

Uppdatering av Svartå Slotts hotellrumspärm

Anna Huittinen

Examensarbete

Turism

2012

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Turism
Identifikationsnummer:	3439
Författare:	Anna Huittinen
Arbetets namn:	Uppdatering av Svartå Slotts hotellrumspärm
Handledare (Arcada):	Susanna Fabricius
Uppdragsgivare:	Svartå Slott
<p>Sammandrag:</p> <p>Svartå Slott är en herrgård i Västra Nyland med en historia som börjar på 1700-talets slut. Herrgården tjänade länge som hem för det intilliggande järnbrukets ägare, tjänstefolk och arbetare. Idag är huvudbyggnaden, Slottet, ett museum och de intilliggande arbetarbostäderna hotellbyggnader. I detta examensarbete var kontaktpersonen på Svartå Slott Christine Linder, nuvarande VD. Då jag kontaktade henne angående examensarbetet frågade jag ifall de hade något behov av en undersökning eller om de hade en passande uppgift som jag kunde göra för dem. Hon ansåg att de hade i bruk en föråldrad hotellrumspärm och att den behövde förnyas så detta blev mitt examensarbete. De ville ha en förbättrad version av hotellrumspärmen som också skulle presentera Svartå Slotts verksamheter och möjligheter för gästen. Syftet var att få en klar och tydlig rumspärm med bra information samt en enkel layout. Rumspärmen skrevs först på svenska och översattes därefter av mig till finska och engelska. Till detta projekt har jag använt mig av teorier angående projekterat arbete, så som Eklund, Macheridis och Nordberg samt marknadsföring inom turismen där jag har kunnat tillämpa Vallen & Vallen, Dahlén& Lange, Middleton och Rautiainen & Siiskonen. Behövlig information för att kunna skriva hotellrumspärmen fick jag direkt från Svartå Slotts hemsida samt via kommunikation med uppdragsgivaren per e-post under skrivandets gång. Den färdiga produkten kunde skickas till beställaren i september 2011. Jag anser själv att slutprodukten motsvarar beställarens önskemål och att det blev ett lyckat resultat med tanke på de få resurser som jag hade till hands.</p>	
Nyckelord:	Svartå Slott, hotellrumspärm, rumspärm, projektarbete, marknadsföring
Sidantal:	28
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	4.6.2012

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Tourism
Identification number:	3439
Author:	Anna Huittinen
Title:	Updating Svartå Manor's hotel room directory
Supervisor (Arcada):	Susanna Fabricius
Commissioned by:	Svartå Manor
<p>Abstract:</p> <p>Svartå Manor is a manor located in southern Finland with a history that started in the end of the 18th century. The Manor served long as a home for the owner of a nearby iron mill, and for servants and workers. Today the Manor house, the Castle, is a museum and the other adjacent houses, where the servants and the workers lived, serve as the hotel buildings. The contact person for this thesis was Christine Linder, current MD for Svartå Manor. I contacted her about the thesis and asked if they had any need for any kind of survey or other work that I could do for them. She thought of their outdated hotel room directory and said that it needed to be renewed, so this became my work for my thesis. They wanted a better version of the hotel room directory that also could introduce the guest to all of the Svartå Manor's services and possibilities. The aim was to make a clear and explicit directory with good information and a simple layout. The directory was first written in Swedish and was thereafter translated by me into Finnish and English. For this project I used theories about project working, such as Eklund, Macheridis and Nordberg and marketing in tourism where I have been able to apply Vallen & Vallen, Dahlén & Lange, Middleton and Rautiainen & Siiskonen. Necessary information and material that I needed in order to write this directory I got directly from the Svartå Manor's homepages and during the writing process from the contact person via e-mail. The finished product could be sent in to Linder in September 2011. I consider myself that the finished product corresponds to her wishes and that it was a successful result considering the few recourses I had available for this task.</p>	
Keywords:	Svartå Manor, hotel, room, directory, project, work, marketing
Number of pages:	28
Language:	Swedish
Date of acceptance:	4.6.2012

INNEHÅLL

1	INLEDNING	6
1.1	Frågeställning.....	7
1.2	Syfte.....	7
2	PROJEKTARBETE	8
3	PLANERING	Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.
3.1	Marknadskommunikation.....	11
3.2	Risikanalys.....	12
3.3	Projektplanen.....	14
3.3.1	<i>Rumspärmens innehåll</i>	15
4	GENOMFÖRANDET	17
4.1	Innehållet.....	17
4.2	Slutprodukten	20
5	EVALUERING	22
5.1	Diskussion.....	23
5.2	Förbättringsförslag.....	24
5.3	Självutvärdering.....	25
5.4	Slutord	27
	KÄLLOR	28

Figurer

Figur 1. Riskanalys	13
Figur 2. Hotellrumspärmens layout	22

1 INLEDNING

Svartå Slott är en herrgård i Västra Nyland med en historia som sträcker sig över 200 år bakåt i tiden. Slottet och de omkringliggande byggnaderna byggdes intill det dåvarande järnbruket. I slottet bodde järnbrukets ägare, familjen Linder, och i de andra byggnaderna tjänstefolk och arbetare. Herrgården såldes i medlet av 1900-talet till ett lokalt företag som inte hade något intresse av att ta hand om gården. År 1985 köpte Magnus Linder tillbaka gården och påbörjade ett stort renoveringsprojekt. I dag tjänar slottet som museum, de forna arbetarbostäderna har omvandlats till hotellrum och stallen och spannmålsmagasinet fungerar som restaurang och konferensutrymmen. (Mustionlinna 2012, Hotell; Mustionlinna 2012, Museum & Park, Svartå Slotts historia)

På Svartå Slott ansåg Verkställande Direktör Christine Linder att den information som hotellgästerna kan ta del av i den traditionella rumspärmen inte var tillräcklig, så därför ville hon ha en ny version av rumspärmen. Examensarbetet består av att uppdatera rumspärmen och detta görs som ett projekt. Rumspärmen är en del av hotellets marknadskommunikation, en kanal genom vilken hotellet kan lyfta upp sina egna tjänster och möjligheter och framföra dem till gästen.

Jag kontaktade Svartå Slott och frågade ifall de hade behov av någon slags undersökning eller liknande som skulle passa som ett examensarbete. Christine Linder gav då denna uppgift som ett förslag. Detta examensarbete görs i projektform och kan delas in i definitions-, planerings-, genomförnings- och reflektionsfaser. Detta projekt innehåller olika arbetsmoment så som informationssamling och skrivande samt översättning till finska och engelska. Projektet påbörjades i februari 2011 och rumspärmen lämnades in till beställaren i september 2011.

1.1 Frågeställning

Svartå Slott hade en föråldrad rumspärm med väldigt lite information som hotellgästen kunde ta del av. De ville förbättra den existerande rumspärmen eftersom de ville att gästen bättre skulle kunna ta del av det som Svartå Slott och omgivningen kan erbjuda.

1.2 Syfte

Syftet är att förnya Svartå Slotts hotellrumspärm till en klar och tydlig helhet med tillräcklig information. Pärmen skall till stor del bestå av relevant och intressant information om Svartå Slotts andra verksamheter och möjligheter. Gästerna skall kunna ta del av dem genom att läsa om dem på sitt rum. Pärmen skall vara visuellt klar, tydlig och enhetlig och den skall skrivas på svenska, engelska och finska.

2 PROJEKTARBETE

Ett gemensamt drag för alla projektarbeten är att det finns ett bestämt mål som man vill uppnå. Ett projekt görs en enda gång, vilket betyder att det inte finns två likadana projekt även om de kan ha samma struktur eller målsättning. Projektet är avgränsat i både tid och omfattning och det utförs av en tillfällig men fast organisation som då upplöses då projektet är utfört. Ett projekt planeras i enlighet med begränsade resurser, tid och kostnader. I projektet finns olika delmål, som också brukar kallas milstolpar, som definierar slutet på en aktivitet som måste slutföras innan man kan påbörja en annan fas. (Eklund 2002 s. 14, 44-45; Macheridis 2001 s. 13-14, 84)

Projekt har ofta en beställare, antingen extern eller intern eller i vissa projekt både och. Beställaren kommer i förväg att försäkra sig om att projektet uppnår ett visst resultat. Beställaren brukar oftast inte själv delta i projektet men i vissa fall kan det behövas att beställaren är mer inblandad. Oberoende av hur mycket beställaren vill vara inblandad i själva projektet är det viktigt att upprätthålla en god kommunikation så att relationen har förtroende och respekt. (Macheridis 2001 s. 29-32.)

Den första fasen i ett projekt skall besvara frågan ”vad?” och ge en stabil grund att sedan jobba vidare på. Denna fas kallas definitionsfasen och börjar ofta med att grundligt analysera problemet. Det är också viktigt att kontrollera med sin uppdragsgivare att man delar samma uppfattning. Man skall också vara överens om vad det är man vill uppnå med projektet samt skapa medvetenhet om projektets värde för de som arbetar med det. En annan viktig del i definitionsfasen är projektplaneringen då man exempelvis kartlägger resurser, tidtabeller och arbetsformer. (Eklund 2002 s. 46-49; Macheridis 2001 s. 84-85.)

I denna fas fick jag uppdraget av beställaren som är Svartå Slott. Uppgiften diskuterades tillsammans med beställaren för att formulera vad uppdraget gick ut på, vad som förväntades och vad innehållet egentligen skulle vara. För mig var det motiverande att veta att de på Svartå Slott har för avsikt att använda, om inte hela, så åtminstone delar av det material som jag kommer att skriva.

På Svartå Slott ville man förnya och förbättra den existerande hotellrumspärmen. Enligt uppdragsgivaren är rumspärmen är en viktig marknadsföringskanal och ett kommunikationsverktyg mellan hotellet och gästen. Meningen var att skapa relevant och intressant information om möjligheterna på Svartå Slott gärna med någonting lite extra så att gästen gärna läser igenom rumspärmen. Med en intresseväckande och informativ rumspärm har företaget också bättre möjlighet att maximera intäkterna av den enskilda gästen. Rumspärmen skrevs på svenska men jag översatte också slutprodukten till finska och engelska. Jag påpekade dock att översättningarna gjordes enligt mina kunskaper, vilket betyder att de måste ses igenom av någon professionell språkkännare före texterna kan användas.

Tillsammans med uppdragsgivaren gick vi igenom några punkter som hon ansåg att är viktiga att ha med i hotellrumspärmen. Den viktigaste punkten var marknadsföringen om de tjänster som Svartå Slott har att erbjuda sina gäster. I detta ingår information om exempelvis möteslokalerna och restaurangen. Eftersom Svartå Slotts största dragplåster är dess historia ville de också ha en kortfattad presentation om platsens och Slottets historia med i rumspärmen. Andra viktiga punkter i pärmen är säkerhet, viktiga telefonnummer samt personliga välkomsthälsningar från ledningens och restaurangens sida. En del av planeringen var också designen och layouten. Uppdragsgivarens största önskan till detta var att hela pärmen skulle vara enkel och enhetlig.

Arbetsformen i detta projekt blev liknande en skrivbordsstudie. Informationsinsamlingen skedde till största del genom att söka på internet och då till mesta delen från Svartå Slotts hemsidor. Efter att jag fått informationen insamlad sammanställde jag den i en egen utformad text. För ytterligare information kontaktade jag VD Christine Linder via e-post, som i det här fallet sågs som bästa kommunikationsmedel då båda parterna kan svara och fråga då man hade tid. Tidsmässigt hade detta projekt inte ett förutbestämt fast slutdatum men startdatumet kan räknas från vårt första möte den 27.1.2011. Uppdragsgivaren gav dock som mål att försöka få rumspärmen klar till april så att de skulle hinna ta den i bruk till sommarsäsongen. Detta datum var ganska ambitiöst eftersom det skulle ha gett mig ca två månaders tid att skriva och översätta rumspärmen. Viktigare

för beställaren var dock att slutresultatet blir bra än att projektet blir färdigt inom det utsatta målet. I detta projektarbete har jag inte tillgång till några ekonomiska resurser.

Detta projekt kan delas in i fyra faser. Första fasen var definitionsfasen där jag blev tilldelad uppdraget och uppgiften öppnades tillsammans med uppdragsgivaren. I följande fas, planeringsfasen, gjordes en projektplan och en struktur för hur hotellrumspärmens uppbyggnad. Under genomförningsfasen letade jag upp information som skulle användas i pärmen och skriver om den till en text som passar i en hotellrumspärm. Denna text skulle också översättas till finska och engelska. I reflektionsfasen evaluerades processen från planeringen till slutprodukten.

3 PLANERING

Hotell som gärna vill marknadsföra sina tjänster kan ha flersidiga broschyrer eller pärmar för gästerna att ta del av och som kan ha väldigt olika syften. Pärmen kan vara informativ, upplysande, reglerande, marknadsförande eller vara en blandning av dessa syften. (Vallen & Vallen 2005 s. 331)

En hotellrumspärm är en del av kundens väglednings- och informationskanal då de vistas i hotellet och den skall också kunna ge upphov till merförsäljning. Informationen som finns i rumspärmen måste hållas uppdaterad. Hotellgästen vill oftast veta vad man kan göra och se i området, därför är det viktigt att det finns någon slags information om detta i rumspärmen. I rumspärmen presenteras därför de tjänster som finns att tillgå i hotellet och dess utrymmen samt vad som finns i området nära hotellet. (Rautiainen & Siiskonen 2005 s. 82-83.)

Den informativa delen av en hotellrumspärm innehåller telefonnummer till olika tjänster som gästen möjligtvis kan behöva använda sig av, som exempelvis taxi och flyg. Den kan ge anvisningar för säkerheten på hotellet, överblick av hotellområdet och planlösningar samt köpmöjligheter, valutaväxling, saker att se och göra på plats och närområdet. Den upplysande delen ger instruktioner för hur de skall använda rummets utrustning eller hur de skall agera exempelvis om det börjar brinna. Till den reglerande informationen i rumspärmen hör enkel information som inchecknings och utchecknings

tider, vad som inte är tillåtet att göra, möjliga avgifter och hurudan klädsel som förväntas. Restauranger, aktivitetsmöjligheter och ett brev där man önskar gästen välkommen hör alla till marknadsföringsdelen av rumspärmen. Här kan marknadsföras såväl hotellets egna verksamheter och samarbeten med näraliggande sevärdheter och butiker. (Vallen & Vallen 2005 s. 331.)

Enligt Rautiainen & Siiskonen (2005 s.83) kunde information även om följande saker finnas med i rumspärmen; väckning, frukost, rum- och tvättservice, mötesutrymmen, parkering, trafikförbindelser, programservice och säkerhetsanvisningar. Dessutom borde det finnas information om t.ex. bastuavdelningar, televisionens, radions samt telefonens anvisningar och prislista, minibaren och en innehållsförteckning i alfabetisk ordning.

3.1 Marknadskommunikation

Resenärer har ofta tillgänglighet till en massa olika tryckta material i form av broschyrer och diverse andra lappar då de anländer till en turismorganisation. Med tryckt material skall man komma ihåg att alla som tar del av det kommer att få informationen serverad på exakt samma sätt. Materialet måste vara användarvänligt och tilltalande. Med en bra design kan materialet också vara i sig en välkomnande gest för gästen samtidigt som det kan ge budskap om att företaget förstår sig på gästens behov och intressen. Det kan vara frågan om instucket material i flygplanssätet, material från infodisken vid attraktioner och sevärdheter och material på hotellen i hotellrummet. Gemensam nämnare för de olika platsernas material är att informationen är planerad så att den marknadsför det som finns tillgängligt just där. Vanligtvis vill man ge gästen enkel men användbar information, information om tjänster och produkter som är tillgängliga på plats eller i närheten, specialerbjudanden och hjälp så att kunden får ut det mesta av deras köp och på det sättet förstärka kundnöjdheten. Bra marknadsföring kan också påverka kundbeteendet så att gästen uppmuntras till köp. (Middleton et al. 2009 s. 324.)

Dahlén och Lange (2003 s. 19) skriver om att marknadskommunikationen har tre huvudfrågor; vilka vill man nå, vad vill man säga till dem och hur skall man säga det? Man skall alltså ha en målgrupp, ett budskap och en kanal att sända informationen ge-

nom. Kanalen måste finnas tillgänglig för målgruppen då den är mottaglig för informationen och dessutom vara anpassad för det budskap som man ger ut.

Ett hotell har ofta en stor variation i marknadssegmentet. Gästerna på ett hotell kan vara mycket varierade och alla har sin egen orsak varför de övernattar. Detta innebär att gästerna kan ha mycket olika behov. En del saker som är viktiga för någon gäst kan sakna helt betydelse för en annan eftersom deras övernattningsgrunder kan vara så olika. Som exempel har man då affärsresenären och en fritidsresenär vilka ofta har helt olika behov eller profiler. (Vallen & Vallen 2005 s.44.)

I planeringsfasen gör jag upp en mer detaljerad projektplan som skall besvara frågan ”hur?”. I planen skall man se en tydlig definition och överblick av projektet, målformulering och en plan över möjliga resurser. Vad är problemet och hur skall det lösas? I planeringsfasen har beställaren en viktig roll då projektets utförare skall få en så klar bild av vad beställaren vill ha av projektet. När planeringen är gjord skall man kunna se i detalj vem som kommer att göra vad under projektet. Här kan man också ta till hjälp av olika datorbaserade planeringsverktyg som exempelvis ganttscemat, som ger en klar bild på hur projektet påverkas om det sker någon tidsförskjutning i arbetet. En god planering står som grund för kontroll och styrning och ger riktning och instruktioner och anger delmålen under projektets gång. Välgjord planering kan öka effektiviteten och minska osäkerheten kring uppgiften. Under planeringsfasen skall också alla tänkbara problem och lösningar gås igenom. (Eklund 2002 s. 49-50, 64-66, 81; Macheridis 2001 s. 33, 86-87.)

3.2 Riskanalys

Under detta projekt kunde det inträffa en del oväntade problem som kunde ha allvarliga följder för arbetet. Därför var det viktigt att på förhand kunna förutse vad som skulle kunna hända för att dels kunna försöka undvika att de inträffade och ifall de inträffade bör man ha någon lösning klar. (Eklund 2002 s. 69.)

I detta projekt var allvarliga risker datorproblem, kommunikationsproblem med beställaren, sjukdom och brist på resurser.

Risk	Sannolikhet 1=Liten 5= Stor	Konsekvens 1= Obetydlig 5= Betydlig	Konsekvensbeskrivning	Riskvärdet
Datorproblem	4	5	Börja om från början.	20
Sjukdom	2	3	Förlänger tiden på arbetet.	6
Kommunikationsproblem med beställaren	3	4	Missuppfattningar som måste rättas, brist på information vilket påverkar kvalitén.	12
Resursbrist	4	3	Kan försvåra slutföringen av projektet.	12

Figur 1. Riskanalys

Problem med datorer är ett allvarligt problem då detta projekt endast görs i elektronisk form. Datorer är oförutsägbara och kan sluta fungera eller få något allvarligt virus som kan ha mycket allvarliga konsekvenser för arbetet. Allt eller delar av materialet kan försvinna om man är oförberedd. För att undvika att detta skall hända gäller det att spara materialet på några olika ställen, så som externa minnen eller genom att skicka till egen e-post.

I fall jag blir allvarligt sjuk lider hela arbetet av det då detta är ett enmans projekt. Projektet stannar i värsta fall upp för en tid och blir möjligen försenat. I mildare sjukdomsfall behöver inte arbetet påverkas alls.

Ifall kommunikationen mellan beställaren och mig inte är bra kan konsekvenserna bli missuppfattningar och informationsbrist som sedan påverkar resultatet negativt kvalitetsmässigt. Denna risk är ändå rätt aktuell då beställarens och skribentens modersmål är olika och då gäller det att komma överens på ett gemensamt språk som i detta fall då blir engelska.

Resursbrist är också en risk som är värd att ta upp i detta sammanhang. Jag har inga ekonomiska resurser så det gäller att hitta fria lösningar på problemen. Kommunikationen till beställaren sker elektroniskt eller genom att jag tar mig till beställaren på egen bekostnad. Resursbrist kan också vara brist på tillgång till olika datorprogram, t.ex. bildprogram och användarkompetens som kunde behövas för att höja kvalitén på arbetet. I värsta fall kunde detta också allvarligt försvåra slutförandet av projektet. Ifall detta skulle bli ett problem gäller det att hitta alternativa lösningar som ändå kan resultera i att man inte uppnår målen kvalitetsmässigt.

3.3 Projektplanen

I planeringsfasen bekantade jag mig med Svartå Slotts existerande rumspärm, uppdragsgivarens exempel på en bra rumspärm, samt med Svartå Slotts hemsida. På basen av dessa och de tidigare diskuterade ämnena strukturerades idéer för innehållet till pärmen. Målet var att samla in information om Svartå Slotts tjänster och att sätta ihop dessa så att man fick en intressant, läsvärd och användarvänlig rumspärm. Informationen skulle vara marknadsförande och informerande samt ge idéer till vad man kan göra som gäst på Svartå Slott. Slutprodukten skulle vara enhetlig, informativ, intresseväckande och förhoppningsvis också höja köplusten.

I denna uppgift var det också viktigt att tänka på vem det är som kommer att läsa hotellrumspärmen. De tre kritiska frågorna var alltså ”Vilka vill man nå, vad vill man säga och hur skall man säga det?”. Med tanke på Svartå Slotts hotellrumspärm så är målgruppen brokig och hotellets målgruppssegmentering aningen problematisk då gästerna är mycket varierande med olika orsak för sin övernattningsresa. Målgruppen för rumspärmen är ändå alla hotellets gäster, som kan bestå av äldre och yngre personer eller familjer på fritidsresa som kommit för att njuta eller som bara är på genomresa. Målgruppen består också av affärsmän och -kvinnor som är där för att arbetet förde dem dit. Då målgruppen är mottaglig för information bör det enligt Dahlén och Lange (2003 s.19) finnas till hands ett passande kommunikationsverktyg att sända informationen genom. Man kan utgå från att alla gäster säkert i någon mån är mottagliga för information då de befinner sig på ett nytt och främmande ställe. Informationen kommer också att finnas lätt tillgänglig för alla på deras hotellrum. Det svåraste är att få budskapet anpassat på ett så-

dant sätt att alla gäster ser en nytta i att ta del av det då man skall komma ihåg att det som för en del gäster är mycket betydelsefullt kan för de andra gästerna helt sakna betydelse då behoven för de olika segmenten ser helt annorlunda ut.

En stor utmaning med detta projekt var att ha information i rumspärmen som under hela året är aktuell. Svartå Slott har varierande öppethållningstider på t.ex. frukostserveringen och museet beroende på när på veckan man vistas där samt på säsongen. Beställaren vill att rumspärmen skall kunna användas året om utan att den behöver modifieras. Beställaren ville heller inte att t.ex. priser eller menyer skulle vara utsatta i pärmen också på grund av variationen. Öppethållningstider och priser är information som ofta intresserar gästen.

I definitionsfasen definierade man problemet och i planeringsfasen skall man ta reda på ”hur?” problemet skall lösas. Arbetsindelningarna inom projektgruppen hör också till planeringsfasen (Eklund 2002 s. 49-50). Arbetsförfarandena i detta projekt är informationssökning, kommunikation med beställaren, textskapande och översättning. Detta projekt var ett enmansprojekt, alltså fanns det ingen projektorganisation, utan alla arbetsmoment utfördes av mig själv.

Delmålens betydelse för projektet är att lättare kunna styra och att hålla det på rätt kurs. (Eklund 2002 s. 64.) Delmål i denna projektplan var att få de viktigaste informationerna färdigskrivna och godkända av uppdragsgivaren. Den viktigaste milstolpen var att få den svenska versionen av rumspärmen klar och godkänd av beställaren så att jag kunde fortsätta med de två sista faserna, dvs. översättningarna till finska och engelska.

3.3.1 Rumspärmens innehåll

Vid planeringsskedet hade vi tillsammans med beställaren kommit överens om att följande punkter skulle finnas med i hotellrumspärmen.

- Välkomsthälsning av hotellets administration
- Svartå Slotts tjänster
- Restauranginformation

- Historia
- Presentation om hotellet
- Nödvändiga telefonnummer
- En karta över hotellområdet
- Säkerhetsinformation
- Tider för incheckning och utcheckning

Hotellrumspärmen kom då redan på basen av dessa punkter att vara en blandning av Vallen & Vallens (2005 s. 331) exempel, dvs. informativ, reglerande och marknadsförande. De tre första punkterna hör helt till marknadsföringsdelen medan historia och hotellets presentation skulle kunna räknas till både den informativa delen, tillsammans med telefonnummer, överblick över hotellområdet samt säkerhetsinformation, eller till den marknadsförande delen. Den sista punkten innehåller reglerande information.

Rautiainen & Siiskonen (2005 s.83) tar också upp följande punkter som kunde vara med i rumspärmen; trafikförbindelser, sevärdheter, programservice, rum- och tvättservice, bruksanvisningar för utrustningen i rummet och en innehållsförteckning i alfabetisk ordning.

Vi kom överens med beställaren att någon slags trafikförbindelser och de näraliggande sevärdheterna, så som Fiskars och Billnäs Bruk, skulle vara bra att ha med i rumspärmen. Detta beslutade vi om då vi tänkte att dylik information kunde ge ett mervärde för gästen. Programservice kom att finnas med under rubriken Svartå Slotts tjänster. Bruksanvisningar är säkert viktiga för gästen men beställaren ville inte ha med dem i rumspärmen. De kanske gör ett skilt bruksanvisningshäfte så detta kom jag inte att utföra för dem. Svartå Slott har inte rum- eller tvättservice i bruk så därför var denna punkt onödig i pärmen. En innehållsförteckning ville vi nog ha med i rumspärmen, men vi var osäkra på om den skulle vara i alfabetisk ordning.

Middleton et al. (2009 s. 324) skriver att informationen också skall kunna främja kundnöjdheten. För att förstärka kundnöjdheten med hjälp av rumspärmen skulle jag också skriva en kort text där man uppmuntrar gästen att ta kontakt med personalen om hon/han finner några brister under sin vistelse.

4 GENOMFÖRANDET

Projektplanen är levande och skall sättas till handling i genomförande fasen. I vissa projekt kan det vara svårt att dra en tydlig gräns mellan planerings- och genomförningsfasen. Under genomförandet kan man då få ny förståelse för uppgiften och vad den går ut på och på så sätt följer planeringsfasen med in i genomförandet. Under genomförandefasen brukar inte beställaren vara aktivt deltagande utan håller sig mer i bakgrunden. Det är ändå viktigt att beställaren och eventuella intressenter hålls informerade under projektets gång. Projektets utförare strävar i denna fas att förverkliga projektplanen så att man uppnår det utsatta målet. Denna fas innehåller sannolikt olika delfaser som beror på hur stor omfattning projektet har. Med god kommunikation mellan de medverkande i projektet är det större chans att denna fas blir lyckad. Det kan handla om att arbetarna anpassar sig till att situationen eller förutsättningarna kanske ändras under projektets genomförande. (Eklund 2002 s. 50; Macheridis 2001 s. 88-89; Nordberg 2002 s. 22-25.)

I denna fas förverkligades projektplanen så att målet skulle kunna uppnås. Genomförandefasen kan i sig innehålla olika delfaser vilka i detta projekt bestod av informationsinsamling, textskapande och översättning. Det var också möjligt att det sker förändringar i planerna då man under genomförandet kan få ny förståelse för uppgiften.

Projektet förverkligades genom att på basen av de bestämda rubrikerna söka innehåll från Svartå Slotts hemsida och andra nödvändiga internetsidor samt via kommunikation med beställaren. I detta projekt var alltså beställaren rätt aktivt med under genomförandefasen. Jag kontaktade Christine Linder i början av december 2010 och projektet påbörjades den första februari 2011. Den svenska versionen av hotellrumspärmen blev färdig i medlet av maj och den färdiga produkten med översättningarna skickades in till beställaren i mitten av september per e-post.

4.1 Innehållet

Då jag träffade Linder på Svartå Slott i januari fick jag också med mig deras existerande rumspärm samt ett exempel på enligt henne en bra rumspärm. Dessa två pärmar gav mig fler idéer och även information. Då jag hade skrivit färdigt en del till rumspärmen

skickade jag den till Linder per e-post som antingen godkände eller bad mig förbättra texten. Många rubriker ville Linder ändra på så att "Svartå Slott" skulle finnas med i dem, så i stället för endast "historia" ville hon att sidan skulle heta "Svartå slotts historia" och lika med exempelvis "Svartå Slotts hotell" och "Svartå Slotts tjänster". I den första, enligt mig, färdiga versionen hade jag placerat bilder längs den nedre kanten och hade sidnumren då i övre hörnen. Linder sade att hon inte trodde sig vilja ha bilder i rumspärmen då det skulle vara svårt att hålla dem uppdaterade och i samma passande format och att hon föredrog att ha sidnumreringen i nedre kanten. Hon hade också en lista på olika saker hon gärna ville att jag ännu skulle tillägga i texterna samt en ny rubrik som skulle berätta om aktivitetsmöjligheterna på Svartå Slott.

Jag började projektet med att be uppdragsgivaren att skriva en välkomsthälsning till rumspärmen och sedan började jag skriva om historien om Svartå Slott. Christine Linder skrev välkomsthälsningen på engelska så jag behövde endast översätta den till svenska och finska. Mycket av informationen om Svartå Slotts historia kunde jag hitta i den existerande rumspärmen samt förstås på deras egna hemsida. Eftersom den gamla rumspärmen till största del bara var historia bad uppdragsgivaren mig att hålla den delen rätt kort. Hon ville att den delen skulle vara intresseväckande och inte berätta allt. Jag föreslog också att jag skulle skriva litet om Svartå Slotts spöken i denna del eftersom det ofta är ett ämne som intresserar folk. Uppdragsgivaren tyckte att det var en bra idé som kunde passa in så hon gav mig lite mera information och material om ämnet. Under rubriken "Svartå Slotts historia" skrev jag generellt om Svartå Slotts historia, Slottets historia samt om parkens historia.

För rumspärmens informationssida hade jag tänkt lägga in information om frukostens, restaurangens och receptionens öppethållningstider. Detta skulle visa sig vara ett problem då de har så varierande öppethållningstider beroende på årstid samt variationer mellan vardagar och veckoslut. Detta är ändå oftast viktig information för gästen så jag försökte föreslå utbytbara sidor i exempelvis plastfickor. Detta ville ändå inte min uppdragsgivare då hon ansåg att detta inte skulle se lika professionellt eller prydligt ut. Hon ville helt enkelt att all text och information skulle passa att ha i pärmen året runt. Därför finns inte heller exempelvis prisexempel eller menyförslag med i pärmen. Informationsidan, som fick rubriken "Bästa gäst", fick slutligen nästan samma information som

fanns i deras gamla rumspärm, dvs. om internet användning, var det är tillåtet att röka samt om in- och utcheckningstiderna och de viktigaste telefonnumren inom hotellet. Beställaren bad också om en liten text som uppmanar gästerna att genast kontakta personalen om speciella önskemål eller över klagomål för att dessa skall kunna uppfyllas eller rättas till.

För restaurangpresentationen bad jag också om att få en välkomsthälsning av deras köksmästare. Välkomsthälsningen blev en hel sida där han hade beskrivit restaurangen och verksamheten rätt utförligt. Detta brev var skrivet på finska så jag behövde översätta det sedan till svenska och engelska. Det var lite information som inte var med i hans hälsning som beställaren ändå ville ha med, så därför behövde jag skriva en liten extra text om restaurangen med information om möjligheter till picknick i parken, deras cateringtjänst och att barnen har en egen meny.

I rumspärmen skulle det också finnas information om Svartå Slotts tjänster och övriga verksamhet. Under rubriken Svartå Slotts tjänster presenterade jag dessa var för sig. De har museet, möteslokaler, bastu, själva parken och bruksområdet, olika evenemang och möjligheter att ordna fester och tillställningar samt cateringtjänst och en kulinarisk akademi. Dessa alla skulle presenteras i rumspärmen för att visa alla möjligheter de har att erbjuda samt förhoppningsvis väcka idéer hos gästerna. Nästan all information fick jag direkt från Svartå Slotts egna hemsida och detaljerna, så som öppethållningstider, frågade jag direkt av uppdragsgivaren. Själva hotellverksamheten är belägen i fem olika byggnader som presenteras kort i under "Svartå Slotts hotell" så att gästerna kan bekanta sig med den byggnad de själva befinner sig i och såklart även med de andra. Under denna sida finns också en beskrivning om vad som finns tillgängligt i rummen. Linder ville också ha med en sida som berättade om de olika aktivitetsmöjligheterna man kan ta del av under sin vistelse på Svartå Slott och närområdet. Under "Aktiviteter i Svartå Park och omgivning" presenteras några möjligheter så som ridning, massage, hyrning av båtar samt fiske.

Till pärmen ville uppdragsgivaren också ha med en överblick av hotellområdet vilket skulle visa sig vara rätt enkelt att ordna då de hade en bra bild av området som de använder i andra sammanhang. Linder skickade denna till mig men bad mig lite redigera

den då där fanns med en punkt som inte längre var aktuell. Detta gick att ordna med ett väldigt enkelt bildprogram som täckte över endast den punkten. Det var också lägligt att då alla dessa punkter var numrerade att den som skulle strykas var den sista så att numreringen inte behövdes ändras. Hon ville också att bilden skulle ha en ram och att byggnadernas namn skulle följas av en beskrivning, som t.ex. "Stallet"- konferensutrymme.

Det som den gamla rumspärmen helt saknade var en sida om säkerheten på Svartå Slott. Eftersom hotellet är uppdelat i olika byggnader kunde man inte ha en gemensam beskrivning om till exempel hur man skulle gå till väga hur man skulle ta sig ut vid exempelvis brand. Därför blev lösningen en kort text där man uppmanar gästen att bekanta sig med nödutgångsplanen som finns upphängd i varje rum. På säkerhetssidan finns också nödnumret och en påminnelse om att man måste slå 0 före man kan ringa till 112. Det finns också information om hur man skall kontakta läkare, information om var närmaste apotek finns samt numret till den lokala polisstationen.

För en hotellgäst som befinner sig på ett obekant område är det säkert intressant att kunna ta del av närområdets sevärdheter. Under "Sevärdheter nära Svartå Slott" presenterar jag de viktigaste sevärdheterna som finns i närområdet. Till dessa räknade jag Billnäs bruk och Fiskars bruk samt Ekenäs och Helsingfors. På sidan efter denna anges avstånd till dessa ställen samt hur man kan ta sig till dem, exempelvis med buss taxi eller tåg.

Pärmen fick också en innehållsförteckning så att gästen lättare skall kunna hitta det han eller hon letar efter. Innehållsförteckningen är inte i alfabetisk ordning utan följer samma ordning som rubrikerna är placerade med underrubriker.

4.2 Slutprodukten

Resultatet överlämnades till uppdragsgivaren i sin helhet i september 2011. Det slutliga innehållet för rumspärmen blev följande i nämnd ordning:

Välkomsthälsning av Svartå Slotts administration

Innehållsförteckning

Bästa gäst

Säkerhetsanvisningar

Svartå Slotts historia

 Slottet

 Svartå Slottspark

Svartå Slotts hotell

Svartå Slottskrog – Välkomsthälsning av köksmästaren

Restaurangen

Överblick av hotellområdet – Karta

Aktiviteter i Svartå Slott och omgivning

Svartå Slotts tjänster

 Museet

 Parken & Svartå bruk

 Svartå Slotts konferensmöjligheter

 Fester och tillställningar

 Svartå Slotts kulinariska akademi

 Bastu

 Evenemang

Sevärdheter nära Svartå Slott

 Fiskars bruk

 Billnäs bruk

 Ekenäs

 Helsingfors

Avstånd

Den slutliga layouten på rumspärmen blev en enkel helhet. Enligt uppdragsgivarens önskemål användes inga bilder i pärmen förutom en nedtonad bakgrundsbild av konturerna av Svartå Slott som finns på varje sida. Textens färg är mörkblå. Det är tänkt att sidorna sedan skulle tryckas på ett mycket ljus grått papper.

VÄLKOMMEN TILL SVARTÅ SLOTT!

Bästa Gäst,

Det är en ära att få hälsa Er välkomna till Svartå Slott i staden Raseborg.

Vårt slott, som är byggt på 1700-talet, är Finlands största icke-kyrkliga träbyggnad. Vi anser att denna plats verkligen är värt ett besök och vi vill också gärna uppmuntra Er att utforska den unika miljön och atmosfären.

På följande sidor har vi samlat information om vårt hotell och den fantastiska omgivningen runt omkring för att Ni skall få en så angenäm vistelse här som möjligt.

Vi hoppas att Ni njuter av Er vistelse här hos oss.

Varmt välkommen

Christine och Filip Linder
Svartå Slott



Figur 2. Hotellrumspärmens layout

5 EVALUERING

Sista fasen i projektarbetet är utvärderings- eller reflektionsfasen. Då man är i denna fas är allt egentligt arbete för själva projektet slutfört och nu återstår det att analysera och jämföra hur processen från planeringen till den slutliga produkten gick. Vad har man åstadkommit och hur gjorde man det? Man kan också bedöma hur den slutliga produkten blev i förhållandet till målsättningen. Löste man problemet eller kunde arbetet ha gjorts bättre? (Eklund 2002 s. 97-98; Macheridis 2001 s. 90; Nordberg 2002 s. 25, 94.)

I detta kapitel sammanfattar jag och diskuterar resultatet av projektarbetet och själva processen. Vad kunde ha gjorts annorlunda eller vad kunde förbättras?

Syftet med detta projekt var att förnya och förbättra Svartå Slotts hotellrumspärm. Innehållet skulle vara relevant och ge gästen en klar helhet om Svartå Slotts verksamhet. Själva informationen som jag skrev till rumspärmen anser jag själv att motsvarade beställarens förväntningar och med tanke på de resurser och informationen som jag hade till hands eller kunde komma åt. Resultatet blev en hotellrumspärm som främst är marknadsförande men också informativ, upplysande och reglerande. Största delen av pärmens innehåll berättar just om alla de tjänster som finns på Svartå Slott i ett marknadsförande syfte.

5.1 Diskussion

Projektet utfördes på bästa möjliga sätt på distans. I denna uppgift var behövlig information lätt tillgänglig då det mesta fanns på nätet och så hade jag fått nödvändigt material av uppdragsgivaren samt att hon var nåbar via e-post då det uppstod frågor. I min riskanalys hade jag beaktat kommunikationsproblem mellan mig själv och beställaren som en risk som kunde påverka arbetet. Denna risk gick inte helt och hållet heller att undvika. Vissa små missuppfattningar och små informationsbrister fanns det emellanåt, vilket gjorde att en del texter blev lite svårare att skriva. Dessa problem var dock inte så stora och de löstes alltid på något sätt genom tolkningar eller genom att ställa vidare frågor. Ifall jag tolkat ett svar på "fel" sätt kunde det ändå rättas till senare då jag skickade materialet till uppdragsgivaren. Då var det såklart lättare också för henne att se vad jag menat och hon kunde lättare ge mera behövlig information eller ändringsförslag. Dessa kommunikationsproblem medförde ju dock det att vissa texter måste skrivas om och det i sin tur förlängde tiden på hela arbetet.

I detta arbete använde jag mig av Microsoft Word. Utseendet samt kvaliteten på rumspärmen skulle möjligen kunna förbättras med hjälp av något annat program, men personligen hade jag varken resurser eller nödvändiga kunskaper inom området för att kunna utnyttja liknande programvaror. I detta fall påverkade det antagligen dock inte så

mycket på rumspärmens utseende då jag faktiskt behöll en enkel layout enligt beställarens önskemål. Resursbrist var dock också en faktor jag tog upp i min riskanalys.

Själva projektet var mer tidskrävande än jag hade tänkt mig från början. Dels var det för att skrivandet tog lite längre än jag hade räknat med och så kom det en del förändringar och rättelser som så klart tog sin egen tid att utföra och att få ett nytt godkännande av uppdragsgivaren. Slutprodukten skickades in per e-post först i september då den ursprungliga målsättningen var i april 2011. Den svenska versionen blev färdig i maj och själva översättningarna till finska och engelska tog i sig inte så lång tid, men andra uppgifter under sommaren medförde att jag hade en paus från detta projekt från juni till augusti. Det är ännu oklart hur mycket uppdragsgivaren kommer att använda sig av den produkt som jag framfört. I projektets början var det tal om att ifall inte hotellrumspärmen användes i helhet som sådan så skulle de ändå kanske använda sig av delar av den, men det är då oklart vad som beslutats i detta fall. Klart är att iallafall finska och engelska versionerna måste granskas av språkkännare innan de kan användas.

5.2 Förbättringsförslag

I och med denna process och efter att produkten lämnats in har jag funderat på vad som kunde förbättras med rumspärmen eller göras aningen annorlunda. Jag skulle gärna ha haft öppethållningstider för åtminstone restaurangen och receptionen med i rumspärmen. Detta är oftast väldigt väsentlig information för hotellgästen. Denna information kunde jag då inte ha med i rumspärmen då öppethållningstiderna växlar så mycket på Svartå Slott och beställaren ville ha en pärm som faktiskt kan användas året om. Eftersom hon inte heller ville ha en pärm med utbytbara sidor skulle det kanske kunna göras en extra broschyr eller en enkel A4 som man kunde ha instucken på insidan av pärmen eller bredvid på bordet för gästen. Denna broschyr skulle vara enklare att byta ut och ändra informationen på. Om denna extrainformation skulle vara just i ett broschyrformat skulle man också kunna ha med något menyförslag i stil med "köksmästaren rekommenderar" för att exempelvis föra fram säsongernas delikatesser.

Användningen av bilder var i detta projekt ett frågetecken. Jag skickade in en version som hade bilder till uppdragsgivaren men hon ansåg att det inte blev tillräckligt enhet-

ligt. Bilderna var nog placerade på samma sätt på varje sida dvs. längs ner på sidan som en bård. Bilderna jag kunde använda mig var de som fanns på Svartå Slotts hemsida, vilket var aningen begränsande då bilderna var i olika storlek och en del var tagna vågräta andra lodräta. Rumspärmen blev dessutom 18 sidor lång (på ett språk) vilket betydde att jag behövde rätt många bilder då jag helst ville ha fyra per sida. Jag använde mig ändå av de tillgängliga bilderna för att få fram min idé av användningen av bilder. Beställaren ville dock inte ha bilder i slutprodukten då hon ansåg att det är svårt att hålla dem uppdaterade. Bilder är ändå väldigt talande och jag skulle gärna ha haft med några i rumspärmen på något sätt. Det finns ju utrymmen som ändå inte förändrar utseendet så ofta, och till exempel husens fasader kommer ju att se likadana ut och därför inte skulle behöva någon extra uppdatering. I denna version blev lösningen en nedtonad konturbild på Slottet i bakgrunden på varje sida.

5.3 Självutvärdering

För mig har projektet varit ett lärorikt och självständigt arbete. I och med detta projekt har jag strukturerat, planerat, sökt och producerat text till en turismprodukt. Jag anser att det i detta projekt var viktigt att kunna se slutprodukten framför sig hela tiden. De olika texterna skrev jag i en helt oorganiserad ordning och ibland höll jag också på med ett par texter samtidigt. Vid dessa fall var det då viktigt att kunna föreställa mig om hur slutprodukten skulle bli så att alla texterna skrevs på ett enhetligt sätt, samtidigt som jag visste att de i slutändan inte alls skulle verka vara så lösryckta som det ibland kändes då jag skrev dem.

Från planeringen till slutprodukten fanns det inte så många förändringar som jag hade förberett mig på att kunde komma längs med processen. Med facit på handen skulle jag ändå ha behövt en utförligare planering. I denna planering skulle jag ha haft fler under rubriker om vad som skulle behövas till texterna och dessutom en version på papper som jag skulle ha kunna klottra på och göra förändringar på allt eftersom jag fick nya idéer eller önskemål av beställaren osv. Nu skedde nästan all min planering elektroniskt fastän en del idéer kom då när jag inte satt framför datorn och genast skrev ner dem.

I detta arbete såg jag också betydelsen i att kunna formulera mig på ett förståeligt sätt genom skriven text med beställaren. Detta var en nyttig erfarenhet som jag nog kommer att komma ihåg i fortsättningen också. Det var viktigt att kunna formulera mig på rätt sätt så att beställaren kunde förstå den skriftliga texten på rätt sätt då man inte kan använda kroppsliga signaler som man omedvetet gör då man talar med någon ansikte mot ansikte. Samtidigt skulle jag också förstå hennes svar på rätt sätt. Då kommunikationen skedde på engelska försvårade det saken ännu lite i och med att ingenderas modersmål var detta. Detta tror jag iallafall är en nyttig lärdom och erfarenhet att komma ihåg i arbetslivet.

Även om jag anser att detta projekt var ett lämpligt enmansprojekt så kunde jag också tänka mig att det skulle ha passat att göras i par, mest för att jag undrar hurudana andra lösningar och idéer man skulle ha kunnat komma på om man hade någon annan att bolla tankarna med.

5.4 Slutord

Då jag skulle välja ett ämne att skriva mitt examensarbete om var det klart för mig att jag ville ha en uppdragsgivare som faktiskt kunde ha någon nytta av det arbete jag skulle göra. Jag valde att vända mig till Svartå slott eftersom verksamheten och området var bekant för mig sedan tidigare då jag bott och jobbat i närheten av det. Jag blev dessutom positivt överraskad av den uppgift de kunde erbjuda mig. Skapandet av en hotellrumspärm passade mig som föredrar ett mera praktiskt arbete och dessutom erbjöd en möjlighet att använda kreativiteten.

Med de resurser jag hade tillgång till anser jag själv att mitt arbete motsvarade beställarens önskemål och jag är själv nöjd med den produkt jag överlämnade. Hotellrumspärmen når upp till sitt syfte som en enhetlig informationskälla om Svartå Slott verksamhet som gästerna kan läsa och ta del av i lugn och ro på rummet.

KÄLLOR

Dahlén, Micael & Lange, Fredrik. 2003, *Optimal marknadskommunikation*. Malmö: Liber ekonomi, 465 s.

Eklund, Sven. 2002, *Arbeta i projekt – en introduktion*. Lund: Studentlitteratur, 111 s.

Macheridis, Nikos. 2001, *Projektspekter, kunskapsområden för ledning och styrning av projekt*. Lund: Studentlitteratur 162 s.

Mustionlinna. 2012, Hotell. Tillgänglig:

<http://www.mustionlinna.fi/sv/hotell/hotell> Hämtad 15.5.2012.

Mustionlinna. 2012, Museum & Park, Svartå Slotts Historia. Tillgänglig:

<http://www.mustionlinna.fi/sv/museum-a-park/museum-a-park/svarta-slotts-historia>

Hämtad 15.5.2012.

Middleton, Viktor T.C. & Fyall Alan & Morgan, Michael & Ranchhod, Ashok. 2009, *Marketing in travel and tourism*, 4th edition, Oxford: Elsevier 502 s.

Nordberg, Kjell. 2002, *Projekthandboken*. Fallköping: Förlags AB Björnen, 116 s.

Rautiainen, Mirja & Siiskonen, Mika. 2005, *Hotellin asiakasliikenne ja kannattavuus*. Helsingfors: Restamark 451s.

Vallen, Gary K. & Vallen, Jerome J. 2005, *Check-In Check-Out Managing Hotel Operations*, 7th edition, New Jersey: Pearson Education 636 s.