



Concierge-palvelu Kämp Collection Hotelsin hotelleissa

Joonas Riihimäki

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Amk-opinnäytetyö

2021

Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma

Tiivistelmä

Tekijä(t)

Joonas Riihimäki

Tutkinto

Restonomi

Raportin/Opinnäytetyön nimi

Concierge-palvelu Kämp Collection Hotelsin hotelleissa

Sivu- ja liitesivumäärä

31 + 3

Tämän opinnäytetyön päätavoitteena oli selvittää minkälaista concierge-palvelua Kämp Collection Hotelsin hotellit tarjoavat asiakkailleen. Tavoitteena oli myös selkeyttää conciergen ja vastaanottovirkailijan eroa ja tuoda concierge-palvelun tuottamat hyödyt esiin. Sivutavoitteena oli luoda kehitysideoita concierge-palvelua varten. Työn toimeksiantaja oli Kämp Collection Hotelsin Hotel Lilla Roberts.

Opinnäytetyön tietoperusta koostui johdannosta ja kahdesta pääluvusta. Tietoperustan johdannossa tutustuttiin aluksi conciergen määritelmään. Toisessa luvussa käsiteltiin conciergen työkuva hotellin vastaanotossa. Käytiin läpi concierge-palvelun lainalaisuuksia ja concierge-palvelun kehittymistä nykypäivänä digitalisaation avulla. Pehdyttiin myös conciergen historiaan. Kolmannessa luvussa käsiteltiin conciergen suhdetta asiakkaaseen, asiakkaan palvelupolkua, persoonallista palvelua ja laadukkaan palvelun tuottamista.

Opinnäytetyön empiirinen osa suoritettiin laadullisena tutkimuksena. Tutkimusmenetelmät olivat, teemahaastattelu, havainnointi ja vertailuanalyysi. Teemahaastatteluun osallistui kaksi vastaanottopäällikköä Kämp Collection Hotelsin hotelleista ja havainnointi suoritettiin saman hotelliketjun kahdessa eri hotellissa. Vertailuanalyysiin valittiin vastaanottovirkailija hotelliketjun ulkopuolisesta hotellista.

Työn pohdintaosiossa tarkasteltiin tutkimustuloksia ja niitä peilattiin työn tietoperustaan. Arvioitiin myös työn luotettavuutta ja uskottavuutta. Pohdintaosiossa tehtiin johtopäätöksiä ja kehittämissuhteita toimeksiantajaryitykselle concierge-palveluun liittyen tietoperustan ja tutkimustulosten perusteella. Lopuksi arvioitiin omaa oppimista ja opinnäytetyöprosessia.

Tutkimustulosten avulla saatiin paljon uutta informaatiota concierge-palvelusta ja mahdollisista kehityskohteista. Digitalisaation hyödyntäminen oli hotelliketjussa vielä vähäistä ja sitä pystytään kehittämään tulevaisuudessa eri applikaatioiden avulla. Concierge-palvelut ovat nykypäivänä vastaanottovirkailijoiden vastuulla erillisten conciergien puuttumisen takia. Teemahaastattelun avulla selvisi, että concierge-palvelu luo asiakkaalle lisäarvoa, mikä tuloksena asiakas tulee vieraaksi todennäköisemmin myös uudestaan.

Asiasanat

concierge, hotelli, palvelu, vastaanotto

Sisällys

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | Johdanto..... | 1 |
| 2 | Concierge-palvelu | 3 |
| 2.1 | Concierge-palvelu hotellin vastaanotossa..... | 4 |
| 2.2 | Hotellin vastaanoton työvaiheet ja työtehtävät..... | 6 |
| 2.3 | Concierge-palvelun lainalaisuudet | 8 |
| 2.4 | Digitalisaatio concierge-palvelun mahdollistajana | 9 |
| 2.5 | Conciergen historiaa..... | 10 |
| 3 | Asiakas osana concierge-palvelua ja laadukas palvelu | 12 |
| 3.1 | Conciergen suhde asiakkaaseen ja sen ylläpito | 12 |
| 3.2 | Asiakkaan palvelupolku | 12 |
| 3.3 | Persoonallinen palvelu..... | 14 |
| 3.4 | Palvelun laadukkuus..... | 15 |
| 4 | Concierge-palvelun ilmeneminen Kämp Collection Hotelsin hotelleissa | 17 |
| 4.1 | Kämp Collection Hotels: Hotel Lilla Roberts | 17 |
| 4.2 | Teemahaastattelu | 18 |
| 4.3 | Havainnointi | 20 |
| 4.4 | Vertailuanalyysi..... | 23 |
| 5 | Pohdinta | 25 |
| 5.1 | Tulosten tarkastelu | 25 |
| 5.2 | Työn luotettavuus ja uskottavuus | 27 |
| 5.3 | Johtopäätökset ja kehittämissuhteet | 28 |
| 5.4 | Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi..... | 31 |
| | Lähteet | 32 |
| | Liitteet..... | 35 |

1 Johdanto

Palveluiden laadukkuus sekä monipuolisuus ovat yksi tärkeimmistä asioista, mitä hotelli voi asiakkaalleen tarjota. Hotelli voi olla esteettisesti kaunis ja sen lokaatio voi olla mainio, mutta jos palvelu ei ole hyvälaatuista niin kokonaisuus kärsii. Palvelua tarjotessa tulee erottautua muista kilpailijoista ja tulee ymmärtää asiakasta, kun suunnitellaan palvelukäytäntöjä. Hotellin vastaanotossa tulee työntekijän itse osata asettautua myös välillä asiakkaan asemaan. Nykyaikana vastaanoton työtehtävät ovat helpottuneet teknologian kehittyessä ja hotelleissa on enemmän aikaa laadukkaan concierge-palvelun tuottamiseen. Concierge on kansainvälinen nimitys suomeksi kutsutulle hotelliportieerille. Tässä työssä käytetään kansainvälistä concierge termiä, sillä hotelliportieeri nimitystä käytetään harvoin ja sitä ei moni tunnista. Concierge on ammattinimike hotellin vastaanotossa työskentelevälle työntekijälle. Concierge on parhaimmillaan hotellin sielu. Conciergea kuvaillaan usein ystävälliseksi, anteliaaksi, sitkeäksi sekä perfektionistiksi. (Les Clefs d'Or 2021.) Conciergen työ koostuu asiakkaiden erilaisista toiveista, joten se voi sisältää mitä tahansa tehtäviä päivästä riippuen. Conciergen tulee omata tämän vuoksi loistavat organisaatiotaidot sekä hyvän muistin. Asiakkaille halutaan yhä tarjota henkilökohtaista palvelua ja se tekee heidän majoituksestaan myös merkityksellisemmän. Vielä 20 vuotta sitten useasta hotellista löytyi erillinen vastaanottotiski conciergelle, mutta nykyään niitä on Suomessa enää vain muutamassa viiden tähden hotellissa. Nykyään hotelleissa concierge-palvelu on vastaanottovirkailijan vastuulla ja pyritään siihen, että jokainen työntekijä löytäisi itsestään sisäisen conciergen. Hotellissa ammattitaitoisuutta ja hyvää palveluasennetta vaaditaan kaikilta ja jokainen työntekijä on tärkeä osa onnistunutta ja laadukasta palvelua. Heidän tulee tuntea hotellia ympäröivä kaupunki ja olla perillä tapahtumista, joita siellä järjestetään. Mielenkiintoni ja kokemukseni concierge-palveluista sai minut tekemään aiheesta tämän opinnäytetyön. Vastaanottovirkailijan työkuva on muuttunut Suomessa viime vuosikymmenten aikana conciergea muistuttavaksi ja concierge voi toimia vastaanottovirkailijana, mutta kaikki vastaanottovirkailijat eivät puolestaan ole conciergeja. Concierge-palvelu on aiheena hyvin moniulotteinen eikä ole vain yhtä oikeaa tapaa tehdä conciergen työtä. Tiettyjä toimintatapoja ja rutiineja on kuitenkin löytynyt, joita monet menestyneiden hotellien concierget noudattavat asiakkaita palvellessaan ja niihin paneudutaan tarkemmin tässä työssä.

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on Kämp Collection Hotelsin Hotel Lilla Roberts. Opinnäytetyön päätavoitteena on selvittää että, minkälaista concierge-palvelu on Kämp Collection Hotelsin hotelleissa. Tavoitteena on myös tuoda esille concierge-palvelun kaikki ulottuvuudet ja hyödyt selkeästi, jotta concierge-palvelun tuottaminen ei unohdu uusien matkailualan trendien keskellä. Työn avulla halutaan tutkia yksityiskohtaisesti eri asioita,

jotka yhdessä muodostavat laadukkaan palvelukokonaisuuden. Tämän vuoksi aiotaan tutkia esimerkiksi asiakaskohtaamisia havainnoinnin avulla ja sen yhteydessä esitettyjä kysymyksiä. Työssä haastatellaan vastaanoton esimiehiä ja selvitetään ajatuksia hotellin vastaanoton toiminnan takana. Suoritetaan myös vertailuanalyysi toimeksiantajan hotellien ja toisen hotellin välillä ja tämän avulla pyritään selvittämään eriävyyksiä ja samankaltaisuuksia heidän concierge-palvelunsa toteuttamisessa. Conciergen työ sekoittuu usein vastaanottovirkailijan työtehtävien kanssa ja tavoitteena on tuoda tämän työn kautta myös selkeyttä niiden eroihin. Tutkimuksen alatavoitteena on luoda kehitysideoita concierge-palveluun esimerkiksi digitalisaation kautta. Pyritään löytämään uusia tapoja, miten uusia innovaatioita voitaisiin soveltaa tulevaisuudessa Kämp Collection Hotelsin hotelleissa. Opinnäytetyö on tutkimustyyppinen ja se sisältää laadullisen tutkimuksen. Tämä toteutustapa valittiin sen vuoksi, koska haluttiin saada kokonaisvaltainen ymmärrys concierge-palvelusta valituissa hotelleissa ja sen avulla rakentaa tästä hyödyllinen teos, joka auttaa alamme ammattilaisia ymmärtämään paremmin concierge-palvelua Suomessa. Aiheen kartoituksen avulla halutaan saada myös uusia oivalluksia aiheeseen liittyen.

Tietoperustassa on kaksi päälukua. Seuraavassa luvussa keskitytään concierge-palveluun ja käydään läpi vastaanoton työtehtäviä, concierge-palvelun lainalaisuuksia, digitaalisaa concierge-palvelun mahdollistajana ja concierge palvelun historiaa. Kolmannessa luvussa tarkastellaan asiakasta osana concierge-palvelua. Käydään läpi teemoja, joihin lukeutuu conciergen suhde asiakkaisiin, asiakkaan palvelupolku, persoonallinen palvelu ja laadukas palvelu. Neljännessä luvussa syvennytään concierge-palveluun toimeksiantajan yrityksessä ja sen hotelleissa. Empiiristä osiota varten suoritettiin kaksi teemahaastattelua kahden eri vastaanottopäällikön kanssa. Käytiin myös havainnoimassa vastaanoton toimintaa kahdessa eri hotellissa. Tämän lisäksi suoritettiin vertailuanalyysi haastatteleamalla hotelliketjun ulkopuolista vastaanottotyöntekijää. Näitä tutkimustapoja hyödyntämällä haluttiin saada mahdollisimman laaja ja luotettava kuva Kämp Collection Hotelsin hotelliketjun concierge-palvelusta teoriassa, sekä käytännössä.

2 Concierge-palvelu

Jokainen ihminen kokee palvelua jossain muodossa elämänsä aikana. Palvelutilanteiden ja omien kokemusten perusteella jokainen muodostaa omat standardinsa ja palveluprosessit koetaan subjektiivisesti. (Grönroos 2009, 100.) Vastaanoton ja vieraan tapaaminen eli palvelukohtaaminen on erityisen tärkeää ja heidän vuorovaikutuksensa sujuminen vaikuttaa suurelta osin siihen kuinka laadukkaana asiakas palvelua pitää. (Grönroos 2009, 100.) Yksinkertaistettuna asiakkaan kokeman palvelun laadun voi jakaa kahteen osioon, joita ovat lopputulosulottuvuus sekä prosessiulottuvuus. Ensimmäisenä mainitulla osiolla viitataan nimen mukaisesti saavutettuun lopputulokseen. Hotellivierailta se on huoneeseen ja sänkyyn pääseminen. Prosessiulottuvuus kuvaa asiakkaan palvelupolkua eli prosessia. (Grönroos 2009, 101.) Concierge-palvelun laadukkuus on hyvin pitkälle kiinni yksittäisistä palvelualan ammattilaisista, joiden kanssa asiakas on tekemisissä. Tämän vuoksi se tapa millä työntekijä kantaa itseään ja hänen rauhallinen sekä ammattimainen olemus sekä huoliteltu ulkoasu ja tapa käyttäytyä vaikuttavat suuresti siihen millä tavoin asiakas palvelun kokee kokonaisuutena. (Grönroos 2009, 101.)

Concierge-palvelussa on kyse ihmisten auttamisesta, joten sitä parempi siinä on mitä syvempi halu itsellään on aidosti auttaa ja palvella muita. Kyse on sisäisestä motivaatiosta, jolloin työntekijän koko olemuksesta paistaa ulospäin muille halu palvella asiakasta kaikin keinoin (Stiel 2011, 1.) Tietynlaiset luonteenpiirteet auttavat pitkälle concierge-palvelussa. Aito antamisen ja miellyttämisen halu, minkä kautta itse saa hyväksymisen ja kiitollisuuden tunnetta ovat tärkeitä luonteenpiirteitä conciergelle. Myös maalaisjärki yhdistettynä kehittyneeseen ammattitaitoisuuteen on tärkeä yhdistelmä conciergen työssä. (Stiel 2011, 2.) Ammattitaitoista conciergea voidaan kuvailla hyvin Marjorie Silvermanin kehittämän ”The Six Cs” luonnepiirrekaavion mukaan.

Taulukko 1. The Six Cs (Kuusi luonteenpiirrettä) (Stiel 2011, 3–4.)

| | |
|-------------------------------|--|
| Curiosity (uteliaisuus) | Conciergen mieli on avoin ja hän on jatkuvasti utelias ja tiedonnälkäinen. |
| Creativity (luovuus) | Concierge on innovatiivinen ja ratkaisee ongelmia proaktiivisesti. |
| Confidence (itsevarmuus) | Concierge on itsevarma eikä epäröi. |
| Charisma (karisma) | Concierge on karismaattinen ja valloittava persoona. |
| Competence (pätevyys) | Concierge on vaikuttava ja tehokas ja häneen asiakkaat voivat luottaa täysin |
| Courteousness (kohteliaisuus) | Concierge on kiltti, ymmärtävä, lempeä sekä neuvotteleva. |

2.1 Concierge-palvelu hotellin vastaanotossa

Concierge ei ole lähtökohtaisesti vastaanottovirkailija, jonka suurin työpanos koostuu vieraiden ulos- ja sisäänkirjauksesta. Concierge on henkilö, jolta asiakas voi pyytää tai toivoa mitä vain. (Suomen Hotelliportieerit Ry 2021.) Concierge tuntee kaupungin läpikotaisesti ja osaa ehdottaa asiakkaalle aina miellyttäviä aktiviteetteja. Nykypäivänä vastaanottovirkailijoiden työ on muuttumassa conciergen työksi. Teknologia ja järjestelmät ovat automatisoineet sisään- ja uloskirjautumista. Tämä on jättänyt yhä enemmän aikaa vastaanotossa concierge-palveluun, ja vastaanottotiskit ovat muuttuneet eräänlaisiksi concierge-palvelukeskuksiksi. (Suomen Hotelliportieerit Ry 2021.)

Puhelimeen vastaaminen kuulostaa yksinkertaiselta ja helpolta, mutta siihen liittyy paljon yksityiskohtia ja sääntöjä, jotka pitää muistaa ja hyvä concierge noudattaa niitä. On tärkeää kuulostaa iloiselta puhelimesta ja tämä onnistuu, kun hymyilee puhuessaan asiakkaan kanssa puhelimesta. (Stiel 2011, 55). On olemassa viisi asiaa, jotka tulee muistaa puhelimeen puhuessa. Näitä ovat tervehtiminen, asiakkaan laittaminen pitoon, puhelun siirtäminen, viestin ottaminen ja puhelun lopettaminen. (Stiel 2011, 55.) Tervehtiminen tapahtuu heti ensimmäisen 15 sekunnin aikana. On tärkeää tehdä hyvä ensivaikutelma. Puhelimeen vastatessa tulee conciergen kuulostaa miellyttävältä, itsevarmalta ja ammattimaiselta. (Stiel 2011, 56.) Asiakkaita laitettaessa pitoon puhelimesta tulee heiltä aina kysyä lupa siihen. Asiakkaita ei tulisi myöskään pitää pidossa 30 sekuntia kauempaa. (Stiel 2011, 57.) Conciergen ei tulisi joutua siirtämään

puheluita turhan usein, sillä häneen tulisi melkein aina itse pystyä auttamaan asiakasta. Puhelua siirrettäessä tulee kertoa henkilön nimi ja numero, jolle puhelu siirretään. Asiakas ja henkilö, jolle puhelu on siirretty, tulee myös esitellä toisilleen ennen kuin concierge itse poistuu linjoilta. (Stiel 2011, 59.) Viestin ottaminen soittajalta puhelimesta tulee tehdä ystävällisesti ja soittajalle tulee myös conciergen kertoa oma nimensä. Nimen kertominen luo luottamusta toiseen päähän, että viesti välitetään eteenpäin. (Stiel 2011, 59.) Puhelua lopettaessa tulee jättää hyvä vaikutelma. Pitää myös antaa asiakkaan päättää puhelu eikä itse lopettaa sitä. On hyvien tapojen mukaista vielä tiedustella, että pystyisikö auttamaan asiakasta vielä jotenkin. Lopuksi toivotetaan soittajalle mukavaa päivänjatkoa. (Stiel 2011, 60.)

Concierge-palvelun tekemiseen ei ole vastaanotossa mitään täydellistä systeemiä, koska jokainen vastaanottotiski toimii eri tavoin. Concierge voi olla todella tehokas tai hyvin rauhallinen ja rento. Concierge-palvelua varten ei ole mitään oikeaa tyyliä. Concierge-palvelua varten on myös luotu ohjelmistoja, kuten GoConcierge ja GoldKey Solutions, jotka auttavat conciergea työssään. Nämä ohjelmistot helpottavat kommunikaatiota conciergien välillä ja auttavat päivän työtehtävien hallinnassa. (Stiel 2011, 185.) Hotelleissa huonevarauksiin voi myös liittää helposti huomioita ja lisätietoa esimerkiksi palaavasta asiakkaasta. Kommunikaatio on erittäin tärkeää conciergien välillä ja teknologia on helpottanut sitä huomattavasti. On tärkeää laittaa ylös hoidettavia asioita vuoron aikana sähköisesti ja kuitata ne, kun tehtävät on saatu valmiiksi. Tämä tehdään sen vuoksi jotta, vuoron loppuessa seuraavan työntekijän on helppo tarkastaa mitä tehtäviä on hoidettu ja mitä ei olla vielä ehditty hoitamaan. Tämän avulla ei tarvitse erikseen kysyä mitä tehtäviä on suoritettu ja mitä on jäänyt tekemättä. (Stiel 2011, 186.) Hyvä concierge tekee työstä mahdollisimman mutkatonta ja selkeää itselleen sekä muille. Hän ei ainoastaan suorita tehtäviä vastaanotossa, mutta hän myös kirjaa ylös tekemänsä työvaiheet, jotta niitä ei toisteta turhaan. Ei haluta myöskään kuluttaa aikaa selvitettyä onko tehtäviä hoidettu. Tässä on koottuna luettelo aiheista, jotka conciergen on hyvä merkata ylös ja kuitata kun ne on saatu hoidettua.

(Stiel 2011, 187.)

- Ravintolavaraukset
- Huonevaraukset
- Kylpyläpalvelut
- Lippujen varaaminen
- Postitus
- Kukkatilaukset
- Kuljetuksen tilaaminen
- Lastenhoitajan varaaminen
- Palvelujen vuokraaminen (pyörät, autot)
- Kiertoajeluiden varaaminen

Eri työvaiheiden ja tehtävien kirjaaminen pitää conciergen tilanteen päällä ja tämän avulla hänelle tulee mahdollisimman vähän yllätyksiä. Proaktiivisella työnteolla pystytään tehdä palvelusta tehokasta ja concierge pystyy käyttämään työaikansa optimaalisesti. Seuraavassa osiossa käsitellään nykyaikaisen vastaanottovirkailijan työtä. Siinä käsitellään lukuisia työtehtäviä ja monet työtehtävät luokitellaan conciergen työksi. Näitä ovat esimerkiksi jo tässä kappaleessa sivutut aiheet. Näihin aiheisiin kuuluvat kukkatilaukset, ravintolavaraukset sekä kylpylä- ja kauneuspalveluiden varaamiset.

2.2 Hotellin vastaanoton työvaiheet ja työtehtävät

Vastaanottovirkailija sanana ei ole mikään ihanteellinen, sillä se herättää nopeasti mielikuvan passiivisesta toiminnasta. Vastaanottovirkailijan tulee olla asiakassuuntautunut ja hänen tulee pystyä merkitseä asiakkaan tarpeita ja odotuksia erilaisissa palvelutilanteissa. (Alakoski, Hörkkö & Lappalainen 2006, 53.) Ensimmäinen työvaihe vastaanotossa asiakkaan saapuessa hotellille on ensivaikutelman luominen omalla toiminnalla. Tarkoituksena on tehdä asiakkaan olo turvalliseksi ja ilmaista itseään selkeästi. (Alakoski & ym 2006, 89.) Tämä työvaihe on erittäin tärkeä ja räjähdysherkkä, sillä koskaan ei voida tietää millaisella tuulella asiakas on. Kokemus ja tyyneys auttaa pitkälle tässä tilanteessa. (Alakoski & ym 2006, 90.)

Sisäänkirjautuminen voidaan jakaa työtehtäviltään kolmeen vaiheeseen. Ensimmäinen on ennakkovalmisteluvaihe. Tämä suoritetaan usein jo yövuoron aikana ja silloin katsotaan läpi seuraavan päivän tulijat ja käydään läpi heidän erityisvaatimuksiaan. Erityisvaatimukseen kuuluu usein tietty huoneen sijainti, lisävuoteet ja erilaiset tavaratoimitukset. Ennakkovalmisteluvaiheeseen kuuluu myös pienimuotoinen inventaario eli tarkistetaan että kylpylähoitotavaroita, kokousaikatauluja ja avainkortteja on tarpeeksi seuraavan päivän aamuvuorolle ja iltavuorolle. (Alakoski & ym 2006, 90.) Seuraavana on sisäänkirjautumisvaihe, missä on tärkeää asiakkaan välitön huomioiminen. Asiakasta tulee tervehtiä tilanteeseen sopivalla tavalla eli jos vastaanottovirkailijalla sattuu olemaan puhelu kesken niin nyökkäämällä ja ottamalla katsekontakti viestitään asiakkaalle, että hänet on huomattu. (Alakoski & ym 2006, 90.) Tämän jälkeen tervehditään asiakasta kunnolla ja toivotetaan hänet tervetulleeksi. Käydään läpi myös varauksen tärkeimmät yksityiskohdat ja valitaan sopiva huone varauksen tietojen perusteella. Tärkeää on myös se, että asiakkaan huonenumeroa ei kerrota kovaäänisesti turvallisuussyistä. Laukkujen kantaminen huoneeseen on myös osa tätä vaihetta, jos se vain on tilanteessa mahdollista. (Alakoski & ym 2006, 90.) Viimeinen vaihe sisäänkirjautumisessa on jälkityöt. Tämä tarkoittaa asiakkaan merkitsemistä hotellin asukkaaksi ja hänen matkustajakorttinsa täydennystä Lopuksi matkustajakortti arkistoidaan vielä sovittuun paikkaan. (Alakoski &

ym 2006, 91.) Tilanteiden vaihtelevuus ja asiakkaiden erilaiset odotukset on tärkeä ottaa myös huomioon check-in vaiheessa. Liikemiehet ja vapaa-ajan matkustajat eroavat asiakkaina useasti toisistaan. Liikemiehet arvostavat vastaanotossa tehokkuutta ja joustavuutta, kun taas vapaa-ajan matkustajat viihtyvät useasti pidempään vastaanotossa ja haluavat yksityiskohtaisempaa informaatiota lomakohteesta. (Alakoski & ym 2006, 91.) Tähän päälle on vielä vapaa-ajan matkustajat, jotka matkustavat suuremmissa ryhmissä. Heidän käsittelemiseensä tarvitaan paljon tilannetajua ja kokemusta. Ryhmän sisällä on erilaisia persoonia, joista jotkut haluavat saada henkilökohtaisempaa palvelua kuin toiset. Tehokkuus ja joustavuus on tärkeää myös ryhmien kohdalla. (Alakoski & ym 2006, 92.) Tietyt vastaanoton työtehtävät ovat osa concierge-palvelua ja se riippuu paljon hotellista mitä työtehtäviä suoritetaan asiakkaan puolesta ja mitä ei. Kaikissa hotelleissa vastaanottovirkailijoilla ei ole aikaa suorittaa kaikkia työtehtäviä mitä asiakkaat heiltä pyytävät. Vastaanotossa on lukuisia eri tehtäviä, joita tulee suorittaa työpäivän aikana. Lista tehtävistä on loputon, mutta yleisimmät on sisällytetty seuraavaan kuvioon.



Kuvio 1: Routine requests (Rutiinitehtävät) (Stiel 2011 96–133.)

Hotellissa työskennellään pääsääntöisesti kolmessa eri vuorossa. Nämä vuorot ovat aamuvuoro, iltavuoro ja yövuoro. Aamuvuoro kestää yleensä seitsemästä kolmeen. Iltavuoro kestää normaalisti kolmesta yhteentoista ja yövuoro kestää yhdestätoista seitsemään. (Standard Tourism s.a.) Vakituiset työntekijät tekevät keskimäärin 40 tuntia töitä viikossa. Kiireisinä aikoina vastaanottovirkailijoita pyydetään useasti tekemään pidempiä vuoroja. (Standard Tourism s.a.) Välivuoroja tehdään hotelleissa myös kiireisinä aikoina. Välivuorojen kesto ja alkamisaika vaihtelee hyvin paljon. Kaikkien vuorojen työntekijöiden tulee kommunikoida toistensa kanssa säännöllisesti. Yövuoron työntekijöiden tehtävänä on helpottaa aamuvuoron työskentelyä ja aamuvuoron tehtävänä on helpottaa iltavuoron työskentelyä. Hyviin tapoihin kuuluu hoitaa omat työtehtävät kunnialla ja jättää tehtäviä seuraavalle vuorolle ainoastaan, jos se on pakollista. Se osoittaa huonoa yhteistyökykyä, jos jättää paljon tehtäviä seuraavalle vuorolle, mitkä olisi voitu hoitaa oman vuoron aikana. (Stiel 2011, 188.)

2.3 Concierge-palvelun lainalaisuudet

Arvot ja eettisyys ovat olennaisesti läsnä conciergen työssä. Monet kokeneemmat concierget kuuluvat ”Les Clefs d’Or” järjestöön. Tässä yhteisössä vaalitaan korkeatasoista ammattimaisuutta ja eettisyyttä. Heidän mottonsa on ”In Service Through Friendship” ja tätä käytetään myös Suomen järjestössä. (Suomen Hotelliportieerit Ry 2021.) Järjestö on suunnitellut yksityiskohtaisia ohjeita conciergeja varten, jotka on jaettu viiteen eri osa-alueeseen.

Ensimmäinen osa-alue on henkilökohtainen käytös. Conciergen tulee kunnioittaa kollegoitaan ja kohdella heitä aina kunnioittavasti. Toinen osa-alue koskee suhteita vieraisiin. Aina pitää muistaa kohdella vieraita ammattimaisesti ja kiittää heitä, jos he huomioivat sinua. On tärkeää myös informoida vieraita pienistä yksityiskohdista kuten pukukoodeista ravintoloissa tai tippauksesta. Toisaalta pitää osata myös kieltäytyä vieraiden pyynnöistä, jos ne ovat laittomia tai epäeettisiä. (Stiel 2011, 6–7.) Kolmas osa-alue käsittelee ulkopuolisia suhteita esimerkiksi yhteistyökumppaneihin ja ravintoloihin. Ikinä ei pidä varata illallisia päällekkäin kahdesta eri ravintolasta. Ei pidä myöskään hyväksyä etuuksia tai lahjuksia ulkopuolisilta yrityksiltä, jos niistä saadaan ainoastaan henkilökohtaista hyötyä. Aina pitää pyrkiä tekemään yhteistyötä tunnetuiden ja nuhteettomien yritysten kanssa. (Stiel 2011, 7–8.) Neljännessä kohdassa käsitellään nykypäivään liittyvää sosiaalista mediaa. Ei pidä jakaa kuvia tai tietoa sosiaaliseen mediaan mitä ei halua levitettävän eteenpäin ja aina tulee käyttää omaa harkintaa sisältöä julkaistaessa. Ei voi myöskään antaa hätäisiä lausuntoja henkilökohtaisella sosiaalisen median tilillä, jos informaatio on ristiriidassa yrityksen arvojen kanssa. Viimeinen kohta

käsittelee julkisia suhteita. Ei pidä siis antaa julkisia lausuntoja tai haastatteluja esimerkiksi uutismedioille ennen kuin olet saanut luvan siihen yritykseltä. (Stiel 2011, 8.)

Suomen ”Les Clefs d’or” järjestöön eli Suomen Hotelliportieeriyhdistykseen kuuluu tällä hetkellä noin 130 jäsentä. He kantavat ylpeänä kultaisia avaimia takin kauluksessa ja se viestii myös asiakkaalle takuuta loistavasta palvelusta ja ammattitaidosta. Jokainen asiakkaan toive toteutetaan, kunhan se on laillista, eettistä ja inhimillisesti mahdollista. (Suomen Hotelliportieerit Ry 2021.) Hotelliportieeriyhdistyksen jäsenet voivat kutsua itseään aidosti conciergeksi, koska he ovat käyneet siihen vaadittavan koulutuksen. Hakeakseen mukaan yhdistyksen toimintaan hakijalla pitää olla vähintään kahden vuoden työkokemusvastaanottotehtävistä ja jos haluaa päästä mukaan täysjäseneksi, tulee vastaanottotyöstä olla viiden vuoden kokemus taustalla. (Suomen Hotelliportieerit Ry 2021.) Hakemuksen jälkeen tulee läpäistä lukuisia testejä ja osoittaa kiistatonta kykyä tarjota erinomaista palvelua ennen kuin jäsenen sallitaan käyttää kultaisia avaimia työasussaan. (Les Clefs d’Or 2021.)

2.4 Digitalisaatio concierge-palvelun mahdollistajana

Digitalisaatio antaa mahdollisuudet muutosten onnistumiselle. Se haastaa ihmiset kyseenalistamaan käyttämiään toimintatapoja ja myös luomaan uusia tapoja toimia. Tämän avulla toiminnasta tulee joustavampaa ja toimivampaa. (Valtionvarainministeriö 2021.) Digitalisaatiosta ei olla aina puhuttu positiiviseen sävyyn, kun se on liitetty concierge-palveluun. Digitalisaatio on kuitenkin tehnyt vastaanottotyöstä ja asiakkaiden ongelmien ratkomisesta paljon mutkattomampaa ja tehokkaampaa. Mobiililaitteiden yleistymisen ja niiden tarjoamat palvelut ovat muokanneet myös vieraanvaraisuusalaan. Puhelimien avulla voi joissakin hotelleissa hoitaa sisäänkirjautumisen, huonepalvelutilaukset sekä uloskirjautumisen. (Newman 2011.) Tekoäly ja virtuaalinen concierge ovat uusia termejä concierge-palvelussa. Niiden avulla asiakas saa palvelua, milloin haluaa oman puhelimensa kautta. Monilla hotelleilla on käytössä laaja virtuaalipalvelu asiakkaalle, missä voi keskustella tekoälyä käyttäville virtuaaliselle asiakaspalvelijalle. (Newman 2018.)

Virtuaalinen todellisuus ja lisätty todellisuus ovat myös vallanneet tilaa hotellialalla. Monilta nettisivuilta löytyy virtuaalisia kierroksia hotellin sisälle ja sen huoneisiin. Lisätty todellisuus tarkoittaa käytännössä sitä, että voit puhelimen sovelluksen avulla esimerkiksi kuvata paikallista ravintolaa ja sovellus tunnistaa sen ja tarjoaa puhelimen näytölle muiden arvosteluja ravintolasta. (Revfine 2020.) Suomessa käytetään lukuisissa hotelleissa

mobiilisovellusta nimeltään Digital Guest. Sovelluksen päätavoitteena on helpottaa ja automatisoida informaation siirtymistä asiakkaalle hotellissa. Sovellus tarjoaa informaatiota asiakkaalle ennen majoitusta, majoituksen aikana ja majoituksen jälkeen. (Digital Guest 2021.) Asiakkaalle pystytään lähettämään automaattisia viestejä ja manuaalisia viestejä sovelluksen avulla. Hotellit voivat muokata sovelluksesta itsensä näköisen ja sen kautta pystytään myös suorittamaan sisään- ja uloskirjautuminen. (Digital Guest 2021.) Sovelluksen avulla pystytään myös tehostamaan lisämyyntiä esimerkiksi huoneluokan korotuksilla jo ennen kuin asiakas on saapunut hotellille. Majoituksen aikana asiakas pystyy olla yhteydessä huonepalveluun sovelluksen avulla. Vieras pystyy myös kommunikoidaan henkilökunnan kanssa lukuisin eri tavoin sovelluksen avulla. Majoituksen jälkeen sovelluksen kautta on helppo kerätä palautetta ja tehdä tyytyväisyyskyselyä. (Digital Guest 2021.)

Ravintolavarauksiakin pääsee nykyään tekemään mobiilisovellusten avulla. Helsingin alueella toimii sovellus nimeltään Jono App, jonka avulla näkee Helsingin keskustan ravintolat kartalla ja niitä pääsee tutkimaan sovelluksen kautta. Sovelluksen avulla näkee arvosteluja ravintoloista ja pääsee tekemään varauspyyntöjä ravintoloihin. Kaikkia ravintoloita ei pääse sovelluksen avulla tutkimaan, koska sovellus on vielä uusi.

2.5 Conciergen historiaa

Concierge termi on lähtöisin Ranskasta. Se perustuu ranskalaiseen termiin ”conservus”, joka tarkoitti vanhalla ranskan kielellä orjaa. Concierge termi luotiin tarkoittamaan ovenvartijaa ja maanomistajan edustajaa. Myöhemmin conciergella viitattiin hotellin työntekijään, joka kuljetti laukkuja, postia ja teki varauksia sekä järjesti kiertoajeluita. (Customer Think 2012.) Vuosien varrella nimi muutti merkitystään positiivisempaan suuntaan ja se sai lisää arvostusta. Vasta 1900-luvulla termiä alettiin käyttämään yleisemmin ja se vakiintui osaksi ranskan kieltä.

Vuonna 1929 Pariisilaisessa hotellissa työskentelevä vahtimestari päätti perustaa hotelleissa työskentelevien conciergien liiton, jota kutsuttiin silloin nimellä ”Portiers des Grands Hotels” Liitto luotiin verkostointia varten ja sen kautta pystyttiin myös kehittämään työtapoja ja ammattia yhä enemmän. Näihin aikoihin conciergien yhdistys otti nimekseen Les Clefs d’Or France. (Les Clefs d’Or 2021.) Yhdistys kasvoi ja sai uusia jäseniä nopeasti toiseen maailmansotaan asti. Sodan jälkeen yhdistys laajensi toimintaansa ympäri Eurooppaa. Sodan jälkeen ihmiset alkoivat matkustaa ja tarve conciergeille oli suuri. Vuonna 1952 järjestettiin seitsemän Euroopan maan kesken ensimmäinen kongressi conciergeille. Vuonna 1970 liittyi yhdistykseen maita myös Euroopan ulkopuolelta. (Stiel 2011, 262.) Vuonna 2009 Les Clefs d’Or France vietti 80-

vuotispäiväänsä. Nykypäivänä yhdistyksellä on melkein 400 jäsentä Ranskassa ja yli 4000 jäsentä ympäri maailmaa (Les Clefs d'Or 2021.)

3 Asiakas osana concierge-palvelua ja laadukas palvelu

Asiakkaalle tuottaa arvoa lähtökohtaisesti palvelun tuottamat hyödyt. Arvoa syntyy, kun palveluntuottaja ja asiakas yhteisen prosessin kautta luovat sitä. Se vaatii yhteistyötä asiakkaalta ja palveluntarjoajalta. (Arantola & Simonen 2009.) Hotelli Marskin hotellinjohtaja Jouko Puranen kertoo Daniel Westerholmin blogissa asiakaspalvelun olevan yksilöllisten kokemusten tuottamista. Purasen mukaan asiakaspalvelussa on tärkeää olla pelisilmää ja asiakkaanlukutaitoa. Ihmiset haluavat tulla palveluiksi ja palvelu on onnistunutta, kun asiakkaan odotukset ylittyvät. (Westerholm 2020.) Asiakkaan ongelmien ratkaiseminen ja aito vuorovaikutus edesauttavat onnistunutta asiakaskokemusta. Tärkeää onnistuneen asiakaskokemuksen tuottamisessa on työrauhan saaminen ja mahdollisuus keskittyä yhteen asiakkaaseen kerrallaan. (Elo 2021.)

3.1 Conciergen suhde asiakkaaseen ja sen ylläpito

Jokainen concierge rakentaa ja ylläpitää omaa mainetta jo heti ensimmäisestä työpäivästä lähtien. Maineen määrittelevät muut ihmiset, joten on suotavaa rakentaa kunnioittavia ja lojaaleita suhteita vieraiden kanssa. Suhteet ja maine ovat hyvin arvokkaita asioita conciergen työssä. (Stiel 2011, 65.) Hyvien suhteiden ylläpitäminen luo menestystä, tyydytystä ja henkilökohtaisia onnistumisen tunteita. Conciergen työssä ei koskaan pyritä luomaan ystävyysuhteita asiakkaiden kanssa, mutta työnkuva vaatii persoonallisuutta ja väistämättä ystävyysuhteita saattaa joskus syntyä. (Stiel 2011, 65.) Suhteet vieraisiin kannattaa yleensä kuitenkin pitää kunnioittavina ja ystävällisinä, mutta ystävyystyä ei tarvitse, ellei tilanne siihen luonnollisesti johda. Asiakassuhteiden ylläpitäminen vaatii jatkuvaa valppautta. On hyvä käydä läpi tulevien vieraiden lista aamulla ja katsoa läpi onko siellä kanta-asiakkaita seassa. (Stiel 2011, 65.) Iso osa asiakassuhteiden ylläpitämistä ja palaavien asiakkaiden huomioimista on huoneisiin vietävät tervehdykset. Tämän lisäksi on tärkeää myös huomioida vip-vieras tai palaava vakiovieras henkilökohtaisella tervehdyksellä vastaanotossa. Tämä luo hyvää tunnetta ja oloa palaaville vieraille ja se saa heidät tuntemaan itsensä erityisiksi. Pienet eleet ja teot ovat tärkeitä ja ne tekevät vierailusta ikimuistoisen. (Stiel 2011, 66.)

3.2 Asiakkaan palvelupolku

Palvelupolku on osa asiakkaan kokemaa matkaa. Palvelupolun kosketuspisteet tarkoittavat niitä paikkoja, milloin asiakas kokee palvelua. Palvelupolkua luodessa on tärkeää tunnistaa jokainen yksittäinen kosketuspiste kokonaisuuden ymmärtämisen saavuttamiseksi. (Stickdorn & Schneider 2010, 80.) Asiakkaan matkan voi jakaa kolmeen vaiheeseen. Näitä ovat palvelua edeltävä aika, palvelujakso ja palvelun jälkeinen aika.

Palvelupolku on iso osa keskimmäistä jaksoa. Tässä osiossa sovelletaan Stickdornin ja Schneiderin kehittämää ”The Customer Journey Canvasta” kun kuvataan Kämp Collection Hotelsin hotelleissa kuljettavaa palvelupolkua ja sen ympärille kehittyneitä kokonaisuuksia. Pyritään kuvata asiakkaan kokemaa concierge-palvelua tätä pohjaa käyttämällä. Tiedot perustuvat havainnoiteihin, haastatteluihin ja tietoon mitä Kämp Collection Hotelsin hotellien verkkosivut tarjoavat

Sickdornin ja Schneiderin kehittämän ”The Customer Journey Canvaksen” mukaan vieraan matka alkaa jo ennen palvelua. Hotellin sosiaalisessa mediassa henkilökunnan jäsenet näyttävät iloisina ja vastaanottavina. Asiakkaalle luodaan mukavaa ja lämmintä oloa jo ruudun välityksellä. Vieras on saattanut kuulla myös suositteluja hänen lähipiiriltään hotellista ja hän saa kuulla tarinoita hyvästä palvelusta heidän kauttaan. Tämän tiedon saatuaan hän vertaa ja peilaa näitä kuultuja kokemuksia omiin kokemuksiin ja luo omaa ennako odotustaan palvelusta tätä kautta. Seuraava vaihe eli palvelujakso alkaa siitä, kun asiakas saapuu ensimmäistä kertaa hotellille ja kävelee vastaanottoon. Tämä on myös ensimmäinen kosketuspiste. Seuraavaksi vieras usein pyytää lisäinformaatiota ympäröivästä seudusta tai hotellin historiasta. Monesti myös herää kysymyksiä huoneista ja siivouksesta. Tämä on toinen kosketuspiste. Kolmannes kosketuspiste on palvelujen tiedustelu. Vieras haluaa informaatiota hotellin sisäisistä palveluista ja aukioloajoista ja myös lähiseudun palvelutarjonnasta. Neljäntenä kosketuspisteenä on luonnollisesti se, kun concierge ottaa selville vieraan tiedustelemissa asioita ja kerää informaatiota vieraille kerrottavaksi. Seuraava eli viides kosketuspiste on se hetki, kun concierge on ottanut selville asiakasta mietityttävät asiat ja tarjoaa vaihtoehtoja asiakkaalle. Kuudes kosketuspiste on se, kun vieras valitsee vaihtoehtoista hänelle sopivimman tai sopivimmat. Viimeisenä kosketuspisteenä on palvelutilanteen päättymisen ja asiakkaan poistuminen vastaanotosta. Palvelupolun ja sen eri kosketuspisteiden kautta vieraille syntyy henkilökohtaisia kokemuksia hotellin palvelusta ja sen laadusta. Hotelli pyrkii täyttämään asiakkaan odotukset ja parhaimmassa tapauksessa ylittämään ne, joka synnyttää lisäarvoa tulevaisuutta varten.

Palvelun jälkeinen aika koostuu kolmesta tekijästä, jotka yhdessä synnyttävät lopputuloksena tyytyväisyyttä tai tyydyttymättömyyttä. Ensimmäinen tekijä on yhteydenotto vieraisiin vierailun jälkeen. Hotellilla on käytössä järjestelmä, joka pyytää asiakkailta palautetta palvelusta päivä lähdön jälkeen. Toinen iso osa on nykyään sosiaalinen media. Palautetta voi myös jättää lukuisiin sosiaalisen median alustoihin tai varaussivustoille. Näihin reagoidaan ja vastataan tehokkaasti. Suullinen viestintä on viimeinen tekijä. Palvelun ollessa hyvää asiakkaat useasti mainitsevat siitä lähipiirilleen ja tuttaville, jolloin hotellista syntyy positiivinen mielikuva myös heille. Sama sääntö pätee myös toisinpäin eli jos palvelu ei ole täyttänyt odotuksia niin mainitaan siitäkin helposti

eteenpäin, jolloin hotellin maine kärsii. Asiakas on todennäköisemmin tyytyväinen, kun kaikki matkan vaiheet toteutetaan huolellisesti ja ammattitaitoisesti. Palvelun jälkeiset toimenpiteet pitävät huolta siitä, että asiakkaan tyytyväisyys saadaan myös näkyväksi muille matkan päätyttyä eri kanavien kautta.

3.3 Persoonallinen palvelu

Palvelu on sarja lukuisia eri kohtaamisia ja vuorovaikutustilanteita palveluntarjoajan sekä asiakkaan välillä. Suurimmat ongelmat palvelussa asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä syntyvät, kun he eivät ymmärrä toisiaan. Asiakkaan huomioimisen vähyys tai sen puuttuminen on suurin ongelma näissä tilanteissa. (Stickdorn & Schneider 2010, 80.) Tämän välttämiseksi conciergen tulee asettautua aina säännöllisesti asiakkaan asemaan, jotta hän pystyy ymmärtämään heitä paremmin. On tärkeää ymmärtää, että asiakkaan tunteet ja mieliala vaikuttavat koettuun palvelun laatuun ja tämän vuoksi myös henkilökunnan on hyvä koittaa lukea asiakkaan tunteita parhaimman mukaan (Grönroos 2009, 111.) Tunteita ja mielialaa on vaikea tutkia, ja ne eivät ole näkyviä vaikutteita, joten sen vuoksi niistä ei ole paljon tutkimuksiakaan, mutta niiden vaikutus palvelutilanteissa tulee muistaa ja joskus ne voivat vaikuttaa merkittävästikin palvelun laadun kokemiseen. (Grönroos 2009, 112.) Conciergen tehtävissä tulee kohdattua lukuisia eri ihmisiä, joilla on eri persoonallisuuksia ja vieraiden erilaiset käyttäytymistavat ovat osa conciergen työn haastetta. Conciergen tehtävänä on kohdella kaikkia vieraita tasavertaisesti riippumatta siitä kuinka miellyttäviä tai epämiellyttäviä he ovat (Stiel 2011, 207.)

Persoonallisella palvelulla on lukuisia positiivisia vaikutuksia liiketoiminnan kannalta. Asiakastyytyväisyys ja asiakasuskollisuus nousee ja tämän avulla myös yritys saa enemmän liikevaihtoa ja menestyy todennäköisemmin. (Klarskov 2021.) Ensimmäinen askel kohti persoonallisempaa palvelua on asiakkaaseen viittaaminen heidän omalla nimellään. On hyvä myös oppia tarkempia yksityiskohtia asiakkaasta kuten heidän syntymäpäivänsä ajankohta, jotta häntä voidaan onnitella ja tämän kautta syventää asiakassuhdetta entisestään. (Bika 2021.) Pahoitteluviestien ja yksilöllisten viestien rakentaminen vanhoille asiakkaille on myös tärkeää, sillä tämän kautta asiakas ymmärtää, että hänestä välitetään. Vaihtoehtojen tarjoaminen on myös osa persoonallista palvelua. Kaikki pitävät siitä, että heillä on vaihtoehtoja mistä he voivat itse valita heille sopivimman ratkaisun. (Bika 2021.) Persoonallista palvelua ei pidä kuitenkaan viedä äärimmäisyyksiin, sillä pitää arvostaa ihmisten yksityisyyttä ja jos palvelu on liian personoitua, niin se muuttuu nopeasti oudoksi ja epämiellyttäväksi asiakkaalle.

Persoonallisen palvelun saavuttamiseksi on käytettävä eri keinoja, minkä avulla päästään luomaan syvempää asiakassuhdetta ja tämän kautta opitaan ymmärtämään vierasta

paremmin. Yksi tärkeä keino on asettautuminen asiakkaan asemaan. Joskus concierge ei välttämättä aina ymmärrä minkä takia asiakas on tuhtunut tai tyytymätön. Tällöin täytyy asettautua vieraan asemaan ja lähteä tutkimaan tilannetta sitä kautta. (Stiel 2011, 207.) Tunnetaidot ovat myös tärkeitä conciergen työssä. Ongelmatilanteen syntyessä on tärkeää ensin käsitellä asiakkaan tunnetila läpi, jotta hän huomaa, että huomioit hänet aidosti ja vasta sen jälkeen lähteä purkamaan ongelmaa. Tilanteessa vieraalle luodaan arvontunnetta ja vastineena vieraalta saadaan luottamusta ja ymmärrystä. (Stiel 2011, 208.)

3.4 Palvelun laadukkuus

Palvelun laadukkuutta voidaan tutkia ja tarkastella monella eri tapaa. Grönroos on käyttänyt esimerkkinä teoksessaan British Airwaysin teettämää tutkimusta vuodelta 1980. Tutkimuksessa tutustuttiin siihen mitä lentomatikustajat pitävät lentokokemuksen tärkeimpinä osatekijöinä. (Grönroos 2009, 112.) Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää mitkä palvelun laadun osatekijöistä oli asiakkaille tärkeimpiä. Esiin nousivat huolenpito, spontaaniuus, ongelmanratkaisu sekä normalisointi. (Grönroos 2009, 112–113.) Huolenpidolla viitattiin siihen, että työntekijät ja yritys oikeasti keskittyvät asiakkaan ongelmien ratkaisuun. Spontaanisuudella tarkoitettiin työntekijän oma-aloitteisuutta ja tilannetajua asiakkaiden ongelmia hoidettaessa. Ongelmanratkaisu tarkoitti sitä, että työntekijät tekevät työnsä odotettujen laatustandardien mukaan eivätkä hoida palvelutilanteita huolimattomasti. Normalisointi puolestaan tarkoitti tilanteen vakauttamista siinä tapauksessa, jos jokin yllättävä virhe tai onnettomuus tapahtui. (Grönroos 2009 112–113.) Nämä seikat ovat hyvin tärkeitä hyvälaatuisen palvelun takaamiseksi kaikilla palvelualan sektoreilla. Palvelussa panostetaan paljon prosessin sujuvuuteen ja muihin toiminnallisiin elementteihin. Lukuisten tutkimusten ja teoreettisten tekstien perusteelta on kehitetty seitsemän kohdan taulukko, jotka kuvaavat hyväksi koettua palvelua. (Grönroos 2009, 121.)

Taulukko 2: Laadukkaaksi koetun palvelun seitsemän kriteeriä (Grönroos 2009, 122.)

| | |
|----|---|
| 1. | Ammattimaisuus ja taidot: On näkyvää asiakkaalle, että henkilökunnalla on tarvittavat taidot ja tiedot heidän ongelmien ratkaisemiseksi. |
| 2. | Asenteet ja käyttäytyminen: Asiakaspalvelija on ystävällinen ja ottaa aidosti asiakkaisiin kontaktia ja keskittyy asiakkaiden ongelmiin. |
| 3. | Lähestyttävyys ja joustavuus: Toimiminen on kitkatonta ja asiakkaiden toiveet ja vaatimukset pystytään ratkaisemaan tehokkaasti. |
| 4. | Luotettavuus: Palveluntarjoajaan pystyy luottamaan ja hän toimii aina asiakkaan edun mukaisesti. |
| 5. | Palvelun normalisointi: Ongelmatilanteiden syntyessä sen selvittäminen aloitetaan heti ja tilanne pyritään saada takaisin entiselleen. |
| 6. | Palvelumaisema: Lokaatio ja heidän ympärillään oleva miljöö tukee heidän positiivista kokemusta. |
| 7. | Maine ja uskottavuus: Asiakas tietää palveluntarjoajan maineen hyväksi ja heidän arvot ja toiminta on linjassa asiakkaan oman ajatusmaailman kanssa. |

4 Concierge-palvelun ilmeneminen Kämp Collection Hotelsin hotelleissa

Concierge palvelua tutkittiin työssä moniulotteisesti, jotta sitä pystytään ymmärtämään syvemmällä tasolla. Tutkimus suoritettiin laadullisena tutkimuksena.

Tutkimusmenetelmiksi valikoitui havainnointi, teemahaastattelu sekä vertailuanalyysi.

Kysymykset ja havainnoitavat aiheet rakennettiin raportin tietopohjan perusteella.

Tavoitteena oli selvittää Kämp Collection Hotelsin hotellien vastaanottopäälliköiden ajatuksia concierge-palvelusta ja tämän jälkeen havainnoinnin avulla selvittää miten nämä ajatukset realisoituvat käytäntöön seuraamalla työntekijöiden toimintaa. Vertailuanalyysin avulla saatiin vertailukohde Kämp Collection Hotelsin hotelliketjun ulkopuolelta.

4.1 Kämp Collection Hotels: Hotel Lilla Roberts

Työn toimeksiantaja on Kämp Collection Hotels hotellikonsernin hotelli Hotel Lilla Roberts. Kämp Collection Hotels tarjoaa asiakkailleen ensiluokkaisia hotelleja, ravintoloita ja baareja pääkaupunkiseudulla. Hotelleita on yhteensä kymmenen ja ravintoloita sekä baareja on 17. Huoneita hotelleissa on kokonaisuudessaan yhteensä 1407 ja kokoustiloja 65. (Kämp Collection Hotels 2021.) Kämp Collection Hotels vaihtoi omistajaa sijoituskonserni Capmanilta norjalaisen Nordic Choice Hospitality Groupin omistukseen vuonna 2019. (Ilta-Sanomat 2019).

Hotel Lilla Robertsin avajaiset pidettiin vuonna 2015. Rakennus valmistui vuonna 1909 ja se toimi aluksi Helsingin Energian pääkonttorina ja sähkövoimalana vuoteen 1974 asti. Tämän jälkeen se toimi poliisiasemana vuoteen 2012 saakka, kunnes siitä tehtiin 130 huoneinen luksushotelli (Hotel Lilla Roberts 2016.) Hotellin ruotsinkielinen nimi viittaa sen sijaintiin Pienellä Roobertinkadulla Helsingissä. Hotel Lilla Roberts soveltuu myös erilaisten tapahtumien järjestämiseen. Hotellissa on kaksi kokoustilaa, joita yritykset ja vieraat voivat varata halutessaan. Kesäisin hotelli on myös erittäin suosittu majoituspaikka hääpareille ja häävieraille ja tämän vuoksi hotelli tarjoaa erilaisia hääpaketteja ympäri vuoden (Hotel Lilla Roberts 2018.)

Hotelliketjun tunnetuin hotelli on Hotel Kämp. Se on viiden tähden hotelli, joka sijaitsee aivan Helsingin keskustassa. Hotelli aloitti toimintansa vuonna 1887 ja on palvellut yhtäjaksoisesti siitä saakka. (Hotel Kämp 2021.) Hotelliketjun toinen viiden tähden hotelli on Hotel St. George. Hotelli sijaitsee Helsingin Yrjönkadulla ja siellä on yhteensä 148 huonetta. (St. George 2021.) Hotelliketju avasi ovensa vuonna 2018 ja jo vuonna 2019 se voitti vuoden majoitusliike palkinnon Finnish Travel Gala-tapahtumassa. (St. George Journal 2019). Hotel Haven sijaitsee aivan Helsingin keskustassa Kauppatorin vieressä.

Hotelli on elegantti boutiquehotelli, josta löytyy yhteensä 137 huonetta. (Hotel Haven 2021.) Hotel Klaus K sijaitsee Helsingin keskustassa Boulevardilla. Hotellissa on yhteensä 171 huonetta ja se on tyyliältään pohjoismaista designia täynnä oleva boutiquehotelli. (Klaus K 2021.) Hotelliketjuun kuuluu myös neljä GLO-hotellia. Niitä on Helsingissä kaksi Glo Art ja Glo Kluuvi. Helsinki-Vantaan lentokentältä löytyy Glo Airport ja Espoossa sijaitsee Glo Sello. (Glo Hotels 2021.) Kämp Collection Hotelsin hotelleista yhteensä neljä oli tätä raporttia tehtäessä 2.12.2021 varaussivusto Booking.comin mukaan Helsingin 15 parhaan hotellin listalla. Booking.com on yksi maailman suosituimmista hotellien varaussivustoista ja hotellien listaus perustuu asiakkaiden antamiin arvosteluihin.

4.2 Teemahaastattelu

Haastattelu on hyvin joustava menetelmä ja tämän vuoksi se sopii moniin erilaisiin tutkimustarkoituksiin. Haastattelu on yksi käytetyimmistä tiedonkeruumuodoista. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 34.) Haastattelun etuja on syvemmän tiedon saaminen ja mahdollisten lisäkysymysten esittäminen tarpeen vaatiessa. Haastattelun haittapuolena voidaan pitää sitä, jos haastattelija ei ole riittävän pätevä tai jos haastateltavan vastaukset ovat sosiaalisesti suotavia ja eivät ole tämän takia luotettavia. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 35.)

Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä. Puolistrukturoidussa haastattelussa haastateltavat saavat vastata kysymyksiin omin sanoin, mutta kysymykset ovat samat kaikille haastateltaville. (Hirsjärvi & Hurme 2015, 47.) Haastattelut kannattaa useasti äänittää, koska silloin haastattelijan on helpompi tarkkailla haastateltavaa ja haastatteluun on helppo palata jälkikäteen. Yleensä aineistot kirjoitetaan myös auki eli litteroidaan. Haastattelu on aikaa vievä prosessi, joten sitä varten kannattaa varata tarpeeksi aikaa. (Ojasalo & ym. 2015, 107–108.)

Teemahaastattelu valikoitui tutkimusmenetelmäksi, koska haluttiin saada tutkittavasta aiheesta laajaa ja yksityiskohtaista tietoa alan ammattilaisilta. Kysymykset suunniteltiin tietopohjan perusteella ja haluttiin saada tukea jo olemassa olevalle tiedolle. Pyrittiin löytämään myös uusia näkökulmia concierge-palvelusta. Kysymykset lähetettiin ennakkoon sähköpostilla haastateltaville henkilöille muutamaa päivää aikaisemmin, jotta hellä olisi aikaa valmistautua haastatteluun varten. Haastateltaviksi valikoitui kaksi vastaanottopäällikköä Kämp Collection Hotelsin hotelleista. Heistä kummatkin kuuluvat kansainväliseen Les Clefs d'or järjestöön. Ensimmäinen haastattelu pidettiin Hotel Lilla Robertsin tiloissa 5.10.2021 ja toinen haastattelu käytiin Hotel Fabianissa 6.10.2021. Haastattelut nauhoitettiin puhelimeen. Haastattelut litteroitiin puhekielen muodossa, jotta haastatteluista saatu tieto ei vääristy.

Teemahaastattelu käsitteli neljää isoa teemaa, jotka liittyvät olennaisesti concierge-palveluun ja hotellin toimintaan. (Liite 1). Ensimmäiseksi käytiin läpi palvelua yleisesti. Kummatkin vastaanottopäälliköt kertoivat, että heidän päätavoitteensa palvelussa on se, että se vastaa asiakkaan odotuksia. Tavoitteena on myös se, että asiakas haluaa palata takaisin ja tämä pyritään mahdollistamaan ylittämällä asiakkaan odotukset heidän majoituksensa aikana. Lisäpalveluita tarjotaan myös huonetta varatessa. Niihin sisältyy esimerkiksi kuohuviini, hedelmät, suklaat ja kukat. Erilliset palvelupaketit liittyivät hemmotteluun tai merkkipäiviin. Kumpikin hotelli tarjoaa myös hääpaketteja ja illallispaketteja. Asiakkaiden yleisimmät tiedustelut conciergeilta käsittelevät haastateltavien mukaan pöytävarauksia ravintoloihin, reittiohjeita kulttuurikohteisiin. Tiedustellaan paljon myös kuljetuksiin liittyviä asioita, kuten taksimatkoja Helsingissä ja laivamatkoja Tallinnaan. Palvelun tarjonnan kehittämistä koskevaan kysymykseen sain erilaiset vastaukset. Toisessa hotellissa halutaan kasvattaa yhteistyökumppaneiden määrää ja saada lisää kontakteja ja toinen hotelli haluaisi lisätä saunan kuntosalin yhteyteen ja mahdollisesti pidentää huonepalvelun aukioloaika.

Seuraava teema käsitteli palvelun tasokkuutta. Haastateltavat kertoivat concierge-palvelun olevan heidän hotelleissansa rentoa, persoonallista, ammattitaitoista, huolehtivaa ja sujuvaa. Kummatkin haastateltavat olivat henkilökohtaisesti sitä mieltä, että concierge palvelun tulee olla tasokasta, koska se luo hyvää imagoa hotellille ja saa asiakkaat palaamaan takaisin. Haastateltavat kertoivat hotelliansa palvelun tason olevan erittäin korkealla verrattaessa sitä Helsingin seudun muihin hotelleihin ja käyttivät mittareina varaussivustojen ranking-listoja ja asiakkaiden palautteita. Vastaanottopäälliköt olivat myös sitä mieltä, että hotellien huonemäärän ollessa pienempi kuin lukuisissa muissa hotelleissa, niin se edesauttaa laadukkaan ja persoonallisen palvelun tarjoamista. Korkeatasoista palvelusta tekee hotelleissa nopea vastaanaminen erilaisiin tiedusteluihin. Puhelimeen, sähköposteihin ja muita kautta tullessiin tiedusteluihin ja kysymyksiin vastataan nopeasti. Vastaanotossa on lisäksi kokeneita ammattilaisia ja hotellien yhteistyökumppaneilla on tiettyjä standardeja ja laatuvaatimuksia, joita tulee noudattaa. Palvelun tasoa pyritään hotelleissa kehittämään jatkossa uuden teknologian avulla. Automaattisuus ja mobiiliavain ovat termejä, jotka nousivat esiin haastattelun yhteydessä. Haastattelussa selvisi myös että, resurssien kasvattaminen on yksi tapa, millä halutaan parantaa palvelun tasoa ja vastaanotossa tulisi kiireisinä aikoina olla vähintään kaksi työntekijää tasokkaan palvelun takaamiseksi. Kolmas teema keskittyi asiakkaan huomioimiseen ja asiakastyytyväisyyteen. Asiakkaiden palautteen saamiseksi käytetään ”loopen” nimistä applikaatiota, joka kerää dataa 42 eri lähteestä, joihin sisältyvät monet varaussivustot. Palautetta vierailusta saadaan asiakkailta myös kasvotusten uloskirjautumisen yhteydessä ja niitä kirjataan myös ylös päivittäin henkilökuntaa varten. Haastattelussa selvisi myös, että asiakkaalle lähtee ennen majoittautumista sähköpostiin

viesti automaattisesti hänen varauksestaan. Asiakkaan saapuessa hotellille häntä tervehditään heti ja häneen otetaan katsekontakti. Vieraan kanssa käydään läpi hänen varauksensa yksityiskohtaisesti ja katsotaan, onko varaukseen liitetty erikoispyyntöjä. Näitä yksityiskohtia ovat haastateltavien mukaan esimerkiksi huoneluokka, majoituksen pituus ja mahdolliset pöytävaraukset. Palaavia vieraita varten tehdään vip-viestejä, mitkä vievät heidän huoneisiin konvehtien kanssa. Heidät myös huomioidaan vastaanotossa ja viitataan puheessa heidän edellisiin vierailuihinsa. Vierailun aikana asiakkaita tervehditään useasti ja kysytään kuulumisia, jos he tulevat vastaan. Toimivaksi menettelytavaksi toinen haastatelluista oli todennut soittamisen huoneeseen pian sisäänkirjautumisen jälkeen. Soiton avulla tiedustellaan miellyttäväkö huone ja onko siellä kaikki kunnossa. Tämän avulla tarjotaan persoonallista palvelua ja asiakas ymmärtää, että hänestä välitetään.

Neljäs teema käsitteli vastaanoton toimintaa. Haastateltavat kertoivat, että vastaanoton toiminta on sujuvaa, mutta koronapandemian aiheuttama resurssien karsiminen on välillä vaikuttanut negatiivisesti sujuvuuteen. Kummassakaan hotellissa ei ole vielä automaattista sisäänkirjautumista. Haastateltavien mukaan kiireisintä vastaanotossa on perjantaisin ja lauantaisin. Varsinkin iltapäivällä kiire korostuu ja vastaanottoon saattaa muodostua jonoja. Palvelun tason ei koeta kuitenkaan laskevan kiireestä huolimatta. Ravintolavarausten tekeminen sunnuntaille ja maanantaille kerrottiin olevan vaikeaa, sillä monet ravintolat ovat kiinni ja silloin joudutaan etsimään vaihtoehtoisia ratkaisuja asiakkaiden tiedustelemille ravintoloille. Concierge-palvelua kysyttäessä suoraan vastaanotossa lähtökohtaisesti vastataan, että kaikki työntekijät ovat päteviä hoitamaan conciergen tehtäviä. Vaativimpiin tehtäviin voi aina kysyä kokeneemmilta kollegoilta neuvoja ja kummastakin hotellista löytyy Les Clefs d'or järjestöön kuuluvia conciergeja, jotka ovat usein paikalla. Toinen haastateltava kertoi heidän vastaanotossansa työskentelevän yhteensä kaksi conciergea. Asiakkaan vaatimukset ja toiveet pysytään haastateltavien mukaan täyttämään melkein aina. Vaihtoehtoiset ratkaisut ovat tärkeä työväline, koska jos asiakkaan tarkkaa vaatimusta ei ole mahdollista täyttää on tärkeä etsiä jotain vastaavaa palvelua tai tuotetta, jota hänelle voidaan tarjota. Tietyistä pyynnöistä peritään myös lisämaksu. Esimerkiksi ravintolavarauksista ei veloiteta mitään, mutta kukkien pyytämisestä huoneeseen veloitetaan kukkien hinta vieraalta.

4.3 Havainnointi

Havainnointi on hyödyllinen ja tärkeä menetelmä tutkimuksellisessa kehittämistyössä. Havainnointi on hyvä keino tutkia ihmisten käyttäytymistä heidän luonnollisessa toimintaympäristössään. (Ojasalo, Moilanen & Ritakoski 2015, 114.) Havainnointi on systemaattista tarkkailua, jota käytetään useasti kyselyn tai haastattelun tukena.

Havainnoinnin avulla voidaan täydentää kyselyjä ja haastatteluja. (Ojasalo & ym. 2015, 114.) Havainnoinnin avulla tarkkailemalla ihmisten luonnollista toimintaympäristöä voidaan tutkia sitä toimivatko ihmiset käytännössä samalla tavalla kuin he väittävät sanallisesti. Havainnointiin ei tarvita lupaa julkisilla paikoilla, mutta sen toteuttamisen aikana tulee noudattaa hyviä tapoja. Havainnointiin voi tarvita luvan, jos sen suorittaa organisaation tai yrityksen tiloissa. (Ojasalo & ym. 2015, 114–115.) Havainnointi on järjestelmällistä toimintaa. Se kohdistuu aina ennalta päätettyyn kohteeseen ja tulokset tulee kirjata ylös mahdollisimman nopeasti. Havainnointitilanteessa tarkkaillaan esimerkiksi kohteen ilmeitä, liikkeitä, eleitä ja asentoja. Havainnointitilanteessa pyritään käyttämään kaikkia aisteja hyväksi. (Ojasalo & ym. 2015, 115.)

Havainnointi valittiin tutkimusmenetelmäksi, koska haluttiin saada teemahaastattelulle tukea ja käytännön esimerkkejä concierge-työstä hotelleissa. Havainnointi suoritettiin strukturoidun havainnoinnin avulla ja tämän vuoksi valmistettiin myös havainnointilomake. Asiat, joita päädyttiin tarkkailemaan, olivat asiakkaan ominaisuudet kuten ikä ja sukupuoli. Tarkkailtiin myös vastaanoton toimintaa kokonaisuudessaan ja havainnoinnin aikana kiinnitettiin huomiota pieniin yksityiskohtiin. Havainnointi suoritettiin kahdessa erässä ja kahdessa eri Kämp Collection Hotelsin hotellissa. Aineistoa haluttiin saada aamupäivältä ja iltapäivältä. Yrityksen edustajien kanssa sovittiin havainnoinnista etukäteen ja se suoritettiin mahdollisimman vähäeleisesti, jotta se ei häirinnyt vastaanoton toimintaa. Havainnoinnin tuloksia kirjattiin ylös aina kun jotain oleellista tuli havaittua (Liite 3).

Ensimmäinen havainnointi suoritettiin 11.11.2021 klo 10.00–12.00 Hotel Lilla Robertsissa. Hotellissa oli vielä asiakkaita jäljellä, joiden tuli uloskirjautua ja vastaanotossa työskenteli yksi vastaanottovirkailija. Havainnoinnin alussa hotellin tunnelma oli rauhallinen ja rento. Ensimmäinen asiakas saapui 10.05 vastaanottoon pyytämään kynää lainaksi, jonka vastaanottovirkailija antoi hymyillen. Tämän jälkeen asiakkaita saapui vastaanottoon tasaisesti 10 minuutin välein. Vastaanotossa kävi enemmän pareja kuin yksittäisiä asiakkaita. Yhteensä asiakkaita kävi 15 kappaletta vastaanotossa kahden tunnin tarkkailun aikana. Vastaanottovirkailijalle tuli lukuisia kyselyitä ja pyyntöjä eri asioihin liittyen. Häneltä pyydettiin saksia lainaan, laukkuja laukkuvarastosta, pientä pussia koiranulkoilutusta varten ja taksikuljetusta. Kaikkiin pyyntöihin ja tiedusteluihin pystyttiin vastaamaan. Ainoa pyyntö mitä ei toteutettu oli kahvitarjoilu vanhemmalle miehelle, koska aulabaari oli vielä kiinni. Vastaanotossa vietettiin keskimäärin minuutin verran aikaa ja kauiten kestävä palvelu kesti kahdeksan minuuttia. Pisimmän palvelun aikana vastaanottovirkailija kävi läpi hotellin palveluita ja lähiseudun nähtävyyksiä. Hän myös tarjoutui auttamaan laukkujen kanssa ja vei ne lopulta huoneeseen. Hän myös saattoi vieraat huoneeseen samalla laukkuja viedessään. Pisimmän palvelun aikana jonoa kerkesi syntyämään muutaman henkilön verran vastaanottoon, mutta he eivät joutuneet

odottamaan kuin ainoastaan muutamia minuutteja. Vastaanotossa kävi useasti myös amerikkalaisen ryhmän ryhmänvetäjä. Ryhmänvetäjä kävi vastaanottovirkailijan kanssa läpi yleisiä asioita ja kysymyksiä, mitä hänen ryhmäläisillään oli herännyt. Palvelu oli ystävällistä ja tehokasta. Asiakkaat vaikuttivat tyytyväisiltä lähtiessään vastaanottotiskiltä ja työntekijän suorittaminen ja palveleminen oli saumatonta ja pätevää.

Vastaanottovirkailija tiedusteli asiakkailta ajoittain, oliko heillä kaikki kunnossa ja miten majoitus oli sujunut tähän asti. Hotellin sisustus ja jouluteema sai kehuja useaan otteeseen ja aulan joulukuusta käytiin myös kuvaamassa.

Toinen havainnointi suoritettiin Hotel Fabianissa samana päivänä 11.11.2021 klo 14.00–16.00. Havainnointi ajoitettiin iltapäivään, sillä haluttiin nähdä käytännön esimerkkejä palvelusta asiakkaiden kirjautuessa sisään. Havainnoinnin aikana seurattiin kahta erillistä vastaanottovirkailijaa, koska ensimmäisellä työntekijällä loppui vuoro 14.45.

Jälkimmäisellä työntekijällä oli työasussaan Les Clefs d'orin järjestön avaimet kiinni. Hotellin ilmapiiri oli seesteinen ja rauhallinen. Vastaanotossa istuttiin jakkaroilla, silloin kun ei palveltu asiakkaita. Vastaanotossa kävi asiakkaita 10 kappaletta kahden tunnin tarkkailun aikana. Hotellin vastaanottoon tuli huomattavasti enemmän yksittäisiä asiakkaita kuin pareja. Vastaanotossa työskenteli yksi henkilö lukuun ottamatta sitä aikaa, kun työntekijät vaihtoivat vuoroja keskenään. Vuoronvaihtoa tehtäessä toinen työntekijä tiedusteli aamuvuorossa olleelta kollegaltaan, että oliko vip-vieraita saapumassa sen päivän aikana.

Ensimmäisen vieraan saapuessa vastaanottoon työntekijä nousi seisomaan, nyökkäsi ja hymyi asiakkaalle, jonka jälkeen hän toivotti vieraan tervetulleeksi hotelliin. Hän kävi läpi aamupala ajat ja kertoi että viikonloppuisin aamupala aika pitää varata erikseen. Vastaanotossa tehtiin monipuolisesti kaikenlaisia tehtäviä. He veivät esimerkiksi jäähdytysastian ja kuohuviinilasit asiakkaan huoneeseen. He ohjeistivat pysäköimisessä ja lentokentälle pääsemisessä. Tarkkailun loppuvaiheilla concierge kävi petaamassa sängyn yhden seurueen kolmevuotiaalle lapselle sillä aikaa, kun vieraat olivat kaupungilla. Tämä oli osa heidän työkuvaansa, sillä resurssien hallinnan takia kerrossivouksen työaika oli lyhennetty. Palvelu oli kaikilta osin hyvin huolellista ja yksilöllistä. Vastaanotossa neuvottiin asiakkaita aktiivisesti ja heille tarjottiin lukuisia vaihtoehtoja ja ratkaisuja eri tilanteissa. Vieraat viettivät keskimäärin kaksi minuuttia vastaanotossa. Palvelu oli rauhallista ja ammattimaista. Missään vaiheessa vastaanottoon ei muodostunut jonoa ja palvelutiskiltä oltiin poissa vain muutaman kerran, jolloin työntekijät laittoivat kyltin pystyyn tiskille, missä ilmoittivat palaavansa pian. Iltavuorossa työskennellyt concierge oli erittäin tarkka yksityiskohdista ja tulosti kaikki majoituskortit valmiiksi pöydälleen. Hän myös vertasi asiakkaalta saamiaan tietoja vastaanotossa ja koitti löytää profiileja samalla nimellä hotellin varausjärjestelmästä, jotta hän saa tehtyä

yksityiskohtaisen ja laajan profiilin asiakkaasta. Palvelu oli persoonallista ja ammattimaista.

4.4 Vertailuanalyysi

Vertailuanalyysi eli toiselta nimeltään benchmarking on menetelmä, jossa tutkitaan ja sen kautta ymmärretään hyviä menetelmiä muista organisaatioista ja käytetään niitä hyödyksi tehostettaessa omaa toimintaa omassa organisaatiossa. (Tuominen 2016, 9.) Vertailuanalyysi suoritettiin, koska haluttiin saada esimerkki concierge-palvelusta Kämp Collection Hotelsin hotellien ulkopuolelta. Suomalainen hotelli Helsingistä valikoitui vertailuanalyysiä varten, koska tutkimus on rajattu pääkaupunkiseudulle ja tämän avulla päästiin myös haastattelemaan heidän työntekijäänsä helposti tutkimusta varten. Haluttiin selvittää millä tavoin concierge-palvelu ilmenee pääpiirteiltään muissa hotelleissa. Hotelli missä haastateltava vastaanottovirkailija työskentelee, on tunnettu mainiosta palvelustaan, joten siitä haluttiin myös saada tarkempi kuva.

Vertailuanalyysin haastattelu toteutettiin Haaga-Helian Haagan kampuksella 10.11.2021. Haastatteluun osallistui vastaanottovirkailija, joka on työskennellyt hotellissa jo monen vuoden ajan. Haastattelua varten tehtiin lista kysymyksistä ja ne käytiin haastateltavan kanssa läpi. Haastattelu nauhoitettiin puhelimen tallentimeen. Haastattelu litteroitiin pian haastattelun jälkeen ja siitä kerättiin oleellimmat kommentit talteen, joista oli helppo tehdä lopullinen tiivistelmä tätä raporttia varten (Liite 2). Haastateltava kertoi, että hotellin vastaanotossa kaikki tuntevat concierge termin ja heillä on myös ollut työntekijä, jonka vastuulla on ollut pelkkä concierge-palvelu. Nykyään heillä ei ole erillistä concierge työntekijää. Tämän syy on koronapandemiasta johtunut resurssien karsiminen. Haastateltavan mukaan nykyään kaikki vastaanottovirkailijat ovat tasavertaisesti vastuussa concierge-palvelusta. Haastattelussa selvisi concierge-palvelun ilmenevän hotellissa niin, että kaikki asiakkaan toiveet ja pyynnöt pyritään toteuttamaan tehokkaasti ja pyritään luoda yksilöllisiä kokemuksia asiakkaalle. Concierge-palvelua on saatavilla ympäri vuorokauden haastateltavan mukaan. Concierge-palvelu ei myöskään maksa mitään hotellissa majoittautuville asiakkaille. Haastateltava kertoi myös, että concierge-palvelut eivät ole kenenkään yhden ihmisen vastuulla, mutta luonnollisesti kokeneemmilta vastaanottovirkailijoilta pyydetään usein neuvoja erilaisten ratkaisuiden löytämiseksi. Haastateltavan mukaan säännöllisimmin tiedusteltavat concierge-palveluun liittyvät pyynnöt koskivat pöytävarauksia, reitin neuvomista eri kulttuurikohteisiin ja erilaisten hyödykkeiden tai hemmottelutuotteiden saamista huoneeseen. Concierge-palvelua ei sillä nimellä pyydetä vastaanotossa usein, mutta paljon tulee pyyntöjä, jotka menevät sen kategorian alle ilman, että asiakas pyytäisi juuri concierge-palvelua. Huomattavasti useammin kuitenkin ulkomaalaiset asiakkaat tiedustelevat concierge-palvelua kuin

suomalaiset asiakkaat haastateltavan mukaan. Ulkomaalaiset vieraat saattavat joskus tiedustella erillisen concierge työntekijän perään, kun taas suomalaiset vieraat vain hyvin harvoin. Concierge-palvelusta mainitaan haastateltavan mukaan heidän nettisivuillaan ja asiakasta kannustetaan myös vastaanotossa käyttämään hänelle kuuluvaa concierge-palvelua, jos hän sille tarvetta kokee. Haastateltava kertoi myös, että he ovat alkaneet käyttää teknologiaa hyödyksi hotellissa. He ovat mahdollistaneet itsepalvelun käytön. Asiakas voi kirjata itsensä ulos hänen älypuhelintaan käyttämällä ja kirjata puhelimen avulla myös itsensä sisään. Haastateltava kertoo arkisten toimenpiteiden nopeutuneen teknologiaa hyväksikäyttämällä ja sen kautta asiakkaiden palveluun jää enemmän aikaa.

5 Pohdinta

Työssä pyrittiin käyttämään tehokkaasti hyödyksi tietoperustan ja empiirisen osan antamaa tietoa. Tietoa pyrittiin myös vertailla toisiinsa, jotta kumpikin osa-alue täydentäisi toista. Tietoperustan kasaaminen auttoi paljon tutkimusmenetelmien suunnittelussa. Kyselyä ei esimerkiksi suoritettu hotellien vieraiden avustuksella, koska todettiin conciergen olevan terminä tuntematon suurelle yleisölle. Kysymykset haastatteluihin ja tutkittavat teemat havainnointiin valittiin tutkimusmenetelmiin tietoperustan keskeisimmistä aiheista. Työhön haluttiin kerätä paljon laadukasta tietoa ja tämän vuoksi työn lähteitä arvioitiin kriittisesti ja teemahaastatteluun valittiin kokeneita hotellialan ammattilaisia.

5.1 Tulosten tarkastelu

Tutkimustulokset tukivat hyvin koottua tietoperustaa. Tuloksia kirjatessa tietoperustaan koottuja asioita tuli ilmi jokaisessa tutkimuksen vaiheessa. Teemahaastatteluun valittiin kaksi vastaanottopäällikköä, jotka kuuluvat Les Clefs d'Or järjestöön, jonka toimintaa käsitellään laajasti myös tässä työssä. Työssä oli käytetty seuraavaa järjestön sivuilla kerrottua ohjeistusta concierge-palvelun lainalaisuudet osiossa. Jokainen asiakkaan toive toteutetaan, kunhan se on laillista, eettistä ja inhimillisesti mahdollista. (Suomen Hotelliportieerit Ry 2021). Haastateltavat olivat selkeästi sisäistäneet tämän opin, koska he mainitsivat haastattelun aikana heidän tavoitteensa concierge-palvelussa olevan asiakkaitten toiveiden toteuttaminen ja heidän odotuksien ylittäminen. Käytäessä läpi vastaanoton yleisimpiä tehtäviä nousi teemahaastattelussa esille samat aiheet, joita oli käsitelty vastaanoton työtehtävät ja työvaiheet osiossa. Ravintolavarausten teko on melkein poikkeuksetta yleisin työtehtävä hotellin vastaanotossa. Niitä tehdään päivittäin ja asiakkaat myöskin olettavat, että vastaanottovirkailijalla on paljon tietoa ja kokemusta alueen ravintoloista ja hotellin omasta ravintolasta. Tämän vuoksi on tärkeää kehittää ja pitää hyviä suhteita yllä ravintoloiden omistajiin ja käydä läpi ravintoloiden ruokalista säännöllisesti. (Stiel 2011, 135.) Haastateltavat tukivat kommentteillaan Stielin kommentteja vastaanottotyöstä. Kummankin haastateltavan mukaan Hotel Lilla Robertsissa ja Hotel Fabianissa pöytävarauksia tehdään todella paljon. Haastattelussa selvisi myös, että toisen haastateltavan mielestä pöytävarauksia on haastava tehdä esimerkiksi sunnuntaisin ruokapaikkojen rajallisten aukioloaikojen vuoksi.

Teemahaastattelussa kummatkin vastaanottopäälliköt kertoivat heidän palvelunsa olevan persoonallista ja laadukasta. He kertoivat sen olevan mahdollista, koska hotelleissa ei ole liian paljon huoneita ja suurta asiakasvirtaa verrattuina moniin muihin hotelleihin. Tämä oli täysin uusi näkökulma ja hyvä lisäys persoonallisen ja laadukkaan palvelun teemaan, jota ei ollut vielä mainittu työn tietoperustassa. Kummatkin haastateltavat olivat sitä mieltä, että

laadukkaan ja persoonallisen concierge-palvelun avulla on myös helpompi saada asiakas palaamaan uudestaan samaan hotelliin. Tätä ajatusta avattiin työn tietoperustassa myös persoonallisen palvelun osiossa. Persoonallisella palvelulla on lukuisia positiivisia vaikutuksia liiketoiminnan kannalta. Asiakastyytyväisyys ja asiakasuskollisuus nousee ja tämän avulla myös yritys saa enemmän liikevaihtoa ja menestyy todennäköisemmin. (Klarskov 2021.) Teemahaastattelussa selvisi myös digitalisaation kiinnostavan erityisesti toista haastateltavaa ja mobiilivaimen käyttöönottoa oli harkittu hotellissa. Tätä aihetta oli käsitelty tämän työn osiossa, jossa puhuttiin digitalisaatiosta concierge-palvelun mahdollistajana. Mobiililaitteiden yleistyminen ja niiden tarjoamat palvelut on muokannut myös vieraanvaraisuusalaa. Puhelimien avulla voi joissain hotelleissa hoitaa sisäänkirjautumisen, huonepalvelutilaukset sekä uloskirjautumisen. (Newman 2011.) Digitalisaatio tuli puheeksi myös toisen haastateltavan kanssa, kun hän kertoi hotellin lähettävän automaattisen tervehdyksen asiakkaalle ennen hänen vierailuaan sähköpostiin. Tätä aihetta sivuttiin myös tässä työssä, kun esiteltiin Digital Guest applikaatiota. Sovelluksen päätavoitteena on helpottaa ja automatisoida informaation siirtymistä asiakkaalle hotellissa. Asiakkaalle pystytään lähettämään automaattisia viestejä ja manuaalisia viestejä sovelluksen avulla. (Digital Guest 2021.)

Havainnointia suoritettaessa huomio kiinnittyi erityisesti erilaisiin yksityiskohtiin mitä vastaanottotiskillä tehdään. Työntekijät keskustelivat toisessa hotellissa mahdollisten kantaasiakkaiden saapumisesta vuoronvaihdon yhteydessä. Tätä aihetta on käsitelty myös tässä työssä osiossa, jossa keskitytään conciergen asiakassuhteisiin ja niiden ylläpitoon. Iso osa asiakassuhteiden ylläpitämistä ja palaavien asiakkaiden huomioimista on huoneisiin vietävät tervehdykset. Tämän lisäksi on tärkeää myös huomioida vip-vieras tai palaava vakiovieras henkilökohtaisella tervehdyksellä vastaanotossa. (Stiel 2011, 65–66.) Vastanotossa tehtiin lukuisia eri työtehtäviä havainnointien aikana. Asiakkaille neuvottiin reittiä, vietiin huoneisiin matkalaukut ja juomalaseja, tarjottiin apuvälineitä ja käytiin petaamassa sänky. Nämä tehtävät suoritettiin viipymättä ja niitä tarjottiin itse ilman asiakkaan erillistä pyyntöä. Tätä aihetta sivuttiin tässä työssä osiossa, missä käydään läpi vastaanoton työtehtäviä ja työvaiheita. Vastaanottovirkailijan tulee olla asiakassuuntautunut ja hänen tulee pistää merkille asiakkaan tarpeita ja odotuksia erilaisissa palvelutilanteissa. (Alakoski, Hörkkö & Lappalainen 2006, 53). Suuri yllätys oli, että tiedusteluja ravintoloista tai pyyntöjä pöytävarauksen tekemiseen ei tullut ollenkaan kummankaan havainnointijakson aikana.

Vertailuanalyysi antoi paljon informaatiota, joka tuki tässä työssä käytyjä aiheita. Johdannossa puhuttiin conciergen erillisestä vastaanottotiskistä, mitä ei nykyään löydy kuin muutamasta hotellista Suomessa. Haastateltavan vastaanottovirkailijan hotellista oli myös juuri luovuttu erillisestä conciergesta resurssien vähenemisen vuoksi. Hän kertoi

conciergen työtehtävien siirtyneen kaikille työntekijöille vastaanotossa. Lausunto tukee tämän työn kertomaa näkökulmaa johdannossa siitä, miten nykypäivänä jokaisen vastaanoton työntekijän tulee löytää itsestään sisäinen concierge perinteisten conciergien kadotessa hotelleista. Yhteys työn tietoperustan ja vertailuanalyysin kanssa löytyy myös digitalisaation osalta. Työntekijä kertoo hotellissa olevan mahdollista kirjata itsensä sisään ja ulos käyttämällä mobiilisovellusta. Tätä aihetta käsiteltiin osiossa digitalisaatio concierge-palvelun mahdollistajana.

5.2 Työn luotettavuus ja uskottavuus

Tästä työstä on jätetty tietoisesti pieneen osaan maailmaa järkyttänyt koronapandemia. Työn tarkoituksena on ollut kertoa kertoa concierge-palvelusta yleisesti ja antaa esimerkkejä siitä ilman, että siihen rinnastetaan koronapandemian aiheuttamia haasteita. On kuitenkin myönnettävä, että vallitseva maailmantilanne vaikutti tutkimustulosten luotettavuuteen negatiivisesti ja tämän kautta myös sen uskottavuuteen ja yleistettävyyteen. Kului pitkä aika ennen kuin hotelleihin päästiin turvallisesti tekemään esimerkiksi havainnointia. Hotellien toiminta on myös muuttunut merkittävästi puolentoista vuoden aikana vuoden 2020 keväältä vuoden 2021 syksyyn tultaessa. Hotellien resursseja on jouduttu vähentämään asiakasvirran tyrehtyessä. Henkilökuntaa on vastaanotossa ja myös muilla hotellin osastoilla vähemmän. Työssä mainitaan myös vertailuanalyysi osiossa helsinkiläisen hotellin resurssien hallinnan johtaneen conciergesta luopumiseen. Tämän kyseisen conciergen päätehtävä oli tarjota concierge-palveluita.

Tämän työn tutkimusmenetelmät ovat olleen hyvin toteutettuja, ja ne ovat antaneet tukea ja lisäinformaatiota conciergen työstä. Tutkimusmenetelmien avulla päästiin syvemmälle concierge-palveluun ja saatiin tuloksia aiheista, joita oli tarkoitus tutkia. Concierge-palvelua tutkittiin havainnoinnin, teemahaastattelun ja vertailuanalyysin avulla. Näiden menetelmien kautta saatiin tutkittavasta aiheesta hyvä ja kokonaisvaltainen kuva. Haastatteluista saatiin asiantuntevia ja laajoja vastauksia, joita oli helppo hyödyntää tässä tutkimuksessa. Havainnointi tarjosi erilaisia palvelutilanteita, joista päästiin kokoamaan ehjä ja yksityiskohtainen kokonaisuus työtä varten. Havainnoinnissa oli monta eri havainnoitavaa, joiden työtavat erosivat toisistaan. Tämä vahvistaa havainnointiosion uskottavuutta. Havainnoinnin olisi voinut jälkikäteen ajateltuna suorittaa myös viikonloppuna, kun vastaanotossa on tyypillisesti kiireisempää. Tämän avulla olisi voitu saada erilainen otos työtä varten ja laajempaa informaatiota vastaanoton työskentelystä paineen alla. Havainnointi oli ehdottomasti haastavin toteuttaa näistä tutkimusmenetelmistä. Ensimmäisen havainnoinnin aikana oli haasteita asiakkaan ja vastaanottovirkailijan kuulemisessa ja nopea dokumentointitahti oli myös haastavaa.

Havainnoijan läsnäolo vaikutti myös ihmetyttävän muutamaa asiakasta, joka saattaa vahingoittaa havainnoinnin tulosten uskottavuutta. Uskottavuuteen saattaa negatiivisesti vaikuttaa myös havainnoijan läsnäolon vaikutus työntekijöiden toimintaan. Tarkkailun alla toimiessa saattaa havainnoitava alitajuntaisesti tai tietoisesti muokata käyttäytymistään ja toimintatapojaan erilaisiksi, kun mitä ne ovat tavallisesti. Uskottavuus saattaa kärsiä tämän vaikutuksesta. Havainnointia ei haluttu kuitenkaan suorittaa salaa vaan työntekijöille ilmoitettiin havainnoinnista, koska se oli eettisesti oikein. Havainnoinnin aikana ei kuitenkaan havaittu esittämistä tai epäaitoutta päällisin puolin.

Vertailuanalyysin avulla saatiin paljon tärkeää informaatiota digitalisaatiosta osana concierge-palvelua ja yksittäisen conciergen roolista. Se osoittautui odotettua hyödyllisemmäksi tutkimusmenetelmäksi ja siitä saatiin paljon ajateltavaa concierge-palvelun kehittämiseen liittyen. Haastateltuja ei myöskään johdateltu mihinkään suuntaan vaan haastattelut etenivät luonnollisesti. Tämä vahvistaa vertailuanalyysin uskottavuutta. Eniten hyödyllistä tietoa saatiin teemahaastatteluista. Vastaukset olivat harkittuja ja ne tarjosivat runsaasti sisältöä analyysiosiota varten. Kummatkin haastateltavat olivat selkeästi perehtyneet tutkittuun aiheeseen perinpohjaisesti ja tunsivat aiheeseen liittyvät käsitteet ja teemat poikkeuksetta. Teemahaastattelun kysymykset oli lähetetty haastateltaville etukäteen. Uskottavuutta arvioidessa tulee myös ottaa huomioon haastateltavien rehellisyys ja läpinäkyvyys. Haastateltavat vaikuttivat tunteneen tutkittavan aiheen entuudestaan ja ei ole mitään syytä epäillä, että he olisivat tehnyt tutkimusta aiheesta ainoastaan haastattelua varten. Haastattelija ei myöskään omannut erityistä asemaa haastateltaviin nähden eli heidän ei ole tarvinnut miellyttää haastattelijaa vastauksillaan. Teemahaastattelujen vastaukset konkretisoituvat myös havainnoinnin aikana kummassakin hotellissa, joten ei ole syytä epäillä niiden uskottavuutta. Teemahaastattelussa haastateltavat kertoivat palvelun olevan hotelleissa sujuvaa. He kertoivat asiakkaita tervehdittävän välittömästi katsekontaktilla ja hymyllä. Havainnoinnin pystyttiin havaita luotettavasti, että kummatkin asiat toteutuivat näissä hotelleissa.

5.3 Johtopäätökset ja kehittämissuhteet

Opinnäytetyön päätavoitteena oli selvittää minkälaista concierge-palvelua Kämp Collection Hotelsin hotelleissa tarjotaan. Tavoitteena oli myös tuoda selkeästi esille concierge-palvelun kaikki ulottuvuudet ja hyödyt, jotta aihetta ei unohdeta uusien matkailualan trendien keskellä. Nämä kaikki tavoitteet onnistuttiin käsittelemään työssä hyvin. Työn tietoperustan avulla kerrottiin yksityiskohtaisesti minkälaista laadukkaan ja persoonallisen concierge-palvelun tulee olla. Tämän pohjalta luotiin teemahaastattelua ja havainnointia varten kysymyksiä ja huomiokohtia. Työn tutkimusvaiheessa päästiin haastattelemaan Kämp Collection Hotelsin hotellien vastaanottopäälliköitä, joilla oli selkeä

visio concierge-palvelusta. Päästiin myös seuraamaan kahden hotelliketjuun kuuluvan hotellin vastaanoton toimintaa ja työntekijöiden tarjoamaa concierge-palvelua käytännössä. Vertailuanalyysin avulla saatiin hotelliketjun ulkopuolelta esimerkkiä concierge-palvelusta. Nämä kaikki tutkimusmenetelmät antoivat konkreettisia esimerkkejä concierge-palvelusta. Työn johdannossa korostettiin vastaanottovirkailijoiden sisäisen conciergen löytämisen tärkeyttä. Teemahaastattelujen avulla selvisi Kämp Collection Hotelsin hotellien vastaanottopäälliköiden näkemys vastaanottovirkailijoiden pätevyydestä concierge-palveluun. He kertoivat concierge-palvelua tiedusteltaessa vastaanotossa asiakkaalle vastattavan, että kaikki työntekijät ovat päteviä hoitamaan conciergen tehtäviä. Työn havainnointi paljasti myös palvelun vastaanotossa olevan monipuolista ja siinä oli paljon yhtymäkohtia concierge-palveluun. Kaikki pyynnöt toteutettiin vastaanotossa epäröimättä ja asiakkailta tiedusteltiin säännöllisesti, onko kaikki kunnossa. Havainnointi myös vahvisti kummankin vastaanottopäällikön kommentteja heidän concierge-palvelunsa laadusta, kun he mainitsivat sen olevan persoonallista, ammattitaitoista, huolehtivaa ja sujuvaa. Viimeinen kommentti havainnointi osiossa kertoo palvelun olevan silminnähdyn persoonallista ja ammattimaista, jota tukee myös lukuisat yksityiskohdat samassa havainnointi osiossa. Concierge-palvelu osiossa oli käyty läpi concierge-palvelun laatua ja conciergen työhön sopivia luonteenpiirteitä. Tietynlaiset luonteenpiirteet auttavat pitkälle concierge-palvelussa. Aito antamisen ja miellyttämisen halu, minkä kautta itse saa hyväksymisen ja kiitollisuuden tunnetta ovat tärkeitä luonteenpiirteitä conciergelle. Myös maalaisjärki yhdistettynä kehittyneeseen ammattitaitoisuuteen on tärkeä yhdistelmä conciergen työssä. (Stiel 2011, 2.) Haastatteluista sekä havainnoinnista saatu informaatio antoivat myös esimerkkejä concierge-palvelun laadusta ja työntekijöiden käyttäytymisestä. Varaussivustolta saatu informaatio vahvisti osaltaan sen, että palvelu on säännöllisesti korkeatasoista. Työn neljännen luvun osiossa, jossa käsitellään Kämp Collection Hotels hotelliketjua selviää, että 1.12.2021 Booking.comin 15 parhaiten arvioitujen hotellien joukossa on yhteensä 4 hotelliketjun hotelleja. Lista perustuu asiakkaiden arvioihin hotelleista. Jokaisen hotellin kohdalla oli 800–1200 arvostelua, joten se antaa hyvän yleiskuvankuvan siitä minkälaisen vaikutuksen hotelli ja siellä tarjottu palvelu on jättänyt vieraille.

Alatavoitteena oli luoda tutkimusten avulla kehitysideoita hotellien concierge-palvelun kehittämiseksi tulevaisuudessa. Digitalisaatio nousi suureksi teemaksi kehitysideoita pohdittaessa. Teemahaastattelussa selvisi Kämp Collection Hotelsin hotellien käyttävän teknologiaa hyväkseen vastaanotossa. Haastatteluissa selvisi että, hotellit eivät olleet kuitenkaan vielä hyödyntäneet kaikkia digitalisaation tuomia mahdollisuuksia hotelleissa. Toinen haastateltavista totesi digitalisaation tuovan hyviä apukeinoja tulevaisuutta varten, mutta niitä ei ollut vielä onnistuttu hyödyntämään hotellissa. Hän mainitsi myös mahdollisuuden mobiiliavaimen käyttöönottoon lähitulevaisuudessa. Tämän työn osiossa

digitalisaatio concierge-palvelun mahdollistajana kerrotaan applikaatiosta nimeltä Digital Guest. Sovellus tarjoaa informaatiota asiakkaalle ennen majoitusta, majoituksen aikana ja majoituksen jälkeen. Asiakkaalle pystytään lähettämään automaattisia viestejä ja manuaalisia viestejä sovelluksen avulla. Hotellit voivat muokata sovelluksesta itsensä näköisen ja sen kautta pystytään myös suorittamaan sisään- ja uloskirjautuminen. (Digital Guest 2021.) Vastaanoton toimintaa ja concierge-palvelua voitaisiin kehittää Kämp Collection Hotelsin hotelleissa tämänkaltaisen applikaation avulla. Mobiiliavaimelle on selkeästi kysyntää jo yhdessä hotellissa. Sovellus tarjoaa myös tehokkaan tavan levittää informaatiota ja harjoittaa lisämyyntiä. Hotelliketjun hotellit tarjoavat jo erilaisia paketteja asiakkailleen ja lähettävät automatisoituja viestejä, joten sovellus voisi tehostaa jo olemassa olevaa toimintaa entisestään. Digitalisaation lisääminen hotellin toimintoihin jättää vastaanoton työntekijöille enemmän aikaa laadukkaaseen concierge-palvelun tuottamiselle. Teemahaastattelussa selvisi myös resurssien kasvattamisen helpottavan concierge-palvelua, koska silloin aikaa jää enemmän laadukkaalle palvelulle. Tulevaisuudessa tulee tähän myös kiinnittää huomiota ja panostaa henkilöstön määrään, jotta kaikki vastaanoton työtehtävät eivät jää yhden työntekijän vastuulle.

Työn avulla pyrittiin myös luoda selkeä ero conciergen ja vastaanottovirkailijan välille. Tätä eroa näiden nimikkeiden välille kuvattiin hyvin osiossa, jossa käsiteltiin concierge-palvelua vastaanotossa. Concierge ei ole lähtökohtaisesti vastaanottovirkailija, jonka suurin työpanos koostuu vieraiden ulos- ja sisäänkirjauksesta. Concierge on henkilö, jolta asiakas voi pyytää tai toivoa mitä vain. (Suomen Hotelliportieerit Ry 2021.) Edellisessä virkkeessä kiteytyy se ero mitä tämän työn avulla halutaan selkeyttää. Tutkimuksellisen osion teemahaastattelussa sivuttiin myös tätä aihetta. Toinen haastateltavista vastaanottopäälliköistä mainitsi hotellissa työskentelevän yhteensä kaksi conciergea. Hän teki tällä lausunnolla selkeän eron conciergen ja vastaanottovirkailijan välille. Tämä ero on tärkeä muistaa, koska concierget ovat kokeneita alan ammattilaisia, joiden on pitänyt tehdä töitä saadakseen kultaiset avaimet työasuunsa. Tätä käsiteltiin myös concierge-palvelun lainalaisuudet osiossa. Hotelliportieeriyhdistyksen jäsenet voivat kutsua itseään aidosti conciergeksi, koska he ovat käyneet siihen vaadittavan koulutuksen. Hakeakseen mukaan yhdistyksen toimintaan hakijalla pitää olla vähintään kahden vuoden työkokemus vastaanottotehtävistä ja jos haluaa päästä mukaan täysjäseneksi, tulee vastaanottotyöstä olla viiden vuoden kokemus taustalla. (Suomen Hotelliportieerit Ry 2021.) Hakemuksen jälkeen tulee läpäistä lukuisia testejä ja osoittaa kiistatonta kykyä tarjota erinomaista palvelua ennen kuin jäsenen sallitaan käyttää kultaisia avaimia työasussaan (Les Clefs d'Or 2021) On siis eri asia olla concierge-palvelua tarjoava vastaanottovirkailija kuin aito concierge. Tätä opinnäytetyötä on helppo hyödyntää myös jatkotutkimuksissa. Tämä työ on luonut perustan concierge-palvelun ymmärtämistä ja kehittämistä varten, mutta jatkotutkimusten avulla voi aihetta selvittää vielä pidemmälle. Jatkotutkimuksissa voidaan

suorittaa tutkimusmenetelmät laajemmin ja haastatella esimerkiksi jokaisen Kämp Collection Hotelsin hotellin työntekijää. Havainnointia voidaan myös suorittaa kaikissa ketjun hotelleissa ja myös ketjun ulkopuolisissa hotelleissa.

5.4 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Idea opinnäytetyötä varten heräsi vuonna 2019. Tehdessä töitä lukuisissa hotelleissa suuren vaikutuksen teki palvelun laadukkuus ja conciergen työtavat. Opinnäytetyön suunnittelu aloitettiin vuoden 2021 elokuussa ja varsinaisen opinnäytetyön tekeminen aloitettiin syyskuun lopulla. Opinnäytetyötä tehtiin yhtäjaksoisesti kolmen kuukauden ajan. Conciergen ominaisuuksista ja työtavoista opittiin joka viikko jotain uutta ja lokakuun aikana opinnäytetyön luvut ja teemat jaoteltiin erilleen ensimmäistä kertaa. Alaotsikoita tuli muutamia lisää vielä marraskuun aikana ja pääotsikoiden sanajärjestyksestä muokattiin ja ne löysivät lopullisen muotonsa. Joulukuun alku kului opinnäytetyön jäsentelyyn ja työn kielen korjaamiseen. Lähdeviitteitä korjattiin oikeaan muotoon ja taulukot sekä kuvat muokattiin sopivan kokoisiksi. Lähdeluettelo kirjoitettiin myös aakkosjärjestyksen mukaan. Eniten opinnäytetyö opetti concierge-palvelusta ja raportin kirjoittamisesta. Aluksi hankaluuksia oli ymmärtää kumpaakin aihetta, mutta kirjojen lukeminen ja käytännön esimerkin saaminen selkeytti ajatuksia concierge-palvelusta ja ohjeiden lukeminen sekä harjoittelu helpotti raportin kirjoitusta. Haasteita opinnäytetyön tekemiseen aiheutti conciergen työstä löytyvän tiedon vähyys. Opinnäytetöitä ei olla aiheesta tehty kovin montaa ja aihetta käsittelevää kirjallisuutta ei ollut paljoa. Tutkimusmenetelmät olisi voinut myös toteuttaa laajemmin ja valita teemahaastatteluun sekä havainnointiin enemmän ihmisiä.

Työn avulla saatiin yksityiskohtaista ja tärkeää informaatiota concierge-palvelusta yleisesti sekä Kämp Collection Hotelsin hotelleissa. Tutkimusmenetelmät tarjosivat uusia näkökulmia ja lisäinformaatiota tietoperustan tueksi aiheelle. Kehitysideoita saatiin tulevaisuudelle digitalisaation hyödyntämisen avulla ja resurssien ja henkilöstön määrän kasvattamisen kautta. Mobiiliavain ja palvelun automatisointi on luultavasti helpompi kehityskohde kuin henkilöstön määrän kasvattaminen. Resurssit ovat tällä hetkellä koronapandemian vuoksi syystäkin alhaisemmat ja niiden lisääminen vaatii liiketoiminnan elpymistä. Työn avulla selkeytettiin myös conciergen ja vastaanottovirkailijan eroja. Toivottavasti tämä työ innostaa yhä useampia alan ammattilaisia tutustumaan concierge-palveluun ja Suomen Hotelliportieerit Ry:n toimintaan.

Lähteet

Alakoski, L. Hörkkö, P. & Lappalainen, H. 2006. Hotellin vastaanoton operatiivinen toiminta. Dark.

Arantola, H. & Simonen, K. 2009. Palvelemisesta palveluliiketoimintaan: Asiakasymmärrys palveluliiketoiminnan perustana. Tekes. Helsinki. E-kirja. Luettu: 15.11.2021.

Bika, N. 2021. Personalized Customer Service: The Basics. Artikkel. Luettavissa: <https://acquire.io/blog/personalized-customer-service/>. Luettu: 4.10.2021.

Booking.com 2021. Luettavissa:

https://www.booking.com/searchresults.fi.html?sid=77b942e9b32f25c0b54647ec9079a0d9&dest_type=city&auth_success=1&order=bayesian_review_score&aid=1610691&account_created=1&label=helsinki-WyrCSa2DTNTFlsUoE*De5wS498031720273%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2%3Aac%3Aap%3Aaneg%3Afi%3Atikwd-306970371734%3Alp9072483%3Ali%3Adec%3Adm%3Appccp%3DUmFuZG9tSVYkc2RllYh9YURcq_26dhSxihXrz_tjg8&dest_id=-1364995. Luettu: 2.12.2021

Digital Guest. Take hospitality to the next level. Luettavissa: https://digitalguest.com/30-day-free-trial/?gclid=Cj0KCQjw8p2MBhCiARIsADDUFVHqPykQozd0PPb2Xb9z46pbH0t2rW6hbusQIExHR7WvI71H1ExY2DEaAjS-EALw_wcB. Luettu: 4.10.2021.

Elo 2021. Mistä aineksista on keitetty onnistunut asiakaskokemus? Artikkel. Luettavissa: <https://www.elo.fi/fi-fi/elomedia/2021/mista-aineksista-on-keitetty-onnistunut-asiakaskokemus#88593b60>. Luettu: 20.11.2021.

Glo Hotels 2021. Pääkaupunkiseudun Glo-Hotellit. Luettavissa:

https://www.glohotels.fi/?gclid=CjwKCAiAnO2MBhApEiwA8q0HYd69KUKasbDMbGWkJIR1iTAsd8m0g-nZ1RJDOBY3nyWE5rrmzDPyxoCdt0QAvD_BwE. Luettu: 05.10.2021.

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 3. painos. Juva: Ws Bookwell.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2015. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus. Helsinki. E-kirja. Luettu: 4.10.2021.

Hotel Haven 2021. Hotel Haven-Luksusta Helsingissä. Luettavissa:

https://www.hotelhaven.fi/?_ga=2.187680608.954819001.1637494389-1082931555.1612944600&_gac=1.15368772.1637590697.CjwKCAiAnO2MBhApEiwA8q0HYdRsluajlFmNB6282yu7fp7yh8lwHhvq0prBR9J8iApNTqd3Brln6xoC45wQAvD_BwE. Luettu: 04.10.2021.

Hotel Lilla Roberts. 2016. Sijainti ja ympäristö. Luettavissa:

https://www.lillaroberts.com/?gclid=Cj0KCQjww4OMBhCUARIsAILndv6lu9XeDoQHq6L_-z1vv-dSJR99ewjshzOO4-t20nmpAQuemG9M3CcaApaHEALw_wcB. Luettu 20.09.2021.

Hotel Kämp 2021. Hotel Kämp-Helsingin sydämessä. Luettavissa:

https://www.hotelkamp.com/?_ga=2.255443392.954819001.1637494389-1082931555.1612944600&_gac=1.47760981.1637590697.CjwKCAiAnO2MBhApEiwA8q0HYdRsluajlFmNB6282yu7fp7yh8lwHhvq0prBR9J8iApNTqd3Brln6xoC45wQAvD_BwE. Luettu: 28.09.2021.

Ilta-Sanomien 2019. Kämp Collection Hotels siirtyy norjalaismiljardöörin omistukseen. Luettavissa: <https://www.is.fi/taloussanomien/art-2000006203807.html>. Luettu: 2.10.2021.

Jonoapp 2021. Miten jono toimii? Luettavissa: <https://jonoapp.com/>. Luettu: 2.10.2021.

Klarskov, L. Delivering Personalized Service: 5 Tips That Actually Work. Artikkel. Luettavissa: <https://www.dixa.com/blog/delivering-personalized-service-5-tips-that-actually-work/>. Luettu: 22.09.2021.

Klaus K 2021. Hotelli Helsingin Sydämessä. Luettavissa: https://www.klauskhotel.com/?_ga=2.212919132.954819001.1637494389-1082931555.1612944600&_gac=1.15502916.1637590697.CjwKCAiAnO2MBhApEiwA8q0HYdRsluajlFmNB6282yu7fp7yh8lwHhvq0prBR9J8iApNTqd3Brln6xoC45wQAvD_BwE. Luettu: 03.10.2021.

Kämp Collection Hotels 2021. Tervetuloa Helsinkiin. Luettavissa: https://www.kampcollectionhotels.com/?gclid=CjwKCAiAnO2MBhApEiwA8q0HYdRsluajlFmNB6282yu7fp7yh8lwHhvq0prBR9J8iApNTqd3Brln6xoC45wQAvD_BwE. Luettu: 3.10.2021.

Les Clefs d'Or 2021. Les Clefs d'Or. Qu'est-ce que Les Clefs d'Or. Luettavissa: <https://www.clefsdor-france.org/presentation>. Luettu: 01.10.2021.

Newman, D 2018. Top 6 Digital Transformation trends in Hospitality and Tourism. Artikkel. Luettavissa: <https://www.forbes.com/sites/danielnewman/2018/01/02/top-6-digital-transformation-trends-in-hospitality-and-tourism/?sh=21c6be8567df>. Luettu: 2.10.2021.

Ojasalo, K. Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Sanoma Pro Oy. Helsinki. E-kirja. Luettu: 2.10.2021.

Revfine. 2020. 8 Digital Trends in the Hospitality Industry. Artikkel. Luettavissa: <https://www.revfine.com/digital-trends-hospitality-industry/>. Luettu: 2.10.2021.

Standard Tourism. Front Office. Luettavissa: <https://www.standardtourism.com/index.php?pagename=frontoffice>. Luettu: 22.11.2021.

St. George 2021. St. George-hotelli. Luettavissa: <https://www.stgeorgehelsinki.com/fi/>. Luettu: 22.11.2021.

St. George Journal 2019. St. George on Vuoden majoitusliike. Luettavissa: <https://www.stgeorgehelsinki.com/fi/aikakauslehti/st-george-on-vuoden-majoitusliike>. Luettu: 22.11.2021.

Stickdorn, M & Schneider, J. 2010. This Is Service Design Thinking: Basics-Tools-Cases. BIS Publishers. Amsterdam.

Stiel, H. 2011. The Art & Science of the Hotel Concierge: Connecting Guests to Experiences Around the World. Amer Hotel & Motel Association. USA.

Suomen Hotelliportieerit Ry. 2021. Yhdistys. Luettavissa: <http://www.hotelliportieerit.org/>. Luettu: 01.10.2021.

Tuominen, K. 2016. Introducing Benchmarking. Oy Benchmarking Ltd. Turku. E-kirja. Luettu 8.10.2021.

Valtionvarainministeriö 2021. Digitalisaatio. Luettavissa: <https://vm.fi/digitalisaatio>. Luettu: 6.10.2021.

Westerholm, D. 2.6.2020. Näin Hotelli Marskissa johdetaan asiakaskokemusta. Blogi. Luettavissa: <https://cuuma.com/blogi/nain-hotelli-marskissa-johdetaan-asiakaskokemusta> Luettu: 26.11.2021.

Liitteet

Liite 1. Teemahaastattelu

Teemahaastattelu

Palvelut yleisesti

- Mikä on hotellin päätavoite palvelussa ja mitä sillä pyritään saavuttamaan?
- Mitä lisäpalveluita ja hotelli tarjoaa?
- Millaisia eri palvelupaketteja asiakkaille on tarjottu?
- Mitä pyyntöjä palvelua koskien asiakkaat useimmiten tiedustelevat?
- Miten palvelun tarjontaa voitaisiin vielä kehittää hotellissa?

Palvelun tasokkuus

- Miten tiivistäisit oman hotellinne palvelun muutamaan virkkeeseen?
- Onko tasokas concierge-palvelu miten tärkeää teille itsellenne?
- Miten laadukkaana pidät hotellin palvelua Helsingin muihin hotelleihin verrattuna? Anna esimerkkejä
- Mitkä seikat tekevät palvelustanne korkeatasoista?
- Miten voisitte vielä kehittää palvelun tasoa?

Asiakastyytyväisyys & asiakkaan huomioiminen

- Mitä mittareita käytätte asiakastyytyväisyyden seuraamiseen?
- Miten asiakas otetaan huomioon hotelliin saapuessaan? Anna käytännön esimerkki
- Miten asiakas otetaan huomioon vierailun aikana muuten?
- Miten arvontunne hotellissa luodaan asiakkaalle?
- Mitä arvoa koette asiakkaan huomioimisen tuovan?
- Miten pidätte huolen siitä, että asiakkaan kokemus hotellissanne on mieluisa?

Vastaanoton toiminta

- Kuinka sujuvaa vastaanoton toiminta on mielestäsi tällä hetkellä?
- Milloin vastaanotossa on kiireistä ja kärsiikö palvelun taso silloin?
- Mitkä ovat useimmiten kysytyjä kysymyksiä vastaanotossa
- Minkä koet olevan haastavin työtehtävä vastaanotossa
- Asiakkaan kysyessä concierge-palvelua, mitä vastaanotossa vastataan?
- Onko concierge-palvelut jonkun tietyn työntekijän vastuulla?
- Pystytäänkö asiakkaan vaatimukset ja toiveet toteuttamaan usein?

Liite 2. Vertailuanalyysi

Vertailuanalyysi

- Tuntevatko vastaanoton työntekijän termin concierge?
- Miten concierggen työ ilmenee hotellissanne?
- Onko concierge palvelua saatavilla kellon ympäri?
- Maksaako concierge-palvelut jotain asiakkaalle?
- Kenen vastuulla concierge-palvelut ovat?
- Mitä concierge-palveluita tarjoatte säännöllisimmin?
- Kysyvätkö asiakkaat teiltä suoraan concierge palvelun perään?
- Mitkä concierge palveluita koskevat pyynnöt ovat olleet vaikeimpia toteuttaa?
- Käyttävätkö concierge-palvelua enemmän kotimaiset vai ulkomaalaiset vieraat?
- Mainitaanko concierge-palvelusta missään? (netissä tai vastaanotossa)
- Oletteko hyödyntäneet kehittyvää teknologiaa concierge-palvelussa?

Liite 3. Havainnointilomake

Havainnointilomake

Päivämäärä:

Kellonaika ja lokaatio:

Kiire ja ruuhka:

Sisäänkirjautuminen / Uloskirjautuminen:

Asiakasmäärä:

Monta vastaanottovirkailijaa paikalla:

Ilmapiiri:

Asiakkaiden ominaisuudet

- Sukupuoli
- Ikä
- Yksin, pari vai ryhmä
- Työmatka / Lomamatka
- Palaava asiakas vai uusi asiakas

Vastaanoton toiminta

- Millä asialla asiakas on
- Miten asiakasta kohdellaan
- Kauan vieras asioi vastaanotossa
- Miltä asiakas vaikuttaa palvelun jälkeen
- Kysytäänkö lisäkysymyksiä asiakkaalta tai kuulumisia
- Miltä vastaanotossa näyttää asiakkaan käymisen jälkeen