupohjaisia. Perhe on valmis käyttämään viikon lomaan 700 euroa per henkilö, mutta tämän summan tulee sisältää kuljetus, majoitus ja ohjelmapalvelut ja ruokailut. Ehdotuksen mahdollisesta lomakohteesta tekee perheen äiti, mutta päätös kohteen valinnasta tehdään lasten mieltymyksiä ajatellen yhdessä perheen kesken. Hinta on erittäin merkittävä osa matkakohteen valinnassa, mutta joustava riippuen matkan tarjoamasta elämyksestä. Osa matkoista tehdään ekstemporee ja osa matkoista suunnitellaan hyvissä ajoin, neljä kuukautta ennen matkaa. Perhe matkailee yhdessä kolme kertaa vuodessa, loma-aikoina. Pääasiallisia kohteita ovat olleet kotimaa ja Pohjoismaat. Tärkeintä kohteessa on sen sopivuus lapsille ja että siellä on mukavaa tekemistä, kuten vesipuisto tai eläintarha. Museot eivät perhettä suoranaisesti kiinnostaneet, koska niitä ei koettu lapsiystävällisiksi. Matkat suunnitellaan aina lasten ehdoilla ja reitit valitaan selkeiksi, esimerkiksi ei vaihtolentoja tai kulkuvälineiden vaihtoja. Palveluiden tulee olla saatavilla läheltä, jotta aikaa voidaan viettää samassa kohteessa koko loman ajan. Perheen lapset eivät pitäneet erikoisista ruuista, mutta vanhempia ne miellyttivät, joten tarjottavaa pitäisi olla niin suomalaisen suuhun kuin paikallista ruokaa. Mielekkäiden kohteiden lisäksi matkassa tärkeintä on perheen yhdessä oleminen ja arjesta irtautuminen. Perustarpeiden lisäksi perhe pitää kohteen turvallisuutta tärkeänä. Perhe hakee matkailusta nautintoa ja rentoutumista ennen kaikkea. Heidän mielestään ei ole niin tärkeä oppia uusia asioita, kuin viettää laatuaikaa, joka kotona arjen keskellä jää vähäiseksi. Perheellä ei ole kokemusta linja-automatkailusta, eivätkä he ole ikinä ajatelleet osallistuvansa linja-automatkalle. Mielikuvia, joita linja-automatkailu heissä herätti, olivat matkojen pitkä kesto, kylmät penkit, matkan aikana mahdollista saada paljon tietoa kohteista, valmis ohjelma, jossa saa olla mukana sekä sitä kautta pääsee uusiin kohteisiin ja tutustumaan uusiin asioihin. Alkutilanteessa ajatusmaailma oli negatiivi-

nen, mutta he löysivät myös positiivisia asioita. Jotta linja-automatkailu sopisi tälle perheelle, pitäisi olla paljon taukoja, kohtuullisen lyhyet välimatkat, paljon ohjattua tekemistä matkan aikana ja perheelle sopivat yöpymiskohteet. Perhettä ei myöskään kiinnostanut Saksa matkailumaana pitkälle matkalle. Perheen vanhemmat olivat aiemmin kiertäneet maata autolla ja pitivät asukkaita särmikkäinä, mutta ei erityisen mielenkiintoisena. Itse reitissä perhettä ei miellyttänyt kohteiden määrä vaan he ajattelivat, että joka yö vaihtuva hotelli ja kaupunki tuntuisivat lapsista stressaavilta. Kohteiden määräksi yhtenä päivänä olisi yksi. Perhe kaipaa lapsiparkkia, että vanhemmat saavat myös omaa aikaa sekä kylpylähotellin palveluita. Asioita mitä perhe piti tärkeänä tietää ennen matkalle lähtöä, olivat kuvat kohteista, aikataulut, reittikartta, taustatiedot.

LIITE 3.

Vastaukset: PERHE B

Perheeseen kuuluu Isä 43v, äiti 35v ja lapset tyttö 10v, poika 8v ja tyttö 2v. Äidin koulutus on suurtalousesimies yo, työskentelee toimistotyössä. Perheen mielestä sopiva hinta viikon täyshoito matkalle on 3000 euroa ulkomaille ja kotimailla maksimissaan 2000 euroa. Kesälomamatkan keskimääräinen pituus on yleensä viikon, mutta voi olla myös tarpeen mukaan olla pidempi. Perheen äiti tekee ehdotuksen lomakohteesta, joka varataan yleensä kuukausi ennen matkaa. Perhe matkaillee kolme kertaa vuodessa kotimaassa, mutta suunnitelmissa on ulkomaan matka. Ulkomaankohteena on ollut Ruotsi. Tärkeintä lasten kanssa matkustamisessa on perheen mielestä yhdessäolo, rentous ja kiireettömyys sekä tekemistä lapsille tai koko perheelle. Pahinta olisi sairastua matkanaikana, joka pilaisi koko perheen matkan tai joutua onnettomuuteen joka aiheuttaisi vaikeuksia.

Perheen mielestä on tärkeintä, että perhe saa majoittua samaan huoneeseen ja kaikki toiminnot on suunniteltu lapsiystävällisiksi. Perheenä matkaillessa ongelmakohdaksi on noussut viiden hengen perhe, koska kaikki tarjoukset ovat 2+2 perheille ja hotellihuoneisiin saa lisävuoteet maksimissaan kahdelle lapselle.

Hinta on tärkeä tekijä matkan suunnittelussa, se että saa hintaan nähden maksimaalisen laadun ja mielenkiintoisen kohteen. Mielenkiintoisia kohteita ovat perheen mielestä rantalomakohde tai Legoland.

Perhe ei ole ollut yhdessä linja-automatkalla ja he ajattelevat sen olevan raskasta lasten kanssa. Jotta linja-automatkailu sopisi perheelle, linja-autolla ajettaisiin vain kohteeseen ja itse kohteessa oltaisiin väljemmin. Perhe ei ole yhdessä käynyt Saksassa, mutta aiemman kokemuksen mukaan perheen äiti tietää, että maa on hieno ja monipuolinen. Erityistoiveita heillä ei ole, mitä haluaisivat nähdä, jos matkustaisivat Saksaan. Kun perheelle esitettiin reittikuvaus Satumaisesta matkasta, he kiinnostuivat ja voisivat kuvitella lähtevänsä kyseiselle matkalle perheenä. Jotta matka sopisi paremmin perheen toiveisiin, tulisi olla vanhemmille enemmän tarjontaa. Asiat, jotka vaikuttavat päätökseen matkasta, ovat ajankohta ja hinta.

LIITE 4.

Vastaukset: PERHE C

Perheeseen kuuluu vanhemmat sekä lapset poika 15v, poika 11v ja tyttö 8v. Koulutukseltaan perheen äiti on korkeakoulutettu ja isä opistotasoinen. Heidän mielestään on kohtuullista käyttää viikon täyshoitolomaan 500euroa per henkilö. Ja keskimäärin heidän lomamatkansa kestää 2viikkoa. Kesälomamatkaa perhe suunnittelee helmikuussa ja varaa toukokuussa. Jokainen perheen jäsen saa sanoa oman mielipiteensä mieleisestä kohteesta.

Perhe matkustaa vuosittain yhteensä kolme viikkoa, pääasiassa Saksassa ja kotimaassa. Matkaillessa tärkeintä on leppoisa mieli, matkan sujuminen joustavasti ja sopuisasti sekä tauot ja ruokailut. Perheenä matkailusta mielekkään tekevät yhteiset kokemukset ja muistot. Matkalle tulee olla vaivatonta lähteä, matkakohteen olla mielenkiintoinen ja turvallinen, jotta se sopii perheelle. Perhe kuvailee ongelmakohtia, joita heille on sattunut matkalla kohteena, joka ei ole lapsille sopiva ja silloin pienempien lasten kanssa on vaikea sopeutua ympäristöön. Matkalla ei saa olla liikaa suunniteltua ohjelmaa, jotta ei tarvitse stressata, että kaikkea ehtii tekemään.

Perhe odottaa lomalta rentoutumista ja hyvän mielen saamista, hinnan kohtuullisuutta, ainutlaatuisten asioiden kokemista ja heidän mielestään matkailu kokonaisuudessaan on aina opettavaista.

Pahimmat asiat, jotka perheen mieleen nousivat, ovat sairastuminen ja loukkaantuminen. Parasta matkailussa ovat historialliset kohteet, lasten hovit, kahviloiden herkut.

Heillä ei ole kokemusta yhteisestä linja-automatkasta perheenä, mutta mielikuva linja-automatkailusta oli: Kerätään tietyn "henkiset ihmiset" samaan joukkoon ja matka alkaa, se on vaivaton tapa nähdä paljon yhdellä matkalla. Jotta linja-

automatkailu sopisi perheelle, sen tulisi tarjota monipuolisia kohteita huomioiden perheen eri-ikäiset matkailijat. Historialliset kohteet kiinnostavat koko perhettä.

Perhe on kokenut Saksan matkailija ja pitää sitä helppona ja selkeänä sekä turvalisena kohteena. Saksalaiset ovat heidän mielestään vieraanvaraisia ja kulttuuri ei ole liian erilainen kuin suomalainen kulttuuri. Jos perhe matkustaa Saksaan he haluavat nähdä jokaiselle sopivia kohteita, unohtamatta äidin tarpeita.

Tutustuttuaan Satumaiseen matkaan, perhe piti matkaa kivana ja sopivana heille. Reitin kohteet vastaavat perheen vaatimuksia. Lopulliseen päätökseen vaikuttaa kuitenkin hinta, aikataulujen yhteensopivuus sekä matkan ajankohta.

LIITE 5.

SATUMAISEN MATKAN BLUEPRINT

Ennen matkaa:

asiakasprosessi ja aikataulu:

viimeistään 3kuukautta ennen matkaa- ostopäätöksen teko

3 kuukautta ennen – esitteet ja laskutus

konkreettiset elementit:

toimisto, Internet ja lehdet

näkyvä palveluprosessi ja tekijät:

myynti ja varaaminen, asiakkaan opastaminen ostopäätökseen

vastuuhenkilöt: toimistotyöntekijät

näkymätön palveluprosessi: 1 vuosi ennen- matkan suunnittelu, varausten tekeminen, opas materiaalin suunnittelu, markkinointi

Lähtö:

1. vuorokausi

asiakasprosessi ja aikataulu:

Klo 9:00 lähtö Pohjanmaalta

Klo 12:00 lounas

Klo 15:00 Saapuminen Helsinkiin

Klo 18:30 laiva lähtee kohti Travemündeä

oma ohjelmaa laivalla, ruokailupaketin mukaiset ruokailut halukkaille

konkreettiset elementit: linja-auto, laiva, ravintola, matkustusasiakirjat: voucheerit, matkustajalistat, esitteet

näkyvä palveluprosessi ja tekijät: linja-automatka, matkanjohtajan palvelut, laivamatka, ruokailut

vastuuhenkilöt: linja-autokuljettaja, matkanjohtaja, ravintola- ja laivahenkilökunta

näkymätön palveluprosessi: taustatyö, linja-auton ja laivan huolto, ruuan valmistus

Laivalla:

2. vuorokausi

asiakasprosessi ja aikataulu:

Klo 19:00 saapuminen Travemüнден

ajoa Hampuriin

Klo 21:30 majoittuminen hotelliin, Hotelli X, ***

mahdollisuus ruokailuun hotellin ravintolassa

konkreettiset elementit: linja-auto, laiva, ravintola, hotelli, matkustusasiakirjat: voucherit, matkustajalistat, esitteet

näkyvä palveluprosessi: laivasta ulostulo, linja-automatka Hampuriin, sisään kirjautuminen hotelliin, majoittuminen huoneisiin, ruokailu ravintolassa, matkanjohtajan palvelut

vastuuhenkilöt: linja-autokuljettaja, matkanjohtaja, laiva- ja hotellihenkilökunta

näkymätön palveluprosessi: lisämateriaalit

Reitillä:

3.vuorokausi

asiakasprosessi ja aikataulu:

Klo 9:00 aamiaisen jälkeen lähtö kohti Kasselia

matkalla pysähtyminen Hildesheimin idyllisessä kylässä

Klo 11:30 lounas

Klo 14:00 lähtö kohti Kassel

Klo 16:00 majoittuminen hotelliin, Hotelli X,****

mahdollisuus ruokailuun hotellin ravintolassa

Klo 17:00 vesiputouskierros Wilhelmshöhe (paikallinen opas)

4. vuorokausi

asiakasprosessi ja aikataulu:

7:00 aamiainen hotellissa

Klo 9:00 kävelykierros matkanjohtajan kanssa, sisältyen Kasselin tunnetuimmat nähtävyydet

Klo 11:00 lähtö Kasselista

matkalla ajetaan Trendelburgin ohitse, jossa sijaitsee linna Diemel -laaksossa

Klo 12:30 Sababurg, jossa voi mennä vierailemaan Doernröschen linnassa tai eläinpuistossa

Klo 13:00 mahdollisuus ruokailla linnalla tai piknik puistossa

Klo 15:30 lähtö

Klo 16:00 Hann. Müнденin kaupunki, jossa omatoimisto ohjelmaa kuten ostoksia

Klo 17:30 lähtö kohti Holzminden

Klo 18:00 saapuminen Holzmindeen ja majoittuminen hotelliin, Hotelli X,***

Klo 19:00 illallinen

5.vuorokausi

asiakasprosessi ja aikataulu:

Klo 8:00 aamiainen hotellissa

Klo 9:00 lähtö kohti Hamelnia

Klo 9:30 Pollen linnan rauniot, jossa satutuokio

Klo 10:30 lähtö

Klo 11:30 saapuminen Hamelniin, jossa alkaa klo 12:00 ulkoilma esitys torilla

Klo 13:00 lounas

Klo 14:00 majoittuminen hotelliin, Hotelli X,***

Klo 16:00 mahdollisuus osallistua veneretkelle Weser -joella paikallisen oppaan johdolla (kesto 2h)

6. vuorokausi

asiakasprosessi ja aikataulu:

Klo 8:00 aamiainen hotellissa

omaa ohjelmaa kaupungissa

Klo 12:00 lähtö

Klo 15:00 Saapuminen Bremeniin, jossa pieni kiertoaajelu omalla linja-autolla

Klo 16:00 majoittautuminen hotelliin, Hotelli X, ****

Klo 18:00 yhteinen iltajuhla, sisältää ruokailun

7. vuorokausi

asiakasprosessi ja aikataulu:

Klo 8:00 aamiainen hotellissa

omaa ohjelmaa kaupungissa

Klo 16:00 lähtö kohti Travemündeä

matkalla illallinen Hampurissa

Klo 21:00 Saapuminen Travemündeeseen

Klo 23:00 pääsee laivaan

konkreettiset elementit: linja-auto, hotelli, nähtävyydet, matkustusasiakirjat: voucherit, matkustajalistat, esitteet, pelivälineet, tarjoiluvälineet

näkyvä palveluprosessi: linja-automatkat, hotelleihin majoittuminen, ruokailut, vierailut kohteissa, opastus, linja-autokuljettajan ja matkanjohtajan palvelut (taustatiedot, sadut, pelit ja yhteiset tilaisuudet)

vastuuhenkilöt: linja-autokuljettaja, matkanjohtaja, paikallisopaat, hotellihenkilökunta

näkymätön palveluprosessi: taustatiedot ja suunnitelmat, kartat, ohjelmat

Laivalla:

8. vuorokausi

asiakasprosessi ja aikataulu:

Klo 03:00 laiva lähtee kohti Helsinki

omaa ohjelmaa laivassa

konkreettiset elementit: laiva, linja-auto, matkustusasiakirjat: voucherit, laivali-
put, matkustajalistat, esitteet

näkyvä palveluprosessi: linja-automatka, laivamatka, palvelut laivalla, linja-
autokuljettajan ja matkanjohtajan palvelut

vastuuhenkilöt: linja-autokuljettaja ja matkajohtaja, laivahenkilökunta

näkymätön palveluprosessi: huoltotoiminnot

Kotimatalla:

9. vuorokausi

asiakasprosessi ja aikataulu:

Klo 07:00 laiva saapuu Helsinkiin

ajaminen kohti Pohjanmaata. Matkalla pidetään tarvittavat tauot ja käydään läpi matkanvaiheita ja tuntemuksia matkanjohtajan johdolla

Klo 15:00 saapuminen Pohjanmaalle

konkreettiset elementit: laiva, linja-auto, matkustusasiakirjat: matkustajalista ja palautelomakkeet

näkyvä palveluprosessi: laivamatka, linja-automatka, linja-autokuskin ja matkanjohtajan palvelut, laivan palvelut

vastuhenkilöt: linja-autokuljettaja ja matkajohtaja, laivahenkilökunta

näkymätön palveluprosessi: huoltotoiminnot, sanattomien mielipiteiden kerääminen jatkokehitystä varten

Matkan jälkeen:

asiakasprosessi ja aikataulu: asiakaskyselyyn vastaaminen kotona n. 1 viikko matkasta

konkreettiset elementit: asiakaskysely Internetissä

näkyvä palveluprosessi: kyselyn lähettäminen asiakkaalle

vastuhenkilöt: toimistotyöntekijä

näkymätön palveluprosessi: jatkuva kehittäminen, edelleen markkinoiminen, huoltotoiminnot matkan jälkeen

LIITE 6.

Matkan suunnittelu

ryhmänimi:	_____				
henkilömäärä:	_____				
matkan syy:	_____				
tarpeet:	_____				
toiveet:	_____				
extrat:	_____				
matkustuskokemus:	_____				
ajankohta:	_____				
kohde:	_____				
kulkuneuvot:	_____				
majoitus:	_____				
	erityisvaatimukset: _____				
ruokailut:	_____				
	allergiat: _____				
lisäpalvelut:	_____				
reittiakataulu	<table border="1" style="width: 100%; height: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;">lähtö:</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> <tr> <td style="vertical-align: bottom;">paluu:</td> <td style="vertical-align: bottom;">tauot:</td> </tr> </table>	lähtö:		paluu:	tauot:
lähtö:					
paluu:	tauot:				
henkilökunnan tarve ja vaatimukset	_____				
Varaukset:					
	omat varaukset: _____ varausehdot: _____				
	muiden varaukset: _____ varausehdot: _____				
Parkkeeraus:	_____				
Hinnoittelu:	_____				
Matkustusasiakirjat:	_____				
	matkustajalista, rajanylityslistat, voucherit, huonejako, palautekortit matkaohjelmat ja esitteet, kartat, matkanjohtajan- ja kuljettajanoh- jeet				
Muut huomiot:	_____				