

OPINNÄYTETYÖ
HEIKKINEN SUSANNA
KIVEKÄS LAURA 2012

ARCTIKUM-PALVELU OY:N
KOKOUSPALVELUIDEN KEHITTÄMINEN



Rovaniemen
ammattikorkeakoulu **MATKAILUN KOULUTUSOHJELMA**
University of Applied Sciences
LUC



ROVANIEMEN AMMATTIKORKEAKOULU
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA
Matkailun koulutusohjelma

Opinnäytetyö

**ARCTIKUM-PALVELU OY:N
KOKOUSPALVELUIDEN KEHITTÄMINEN**

Heikkinen Susanna
Kivekäs Laura

2012

Toimeksiantaja Arktikum-palvelu Oy

Ohjaaja Pälli Petri

Hyväksytty _____ 2012 _____

Tekijä	Susanna Heikkinen Laura Kivekäs	Vuosi	2012
Toimeksiantaja Työn nimi	Arktikum-palvelu Oy Arktikum-palvelu Oy:n kokouspalveluiden kehittäminen		
Sivu- ja liitemäärä	37 + 6		

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia Arktikum-palvelu Oy:n kokouspalveluprosessia asiakastyytyväisyyskyselyn avulla. Tavoitteena on löytää kehitysideoita joiden perusteella Arktikum-palvelu Oy:n tarjoamia kokouspalveluita voidaan parantaa entistä toimivammiksi. Arktikum on Rovaniemellä sijaitseva käyntikohde jossa sijaitsevat Lapin maakuntamuseon ja Arktisen keskuksen näyttelyt. Arktikum-palvelu Oy:n toimialaa ovat matkailu-, ravintola- ja kokouspalvelut ja se paketoi Arktikum-kokonaisuuden. Arktikum-palvelu Oy huolehtii Arktikumien tarjoamista palveluista, niiden markkinoinnista ja tiedotuksesta. Arktikum-palvelu Oy on opinnäytetyömme toimeksiantaja.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään tutkimusaihetta tukevia käsitteitä kuten kokouspalvelut, palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys. Teoriapohja perustuu kyseisiä aiheita käsitteleviin teoksiin, artikkeleihin ja Internet-lähteisiin. Tutkimus toteutettiin haastattelunomaisena verkkokyselynä ja se lähetettiin elo-joulukuussa 2011 kokouksen Arktikumissa järjestäneille tahoille sähköpostitse. Toimeksiantajan pyynnöstä keskityimme haastattelemaan pelkästään kokousten järjestäjiä.

Verkkokyselyn tuloksista käy ilmi, että vastaajat olivat tyytyväisiä Arktikum-palvelu Oy:n tarjoamiin kokouspalveluihin ja he käyttäisivät palveluita uudestaan tulevaisuudessakin. Kokouspalveluita pidettiin toimivina ja työntekijöitä erittäin osaavina. Joitakin kehitysideoita löydettiin esimerkiksi kokoustekniikan, ravintolapalveluiden ja opastuksen osalta.

Author	Susanna Heikkinen Laura Kivekäs	Year	2012
Commissioned by	Arktikum Service Co		
Subject of thesis	Development of Congress services for Arktikum Service Co		
Number of pages	37 + 6		

The purpose of this thesis was to study the congress services provided by Arktikum Service Co through conducting a customer satisfaction survey. The aim of the survey was to identify ideas for improving the services offered by Arktikum Service Co. Arktikum is a tourist attraction in Rovaniemi that houses the exhibitions of the Provincial Museum of Lapland and the Arctic Centre. Arktikum Service Co is responsible for the Arktikum package; it produces and markets the services provided by Arktikum. This study was commissioned by Arktikum Service Co.

In the theory section concepts such as congress services, service quality and customer satisfaction are covered based on a desk review of relevant literature including publications, articles and Internet sources.

The customer satisfaction survey was conducted as an online survey among companies that organized meetings and congresses in Arktikum from August to December 2011. On the request of Arktikum Service Co, the survey focused only on congress organizers.

The survey results show that the respondents were satisfied with the congress services provided by Arktikum Services Co and that they would use the services again. Respondents found the congress services well functioning and the personnel skilful. The respondents also made some suggestions regarding the improvement of restaurant services, meeting technologies and signage.

Key words

Arktikum, congress services, customer satisfaction survey, service development

SISÄLTÖ

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

KUVA- JA KUVIOLUETTELO	1
1 JOHDANTO	2
2 ARKTIKUM-PALVELU OY	4
3 KOKOUSPALVELUT.....	7
3.1 KOKOUKSET	7
3.2 KOKOUKSEN JÄRJESTÄJÄT	8
3.3 KOKOUSPAIKKA JA -TILAT	9
3.3.1 <i>Arktikum kokouspaikkana.....</i>	<i>11</i>
3.3.2 <i>Arktikumin kokouspaketit</i>	<i>12</i>
3.4 KOKOUSPAIKAN TURVALLISUUS	13
3.4.1 <i>Arktikumin turvallisuus</i>	<i>15</i>
4 PALVELU	16
4.1 PALVELUPROSESSI	16
4.2 PALVELUN LAATU	17
4.3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS	18
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	21
5.1 TUTKIMUSONGELMAT JA -MENETELMÄ.....	21
5.2 TUTKIMUKSEN RELIAABELIUS JA VALIDIUS	21
5.3 KYSELYLOMAKE JA KYSELYN TOTEUTUS	22
6 TUTKIMUSTULOKSET JA ANALYSOINTI	25
6.1 VASTAAJIEN TAUSTATIEDOT	25
6.2 VASTAAJIEN MIELIPITEET PALVELUSTA ENNEN KOKOUSTA	26
6.3 VASTAAJIEN MIELIPITEET KOKOUKSEN KULUSTA.....	27
6.4 VASTAAJIEN MIELIPITEET KOKOUKSEN KOKONAISUUDESTA	28
6.5 YHTEENVETO JA KEHITYSIDEAT	29
POHDINTA	33

LÄHTEET	35
LIITTEET	37

KUVA- JA KUVIOLUETTELO

KUVA 1. ARKTIKUMIN SISÄÄNKÄYNTI	4
KUVA 2. ARKTIKUMIN LASIPUTKI	4
KUVIO 3. ASIAKASPALVELUPROSESSIN ERI VAIHEET	16
KUVIO 4. VASTAAJIEN IKÄ.....	25
KUVIO 5. VASTAAJIEN ASUINPAIKKA.....	26
KUVIO 6. SWOT-ANALYYSI: ARKTIKUM KOKOUSPAIKKANA.....	29

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää Arktikum-palvelu Oy:n kokouspalveluiden tilaa kyselytutkimuksen avulla ja tavoitteena on löytää kehitysideoita kokouspalveluiden parantamiseen. Tutkimusongelma on miten voitaisiin kehittää Arktikum-palvelu Oy:n kokouspalveluita vielä toimivammiksi asiakkaille. Tutkimuksesta hyötyy toimeksiantajamme kehitysideoiden avulla ja jatkossa työtämme voi käyttää hyödyksi uusissa ja pidemmälle viedyissä Arktikumia koskevissa selvityksissä. Arktikum-palvelu Oy:n kokouspalveluista on tehty aikaisemmin ainakin yksi palautetutkimus; Arktikumissa kävijät: palautetutkimus Rovaniemen Arktikum-talon näyttely- ja kokousvieraista keväällä ja kesällä 1998. (Aho–Ilola 1988.) Koska tämäkin tutkimus on jo yli 10 vuotta vanha, on hyödyllistä kartoittaa Arktikum-palvelu Oy:n kokouspalveluiden nykyistä tilaa. Kehitysideat ovat aina tarpeen, sillä nykyisin pyritään entistä enemmän erottumaan kilpailijoista. Näin ollen opinnäytetyömme tutkimus on ajankohtainen.

Kun opinnäytetyömme aloittaminen oli ajankohtaista, saimme toimeksiannon Arktikum-palvelu Oy:n markkinointipäälliköltä Sanna Sandgrenilta toisen meistä ollessa yrityksessä töissä. Työn innoittajana toimi korkeakoulu Hankenin Tekes-projekti Sediment jonka lähtökohtana on asiakaslähtöinen palveluajattelu. Tällaisella palveluajattelulla asiakkaat antavat palautetta palveluprosessista kokonaisuudessaan alusta loppuun omin sanoin, ilman ohjaavia kysymyksiä. (Nyman–Strandvik 2010, 24–27.) Toimeksiantajamme Arktikum-palvelu Oy esitellään melko laajasti työmme teoriaosuudessa.

Sediment- ajattelun pohjalta lähdimme jalostamaan omaa tutkimustamme ja siitä saimme ideapohjan toteuttamallemme kyselylle. Päätimme käyttää kyselyssä palvelutarina-ajattelun pohjalta avoimia kysymyksiä, jotta saisimme kokonaisvaltaisia vastauksia. Kyselyyn vastasivat kokousjärjestäjät, jotka olivat valinneet Arktikumin kokouspaikaksi elo-joulukuussa 2011.

Työmme teoriaosuudessa käsitellään tutkimuksen tekoa, kokouspalveluita ja asiakasprosessia yleisesti ja Arktikum-palvelu Oy:n kannalta. Tutkimustulok-

sissa käymme läpi tutkimusaineiston jonka jälkeen pohdimme sen perusteella kehitysideoita Arktikum-palvelu Oy:n kokouspalveluille.

2 ARKTIKUM-PALVELU OY

Arktikum on Rovaniemellä sijaitseva käyntikohde jossa sijaitsevat Lapin maakuntamuseon ja Arktisen keskuksen näyttelyt. Oheispalveluita ovat kirjasto, museokauppa ja ravintola. Arktikum-palvelu Oy:n toimialoja ovat matkailu-, ravintola- ja kokouspalvelut. Yritys ostaa, vuokraa tai tuottaa Arktikumin palvelut sekä markkinoi, tiedottaa ja paketoi Arktikum-kokonaisuuden. Arktikum-palvelu Oy:n henkilökunta toimii lipunmyynnissä, museokaupassa, ravintolassa ja kokous- ja kongressipalveluissa. Arktikum-palvelu Oy:n lisäksi talossa toimii Lapin maakuntamuseo, Arktinen keskus sekä kaksi kiinteistöyhtiötä ja alihankkijoita. (Arktikum-palvelu Oy 2010a.) Rakennuksen ovat suunnitelleet Birch-Bonderup ja Thorup-Waade ja se sai lopullisen muotonsa vuonna 1997. Talon arkkitehtuurisesti näyttävin ja pisin osa on 172 metrin lasiputki. (Arktikum 2011a.)



Kuva 1. Arktikumin sisäänkäynti (ks. Arktikum 2011b)



Kuva 2. Arktikumin lasiputki (ks. Arktikum 2011b)

Arktikum-palvelu Oy:n liikeidea on:

”Arktikum-palvelu Oy tarjoaa laadukkaita asiakaspalveluita pohjoisen asukkaille, matkailijoille ja sidosryhmille; asiakaslähtöisesti ja tuloksellisesti pohjoisuuden ja arktisuuden huomioiden.”

Yritys vastaa muun muassa ravintolan, myymälän, vastaanoton, kokous- ja kongressipalveluiden, markkinoinnin ja tiedottamisen toiminnoista. (Arktikum-palvelu Oy 2010a.)

Yritys tuottaa ympärivuotisesti kulttuuri-, elämys-, ravintola- ja kokouspalveluita kansainvälisille yksittäis-, ryhmä- ja kokousmatka-asiakkaille. Oppimis- ja elämyskokemukset pohjoisen ja arktisen kulttuurin ja tiedon parissa tarjotaan asiakkaille yhteistyössä Lapin maakuntamuseon ja Arktisen keskuksen kanssa. (Arktikum-palvelu Oy 2010a.)

Arktikum-palvelu Oy:n arvoihin kuuluvat laadukkuus, asiakaslähtöisyys ja ympäristöystävällisyys. Laadukkuuden merkitys yrityksessä pitää sisällään muun muassa ravintolan tuotteiden raaka-aineiden korkealuokkaisuutta ja aitoutta, viimeisteltyä tarjoilua ja sisustusta sekä tuotteiden ja palveluiden tasalaatuisuutta kaikille asiakkaille. Kokoustuotteen laadukkuuteen vaikuttaa toimivat tilat ja tekniikka sekä ennakoiva asiakaspalvelu. Museokaupan tuotteet ovat aitoja ja kohteeseen sopivia sekä siististi esillä. Kaikilla osastoilla asiakaspalvelijat tuntevat tuotteet sekä palvelut ja heidät on koulutettu tehtäviinsä. Henkilökunta pukeutuu siististi ja niin, että asiakkaat tunnistavat heidät. Asiakaslähtöisyyden periaate Arktikum-palvelu Oy:ssä on, että henkilökunta on kohteessa asiakasta varten. Tuotteet suunnitellaan eri asiakassegmenteille ja kerätyn asiakaspalautteen perusteella toimintaa kehitetään. Asiakaslähtöiseen palveluun koulutaudutaan ja sen tasoa myös mitataan aktiivisesti. Henkilökunta tuntee asiakassegmentit sekä myytävät tuotteet. Yritys huomioi tuotteissaan ja toiminnassaan ympäristöystävällisyyden, esimerkiksi ravintolassa kierrätetään jätteet ja tarpeetonta sähkönkulutusta vältetään, muun muassa pitämällä sähkölaitteita pois päältä mahdollisuuksien mukaan. Pakkausmateriaaleissa ja museokaupan tuotteissa suositetaan kierrätettäviä materiaaleja. (Arktikum-palvelu Oy 2010a.)

Arktikum-palvelu Oy markkinoi kohdetta monin tavoin kolmella eri painopisteellä. Markkinoinnilla pyritään herättämään alueelle tulevien tai siellä jo olevien kiinnostus, Lappiin tulevien kiinnostus sekä matkanjärjestäjien ja ryhmämatkalaisten kiinnostus. Vuosittain hankitaan myös erilaisia markkinointimateriaaleja kuten rannekelippuja, kirjekuoria, käyntikortteja ja banderolleja. Hotelleissa ja muissa matkailupisteissä on esillä esitelineitä ja kansioita, ja yritys mainostaa Lapin Kansassa, Uudessa Rovaniemessä ja matkailijoille suunnatussa Travel Rovaniemi -lehdessä. Arktikum-palvelu Oy tekee suoramarkkinointia sekä yhteistyötä muiden alueen yritysten kanssa. (Arktikum-palvelu Oy 2010a.)

Yritys pyrkii herättämään Lappiin tulevien asiakkaiden mielenkiintoa pitämällä ajan tasalla Lapin hotelleja, alueorganisaatioita ja muita yhteistyökumppaneita koulutuksen ja tiedotuksen avulla. Arktikum-palvelu Oy tekee yhteis-mainontaa Rovaniemen matkailun alueorganisaation ja Lapin matkailun kanssa, esimerkiksi Matka- ja Lapsimessuilla. (Arktikum-palvelu Oy 2010a.) Yritys toimii yhteistyössä myös muiden yritysten kanssa; Arktikumilla on yhteislippu Rovaniemen tiedekeskus Pilkkeen kanssa sekä yhteinen kanta-asiakaskortti Inarin saamelaismuseo Siidan ja Oulun Tietomaan kanssa. Sisäänpääsylipuista saa alennusta myös S-etukortilla. Yritys panostaa myös Internetiin, kuten koti- ja Facebook- sivujensa ylläpitoon ja päivitykseen. Arktikum on hyvin esillä sosiaalisessa mediassa ja kohteesta löytyy muun muassa paljon blogikirjoituksia.

3 KOKOUSPALVELUT

3.1 Kokoukset

Kokoontumisen perusidea on ihmisten tarve tavata ja vaihtaa mielipiteitä. Kokouksen tarkoituksena on yhdessä kokoukseen osallistujien kesken tehdä päätöksiä demokraattisesti sekä tiedottaa uusista asioista ja samalla havainnoida henkilöiden reaktioita uuteen tietoon. Kokouksessa keskustellaan asioista eli vaihdetaan mielipiteitä ja usein niissä myös valitaan henkilöitä eri tehtäviin sekä ratkaistaan ongelmia yhteistyön avulla. Osallistujamäärät voivat vaihdella pienestä ryhmästä tuhansiin henkilöihin. Kokoukset voivat vaihdella pituudeltaan aamupalaverista useamman päivän kongresseihin ja yhdellä kokouksella voi olla monta eri päämäärää. Tavoitteet voivat vaihdella kokouksesta riippuen. Kokous, kongressi, konferenssi, seminaari ja yleiskokous ovat yleisimmät kokoustyyppit. (Blinnikka–Kuha 2004, 12–14, 18.)

Kokous on tilaisuus johon ihmiset kokoontuvat käsittelemään yhteisiä asioita. Kongressilla taas tarkoitetaan suuresta osanottajamäärästä koostuvaa ammatti- tai tieteenalan kokoontumista. Kongressilla ei ole konkreettista päämäärää, mutta siihen kuuluu tärkeänä osana jokin sosiaalinen ohjelma ja se voi olla joko kansallinen tai kansainvälinen kokoontuminen. Konferenssi on tilaisuus, jolla on jokin tietty päämäärä ja se saavutetaan usein yhdellä istunnolla. Se on neuvottelutilaisuus, ja osallistujamäärä on pienempi kuin kongressissa. Seminaari on luentomainen kokoontuminen suurelle tai pienemmälle rajatulle osallistujamäärälle jota johtaa puheenjohtaja. (Verhelä 2000, 19.)

Kokoukset ja kongressit tuovat näkyvyyttä ja hyötyä elinkeinoelämälle ja niiden merkitys on suuri kokouspaikkakunnille ja myös koko maalle. Kokousedustajat ja -järjestäjät käyttävät alueen majoitus-, ravitsemis- ja kuljetuspalveluita ja näin paikalliset palveluntuottajat saavat tuloja eli se on taloudellisesti kannattavaa. Ulkomaalaisten kongressien avulla tehdään Suomea tunnetuksi maailmalla ja tuodaan esille yhteiskuntaa, miljööttä, matkailupalveluita ja kulttuuria. Finland Convention Bureau (Suomen valtakunnallinen kongressi- ja yritystapahtuma-alan myynti- ja markkinointiorganisaatio) mukaan vuosittain Suomessa järjestetään 240–270 kansainvälistä kongressia. Eli noin 54 000 osallistujaa saapuu Suomeen vuosittain viettäen yhteensä

maassa noin 300 000 majoitusvuorokautta. Suosituimpia kokousmatkakohteita ovat Helsinki, Tampere, Lappi ja Järvi-Suomi. (Rautiainen–Siiskonen 2002, 14,16.)

Kun kokouksen ja kongressin toteuttamiseen tarvitaan yrityksen ulkopuolella toimivia matkailualan palveluita kuten organisointipalveluita, kokouspalvelut kuuluvat silloin liikematkailuun (Verhelä 2000, 18). Kokousmatkailu on liikematkailun osa-alue, joka kasvaa liikennevälineiden ja tietoliikenteen kehittymisen johdosta. Liikematkailu määritellään työntekoon liittyväksi matkailuksi ja liikeasiat ovatkin aina olleet yksi tärkeimmistä motiiveista matkustaa. Kongressi- ja kokousalaa voidaan kutsua termeillä: MICE (meetings, incentives, conventions, exhibitions), MCE (meetings, conventions, exhibition) tai CEMI (conventions, exhibitions, meetings, incentives). Kannustematkat kuuluvat kongressi- ja kokousmatkailuun, vaikka ne eroavatkin osallistujien näkökulmasta perinteisistä työmatkoista. Kannustematkat ovat yrityksen tapa palkita henkilökuntaa hyvin tehdystä työstä. Blinnikka ja Kuha (2004,16–18) toteavat, että kokous- ja kongressimatkailu voidaan jakaa viiteen eri osaluokkaan jotka ovat kansainvälisten järjestöjen kongressit, erilaisten liittojen ja yhdistysten kokoontumiset, yritysten kokoukset, messut ja näyttelyt sekä kannustematkat.

3.2 Kokouksen järjestäjät

Kun yritys tarvitsee apua kokouksen järjestämiseen, kokouspalvelutoimisto voi huolehtia suunnittelusta ja järjestelyistä joko kokonaan tai osittain yrityksen puolesta. Myös kokouspaikan henkilöstö auttaa usein kokousjärjestelyissä. Suurissa kansainvälisissä kokouksissa toimijoita tapahtuman ympärillä on useita ja järjestelyt toteutetaan itse ulkopuolisia asiantuntijoita hyödyntäen. (Blinnikka–Kuha 2004, 29.) Kongresseja Suomessa järjestää noin kaksikymmentä kongressipalvelutoimistoa. Kansainvälisesti näitä kutsutaan Professional Congress Organizer- yrityksiksi (PCO). PCO:t käyttävät apunaan usein mainostoimistoja, liikelahjayrityksiä, ohjelmapalvelutoimistoja, matkatoimistoja ja kuljetusalan yrityksiä sekä hoitavat järjestelyt toimeksiannosta aivan

kongressin alusta sen loppuun saakka. Nämä yritykset auttavat myös toimeksiantajia markkinoinnissa ja joskus rahoituksessakin. (Verhelä 2000, 21.)

Kokousten ja kongressien suunnittelijoina toimivat yleensä eri organisaatioiden johtotehtävissä työskentelevät henkilöt. Järjestäjäorganisaatiot voidaan jakaa kahteen eri ryhmään: yritys- ja yhdistyssektoriin. Yrityssektorin tyypillisimpiä kokouksia ovat työpalaverit sekä kokoukset esimiesten ja kollegoiden välillä. Esimerkiksi johtoryhmän kokoukset, myyntikokoukset, seminaarit sekä kannustekokoukset ja -matkat tarvitsevat laajempia järjestelyitä. Yritysten koontumisissa osanottajina voivat olla esimerkiksi yhden yksikön henkilökunta, tiettyjen alueiden esimiehet, koko maan johtavat yksiköt tai ympäri maailmaa sijaitsevien toimipisteiden henkilökunta. Yhdistyssektoreihin voidaan luokitella esimerkiksi valtiolliset elimet, poliittiset puolueet, seurat ja harrastuksiin liittyvät yhdistykset. Yrittäjät ovat yksi kongressien järjestäjäryhmä. Nämä henkilöt eivät kuulu kumpaankaan edellä mainittuun ryhmään. He haluavat saada usein muiden alan asiantuntijoiden mielipiteen asioista ja aloittavat keskusteluja tai väittelyitä heitä kiinnostavista aiheista. (Blinnikka–Kuha 2004, 25–26.)

Kokouksen järjestäminen koostuu monista eri yksityiskohdista ja osatekijöistä ja näiden osatekijöiden tulee aina vastata asiakkaan odotuksia ja arvoja, jotta kokous onnistuu halutulla tavalla. On tärkeää, että asiakkaalle tarjotaan mukava ilmapiiri, hyvät työskentelyolosuhteet, toimiva tekniikka ja asiantunteva sekä kielitaitoinen palvelu. (Aarrejärvi 2003, 7.) Edellä mainittujen asioiden lisäksi on mietittävä tarkasti myös aikataulutusta, ohjelman sisältöä, tarjoiluja ja esitysmateriaalien toimivuutta. Jos aikataulussa luistetaan, käytetty esitysmateriaali on vanhentunutta tai äänentoisto on epäkunnossa, asiakkaat tuskin lähtevät kokouksen päätteeksi tyytyväisenä paikalta. (Häyrinen–Vallo 2010, 58–59.)

3.3 Kokouspaikka ja -tilat

Hyvät kokoustilat sijaitsevat keskeisellä paikalla liikenneyhteyksiin nähden. Lentokentältä tai hotellilta siirtymisen tulisi olla helppoa. Kun kokoustilat sijaitsevat keskeisellä paikalla, liikkuminen kokous- ja majoitustilojen välillä on

vaivatonta. On hyvä muistaa, että kokouspaikan pysäköintitilojen tulee olla riittävän isot sekä opastetut ja kokouspaikalle on päästävä myös yleisillä kulkuneuvoilla ja henkilöautolla. (Blinnikka–Kuha 2004, 92.) Hyvät kokous- ja kongressitilat ovat pohjaratkaisultaan yksinkertaisia. Tällä tarkoitetaan sitä, että tilat ovat helposti jaettavissa pienemmiksi liukuvilla ovilla, aulat ovat riittävän isoja ja niitä voi muunnella esimerkiksi näyttelykäyttöön. Tilojen tulisi olla myös helppokulkuiset liikuntarajoitteisille asiakkaille. (Aarrejärvi 2003, 11.)

Jotta kokous onnistuisi, on kiinnitettävä huomiota kokoustilojen toimivuuteen, tarkoituksenmukaisuuteen ja viihtyvyyteen. Kokouspaikan on sovittava kokouksen imagoon ja teemaan, jotta tavoitteet saadaan toteutetuksi mahdollisimman hyvin. Tilojen valinnassa tulee muistaa, että asiakkaan kokonaiskokemukseen vaikuttaa usein myös moni muu tekijä kuin pelkästään kokoustila. Tilojen toimimattomuus, esimerkiksi kokoustekniikan ongelmat, voi pilata osallistujan näkökulmasta koko kokoustilaisuuden onnistumisen. (Blinnikka–Kuha 2004, 106.)

Tilojen sopivuus kokouksen tavoitteisiin, imagoon, arvoihin ja budjettiin nähdessä on tärkeää. Kokouksen tekniikan on oltava monipuolista ja laadukasta. Jos kokouspaikan nimi ei herätä asiakkaassa mielenkiintoa, se voi vaikuttaa suuresti osallistumispäätökseen. Jos esimerkiksi kokouspaikan nimi viittaa ympäristöasioista huolehtimiseen ja ekologiseen ajatteluun, mutta arvot eivät vastaa tätä, voi asiakkaan pettymys olla suuri ja tämä voi vaikuttaa negatiivisesti kokouspaikan maineeseen. Kokouspaikan tilat on hyvä valita osallistujamäärästä riippuen eli ei kannata varata liian suurta tilaa osallistujamäärän sitä vaatimatta. Hinta ei kuitenkaan saa olla ainoa valintakriteeri tiloja valitessa. Usein tilan valintaan käytetään liian vähän harkintaa ja tästä johtuen kokous saattaa epäonnistua. (Blinnikka–Kuha 2004, 110.)

Kokoustilat ovat usein muunneltavia ja niitä on helppo kalustaa asiakkaan tarpeiden mukaan. Hyvä tila on sellainen jossa saa järjestettyä erikokoisia kokouksia pöytämuotoja muuttamalla. Käytetyimmät pöytämuodot Arktikumisissa ovat kokousmuoto, seminaarimuoto, luentomuoto ja ravintolamuoto.

Kokousmuodolla tarkoitetaan yleensä yhtä pitkää pöytää jonka ympärillä ovat tuolit. Tämä on varmasti käytetyin muoto, sillä siinä kaikki osallistujat näkevät toisensa sekä valkokankaan ja muistiinpanojen tekemiseen on tilaa. Seminaarimuodossa tilan edessä on usein puheenjohtajan ja sihteerin pöydät ja osallistujien pöydät avautuvat heidän eteensä suorissa riveissä. Luentomuodolla saadaan eniten paikkoja osallistujille ja tämä muoto sopii parhaiten luentotyyppiseen kokoukseen, jossa osallistujat eivät keskustele paljoa ja muistiinpanoja ei tehdä. Muistiinpanoja varten voi saatavilla olla kirjoitusalueita, sillä luentomuodossa yleensä vain puhujalla on edessään pöytä. Ravintolamuodossa pöydät on asetettu niin, että kokoustilaan mahtuu myös seisovapöytä ruokailua varten.

3.3.1 Arktikum kokouspaikkana

Arktikumissa on mahdollisuus järjestää kokous neljässä eri tilassa, riippuen osallistujamäärästä ja muista asiakkaan tarpeista. Tilaa on järjestettävissä 10–700 henkilölle. Suurin tila kokouksille on Polarium ja pienemmät kokoustilat ovat Luokkahuone, Auditorio ja Aurora. Kaikissa Arktikumin kokoustiloissa on langaton Internet-yhteys johon on saatavilla ilmaiset tunnukset Arktikumin vastaanotosta. Vähintään yksi valkokangas, datavideoprojektori ja piirtoheitin ovat kiinteinä kaikissa tiloissa, ja muistiinpanovälineet toimitetaan jokaiseen kokoukseen. Myös fläppitaulu toimitetaan järjestäjän niin halutessa. Kaikkien kokoustilojen vuokraan kuuluu kokousassistentin palvelut, mutta Polariumsalin tilavuokraan lisäksi myös AV-tekniikan palvelut kahdeksi tunniksi. (Arktikum-palvelu Oy 2010b.)

Kokoustila Aurora (ks. liite 1 Pohjapiirros Aurora) sijaitsee Arktikumin sisäänkäynnin välittömässä läheisyydessä, ravintolan vieressä. Aurora on mahdollista yhdistää samaksi tilaksi ravintolan kanssa avaamalla välissä olevat seinälevyt. Ravintolan ja Auroran yhdistettyyn tilaan mahtuu maksimissaan 190 henkilöä pitämään kokousta ravintolamuodossa. Kahden buffetpöydän kanssa tilaan mahtuu 170 henkilöä. Seminaarimuotoon Auroraan mahtuu 60 henkilöä ja luentomuodossa 120 henkilöä. Tila soveltuu kokousten lisäksi erinomaisesti myös näyttely- ja ruokailutilaksi. (Arktikum-palvelu Oy 2010b.)

Luokkahuone (ks. liite 2 Pohjapiirros Luokkahuone) on Arktikumien pienin kokoustila ja sijaitsee Arktisen keskuksen toisessa kerroksessa. Luokkahuoneessa on tilaa kokousmuodossa 22 henkilölle. Tilan voi myös jakaa kahdeksi tilaksi esimerkiksi ryhmätyöskentelyä varten. Auditorio (ks. liite 3 Pohjapiirros Auditorio) sijaitsee ensimmäisessä kerroksessa ja paikkoja on 100 henkilölle luentomuodossa ja 48 henkilölle seminaarimuodossa. Auditoriossa on esiintymislava ja se soveltuu myös näyttely- ja ryhmätyötilaksi. Polarium-salissa (ks. liite 4 Pohjapiirros Polarium) on 179 paikkaa. Polarium on auditorio-mallinen ratkaisultaan ja lavalla on puhujakoroke sekä puheenjohtajan ja sihteerin pöydät. Polariumissa on talon paras ja monipuolisin tekniikka ja se sisältää tekniikkahuoneen josta saa säädettyä tekniikkaa kokouksen tarpeiden mukaan. Katsomo on laskeva ja istuimien alta löytyvät kirjoituslajustat osallistujille. Tilavuokraan sisältyy kaikissa tiloissa olevien lisäksi diaprojektori, fläppitaulu, dataprojisiio, 8 mikrofonia joista kaksi langatonta, yksi kaulusmikrofoni, VHS-videonauhuri, DVD-soitin, C-kasettisoitin sekä AV-tekniikan palvelut kahdeksi tunniksi. Polarium sopii tiloiltaan erinomaisesti myös esimerkiksi elokuvaesityksiin ja palkinnonjakotilaisuuksiin. Tilaan on erikseen saatavissa myös elokuvaprojektori, induktiosilmukka, valonheitinjärjestelmä, lukukamera ja AV-tekniikka koko kokouksen ajaksi. (Arktikum-palvelu Oy 2010b.) Lämpio eli Arktikumien lasinen putki, soveltuu lähinnä kokousten tai seminaarien iltatilaisuuksiin 50–700 henkilölle ja sitä onkin käytetty eniten cocktail-tilaisuuksien tai illallisten järjestämiseen. Tila on mahdollista kattaa maksimissaan 200 hengelle. (Arktikum-palvelu Oy 2010b.)

3.3.2 Arktikumien kokouspaketit

Arktikum-palvelu Oy räätälöi kokouspaketin asiakkaan toiveiden mukaan. Hintaan vaikuttavat asiakkaan toivomat tilat, osallistujamäärä sekä oheispalvelut. Kuten edellä mainittiin, oheispalveluita Arktikumissa ovat muun muassa ravintola- sekä museopalvelut, museokauppa ja kirjasto.

Arktikum-palvelu Oy tarjoaa kolmenlaisia valmiita kokouspaketteja. Peruspaketteja on kaksi, koko- ja puolipäiväpaketti. Näihin paketteihin sisältyy tila perusvarusteineen, kokousvedet, tekniikka ja kokousassistentin palvelut. Kokoustila valitaan kokouksen osallistujamäärän mukaan. Lisäksi molemmat pa-

ketit sisältävät kokousmenun joka sisältää kahvitukset sekä päivän lounasbuffetin. Puolipäiväpakettiin voi valita joko aamu- tai iltapäiväkahvit ja kokopäiväpakettiin molemmat. Päiväpaketiksi lasketaan 8 tuntia kestävät kokoukset ja puolipäiväpakettien kesto on 4 tuntia. Kokousvierailta on myös mahdollisuus tutustua Arktikumin näyttelyihin normaalia edullisemmin. Näiden pakettien lisäksi kokouksen voi myös räätälöidä asiakkaan toiveiden mukaan, esimerkiksi täysin ilman ruokailuja tai kahvituksia. (Arktikum 2011c.)

”Kokousta praataten” on Arktikumin uniikki kokouspaketti. Se on hieman kalliimpi kuin peruspaketit, mutta peruspalveluiden lisäksi sisältää myös ”Praatauksia” -tarinaopastuksen sisältäen tarinoita entisajan Lapista ja sen asukkaista. Tähän kokouspakettiin kuuluva ruokailu on myös erikoinen; menu on koottu perinteisistä lappilaisista raaka-aineista. Tätäkin pakettia on saatavilla niin puoli- kuin kokopäiväpakettina. (Arktikum 2011d.)

3.4 Kokouspaikan turvallisuus

Onnistuneeseen kokoukseen kuuluu tärkeänä osana moitteettomat turvatoimet. Ne ovat todella tärkeitä ja äärimmäinen edellytys kokousten ja kongressien järjestämiseksi. Jo rakennusta suunniteltaessa on erittäin tärkeää miettiä minne poistumisväylät, sammutusjärjestelmät ja sammutuslaitteet sijoitetaan ja kuinka turvallisista materiaaleista eri kalusteet ja laitteet valmistetaan. Turvatoimet rakennuksessa ovat myös tärkeitä. Turvatarkastusalueet ja -järjestelmät on otettava huomioon jo suunnitteluvaiheessa. (Rautiainen-Siiskonen 2002, 56.)

Turvallisuusvalvonta voidaan jakaa vartiointiin, tekniseen valvontaan ja kulunvalvontaan. Teknisillä laitteilla kuten valvontalaitteistoilla, ilmoituksensiirtojärjestelmillä tai ilmoituksen vastaanottolaitteistoilla, pyritään havaitsemaan tai estämään vahinkotapahtuman syntyminen. Rikosilmoituslaitteisto, joka havaitsee kohteessa tapahtuvan liikkumisen tai tunkeutumisen, on eniten käytetty valvontalaitteisto. Tämän avulla ilmoitukset tunkeutujasta siirtyvät nopeasti hälytys- ja päivystyskeskukseen. Kulunvalvonta on alueella liikkumisen valvontaa jota suoritetaan kohteen raja-alueilla. Videovalvontaa käytetään paljon kulunvalvonnassa ja sitä käytetään usein sisäänkäyntiovien luona.

Puhe- ja kuvayhteyden avulla valvontakeskuksen valvoja pystyy ottamaan nopeasti yhteyden sisäänpyrkijään ja varmistumaan henkilön henkilöllisyydestä. (Rautiainen–Siiskonen 2002, 136.) Myös henkilöturvajärjestelmät ovat erityisen tärkeitä. Näiden järjestelmien avulla turvataan niin henkilökunnan kuin asiakkaidenkin turvallisuus. Turvapuhelimet, -painikkeet ja infrapunahälyttimet ovat henkilöiden turvaamisen välineitä. (Blinnikka–Kuha 2004, 125.)

Tietoturva on tärkeä osa kokouspaikan turvallisuutta joten tietojen on pysyttävä kongressipaikan sisällä luotettavina. Henkilö joka vastaa kokouspaikan turvallisuudesta voi käyttää apunaan riskianalyysia, hahmotelleessaan riskejä tiettyyn kokoukseen liittyen. Riskianalyysin avulla tunnistetaan riskit ja niiden vaikutukset. Tilanteiden aiheuttamat toimenpiteet päätetään analyysin tekemisen jälkeen. (Rautiainen–Siiskonen 2002, 137.) Tärkeintä riskianalyysissä on se, että riskit tunnistetaan ja niitä ryhdytään toiminnallisesti vähentämään. Riskin sattuessa on erittäin tärkeää tietää miten siihen tullaan reagoimaan. (Blinnikka–Kuha 2004, 127.) ABC- ajattelulla riskiarvioinnissa tarkoitetaan kolmea eri vaihetta. Nämä vaiheet ovat:

- A) Tiedosta riskit - riskien kartoitus
- B) Luokittele riskit niiden todennäköisyyden ja merkittävyyden suhteen - riskien arviointi
- C) Tee tarpeelliset suunnitelmat ja päätökset riskien siirtämiseksi muille, minimoimiseksi tai eliminoimiseksi – riskien hallinta

Riskit voidaan jakaa kolmeen eri osa-alueeseen; riskeihin jotka tapahtuvat tapahtumaa ennen, tapahtuman aikana ja tapahtuman jälkeen. Kun riskit jaetaan näin, on helpompi kartoittaa eri toimintoihin liittyviä riskitekijöitä. Riskit voidaan jakaa myös asiakasryhmittäin. Tällöin on helpompi nähdä riskien todennäköisyydet ja huomata miten tärkeää niiden merkitys on kokouksen onnistumiselle. (Juurakko–Kauhanen–Kauhanen 2002, 54.) Kokousjärjestäjän on hyvä olla tietoinen siitä, että yrityksen, kokouspaikan sekä henkilökunnan henkilö-, omaisuus- ja vastuuvakuutukset ovat kunnossa. Kokoukselle voidaan ottaa myös keskeytysvakuutus, joka turvaa esimerkiksi henkilö-, tulipalo- ja kuljetusvälinevahingot. (Blinnikka–Kuha 2004, 129.)

Valitessaan kokouspaikkaa, järjestäjä harvoin tulee miettineeksi heti ensimmäisenä kokouspaikan turvallisuutta. Suomea on pidetty aina turvallisena maana eikä maassa ole uhkaa terrorismista tai muusta rauhattomuudesta ja tästä johtuen turvallisuus on todella tärkeä kilpailuetu Suomelle. Tavallinen kokousasiakas voi liikkua Suomessa rauhassa, eikä henkilöä tai omaisuutta koskevaa vahingontekoa tarvitse pelätä. (Rautiainen–Siiskonen 2002, 137.) Ammattitaitoinen järjestäjä antaa itsestään ammattimaisen toimijan kuvan hoidettuaan turvajärjestelyt asianmukaisesti. Jos järjestäjällä tai kokouspaikalla on puutteita turvallisuusosaamisesta, turvapalveluyritykset voivat konsultoida turvallisuusjärjestelyissä. Järjestäjille voidaan myös antaa turvallisuuskoulusta turvapalveluyritysten toimesta. (Blinnikka–Kuha 2004, 127.)

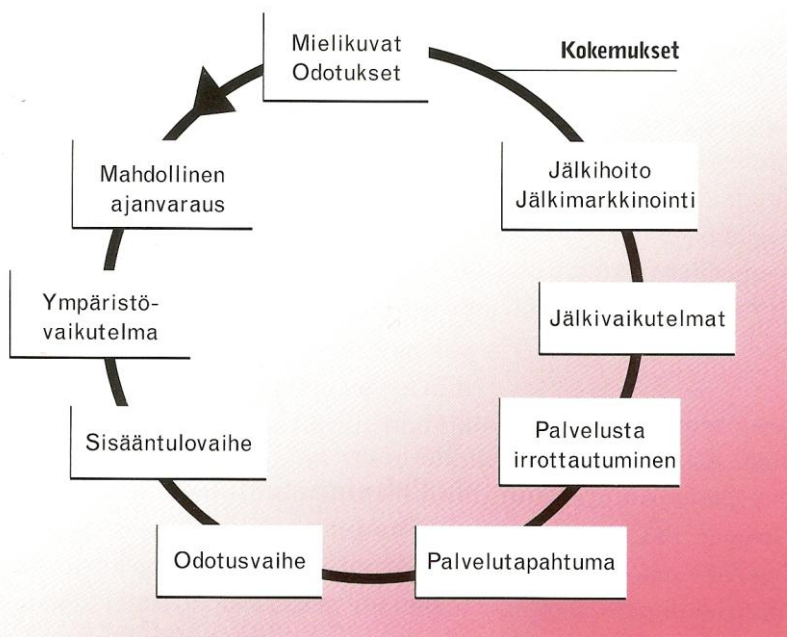
3.4.1 Arktikumin turvallisuus

Arktikum-palvelu Oy:n kuten muukin talon vakituinen henkilökunta tuntee Arktikumin hyvin ja heidän toimintakykynsä onnettomuustilanteissa on hyvä suoritettujen turvallisuus- ja ensiapukoulutusten takia. Henkilökunta on valmennettu toimimaan asiakkaiden ohjaajina onnettomuustilanteissa. Myös uudet tai määräaikaiset työntekijät saavat turvallisuuskoulutusta perehdytyksen yhteydessä. Arktikumin tilat ovat suurimmalta osin näyttely- ja varastotiloja. Kiinteistössä on paloilmoitinjärjestelmä, merkki- ja turvavalaistus sekä koko rakennuksen läpi kulkevassa lasiputkessa on savunpoistoikkunat. Lisäksi ensimmäisen kerroksen tiloissa on osittain sprinklerisammutus ja näyttelytiloissa valvontakameroita. Arktikumissa pidetään säännöllisesti palo- ja työsuojelutarkastuksia. Näiden tarkastusten tarkoituksena on valvoa, että onnettomuuksien ja muiden tapaturmien valvonta toimii niin kuin pitääkin. Arktikumissa on käytössä valvonta- ja hälytyslaitteet. Jokainen henkilökunnasta huolehtii itse työpisteensä ovien ja ikkunoiden lukitsemisesta. Talon pelastussuunnitelma sisältää toimintasuunnitelman onnettomuus-, vaara- ja vahinkotilanteita varten. (Lapin Läänin Pelastusliitto 2009, 5.)

4 PALVELU

4.1 Palveluprosessi

Alla olevasta kuviosta 3 näkyy, että asiakaspalvelu on prosessi ja ydinpalvelun käyttäminen on yksi vaihe tätä prosessia. Ennen kuin asiakas on käyttänyt yrityksen palveluita, hänellä on palveluista ja yrityksen toiminnasta usein jo entuudestaan jonkinlainen käsitys. Tämän käsityksen asiakas on saanut markkinointiviestinnästä, samankaltaisten yritysten palveluiden käytöstä tai kuulopuheista. Näiden kautta asiakkaalle on muodostunut odotuksia siitä miten palveluprosessi tulee sujumaan. (Korkeamäki–Pulkkinen–Selinheimo 2002, 18–19.)



Kuvio 3. Asiakaspalveluprosessin eri vaiheet (ks. Korkeamäki ym. 2002, 18)

Mahdollisen puhelinkeskustelun aikana asiakas saa alustavan kokemuksen yrityksen palvelusta. Tähän vaikuttaa puhelimeen vastanneen asiakaspalvelijan palvelutaidot, kuten se vastaako hän iloisesti vai kyllästyneenä ja joutuu ko asiakas esimerkiksi odottamaan linjalla tai linjalle pääsyä liian kauan. Tämän perusteella asiakas luo omia mielikuviaan ja ennakko-odotuksiaan yrityksen ilmapiiristä. Asiakas tekee myös päätelmiä yrityksestä sen sijainnin ja ympäristön perusteella. Tähän vaikuttaa erityisesti paikan yleinen viihtyvyys, siisteys, pysäköintipaikat ja muut ympäristötekijät. Sisääntulossa asiakkaan

huomio kiinnittyy sen löydettävyyteen ja tuntee hän olonsa tervetulleeksi. Asiakas joutuu usein myös odottamaan vuoroaan ja se kuinka odotusvaihe on suunniteltu yrityksen puolesta vaikuttaa suuresti asiakkaan saaman palvelukokemuksen onnistumiseen. Asiakkaan kokemukseen vaikuttavat myös ulkoiset tekijät, kuten muut asiakkaat ja heidän käyttäytymisensä. On tärkeää, että asiakas tuntee olevansa keskeisessä osassa varsinaisessa myynti- ja palvelutapahtumassa. Palvelevan henkilön tulee osoittaa asiakkaalle, että asia on myös hänelle tärkeä ja hän on kiinnostunut auttamaan asiakastaan. Ydinpalveluun kuuluu tarpeen kartoittaminen, ratkaisujen antaminen ja kaupan päättäminen. Palvelusta irrottautumisen vaiheessa palveluhenkilöstö antaa hyvän lähtövaikutelman, jos se viipyy ainakin hetken asiakkaan seurassa tämän lähtiessä. Vaikka palvelukokemus yrityksen kanssa itsessään on jo päättynyt, asiakkaan kokemukseen voi vaikuttaa vielä palvelun jälkeiset tapahtumat. Esimerkiksi virheellisesti parkkeeraamisesta saadut sakot saattavat romuttaa juuri saadun kokemuksen, vaikka kokemus olisi ollut asiakasta tyydyttävä. Esimerkiksi laskutuksen hoitaminen tai tavaroiden toimitus jatkavat palveluprosessia asiakkaan käyntiä pidemmälle. (Korkeamäki ym. 2002, 19–21.)

Prosessin läpikäytyään asiakas tuntee itsensä joko tyytyväiseksi tai tyytymättömäksi. Palveluprosessin eri vaiheiden erottaminen ei ole asiakkaalle usein mahdollista, sillä koko prosessi tapahtuu asiakkaan mielessä. Asiakkaan ei niinkään tarvitse tunnistaa tätä prosessia, mutta markkinoijalle tämä on tarpeellista, jotta se voi vaikuttaa asiakkaan ostokäyttäytymiseen tulevaisuudessa. (Ylikoski 2000, 92.)

4.2 Palvelun laatu

Palvelu tehdään asiakasta varten ja hyvä palvelu luodaan yhdessä asiakkaan ja palveluntarjoajan kanssa palvelutilanteessa. Palvelutapahtumassa on kaksi osapuolta jotka ovat palvelun tuottaja ja sen käyttäjä. Palvelutilanteessa tuottajalle maksetaan käytetystä palvelusta, myös itsepalvelusta, sovittu korvaus tavalla tai toisella. Rissanen (2005, 18–19) määrittelee palvelun seuraavalla tavalla:

“Palvelu on vuorovaikutus, teko, tapahtuma, toiminta, suoritus tai valmius, jossa asiakkaalle tuotetaan tai annetaan mahdollisuus lisäarvon saamiseen ongelman ratkaisuna, helppoutena, vaivattomuutena, elämyksenä, nautintona, kokemuksena, mielihyväinä, ajan tai materian säästönä jne.”

Asiakas voi kokea saamansa palvelun monilla eri tavoin ja ajatukset palvelusta ja sen toimivuudesta voivat usein olla erilaisia tuottajan ja asiakkaan välillä.

Laadukas palvelu sisältää kuusi eri kriteeriä; ammattitaito, maine ja uskottavuus, asenne ja käyttäytyminen, lähestyttävyyys ja joustavuus, luotettavuus ja normalisointi. Nämä kriteerit ovat hyödyllisiä johtamisperiaatteita. On kuitenkin hyvä muistaa, että eri aloilla panostetaan eri kriteereihin. Hinnalla on myös merkitystä palvelun laatuun. Jos tuote tai palvelu on liian kallis, sitä ei osteta. Hinta on usein myös laadun kriteeri eli korkea hinta lupaa usein parempaa laatua. (Grönroos 2000, 73.)

Koko palveluprosessi vaikuttaa asiakkaan laatuarvioon. Asiakas vertaa odotuksiaan saamaansa palveluun ja tämän pohjalta muodostuu asiakkaan kokemus laatu. Laatuun vaikuttavat ulkoiset puitteet eli vuorovaikutustekijät. Palvelutapahtuma on joka asiointikerralla ainutkertainen ja asiakas arvioi palvelun laatua joka kerta uudestaan ja tämän vuoksi palvelun laadun mittaaminen on vaikeaa. (Korkeamäki ym. 2002, 24.) Asiakkaan saapuminen palveluympäristöön on tärkeä osa asiakassuhteen ja tyytyväisyyden kehittymistä. Asiakas olettaa palveluprosessiin etenevän tietyllä tavalla ja hänen saamansa ensivaikutelma vaikuttaa halun ostaa ja kuluttaa tuotteita ja palveluita. Kun asiakas astuu liikkeeseen, yrityksen on lunastettava antamansa lupaukset. (Lepola–Pulkinen–Raivio–Selinheimo–Sulkanen 1998, 29.)

4.3 Asiakastyytyväisyys

Yritys tarvitsee tyytyväisiä asiakkaita menestyäkseen. Asiakastyytyväisyyden mittaaminen ja asiakaspalautteen kerääminen kuuluvat tärkeinä osana asiakaslähtöiseen liiketoimintaan. Asiakastyytyväisyyskyselyjen avulla yritys saa

selville helposti ja nopeasti asiakkaiden tarpeet ja pystyy reagoimaan nopeasti markkinoiden muutoksiin. Asiakkaan kokema arvo on tärkeää asiakastyytyväisyyden muodostumisessa. Asiakkaan saama arvo muodostuu odotusten ja hyödyn erotuksesta. Mitä enemmän arvoa asiakas tuotteesta saa, sitä tyytyväisempi hän on. Asiakkaan ja yrityksen välinen suhde voi jatkua myös tulevaisuudessa, kun yritys huomioi asiakkaan tarpeet ja kehittää tuotteitaan palautteen perusteella. (Hallikas–Hänninen–Laaksolahti–Länkinen–Ojanen–Salmi–Torkkeli 2005, 17–19.)

Asiakastyytyväisyyttä voidaan seurata spontaanin palautteen ja tyytyväisyystutkimuksen avulla sekä suosittelun perusteella. Asiakkaalta tulevat kiitokset, valitukset, toiveet ja kehittämissideat ovat spontaania palautetta. Palautteen antaminen tulee tehdä asiakkaalle mahdollisimman helpoksi, eli palautelomakkeita tulisi olla esillä ja helposti löydettävissä. Palautekanavia olisi hyvä olla myös useita, esimerkiksi paperilomake tai sähköinen palaute. Tyytyväisyystutkimuksia tehdään nykyiselle asiakaskunnalle ja niissä selvitetään tuotteiden ja palveluiden toimivuutta verrattuna asiakkaiden odotuksiin. Tyytyväiset asiakkaat suosittelevat usein tuotteita muille ihmisille, mutta suosittelun toteutumista on kuitenkin hyvin vaikea mitata, sillä on hankala sanoa kuinka moni asiakas tuli juuri suosittelujen perusteella. (Bergström–Leppänen 2007, 429–430.) Usein palautelomakkeissa on kuitenkin kysymys jossa tiedustellaan mistä asiakas on saanut tietoa kohteesta ja vaihtoehtona kohta ”tuttavat suosittelivat”. Nämä vastaukset antavat suuntaa sille miten paljon yrityksen palveluita käytetään suosittelujen perusteella.

Asiakastyytyväistutkimuksen avulla pyritään saamaan selville mitkä asiat tyydyttävät asiakkaita ja miten yritys onnistuu saavuttamaan asiakastyytyväisyyden tällä hetkellä. Tyytyväisyyden mittaamisen jälkeen organisaatio pyrkii löytämään toimenpiteitä joiden avulla tyytyväisyyttä voitaisiin kehittää. Jatkossa asiakastyytyväisyyttä tulee seurata suorittamalla mittauksia tietyin väliajoin. Asiakastyytyväisyyskyselyä tehdessä organisaation on hyvä pohtia mitkä asiat ovat kyseisen organisaation asiakkaille kaikista tärkeimmät asiat joista tyytyväisyys muodostuu. (Ylikoski 2000, 155–158.)

Asiakastyytyväisyys voi liittyä esimerkiksi tuotteen tai palvelun laatuun, nykyiseen asiakassuhteeseen, hinta-laatusuhteeseen tai tyytyväisyyteen suhteessa asiakkaan odotuksiin. Asiakastyytyväisyyden mittaamisessa on tärkeää tietää mitä asiakkaat ajattelevat yrityksen tuotteista verrattuna kilpailijoiden tuotteisiin ja miten palvelun laatua voitaisiin parantaa kilpailijoihin nähden. Asiakastyytyväisyyden tavoite on, että suurin osa asiakkaista olisi josakin vaiheessa täysin tyytyväisiä tuotteisiin ja palveluun. (Hallikas ym. 2005, 17–19.)

Arktikum-palvelu Oy käyttää asiakaspalautejärjestelmänä Laatuverkon Laatu-tonni-ohjelmaa. Laatu-tonni on matkailualalle tarkoitettu ja räätälöity laatuohjelma joka pohjautuu kansainvälisiin laatupalkintokriteereihin. Ohjelma sisältää laatuvalmennuksen ja jatkuvan seurannan. Laatuverkko on järjestelmä jolla voidaan vertailla ja seurata tunnuslukuja ja se pitää ajan tasalla asiakas- ja henkilöstötyytyväisyyden. (MEK 2011.) Arktikumin kokousasiakkailta on mahdollisuus antaa kokouspalautetta Arktikumin verkkosivuilla.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

5.1 Tutkimusongelmat ja -menetelmä

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää kokousasiakkaiden ja erityisesti kokousjärjestäjien mielipiteitä ja tyytyväisyyttä Arktikum-palvelu Oy:n kokouspalveluprosessista kokonaisuudessaan. Halusimme selvittää kuinka tyytyväisiä kokousjärjestäjät ovat kokouspalveluiden toimivuuteen varaustilanteesta kokouspaikalta poistumiseen saakka ja mahdollisesti löytää kehityskohteita kokouspalveluiden toimivuuden ja sujuvuuden parantamiseksi. Tutkimuksen ongelmana on miten ja millä keinoilla kokouspalveluja voidaan kehittää entistä toimivammiksi?

Tutkimus Arktikum-palvelu Oy:n kokouspalveluiden kehittämisestä on kvalitatiivinen eli laadullinen. Lähtökohtana tässä tutkimustyypissä on kuvata oikeaa, todellista elämää mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Tutkimuksessa on usein tarkoituksena löytää uusia asioita ja odottamattomia seikkoja jo olemassa olevien asioiden toteamisen sijasta. Tutkimuksen kohderyhmä on tavallisesti tarkoituksenmukaisesti valittu. Kvalitatiivisen tutkimuksen parina pidetään kvantitatiivista tutkimusta ja näiden kahden rajat on usein vaikea tarkasti erottaa. (Hirsjärvi–Remes–Sajavaara 2010, 136,160–164). Laadullisessa tutkimuksessa tuloksia ei analysoida numeraalisesti kuten kvantitatiivisessä eli määrällisessä tutkimuksessa ja tutkimusaineiston määrä voi olla hyvin pieni. Aineiston vähäisestä määrästä huolimatta tutkimuksen tekeminen on kuitenkin hyvin tarkkaa ja huolellista. Laadullisella tutkimuksella pyritään löytämään vastauksia kysymyksiin tarkastelemalla ihmisten käyttäytymistä heidän omasta näkökulmastaan. Toiveena on ymmärtää ihmisten tulkintoja asioista ja hahmottaa merkityksiä. Laadullista tutkimusta käyttäen saatetaan päästä tutkimaan asioita joita on lähes mahdoton tutkia tilastollisilla menetelmillä. (Helsingin Yliopisto 2006.)

5.2 Tutkimuksen reliabelius ja validius

Kaikissa tutkimuksissa pyritään aina tutkimaan tulosten ja koko tutkimuksen luotettavuutta. Laadullisessa tutkimuksessa tutkija usein selostaa tarkasti te-

kemänsä tutkimuksen toteutusvaiheet ja tämä kohentaa luotettavuutta. Tutkimuksen reliaabelius eli luotettavuus tarkoittaa tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Luotettavuus voidaan todeta monella eri tavalla. Esimerkiksi, jos kaksi vastaajaa päätyy samanlaiseen tulokseen, voidaan tutkimusta pitää luotettavana. Kysymysten tulisi olla helposti ymmärrettävissä. (Hirsjärvi ym. 2010, 231–232.)

Validius eli pätevyys tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä mitä on haluttu mitattavan. Todellisuudessa mittarit ja menetelmät eivät usein vastaa sitä mitä tutkija on kuvitellut tutkivansa. Vastaajat voivat usein käsittää kysymykset väärin ja eri tavalla kuin tutkija. Jos tutkija käsittelee tulokset ajattelumalliaan muuttamatta, tuloksia ei voida pitää pätevinä. (Hirsjärvi ym. 2010, 231–232.)

Tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä tulisi aina arvioida. Tämä tutkimus on mielestämme luotettava. Uskomme, että kysymyksiin on vastattu luotettavasti ja rehellisesti. Kaikki kyselyn vastaukset on käsitelty luottamuksellisina joten vastaajia ei voida tunnistaa tulosten perusteella. Kyselyn kysymykset eivät ole johdattelevia joten uskomme, että vastaajat ovat käyttäneet omaa harkintaansa ja esittäneet täysin omia mielipiteitään vastatessaan kysymyksiin. Useat ovat päätyneet samoihin vastauksiin ja myös se kertoo luotettavuudesta.

5.3 Kyselylomake ja kyselyn toteutus

Tutkimusmenetelmänä käytimme verkkokyselyä jonka lähetimme vastaajille eli kokousten järjestäjille sähköpostitse (ks. liite 5 Kysely Arktikum-palvelu Oy:n kokouspalveluista). Teimme kyselyn ainoastaan suomenkielellä, sillä emme nähneet tarvetta kääntää kyselyä muille kielille tietäessämme kaikkien vastaajien olevan suomalaisia. Kysely on survey-tutkimuksen keskeisin menetelmä. Survey-tutkimus tarkoittaa sitä, että aineistoa kerätään standardoidusti henkilöiltä jotka on kerätty jostakin tietystä ihmisjoukosta. Standardoidulla kyselyllä tarkoitetaan sitä, että kaikki vastaajat vastaavat juuri samoihin kysymyksiin. Survey-tutkimus tehdään tavallisesti joko kyselylomaket-

ta tai haastattelua käyttäen. Kyselylomakkeen avulla vastaajilta voidaan kerätä tietoja ihmisten käyttäytymisestä ja toiminnasta, tiedoista, arvoista, asenteista uskomuksista, käsityksistä ja mielipiteistä. Kyselyn avulla voidaan myös kerätä arviointeja, palautetta ja perusteluja toiminnoille. Paras keino kerätä näitä täsmällisiä tietoja on käyttää avoimia kysymyksiä. Useimmiten lomakkeiden alussa vastaajilta kysytään taustatietoja, kuten sukupuolta, ikää, koulutusta ja ammattia. (Hirsjärvi ym. 2010, 134, 193–197.) Lomakehaastattelu tai lomakekysely luokitellaan usein kvantitatiivisen tutkimuksen menetelmäksi, mutta niitä voi käyttää myös laadullisessa tutkimuksessa. Lomakehaastattelussa on tarkoituksena löytää vastauksia tutkimuksen tarkoituksen ja ongelman asetteluun kannalta merkittäviin kysymyksiin. Tutkimuksen viitekehiksestä täytyy löytyä jokaiselle kysymykselle perustelu. (Sarajärvi–Tuomi 2009, 74–75.)

Kyselyn tavoitteena oli tutkia Arktikum-palvelu Oy:n kokouspalveluprosessia kokonaisuudessaan ja tulosten pohjalta mahdollisesti kehittää yrityksen kokouspalvelutarjontaa. Kysymykset koskivat tilanteita ennen kokousta, kokouksen aikana ja kokouksen jälkeen. Teimme kyselystä haastattelunomaisen saadaksemme yksityiskohtaisia ja laajoja vastauksia. Kysely koostui vastaajien taustatietoja käsittelevistä monivalintakysymyksistä sekä kolmesta laajemmasta avoimesta kysymyksestä. Monivalintakysymykset ovat tutkijan laatimia kysymyksiä, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot joista vastaaja valitsee rastittamalla haluamansa vaihtoehdon. Avoimilla kysymyksillä tarkoitetaan kysymyksiä, joissa kysymyksen esittämisen jälkeen vastaajalle on jätetty tila vastaamista varten. Päätimme käyttää avoimia kysymyksiä, koska avointen kysymysten vastaukset osoittavat mikä on keskeistä ja tärkeää vastaajien mielestä. Avointen kysymysten vastauksista käy myös ilmi vastaajien asiaan liittyvien tunteiden voimakkuus. (Hirsjärvi ym. 2010, 198–201.)

Keskusteltuamme toimeksiantajamme kanssa päädyimme käyttämään kyselylomakkeessamme avoimia kysymyksiä, koska toivoimme saavamme laajoja ja kokonaisvaltaisia vastauksia. Toimeksiantajan toivomuksesta keskityimme pelkästään kokouksen järjestäjiin. Kun saimme varmistuksen kokouksen toteutumisesta ja luvan yhteydenottoon, lähetimme kyselyn kokouksen järjestäjille jo ennen kokousta. Näin kyselyyn vastaajat saivat tutustua kyselylomak-

keeseen etukäteen, mikä mahdollisesti helpottaisi kyselyyn vastaamista. Tiedustelimme ennen kyselyn lähettämistä vastaajilta haluaisivatko he vastata kyselyyn sähköisesti, paperiversiona vai suullisesti kokouspaikalla. Kaikki vastaajat halusivat vastata sähköiseen verkkokyselyyn. Keräsimme kyselyjä kokouksen järjestäjiltä elokuusta joulukuuhun 2011. Jotta järjestäjät innostuivat vastaamaan kyselyymme, päätimme arpoa kausikortin Arktikumiin vastanneiden kesken.

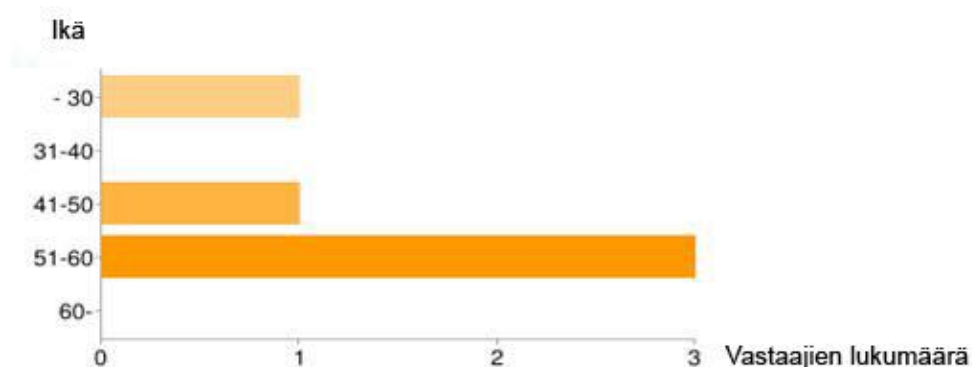
Elo- ja joulukuun välillä Arktikumissa järjestetyistä kokouksista saimme luvan haastatella kahdeksaa kokouksen järjestäjää. Yksi kokouksista kuitenkin peruuntui, mutta järjestäjä lupautui vastaamaan osaan kysymyksistä. Emme kuitenkaan saaneet vastausta tästä huolimatta. Näistä viisi loppujen lopuksi vastasi kyselyyn muistutussähköpostin lähettämisen jälkeen. Mielestämme otanta oli hyvä, sillä kokouksia ei järjestetty Arktikumissa tänä syksynä sen enempää. Toimeksiantaja ja ohjaava opettaja olivat samaa mieltä meidän kanssamme siitä, että tässä tapauksessa ja ajan rajallisuudessa tämä otanta riittää.

6 TUTKIMUSTULOKSET JA ANALYSOINTI

6.1 Vastaaajien taustatiedot

Lähetimme kyselyn kahdeksalle vastaajalle ja viisi heistä vastasi kyselyyn. Kyselymme vastausprosentti oli tämän perusteella 62,5 %. Kaikki vastaajista olivat siis kokouksen järjestäjiä jotka olivat antaneet Arktikum-palvelu Oy:lle luvan meidän yhteydenottoomme. Aivan kyselyn alussa kysyttiin vastaajien taustatietoja; sukupuolta, ikää, asuinpaikkaa ja ovatko he käyttäneet aikaisemmin Arktikumin tarjoamia palveluita. Vastaajista 60 % ei ollut käyttänyt Arktikumin palveluita aikaisemmin. Vastaajista 60 % oli naisia ja 40 % miehiä. Oli siis hyvä, että saimme kerättyä mielipiteitä ja ajatuksia molemmilta sukupuolilta. Työn loppupuolella analysoimme, erosivatko palveluita aikaisemmin käyttäneiden vastaajien mielipiteet niistä jotka eivät olleet käyttäneet palveluita ennen.

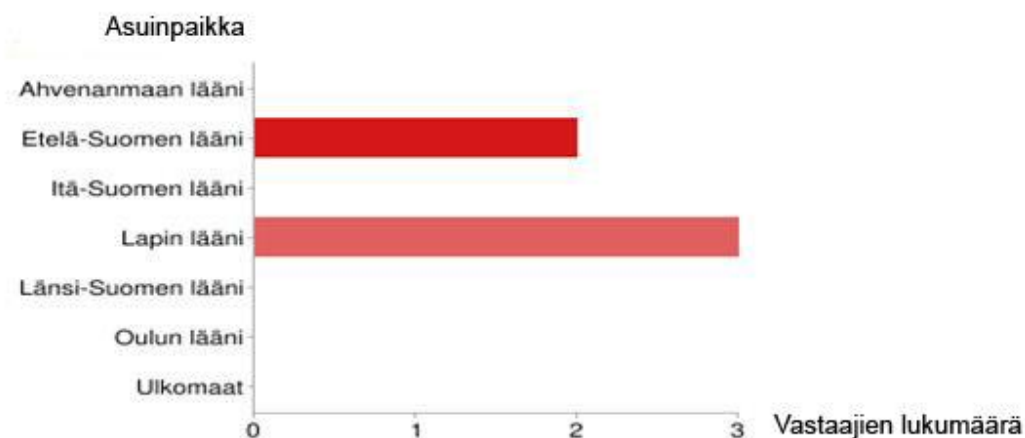
Vastaajien ikäjakauma oli melko laaja. Vastaajista 20 % oli alle 30-vuotiaita ja toinen 20 % vastaajista kuului ikäryhmään 41–50-vuotiaat. Vastaajista 60 % kuului ikäryhmään 51–60-vuotiaat. (Kuvio 4.) Olimme tyytyväisiä, että vastaajien ikäjakauma oli näinkin laaja, sillä pystyimme tutkimaan onko eri-ikäisten ihmisten vastausten välillä eroja ja ovatko he keskittyneet arvioimaan kokouspaikalla eri asioita.



Kuvio 4. Vastaaajien ikä

Kaikki vastaajat olivat kotoisin joko Lapin tai Etelä-Suomen läänistä. (Kuvio 5.) Vaikka kokousjärjestäjä onkin kotoisin Suomesta, muut kokoukseen osallistujat voivat saapua kokoukseen esimerkiksi ulkomailta. Arktikum on Lapin

läänissä erittäin käytetty monipuolinen ja uniikki kokouspaikka. Taustatiedoista voidaan päätellä, että kyselyyn osallistuneet eivät kuulu samaan kategoriaan, sillä vastaajia on eri-ikäisiä ja vastaajat edustavat kumpaakin sukupuolta. Vastaajien kotiläänejä kuitenkin olivat ainoastaan Lapin ja Etelä-Suomen läänit.



Kuvio 5. Vastaajien asuinpaikka

6.2 Vastaajien mielipiteet palvelusta ennen kokousta

Ensimmäisessä avoimessa kysymyksessä tiedusteltiin kokousjärjestäjien mielipiteitä varausprosessin onnistumisesta, mielikuvia kokouspaikasta ennen kokousta sekä kokouspaikalle saapuessa heränneitä ajatuksia. Kyselyyn vastanneet olivat erittäin tyytyväisiä kokoukseen liittyvään varausprosessiin. Varaukset oli tehty Arktikumin verkkosivujen kautta tai puhelimitse. Yhteydenpitoa jatkettiin pääosin sähköpostin välityksellä. Kokousjärjestäjien mukaan varausprosessi sujui helposti, mutkattomasti ja asiallisesti; negatiivista huomautettavaa tästä prosessista ei kenelläkään ollut. Vastaajat olivat saaneet tarpeeksi tietoa kokouksen järjestämisestä verkkosivuilta, ja prosessin edetessä tarvittaviin lisäkysymyksiin vastattiin nopeasti.

Vastaajista 40 % oli ennenkin käyttänyt joitakin Arktikumin palveluita ja näin ollen kokouspaikka oli heille tuttu. Niille 60 %:lle, jotka eivät aikaisemmin olleet käyttäneet Arktikumin palveluita, oli muodostunut mielikuvia tulevasta kokouspaikasta esimerkiksi verkkosivujen perusteella. Kaikki nämä muodostuneet kuvat olivat positiivisia ja vastasivat myös todellisuutta paikalle saavut-

taessa. Kyselyn vastauksissa mainittiin myös, että luotu mielikuva vastasi myös juuri sitä tarkoitusta jota kokouspaikalta haettiin.

Paikalle saapuessa eniten ajatuksia oli kokouksen alusta loppuun herättänyt henkilökunta ja sen palvelualltius, yhteistyöhalukkuus ja joustavuus. Kokous-assistenttiin oltiin tyytyväisiä, hän oli palvelualltis ja aktiivinen. Negatiivisia ajatuksia tässä kohdassa oli herättänyt Arktikummin etupiha, joka vaikutti hyödyntämättömältä ja viimeistelyä kaipaavalta. Myös sisään tultaessa opastuksessa oli puutteita; kokoustila sijaitsi pitkällä käytävässä ja sinne oli vaikea löytää. Kaikki olivat tyytyväisiä kokousjärjestelyihin ja siihen että ne toteutettiin juuri halutun suunnitelman mukaan.

6.3 Vastaaajien mielipiteet kokouksen kulusta

Toisessa avoimessa kysymyksessä vastaajilta tiedusteltiin tyytyväisyyttä kokousjärjestelyiden toimivuuteen. Kysymyksen pääkohtina haluttiin kerätä ajatuksia kokoustiloista ja -tekniikasta, kokouspaikan turvallisuudesta, kokous-assistentin ja muun henkilökunnan palvelualltiudesta ja lisäpalveluiden kuten ravintola- ja museopalveluiden toimivuudesta. Vastajaat olivat näihin asioihin pääosin tyytyväisiä. Turvallisuusasioihin kukaan vastaajista ei ollut ottanut lainkaan kantaa joten päätimme, että heillä ei ollut paikan turvallisuudesta mitään negatiivista sanottavaa. Myöskään yleisten tilojen siisteydestä ei ollut mainittu joten oletamme niiden olleen hyvässä kunnossa.

Kaikki vastaajista olivat kokoustekniikkaan ja -tiloihin tyytyväisiä. Tilat soveltuivat vastaajien mielestä hyvin kokouksen tarkoitukseen ja laitteistosta oli kerrottu vastaajille hyvissä ajoin ennen kokousta. Yksi vastaajista totesi, että luennoitsija näkyi ja kuului hyvin. Osa vastaajista löysi kuitenkin kokoustekniikasta joitakin puutteita ja kehitysehdotuksiakin saatiin. Yksi vastaajista totesi, että Polarium -saliin olisi hyvä hankkia selkeä valonheitin tai kohdevalaisin, jotta esiintyjä tulisi paremmin esille. Myös katsomopuoli toivottiin saatavan pimeäksi paremman näkyvyyden saamiseksi. Esille tuli myös puutteita lasernäytöstä ja kokous olisi haluttu välittää suorana nettilähetyksenä, mutta paikan puutteellinen varustetaso esti tämän onnistumisen ja ulkopuoliselta

ostettuna se olisi tullut liian kalliiksi. Tämän pohjalta ehdotettiin, että kokouspaikka itse organisoisi tämän palvelun asiakkaiden käytettäväksi.

Ravintolan ruokavaihtoehtoja pidettiin pääosin hyvinä. Ravintolapalvelu oli joustavaa ja asiakkaiden toiveet otettiin huomioon. Yksi vastaaja oli pyytänyt kahvitarjoilua tauoille vielä samana päivänä ja oli tyytyväinen sen onnistumiseen. Eräs vastaajista oli tyytymätön kuiviin kahvileipiin ja piti hintalaatusuhdetta alhaisena. Vastauksista kävi myös ilmi, että osa seminaariväestä olisi halunnut ruokailla Arktikummin ravintolassa kokouksen jälkeen, mutta lounaslistalta oli loppunut vaihtoehdot kesken. He olivat joutuneet tyytymään heidän mielestään laihaan ja mauttomaan keittoon minkä perusteella ravintolan tasoa oli pidetty huonona. Yksi vastaajista ehdotti, että jo varausvaiheessa tiedusteltaisiin asiakkaiden halukkuutta hyödyntää omakustanteisesti ravintolan palveluita. Ravintolan henkilökuntaan oltiin tyytyväisiä ja sitä pidettiin hyvin osaavana.

Eräs vastaajista oli keskittynyt arvioimaan Arktikummin käytävätarjontaa, koska he eivät olleet käyttäneet paikan museotarjontaa hyväkseen. Vastaaja ehdottikin kehittämään käytävätarjontaa niitä seminaarikävijöitä varten, jotka eivät muuten museopalveluita käytä hyväkseen. Yleisesti ottaen museopalvelut koettiin mielenkiintoisiksi ja antoisiksi.

6.4 Vastaajien mielipiteet kokouksen kokonaisuudesta

Kyselymme viimeisessä kohdassa selvitettiin järjestäjien mielipiteitä kokouksen jälkeen; onnistuiko kokousprosessi, vastasivatko järjestelyt tilattua palvelua ja olisiko järjestäjä halukas käyttämään vastaavanlaisia palveluita uudelleen. Kaikki vastaajat olivat tyytyväisiä toteutuneeseen kokoukseen ja kokouksen järjestelyt vastasivat sitä mitä oli tilattu. Muutamia kehitysideoita kuitenkin mainittiin.

Kaikki vastaajat olisivat valmiita käyttämään tarpeen tullen uudelleen Arktikum-palvelu Oy:n palveluita, riippuen tietenkin tarpeista ja budjetista. Vastauksista ilmitulleet kehityskohteet liittyivät opastukseen, kokouskahvitusvaihtoehtojen lisäämiseen, ravintolan markkinointiin, etupihan viihtyvyyden paran-

tamiseen ja yhteistyöhön tiedekeskus Pilkkeen kanssa. Eräs vastaajista tote-
si, että Auditorioon johtavia opastuksia voitaisiin lisätä ja kehittää näkyvä-
miksi, jotta palvelu ja toiminta paikan päällä olisivat sujuvampaa. Esille tuli
myös puutteita kokouskahvitarjoilun vähäisestä vaihtoehtojen määrästä ja
näitä toivottiin lisättävän. Kuten aikaisemmin mainittiin, eräs vastaajista toivoi,
että ravintolaa markkinoitaisiin etukäteen enemmän ja mahdollisten ruokaili-
joiden määrä arvioitaisiin etukäteen estämään tarjonnan ennenaikainen lop-
puminen. Etupihan viihtyvyyttä myös arvosteltiin ja sitä toivottiin parannetta-
van. Vastauksista ilmeni myös tarvetta yhteistyöhön Pilkkeen näyttelyn kans-
sa, jolloin tämä voitaisiin liittää lisäohjelmavaihtoehdoksi. Tiedekeskus Pilke
on Rovaniemellä Arktikumien vieressä sijaitseva vierailukohde jonka näyttely
sisältää teemoja pohjoisten metsien kestävästä käytöstä ja antimista, tuot-
teista ja hyödykkeistä joita metsät tarjoavat. Arktikumilla ja Pilkkeellä on mo-
lemmissa toimipisteissä myytävä yhteislippu. (Tiedekeskus Pilke 2011.) Pää-
telimme, että vastaajien jälki-kokemukset kokousprosessista, kuten laskutuk-
sesta, olivat sujuneet hyvin ja mielikuvat olivat positiivisia, koska vastaajat
eivät olleet maininneet niitä lainkaan vastauksissa.

6.5 Yhteenveto ja kehitysideoita

Alla oleva SWOT-analyysi on koottu tutkimustulosten ja oman pohdintamme
perusteella. SWOT-analyysi on nelikenttämenetelmä jota käytetään hahmot-
tamaan yrityksen vahvuudet (strengths), heikkoudet (weaknesses), mahdolli-
suudet (opportunities) ja uhat (threats).

<u>Vahvuudet</u> <ul style="list-style-type: none"> - ympäristö - muunneltavat tilat - lisäpalvelut - palvelualltius - kokoustekniikka - saavutettavuus - turvallisuus 	<u>Heikkoudet</u> <ul style="list-style-type: none"> - kokoustekniikka - saavutettavuus - ravintolan puutteet - sisäänkäynti
<u>Mahdollisuudet</u> <ul style="list-style-type: none"> - nykyaikaisempi tekniikka - tarjonnan kehittäminen 	<u>Uhat</u> <ul style="list-style-type: none"> - kilpailijat

Kuvio 6. SWOT-analyysi: Arktikum kokouspaikkana

Vastaajien taustatiedoista voidaan päätellä, että kyselymme otanta on melko monipuolinen. Naisia vastaajista on 60 % ja miehiä 40 %. Ikäjakauma on alle 30-vuotiaista 60-vuotiaisiin, kuitenkin suurimman osan vastaajista ollessa yli 50 -vuotiaita. Otanta Suomen mittakaavassa ei ole kovin hyvä sillä vastaajia on vain Lapin ja Etelä-Suomen lääneistä.

Vaikka viisi vastausta kuulosta melko vähäiseltä, saimme kuitenkin hyviä ja kattavia vastauksia ja kehitysideoitakin löydettiin. Tekemämme kyselyn vastausten perusteella kaikki vastaajat olivat yleisesti ottaen tyytyväisiä Arktikum-palvelu Oy:n tarjoamiin kokouspalveluihin koko palveluprosessin ajan. Mielikuvat olivat positiivisia niin henkilöillä jotka olivat ennen Arktikumissa käyneet kuin niilläkin joille kokouspaikka ei ollut entuudestaan tuttu. Tästä voidaan päätellä, että Arktikum-palvelu Oy on markkinoinut ja hoitanut asiakaspalvelunsa hyvin. Miten tutkimuksen tulokseen vaikuttaa se, että jotkut olivat aikaisemmin käyttäneet Arktikumin palveluita ja jotkut eivät? Välttämättä ne, joille paikka oli entuudestaan tuttu, eivät katsoneet kokonaisuutta samalla tavalla kuin uudet kävijät, eivätkä kiinnittäneet samoihin asioihin huomiota. Ennen Arktikumin palveluita käyttäneet olivat kiinnittäneet enemmän huomiota itse kokouksen sisältöön, kun taas uudet asiakkaat olivat keskittyneet muihin palveluihin ja talon ulkoisiin puitteisiin. Ikäjakaumasta voidaan päätellä, että nuoremmat vastaajat arvostavat enemmän nykyaikaista tekniikkaa, koska heille nämä asiat ovat ehkä tutumpia kuin vanhemmille ikäluokille.

Arktikumin sijainti ja ympäristö ovat erinomaisia ja uniikkeja ja se erottuu muista alueen kokouspaikoista. Arktinen keskus, Lapin maakuntamuseo, rakennuksen arkkitehtuuri ja kaikki muut Arktikumin tarjoamat elämykselliset lisäpalvelut voidaan nähdä todella suurena vahvuutena kilpailijoihin verrattuna. Näkisimme mahdollisuutena myös lisäpalveluiden kehittämisen, jotta Arktikum erottuisi vielä paremmin kilpailijoistaan. Yhteistyötä tiedekeskus Pilkkeen kanssa tulisi markkinoida enemmän, sillä vastauksista kävi ilmi, että tämä tieto ei ollut saavuttanut kaikkia. Arktikumilla ja Pilkkeellä on esimerkiksi yhteinen lippu jolla pääsee tutustumaan molempiin kohteisiin edullisesti. Arktikum on myös helposti saavutettavissa paikkakunnan sisällä esimerkiksi rautatieasemalta, lentokentältä ja kaupungin eri hotelleista. Tosin Arktikum saat-

taa menettää asiakkaitaan hotelleille joissa kokousasiakkaat majoittuvat. Saavutettavuus Suomen sisällä voi olla melko huono pitkien välimatkojen vuoksi. Vaikka lentokoneella ja junalla pääsee Rovaniemelle, kaikki järjestäjät eivät välttämättä näe Arktikumia niin mielenkiintoisena kokouspaikkana, että he matkustaisivat esimerkiksi Helsingistä asti Rovaniemelle kokousta pitämään.

Vastauksista kävi myös ilmi, että Arktikumin opastukset olivat hieman puutteellisia, sillä osalla vastaajista oli ilmennyt ongelmia löytää kokoustila helposti ja nopeasti. Heikkouksina nähtiin myös puutteellinen käytävätarjonta ja sitä toivottiin kehitettävän. Tähän käytävätilaan pääsee siis kokousasiakas ilmaiseksi, sillä suurin osa kokoustiloista sijaitsee käytävän varrella. Arktikumin käytävätarjonta koostuu pääosin museokaupasta ja vaihtuvasta piennäyttelystä. Käytävälle voitaisiin esimerkiksi laittaa lisätietoja näyttelyistä ja muista Arktikumin tarjoamista palveluista, jotta kokousasiakkaiden mielenkiinto heräisi esimerkiksi museopalveluita kohtaan. Näin kokousasiakkaat jotka eivät tutustuneet maksullisiin näyttelyihin, saisivat paremman käsityksen tarjonnasta ja saattaisivat kokousten ulkopuolellakin käyttää Arktikumin palveluita.

Kokouspaikkana Arktikumin vahvuuksia ovat myös kattava ja toimiva kokoustekniikka, vaikka osa vastaajista löysikin niistä kehitettävää. Aikaisemmin totesimme, että eräs vastaajista oli tyytymätön lasernäytön ja valonheittimen puuttumiseen ja kokous olisi haluttu välittää suorana nettilähetystenä, mutta paikan puutteellisen varustetason takia tämä ei ollut onnistunut. Tämän pohjalta ehdotettiin, että kokouspaikka itse organisoisi tämän palvelun asiakkaiden käytettäväksi. Onko kuitenkaan kannattavaa hankkia näitä laitteita, jos niitä käytetään vain harvoin ja tällöin kustannukset nousisivat korkeaksi? Olisikin hyvä tutkia tarjoavatko muut alueen kokoustarjoajat tämänkaltaisia palveluita. Kokoustekniikka nähtiin kuitenkin kaiken kaikkiaan hyvänä ja vastaajat olivat tyytyväisiä paikan toimivaan tekniikkaan ja ohjeistukseen ennen kokousta. Nykyaikaisempi tekniikka voitaisiin nähdä mahdollisuutena, sillä se saattaisi erottaa Arktikumin kilpailijoista ja lisätä Arktikumin kysyntää kokouspaikkana. Muutenkin nykyisin tekniikkaa on pyrittävä uudistamaan usein, sillä kehitys on niin nopeaa.

Paikan henkilökuntaa pidettiin osaavana ja erittäin vieraanvaraisena. Palveluun oli panostettu paljon ja asiakkaat tunsivat olonsa erittäin tervetulleiksi. Toimiva varausprosessi on erittäin tärkeää, sillä jos jo varaustilanteessa asiakas kohtaa ongelmia, voi asiakas olla tyytymätön koko palveluprosessiin, vaikka muita ongelmia ei ilmenisikään. Arktikum-palvelu Oy oli kaikkien vastaajien mielestäni onnistunut erityisen hyvin varausprosessissa eli siitä ei kennelläkään ollut mitään negatiivista sanottavaa. Palvelun laadun kehittämiseksi ei siis nähty tarvetta.

Paikan ravintolapalveluista tuli jonkin verran palautetta ja sitä toivottiin kehitettävän. Ravintolan hinta-laatusuhdetta pidettiin alhaisena ja vastauksissa mainittiin myös pelkästään yksittäisen tuotteen huono laatu. Näiden vastausten perusteella ravintolan olisi siis ehkä syytä kehittää tuotteita ja miettiä hinnoittelua uudelleen. Ravintolan ruokavaihtoehdot olivat myös loppuneet kesken, joten eräs vastaajista ehdotti, että jo varaustilanteessa asiakkailta tiedusteltaisiin halukkuutta käyttää ravintolan palveluita, jotta menekkiin osattaisiin varautua. Joten asiakkaiden kannattaisi ilmoittaa etukäteen halunsa ruokailla kokouspaikalla. Kuten aiemmin mainitsimme, kokouspaketteihin sisältyy lounas ja kahvituksia ja paketteja räätälöidään asiakkaan toiveiden mukaisesti.

Yhteenvetona voimme todeta että järjestäjät olivat yleisesti tyytyväisiä kokouksen kulkuun ja varsinkin henkilökuntaan. Muutamia epäkohtia mainittiin, mutta nekin ovat parannettavissa ilman suuria muutoksia. Uskomme, että kyselyyn vastanneet järjestäjät tulevat käyttämään tarvittaessa Arktikum-palvelu Oy:n tarjoamia palveluita tulevaisuudessakin, vaikka palvelut pysyisivät samantasoisina mitä ne tällä hetkellä ovat. Kokouspalveluiden tasoa voidaan pitää hyvänä, mutta kehittämisen ja uudistumisen myötä palveluista voidaan saada entistä nykyaikaisempia, laadukkaampia ja kilpailukykyisempiä.

POHDINTA

Saimme aiheen toimeksiantajaltamme syksyllä 2010, suunnitteluseminaarin pidimme keväällä 2011 ja kyselyitä aloimme kerätä loppukesästä 2011. Vielä suunnitteluseminaarissa oli tarkoituksena tehdä kysely kokouksiin osallistuville, mutta toimeksiantajan pyynnöstä keskityimme vain kokousten järjestäjiin. Tavoitteenamme oli kerätä 10 vastausta ja joulukuuhun mennessä olimme saavuttaneet vain puolet tavoitteesta. Kaikki kahdeksan järjestäjää lupasivat vastata kyselyyn, mutta kolme jätti kuitenkin vastaamatta. Ohjaajan sekä toimeksiantajan suostumuksella päätimme tutkia vain nämä vastaukset, sillä muuten valmistumisemme olisi pitkittynyt edelleen. Prosessin keston pitkittymiseen oli siis syynä aloittamisen hitaus ja kokousten vähäinen määrä.

Opimme opinnäytetyöprosessimme aikana paljon tutkimuksen tekemisestä. Tutkimuksen tekeminen oli melko hankalaa, sillä kaikki kyselymme vastaajat olivat erilaisia ja näin ollen kyselymme kysymykset käsitettiin monin eri tavoin. Myös opinnäytetyömme rajaus tuntui alussa vaikealta, koska kokouspalvelut on laaja käsite ja otantamme muuttuessa työtä piti muutenkin muokata. Teorian kirjoittamisen koimme loppujen lopuksi aika helpoksi, sillä kirjallisuutta ja materiaalia löytyi paljon. Olemme erittäin tyytyväisiä yhteistyöhön Arktikum-palvelu Oy:n ja ohjaajamme kanssa; saimme apua molemmilta tahoilta aina, kun oli tarve. Välillä tekstin rakentaminen tuntui hankalalta, koska opinnäytetyöopas ei mielestämme ollut tarpeeksi kattava.

Mielestämme tutkimus olisi voinut onnistua paremmin, sillä saimme niin vähän vastauksia. On hyvä kuitenkin muistaa, että tutkimuksen kohderyhmä ei ole kovin suuri. Uskomme, että jos olisimme toteuttaneet tutkimuksen alkupe räisen suunnitelman mukaan kokouksien osallistujille, olisimme luonnollisesti saaneet enemmän vastauksia ja luultavasti laajemmalti mielipiteitä ja kehitysideoita. Kyselymme kysymykset olivat myös liian laajoja ja voi olla, että niihin oli vastaajien mielestä vaikea vastata tai sitten he eivät jaksaneet vastata niin laajasti kuin toivoimme. Myös suullisesti haastatteleamalla olisimme varmaankin saaneet laajempia vastauksia, mutta kuten edellä jo mainitsimme, kaikki halusivat vastata sähköisesti, mikä ei nykyaikana ole mikään ihme. Sähköiset vastaukset kuitenkin helpottivat paljon myös meidän työtämme ja ajankäyttö-

ämme. Uskomme, että työstämme on ainakin jonkin verran hyötyä Arktikum-palvelu Oy:lle ja siitä löytyy suuntaa antavia kehitysehdotuksia. Jatkossa työtämme voidaan myös käyttää lähtökohtana uuteen ja kattavampaan tutkimukseen.

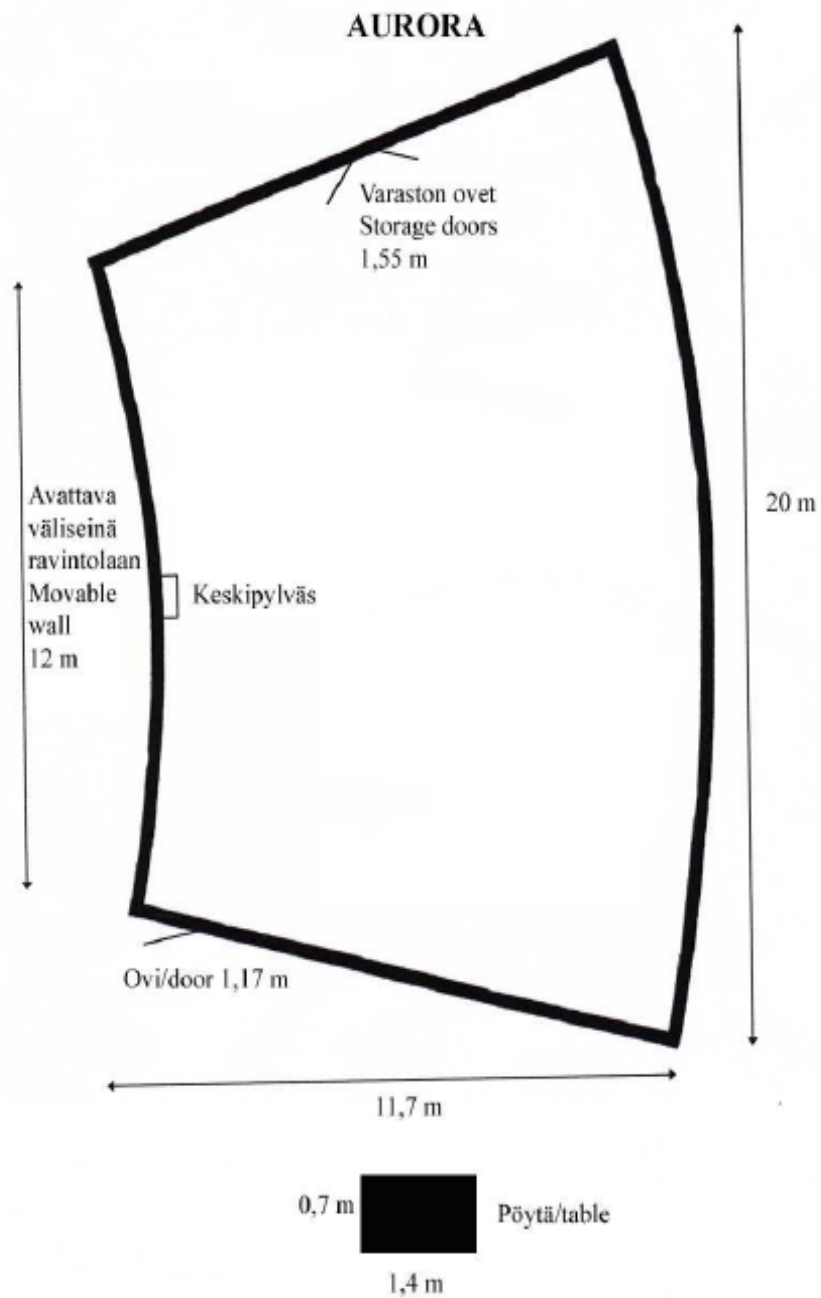
LÄHTEET

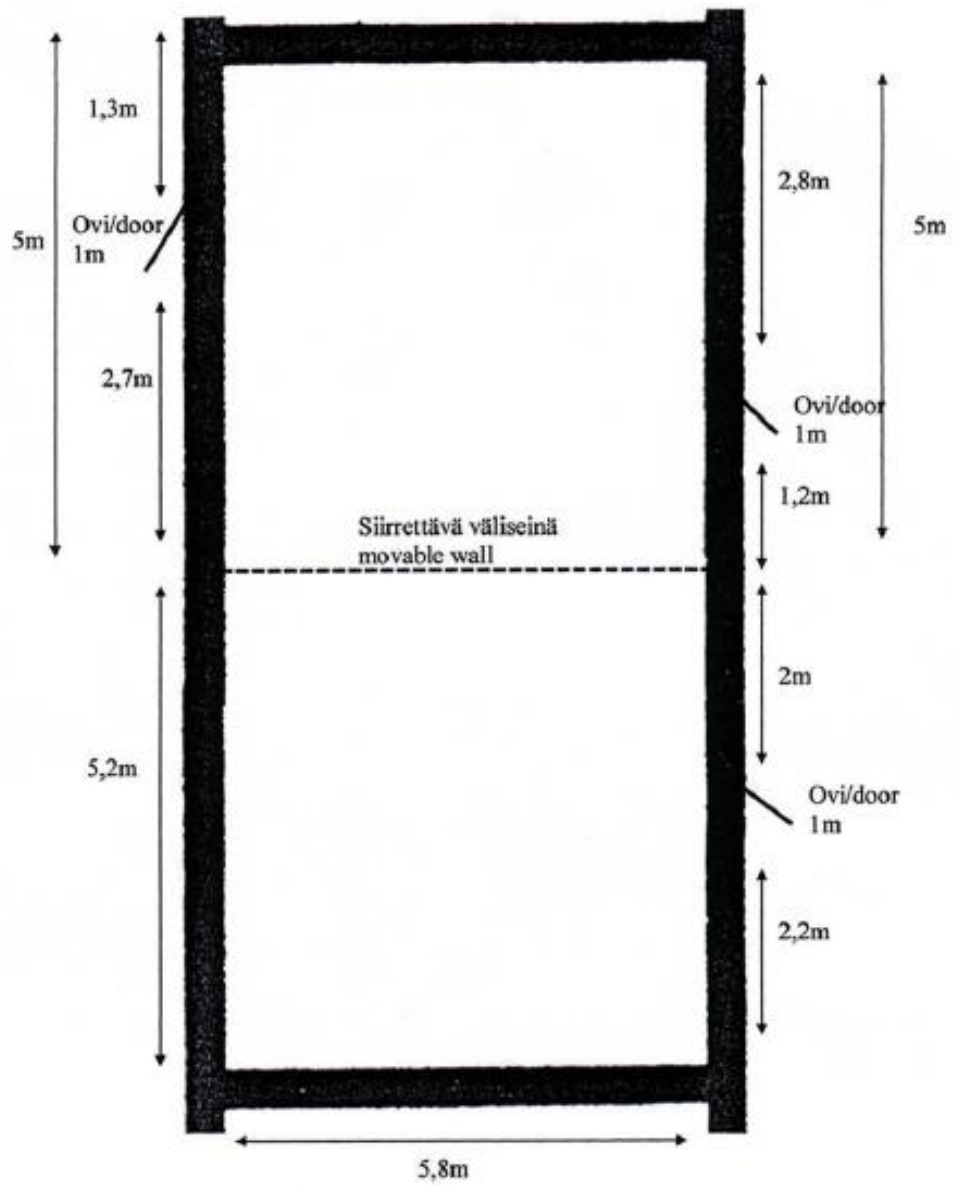
- Aarrejärvi, L. 2003. Kokoukset ja kongressit. Järjestäjän käsikirja. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Aho, S. – Ilola, H. 1998. Arktikumissa kävijät: palautetutkimus Rovaniemen Arktikum-talon näyttely- ja kokousvieraista keväällä ja kesällä 1998. Lapin yliopisto.
- Arktikum 2011a. Arkkitehtuuri. Osoitteessa <http://www.arktikum.fi/fi/index.php?/arktikum/arkkitehtuuri/>. 11.12.2011.
- 2011b. Kuva- ja mediapalvelu. Kuvapankki. Osoitteessa http://www.arktikum.fi/fi/index.php?/kuva_ja_mediapalvelu/kuvapankki/. 3.1.2012.
- 2011c. Arktikum kokouspaketti 2011. Osoitteessa http://www.arktikum.fi/images/liitteet/Kokouspaketti_2011.pdf. 13.12.2011.
- 2011d. Kokousta praataten. Osoitteessa http://www.arktikum.fi/images/liitteet/Kokousta_Praataten.pdf. 13.12.2011.
- Arktikum-palvelu Oy 2010a. Henkilökunnan haastattelu 14.7.2010.
- 2010b. Arktikumin kokousmateriaali.
- Bergström, S. – Leppänen, A. 2007. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 9.–11. uudistettu painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Blinnikka, P. – Kuha, M. 2004. Ideasta kokoukseksi. Asiakaslähtöisten kokousten ja kongressien järjestäminen. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja. Jyväskylän yliopistopaino.
- Grönroos, C. 2000. Nyt kilpaillaan palveluilla. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Hallikas, J. – Hänninen, S. – Laaksolahti, A. – Länkinen, H. – Ojanen, V. – Salmi, P. – Torkkeli, M. 2005. Asiantuntijapalvelujen johtamisen haasteet. Opas suunnittelu- ja konsultointiyritysten liiketoimintaosaamisen kehittämiseen. Lappeenrannan teknillinen yliopisto. Osoitteessa http://kouvola.lut.fi/files/download/Tutkimusraportti_168.pdf. 14.4.2011.
- Helsingin Yliopisto 2006. Laadulliset menetelmät yhteiskuntatieteissä. Osoitteessa <http://www.valt.helsinki.fi/blogs/laadtut/pyorala.htm>. 28.11.2011.
- Hirsjärvi, S. – Remes, P. – Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. 15.–16. uudistettu painos. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy.

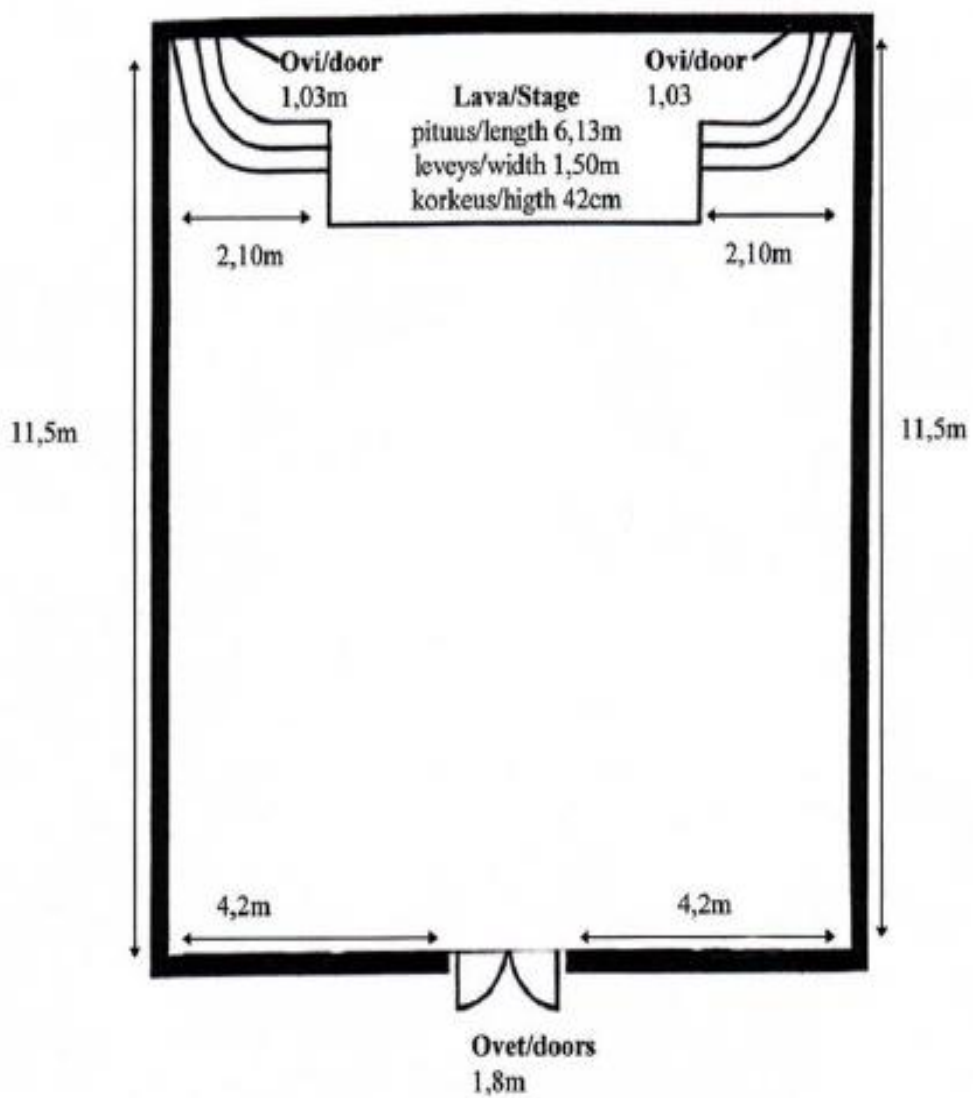
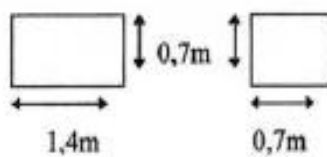
- Häyrinen, E. – Vallo, H. 2010. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 2. uudistettu painos. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Juurakko, A. – Kauhanen, J. – Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY.
- Korkeamäki, A. – Pulkkinen, I. – Selinheimo, R. 2002. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Porvoo: WSOY.
- Lapin läänin Pelastusliitto 2009. Pelastussuunnitelma. Normaali- ja poikkeusolojen onnettomuuksia sekä uhkatilanteita varten. 3.1.2012.
- Lepola, R. – Pulkkinen, I. – Raivio, L. – Selinheimo, R. – Sulkanen, L. 1998. Asiakaspalvelu. Helsinki: WSOY.
- Matkailun edistämiskeskus 2011. Laatutoni. Osoitteessa [http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/\(pages\)/laatutoni](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/(pages)/laatutoni). 25.2.2011.
- Nyman, H. – Strandvik, T. 2010. Rastories. Rastorin verkostolehti 2/2010. Palvelutarina, 24–27.
- Rautiainen, M. – Siiskonen, M. 2002. Kokous- ja kongressipalvelut. Vantaa: Tummavuoren kirjapaino.
- Rissanen, T. 2005. Hyvä palvelu. Mitä se on? Kuinka se saavutetaan? Vaasa: PoleStar Ltd.
- Sarajärvi, A. – Tuomi, J. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisältöanalyysi. 5. uudistettu painos. Jyväskylä: Gummerus Oy.
- Tiedekeskus Pilke 2011. Tiedekeskus. Osoitteessa <http://www.tiedekeskus-pilke.fi/tiedekeskus/>. 7.12.2011.
- Verhelä, P. 2000. Liikematkailu. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko Asiakas? 2. uudistettu painos. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

LIITTEET

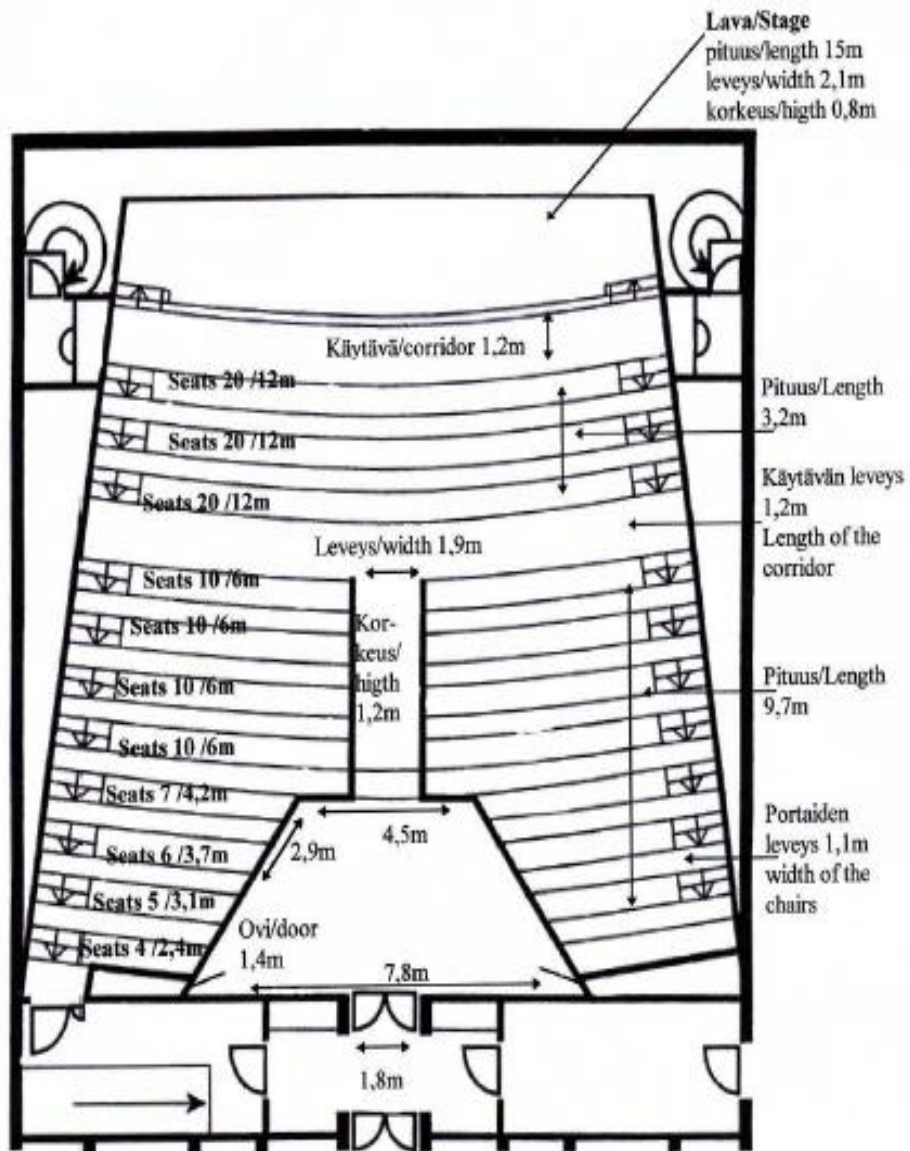
Pohjapiirros Aurora	Liite 1
Pohjapiirros Luokkahuone	Liite 2
Pohjapiirros Polarium	Liite 3
Pohjapiirros Auditorio	Liite 4
Kysely Arktikum-palvelu Oy:n kokouspalveluista	Liite 5



**LUOKKAHUONE
CLASSROOM**

AUDITORIO**Pöydät/tables**

POLARIUM



Kysely Arktikum-palvelu Oy:n kokouspalveluista

Olemme Rovaniemen ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoita ja teemme opinnäytetyötä Arktikum-palvelu Oy:lle Arktikumin kokouspalveluiden kehittämiseksi. Pyydämme Teitä vastaamaan kysymyksiin kokouspalveluprosessista kokonaisuudessaan. Vastaukset käsitellään luottamuksellisina.

Vastanneiden kesken arvomme kausikortin Arktikumiin.

Lisätietoja:

Heikkinen Susanna 044 3338 122 susanna.heikkinen@edu.ramk.fi

Kivekäs Laura 045 1317 115 laura.kivekas@edu.ramk.fi

Sukupuoli

- Mies
 Nainen

Ikä

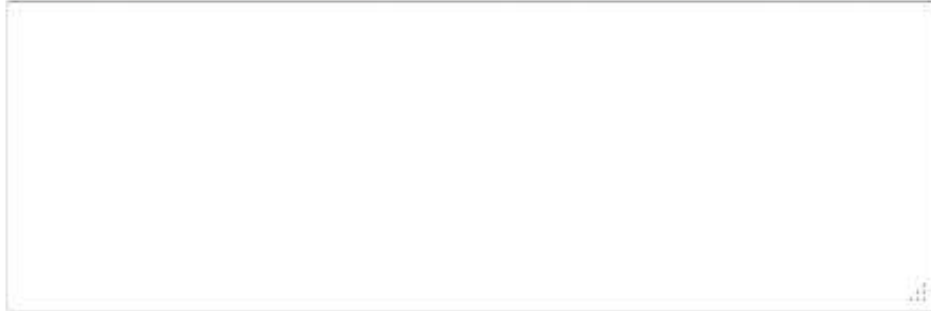
- 30
 31-40
 41-50
 51-60
 60-

Asuinpaikka

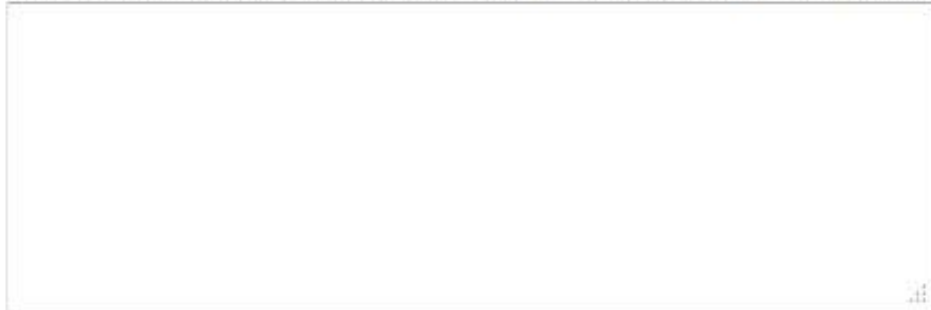
- Ahvenanmaan lääni
 Etelä-Suomen lääni
 Itä-Suomen lääni
 Lapin lääni
 Länsi-Suomen lääni
 Oulun lääni
 Ulkomaat

Oletteko ennen käyttäneet Arktikumin palveluja? Mitä niistä?

1. Varaustilanne ja saapuminen: Miten varausprosessi onnistui? Millainen mielikuvasi oli tulevasta kokouspaikasta? Millaisia ajatuksia heräsi saapuessasi Arktikumiin? (esimerkiksi perille löytäminen, yleiset tilat, henkilökunnan palvelualttius/vastaanotto jne.)



2. Kokous: Miten kokousjärjestelyt toimivat? (esimerkiksi tilat, tekniikka, turvallisuus, kokousassistentti ja muu henkilökunta, lisäpalvelut: ravintolapalvelut ja museopalvelut jne.)



3. Kokouksen päätyttyä: Miten kokousprosessi kokonaisuudessaan onnistui? (esimerkiksi kehityskohteet, ennakko-odotusten täyttyminen jne.) Vastasivatko järjestelyt tilausta? Käyttäisitkö Arktikum-palvelu Oy:n palveluja uudelleen?



Lähetä