



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Palvelun kehittäminen Helsingin ja Tallinnan väliseen matkustajalaivaliikenteeseen – esimerkkinä Eckerö Line

Toitturi, Salla

Tramm, Piret

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Palvelun kehittäminen Helsingin ja Tallinnan väliseen matkustajalaivaliikenteeseen - esimerkkinä Eckerö Line

Salla Toitturi
Piret Tramm
Palveluliiketoiminnan
koulutusohjelma (ylempi AMK)
Opinnäytetyö
Helmikuu, 2013

Toitturi, Salla
Tramm, Piret

**Palvelun kehittäminen Helsingin ja Tallinnan väliseen matkustajalaivaliikenteeseen
– esimerkkinä Eckerö Line**

Vuosi	2013	Sivumäärä	98 + 10
-------	------	-----------	---------

Vuonna 2012 Helsingin ja Tallinnan välillä tehtiin 10,6 miljoonaa matkaa ja 80 prosenttia niistä laivoilla. Viron matkailu on kasvanut etenkin työperäisen matkustuksen myötä. Kymmenen vuoden kuluttua uskotaan Helsinki–Tallinna-reitin matkustajamäärien kasvaneen yli 7 miljoonasta yli 8 miljoonaan.

Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa ehdotuksia uusiksi palvelukonsepteiksi Eckerö Linen uudelle laivalle tulevaisuutta varten. Tutkittaviksi asiakasryhmiksi valittiin virolaiset ja suomalaiset työmatkustajat sekä päiväristeilymatkustajat. Työmatkustajiin liittyvänä keskeisenä tutkimusongelmana on löytää vastauksia kysymyksiin: ”Mitä ja millaisia palveluita työmatkustajat haluavat laivalla ja millaisessa ympäristössä työmatka halutaan viettää?”. Päiväristeilymatkustajiin liittyvänä keskeisenä tutkimusongelmana on puolestaan löytää vastauksia kysymyksiin: ”Mitä ja millaisia palveluita päiväristeilymatkustajat haluavat laivalla?”.

Opinnäytetyö on osa Matkailijan moniaistinen palvelukokemus -hanketta, jossa tutkimuksen yhtenä lähtökohtana on ajatus siitä, että asiakkaat ovat palvelujen aktiivisia osallistujia ja heidän kokemuksiaan voidaan rikastuttaa palvelumuotoilun avulla. Opinnäytetyön teoreettisessa viitekehyksessä käsitellään palvelumuotoilun prosessia, asiakaskokemusta ja elämystä. Lisäksi kuvataan kohdeyrityksen nykytilaa ja laivamatkailun tulevaisuusnäkymiä vuodelle 2030.

Opinnäytetyö on tapaustutkimus, jossa monenlaisia menetelmiä rinnakkain käyttämällä on saatu laaja, monipuolinen ja kokonaisvaltainen kuva tutkittavasta tapauksesta. Menetelminä käytettiin Service Blueprint -prosessikuvausta, havainnointia, kyselyitä ja haastatteluita. Suunnittelun työvälineinä käytössä olivat aivoriihiyöskentely, asiakaspersoonat ja palvelupolku. Tutkittaviin asiakasryhmiin liittyvää aineistoa kerättiin havainnoinnin, haastattelujen ja kyselyiden avulla. Virolaisten työmatkustajien aineisto kerättiin Tallinna-Helsinki-Tallinna laivamatkoilla ja suomalaisten työmatkustajien aineisto maissa tapahtuneissa haastatteluissa. Päiväristeilymatkustajien aineisto kerättiin Helsinki-Tallinna-Helsinki laivamatkoilla ja sähköpostikyselyllä. Aineistojen pohjalta luotiin eri tutkimusryhmistä asiakaspersoonat ja palvelupolut.

Tutkimusten pohjalta kehitettiin uudelle laivalle kaksi uutta palvelukonseptia. ”Se parempi työmatka” ja ”Päiväristeily moneen makuun”. Konseptikehityksen onnistumista ja uusien konseptien toimivuutta testattiin luotujen asiakaspersoonien ja elämyskolmio-mallin avulla.

Opinnäytetyölle asetetut tavoitteet saavutettiin. Työssä saatuja tuloksia voidaan hyödyntää sekä kohdeyrityksessä että koko toimialalla. Tulosten avulla yrityksillä on mahdollisuus kehittää omia palveluitaan näiden tutkimuksen kohteina olleiden asiakasryhmien toivomaan suuntaan. Tarvetta olisi uusille markkinatutkimuksille, joiden avulla voitaisiin kehittää laivapalveluita asiakaslähtöisesti kasvavat matkustajamäärät huomioiden.

Asiasanat: asiakaspersoonat, elämys, laivamatkailu, palvelukonsepti, palvelumuotoilu

Toitturi, Salla
Tramm, Piret

The development of service on passenger ships between Helsinki and Tallinn - Eckerö Line case

Year	2013	Pages	98 + 10
------	------	-------	---------

In 2012, 10,6 million trips were made between Helsinki and Tallinn and 80 % of those were travelled by ships. Travel to Estonia has grown especially due to work-related reasons. Experts believe that in the next 10 years the number of passengers will rise from over 7 million to over 8 million between Helsinki and Tallinn.

The goal of this thesis is to suggest new forms of service to be offered on the new Eckerö Line ship in the future. The customer groups that were chosen for the study were Estonian and Finnish commuter passengers and passengers on a day cruise. The central study problem related to commuter passengers is to find answers to the following questions: "What kind of services do the commuter passengers want to receive on board and in what kind of surroundings do they want to spend their commute?" The central study problem related to passengers on a day cruise is to find answers to the following questions: "What kind of services do the passengers on a day cruise want to receive on board?"

This thesis is a part of the *Multisensory Service Experience of a Tourist* project; one of the starting points of the study is that the customers are active participants of services and their experiences can be enriched with Service Design. In the theoretical context of this thesis, the process, customer experience and event of Service Design are treated. In addition, the current state of Eckerö Lines and the prospects of ship travel for 2030 are described.

This thesis is a case study where a wide, versatile and comprehensive picture of the situation was formed using various methods in parallel. The methods used were Service Blueprint - process description, observation, interviews and inquiries. The study was planned through brainstorming and studying customer personas and service paths. The material related to the customer groups under study was gathered by observing, interviewing and taking inquiries. The material related to Estonians on their commute was gathered on the Helsinki-Tallinn-Helsinki ship routes and the material related to Finnish commuter passengers was gathered by interviewing them on land. The material related to passengers on a day cruise was gathered on board the ships on the Helsinki-Tallinn-Helsinki route and by e-mail interviews. On the basis of these materials, different customer personas and customer journey were formed from different study groups.

On the basis of the studies, two new service concepts for the new vessel were formed. "The better commute" and "A day cruise for all tastes." The success of the concept frame and the functionality of the new concepts were tested by using the customer personas and The Experience Pyramid.

The goals set for this thesis were reached. The results from this study can be used both in the case company and in the whole industry. By using these results, companies have an opportunity to develop their services to match the desires of the customer groups studied. There is a need for new market research to help develop service on board in a customer-based manner taking into account the ever-growing passenger numbers.

Keywords: customer character, experience, travelling by ship, service concept, Service Design

Sisällys

1	Johdanto	7
1.1	Opinnäytetyön taustaa	7
1.1.1	Matkustajalaivaliikenteen historia	7
1.1.2	Erilaisia matkailijoita	8
1.1.3	Helsingin ja Tallinnan välinen matkailu tilastojen valossa	11
1.2	Kohdeyritys Eckerö Line.....	13
1.3	Opinnäytetyön tavoite ja rajausta.....	14
1.4	Aikaisemmat aiheeseen liittyvät tutkimukset.....	16
1.5	Opinnäytetyön rakenne	18
2	Palvelun kehittäminen asiakaskeskeisesti	18
2.1	Palvelumuotoilun prosessi	19
2.2	Asiakaskokemus.....	21
2.3	Asiakaskokemuksesta elämukseen.....	23
3	Kohdeyrityksen nykytila ja toimialan tulevaisuusnäkymät	28
3.1	Nykytilan kartoitus.....	28
3.1.1	Aikataulut.....	29
3.1.2	Matkan varaaminen ja lähtöselvitys	30
3.1.3	Tilat ja palvelut laivalla	31
3.1.4	Hinnoittelu	31
3.2	Tulevaisuusnäkymät laivamatkailussa 2030	31
3.2.2	Megatrendit, heikot signaalit ja PESTE.....	32
3.2.3	Tulevaisuusskenaariot	36
4	Kehittämistyön eteneminen ja menetelmät	40
4.1	Service Blueprint - palveluprosessin kuvaaminen	42
4.2	Havainnointi terminaalissa ja laivalla	45
4.3	Kysely laadullisena menetelmänä	46
4.4	Haastattelut tutkimuksen menetelmänä.....	48
5	Palvelun suunnittelun työvälineet	50
5.2	Aivoriihi ideointivälineenä.....	50
5.3	Asiakaspersoonat työ- ja päiväristeilymatkustajista.....	51
5.4	Palvelupolku laivamatkan aikana.....	58
5.4.1	Virolaisten ja suomalaisten työmatkustajien palvelupolku	61
5.4.2	Päiväristeilymatkustajien palvelupolku	63
5.5	Palvelukonsepti ja sen suunnittelu.....	65
6	Tulokset ja kehittämis ehdotukset	66
6.1	Tulokset työmatkustajien osalta	66
6.2	Tulokset päiväristeilymatkustajien osalta	72

6.3	Ehdotukset uusiksi palvelukonsepteiksi	76
6.3.1	"Se parempi työmatka" -konseptin esittely	77
6.3.2	"Päiväristeily moneen makuun" -konseptin esittely	80
7	Johtopäätökset ja pohdinta	84
	Lähteet	91
	Kuviot	96
	Taulukot	97
	Liitteet	98

1 Johdanto

1.1 Opinnäytetyön taustaa

Helsinki on Suomen suurin matkustajasatama, sen osuus Suomen matkustajaliikenteestä on 78 prosenttia. Matkustajaliikenne kasvaa joka vuosi, vuonna 2012 ylittyi 10 miljoonan matkustajan rajapyykki 7. joulukuuta. Suosituin reitti on Helsinki–Tallinna-välillä, jossa matkustajien määrä oli joulukuun 2012 alussa 7,5 miljoonaa. Viron matkailu on kasvanut etenkin työperäisen matkustuksen myötä. (Helsingin Satama 2012a.) Kymmenen vuoden kuluttua uskotaan Helsinki–Tallinna-reitin matkustajamäärien kasvaneen yli 8 miljoonaan (Tapaninen 2012, 121-122).

Opinnäytetyö on osa Tekesin rahoittamaa Laurea-ammattikorkeakoulun ja VTT:n rinnakkais-hanketta ”Matkailijan moniaistinen palvelukokemus” (MMP). Hankkeen tavoitteena on selvittää asiakkaan kokemuksia siitä, miten moniaistinen palvelutarjonta ja multimodaalisuus vaikuttavat palvelujen kokemiseen, kohtaamiseen ja sitä kautta kysyntään. Tutkimuksen lähtökohtana on ajatus ja väittäminen siitä, että asiakkaat ovat palvelujen aktiivisia osallistujia ja heidän kokemuksiaan voidaan rikastaa moniaistisuuden ja palvelumuotoilun avulla. (Laurea 2012.)

Eckerö Line on yksi seitsemästä Matkailijan moniaistinen palvelukokemus -hankkeen yhteistyö yrityksistä. Yrityksen myyntijohtaja Jukka Siltalan kanssa tavattiin lokakuussa 2011. Käydyn keskustelun tuloksena päädyttiin siihen, että yritykselle kehitetään uusia palvelukonsepteja tulevaisuutta varten. Sitä silmällä pitäen, että yrityksellä on tavoitteena hankkia uusi matkustaja-alus Helsinki–Tallinna-reitille.

1.1.1 Matkustajalaivaliikenteen historia

Matkustajalaivaliikenteen historia ulottuu Suomessa 1820-luvulle. Tukholmasta Helsinkiin tehtiin ensimmäiset laivamatkat vuonna 1821. Helsinki–Tallinna-reitillä aloitettiin matkustajalaivaliikennöinti vuonna 1842. (Blomgren, Malmberg & Raudsepp 2006, 10-15.) Aluksi liikennöinti oli kausiluonteista, mutta höyrylaivojen kehittymisen myötä ympärivuotinen liikennöinti alkoi olla mahdollista 1800-luvun lopulla (Blomgren ym. 2006, 38). Säännölliseen matkustajalaivaliikenteeseen tuli ensimmäisen maailmansodan aikana viiden vuoden tauko. Liikennöinti jatkui taas tauon jälkeen, silloin Tallinnasta ja Tukholmasta tuli suosittuja kohdesatamia matkailijoiden keskuudessa. (Blomgren ym. 2006, 76-95.)

Risteilyliikenne vilkastui huomattavasti 1950-luvulla. Höyrylaivat jäivät historiaan 1960-luvulla matkustajamäärien kasvaessa ja turvallisuusmääräyksien kiristyessä, tällöin tulivat liikentee-

seen ensimmäiset autolautat. Samaan aikaan muuttui laivamatkailun luonne perinteisestä matkailusta massamatkailuksi. Matkat halpenivat ja elintaso nousi. Uusille laivoille lisättiin palveluja mm. yökerhoja, lasten leikkihuoneita, sauna- ja uima-allastiloja sekä tax-free myymälöitä. (Blomgren ym. 2006, 126-142.)

24 tunnin risteilyt tulivat muotiin 1980-luvun lopussa, ne olivat matkustajien suosiossa erityisesti juhlinta ja hauskanpitopaikkoina sekä verovapaiden ostosmahdollisuuksien takia. Neuvostoliiton aikana matkustaminen Virossa oli rajoitettua ja turismi käytännössä puuttui. Helsingin ja Tallinnan välinen liikenne vilkastui 1980-luvulla, mutta lopullisesti reitin suosio kasvoi Viron itsenäistymisen (1991) jälkeen. (Blomgren ym. 2006, 179-186.)

Aiemmin Helsinki–Tallinna-reitillä operoi jopa kuusi matkustajaliikennettä tarjoavaa laivayhtiötä. Nykyään tilanne on vakiintunut. Helsingin ja Tallinnan välillä liikennöi nyt Eckerö Linen lisäksi Tallink Silja, Viking Line ja Linda Line, yhteensä seitsemällä matkustaja-aluksella.

1.1.2 Erilaisia matkailijoita

Matkailulla tarkoitetaan ihmisten liikkumista ja tavanomaisia toimia päivittäisen asuin- ja työympäristön ulkopuolella vähintään 24 tunnin ja korkeintaan yhden vuoden ajan, joko vapaa-ajan vietossa, työmatkalla tai muussa tarkoituksessa. Henkilö, joka harjoittaa tämän määritelmän mukaista toimintaa eli matkustamista on matkailija. (Komppula & Boxberg 2002, 8-9; Tilastokeskus 2012a; United Nations & UNWTO 2010, 9-10; Vuoristo 2002, 20-22.)

Opinnäytetyössä käytettävien käsitteiden selventämiseksi on syytä määritellä termien matkustaja, päiväkävijä, risteily ja päiväristeily erot. Matkailijalla tarkoitetaan yöpyvää matkailijaa, joka viettää vähintään yhden yön matkan kohteessa joko maksullisessa tai maksuttomassa majoituksessa. Matkustaja, joka ei yövy matkakohteessa ei ole matkailijan määritelmän mukaan matkustaja vaan hän on päiväkävijä (Komppula & Boxberg 2002, 9; Tilastokeskus 2012a). Risteilyssä on kysymys merimatkasta, joka kestää vähintään 60 tuntia ja se toteutetaan merikelpoisella aluksella pääasiassa lomailutarkoituksessa. Risteilyyn käytettävällä aluksella ei kuljeteta rahtia vaan ainoastaan matkustajia, lisäksi lippujen hinnan tulee sisältää ateriat ja majoitus. Risteilyyn on kuuluttava vähintään kaksi käyntiä muissa satamissa kuin lähtösatamassa. Päiväristeilyjä ovat ne risteilyt, joiden kesto on tyypillisimmillään alle 15 tuntia. Asiakkaat valitsevat päiväristeilyn usein osaksi muuta lomaohjelmaa. Päiväristeilyt voivat liittyä esimerkiksi ruokailuihin tai juhlimiseen aluksella. (Uudenmaanliitto 2007, 8.)

Matkailijoiden jako työ- ja liikematkailijoihin ja vapaa-ajan-matkailijoihin sekä niihin sisältyvät roolit ja toiminta kuvataan seuraavassa kuviossa (Kuvio 1).



Kuvio 1: Erilaisia matkailijoita (mukaillen Verhelä & Lackman 2003, 23)

Useimmilla ihmisillä on matkustamiseen jonkinlainen syy. Verhelän ja Lackmanin (2003, 24) mukaan matkustusmotiivit voidaan jakaa ensisijaisiksi ja toissijaisiksi. Ensisijaiset motiivit määrittävät, miksi ylipäätä lähdetään matkalle. Jokaisella matkailijalla on olemassa ensisijainen motiivi. Toissijainen motiivi selittää, miten ja mihin matkustetaan eli miten, milloin ja missä ensisijaisen motiivin luoma matkustamisen tarve halutaan tai pystytään tyydyttämään. (Verhelä & Lackman 2003, 25-27.) Matkustamisen yleisimmät motiivit kuvataan seuraavan sivun taulukossa (Taulukko 1).

Ensisijaiset motiivit	
Työhön liittyvät	Työmatkat (matkan syynä on työn tekeminen matkan aikana), kokous- ja kongressimatkat (matkan syynä osallistuminen työtehtäviin liittyvään tapahtumaan), messu- ja näyttelymatkat (tarkoituksena osallistua myyjänä, ostajana tai näytteilleasettajana), kannuste- ja palkkiomatkat (järjestämisen tarkoitus on yrityksen liiketoiminnan tehostaminen).
Fyysiset ja fysiologiset	Urheilun tai muun aktiviteetin harrastaminen, terveydestä huolehtiminen, sairauden ennaltaehkäiseminen tai kuntoutuminen, lepo, rentoutuminen, arjesta irtiotto.
Kulttuuriset, psykologiset, itsensä kehittämiseen tai uuden oppimiseen liittyvät	Kulttuuritapahtumissa käyminen, osallistuminen aktiviteetteihin, jotka vaativat henkisiä tai fyysisiä voimavaroja (harrastukset, kurssit), perinnematkailu ja ekoturismi.
Sosiaaliset, henkilöiden väliset tai etniset	Ajan viettäminen perheen tai sukulaisten kanssa tai vieraileminen heidän luo.
Viihde, huvittelu, nautinto, ajanviete	Katsoja- ja urheilutapahtumiin osallistuminen, huvittelukohteissa vierailu ja ostosmatkat.
Uskonnolliset	Pyhiinvaellukset, retriittimatkat tai uskonnolliset opintomatkat.
Toissijaiset motiivit	
Matkailijan henkilökohtaiset olosuhteet	Käytettävissä oleva aika tai rahamäärä, terveystilanne, työtilanne ja perhesuhteet.
Matkailijan asenne ja käsitykset	Käsitykset ja mieltymykset matkakohteesta, matkustusmuodoista, poliittiset mielipiteet ja ennakkoluulot.
Matkailijan tietämys	Tieto matkakohteesta, matkailupalveluista ja hinnoista.
Matkailijan kokemukset matkustamisesta	Kokemukset matkakohteista, matkaseuralaisista ja palvelutarjoajista.

Taulukko 1: Yleisemmät ensisijaiset ja toissijaiset matkustusmotiivit (mukaillen Verhelä & Lackman 2003, 25 - 28)

Jokaisen matkalla olevan ihmisen kohdalla on siis olemassa joku tai jotkin matkustusmotiiveista. Ei ole varsinaista eroa sillä, onko matkailutuotteiden tai -palveluiden käyttäjä työmatkustaja tai joku muu matkustaja. Kaikki he käyttävät samoja peruspalveluita eli ravitsemis- ja matkailupalveluita, opaspalveluita, kuljetuspalveluita ja ohjelmapalveluita. Suurimmat erot työmatkailijan ja vapaa-ajan matkailijan välillä ovat siinä kuka on matkan maksaja, mikä on matkustusajankohta, kuka varaa matkan ja kuka tekee päätöksen matkustamisesta. (Verhelä & Lackman 2003, 25-28.)

1.1.3 Helsingin ja Tallinnan välinen matkailu tilastojen valossa

Tarkka tieto suomalaisten matkoista Viroon ja päinvastoin puuttuu. Molemmat maat kuuluvat EU:hun, ihmiset saavat vapaasti matkustaa kahden maan välillä eikä tarkkoja rajanylitystilastoja ole. Jonkinlaisen kuvan voi saada laivayhtiöiden matkustajaluvuista, majoitusyritysten tilastoista tai Tilastokeskuksen rajahaastattelututkimuksesta, mutta totuus on, että tiedot ovat puutteellisia. Erityisen vaikeaa on arvioida Suomessa työskentelevien virolaisten määrää. Osa virolaisista työskentelee virallisesti suomalaisen yrityksen palveluksessa. Suurin osa heistä on kuitenkin virolaisten yritysten työntekijöitä, jotka tekevät Suomessa alihankintatöitä. Sen lisäksi on niitä virolaisia, jotka työskentelevät Suomessa ”epävirallisesti”. Kahden viimeisen ryhmän kokoa on lähes mahdotonta arvioida.

Tarton Yliopiston Maantieteenlaitoksella vuonna 2012 tehty tutkimus (Silm, Ahas & Tiru 2012) tarjoaa lisänäkökulman aiheesta. Tutkimuksessa käytettiin mobiilipaikannuksessa saatuja tietoja. Tietoja saatiin ainoastaan niistä matkustajista, joilla on Virossa rekisteröity liittymä, ja jotka käyttävät tätä puhelinliittymää myös Suomessa. Tutkimuksessa käytettiin Viron suurimman mobiilioperaattorin EMT:n Call Detail Record (CDR) tietoja sekä Virossa vierailevien EMT-verkkoa käyttävien ulkomaisten liittymien että Suomessa vierailevien EMT-liittymän omistavien virolaisten tietoja. Päätelmät kokonaismäärästä perustuvat EMT:n markkinaosuuteen. Todellisuudessa on Suomessa vierailevien ja todennäköisesti töissä käyvien virolaisten määrä huomattavasti suurempi, koska kaikki virolaiset eivät välttämättä omista virolaista puhelinliittymää tai he eivät käytä sitä Suomessa. (Silm ym. 2012, 7, 64.)

Tutkimus (Silm ym. 2012, 13-35, 64) osoittaa, että vuosina 2009 - 2011 Suomessa kävi keskimäärin 328 000 virolaista. Jokaista virolaista matkustajaa kohden tehtiin keskimäärin 4,2 matkaa ja 18,6 matkustuspäivää. Suhteellisen korkea matkustuskertojen ja -päivien määrä yhtä matkustajaa kohden viittaa siihen, että suuri osa ihmisistä joko käy Suomessa töissä tai matkustaa sinne usein jonkun muun syyn takia. 79 000 ihmistä eli 24 prosenttia matkustajista käy Suomessa useammin kuin neljä kertaa vuodessa. Nämä useasti Suomeen matkustavat virolaiset todennäköisesti työskentelevät, opiskelevat tai käyvät perhesyiden takia usein Suomessa. Virolaiset matkustavat Suomeen huomattavasti enemmän viikolla kuin viikonloppuisin, yleisin matkustuspäivä Suomeen on maanantai ja paluupäivä torstai tai perjantai. Tämäkin tieto viittaa työntekoon. (Silm ym. 2012, 13-35, 64.)

Tilastokeskuksen (2012b, 6) rajahaastattelututkimuksen mukaan vuonna 2011 Suomeen tulleista matkustajista virolaismatkailijat olivat toiseksi suurin ryhmä. Kaikista matkustajista heitä oli 10 prosenttia eli yhteensä noin 708 000 matkailijaa. Heidän määränsä kasvoi edelliseen vuoteen nähden 26 prosenttia. (Tilastokeskus 2012b, 6.) Kolmannes virolaisista matkustajista ilmoitti käyvänsä Suomessa kerran kuukaudessa tai useammin. Virolaisten työmatkus-

tajien osuus näistä Suomeen matkustaneista on 40 prosenttia, heidän Suomessa oleskelun keskimääräinen kesto oli 7,2 yötä. Kaksi viikkoa tai pidempään viipyneitä oli kahdeksan prosenttia työmatkalaisista. (Tilastokeskus 2012b, 20.) Työmatkalaisista 74 prosenttia yöpyi hotellissa tai motellissa ja 10 prosenttia työnantajan asunnossa. Virolaisten matkustajien pääasiallinen matkakohde Suomessa oli 47 prosentilla Helsinki ja 21 prosentilla Etelä-Suomi. (Tilastokeskus 2012b, 24-28.)

Tapanisen (2012, 10-13) tutkimuksen mukaan ero suomalaisten ja virolaisten matkustamisessa on siinä, että suomalaiset tekevät Viroon enemmän päivä- ja huvimatkoja. Virolaiset käyvät Suomessa lähinnä töissä ja tapaamassa ystäviään ja sukulaisiaan. Helsingin ja Uudenmaan alueella käy töissä 10 000 - 50 000 virolaista laskentatavasta ja työsuhteen luonteesta riippuen. Pääkaupunkiseudulle tämä suomalaisten ja virolaisten kanssakäyminen on aiemmin luultua merkittävämpää. (Tapaninen 2012, 10-13.) Näiden kolmen eri tutkimuksen erilaisista luvuista voidaan tulla virolaisten tutkijoiden Silm ym. kanssa samaan lopputulokseen eli tarkkoja rajanylitystietoja ei työmatkustajista ole saatavissa, eivätkä pelkällä mobiilipaikannuksella saadut luvut ole välttämättä paikkaansa pitäviä ja riittäviä.

Silmin ym. tutkimuksesta (2012, 42-59, 65) kävi ilmi myös se, että vuosittain keskimäärin 1,59 miljoonaa suomalaista matkustaa Viroon ja he tekevät yhteensä 2,52 miljoonaa vierailua. Puolet suomalaisista viettää Virossa yhden päivän ja suurin osa matkoista ajoittuu perjantaille tai lauantaille, mikä viittaa matkan tarkoituksen olevan vapaa-ajanvietto. (Silm ym. 2012, 42-59, 65.) Tilastokeskuksen tutkimusten (2012c) mukaan suomalaiset tekivät vuoden 2011 aikana Viroon 1,02 miljoonaa sellaista vapaa-ajanmatkaa, jonka aikana yövyttiin ainakin kerran kohdemaassa. Lisäksi Viroon tehtiin 575 000 vapaa-ajan päivämatkaa (ml. päiväristeilyt), joista kaikki meritse. Molempien tutkimusten osalta nämä vapaa-ajanmatkoihin liittyvät matkustajaluvut ovat keskenään hyvin yhteneväiset.

Virolaiset tutkijat eivät selvittäneet tutkimuksessaan suomalaisten Viroon tekemien työmatkojen määrää. Viroon tehtiin Suomesta 149 000 työmatkaa vuonna 2011. Viroon tehdyt työmatkat lisääntyivät 37 prosenttia. Vuoden 2011 aikana työhön liittyviä päivämatkoja tehtiin 161 000 eli viisi prosenttia enemmän kuin vuonna 2010. Ulkomaille tehtyjen työhön liittyvien risteilyjen määrä kasvoi 45 prosenttia edellisvuodesta. (Tilastokeskus 2012c.)

Vapaa-ajanmatkustajia käy Suomessa eniten heinä-elokuussa, kun taas työmatkoja tehtiin Suomeen eniten toukokuussa. Ulkomaisista matkustajista vuonna 2011 saapui Suomeen: 41 prosenttia maitse, 35 prosenttia lentäen ja 24 prosenttia meritse. Virolaisista työmatkailijoista laivalla matkusti 93 prosenttia, lentäen 5 prosenttia ja maitse 2 prosenttia. (Tilastokeskus 2012b, 8-14.) Vuonna 2012 Helsingin ja Tallinnan välillä tehtiin 10,6 miljoonaa matkaa ja 80 prosenttia niistä laivoilla (Helsingin Satama 2012b).

1.2 Kohdeyritys Eckerö Line

Eckerö Line Oy Ab on vuonna 1994 perustettu Rederiaktiebolaget Eckerön suomalainen tytäryhtiö, joka harjoittaa autolauttaliikennettä Helsingin ja Tallinnan välillä ja suuntautuu toiminnassaan sekä rahti- että matkustajaliikenteeseen. Autolauttaliikenteen lisäksi Eckerö Linen tarjontaan kuuluvat myös kattavat turistipalvelut Virossa. Rederiaktiebolaget Eckerö on Eckerö-konsernin emoyhtiö. Se on perustettu vuonna 1961 harjoittamaan Ruotsin, Suomen ja Ahvenanmaan välistä autolauttaliikennettä. Konserniin kuuluu viisi liiketoiminta-aluetta: Eckerö Line, Eckerö Linjen, Birka Cruises, Brika Cargo ja Williams Buss. (Årsredovisning 2010.)

Koko konsernissa työskentelee 1 152 henkilöä, joista 848 laivoilla. Konsernin liikevaihto vuonna 2011 oli 234,9 miljoonaa euroa, se kasvoi kolme prosenttia verrattuna vuoteen 2010 ja tilikauden voittoa syntyi 13,1 miljoonaa euroa. (Rederiaktiebolaget Eckerö 2012.) Vaikeasta talous- ja markkinatilanteesta huolimatta on Eckerö Line onnistunut kasvattamaan matkustajamääriä viimeisen parin vuoden aikana. Vuoden 2011 aikana Eckerö Linellä matkusti 938 351 matkustajaa. Määrä ylitti vuoden 2010 tason 6 536 matkustajalla. Rahtiliikenne kehittyi 50 prosentilla ja sen markkinaosuus kohosi 30 prosenttiin. Eckerö Linen matkustajamarkkinaosuus Helsinki–Tallinna-reitillä oli 13 prosenttia. Syitä kasvuun ovat mm. edullinen hintapolitiikka verrattuna kilpailijoihin, uudet asiakkaita palvelevat aikataulut ja Nordlandian lisävuorot. (Eckerö Line 2012.)

Eckerö Linen laivoista M/s Translandia on erikoistunut rahtiliikenteeseen ja liikennöi päivittäin Helsingin Vuosaaren satamasta Tallinnaan. M/s Nordlandia on Helsinki–Tallinna-reitillä liikennöivä autolautta, jossa on 2 000 matkustajapaikkaa ja 228 hyttiä. Siihen mahtuu 450 henkilöautoa tai 42 rekkaa. Laiva on rakennettu vuonna 1981 ja se on vanhin Helsinki–Tallinna-reitillä liikennöivä alus. Ensimmäisen matkansa Helsingin ja Tallinnan välillä laiva teki helmikuussa 1998. Syyskuussa 2011 Eckerö Line ilmoitti etsivänsä uutta laivaa, koska Nordlandia on tulossa tiensä päähän ja sillä on vaikea kilpailla uusien aluksien kanssa. Ensimmäisestään yhtiö tähyilee maailman meriltä käytettyä alusta, mutta myöskään vaihtoehtoa täysin uuden aluksen ostamisesta ei ole poissuljettu. (Eckerö Line 2011.)

Helmikuun 2012 alussa Eckerö-konsernin emoyhtiö tiedotti investoivansa uuteen alukseen Eckerö Linen Helsinki–Tallinna-reitille. Eckerö osti Moby SpA-varustamon vuonna 2001 rakennettua M/s Moby Freedom -laivan. Alus otettiin Eckerön haltuun Italiassa maaliskuussa ja siihen tehtiin laaja peruskorjaus. Uusi, kapasiteetiltaan Nordlandiaa isompi ja modernimpi laiva tulee reittiliikenteeseen 31.12.2012. Investoinnin hinta on 90 miljoonaa euroa. Uuden laivan kapasiteetti on 2 080 matkustajaa ja 665 henkilöautoa tai 84 kuorma-autoa. Laivan nimeksi on nimikilpailun jälkeen valittu M/s Finlandia. (Eckerö Line 2012.)

Eckerö Linellä on maaliskuussa 2012 tehty strategiapäivitys, jonka yhteydessä on tarkennettu yrityksen missio, visio, arvot sekä matkustaja- ja rahtiliikenteen strategiat. Yritys ei ole aina-kaan toistaiseksi pitänyt tapanaan julkaista näitä tietoja nettisivuillaan tai vuosikertomuksissaan. Tiedot opinnäytetyötä varten on saatu yrityksen edustajalta.

Missio on Siltalan (2012) mukaan tarjota laivayhtiönä viihtyisiä hyvään palveluun, ruokaan ja risteilyelämykseen perustuvia, luotettavia matkailu- ja kuljetuspalveluja Helsinki–Tallinna-reitillä sekä tuottaa arvoa kaikille sidosryhmille. Uudistetussa visiossa halutaan saavuttaa reitin paras asiakastyytyväisyys jokaisessa asiakasryhmässä ja olla kiinnostavin yhteistyökumppani matkailu- ja rahtialan toimijoille markkina-alueella. Lisäksi tavoitteena on olla johtava, monipuolisimman palvelun tarjoava teollisuuden ja kaupan kuljetusvaihtoehto Helsinki–Tallinna-reitillä. (Siltala 2012.)

Eckerö Linen arvot ovat Siltalan (2012) mukaan seuraavat: asiakaskeskeisyys ja vaivattomuus asiakkaalle, kannattavuus, avoimuus, rehtiys sekä vastuullisen yritys- ja työkuulttuurin noudattaminen, johdonmukaisuus ja määrätietoisuus sekä yhdessä onnistuminen. Matkustajaliikenteen strategiana on asiakkaiden segmentointi ja palvelutuotteen räätälöinti eri asiakasryhmien tarpeiden mukaan. Paras henkilökunnan osaaminen ja palveluasenne. Tarjota vaivattomin ja mukavin matka asiakkaalle. Olla alan halutuin työpaikka. Tuottaa asiakkaille lisäarvoa oikeiden partnereiden avulla. Matkustajaliikenteen pääkohderyhmänä on suuri keskiluokka Suomessa. Kasvualueita ovat Viro, Baltia ja Itä-Eurooppa. (Siltala 2012.)

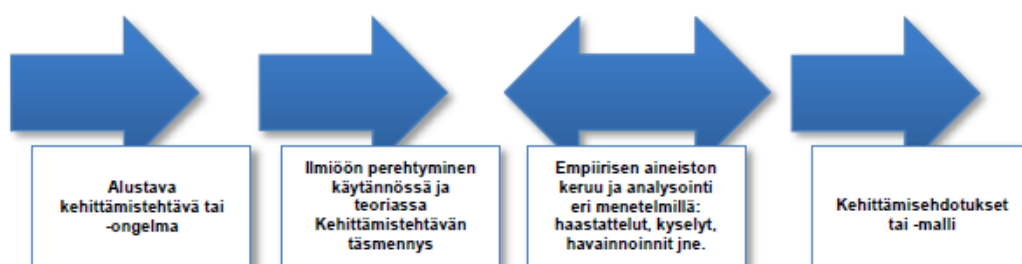
1.3 Opinnäytetyön tavoite ja rajaus

Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa ehdotuksia uusiksi palvelukonsepteiksi Eckerö Linen uudelle laivalle. Opinnäytetyössä kehitetyt palvelukonseptit on luotu tulevaisuutta ajatellen ja sen vuoksi opinnäytetyössä esitellään myös laivaliikenteen tulevaisuuden näkymät vuotta 2030 ajatellen. Opinnäytetyöhön tutkittaviksi asiakasryhmiksi valittiin kohdeyrityksen edustajan (Siltala 2011) kanssa käydyn keskustelun perusteella päiväristeilymatkustajat ja työmatkustajat.

Päiväristeilymatkustajista kohteeksi valittiin keski-ikäiset ja sitä vanhemmat asiakkaat, koska tämä asiakasryhmä on yritykselle merkittävä, eikä heidän toiveitaan ole hiljattain tutkittu. Toiseksi tutkimusryhmäksi valittiin Suomessa työssäkäyvät virolaiset ja Virossa työssäkäyvät suomalaiset reittimatkustajat. Näihin työmatkustajien kohderyhmiin päädyttiin, koska näin usein – joka viikko – matkustavat ihmiset katsovat asioita eri näkökulmasta kuin vain harvoin työmatkoja tekevät. Eckerö Linelle työmatkustajat eivät ole tällä hetkellä kovin merkittävä asiakasryhmä. Tämänkin asiakasryhmän parempi tavoitettavuus kiinnostanee yhtiötä enemmän nyt, kun heille on tulossa uusi matkustaja-alus.

Työ tehtiin tutkimalla Eckerö Linen päiväristeilyasiakkaita Norlandialla havainnoinnin, haastatteluin, kyselyin ja palvelumuotoilun menetelmin. Työmatkustajien tiedot kerättiin havainnoimalla, haastatteleamalla ja kyselyillä. Työmatkustajiin liittyvä aineisto on kerätty ainoastaan kilpailevan yrityksen matkustajilta. Kilpailevaan yritykseen päädyttiin kahdesta syystä. Ensinnäkin kohdeyrityksen aikataulu ja yksi päivävuoro Helsinki-Tallinna-Helsinki on työmatkustajien mielestä hankala ja heidän tarpeisiinsa sopimaton. Ja toiseksi, tällä hetkellä kohdeyrityksellä ei ole säännöllisesti työnsä puolesta matkustavia asiakasryhmiä, vaan työmatkustajat ovat nyt pääasiassa koostuneet rahtiliikenteen autonkuljettajista. Kilpailevaksi yritykseksi on valittu Helsingin ja Tallinnan välillä liikennöivistä yhtiöstä sellainen, jonka laivoille asiakkaalla on kohdeyrityksen tapaan mahdollisuus varata autopaikka, näin siksi, että autolla työmatkojaan tekeviä työmatkustajia on paljon molemmissa tutkituissa työmatkustajaryhmissä.

Koska opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa yritykselle kehittämis ehdotuksia, valittiin lähestymistavaksi tapaustutkimus (case study). Ojasalon, Moilasen ja Ritalahden (2010, 52) mukaan tapaustutkimus soveltuu lähestymistavaksi, kun halutaan syvällisesti ymmärtää kehittämisen kohdetta ja tuottaa uusia kehittämis ehdotuksia. Tutkimuksen kohde eli tapaus (case) voi olla yritys tai sen osa, yrityksen tuote, palvelu, toiminta tai prosessi. Oleellista on, että kohde ymmärretään tietynä kokonaisuutena, tapauksena. Tapaustutkimus tuottaa tietoa nykyajassa tapahtuvista ilmiöistä sen todellisessa tilanteessa ja toimintaympäristössä. Tapaustutkimuksen tyypillisin piirre on, että monenlaisia menetelmiä käyttämällä saadaan syvälinen, monipuolinen ja kokonaisvaltainen kuva tutkittavasta tapauksesta. Tutkimuksessa voidaan siis käyttää niin määrällisiä kuin laadullisia menetelmiä tai yhdistää niitä. (Ojasalo ym. 2010, 52-55.) Tapaustutkimuksen eri vaiheet esitetään alla olevassa kuviossa (Kuvio 2).



Kuvio 2: Tapaustutkimuksen vaiheet (Ojasalo ym. 2010, 54)

Työmatkustajiin liittyvänä keskeisenä tutkimusongelmana on löytää vastauksia kysymyksiin: **”Mitä ja millaisia palveluita työmatkustajat haluavat laivalla ja millaisessa ympäristössä työmatka halutaan viettää?”**. Päiväristeilymatkustajiin liittyvänä keskeisenä tutkimusongelmana on puolestaan löytää vastauksia kysymyksiin: **”Mitä ja millaisia palveluita päiväristeilymatkustajat haluavat laivalla?”**.

1.4 Aikaisemmat aiheeseen liittyvät tutkimukset

Odotuksena oli löytää aiempaa tutkimustietoa palvelukonseptien kehittämistä nimenomaan matkustajalaivojen palveluita koskien. Etsittäessä ja haettaessa tutkimuksia yliopistojen tietokannoista ja Theseuksesta kävi ilmi, ettei ajankohtaisia ja riittävän uusia aihealueeseen liittyviä tutkimuksia ole saatavissa ja käytettävissä. Tehdyt opinnäytetyöt keskittyvät pääasiassa kansainväliseen risteilymatkustamiseen, kansainvälisten risteilymatkustajien päiväkäyn-teihin Helsingissä, merenkulullisiin asioihin tai ne kuvaavat Itämeren liikenteen nykytilaa ja tulevaisuutta lähinnä laivayhtiöiden sekä satamien näkökulmasta.

Kohdeyritys on itse teetättänyt useita bränditutkimuksia vuosina 2006 - 2008. Lisäksi heiltä löytyy asiakastytyväisyys- ja hintajoustotutkimus sekä Tallinnan laivamatkailututkimus ke-väältä 2007. Näiden tutkimusten sisällöistä ei ollut löydettävissä opinnäytetyötä tukevaa ai-neistoa. Edellä mainituista tutkimuksista voidaan todeta myös se, että ne on tehty siihen ai-kaan, kun Helsinki-Tallinna-reitillä oli vielä useampia liikennöitsijöitä. Tiedot ovat siis näiltä osin vanhentuneita.

Kärkimedia ja Helsingin Sanomat ovat teetättäneet vuodesta 1996 alkaen kahden vuoden vä-lein Laivamatkailututkimuksia. Niiden tavoitteena on ollut selvittää laivamatkailuun kohdistu-via odotuksia, eri tietolähteiden roolia matkan ostoprosessissa sekä laivayhtiöiden käyttöä, mieluisuutta ja niihin liittyviä mielikuvia. Laivamatkailututkimus kattaa kaikki Suomesta eri kohdesatamiin tehtävät laivamatkat. Tutkimuksen tulokset ovat yleisellä tasolla, eikä niistä pysty erittelemään minkään tietyn laivayhtiön osuutta. Opinnäytetyötä ajatellen näistä tut-kimustuloksista hyödynnettäviä seikkoja ovat ne asiakkaiden laivamatkailusta tärkeimmiksi kokemat ominaisuudet ja odotukset, jotka tuodaan esiin seuraavassa kuviossa (Kuvio 3).



Kuvio 3: Tärkeät ominaisuudet ja odotukset laivamatkailussa (n = 1075)
(Laivamatkailututkimus 2011, 11-12)

Tärkeimmiksi ominaisuuksiksi laivamatkaa kohtaan nousivat tutkimuksessa laivan tasokkuus ja viihtyisyys, matkan edullinen hinta sekä matkan varaamisen helppous (Laivamatkailututkimus 2011, 11). Kuviossa kolme esitettävää laivamatkailututkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää opinnäytetyössä suunniteltaessa uusia palvelukonsepteja.

1.5 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyön ensimmäisessä luvussa on kerrottu opinnäytetyön taustasta, matkustajalaivaliikenteen historiasta, erilaisista matkailijoista sekä tilastotiedoista Helsingin ja Tallinnan välisessä matkailussa. Lisäksi siinä on esitelty kohdeyritys Eckerö Line, opinnäytetyön tavoitteet ja raja-
aus, aiemmat aiheeseen liittyvät tutkimukset ja kuvaus opinnäytetyön rakenteesta.

Opinnäytetyön toisessa luvussa on työn teoreettinen viitekehys. Siinä käsitellään palvelun asiakaskeskeistä kehittämistä lähtökohtana palvelumuotoiluprosessi, asiakaskokemus ja elämys. Luvussa kuvataan lyhyesti elämystaloutta, avataan elämys käsitteenä ja esitellään elämyskolmio-malli. Luvussa kolme kartoitetaan kohdeyrityksen nykytilaa aikataulujen, matkan varaamisen, lähtöselvityksen, tilojen, palveluiden ja hinnoittelun kautta. Lisäksi siinä kuvataan tulevaisuuden tutkimuksen menetelmillä laivamatkailun tulevaisuudennäkymiä vuonna 2030.

Luvussa neljä käsitellään opinnäytetyössä käytettäviä kehittämistyön menetelmiä Service Blueprint -kaaviota, havainnointia, kyselyä ja haastatteluja sekä kerrotaan näiden menetelmien avulla tehtyjen tutkimusten toteuttamisesta. Luvussa viisi esitellään opinnäytetyössä käytettäviä suunnittelun työvälineitä aivoriihi, asiakaspersoonat, palvelupolku ja niiden avulla saatuja ja luotuja tuotoksia. Lisäksi luvussa kuvataan lyhyesti myös sitä, mikä on palvelukonsepti.

Kuudennessa luvussa kerrotaan tehtyjen tutkimusten tuloksista ja ehdotuksista uusiksi työmatkustajien ja päiväristeilymatkustajien palvelukonsepteiksi. Luku seitsemän päättää opinnäytetyön. Siitä löytyy opinnäytetyön johtopäätökset ja pohdinta. Luvussa arvioidaan saavutettuja tuloksia sekä niiden luotettavuutta ja käyttökelpoisuutta. Luvun lopussa on vielä jatkotutkimusehdotuksia.

2 Palvelun kehittäminen asiakaskeskeisesti

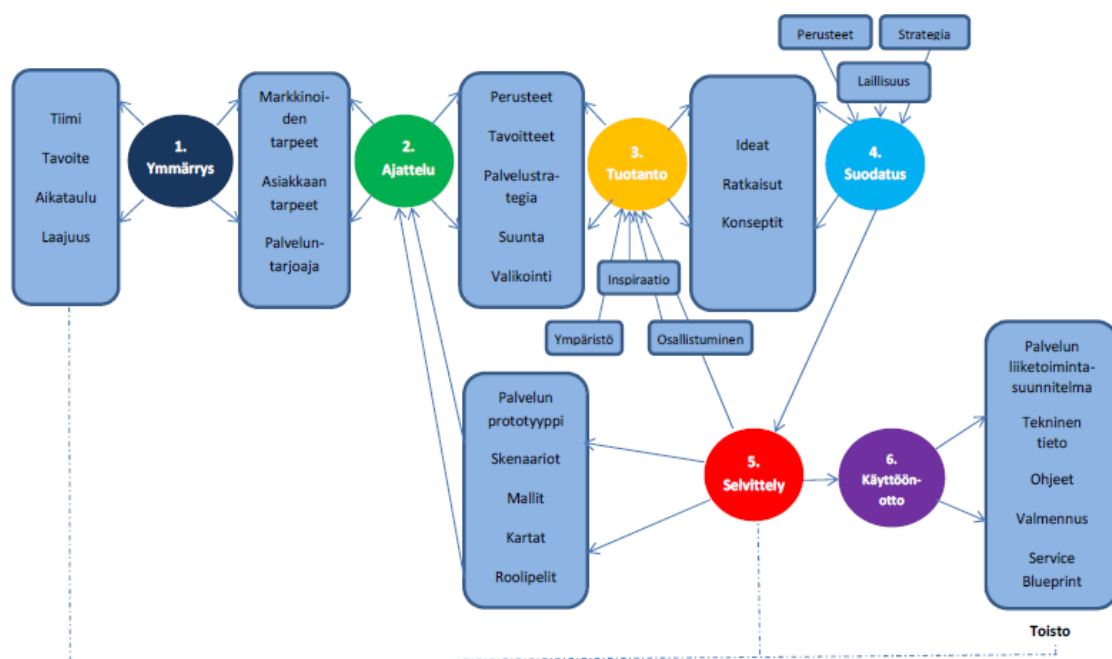
”Matkailijan moniaistinen palvelukokemus” -hankkeessa yhtenä lähtökohtana on se, että asiakkaan kokemuksia voidaan rikastuttaa palvelumuotoilun avulla. Palvelumuotoilu on suhteellisen uusi ja kokoajan kasvava osaamisala Suomessa. Sen avulla pystytään tuomaan uutta, asiakaslähtöistä näkökulmaa ja työkaluja palvelujen uudistamiseen ja kehittämiseen. Aikaisemmissa matkustajalaivaliikenteeseen, risteilyihin ja laivapalvelutuotteiden kehittämiseen ja suunnitteluun liittyvissä töissä ja tutkimuksissa ei ole käytetty suunnittelun työvälineenä palvelumuotoilua. Tässä opinnäytetyössä palvelumuotoilu toimii yhtenä palvelukonseptien suunnittelun ja kehittämisen päätyövälineenä.

Palvelumuotoilussa ja sen prosessissa keskeisessä osassa on asiakas, asiakkaan kokemukset palvelusta ja asiakasymmärrys. Kun ymmärretään näitä keskeisiä tekijöitä palveluiden käyttäjästä, on yrityksillä mahdollisuus kehittää asiakkaille kokonaisvaltaisia ja elämyksellisiä tuotteita ja palveluita. Elämyksellisyyden merkitys on kasvanut erityisesti matkailupalvelun tuotteita suunniteltaessa. Tämä luku rakentuu näistä edellä kuvatuista asioista.

2.1 Palvelumuotoilun prosessi

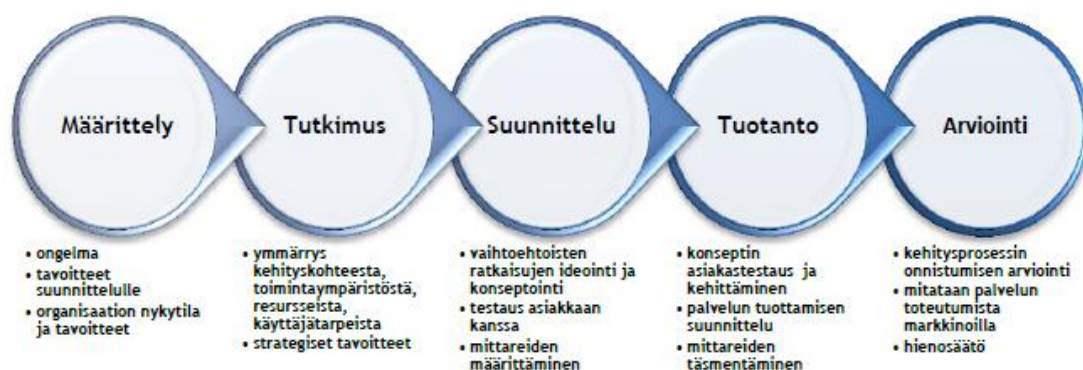
Palvelumuotoilun prosessista on olemassa lukuisia eri versioita. Niille kaikille on yhteistä samanlaiset pääperiaatteet. Toisistaan ne eroavat käytännön sovellutusten perusteella. Tunnetuimmat ja eniten käytetyt ovat sekä Moritzin että Tuulaniemen esittämät prosessikuvaukset.

Moritzin (2005, 154 - 156) mukaan palvelumuotoilun prosessi ei ole lineaarinen. Eri toiminnot voivat tapahtua erilaisessa järjestyksessä tai jopa samanaikaisesti. Prosessiin on sisälletty johtamisen, markkinoinnin, tutkimuksen ja muotoilun näkökulmia. Prosessin alullepanijoina ovat yrityksen tai organisaation johtajat. Valitaan tehtävään parhaiten soveltuva tiimi prosessin toteuttamiseksi, tiimin jäsenet voivat tulla sekä yrityksen sisältä että sen ulkopuolelta. Tärkeintä on, että heillä on paras mahdollinen tietämys yrityksestä, käytännön tietoa yrityksen eri toimintatasoista ja -aloista sekä osaamista prosessin toteuttamisesta. Yhdessä määritellään projektin suunta, tavoite ja toteutusaikataulu. Sen jälkeen alkaa varsinainen prosessi, mikä koostuu kuudesta keskenään vuorovaikutuksessa olevasta kategoriasta. (Moritz 2005, 154 - 156.) Seuraavassa kuviossa esitetään palvelumuotoilun prosessi Moritzin mukaan (Kuvio 4).



Kuvio 4: Palvelumuotoilun prosessi (mukaillen Moritz 2005, 157)

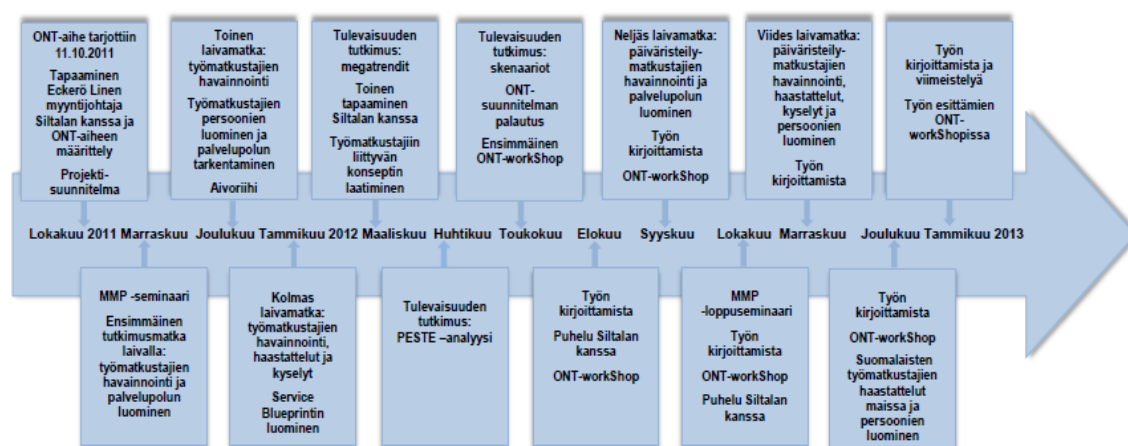
Tuulaniemi (2011, 126) määrittelee palvelumuotoiluprosessin luovan ongelmaratkaisun periaatteita noudattelevaksi prosessiksi, mikä koostuu sarjasta loogisesti eteneviä ja toistuvia toimintoja. Koska palvelun kehittäminen on luonteeltaan uuden luomista ja sitä kautta ainutkertaista, ei ole mahdollista kuvata prosessia, joka toimisi yksi yhteen kaikenlaisten palveluiden kehittämisessä ja kaikissa tilanteissa. Kyseessä on siis prosessin runko, mitä voi soveltaa eri tilanteissa ja eri palveluiden kehittämiseen. (Tuulaniemi 2011, 126-129.) Tuulaniemen palvelumuotoilun prosessi ja sen eri vaiheiden sisältö esitetään alla olevassa kuviossa (Kuvio 5).



Kuvio 5: Palvelumuotoilun prosessi (mukaillen Tuulaniemi 2011, 127)

Sekä Moritzin että Tuulaniemen mallia voidaan käyttää täysin uuden palvelun suunnittelemiseen. Näitä malleja on mahdollista hyödyntää myös jo olemassa olevan palvelun kehittämiseen. Jälkimmäisessä tapauksessa voidaan prosessin mallia käyttää hyödyksi soveltuvien osien.

Opinnäytetyön pohjana on käytetty Tuulaniemen prosessimallia ja siitä sen kolmea ensimmäistä osaa. Opinnäytetyö ei etene tuotannon ja arvioinnin vaiheisiin, vaan päättyy konseptin kehittämiseen. Näin siksi, että Matkailijan moniaistinen palvelukokemus -hankkeessa on kysymys palvelun kehittämisestä mukana oleville kohdeyrityksille. Tuulaniemen prosessimalli sopi käytettäväksi opinnäytetyössä paremmin kuin Moritzin malli, koska projektiin osallistui vain kaksi kohdeyrityksen ulkopuolelta olevaa henkilöä, projekti oli suhteellisen pieni ja tavoite tarkasti rajattu. Seuraavassa kuviossa kuvataan opinnäytetyön etenemisprosessia aikatauluineen ja aikaansaannoksineen (Kuvio 6).



Kuvio 6: Opinnäytetyön etenemisprosessi

2.2 Asiakaskokemus

Palvelutuotteelle on ominaista se, että siinä asiakkaalle tarjotaan jotain aineetonta. Sitä tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Matkailutuotetta ei voida patentoida, varastoida tai esitellä sellaisenaan valmiina tuotteena, koska palvelu on aineeton. Palveluun voi kuulua myös aineellisia tekijöitä, kuten esimerkiksi ruokaa, ostoksia tai matkamuistoja. Näitä voidaan kokeilla ja arvioida konkreettisesti, mutta vasta toteutuvan matkan aikana. Yksi merkittävä ero palvelujen tuottamisen ja markkinoinnin välillä tavaroiden tuottamiseen ja markkinointiin verrattuna on se, että palveluita tuotetaan ja kulutetaan samaan aikaan. Matkustaja kuluttaa matkapalvelun samalla, kun ne syntyvät eli esimerkiksi laiva liikkuu lähtösatamasta kohdesatamaan. Palvelun kuluttamisessa on useimmiten kysymys jonkin tarpeen tyydyttämisestä liittyvästä palvelukokemuksesta. Kokemuksen syntymiseen vaikuttavat asiakkaan ja palveluhenkilökunnan lisäksi myös muut mukana olevat asiakkaat. (Komppula & Boxberg 2002, 10.)

Palveluissa on siis keskeisenä tekijänä asiakkaan kokemus palvelusta. Asiakaskokemus kattaa siten koko yrityksen tarjooman: mainonta, muut kontaktit ennen palvelua, asiakaspalvelun laatu, palveluominaisuudet, käytön helppous ja luotettavuus. Asiakaskokemuksen lopputulemana on asiakkaan kokema arvo tuotteessa tai palvelussa eli asiakasarvo. (Tuulaniemi 2011, 74.) Asiakaskokemus voidaan Tuulaniemen (2011, 74) mukaan jakaa kolmeen tasoon: toimintaan, tunteisiin ja merkitykseen.

Toiminnan tasolla tarkoitetaan palvelun kykyä vastata asiakkaan toiminnalliseen tarpeeseen, prosessien sujuvuutta, palvelun hahmotettavuutta, saavutettavuutta, tehokkuutta, käyttökelpoisuutta ja monipuolisuutta. Toiminnan tasoa kutsutaan myös palvelun hygieniatasoksi, sillä tämän tason vaatimusten tulee täyttyä, jotta palvelulla on ylipäättään mahdollisuus olla mark-

kinoilla. Tunnetaso tarkoittaa välittömiä tuntemuksia ja henkilökohtaisia kokemuksia, joita asiakkaalle syntyy. Näitä ovat: kokemuksen miellyttävyys, kiinnostavuus, helppous, innostavuus, tunnelma, tyyli ja kyky koskettaa aisteja. Asiakaskokemuksen ylin taso on merkitystaso. Sillä tarkoitetaan kokemukseen liittyviä merkitys- ja mielikuvavaltuuksia, kulttuurillisia koodeja, tarinoita, lupauksia, unelmia, oivalluksia kokemuksen henkilökohtaisuudesta, suhdetta asiakkaan elämäntapaan ja omaan identiteettiin. (Tuulaniemi 2011, 74.) Asiakaskokemuksen tasot on kuvattu alla olevaan asiakkaan arvon muodostumisen pyramidiin (Kuvio 7).



Kuvio 7: Arvon muodostumisen pyramidi (Tuulaniemi 2011, 75)

Asiakkaiden ja palveluntuottajien keskinäisellä vuorovaikutuksella on edellä esitetyn mukaan hyvin keskeinen asema palvelukokemuksen muodostumisessa. Olennaista on siis ymmärrys heidän molempien odotuksista, tarpeista, motivaatiotekijöistä ja arvoista sekä yhdessä että erikseen. Asiakasymmärryksellä tarkoitetaan sitä, että yrityksissä on ymmärrettävä sitä todellisuutta, jossa heidän asiakkaansa toimivat ja elävät. Todelliseen asiakasymmärrykseen voi päästä vain ymmärtämällä asiakkaan arvonmuodostusta. Yritykset voivat kehittää uusia palvelukonsepteja ja suunnitella muista palveluista erottuvia asiakaskokemuksia asiakasymmärrystään hyödyntämällä. (Tuulaniemi 2011, 71-72.)

Tuulaniemi ei nosta arvon muodostumisen pyramidissaan lainkaan esiin elämystä ja sen merkitystä asiakkaalle, vaikka yksilöllisyydestä ja elämyksellisyydestä on tullut yrityksille tärkeä kilpailuvaltti. Amerikkalaiset B. Joseph Pine II ja James H. Gilmore ovat tuoneet elämyksen ja

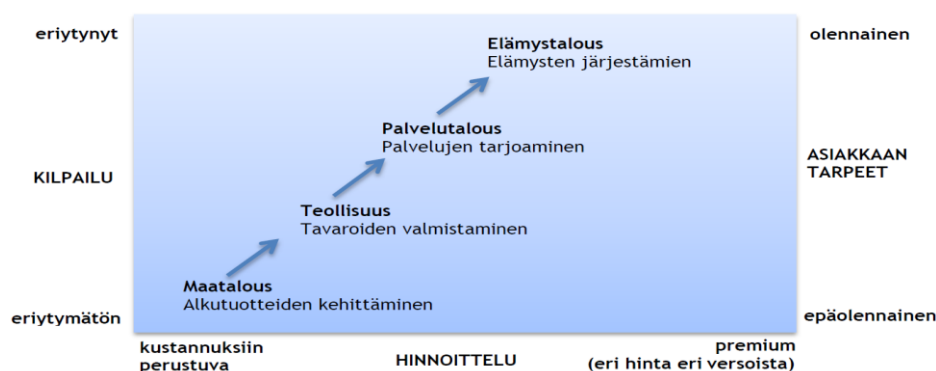
sen merkityksen palvelujen kehittämisessä esille jo vuonna 1999 julkaistussa teoksessaan *The Experience Economy, Work is theatre and every business a stage*.

2.3 Asiakaskokemuksesta elämykseen

Elämystä on käsitteenä määritelty kirjallisuudessa lukuisilla eri tavoilla. Niistä muutamia esitellään tässä luvussa. Lisäksi luvussa käsitellään lyhyesti myös elämystaloutta ja elämyskolmio-mallia.

Elämystalous -käsitteen lanseerasivat 1990-luvun lopussa Pine ja Gilmore. Heidän (1999, 22) mukaansa elämystalous on syntynyt yhteiskunnallisen kehityksen tuloksena. Kehitys on jaettavissa neljään osaan: maatalous, teollisuus, palvelutalous ja elämystalous. Näiden vaiheiden kautta tuotteiden jalostusaste on noussut. Jalostusasteen nostamisen seurauksena tuotteita on sovitettava ja kehitettävä paremmin kuluttajien tarpeisiin sopiviksi. Maatalouskulttuurin alkutuotteiden myynnistä on tultu massatuotannon kautta palvelujen tarjontaan. Palvelutalous muuttuu elämystaloudeksi, kun tuotteita jalostetaan edelleen ja elämysten kokemiselle aletaan tuottaa erillisiä näyttämöitä. (Pine & Gilmore 1999, 20-25.)

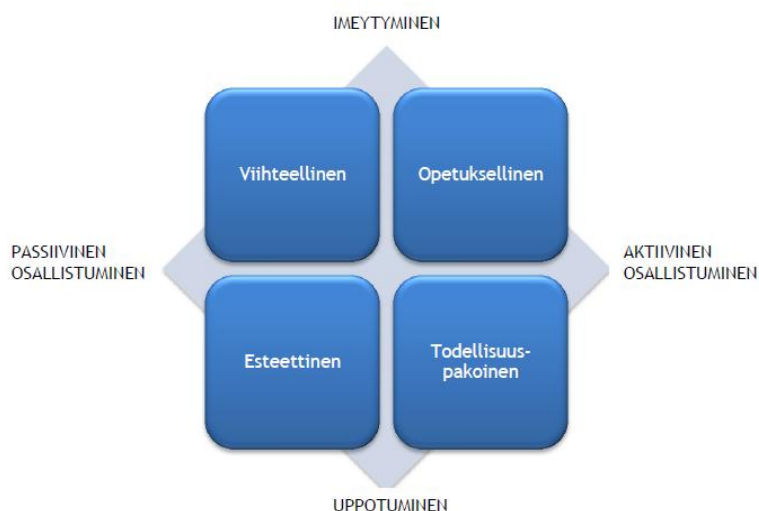
Alasen (2007) mukaan elämystaloudessa on kysymys siitä, että ilmiö koskettaa useita ihmisiä ja on jonkun tuottajan markkinoille tuoma. Elämystaloudessa asiakkaat tavoittelevat muuta kuin tavallisia palveluita ja tuotteita, he ovat myös valmiita maksamaan elämyspalveluista normaalia enemmän. Elämystalous tarjoaa yrityksille bisnesmahdollisuuksia ja yritysten kannattaa tarttua mahdollisuuteen silloin, kun se on tarkoituksenmukaista. (Grönroos 2010, 35-36.) Elämyksessä on kyse korkeamman jalostusasteen tuotteesta, tämä vaikuttaa yrityksen kilpailuasemaan, elämyksen tuottamisen kustannuksiin ja lopuksi myös tuotteen hinnoitteluun. (Tarssanen & Kylänen 2007, 107.) Seuraava kuvio kuvaa talouden jatkumon eri vaiheita, kehitystä ja vaikutuksia (Kuvio 8). Näissä vaiheissa tarjontaa sovitetaan paremmin asiakkaan tarpeisiin ja tuotteen jalostusasteen noustessa nousee siitä pyydyttävä hintakin.



Kuvio 8: Talouden jatkumon eri vaiheet (Pine & Gilmore 1999, 22)

MOT Kielitoimiston sanakirjan (2012) määritelmässä elämys on ”voimakkaasti vaikuttava kokemus”. Pinen ja Gilmoren (1999, 3-5, 12) mukaan elämykset ovat hyödykelaji, jotka eroavat palvelusta yhtä paljon kuin palvelut eroavat tuotteista. Muista tuotteista elämyksen erottaa se, että se on mieleenpainuva, tunnesidonnainen ja ainutkertainen.

Pine ja Gilmore (1999, 30) jakavat elämykset neljään eri pääryhmään. Jakoperusteena toimii se, miten aktiivisesti tai passiivisesti asiakkaat itse osallistuvat elämyksen syntymiseen. Toisella akselilla jaetaan elämykset sen mukaan, miten tiiviisti asiakas on yhteydessä tapahtumaan ja ympäristöön eli uppoutuuko asiakas elämykseen vai imeekö se asiakkaan mukaansa. Seuraavassa kuviossa kuvataan elämysten jakautuminen neljään pääryhmään ominaisuuksien mukaan: opetuksellinen ja todellisuuspakoinen elämys edustavat aktiivista osallistumista ja viihteellinen ja esteettinen elämys puolestaan passiivista osallistumista (Kuvio 9). Pinen ja Gilmoren elämysmallia käytetään edelleen hyvin yleisesti elämystä koskevissa tutkimuksissa.



Kuvio 9: Elämysten neljä pääryhmää (mukaillen Pine & Gilmore 1999, 30)

Pine ja Gilmore (1999, 39-40) korostavat elämyksen olevan täydellinen silloin, kun siinä yhdistyvät kaikki kuviossa yhdeksän esitettyä neljä elämysten pääryhmää. Todellisuudessa yritykset panostavat yhteen tai muutamiin näistä pääryhmistä. Suunnittelun ammattilaisten trendinä on tällä hetkellä pyrkiä tarjoamaan asiakkaalle mahdollisuutta irtautua arjesta, paeta todellisuutta, unohtaa huolet, stressi sekä kiireet ja kokea jotain ainutlaatuista ja ihanaa. (Markkanen 2008, 36.)

Holbrookin (2006) mukaan elämystä voidaan tarkastella kokeellisella lähestymistavalla, jossa arvoa tarkastellaan hedonistisesta näkökulmasta. Tässä lähestymistavassa Holbrook (2006, 714) erottelee kolme F:ää eli fantasies, feelings ja fun. Fantasiat, tunteet ja hauskuus ovat kuluttajakokemuksen päätekijöitä. Fantasiat kuvaavat unelmia, mielikuvitusta ja tiedosta-

mattomia haluja. Tunteet kuvaavat esimerkiksi rakkautta, vihaa, pelkoa, iloa, surua jne. Hauskuus puolestaan kuvaa hedonistista ja esteettistä nautintoa ja leikkiä. Hedonistisen arvon lähtökohtana on kuluttajan oma mielihyvä. Kuluttajat eivät niinkään kaipaa tuotteita kuin tyydyttäviä kokemuksia ja elämyksiä. (Holbrook 2006, 715.)

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen (2012) määritelmä elämyksestä on seuraava: ”moniaistinen, merkittävä ja unohtumaton kokemus, joka voi tuottaa kokijalleen henkilökohtaisen muutoksenkokemuksen – koettu ja opittu voidaan omaksua osaksi omaa arkipersonaa tai elämyksen kokeminen voi johtaa oman maailmankuvan muuttumiseen. Elämys on aina subjektiivinen kokemus ja useiden eri tekijöiden summa.” Elämys ei ole siis ainoastaan hyvä kokemus tai palvelu, ne ovat vain edellytykset elämyksen syntymiselle. Elämyskokemus on suunniteltu asiakaslähtöisesti, sen sisältö ja toteutustapa on muokattu asiakkaan yksilöllisten tarpeiden mukaisesti. Palvelussa on oleellista se mitä asiakas saa, elämyksessä puolestaan keskitytään siihen miten ja millainen kokemus vieraalle luodaan. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus, 2012.)

Elämyskolmio-malli (Kuvio 10) on mallinnettu Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksessa, se auttaa edistämään tuotteen tai palvelun elämyksellisyyttä. Kolmiossa on kaksi tarkastelunäkökulmaa – tuotteen elementit ja asiakkaan kokemus. Elämyksellisen tuotteen pitäisi sisältää kaikki kuusi esitettyä elementtiä. Niiden avulla asiakkaan kokemus etenee eri tasojen kautta kohti elämystä ja parhaassa tapauksessa sitä kautta kohti muutosta. (Tarssanen & Kylänen 2007, 112-113.)



Kuvio 10: Elämyskolmio (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus, 2012)

Asiakkaan kokemuksen tasot

Motivaation tasolla tarkoitetaan asiakkaan kiinnostuksen herättämistä, hänelle luodaan odotuksia tuotetta kohtaan sekä halu ja valmius osallistua ja kokea. Tuote tuodaan asiakkaan tietoisuuteen mm. markkinoinnin keinoin. Jo tässä vaiheessa tulisi mahdollisimman moni kuu-desta elämyskriteeristä täyttyä. Siispä tuotteen markkinoinnin tulisi olla yksilöllistä, moniais-tista, aitoa, vuorovaikutuksellista kontrastia ja innostavaa tarinaa unohtamatta. (Tarssanen & Kylänen 2007, 117.)

Fyysisellä tasolla asiakas kokee ympäristönsä aistiensa kautta. Tällä tasolla tuote otetaan vas-taan, tunnetaan, havaitaan, koetaan ja tiedostetaan. Fyysisten aistimusten avulla asiakas tie-dostaa, missä on, mitä tapahtuu ja mitä teemme. Tuotteen tekninen laatu, käytettävyys ja toimivuus mitataan tällä tasolla. (Tarssanen & Kylänen 2007, 117-118.)

Älyllisellä tasolla muokataan ja käsitellään ympäristön antamat aistiärsykkeet, toimitaan nii-den mukaan sekä opitaan, ajatellaan, sovelletaan tietoa ja muodostetaan mielipiteitä. Älylli-sellä tasolla tehdään päätös siitä, olemmeko tyytyväisiä tuotteeseen vai emme. Tällä tasolla hyvä tuote tarjoaa asiakkaalle oppimis- tai harjaantumiskokemuksen, mahdollisuuden uuden oppimiseen, kehittymiseen ja uuden tiedon saantiin joko tiedostetusti tai tiedostamatta. (Tarssanen & Kylänen 2007, 118.)

Emotionaalisella tasolla koetaan sitten varsinainen elämys. Mikäli tuotteessa on tähän asti huomioitu hyvin kaikki peruselementit ja fyysinen ja älyllinen taso toimivat, on erittäin to-dennäköistä, että asiakkaan kokema tunnereaktio on positiivinen. Koetaan iloa, riemua, on-nellisuutta, liikutusta, onnistumista ja oppimista, siis jotakin sellaista, jonka yksilö kokee it-selleen merkitykselliseksi. (Tarssanen & Kylänen 2007, 118.)

Henkinen taso on ylin ja viimeinen taso. Tällä tasolla elämyksen kaltainen positiivinen ja voi-makas tunnereaktio voi synnyttää henkilökohtaisen muutostokemuksen. Se voi johtaa melko pysyviin muutoksiin kokijan fyysisessä olotilassa, mielentilassa tai elintavassa. Elämyksen kautta on mahdollista omaksua uusi harrastus, ajattelutapa tai löytää itsestään uusia voima-varoja. (Tarssanen & Kylänen 2007, 118-119.)

Elämyksen elementit

Yksilöllisyydellä tarkoitetaan tässä tuotteen ainutkertaisuutta ja -laatuisuutta niin, ettei täy-sin samaa tai samanlaista tuotetta ole löydettävissä muualta. Yksilöllisyys on nähtävissä asia-kaaslähtöisyydessä ja joustavuudessa sekä mahdollisuudessa räätälöidä tuotteita jokaisen asi-akkaan mieltymysten ja tarpeiden mukaisesti. Haastavinta on tuottaa sellaisia tuotteita, jotka

ovat helposti personoitavissa ja joiden peruskonsepti on sekä tasalaatuinen että kopioitavissa. (Tarssanen & Kylänen 2007, 114.)

Aitous tarkoittaa elämystuotteessa tuotteen uskottavuutta. Yksinkertaisimmillaan se on jotain jo olemassa olevaa ja todellista oman alueen elämäntapaa ja kulttuuria. Aitouden määrittää viimekädessä asiakas itse. Tuote on aito, mikäli asiakas kokee sen uskottavana ja aitona, vaikka se olisi täysin kuvitteellinen. (Tarssanen & Kylänen 2007, 114-115.)

Tarina liittyy hyvin läheisesti tuotteen aitouteen. Kokonaisuuden eri elementit on tärkeää sitoa toisiinsa yhtenäisellä tarinalla, silloin kokemuksesta tulee mukaansatempaava ja tiivis. Hyvän tarinan kautta annetaan kokemukselle ja tuotteelle sosiaalinen merkitys ja sisältö sekä asiakkaalle syy kokea kyseessä oleva tuote. Tarina on tarjottavan tuotteen juoni. Hyvä tarina puhuttelee ja siitä löytyy sekä faktan että fiktion elementtejä. (Tarssanen & Kylänen 2007, 115.)

Moniaistinen tuote on mahdollisimman monin aistein koettavissa. Tuotteen tulee tarjota ärsykeitä useille eri aisteille: visuaalisuutta, tuoksua, äänimaailmaa, makuja ja tuntoaistimuksia. Kaikkien aistiärsykkeiden tulisi olla luonnollisessa tasapainossa keskenään niin, että ne vahvistavat tarkoituksen mukaisesti omalta osaltaan haluttua teemaa ja ovat tukemassa tuotteen mukaansatempaavuutta. (Tarssanen & Kylänen 2007, 115-116.)

Kontrasti on erilaisuutta asiakkaan näkökulmaan. Tuotteen tulee olla erilainen suhteessa asiakkaan omaan arkeen, hänen tulee voida kokea jotakin uutta, eksoottista ja tavallisuudesta poikkeavaa. Uuden ja erilaisen kokeminen vapauttaa hänet näkemään ja kokemaan asioita eri tavalla ollessaan vapaana arjen rajoituksista ja tottumuksista. Asiakkaan lähtökohdat mm. kulttuuri ja kansallisuus tulee huomioida kontrastin tuottamisessa. Se mikä on yhdelle eksoottista voi olla toiselle varsin tavallista. (Tarssanen & Kylänen 2007, 116.)

Vuorovaikutus on vuorovaikutusta tuotteen ja muiden asiaa kokemassa olevien kanssa. Yhteisöllisyyden tunne liittyy olennaisena osana vuorovaikutukseen eli koetaan yhdessä jotakin, joko osana yhteisöä, ryhmää tai perhettä. Elämyksen voi kokea yksinkin, mutta yhteisöllisyyteen liittyy aina tietoisuus siitä, että kokemamme on yleisesti hyväksytty ja arvostettu ja nostaa näin osaltaan kokijan sosiaalista statusta tai liittää häntä tiiviimmin osaksi tiettyä ryhmää. (Tarssanen & Kylänen 2007, 116.)

Elämyksen ollessa subjektiivinen kokemus, matkailuelämyksiä ei voida itse asiassa tuottaa, mutta elämysten synnylle voidaan tarjota edellytyksiä palvelukonseptien, palveluprosessien ja palvelujärjestelmien avulla. Kun tavoitellaan elämysten tarjoamista, on kyettävä luomaan erilaisista elämyksistä mielikuvia ja taattava sellaiset palveluprosessit, joissa on mahdollista

tuottaa asiakkaalle elämyksiä. Lisäksi palvelujärjestelmä tulisi luoda sellaiseksi, että asiakkaan tavoitteeksi muodostuvat toistuvat elämykset. (Komppula & Boxberg 2002, 29-30.)

Matkustaminen on muuttunut osaksi elämää ja erityisesti Helsingin ja Tallinnan välisestä laivamatkasta on tullut arkinen tapahtuma. Todennäköisesti aika harvassa ovat ne suomalaiset, jotka eivät ole matkustaneet laivalla Viroon ja takasin. Laivamatka täyttää yleensä kaksi asiakkaan kokemuksen tasoa – motivaation ja fyysisen tason. Elämyksen elementtejä on kyseisellä laivareitillä kuitenkin jo vaikeampi täyttää. Yksi syy voi olla se, että ihmisillä on nykyään ympärillään paljon ärsykeitä, erilaisten medioiden kautta saadaan jatkuvasti uutta tietoa, matkustetaan paljon ja usein tuntuu, että kaikki on jo nähty. Palveluntuottajalle on haasteellista luoda arkisesta palvelusta kokemus, mistä syntyisi elämys. Toinen syy elämyksen elementtien puuttumiselle on se, että laiva on ensisijaisesti kuitenkin matkustusväline paikasta A paikkaan B ja laivayhtiön harjoittaman liiketoiminnan tavoitteena on taloudellisen voiton tavoittelu. Aikataulujen laatimisessa, sisätilojen suunnittelussa, myymälän tarjonnassa ja muiden palveluiden tuottamisessa huomioidaan liiketoiminnan hyötyjä ja yritetään karsia kuluja. Kun sen lisäksi otetaan huomioon kiristynyt kilpailutilanne, on selvä, että elämyksen luomisessa on haasteita.

3 Kohdeyrityksen nykytila ja toimialan tulevaisuusnäkymät

Tässä luvussa kuvataan ensin kohdeyritys Eckerö Linen liikennöintiin ja matkustamiseen liittyvää nykytilaa aikataulujen, matkan varaamisen, lähtöselvityksen, tilojen, palveluiden ja hinnoittelun osalta. Nämä tiedot on opinnäytetyöhön saatu terminaalissa ja laivalla tapahtuneen havainnoinnin, kohdeyrityksen henkilökunnan haastatteluiden ja yritysten nettisivujen avulla. Tällä nykytilan kartoituksella saatiin syvempää ymmärrystä toimialasta ja kohdeyrityksestä. Näitä saatuja tietoja käytettiin hyödyksi Service Blueprint -kaavion laatimiseen, tutkittavien asiakasryhmien palvelupolkujen luomiseen ja palvelukonseptien kehittämiseen.

Toisena osana lukua on laivamatkailun tulevaisuudennäkymät vuotta 2030 ajatellen. Toimialan tulevaisuuden näkymät ovat merkittävässä osassa mietittäessä yrityksen tulevaa liiketoimintaa ja kehitettäessä uusia palveluita. Tulevaisuuden tutkimus haluttiin tuoda osaksi opinnäytetyötä, koska työssä kehitetään palveluita ajatellen tulevaa eikä nykyhetkeä. Tulevaisuuden tutkimus mahdollisti laajemman perehtymisen kohdeyrityksen toimialaan. Sen keinoilla voitiin myös hahmottaa paremmin alan vaihtoehtoisia tulevaisuuksia.

3.1 Nykytilan kartoitus

Eckerö Linellä matkustavista asiakkaista 60 prosenttia on päiväristeilijöitä ja 40 prosenttia reittimatkustajia. Näistä reittimatkustajista 10 prosenttia on hotellimatkalaisia. Lopusta 30

prosentista yrityksellä ei ole tarkempaa tietoa, eli sitä, minne ja miksi matkustetaan ei ole selvitetty. Eckerö Linen edustajan (Siltala 2011) kanssa käydyissä keskusteluissa tuli ilmi, että Suomessa ja Virossa työssäkäyvät reittimatkustajat eivät ole mitenkään merkittävä asiakasryhmä heille tällä hetkellä. Tämä asiakasryhmä jää heillä myös osittain saavuttamatta, lähinnä aikataulullisista ja matkan kestoon liittyvistä syistä. Sekä Eckerö Linellä että heidän kilpailijallaan on hyvin tiedossa se, ettei tämä opinnäytetyössä tutkittava virolaisten työmatkustajien asiakasryhmä ole heille laivalla tapahtuvan kuluttamisen kannalta merkittävä. Nämä matkustajat ovat matkalla töihin tai töistä kotiin ja heidän mielenkiintonsa on osittain muualla kuin ostamisessa ja kuluttamisessa.

3.1.1 Aikataulut

Eckerö Linen Nordlandia lähtee Helsingistä Tallinnaan maanantaista perjantaihin klo 8.00, lauantaisin klo 9.00 ja sunnuntaisin klo 10.30, matkan kesto on kolme tuntia. Lähtö Tallinnasta Helsinkiin on maanantaista perjantaihin klo 17.00, lauantaisin klo 17.30 ja sunnuntaisin klo 16.00. Paluumatkan kesto on kolme ja puoli tuntia. Laivalla on ilta- ja yölähtöjä reittimatkustajille Helsingistä Tallinnaan maanantaista perjantaihin klo 21.45 ja sunnuntaisin klo 20.30. Matkan kesto on kolme tuntia. Lähtö Tallinnasta Helsinkiin on tiistaista perjantaihin klo 01.30, lauantaisin klo 01.30 ja maanantaisin klo 00.30. Paluumatkan kesto näillä yövuoroilla on viidestä kuuteen tuntia. (Eckerö Line 2011.) Nordlandian ilta- ja yölähdöille voi varata vain reittimatkoja ja autopaikkoja. Auto- ja hyttivaraus on pakollinen Tallinna–Helsinki-yölähdöillä. Autovaraus on pakollinen siksi, ettei Tallinnan terminaali ole avoinna öisin ja hyttipaikka siksi, etteivät asiakkaat vaella yöllä ympäri suljettua laivaa. Auto- ja hyttipakko rajoittaa matkustusta yövuoroilla. Eckerö Linellä iltavuoroista suosituimmat ovat laivan torstain ja perjantain lähdöt Helsingistä. Yövuoroista suosituin on sunnuntain ja maanantain välisen yön matka Tallinnasta Helsinkiin. (Vuorela 2011.)

Kilpaileva yhtiö tarjoaa reittimatkustajille Helsinki–Tallinna-vuoroja arkisin klo 7.30 - 21.30 ja viikonloppuisin klo 8.00 - 21.30. Lähtöjä on kahden - neljän tunnin välein ja matkan kesto on kaksi tuntia. Tallinna–Helsinki-vuoroja on puolestaan tarjolla arkisin ja viikonloppuisin klo 7.30 - 21.00. Lähtöjen vaihteluväli ja matkan kesto ovat samat kuin Helsingin päästä matkustettaessa. (Tallink Silja 2011.) Yövuoroja kilpailijoilla ei ole tarjolla. Reittimatkustaja voittaa ajassa Eckerö Linen matkaan verrattuna Tallinnaan mennessä tunnin ja Helsinkiin palatessa neljästä tunnista puoleentoista, riippuen siitä, minkä kilpailevan yhtiön matkan ja lähtöajan hän valitsee. Lähtö- ja paluuaikatauluiltaan kilpailijan tarjoamat matkat sopivat tällä hetkellä paremmin työmatkustajille. Ne tarjoavat heille nopeamman matkan sekä enemmän joustoa ja valinnan mahdollisuuksia.

3.1.2 Matkan varaaminen ja lähtöselvitys

Matkan varaaminen onnistuu nyt kaikilta laivayhtiöiltä samalla tavalla Eckerö Linen otettua käyttöön uuden sähköisen matkanvarausjärjestelmän syyskuussa 2011. Matkoja varataan matkamyymlöistä, puhelimitse, sähköpostilla tai netistä. Liput maksetaan myymälöissä kortilla tai käteisellä. Netissä varatun matkan voi maksaa pankkien suoramaksulla tai yleisimmillä luottokorteilla. Muita kautta varatut matkat yritykset laskuttavat ja ne maksetaan yritysten pankkitileille.

Eckerö Linen matkustajaselvityspisteet sijaitsevat Helsingissä Länsiterminaalissa ja Tallinnassa A-terminaalissa. Lähtöselvitys alkaa 1,5 tuntia ennen laivan lähtöä ja loppuu 15 minuuttia ennen lähtöä. Matkustajia pyydetään saapumaan lähtöselvitykseen viimeistään tunti ennen lähtöä. Matkalippu, voucher tai muu tosite maksetusta matkasta luovutetaan lähtöselvitykseen. Nettimyymlässä matkansa varanneet matkustajat saavat maihinnousukorttinsa lähtöselvityksestä esittämällä varausnumeron ja henkilöllisyystodistuksen. Ryhmille on oma palvelupiste. Ryhmien maihinnousukortit jaetaan terminaalissa ryhmälähtöselvityksestä alkaen 1,5 tuntia ennen lähtöä. Kortit on noudettava viimeistään tunti ennen lähtöä. Kortit voi nousta arkipäivinä jo lähtöä edeltävänä päivänä terminaalista. Tästä on sovittava erikseen matkaa varattaessa. Lähtöselvityksen jälkeen on laivaan meno mahdollista. Autoilevien matkustajien lähtöselvitys tehdään satamassa omissa pisteissään, paikalla tulee olla viimeistään tunti ennen laivan lähtöä. (Eckerö Line 2011.)

Kilpailevalla yrityksellä lähtöselvitys suoritetaan Helsingissä Länsiterminaalissa ja Tallinnassa D-terminaalissa asiakaspalvelupisteissä tai lähtöselvitysautomaateilla. Ajoneuvotta matkustavien asiakkaiden tulee olla lähtöselvityksessä viimeistään 30 minuuttia ennen laivan lähtöä. Matkalippu vaihdetaan lähtöselvityksessä maihinnousukortteihin. Mikäli matka on maksettu pankkisiirrolla, mukana on oltava maksukuitti. Ryhmille on lähtöselvityksessä oma piste, josta ryhmänjohtaja saa matkalippua vastaan ryhmän maihinnousukortit. Ryhmänjohtajan on ilmoitettava lähtöselvityksessä viimeistään tunti ennen lähtöä. Lähtöselvitysautomaatit on tarkoitettu yksittäisille ajoneuvotta matkustaville asiakkaille. Automaatilla koneeseen syötetään matkan varaus- ja turvanumero. Kanta-asiakkaat voivat vetää kanta-asiakaskorttinsa lukijan läpi, valita oikean varauksen ja vahvistaa sen. Tämän jälkeen kone tulostaa maihinnousukortit. Automatkustajien tulee ilmoittautua sataman autolähtöselvityksessä viimeistään tuntia ennen lähtöä. Viimeinen lähtöselvitysaika on 30 minuuttia ennen lähtöaikaa. (Tallink Silja 2011.)

3.1.3 Tilat ja palvelut laivalla

Nordlandialla matkustajien käytössä ovat kannet 5 - 7 ja 9. Alemmilla kansilta löytyy autokannet, käyttämättömiä hyttiosastoja ja rahtimatkustajien hyttiosastot saunoineen ja kuntosaleineen. Viidennellä kannella on laivan sisääntulo- ja maihinnousutilat. Myös laivan infopiste sijaitsee tällä kannella, lisäksi kannella on matkatavarasäilytys, hyttiosasto ja myymälä. Kannella kuusi sijaitsevat laivan ravintolat Buffet ja Bistro, kahvila, lasten leikki-tila ja hyttiosasto. Seitsemännellä kannella on laivan tanssiravintola, Pub, hyttiosasto, ryhmätyötiloja ja ulkokansi. Kahdeksannella kannella on henkilökunnan hyttejä ja kannella yhdeksän ovat laivan kokoustilat, komentosiila ja päällystön hytit. (Eckerö Line 2011; Siltala 2012.)

Työmatkustajista ne, joille yritys on varannut kokoustilat käyttöön matkan ajaksi viettävät aikansa pääasiassa kannella 9 kokoustiloissa. Muut mahdolliset työmatkustajat viettävät aamu- ja iltavuoroilla aikaansa laivan sisääntulokerroksen oven vieressä olevassa pienessä matkustajatilassa (20 paikkaa), kahvilan pöydissä ja kerrosten kahdeksan sekä yhdeksän käytävillä. Ravintoloiden tiloja nämä matkustajat käyttävät harvemmin oleiluun. Päiväristeilymatkustajat oleskelevat matkan aikana pääasiassa kansilla 5 - 7, joilta löytyy heidän käyttämänsä palvelut. Yövuoroilla matkustajilla on hyttipakko.

3.1.4 Hinnoittelu

Eckerö Linen laivaliput on hinnoiteltu sesongin, viikonpäivän, lähtöajan, matkustustavan ja matkustajaluokan mukaan. Matkanjärjestäjille, senioreille (60+), eläkeläisille, opiskelijoille ja lapsille (6-17 vuotta) on omat hinnat. Ryhmät, S-etukortin omistajat, laivalla myymäläostoksia yli 100 euron edestä tehneet ja meno-paluulippujen ostajat saavat lipun hinnasta alennusta. Yhtiöllä on paljon myös vaihtuvia tarjouksia. (Eckerö Line 2011.)

Eckerö Linellä ei ole omaa kanta-asiakasohjelmaa eivätkä usein palveluja käyttävät työ- tai päiväristeilymatkustajat saa etuja lipun hinnasta. Eckerö Line on tehnyt yhteistyösopimuksia eri yritysten kanssa. Näille yrityksille Eckerö Line myy erillisiä sarjalippuja. Liput eivät ole henkilökohtaisia, ne tunnistetaan ID-numeron perusteella ja näin lippuja voi käyttää kuka tahansa yrityksen työntekijä. (Siltala 2012.)

3.2 Tulevaisuusnäkymät laivamatkailussa 2030

Tulevaisuutta ei voida ennustaa, koska sitä ei ole ennalta määrätty, mutta siihen voi vaikuttaa omien valintojensa ja tekojensa kautta. Tulevaisuuden tutkimuksessa tutkitaan tapahtumia, joita ei ole vielä tapahtunut. (Kokkonen, Kuuva, Leppimäki, Lähtinen, Meristö, Piira &

Sääskilahti 2005, 34.) Tulevaisuuden tutkimuksen keinoilla voidaan hahmottaa vaihtoehtoisia tulevaisuuksia ja ennakoida ja varautua tulevaan.

Kettusen ja Meristön (2010, 16) mukaan ennakkoinnissa on kyse tulevaisuutta luotaavasta toiminnasta, jossa on tavoitteena parantaa pitkällä aikavälillä yrityksen uudistumiskykyä ja innovaatioiden täsmäosuvuutta. Ennakoinnin avulla on tarkoitus kartoittaa tulevaisuuden muutostekijöitä sekä niihin vaikuttavia voimia ja vastavoimia. Tämän pohjalta luodaan yrityksen oma toimintamalli suhteessa muihin alan toimijoihin. (Kettunen & Meristö 2010, 16.)

Vaihtoehtoisia tulevaisuuksia rakennettaessa, arvioitaessa ja valittaessa käytetään apuna skenaariomenetelmää. Kokkosen ym. (2005, 36) mukaan ”skenaario on tapa tehdä yhteenveto tulevaisuutta koskevan tutkimuksen tuotoksista” ja sen keskeisin tehtävä on esittää tulevaisuuden kehityksen eri vaihtoehtoja. Skenaarioita luodaan yleensä useampia, esimerkiksi neljästä kuuteen kappaletta ja niiden avulla saadaan otettua huomioon ei-toivotut ja epätodennäköiset vaihtoehdot, jotka ovat silti kuitenkin mahdollisia (Kokkonen ym. 2005, 36-37).

3.2.2 Megatrendit, heikot signaalit ja PESTE

Tehdyssä tulevaisuuden ennakkoinnissa lähdettiin liikkeelle kokoamalla tulevaisuustietoja. Näitä tulevaisuustietoja opinnäytetyössä esitettävien skenaarioiden pohjaksi ovat megatrendit, heikot signaalit ja PESTE -analyysi. Mannermaan (2004, 73) mukaan megatrendeillä eli kehityksen suurilla aalloilla tai linjoilla tarkoitetaan: ”sellaista ilmiötä tai ilmiökokonaisuutta, jolla voidaan nähdä olevan yleinen jo toteutuneen kehityksen perusteella tunnistettava suunta ja jonka uskotaan jatkuvan samansuuntaisesti myös tulevaisuudessa”. Megatrendejä tutkivat ja niistä raportoivat useat eri tahot. Suomessa näitä tahoja ovat esim. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Tulevaisuuden tutkimuksen seura ry., Tekes, Sitra, EK ja ministeriöt. Kansainvälisiä tahoja puolestaan ovat mm. YK, EU, IMF, OECD ja WTO. Seuraavassa taulukossa esitettävät megatrendit koottiin useita eri lähteitä apuna käyttäen (Amadeus 2007, 4; Elinkeinoelämän keskusliitto 2006, 45; Mannermaa 2004, 75-76, 96-98; Smith 2011, 3-4; Työ- ja elinkeinoministeriö 2008, 3), niille on yhteistä niiden samankaltaisuus ja merkityksellisyys matkailun tulevaisuuteen (Taulukko 2).

Megatrendejä	
Globalisoituminen	Taloukskasvun ja tuotannon maantiede on muutoksessa, suuntana on itä. Noin vuonna 2020 Kiinan odotetaan ohittavan Yhdysvallat maailman johtavana maana. Teollinen valmistus sijoittuu nykyisin joustavasti sinne, missä toimintaedellytykset ovat edullisimmat. Samaa tapahtuu myös tiedolle ja osaamiselle. Kehittyvät maat pyrkivät haastamaan tämän hetken menestyjät kaikkialla maailmassa. Rajattomuus lisääntyy, tapahtuu monenlaista rajojen madaltumista ja EU laajenee edelleen.
Kestävä kehitys	Tietoisuus ilmastomuutoksesta ja sen uhkista synnyttää paineen siirtyä ekologisesti kestäväan tuotantoon ja kulutukseen. Painetta lisäävät raaka-aineiden ja energian niukkuus sekä niiden jyrkkä hinnan nousu. Ekotehokkaiden ja uusiutuvien energialähteiden kehittäminen jatkuu.
Väestön ikääntyminen	Ennustusten mukaan 2030-luvulla joka neljäs suomalainen on yli 65-vuotias. Suomi on yksi ensimmäisistä maista, joka kohtaa työvoiman supistumisen. Nopea väestörakenteen muutos pakottaa Suomen nopeisiin tuottavuutta ja tehokkuutta parantaviin ratkaisuihin. Tämä luo edellytyksiä uusille innovaatioille ja liiketoimintamahdollisuuksille. Hoiva- ja terveyspalveluiden kysyntä kasvaa.
Työn murros	On siirrytty teollisuusyhteiskunnasta tietoyhteiskuntaan. Työn ajallinen ja paikallinen sidonnaisuus on heikentynyt. Tilalle on tullut pätäkä-, osa-aika-, etä-, liikkuva- ja tietotyö. Lyhyemmät vapaat korvaavat pitkät lomat.
Kotitalouksien koon pieneneminen	Perherakenne muuttuu. Väestö ikääntyy ja sinkkotaloudet lisääntyvät, yhä suurempi osa ihmisistä elää pienissä kotitalouksissa. Perhekoon pieneneminen lisää kuluttajien käytössä olevien varojen määrää.
Verkostoituminen	Muuttaa yritysten ja kokonaisten toimialojen toimintoja syvällisesti. Yhteisöllisen median myötä on syntynyt verkostoitumiseen uusi ulottuvuus. Taustalla on ajatus informaation jakamisesta, joka leviää toimintatapana Internetin ulkopuolelle.
Turvattomuuden lisääntyminen	Turvattomuutta aiheuttavat mm. terrorismin, kansainvälisten konfliktien ja rikollisuuden kasvu, päihteiden ja huumeiden käytön lisääntyminen sekä ilmastomuutoksen myötä mahdollisesti lisääntyvät säiden ääri-ilmiöt myrskyineen ja tulvineen.
Teknologinen kehitys	Teknologian kehitys jatkuu yhä kiihtyvällä nopeudella. Syntyy jatkuvasti tietoa ja tuloksia, jotka mahdollistavat potentiaalín uusille sovelluksille ja vanhojen toimintojen uudistamiselle. Tulevaisuuden teknologiassa korostuu vuorovaikutteisuus, käytettävyys ja ymmärrettävyys. Palveluja hoidetaan jatkossa enemmän tietoverkkojen kautta. Internet kasvaa edelleen ja se laajenee mm. kulkuneuvoihin, vaatteisiin ja kodinkoneisiin.
Varallisuuden kasvu ja polarisoituminen	Tulo- ja hyvinvointierot ovat koko ajan kasvussa. Ihmisten elämäntapa ja kulutustottumukset erilaistuvat, tämä tuo mukanaan yksilölliset ratkaisut työelämässä ja vapaa-ajalla. Haetaan vastinetta rahoille ja ainutlaatuisuudesta ollaan valmiita maksamaan.

Taulukko 2: Matkailun megatrendit

Heikoilla signaaleilla Mannermaa (2004, 113) tarkoittaa ”ilmiöitä, jotka ovat ”oraalla” ja joilla ei yleensä ole selvästi tunnistettavaa menneisyyttä. Ne eivät ole aiemmin olleet olemassa tai ainakaan merkityksellisiä”. Matkailuun liittyviä heikkoja signaaleja voisivat olla esimerkiksi ekomatkailu, avaruusturismi tai hidas matkustaminen, jossa tavoitteena on eritoten matkan teosta nauttiminen. Lisäksi heikkona signaalina voitaisiin pitää virtuaalisen ja fyysisen maailman sulautumista, siellä virtuaaliagentti hoitaa matkajärjestelyt tai matkailija matkaa mieli-kohteessaan ilman, että hän on poistunut kotoaan.

Mustia joutsenia eli villejä kortteja matkailun kannalta voisivat olla ainakin seuraavat tekijät: ilmastopakolaisuus ja ennakoimattomat muuttoliikkeet, teknologiaan liittyvät tietoturvariskit, ekokriisit (ruoan ja veden saastuminen, maanjäristykset jne.), hallitsemattomat maailmanlaajuiset pandemiat, sekä se, että ihmiset alkavat ottaa ilmastomuutokseen liittyvät asiat tosisaan ja lopettavat mielihyvään perustuvan matkustamisen.

PESTE -analyysillä on tarkoituksena täydentää taustaskenaarioita. Siinä tarkastellaan eri tasoilla yrityksen näkökulmasta poliittisia (Political), ekonomisia (Economical), teknologisia (Technological), sosiaalisia (Social) ja ekologisia (Environmental) tekijöitä. PESTE -analyysin avulla kartoitetaan toimintaympäristön muutossuunnat ja haasteet, joita toimija tulevaisuudessa kohtaa. Huomioidaan myös muutoksen merkit ja heikot signaalit, jotka ovat vasta nähtävissä, mutta eivät vielä vaikuttaa kehitykseen. (Kokkonen ym. 2005, 46-47.) Alkuvaiheen kartoituksen jälkeen luodaan skenaariot. Skenaarioiden toteutumiselle ei yleensä anneta tai määritetä todennäköisyyksiä, voidaan kyllä todeta ovatko ne haluttavia, nykykehityksen jatkeita tai uhkaskenaarioita. Tulevaisuutta kohti mentäessä voidaan valita se todennäköisin kehityksen mukainen skenaario ja sovittaa toiminta sitä vastaavaksi. (Kokkonen ym. 2005, 42-45.)

Kerättyjen megatrendien, heikkojen signaalien ja mustien joutsenten tietojen pohjalta koottiin laivamatkailun PESTE -analyysi (Taulukko 3). Tässä analyysissä asioita tarkastellaan erityisesti Suomen näkökulmasta. Suomen lisäksi tarkasteluun on otettu mukaan soveltuvilta osilta asioita myös Itämeren maiden ja globaalin tarkastelutason näkökulmista.

Tarkastelun taso	Suomi	Itämeren maat	Globaali
Poliittinen	<ul style="list-style-type: none"> - lainsäädäntö (alv, elintarvike, ympäristö) - euron kurssikehitys - matkailun turvallisuus kehitys - liikenneinfrastruktuurin kehitys (väylät, satamat) - kaupan ja liikkumisen esteiden poistuminen - julkinen rahoitus / tuet 	<ul style="list-style-type: none"> - euron kurssikehitys - yhteisen valuutta-alueen laajeneminen - EU:n laajeneminen - alkoholilainsäädäntö - poliittiset olot - rikollisuus - liikenneinfrastruktuurin kehitys (väylät, satamat) - kaupan ja liikkumisen esteiden poistuminen 	<ul style="list-style-type: none"> - rajojen madaltuminen - EU:n laajeneminen - poliittiset olot - rikollisuus - terrorismi
Taloudellinen	<ul style="list-style-type: none"> - verotus - taloudelliset suhdanteet ja ostovoiman kehitys - alihankintajärjestelmä vähenee - toimialaa koskevat syklit - kilpailukyyn muutokset - alan keskittyminen ja ketjuuntuminen - kysynnän sirpaloituminen - kuluttajien hinta- ja laatu-tietoisuus - asiakassegmentointi - palveluiden räätälöinti (vapaa-aika-, työ- ja teemamatkat) - tuotteistaminen - myyjä-kuluttajasuhteen muuttuminen - uudet jakelukanavat - energian hinta - lyhyet matkat yleistyvät 	<ul style="list-style-type: none"> - verotus - talouskasvu - energian hinta - palkkatason kehitys - kansainväliset investoinnit 	<ul style="list-style-type: none"> - talouskasvu - kehittyvien maiden talous - kansainvälisen kilpailun kiristyminen - globalisaatio
Sosiaalinen	<ul style="list-style-type: none"> - ikääntyminen, seniorit matkailijoina - sinkkotaloudet - kuluttajaprofiilien muutos - elämäntilanne - yksinäisyys - kulttuuri- ja ympäristöarvot - kulutusmahdollisuudet - vapaa-ajankäyttö - työ- ja vapaa-ajan sekoittuminen - lisääntynyt tietoisuus matkailumahdollisuuksista - monikulttuurisuus - risteilyn mielikuva - hemmottelu- ja hyvinvointipalvelut - imagotekijät ja brändi 	<ul style="list-style-type: none"> - turvallisuus lisääntyy - mielikuvat kohdemaasta - muuttoliike - monikulttuurisuus - hemmottelu- ja hyvinvointipalvelut - kulttuuripalvelut 	<ul style="list-style-type: none"> - turvallisuus ja kansainvälinen rikollisuus lisääntyy - uskonnolliset ääriliikkeet - pandemiariski - sosiaalisen tietoisuuden kasvu
Tekninen	<ul style="list-style-type: none"> - sähköiset jakelutiet, Internet, digi-tv - informaatio- ja varausjärjestelmien kehitys - mobiiliteknologia vähentää aika- ja paikkasidonnaisuutta - virtuaalitekhnologia (markkinointi) - turvallisuustekhnologia (paikannus, tunnistus) - viihdeteollisuus osana uutta teknologiaa - myyjä-kuluttajasuhteen muutos, laajat jakelukanavat 	<ul style="list-style-type: none"> - informaation lähteet - verkostoituminen 	<ul style="list-style-type: none"> - bio-, geeni-, informaatio- ja hyvinvointitekhnologian muutokset - virtuaalimaailma
Ekologinen	<ul style="list-style-type: none"> - ympäristötietoisuus - kestävän kehityksen periaate - Itämeren tila - saastuminen - turvallinen ravinto - puhdas vesi - ekomatkailu 	<ul style="list-style-type: none"> - Itämeren tila - saastuminen - jätteasiat - veden laatuun liittyvien riskien lisääntyminen 	<ul style="list-style-type: none"> - ilmaston muutos - jätteasiat - äärimmäiset luonnonilmiöt (sateet, tulvat, myrskyt) - ravinnon ja veden laatuun liittyvien riskien lisääntyminen

Taulukko 3: Laivamatkailun PESTE -analyysi

3.2.3 Tulevaisuusskenaariot

Skenaariot tehtiin Helsinki–Tallinna-väliselle matkustajaliikenteelle. Tärkeitä toimijat täällä aihealueella opinnäytetyön kohdeyrityksen lisäksi ovat: emoyritys (Rederiaktiebolaget Eckero), kilpailijat (Viking Line, Tallink Silja ja Linda Line), yhteistyökumppanit (tavaratoimittajat, siivouspalvelut, mainospalvelut, viihdepalvelut, matkatoimistot ja matkanjärjestäjät), lainsäätäjät (Viro, Suomi, Venäjä), Euroopan Unioni, ympäristöjärjestöt (esim. Luonnonsuojeluliitto, WWF, Greenpeace) ja asiakkaat.

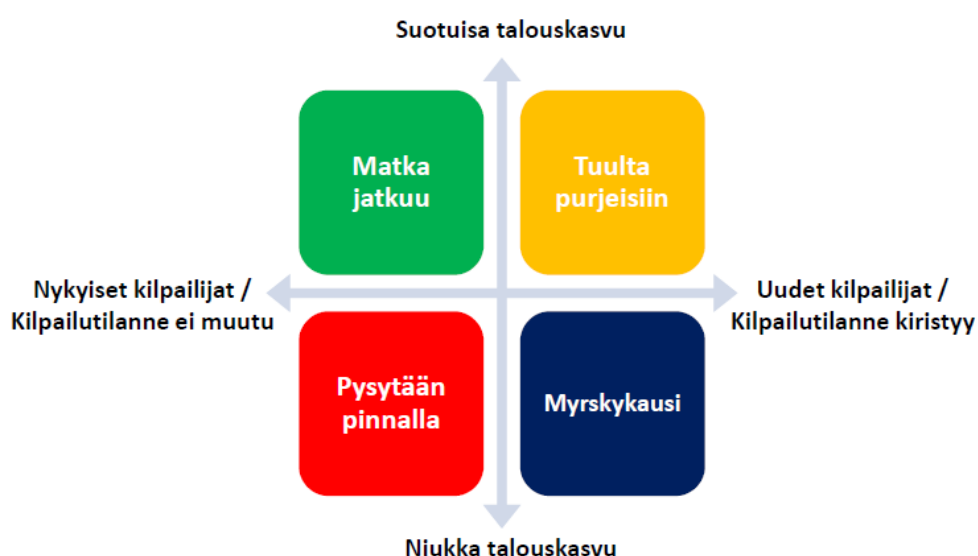
Itämeren matkustajaliikenteen tulevaisuus on riippuvainen monesta muutostekijästä. Vaikka alue on fyysisesti pieni, onhan Helsingin ja Tallinnan välillä vain vajaa 90 kilometriä, on ympärillä paljon muuttujia ja ajureita, jotka vaikuttavat toimialan nykytilaan ja tulevaisuuteen. Megatrendeistä ja PESTE -analyysistä poimittiin ne tärkeimmät ajurit (Kuvio 11), joiden katsottiin eniten vaikuttavan kohdeyrityksen tulevaisuuteen.



Kuvio 11: Tulevaisuuteen vaikuttavat ajurit

Vuotta 2030 ajatellen luotiin useita eri skenaarioita. Opinnäytetyöhön valittiin skenaarion rakentamisen suodattimeksi markkinat. Päämuuttujat ovat tässä tapauksessa kilpailutilanteen ja taloustilanteen muutos eli kyseessä ovat siis aika todennäköiset muutokset. Nykyisellä maa-

ilmantalon tilanteella ja eurokriisillä on suora yhteys sekä Suomen että Viron talouskasvulle. Tämä puolestaan vaikuttaa laivaliikenteen matkustajamääriin, yritysten investointeihin ja kilpailutilanteeseen. Myös uudet teknologiset ratkaisut ja uusiutuvan energian käyttöönotto riippuu taloustilanteesta, laman tai hitaan talouskasvun aikana on vaikea saada rahoitusta. Talouden kasvu on edellytys myös muille isoille muutoksille ja sen takia suodattimeksi valittiin markkinat. Se on tärkein vaikuttaja Helsingin ja Tallinnan välisessä matkustajaliikenteessä. Hyvin todennäköistä on, että vuoteen 2030 mennessä Euroopan markkinoilla on tapahtunut isoja muutoksia suuntaan tai toiseen, tästä näkökulmasta rakennettiin tulevaisuusskenaarioita Eckerö Linelle (Kuvio 12).



Kuvio 12: Helsinki-Tallinna-reitin vaihtoehtoiset skenaariot markkinoiden ehdoilla

Skenaario 1: ”Tuulta purjeisiin”

Oletukset

Taloustilanne maailmassa ja EU:ssa on vakaa ja myönteinen. Eurokriisi on selätetty ja talouskasvu nousussa. Työttömyysaste on pieni, palkkataso on noussut ja ihmiset tuntevat olonsa turvalliseksi. Ihmiset panostavat vapaa-aikaan ja matkustamiseen. Sekä reitti- että risteilyliikenne ovat jatkuvassa nousussa. Väestön ikääntyminen jatkuu, mutta eläkeläiset ovat hyvin toimeentulevia (sosiaalipolitiikka vakaa) ja heidän kulutuksensa on kasvussa. Yleisen taloustilanteen parantumisen vuoksi myös matkustajien vaatimustasot ovat nousseet. Talouskasvu on vaikuttanut myös rikollisuuden vähentymiseen, matkustaminen on nyt turvallista. Sekä Aasiasta saapuneiden turistien määrän kasvulla että Venäjän viisumivapaudella on ollut suotuisia vaikutuksia Helsinki-Tallinna-matkustajaliikenteelle. Matkustajamäärät ovat nousseet. Hyvä

tilanne on houkuttanut alalle lisää kilpailijoita. Uuden laivayhtiön lisäksi Helsingin ja Tallinnan välillä liikennöi uusi halpalentoyhtiö.

Seuraukset

Asiakkailla on enemmän valinnanvaraa ja laivoilla lisätään palveluita. Matkoja ja palveluita räätälöidään asiakaskohtaisesti, henkilökohtaisen palvelun osuus korostuu. Myös laivamatkojen kanssa myytävien kulttuuri- ja elämysmatkojen osuus kasvaa koko ajan. Laivoja parannetaan ja palveluja kehitetään jatkuvasti. Laivayhtiöt tekevät yhteistyötä myös muiden Itämeren maiden yritysten kanssa, sitä kautta laajennetaan palveluvalikoimaa ja kehitetään kiinnostavia matkailupaketteja. Nopeuden lisäksi matkustusmukavuus on tärkeää. Matkanteko on elämys ja seikkailu. Myös ekologisuus ja ympäristöystävällisyys ovat tärkeässä roolissa, kuluttajat ovat yhä enemmän ympäristötietoisia. Laivayhtiöt tekevät investointeja laivakantaan. Yhtiöt panostavat myös uusiutuvaan energiaan ja innovaatioihin. Erilaiset IT-palvelut ja älypuhelinsovellukset (ilmainen nettiyhteys, on-line check-in, GPS -palvelut ym.) ovat arkipäivää. Asiakkaille tarjotaan myös lisäpalveluja, kuten matkatavarakuljetusta ja hyvinvointipalveluja laivalla.

Skenaario 2: ”Myrskykausi”

Oletukset

Maailmantalouden tilanne on epävakaa, samoin tilanne EU:ssa. Eurokriisi on ohi, mutta talous junnaa paikallaan. Muutama entinen EU-maa ei ole enää yhteisvaluutta eurossa. Turvallisuustilanne Euroopassa ja muualla maailmassa on vieläkin epävakaa. Terrori-iskut ja poliittiset mielenilmaukset lisäävät turvattomuudentunnetta. Talouskasvu on hidasta. Työttömyystilanne on vähän parempi kuin vuonna 2012, mutta palkkataso ei ole noussut. Matkustaminen ei ole vähentynyt, mutta lipun hinta vaikuttaa asiakkaan ostopäätökseen. Väestön ikääntymisen seurauksena eläkeläiset ovat nousseet tärkeimmäksi asiakasryhmäksi, koska heidän tulonsa ovat vakaita verrattuna perheellisten palkansaaajien tuloihin. Vuonna 2020 alalle on tullut uusi kilpailija, joka löysi markkinaraon. Kysymyksessä on ns. ”Halpalaivayhtiö”. Uusi kilpailija on jättänyt pois kaiken ylimääräisen ja se keskittyy vain matkustajien kuljettamiseen Helsingin ja Tallinnan välillä, tällä tavalla se voi tarjota edullisia laivamatkoja.

Seuraukset

Kilpailu kiristyy huomattavasti, yksi alan toimija lopettaa vuoden 2023 lopussa. Epävakaan taloustilanteen takia on Suomessa työssä käyvien virolaisten ja muiden entisten EU-maiden kansalaisten osuus noussut. Uuden halpayhtiön pääasiakasryhmänä ovat hintatietoiset työmatkustajat sekä osittain myös perheet. Toiset yhtiöt yrittävät houkutella matkustajia korostamalla mm. ympäristöarvoja tai palvelun laatua. Vanhemmille ikäryhmille yritetään tarjota laivalla erilaisia palveluja ja myös kulttuurimatkojen tarjontaa on laajennettu. Mainonta on

muuttunut ”täsmäiskuiksi” ja erityisille kohderyhmille räätälöidyiksi. Matkustamisen turvallisuutta korostetaan sekä mainonnassa että palvelujen kehittämisessä.

Skenaario 3: ”Pysytään pinnalla”

Oletukset

Maailmantalouden tilanne on epävakaa, samoin tilanne EU:ssa. Poliittinen tilanne on vieläkin jännittynyt ja sen takia myös turvallisuus maailmalla ja Euroopassa on epävakaa. Uskonnolliset ja ideologiset ristiriidat vaikeuttavat tilanteen tasapainottumista. Eurokriisi on ohi, mutta sen seurauksia voi vieläkin tuntea. Muutama entinen EU-maa ei ole enää mukana yhteisvaluutassa. Talouskasvu on Euroopassa hidasta. Työttömyystilanne on vähän parempi kuin vuonna 2012, palkkataso on alhainen. Asiakkaat ovat entistä enemmän hintatietoisia ja he vaativat myös hyvää palvelua. Ympäristöasioihin kiinnitetään huomiota, vaikka huono taloustilanne ei mahdollista merkittäviä parannuksia tai uusien energiamuotojen käyttöönottamista.

Seuraukset

Kilpailutilanne kiristyy jatkuvasti. Lipun hintojen alhainen taso vaikuttaa siihen, että laivayhtiöt eivät pysty tekemään investointeja. Laivakanta vanhenee ja palveluja karsitaan, se puolestaan johtaa henkilökunnan määrän vähenemiseen. Yhtiöt tekevät aikataulumuutoksia ja kilpailevat myös työmatkustajista – vielä vuonna 2012 se oli asiakasryhmä, joka ei juuri kiinnostanut ketään alan toimijoista. Palveluja yritetään kehittää ainoastaan tärkeimmille ”maksaville” asiakasryhmille. Ympäristöasioita ei korostetta mainonnassa eikä markkinoinnissa. Turvallisuus on länsimaisuuden korostamisen lisäksi keskeisessä osassa markkinointia.

Skenaario 4: ”Matka jatkuu”

Oletukset

Taloustilanne on hyvä ja vakaa. Aasian maat ovat vahvassa nousussa, mutta myös Euroopassa eletään nousukautta. Palkkataso on korkea ja työttömyysaste pieni. Matkailuala on kaikkialla vahvassa kasvussa ja myös matkustajamäärät Helsinki–Tallinna-reitillä lisääntyvät jatkuvasti. Ihmiset panostavat vapaa-aikaan ja matkustamiseen. He haluavat saada vastinetta rahoilleen ja vaativat enemmän. Lyhytlomien määrä kasvaa, elämyksellisyys ja yksilöllisyys korostuvat matkojen suunnittelussa. Talouskasvun ansiosta myös poliittinen tilanne on vakautunut ja turvallisuusriskit vähentyneet. Matkailu koetaan turvalliseksi. Ympäristöasioihin panostetaan entistä enemmän.

Seuraukset

Matkustajamäärän ja hintatason noususta johtuen lippujen hinnat nousevat. Asiakkaille tarjotaan enemmän palveluja. Yhtiöt investoivat sekä uusiin aluksiin että palveluihin. Monesta lai-

vasta on tullut ns. ”teemalaiva”, joissa tarjotaan tietyille asiakasryhmille räätälöityjä palveluita ja viihdettä. Viihdepalveluihin on panostettu entistä enemmän. Tehdään myös ns. ”illallismatkoja”. Laiva tekee iltaisin lyhyen (2-3 tunnin) risteilyn Helsingin reitillä, jossa hintaan sisältyy illallinen ja viihdepaketti. Palveluvalikoimaan on lisätty myös teemamatkat Itämerellä. Matkustamisen tulee olla hauskaa ja elämyksellistä, loma alkaa jo satamassa. Laivayhtiöt tekevät yhteistyötä myös esimerkiksi junaliikenteen kanssa. Tarjolla on paketteja, joilla pääsee Helsingistä sujuvasti laivalla Tallinnaan ja sieltä eteenpäin junalla muualle Eurooppaan ja toisinpäin. Uudet IT-ratkaisut mahdollistavat asiakkaiden nopeamman ja mukavamman palveluksen. Uusia teknologisia ja IT-ratkaisuja käytetään myös matkustamisen ”piristämiseksi”, matkalla on mahdollista tutustua GPS- ja 3D-teknologian ansiosta esimerkiksi Itämeren tilanteeseen tai alueen historiaan. Uusien energiaratkaisujen, ekologisuuden ja ympäristösuojelun kehityksen takia matkustavat myös ne ihmiset, jotka ennen tunsivat huonoa omantuntoa matkustamisen ympäristövaikutuksista.

Nykyisessä talous- ja kilpailutilanteessa nämä kaikki esitetyt tulevaisuusskenaariot ovat yhtä mahdollisia. Ainuttakaan niistä ei tämän hetken tietämyksellä voida suoraan sulkea pois. Yritysten on aktiivisesti seurattava tapahtuvaa kehitystä, käytäviä keskusteluita ja heikkoja signaaleja pysyäkseen ajan hermolla ja kyetäkseen tarvittaessa reagoimaan riittävän nopeasti tulossa oleviin muutoksiin.

4 Kehittämistyön eteneminen ja menetelmät

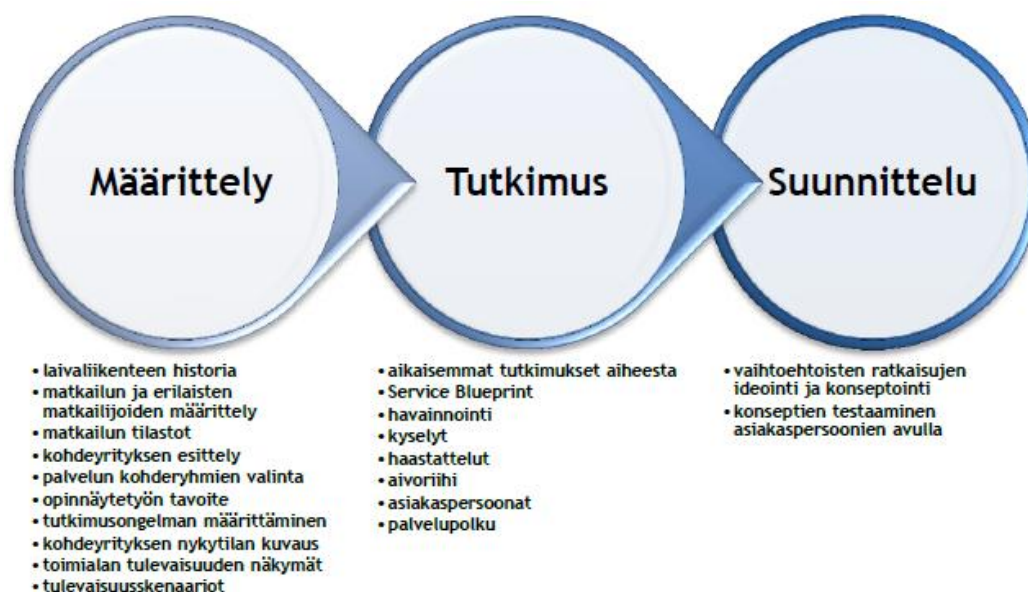
Seuraavaan taulukkoon on kuvattu opinnäytetyössä käytettävät kehittämistyön menetelmät, niihin osallistuneet kohderyhmät, osallistuja- / vastaajamäärät ja toteutusajankohdat. Lisäksi taulukossa kerrotaan myös se, mitä tietoa tai ymmärrystä kunkin menetelmän käytöllä haettiin (Taulukko 4).

Menetelmä	Kohderyhmä	Osallistuja- / vastaajamäärä	Ajankohta	Mitä tietoa / ymmärrystä haettiin?
Service Blueprint	<ul style="list-style-type: none"> • virolaiset työmatkustajat • suomalaiset työmatkustajat • päivärasteilymatkustajat • terminaalien henkilökunta • laivan henkilökunta 	<ul style="list-style-type: none"> • 33 • 10 • 30 • 2 • 3 	<ul style="list-style-type: none"> • marras- ja joulukuu 2011 ja tammikuu 2012 • syys- ja joulukuu 2012 • syys- ja joulukuu 2012 • marras- ja joulukuu 2011 ja tammi- ja syyskuu 2012 	<ul style="list-style-type: none"> • palveluprosessin ymmärtäminen asiakkaan ja henkilökunnan näkökulmasta • palveluprosessin toimivuus • asiakasymmärryksen lisääminen
Havainnointi	<ul style="list-style-type: none"> • virolaiset työmatkustajat • suomalaiset työmatkustajat • päivärasteilymatkustajat • terminaalien henkilökunta • laivan henkilökunta 	<ul style="list-style-type: none"> • määrittelemätön joukko laivalla matkustaneita työ- ja päivärasteilymatkustajia • määrittelemätön joukko terminaalissa ja laivalla työskennelleitä työntekijöitä 	<ul style="list-style-type: none"> • marras- ja joulukuu 2011 ja tammikuu 2012 • syys- ja joulukuu 2012 • syys- ja joulukuu 2012 • marras- ja joulukuu 2011 ja tammi- ja syyskuu 2012 	<ul style="list-style-type: none"> • palveluprosessin ymmärtäminen • asiakasymmärryksen lisääminen • asiakaspersoonien löytäminen • palvelupolun selvittäminen ja kuvaaminen • aivoriihi-ideoiden hankkiminen
Kyselyt	<ul style="list-style-type: none"> • virolaiset työmatkustajat • päivärasteilymatkustajat laivalla • päivärasteilymatkustajat sähköpostitse 	<ul style="list-style-type: none"> • 29 • 6 • 7 	<ul style="list-style-type: none"> • tammikuu 2012 • marraskuu 2012 • marraskuu 2012 	<ul style="list-style-type: none"> • asiakasymmärryksen lisääminen • uusien palveluideoiden ja asiakkaan toiveiden selvittäminen
Haastattelut	<ul style="list-style-type: none"> • virolaiset työmatkustajat • suomalaiset työmatkustajat • päivärasteilymatkustajat 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 • 10 • 17 	<ul style="list-style-type: none"> • tammikuu 2012 • joulukuu 2012 • marraskuu 2012 	<ul style="list-style-type: none"> • asiakaspersoonien löytäminen • asiakasymmärryksen lisääminen • uusien palveluideoiden ja asiakkaan toiveiden selvittäminen

Taulukko 4: Kehittämistyön menetelmä, kohderyhmä, vastaajamäärä, ajankohta ja haettu tieto

Tapaustutkimuksen tyypillinen piirre on, että monenlaisia menetelmiä käyttämällä saadaan syvälinen, monipuolinen ja kokonaisvaltainen kuva tutkittavasta tapauksesta. Tapaustutkimusta voi siis tehdä käyttämällä sekä määrällisiä (kvantitatiivisia) että laadullisia (kvalitatiivisia) menetelmiä tai yhdistämällä niitä molempia. Kun käytetään useita menetelmiä, kysymys kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen eroista ei nouse erityisen tärkeäksi. Menetelmiä valittaessa keskeisintä on ensin pohtia, millaista tietoa tarvitaan ja mihin tarkoitukseen sitä aiotaan käyttää. On siis suositeltavaa käyttää rinnakkain useampaa menetelmää, koska ne täydentävät toisiaan, jolloin kehittämistyöhön liittyvään päätöksentekoon saadaan varmuutta. (Ojasalo ym. 2010, 40, 55.)

Opinnäytetyössä kehittämistyön menetelmiksi valittiin Service Blueprint, havainnointi, kyselyt ja haastattelut. Palvelun suunnittelun työvälineiksi puolestaan valittiin aivoriihi, asiakaspersonat ja palvelupolku. Opinnäytetyössä käytettävät menetelmät ja suunnittelun välineet esitellään seuraavan sivun kuviossa (Kuvio 13). Kuvion prosessi pohjautuu työssä käytettävään jo aiemmin esiteltyyn (s. 20) Tuulaniemen palvelumuotoilun prosessiin.



Kuvio 13: Käytetyt kehittämistyön menetelmät ja palvelun suunnittelun työvälineet

Näillä menetelmävalinnoilla pyrittiin tapaustutkimukselle tyypilliseen riittävän kattavaan ja monipuoliseen tiedon saantiin tutkittavasta kohteesta. Eri menetelmien laaja käyttäminen ja niiden avulla saatava tieto toimii apuna ja tukena opinnäytetyön seuraavissa työvaiheissa. Niistä on hyötyä myös uusien palvelukonseptien suunnittelussa.

4.1 Service Blueprint - palveluprosessin kuvaaminen

Service Blueprint tekniikkaa käytetään palvelumuotoilussa palveluprosessin kuvaamiseksi sekä henkilökunnan että asiakkaan näkökulmasta, siellä kuvataan yksityiskohtaisesti myös molempien ryhmien tehtävät ja toiminnot palvelun aikana. Asiakkaalle lisäarvon tuottamiseksi on tärkeää, että prosessia kehitetään juuri hänen näkökulmastaan. Service Blueprintissa kuvataan kaikki asiakkaan ”askeleet” koko palveluprosessin aikana ja ne esitetään kronologisessa järjestyksessä. Service Blueprintin avulla voi nähdä olemassa olevan palveluprosessin, arvioida sen toimivuutta ja kehittää uusia ratkaisuja. Palveluprosesseissa on usein haasteellisinta tasalaatuisen palvelun toteuttaminen ihmisten erilaisuuden vuoksi. Service Blueprintin avulla voi suunnitella koko palveluketjua ja kehittää toimintoja erilaisille asiakkaille sopiviksi. (Bitner, Ostrom & Morgan 2008, 68-72.)

Service Blueprint -prosessista on olemassa lukuisia versioita ja erilaisia visuaalisia esitystapoja. Tärkeintä on kuitenkin luoda se asiakkaan näkökulmasta, asiakas on kaiken keskipisteessä. Huolimatta siitä, millä tavoin Service Blueprint visuaalisesti esitetään, sen pitäisi Bitnerin, Ostromin ja Morganin mukaan (2008, 72) sisältää viisi komponenttia: asiakkaan toiminta, asia-

kaspalvelijan näkyvä toiminta, asiakaspalvelijan asiakkaalle näkymätön toiminta, tukitoiminnot, kuten muun henkilökunnan toiminta sekä fyysiset elementit.

Service Blueprint kuvaa asiakkaan ja henkilökunnan toisille näkyviä sekä näkymättömiä toimintoja. ”Totuuden hetket” eli asiakkaan ja palvelutuottajan väliset kohtaamiset ovat palveluketjun lenkkejä, joissa asiakas arvioi yrityksen kyvyn tuottaa palvelua. Uusien palvelujen ideoimiseksi, palveluprosessin kuvaamiseksi tai nykyisen palvelun kehittämiseksi voidaan käyttää Service Blueprint -kaaviota. Tarkasti kuvatun kaavion avulla käyvät ilmi myös tarvittava henkilömäärä, raaka-aineet sekä taloudelliset ja muut resurssit. Service Blueprint kuvataan kronologisessa järjestyksessä ja mahdollisimman tarkasti. Käyttötarkoituksesta riippuen voi prosessista ottaa yhden osan ja kuvata sitä mahdollisimman yksityiskohtaisesti, jos esimerkiksi juuri sitä jaksoa halutaan kehittää. (Tuulaniemi 2011, 210-213.)

Service Blueprint -kaavioon (Kuvio 14) on kuvattu sekä virolaisten ja suomalaisten työmatkustajien että päiväristeilymatkustajien prosessin eteneminen nykytilanteen mukaan Helsinki–Tallinna-laivamatkalla. Kaavion tekemisen tukena on käytetty tutkijoiden omia kokemuksia, havainnointia terminaaleissa ja laivalla sekä Eckerö Linen henkilökunnan ja heidän asiakkaidensa haastatteluita. Prosessin vaiheet eivät ole kaikille henkilöille samoja. Vaihtelua siihen tuovat esimerkiksi asiakkaan tekemät erilaiset valinnat, lippujen hankintakanava, terminaaliin saapuminen, lähtöselvitys ja laivapalveluiden käyttö. Jokaisella asiakkaalla on siis oma palvelupolku.

4.2 Havainnointi terminaalissa ja laivalla

Havainnointi eli observointi on aineistonkeruumenetelmä, jossa tutkittavasta ilmiöstä kootaan tietoa sitä seuraamalla ja tekemällä havaintoja. Havainnot kohdistuvat tutkittavien toimintaan ja käyttäytymiseen. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Havaintoja voidaan dokumentoida usealla tavalla esimerkiksi tekemällä muistiinpanoja, äänittämällä, videoimalla tai valokuvaamalla. Havainnointi sopii aineistojen keruumenetelmäksi silloin, kun tutkija haluaa nähdä tutkittavan kohteen uudesta näkökulmasta tai kohteesta ei ole riittävästi aikaisempaa tietoa tai tutkimusta. Havainnointi voi olla osallistuvaa tai ei osallistuvaa. Osallistuvassa havainnoinnissa tutkijalla on aktiivinen tai passiivinen rooli. Aktiivisessa roolissa hän vaikuttaa läsnäolollaan tutkittavaan ilmiöön, osallistumalla esimerkiksi projekteihin tai kehittämistyöhön. Passiivisessa roolissa tutkija osallistuu tilanteeseen ilman, että hän vaikuttaa tilanteiden kulkuun. Sitä osallistuvaa havainnointia, joka toteutetaan osana todellista tutkimuskohteeseen liittyvää yhteisöä kutsutaan kenttätöksi. Havainnointitekniikka voi olla strukturoitua (systemaattista, jäsennehtyä ja yksityiskohtaista) tai strukturoimatonta (ei systemaattista, väljää ja joustavaa). (Heikkinen, Rovio & Syrjälä 2007, 104-106; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 213-216; Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Strukturoimatonta havainnointia käytetään, kun halutaan mahdollisimman paljon ja monipuolista tietoa tutkittavasta asiasta. Vaikka tällaista havainnointia ei halutakaan etukäteen luokitella, hyödynnetään kehitettävään ilmiöön liittyvää teoriaa. Sen avulla tehdään oletuksia siitä, mitä ilmiössä mahdollisesti tapahtuu. Käytetäänpö sitten millaista havainnointitekniikkaa tahansa, havainnoinnin tavoitteet on määritettävä ja lisäksi on myös päätettävä havainnoilta vaadittava tarkkuus. (Ojasalo ym. 2010, 105.)

Saffer (2007, 78-79) erottaa neljä havainnointitekniikkaa. ”Kärpäsenä katossa” – tutkija tarkastelee tilannetta ulkopuolisena, itse osallistumatta. Esimerkiksi tarkkailemalla laivan myymälässä, miten ja mitä asiakkaat ostavat. ”Varjo” – tutkittavan luvalla seurataan häntä esimerkiksi koko päivän tai palveluprosessin aikana, tallennetaan hänen tekemiset ja sanomiset. ”Asiayhteydellinen kysely” – sekoitus varjostamisesta ja kyselystä, esimerkiksi seurataan asiakasta ostoprosessin aikana ja samalla kysellään, miksi hän päättää ostaa kyseisen tuotteen ja mitä hän ajattelee. ”Salainen agentti” – tutkittavien tarkkaileminen ja heidän kanssaan vuorovaikutuksessa oleminen paljastamatta kuitenkaan omaa tavoitetta. Tähän kuuluu esimerkiksi ”mystery shopping”. (Saffer 2007, 78-79.)

Havainnointia käytettiin tässä tutkimuksessa haastattelun ja kyselyn lisäksi ja tueksi. Tähän työhön havainnointi sopi aineistojen keruumenetelmäksi, koska tutkijoilla ei ollut laivalla matkustavista virolaisista ja suomalaisista työmatkustajista eikä päiväristeilymatkustajista riittävästi aikaisempaa tietoa. Havainnointitekniikka oli ”Kärpäsenä katossa” eli ei-

osallistuvaa ja tutkijoilla oli passiivinen rooli eli he osallistuivat tilanteeseen ilman, että vaikuttivat tilanteiden kulkuun. Saadut tiedot dokumentointiin muistiinpanoin ja valokuvin. Alla olevaan kuvakollaasiin on koottu Nordlandilla tehdyiltä havainnointimatkoilta otettuja valokuvia (Kuva 1).



Kuva 1: Havainnointimateriaalia Nordlandialta

Työmatkustajien havainnoinnit tehtiin marras- ja joulukuussa 2011 sekä tammikuussa 2012 Eckerö Linen kilpailijan laivoilla. Päiväristeilymatkustajien havainnoinnit tehtiin syys- ja joulukuussa 2012 Eckerö Linellä. Havainnoinnin kohteena olivat asiakkaan palvelupolku, asiakkaat ja heidän käyttäytymisensä matkan aikana sekä laivan tilat, palvelut ja henkilökunta.

4.3 Kysely laadullisena menetelmänä

Kysely on aineistonkeruumenetelmä, jossa tietyin perustein valituilta vastaajilta kysytään vastauksia samoihin kysymyksiin. Kysely voidaan toteuttaa monella tavalla: kyselyn toteuttamistapojen, kysymysten sisältöjen ja vastaajajoukon rajauksen valintaan vaikuttaa se, mitä tutkimuksessa halutaan saada selville. Kyselyn voi suorittaa sekä suorassa kontaktissa vastaajien kanssa tai ilman tutkijan läsnäoloa. Kyselyn laatimiseen ja toteuttamiseen liittyy runsaasti tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa kyselyssä saataviin vastauksiin, vastausten informatiivisuus-

teen, kyselyn vastausprosenttiin ja kyselyn luotettavuuteen. Kyselyn toteuttaminen edellyttää sen ongelmakohtiin paneutumista etukäteen ja kyselyn testaamista ennen sen toteuttamista. Kyselyn muodosta riippuen vastauksia voidaan analysoida sekä määrällisesti että laadullisesti. Kysely on hyvä menetelmä silloin, kun halutaan paljon tietoa suhteellisen lyhyessä ajassa. Koska lomakkeet ovat strukturoituja ja kaikki vastaajat vastaavat samanlaiseen lomakkeeseen, on se myös objektiivinen tiedonhankinnan menetelmä. (Heikkinen ym. 2007, 104; Hirsjärvi ym. 2010, 193-195; Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Kysymykset lomakkeisiin laadittiin Eckerö Linen edustajien (Siltala 2011; Vuorela 2011) kanssa käytyjen keskustelujen, tutkijoiden pohdintojen, havainnointimatkojen ja aivoriihityöskentelyn avulla. Kyselylomakkeissa (Liitteet 1 ja 3) käytettiin ns. toivelistatekniikkaa, mikä sopii hyvin palvelujen kehittämiseen. Asiakkaiden ei ole aina helppoa kertoa odotuksistaan, koska he eivät edes välttämättä ole tietoisia kaikista tarpeistaan ja odotuksistaan. Usein asiakkaat osaavat kertoa paremmin sen, mitä he eivät saa kuin kuvata juuri sitä, mitä he haluaisivat saada tai tarvitsisivat tietyssä tilanteessa. Toivelistatekniikkaa käyttämällä kyselyssä selvitetiin, mitä asiakkaat toivoisivat, ellei heillä olisi mitään rajoituksia. Tekniikka rohkaisee asiakasta tuomaan esille paljon odotuksia, ilman että hänen tarvitsisi pohtia sitä ovatko ne toteuttavissa ja onko niille järkeviä perusteita. (Ojasalo ym. 2010, 156-157.)

Tutkimuksessa käytetyt kysymykset olivat pääasiassa avoimia kysymyksiä. Avoin kysymys voi koskea hyvinkin laaja-alaista aihealuetta, kuten suhtautumisen tai toiminnan vapaamuotoisia perusteluja tai jonkin muun asian vapaamuotoista arviointia (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Avoimia kysymyksiä käyttämällä kyselyllä voidaan tuottaa laadullista dataa (Ojasalo ym. 2010, 119).

Kyselylomakkeiden (Liitteet 1 ja 3) alussa oli kahdeksan avointa kysymystä. Seuraavaksi lomakkeissa oli asteikkoihin perustuvia kysymyksiä, joissa oli ideoita uusista tarjottavista palveluista. Niitä vastaajat saivat arvostella asteikolla 1 - 4. Arviointiasteikko 1 - 4 mahdollisti sen, että vastaaja ei voi olla välinpitämätön vaan hänen on aina oltava jotain mieltä asiasta. Käytetyissä kyselylomakkeissa arviointiasteikko jakautui seuraavalla tavalla: 4 - Erittäin hyvä idea / Olen täysin samaa mieltä, 3 - Ihan hyvä idea / Olen suunnilleen sama mieltä, 2 - Ei ole hyvä idea / Ei ole tärkeä / En erityisesti tykkää siitä, 1 - Huono idea / En tykkää ollenkaan. Lomakkeiden lopussa oli tyhjää tilaa, johon oli mahdollisuus kirjata vielä vapaasti omia ideoita / toiveita tulevaisuuden palveluista.

Päiväristeilymatkustajien kyselylomake (Liite 3) oli samantyyppinen kuin virolaisten työmatkustajien - ensimmäinen osa koostui kysymyksistä ja toinen ideoista, joille täytyi antaa arvosana 1 - 4. Kysymykset ja arvioitavat ideat kuitenkin erosivat jossain määrin työmatkustajien lomakkeella olevista, koska ne räätälöitiin tätä kyseistä tutkimusryhmää silmällä pitäen. Mo-

lemmille päiväristeilymatkustajaryhmille (keski-ikäiset ja sitä vanhemmat) käytettiin täysin samanlaista lomaketta.

Kysely virolaisille työmatkustajille toteutettiin heidän työmatkansa aikana laivalla maanantaina 16.1.2012 Tallinnasta Helsinkiin kulkevalla Tallinkin M/s Superstar -laivalla. Päiväristeilymatkustajien kysely toteutettiin kahdella eri kerralla. Ensimmäinen kysely tehtiin Eckerö Linellä tiistaina 20.11.2012 matkalla Helsingistä Tallinnaan. Tässä vastaajina oli kuusi eläkeiän kynnyksellä olevaa tai sitä vanhempaa matkustajaa. Toinen kysely tehtiin sähköpostitse 20. - 27.11.2012. Tämä seitsemän hengen vastaajajoukko oli valittu tutkijoiden keski-ikäisistä tuttavista, joiden tiedettiin tekevän päiväristeilyä. Lupa kyselylomakkeen sähköiseen lähettämiseen saatiin heiltä henkilökohtaisissa tapaamisissa.

Tutkimusta tehdessä huomattiin, että ihmiset haluavat mielellään olla suorassa vuorovaikutuksessa tutkijan kanssa. Sekä virolaisten työmatkustajien että päiväristeilymatkustajien tutkimusryhmissä oltiin halukkaita vastamaan lomakkeella oleviin kysymyksiin, mutta kuitenkin usein toistui vastaus: ”En osaa vastata” tai ”En ole asiasta mitään mieltä”. Tilanne oli heti toinen, kun heidän kanssa käytiin yhdessä kysymyksiä läpi. Silloin heillä kaikilla oli oma mielipide ja halu vastata perusteellisemmin lähes kaikkiin kysymyksiin. Tällaista käyttäytymismallia huomattiin jo ensimmäisen tutkimusryhmän, virolaiset työmatkustajat, kohdalla ja se toistui myös päiväristeilymatkustajien kanssa.

Jatkossa käytettiin päiväristeilymatkustajien ja suomalaisten työmatkustajien kanssa tietoisesti erilaista lähestymistapaa. Tutkija luki ääneen lomakkeella olevat kysymykset ja kirjasi itse ylös tutkittavien antamat vastaukset eli siirryttiin lomakehaastatteluun. Tällä tavoin tutkittavat olivat vapautuneempia ja kysymyksiin vastaaminen koettiin lähinnä mukavaksi ajanvietteeksi ja keskusteluksi.

4.4 Haastattelut tutkimuksen menetelmänä

Haastattelu on aineistonkeruumenetelmä, jossa tutkija osallistuu kielellisen vuorovaikutuksen avulla aineiston tuottamiseen. Menetelmän etuna voidaan pitää joustavuutta ja vuorovaikutteisuutta, huonona puolena voi olla esimerkiksi tutkimuskysymysten laatimisen vaikeus sekä haastattelijan haastava rooli. Haastattelutilanteessa voi olla vaikeaa löytää lyhyessä ajassa ”yhteinen sävel” haastateltavan kanssa. Haastattelu voidaan tallentaa usealla tavalla esimerkiksi täyttämällä lomake, tekemällä muistiinpanoja, äänittämällä tai videoimalla. Tutkimusaineisto on mielekästä kerätä haastattelemalla silloin, kun tutkimuksen tavoitteena on tuottaa sellaista tietoa, joka koskee esimerkiksi havaintoja, asenteita, arvoulottuvuuksia, mielipiteitä, käsityksiä tai kokemuksia. (Hirsjärvi ym. 2010, 204-206; Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Tutkimusaineiston keräämiseen haastatteleamalla päädyttiin, koska tutkimuksen tavoitteena oli tuottaa sellaista tietoa, joka koskee asiakkaiden mielipiteitä, käsityksiä ja kokemuksia. Haastattelutyyppiksi valittiin lomakehaastattelu (Liitteet 1, 2 ja 3). Siinä on tarkasti muotoillut kysymykset, vastausvaihtoehdot ja esittämisjärjestys. Haastattelija esittää kysymykset ja kirjaa vastaukset ylös, samat kysymykset esitetään samassa järjestyksessä kaikille haastateltaville. Sopii käytettäväksi, kun tutkimuksen tavoite on selvästi ymmärrettävissä ja tärkeimmät kysymykset voidaan tunnistaa. Mahdollistaa kerätyn tiedon helpon ja mielekkään luokittelun, voidaan analysoida tarvittaessa myös tilastollisesti. Tämä on käytetyin haastattelumenetelmä. (Heikkinen ym. 2007, 109-110; Hirsjärvi ym. 2010, 208; Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Tämä haastattelutyyppi sopi tilanteeseen, koska haluttiin tietoa tietyistä ennalta päätetyistä asioista ja haastatteluissa ei haastateltaville ollut tarkoitus antaa vapauksia. Lisäksi tämä oli nopea haastattelutapa ja sopi hyvin toteutettavaksi eri haastattelutiloissa. Haastattelut tallennettiin etukäteen laadituille lomakkeille. Haastatteluissa käytettiin täysin samoja lomakkeita kuin kyselyissä (Liitteet 1, 2 ja 3).

Suomalaisten työmatkustajien haastattelulomakkeessa (Liite 2) oli 14 ajatusta / ideaa tarjottavista palveluista, joita he saivat arvioida asteikolla 1 - 4. Heidän lomakkeellaan olleet arvioitavat ideat räätälöitiin juuri tätä tutkimusryhmää silmällä pitäen. Virolaisten työmatkustajien tutkimusryhmään kuului rakennusmiehiä ja suomalaisten työmatkustajien tutkimusryhmään toimistotyöntekijöitä, joten ryhmät ja heidän tarpeensa poikkesivat jonkin verran toisistaan, siksi heille esitetyt ideatkin olivat erilaisia.

Virolaisten työmatkustajien haastattelut toteutettiin heidän työmatkansa aikana laivalla maanantaina 16.1.2012 Tallinnasta Helsinkiin kulkevalla Tallinkin M/s Superstar -laivalla. Suomalaisten työmatkustajien haastattelut tehtiin kahdelle eri ryhmälle. Ensimmäiseen haastatteluryhmään kuului tutkijoiden tuttavapiiristä koottu viiden hengen joukko eri työpaikoilla erilaisissa työtehtävissä toimivia, usein Virossa matkustavia henkilöitä. Heidän haastattelunsa toteutettiin yhteisessä tapaamisessa Espoossa Sellon kirjastossa 21.12.2012. Toiseen haastatteluryhmään kuului viisi Virossa työkseen matkustavaa toimihenkilöä rautakauppa- ja puutarha-alan yrityksestä. Ryhmän haastattelu toteutettiin 26.12.2012 heidän työpaikallaan Vantaalla. Päiväristeilymatkustajien haastattelut toteutettiin Eckerö Linellä 20.11.2012 matkalla Helsingistä Tallinnaan.

Koska vain tuloksellisella haastattelulla saadaan tutkimusaineistoa, on haastattelijan ja haastateltavan ymmärrettävä toisiaan. Haastattelijan on mm. huomioitava haastateltavan koulutus- ja kulttuuritaustat sekä haastattelupaikan vaikutus. Tyypillisesti haastattelu seuraa ta-

vanomaisen keskustelun kulkua, joten tilanne käynnistetään kevyellä keskustelulla ennen kuin siirrytään aiheeseen. (Ojasalo ym. 2010, 97.)

Virolaisten työmatkustajien haastattelut suoritettiin viron kielellä, vaikka kaikki osasivat enemmän tai vähemmän myös suomen kieltä. Viron kieltä käytettiin juuri sen takia, että haastateltavat saisivat ilmaista itseään vapaasti, eivätkä he tulisi väärin ymmärretyksi. Suomalaisia työ- ja päiväristeilymatkustajia haastateltiin luonnollisesti suomeksi.

5 Palvelun suunnittelun työvälineet

Opinnäytetyön etenemisessä on ollut useita vaiheita ja niissä on käytetty erilaisia työvälineitä ja -menetelmiä. Tässä luvussa kuvataan ensin aivoriihiyöskentelyä ideoinnin välineenä. Sen jälkeen kuvataan opinnäytetyön osana olevia palvelumuotoiluprosessin vaiheita sekä työvälineitä ja niiden avulla saatuja ja luotuja tuotoksia.

5.2 Aivoriihi ideointivälineenä

Aivoriihi on ongelmanratkaisumenetelmä, jonka tavoitteena on tuottaa luovia ideoita ryhmässä. Ryhmä ideoi ratkaisuja ongelmiin tai tilanteisiin, joiden toivotaan olevan toisin. (Luovan ongelmanratkaisun työtavat 2012; Ojasalo ym. 2009, 145-146.) Kysely- ja haastattelulomakkeiden (Liitteet 1, 2 ja 3) uusiin palveluihin liittyneet ideat tuotettiin tutkijoiden pohdintojen ja Laurea-ammattikorkeakoulussa opintoihin liittyvien lähipäivien yhteydessä pidettyjen aivoriihiin tuloksina. 16.12.2011 pidetyssä aivoriihessä käsiteltiin työmatkustajia ja 17.12.2011 päiväristeilymatkustajia. Aivoriihissä toinen tutkijoista toimi vetäjänä ja muut kolme jäsentä olivat Laurean palveluliiketoiminnan koulutusohjelman YAMK-opiskelijoita.

Aivoriihen periaatteena on, että määrä tuottaa laatua eli mitä enemmän ideoita syntyy, sitä todennäköisempää on, että joukossa on hyviä ja toteuttamiskelpoisia ideoita. Ideoiden ei tarvitse olla järjellisiä tai heti toteutettavissa. Mahdottomalta ja hölmöltäkin tuntuvat ideat auttavat ryhmää poistumaan totutuilta ajattelun raiteilta. Irrottautuminen totutusta on ideointia rikastavaa ja tarpeellista, jotta ongelmaan löydettäisiin todella hyvä ratkaisu. (Luovan ongelmanratkaisun työtavat 2012; Ojasalo ym. 2010, 146.)

Työskentely alkoi siten, että osallistujille esiteltiin ideoinnin kohteena olevat virolaisten ja suomalaisten työmatkustajien sekä päiväristeilymatkustajien laivapalveluihin liittyvät ongelmat. Näitä ongelmia oli kartoitettu aiemmin terminaalissa ja laivalla tehtyjen havainnointikäyntien avulla. Ideointi toteutettiin istumisjärjestyksessä, jolloin kaikki pääsivät tasapuolisesti kertomaan ajatuksensa. Ryhmän vetäjä kirjasi syntyneet ideat ylös paperille. Vapaan ideointivaiheen jälkeen kirjatut ideat ryhmiteltiin ja niistä jatkettiin keskustelua edelleen.

Syntyneitä ideoita ei laitettu minkäänlaiseen paremmuusjärjestykseen vaan kaikkia ideoita pidettiin tässä vaiheessa yhtä hyvinä.

Aivoriihien onnistumista kuvaa hyvin niissä syntyneet ideat (Taulukko 5), joista kehitettiin kysely- ja haastattelulomakkeisiin (Liitteet 1, 2 ja 3) eri tutkimusryhmille asiakkaiden arvioitaviksi tarkoitetut ideat tarjottavista lisäpalveluista.

Virolaiset työmatkustajat	Suomalaiset työmatkustajat	Päiväristeilymatkustajat
<ul style="list-style-type: none"> ▪ miesten maailma ▪ miesparkki ▪ oma tila ▪ lounge ▪ autokannen läheisyys ▪ kirjasto / lukusali ▪ pelit ▪ pelikonsolit ▪ TV ▪ video ▪ maksullinen elokuvakanava ▪ hierova tuoli ▪ välipala-automaatti ▪ kahviautomaatti ▪ tulaisten ostajalle ennakkotilausmahdollisuus ▪ ladattavalla maksukortilla lisäpalveluja ▪ wc ▪ suihkutila miestuntuotteilla ja vuokrattavilla pyyhkeillä ▪ palvelun tuotteistaminen yrityksille 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ oma tila ▪ suihku ▪ hierovat nojatuolit ▪ sisäänpääsymaksu työtilaan ▪ edullinen hytti ▪ kirjasto / lukusali ▪ pelisali ▪ matkalaukkujen kuljetuspalvelu ▪ kampaaja ▪ kauneushoitola ▪ hieronta ▪ isojen ostosten ilmainen kuljetus terminaaliin ▪ kanta-asiakaskortti ▪ bonukset maksuvälineenä ▪ teemamatkat ▪ virtuaalinen GPS-palvelu ▪ työmatkapaketit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kirjasto / lukusali ▪ pelisali ▪ turisti-info ▪ matkailu- ja yritys-esitteet ▪ lastenhoitopaikka ▪ opettavaiset puuhakirjat lapsille ▪ kampaaja ▪ kauneushoitola ▪ hieronta ▪ matkalaukkujen kuljetuspalvelu ▪ isojen ostosten ilmainen kuljetus terminaaliin ▪ kanta-asiakaskortti ▪ bonukset maksuvälineenä ▪ teemamatkat ▪ virtuaalinen GPS-palvelu ▪ koko perheen ohjelma-palvelut ▪ uima-allas

Taulukko 5: Aivoriihissä tuotetut palveluideat

5.3 Asiakaspersoonat työ- ja päiväristeilymatkustajista


Persoonat ovat ns. visuaalisia profiileja, jotka perustuvat oikeisiin ihmisiin tai ovat keksittyjä hahmoja. Persoonan profiiliin kirjoitetaan ylös projektin tai tehtävän kannalta olennainen tieto. Esimerkiksi (kuvitteellisen) asiakkaan luonne, asenne, ammatti, kiinnostuksen kohteet, kulutustottumukset, hänen käyttäytymiseen vaikuttavat tekijät jne. Persoonat ”herätetään eloon” antamalla heille nimet, luonteenpiirteet ja usein lisätään myös kuva. Pelkkä asiakkaan nimi, ammatti ja ikä ei kuitenkaan auta paljon, tärkeää on kuvata asiakkaan käyttäytymismallia. Persoonia ei tarvitse olla liian monta, olennaista on kuvata eri tavoilla käyttäytyviä henkilöitä. Vaikka persoonat ovat fiktiivisiä, ne pohjautuvat oikeisiin henkilöihin. Persoonien luominen auttaa palvelun ideoimisessa, innovaatiotoiminnassa ja kontaktipisteiden suunnittelamisessa. Niiden avulla palvelutuottaja voi astua asiakkaan saappaisiin. (Goodwin 2008.)

Paras tapa on luoda persoonat henkilökohtaisten haastattelujen pohjalta. Jos se ei ole mahdollista, voi käyttää myös epäsuoria lähteitä, kuten esimerkiksi asiakaspalvelijoiden ajatuksia, asiakaspalautteita, kanta-asiakastietokannassa olevaa tapahtumahistoriaa yms. Henkilökohtaisten haastattelujen pohjalta tiimityönä luodut persoonat ovat kuitenkin hyödyllisimpiä ja käyttökelpoisimpia. Mitä enemmän on taustatietoa oikeasta asiakkaasta, sitä parempi on lopputulos. (Olsen 2004, 1-2.)

Olsenin (2004, 1) kehittämä persoonien luomisen ja käyttämisen työkalupakki (Persona Creation and Usage Toolkit) tarjoaa perusteellisen työkalun, joka soveltuu käytettäväksi erilaisiin tilanteisiin ja kaikenlaisille yrityksille. Monipuolisista vaihtoehtoista voi jokainen yritys valita itselleen sopivat ja tärkeät elementit persoonien luomiseksi. Opinnäytetyön kannalta tärkeimpiä elementtejä ja huomioon otettavia seikkoja on kolme. Ensimmäinen on elämänkerrallinen tausta (Biographic Background) – persoonan nimi, kuva, asuinpaikka, kansallisuus, ikä, sukupuoli, siviilisääty, asumismuoto, harrastukset, persoonallisuus ja asenne. Tämä osio antaa ymmärryksen siitä, minkälainen henkilö on kyseessä ja tekee persoonasta ”elävän”. Samassa demograafisessa ryhmässä olevilla ihmisillä voi olla ihan erilaiset elämäntavat ja asenne, jotka vaikuttavat ostokäyttäytymiseen. Elämänkerralliset taustatiedot auttavat myös markkinointiviestinnän suunnittelussa. Toinen on persoonan suhde yritykseen – onko entinen / nykyinen asiakas, kuinka usein hän käyttää kyseessä olevia palveluita ja yrityksen palveluita. Onko hän tavaramerkkiuskollinen, mikä asenne hänellä on yritystä / palvelua kohtaan ja millainen valmius hänellä on ostaa yrityksen palveluja? Tämä tieto näyttää, kuinka tärkeä persoona on yritykselle. Kolmantena ja viimeisenä tulevat erityiset päämäärät, tarpeet ja asenteet – tuotteen / palvelun käyttämisen päämäärä, emotionaalinen päämäärä, tarve, arvon määrittelemine ja kuluttajan rooli. (Olsen 2004, 1-18.)

Safferin (2007, 98) mukaan persoonat ovat tarpeettomia aina siihen asti, kunnes heitä hyödynnetään tuotteen tai palvelun toimivuuden testaamiseksi. Helpoin tapa käyttää persoonia on Olsenin (2004, 16-17) mukaan kyseisten persoonien ominaisuuksien pohjalta arvioida, miten persoona voisi reagoida, jos muutetaan tuotteen / palvelun tiettyjä ominaisuuksia. Lisäisikö se asiakkaan tyytyväisyyttä tai päinvastoin? Esimerkiksi: olisiko persoona tyytyväinen, jos laivan aikataulua muutettaisiin? Olisiko hän tyytyväinen, jos laivan viihderavintolan ohjelma vaihtuisi vai välittäisikö hän siitä ollenkaan?

Havainnointien ja tehtyjen haastattelujen avulla luotiin tutkimuksen kohderyhmänä olleista virolaisista ja suomalaisista työmatkustajista sekä päiväristeilymatkustajista seuraavaksi esiteltävät 10 erilaista persoonaa (Kuviot 15-24).



Nimi:
Ikä:
Ammatti:
Kansalaisuus:
Asuinpaikka:
Asumismuoto:
Siviilisääty:
Tavoite:

Priit
32-vuotias
Rakennusmies
Viro
Tallinna
Vuokra-asunto kerrostalossa
Avoliitossa, ei lapsia
Matkustaa nauttien

Persoona 1


MATKUSTUSTOTTUMUKSET

Priit matkustaa Helsinkiin maanantai-aamuna ja palaa Tallinnaan torstai-iltana, viimeistään perjantaina lounasaikaan. Laivamatkalla Priit ottaa usein hytin. Priit käy Suomessa omalla Audilla, auton merkki ja malli on hänelle tärkeä asia. Aamuisin hän juo laivalla kahvia ja paluumatkalla hän käy usein buffeessa. Aika-ajoin hän ostaa laivan myymälästä kosmetiikka sekä avopuolisolle että itselleen. Jos tekee kovasti työtä, voi myös kuluttaa.

TAUSTA

Priit on 32-vuotias rakennusmies Tallinnasta. Hän elää parisuhteessa, mutta heillä ei ole lapsia. He asuvat vuokralla kerrostalokaksiossa eikä lähiaikoina ole aikomusta ostaa omaa asuntoa. Vuokralla on Priitin mielestä parempi, ei ole pakko sitoutua ja ottaa lainaa. Suhteen vuokranantajan ja avopuolison kanssa voi lopettaa koska tahansa. Niin helppoa se on. Vuokralla asumisessa on sekin hyvä puoli, että ei ole pakko remontoida tai työskennellä kotona, voi vaan olla. Priit on työskennellyt aikaisemmin virolaisessa keittiökalusteyrityksessä. Hän teki keittiöremontteja ja asensi kalusteita. Suomeen hänet houkutteli töihin hyvä ystävä, joka asuu nyt pysyvästi Suomessa. Priit on käynyt Suomessa töissä jo kolme vuotta. Hän ei ole katunut asiaa, töitä on ollut riittävästi ja palkka on hyvä. Priitin harrastukset ovat punttisali ja autot. Hän tuunaa kavereidensa kanssa autoja. Priit tykkää myös matkustamisesta ja hän käy yleensä pari kertaa vuodessa etelänmatkalla.

Kuvio 15: Asiakaspersoona 1; virolainen työmatkustaja Priit



Nimi:
Ikä:
Ammatti:
Kansalaisuus:
Asuinpaikka:
Asumismuoto:
Siviilisääty:
Tavoite:

Kalev
56-vuotias
Rakennusmies
Viro
Pärnu
Omistusasunto, omakotitalo
Naimisissa, 3 lasta
Matkustaa mukavasti

Persoona 2

MATKUSTUSTOTTUMUKSET

Kalev ajaa Tallinnaan satamaan omalla autolla ja hänellä on aina kyydissä 3 - 4 miestä. Bensakulut jaetaan ja sen takia hänen kannattaa matkustaa autolla. Laivalla hän istuu kahvilassa muiden työmiesten kanssa. Joskus hän lukee lehteä, mutta useimmiten aamureissulla vaan torkkuu. Ehtiäkseen klo 7.30 laivalle hänen täytyy lähteä Pärnusta jo puoli viideltä. Laivalla hän ostaa joskus kahvia, myymälään hän ei edes mene.

TAUSTA

Kalev on 56-vuotias rakennusmies Pärnusta. Hän on naimisissa, lapset ovat jo aikuisia. Hän on työskennellyt pitkään rakennusalalla ja ollut myös työnjohtajana. Yrityksessä oli neljä vuotta sitten YT-neuvottelut ja vanhemmat työntekijät saivat mennä. Pärnusta oli vaikea löytää hyvätuloista työtä, joten hän on nyt työskennellyt Suomessa viimeiset kolme vuotta. Suomesta kyllä löytyy töitä hänen kaltaiseleen kokeneelle miehelle. Hän kuitenkin toivoo, että löytäisi vielä hyvän työpaikan kodin läheltä. Jatkuva matkustaminen on tässä iässä jo vähän haastavaa. Vaimo työskentelee sairaanhoitajana, mutta palkka on pieni. He asuvat omakotitalossa, onneksi heillä ei ole enää asunto- eikä muita lainoja. He tulevat aika hyvin toimeen, taloudellisia vaikeuksia ei ole ja he pystyvät auttamaan myös yliopistossa opiskelevaa nuorinta lastaan. Tänä talvena he menevät vaimon kanssa kahdeksi viikoksi Kanarialle, viime matkasta onkin jo monta vuotta. Sitä lomaa on pitkään suunniteltu ja he ovat sen ansainneet.

Kuvio 16: Asiakaspersoona 2; virolainen työmatkustaja Kalev

Nimi: Marek
Ikä: 24-vuotias
Ammatti: Rakennusmies
Kansalaisuus: Viro
Asuinpaikka: Keila
Asumismuoto: Vuokra-asunto kerrostalossa
Siviilisääty: Sinkku
Tavoite: Matkustaa säästeliäästi

Persoona 3

MATKUSTUSTOTTUMUKSET
 Marek on sosiaalinen ja tekee mielellään tuttavuutta toisten matkustajien kanssa. Jos keskustelukumppania ei löydy, hän katselee elokuvaa kannettavalla tietokoneella tai pelaa tietokonepelejä. Kahvilasta hän ostaa joskus kahvin ja voileivän, paluumatkalla harvoin olutta. Laivan myymälästä hän ei tee ostoksia.

TAUSTA
 Marek on 26-vuotias sinkkumies. Hän asuu Tallinnan lähellä Keilan pikkukaupungissa vuokralla. Hän matkustaa yleensä kimpakyydillä samalla työmaalla työskentelevien tai lähellä asuvien rakennusmiesten kanssa. Marekilla on kyllä auto Virossa, mutta hän haluaa välttää ylimääräisiä kuluja Suomessa eikä sen vuoksi käytä omaa autoa. Suomessa työskenteleminen mahdollistaa säästämisen omistusasuntoa varten. Marek on joskus ajatellut, että voisi muuttaa pysyvästi Suomeen, jos löytyy vakituinen työpaikka. Kieltä hän osaa jonkin verran ja on varma, että pärjäisi. Vapaa-ajalla Marek urheilee ja katselee elokuvia, hän tykkää erityisesti toimintaelokuvista. Viikonloppuisin hän käy kavereiden kanssa juhlimassa.

Kuvio 17: Asiakaspersoona 3; virolainen työmatkustaja Marek


Nimi: Indrek
Ikä: 36-vuotias
Ammatti: Työnjohtaja
Kansalaisuus: Viro
Asuinpaikka: Tallinna
Asumismuoto: Omistusasunto kerrostalossa
Siviilisääty: Naimisissa, 2 lasta
Tavoite: Matkustaa mukavasti

Persoona 4

MATKUSTUSTOTTUMUKSET
 Indrekin työpäivät Suomessa ovat yleensä maanantaista torstaihin ja kerran kuukaudessa hän on töissä myös viikonlopun. Hän matkustaa omalla autolla ja ottaa usein työkaveriporukan kanssa alakannelle hytin. Hän ei välitä keskusteluista toisten työmiesten kanssa eikä tykkää istua kahvilassa. Hän nukkuu mielellään hytissä, etenkin aamureissulla tai lukee lehteä. Laivan myymälästä hän ostaa joskus paluumatkalla lapsille tuliaisia tai vaimolla hajuveistä. Indrek kärsii matkapahoinvoinnista eikä siksi matkusta mielellään.

TAUSTA
 Indrek on 36-vuotias perheellinen mies Tallinnasta. Hän on naimisissa ja perheessä on kaksi lasta. Hän asuu Mustamäellä omistuskolmiossa. Perheellä on kesämökki Länsi-Virossa ja vapaa-aikaa perhe viettää siellä. Indrekilla on siellä aina tekemistä ja rakentamista, mutta hän pitää siitä. Haaveena on ostaa omakotitalo Tallinnan lähialueelta. Sitä varten pitäisi myydä sekä asunto että mökki ja ottaa vielä pankkilainakin, mutta Indrek ei halua ottaa lainaa. Suomen tienestit hän osittain säästää ja investoi osakkeisiin. Vaimolla on Tallinnassa hyväpalkkainen työ ja perhe pärjää taloudellisesti hyvin. Heti, kun rahaa on riittävästi säästöissä, hän halua lopettaa Suomessa työskentelemisen. Viime aikoina hän on saanut muutaman työtarjoituksen Tallinnasta, mutta ne ovat määräaikaista. Hän ei halua menettää nykyistä hyväpalkkaista työtä Suomessa, jossa hän on isolla rakennustyömaalla työnjohtajana.

Kuvio 18: Asiakaspersoona 4; virolainen työmatkustaja Indrek




Nimi: Krista
Ikä: 46-vuotias
Ammatti: Ostojohtaja
Kansalaisuus: Suomi
Asuinpaikka: Espoo
Asumismuoto: Omistusasunto, omakotitalo
Siviilisääty: Naimisissa, 2 lasta
Tavoite: Matkustaa nopeasti

Persoona 5

MATKUSTUSTOTTUMUKSET
 Krista matkustaa Tallinnaan työasioissa noin kerran kuukaudessa, yleensä päiväksi, mutta joskus on pakko viettää Tallinnassa myös yö. Yleensä hän menee aamulla ensimmäisellä laivalla ja syö siellä aamupalaa. Hänelle on olennaista, että laivalla on riittävästi istumapaikkoja ja toimiva Internet-yhteys. Tallinnassa hän liikkuu taksilla. Paluumatkalla Krista tekee aina ostoksia myymälästä ja syö buffet-illallisen. Vaikka kyseessä on työmatka, hän yrittää myös nauttia siitä.

TAUSTA
 Krista on 46-vuotias aluepäällikkö Espoosta. Hän on naimisissa, perheessä on kahden lapsen lisäksi myös koira. Molemmat lapset ovat muuttaneet pois kotoa, he opiskelevat ja asuvat eri puolella Suomea. Kun lapset muuttivat pois, pariskunnalle jäi enemmän aikaa yhteisille harrastuksille. Arkipäivisin Krista tekee vaativaa työtä, mutta iltaisin ja viikonloppuisin työ unohtuu ja hän ottaa rennosti. Krista ja hänen miehensä harrastavat golfia myös lomamatkat vietetään etelässä golfin parissa. Heillä on myös vilkas sosiaalinen elämä, kerran viikossa vietetään tuttavien kanssa iltaa teatterissa tai ruokaravintolassa. Lisäksi Krista rakastaa puutarhahoitoa ja tekee pitkiä kävelylenkkejä koiran kanssa.

Kuvio 19: Asiakaspersoona 5; suomalainen työmatkustaja Krista



Nimi: Joonas
Ikä: 36-vuotias
Ammatti: Aluepäällikkö
Kansalaisuus: Suomi
Asuinpaikka: Porvoo
Asumismuoto: Omistusasunto, rivitalo
Siviilisääty: Naimisissa, 1 lapsi
Ammatti: Aluepäällikkö
Tavoite: Matkustaa työasioissa

Persoona 6

MATKUSTUSTOTTUMUKSET
 Joonas matkustaa Tallinnaan työasioissa 6-7 kertaa vuodessa. Hän menee aina omalla autolla. Virossa hän viettää 2-3 päivää kerrallaan ja hän asioi myös Tallinnan ulkopuolella. Aamulla menomatalla hän juo kahvia, syö voileivän, lukee lehtiä ja tarkistaa sähköpostit. Paluulipun hän ottaa keskipäiväksi, että ehtisi jo iltapäiväksi kotiin. Paluumatkalla hän syö jotain pientä, koska kotona odottaa illallinen. Myymälästä hän ostaa yleensä makeisia.

TAUSTA
 Joonas on 36-vuotias aluepäällikkö. Hän on naimisissa ja pienen vauvan isä. Vaimo työskentelee päiväkodissa lastentarhanopettajana, mutta on nyt äitiyslomalla. Töiden takia Joonas matkustaa usein ympäri Suomea ja myös Virossa. Aikaisemmin hän piti siitä, mutta viime aikoina on tuntunut siltä, että hän olisi mieluummin iltaisin kotona perheen kanssa. He ovat juuri muuttaneet uuteen kotiin ja siellä on ollut paljon remontoitavaa. Kaikki vapaa-aika onkin nyt mennyt siihen, mutta se ei haittaa, kodista tulee juuri sellainen kuin he ovat haaveilleet. Joonaksen harrastuksiin kuuluu punttisali ja kalastus. Kesällä hän tekee kaveriporukan kanssa viikonloppuisin kalastusreissuja ystävien mökille.

Kuvio 20: Asiakaspersoona 6; suomalainen työmatkustaja Joonas

Nimi:
Ikä:
Ammatti:
Kansalaisuus:
Asuinpaikka:
Asumismuoto:
Siviilisäätty:
Suhde yritykseen:
Tavoite:

Greta
70-vuotias
Eläkkeellä
Suomi
Inkoo
Omistusasunto, omakotitalo
Naimaton ikäneito
Kanta-asiakas
Matkustaa miellyttävästi

Persoon 7

MATKUSTUSTOTTUMUKSET
Ruotsinkielinen Greta käy 2-3 kertaa vuodessa Tallinnan risteilyllä ystäviensä kanssa. Hän ei koskaan matkustaa yksin. Hän matkustaa Eckerö Linellä, koska laiva on kotimainen ja hän saa palvelua ruotsin kielellä. Hyvä palvelu tarkoittaa, että tunnet itsesi tervetulleeksi laivaan. Laivalla hän kaipaa rauhallista hyvin istuimin varustettua tilaa, jossa voi seurustella ja nauttia kuohuviiniä ”tyttöjen” kesken. Kesäisin lasilliset nautitaan hyvän sään salliessa ulkokannella. Päivätansseista, bingosta ja karaokesta hän ei välitä. Joskus harvoin ystävykset istuvat baariin, jossa soittaa trubaduuri. Yleensä he pitävät enemmän rauhallisesta ympäristöstä, eihän tanssiravintolassa metelin keskellä voi keskustella. Joskus he täyttävät yhdessä ristikoita. Asiakkaana hän on vaatimaton ja vähään tyytyväinen.

TAUSTA
Greta on eläkkeellä oleva entinen tilintarkastusfirman pääkirjanpitäjä Inkoosta. Hän ei ole ollut koskaan naimisissa, eikä hänellä ole lapsia, mutta ystäviä on paljon. Greta nauttii eläkepäivistä, hänellä on aina tekemistä ja menoja. Hän harrastaa runoja, teatteria ja kulttuuritapahtumia. Kesäisin hän matkustaa paljon Suomessa – Savonlinnan Oopperajuhlat, Kajaanin runoviikko ja muut kulttuuritapahtumat ovat olleet kiinteä osa hänen kesäänsä jo vuosia. Hänellä on oma pieni talo ja piha. Greta tykkää pihatöistä, mutta viime aikoina ovat sekä talon kunnossapito että puutarhatyöt käyneet raskaiksi. Hän on harkinnut muuttamista rivitaloon tai kerrostaloasuntoon.

Kuvio 21: Asiakaspersoon 7; päiväristeilymatkustaja Greta

Nimi:
Ikä:
Ammatti:
Kansalaisuus:
Asuinpaikka:
Asumismuoto:
Siviilisäätty:
Suhde yritykseen:
Tavoite:


Rauno
67-vuotias
Eläkkeellä
Suomi
Kotka
Omistusasunto, omakotitalo
Naimisissa, 1 aikuinen lapsi
Kanta-asiakas
Matkustaa rennosti

Persoon 8

MATKUSTUSTOTTUMUKSET
Rauno matkustaa Tallinnaan usein, jopa 7-8 kertaa vuodessa. Matkustamisessa oleellisinta on vaihtelu arkipäiviin ja ystäviensä tapaaminen. Hän lähtisi mielellään risteilylle vaimonsa kanssa, mutta vaimo ei pidä laivamatkoista. Raunolla on pari hyvää ystävää keiden kanssa hän matkustaa. Karaokesta hän ei pidä, mutta päivätansseihin he joskus osallistuvat. Rauno oli nuorempaan oikea parkettien partaveitsi ja hän kaipaa tanssimista, nykyään hänen ikäisilleen on vähän paikkoja missä saa tanssia. Rauno pitää myös sivistävistä ohjelmista, hänen mielestään laivalla voisi olla teemamatkoja tai erilaisia kiinnostavia luentoja. Tallinnassa he käyvät joskus näyttelyissä ja pyörittävät vanhassa kaupungissa.

TAUSTA
Rauno työskenteli ennen eläkkeelle jäämistä johtotehtävissä paperiteollisuudessa ja matkusti paljon. Hänestä oli kiinnostavaa nähdä erilaisia paikkoja ja ihmisiä. Matkustaminen ei ole hänestä koskaan tuntunut rasittavalta. Ehkä senkin takia hänen on nyt eläkkeellä vaikea pysyä paikallaan. Rauno muuttaisi mielellään eläkepäiviksi lämpimään, vaikka Espanjaan, mutta vaimo ei halua. 3- ja 5-vuotiaat lapsenlapset ovat niin rakkaita. Raunon mielestä Espanja ei olisi kaukana, lentokoneella pääsee nopeasti ja liput maksavat vähän. Ehkä muutto toteutuu myöhemmin, kun lapsenlapset ovat koulussa ja tulevat mamman ja papan luo lomalle. Rauno on kiinnostunut tieteestä, historiasta ja katsoo mielellään dokumenttelokuvia. Hän on avoin uusille ideoille ja kannattaa muutoksien tekemistä.

Kuvio 22: Asiakaspersoon 8; päiväristeilymatkustaja Rauno



Nimi: Annika
Ikä: 36-vuotias
Ammatti: Vuoropäällikkö
Kansalaisuus: Suomi
Asuinpaikka: Vantaa
Asumismuoto: Omistusasunto kerrostalossa
Siviilisääty: Avoliitossa, 1 lapsi
Suhde yritykseen: Satunnainen asiakas
Tavoite: Matkustaa nauttien

Persoona 9

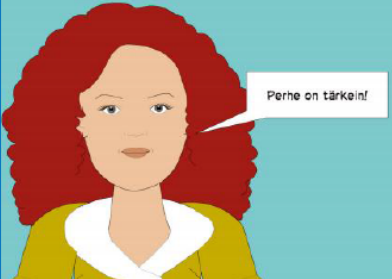
MATKUSTUSTOTTUMUKSET

Annika käy Tallinnassa 5-6 kertaa vuodessa. Kesällä tehdään kerran perhematka, mutta muuten käydään kaveriporukalla. Matkat suunnitellaan etukäteen ja silloin nautitaan, eikä venytellä senttejä. Yleensä matkalla on joku päämäärä: konsertti, shoppailu tai hemmottelu. Joskus mennään päiväksi, toisiaan ollaan yötä ja hyödynnetään laivayhtiön hotellimatkatarjoja. Jo menomatalla otetaan rennosti ja nautitaan lasi kuohuvaa. He istuvat yleensä tanssiravintolassa, vaikka tarjolla oleva musiikki ei ole olekaan mieluista. He eivät koskaan tanssi, mutta joskus he laulavat pilailumielessä karaokea. Paluumatkalla syödään illallinen ja ostetaan tuliaisia myymälästä, yleensä viiniä tai konjakkipullo. Kosmetiikkaostokset tehdään Tallinnassa.

TAUSTA

Annika on 36-vuotias hotellin vuoropäällikkö Vantaalta. Hän elää avoliitossa ja heillä on yksi lapsi. Hänen miehensä työskentelee IT-alalla. Annikalla on jo opiskeluaikasta lähtien ollut tiiviit ystäväporukka. Käydään jumpassa, toisten luona illallisella ja tarvittaessa ollaan lapsenvahteja. Myös ystävättärien puoliset ovat vuosien varrella ystävystyneet. Kun naiset matkustavat Tallinnaan, jäävät miehet lasten kanssa kotiin. Perhe käy talvisin vähintään kerran vuodessa etelämatkalla. He eivät koskaan löhöile hotellissa, vaan yrittävät viettää aktiivilomaa.

Kuvio 23: Asiakaspersoona 9; päiväristeilymatkustaja Annika



Nimi: Elina
Ikä: 43-vuotias
Ammatti: Sairaanhoitaja
Kansalaisuus: Suomi
Asuinpaikka: Helsinki
Asumismuoto: Omistusasunto, rivitalo
Siviilisääty: Naimisissa, 3 lasta
Suhde yritykseen: Satunnainen asiakas
Tavoite: Matkustaa lasten ehdoilla

Persoona 10

MATKUSTUSTOTTUMUKSET

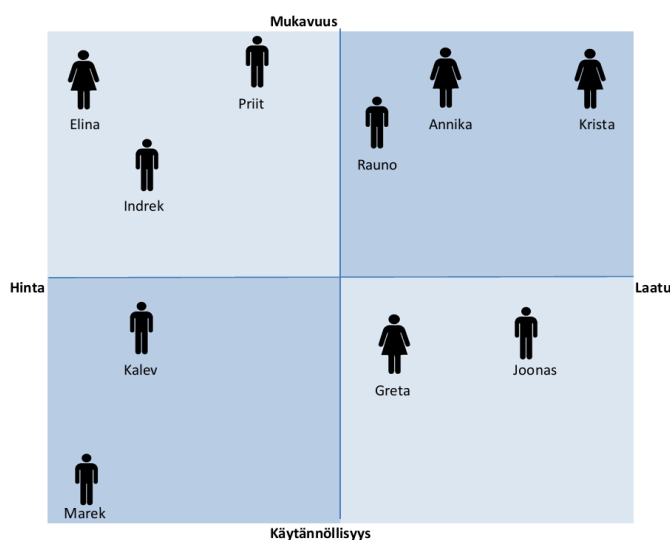
Elina käy Tallinnan risteilyllä 2-3 kertaa vuodessa. Hän matkustaa aina lasten kanssa. Jos mies ei pääse mukaan, silloin tulevat ystävättäret omien lastensa kanssa. Risteilylle mennään lasten ehdoilla, lyhytkin matka voisi olla heille elämys. Ulkomaille perhe pääsee harvoin. Netistä tutkitaan etukäteen, mitä Tallinnassa voisi tehdä. He ovat käyneet esimerkiksi eläintarhassa, tiedemuseossa ja huvipuistossa. Alkukesällä pidettävät "Vanhan kaupungin -päivät" ovat mieleiset. Siellä on kaikenlaisia esityksiä, tapahtumia ja markkinoita. Silloin vietetään Tallinnassa myös yö. Elina kaipaa laivalle parempaa lastentilaa ja -ohjelmia. Nykyiset pienet kopit pakollisen pallomeren ja piirrettyjen kanssa ovat aikansa eläneet. Tarjolla voisi olla vaikka nukketatteriesitys ja opettavaisia puuhakirjoja. Lippujen hinnat ovat Elinan mielestä korkeat, jos isompi perhe matkustaa, sen tuntee kukkarossa. Ruokailupuolellakin olisi kehittämisen varaa. Hän kaipaa lapsiperheelle paremmin sopivia edullisia aamiais- ja illallisvaihtoehtoja.

TAUSTA

Elina on naimisissa oleva kolmen lapsen äiti. Hän työskentelee sairaanhoitajana. Hänen miehensä on farmaseutti. He tutustuivat jo opiskeluaikoina. Työ on vaativaa, mutta viikonloput vietetään ehdottomasti perheen kanssa. Vapaa-aikaa ei arjen pyörittämisen jälkeen juuri jää, mutta Elina yrittää ainakin kaksi kertaa viikossa käydä jumpassa. Silloin harvoin, kun lapset ovat mummulassa, käydään miehen kanssa teatterissa tai konsertissa. Joskus he vain laittavat illallisen kotona, juovat lasin viiniä ja nauttivat hiljaisuudesta.

Kuvio 24: Asiakaspersoona 10; päiväristeilymatkustaja Elina

Kuvioista 15 - 24 huomataan se, kuinka virolaisten ja suomalaisten työmatkustajien sekä päiväristeilymatkustajien ryhmissä olevilla persoonilla on erilaiset tavoitteet ja matkustustottumukset. Kyselyistä ja haastatteluista kävi ilmi, että hinta, laatu, mukavuus ja käytännöllisyys vaikuttavat eniten tutkimusryhmässä olevien matkustajien tyytyväisyyteen ja palveluntuottajan valintaan. Persoonien ja heidän erilaisten tarpeittensa parempaa ymmärtämistä varten asetettiin persoonat nelikenttään (Kuvio 25).



Kuvio 25: Asiakaspersoonien nelikenttä

Kuviosta 25 käy ilmi, että sekä ”Hinta – Laatu” että ”Mukavuus – Käytännöllisyys” akseleilla ei virolaisten tai suomalaisten työmatkustajien ja päiväristeilymatkustajien välillä ole selkeää jakoa tai eroa. Myöskään persoonan iällä ei ole erityistä merkitystä. Molemmissa ryhmissä on eri-ikäisiä persoonia, jotka arvostavat edullista hintaa ja käytännöllisyyttä kuin myös mukavuutta ja laatua. Täällä tavalla saatiin hyvin esille se, että uusia palvelukonsepteja suunniteltaessa on persoonien erilaisuus otettava huomioon. Kehitettävien palvelukonseptien tulee tyydyttää mahdollisimman monen persoonan tarpeita, riippumatta siitä, missä kohtaa nelikenttää hän sijaitsee.

5.4 Palvelupolku laivamatkan aikana

Tässä kappaleessa kuvataan virolaisten ja suomalaisten työmatkustajien sekä päiväristeilymatkustajien palvelupolkuja, jotka on koottu havainnoinnin ja haastattelujen avulla. Palvelupolun kuvaaminen antaa ymmärrystä siitä, miten matkustajat varaavat lipun, menevät laivaan ja mitä he siellä tekevät. Selville saatiin myös se, että virolaisilla ja suomalaisilla työmatkus-

tajilla sekä päiväristeilymatkustajilla on useita erilaisia palvelupolkuja, mikä johtuu siitä, että heillä on erilaisia matkaan liittyviä toiveita ja tavoitteita. Saadusta tiedosta on hyötyä palvelukonseptien kehittämisessä.

Palvelun keskeisessä roolissa on asiakkaan palvelukokemus. Vain tuntemalla asiakkaita ja ymmärtämällä miksi, miten ja minkälaiset ihmiset kohtaavat yrityksen tarjoaman, voi suunnitella erinomaista palvelua. (Tuulaniemi 2011, 74.) Kaikki palvelut rakentuvat päävaiheista tai asiakkaan ja palveluntarjoajan välisen vuorovaikutuksen seurauksena syntyvistä eripituisista kohtaamisista. Näissä keskeisissä vaiheissa on kyse palvelutuokioista. Näitä palvelutuokioita on peräkkäin useita ja niistä muodostuu palvelupolku. Palvelupolku kuvaa sitä, mitä asiakas havaitsee ja miten hän kokee tarjotun palvelun aika-akselilla. Palvelupolussa on siis kyse palvelukokonaisuuden kuvauksesta. (Koivisto 2011, 49-50; Tuulaniemi 2011, 78.) Palvelupolku ja palvelutuokiot ovat hyviä työvälineitä myös suunniteltaessa uusia palvelukonsepteja. Niiden avulla voidaan hahmottaa ja konkretisoida palvelun rakennetta, päävaiheita ja tuotantotapaa. (Koivisto 2011, 51.)

Asiakkaan palvelukokemuksen muodostavat palvelupolku, palvelutuokiot ja kontaktipisteet. Palvelumuotoilussa palvelua ei nähdä yhtenä tapahtumana, vaan siinä otetaan huomioon kaikki yksittäiset palvelun osat. Kontaktipisteiden kautta asiakas näkee, kokee ja aistii palvelua. (Tuulaniemi 2011, 79.) Esimerkiksi laivayhtiön palvelun kontaktipisteitä ovat mainokset radiossa ja lehdissä, asiakaspalvelu puhelimitse tai sähköpostitse, laivan sisustus, henkilökunta ja heidän kanssaan asioiminen.

Kontaktipisteet jaetaan yleensä neljään osaan, ne ovat ympäristö, esineet, palveluprosessi ja ihmiset. Ympäristö – fyysiset tai virtuaaliset tilat, jossa palvelu tapahtuu. Ympäristö tarjoaa sekä tarvittavan tilan (esimerkiksi myyntikonttori, laiva, kotisivut) että vihjeet tapahtuvasta palvelusta (esimerkiksi kyltit, opasteet, ilmoitukset). Esineet – näkyvät esineet, jotka kuuluvat palveluun ja tarjoavat mahdollisuuden vuorovaikutukseksi ja osallistumiseksi. Esineet vaikuttavat asiakkaan palvelukokemuksen muodostamiseen ja niitä voivat käyttää joko asiakkaat, henkilökunta tai molemmat. Esineet ovat esimerkiksi astiat ravintolassa, karaokelaite baarissa ja puuhakirja lasten leikkitilassa. Palveluprosessit – miten palvelu on luotu toimimaan ja minkälainen on lopputulos. Prosessi voidaan määritellä pieniä yksityiskohtia myöten, mutta se ei silti ole aina samanlainen, koska se riippuu myös palveluprosessiin osallistuvasta henkilökunnasta ja asiakkaista. Palvelu voi olla yksinkertainen, esimerkiksi asiakas laittaa kolikon säilytyslokeron oveen, nostaa laukun lokeroon ja sulkee oven. Palvelun lopputuloksen takana voi olla myös monimutkainen prosessi. Buffet-illallisen tarjoamiseksi tarvitaan raaka-aineita, välineitä, keittiöhenkilökuntaa, tarjoilijoita ja prosessin pitää tapahtua tietyssä järjestyksessä tiettyinä aikoina. Ihmiset – harvoin palvelu toimii ilman ihmisiä. Jopa virtuaalipalvelujen tuottamiseen tarvitaan ihmisiä, jotka kehittävät ja huoltavat ohjelmia ja systeemejä.

Palvelun tuottamiseen tarvitaan asiakaspalvelijoita sekä asiakkaita ja palvelu syntyy heidän vuorovaikutuksesta. (Saffer 2007, 177-180.) Esimerkkejä mahdollisista laivamatkan kontaktipisteistä kuvataan alla olevassa kuviossa (Kuvio 26).



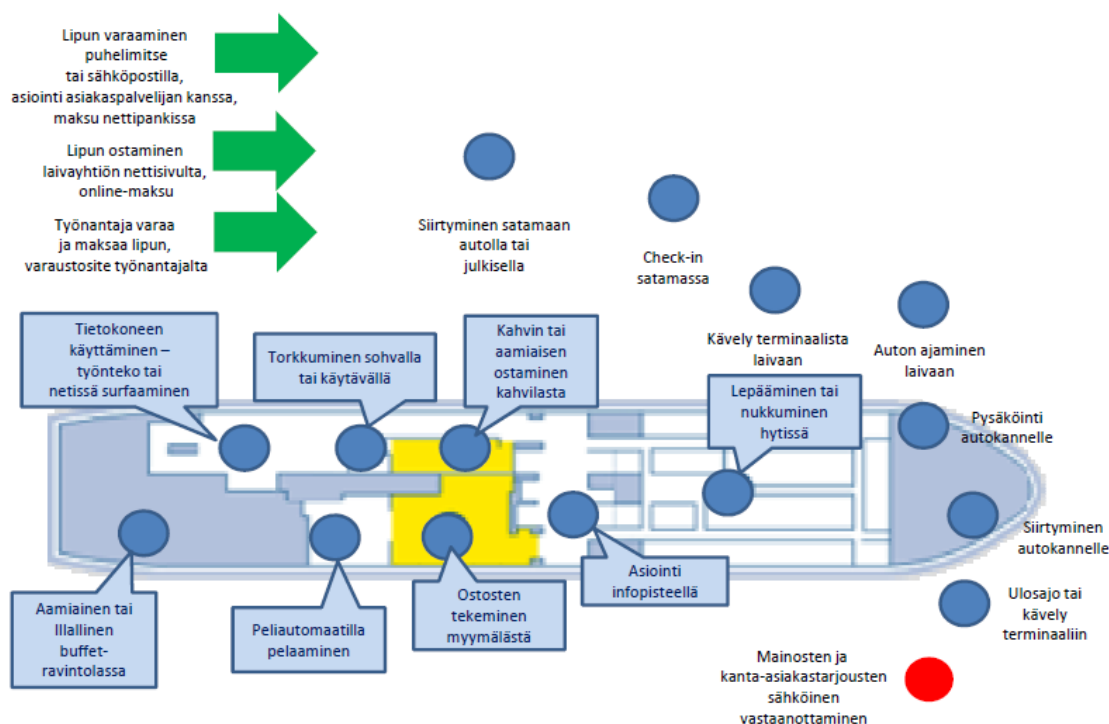
Kuvio 26: Esimerkkejä kontaktipisteistä laivalla (mukaillen Tuulaniemi 2011, 80)

Palvelu koostuu yksittäisistä palvelun osien tai episodien sarjasta, jotka yhdessä muodostavat palvelukokonaisuuden. Yksittäisiä episodeja kutsutaan palvelutuokioiksi. Niitä ovat esimerkiksi: asiakas varaa lipun, asiakas maksaa lipun, asiakas ajaa satamaan, asiakas menee laivalle jne. Palvelutuokio koostuu kontaktipisteistä, niiden avulla muokataan palvelutuokio asiakkaalle miellyttäväksi. (Tuulaniemi 2011, 78.) Esimerkiksi, jos matkustaja ostaa laivan kahvilasta kahvin, kontaktipisteitä ovat mm. hinnasto, astiat, kahviautomaatti, maitokannu, asiakaspalvelija ja kommunikointi hänen kanssaan. Jotkut kontaktipisteet ovat asiakkaalle tärkeitä kuin toiset ja se otetaan huomioon palvelutuokion suunnittelemisessa.

Useista toisiaan seuraavista palvelutuokioista muodostuu palvelupolku ja sen kokemiseen vaikuttaa palvelun suunnittelu ja tulos, sekä asiakkaan osallistuminen ja vuorovaikutus asiakaspalvelijan kanssa. Vaikka palvelupolku on suunniteltu koettavaksi tietyllä tavalla, todellisuudessa asiakkaat eivät käytä yhtä polkua, vaan jokainen löytää oman vaihtoehtoisen ja sopivan polun. (Tuulaniemi 2011, 78.) Esimerkiksi laivamatkalla osa matkustajista nukkuu hytissä, toiset laulavat baarissa karaokea, jotkut taas istuvat kahvilassa ja jotkut ulkona laivan kannella, jo pelkästään sen takia jokainen kokee laivamatkan eri tavalla.

5.4.1 Virolaisten ja suomalaisten työmatkustajien palvelupolku

Virolaisten ja suomalaisten työmatkustajien palvelupoluissa on paljon yhteistä, mutta on myös eroavaisuuksia. Isoimmat erot ovat matkan aikaisessa toiminnassa. Esimerkiksi monet virolaiset työmatkustajat nukkuvat käytävillä tai sohvilla, suomalaisista tutkittavista näin ei toimi kukaan. Aamupalaa tai illallista suomalaiset työmatkustajat ostavat useammin kuin virolaiset. Seuraavaan kuvioon on kuvattu sekä virolaisten että suomalaisten työmatkustajaryhmien laivamatkan aikainen palvelupolku (Kuvio 27).



Kuvio 27: Virolaisten ja suomalaisien työmatkustajien laivamatkan palvelupolku

Havainnoinnin avulla sekä virolaisten työmatkustajien työpaikan edustajan (Laur 2011) ja heidän itsensä kanssa käydyissä keskusteluissa kävi ilmi, että virolaiset työmatkustajat varaavat ja maksavat laivalipun useimmiten netin kautta. Isommissa yrityksissä yksi toimihenkilö yleensä varaa ja maksaa liput, pienten yritysten työntekijät hoitavat asian itse. Tavallisesti ostetaan meno-paluulippu, koska se on edullisempi. Matkalippu kustannetaan lähes aina itse. Kolme virolaista työmatkustajaa kertoi, että työnantaja kustantaa hänelle meno-paluulipun kerran kuukaudessa.

Virolaiset työmatkustajat saapuvat laivalle kimpakyydillä jonkun työkaverin autolla, julkisella kulkuvälineellä tai yhteisellä taksikyydillä. Ilman autoja kulkevia henkilöitä on Suomen puolella satamasta vastassa autoileva työkaveri. Tallinnan ulkopuolella, esimerkiksi Pärnussa,

asuvat henkilöt lähtevät liikkeelle jo aamuyöstä. Maanantai-aamuna klo 7.30 lähtevälle laivalle ei ole vartenotettavaa kilpailijaa, sen takia käytetään sitä. Tällä vuorolla matkustaessa ehditään hyvin työpaikalle, kun taas klo 8.30 lähtevä laiva on Helsingissä töitä ajatellen liian myöhään.

Suomalaisten työmatkustajien haastatteluista kävi ilmi, että työnantaja kustantaa matkat ja hoitaa yleensä myös matkalippujen tai mahdollisen hotellihuoneen varaukset. Ratkaisevat tekijät ovat aikataulut ja lipun hinta. Helsingistä lähdetään lähes aina klo 7.30 tai viimeistään klo 8.30 lähtevällä laivalla. Viisi vastaajaa tekee työmatkan omalla tai yrityksen autolla, toiset viisi ilman autoa. Ilman autoa kulkeva ryhmä saapuu satamaan joko taksilla tai omalla autolla, joka jää sataman pysäköintialueelle, jos kyseessä on yhden päivän työmatka.

Laivalla sekä virolaiset että suomalaiset työmatkustajat menevät istumaan kahvilaan. Ensimmäinen istumapaikka on ikkunapaikka, jonka läheisyydessä on pistorasia (tietokoneen tai kännykän lataamista varten), usein se ei kuitenkaan onnistu. Kuusi virolaista työmatkustajaa ostaa 4-hengen hytin alakannelta, missä on halvempaa ja he nukkuvat siellä. Vain harvoin ostetaan kalliimpi 2-hengen hytti. Yleensä nukutaan käytävillä tai portaiden alla. Kahvilassa istuvat virolaiset työmatkustajat torkkuvat, kuuntelevat musiikkia iPodista tai puhelimesta, lukevat lehtiä tai käyttävät kannettavaa tietokonetta. Suomalaiset työmatkustajat lukevat lehtiä internetin kautta tai paperiversiona, tarkistavat sähköposteja ja hoitavat työasioita, jos ympäristö on rauhallinen. Työmatkustajilla kannettavat tietokoneet ovat enemmän sääntö kuin poikkeus. Sen vuoksi pistorasioiden viereiset kahvilapöydät ovat haluttuja paikkoja.

Kaikki suomalaiset työmatkustajat ostavat kahvilasta kahvia tai teetä ja jonkinlaisen aamupalan. 30 virolaista työmatkustajaa ostaa kahvilasta kahvia, teetä tai virvoitusjuomia. Molemmat työmatkustajaryhmät moittivat kahvia huonoksi ja kertakäyttöastioita epämiellyttäviksi. Aamupalaa virolaiset eivät yleensä syö laivalla, koska se on kallista. Eikä hinta-laatu- ja valikoimasuhde ole heidän mielestä kohdallaan. Molempien työmatkustajaryhmien vastaajat olivat sitä mieltä, että aamupala voisi olla monipuolisempi, samat ruoat ja sämpylät toistuvat eikä vaihtoehtoja ole. Vaihtelun puute on myös yksi syy siihen, miksi usein matkustavat virolaiset työmatkustajat eivät osta laivalta aamupalaa.

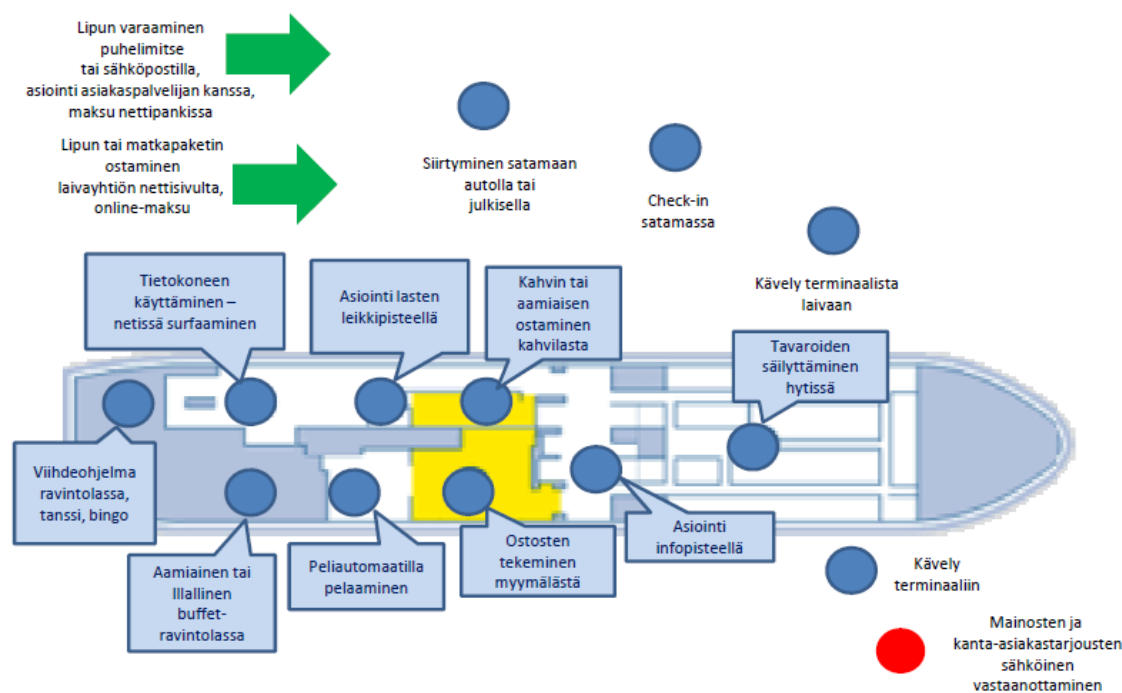
Sekä virolaiset että suomalaiset työmatkustajat sanoivat yrittävänsä poistua laivasta mahdollisimman nopeasti työkiireiden takia. Suomalaiset jatkavat matkaa Tallinnaan satamasta joko omalla autolla, taksilla tai paikallisen kollegan kyydillä. Virolaiset keräävät Helsinkiin saavuttaessa nopeasti tavaransa, siirtyvät autokannelle ja jatkavat matkaa suoraan työpaikoille. He huomauttivat, että usein maihin pääsy on hidasta ja satamassa joutuu jonottamaan ennen kuin sieltä pääsee ajamaan pois.

Suomalaisten työmatkustajien lähtö Tallinnasta Helsinkiin tapahtuu kello 16 - 17 aikaan, jos mahdollista. Kun työasiat on hoidettu, halutaan päästä mahdollisimman nopeasti kotiin. Kaikki vastaajat sanoivat yrittävänsä hoitaa työasiat päivässä, ettei tarvitsisi jäädä Tallinnaan yöksi. Joskus kuitenkin täytyy viettää yö hotellissa tai mikäli on asiaa myös Tallinnan ulkopuolelle, ollaan Virossa pari - kolme yötä. Virolaiset työmatkustajat palaavat usein Tallinnaan joko myöhään torstai-iltana tai perjantai-iltapäivällä. Maanantaista torstaihin tehdään pitkiä työpäiviä ja viikonloppu halutaan viettää kotona.

Suomalaiset työmatkustajat syövät paluumatkalla laivalla joko kahvilassa tai buffetissa. Virolaiset sanoivat, että he ostavat paluumatkalla virvoitusjuomia, kahvia tai olutta. Viisi virolaista vastaajaa syö laivalla joko buffet-ravintolassa tai kahvilassa. Molemmat työmatkustajaryhmät käyvät laivan myymälässä – ostetaan makeisia, viiniä tai kosmetiikkaa tuliaiseksi. Myymälään ei mennä ainoastaan ostosten vuoksi, vaan usein myös ajankuluksi.

5.4.2 Päiväristeilymatkustajien palvelupolku

Seuraavaan kuvioon on kuvattu kaikkien päiväristeilymatkustajien laivamatkan aikainen palvelupolku (Kuvio 28). Palvelupolku on molemmilla päiväristeilymatkustajien ikäryhmillä suurelta osin samanlainen. Lasten leikkipisteellä käyminen ei kuulu tutkimusryhmässä olevien iäkäämpien päiväristeilymatkustajien palvelupolkuun.



Kuvio 28: Päiväristeilymatkustajien laivamatkan palvelupolku

Ensimmäinen, iäkkäämpi päiväristeilijöiden vastaajaryhmä matkustaa usein arkipäivisin ja toinen keski-ikäisten vastaajaryhmä enimmäkseen viikonloppuisin, paitsi kesälomien ja koulujen loma-aikoina. Lippu varataan usein puhelimitse ja maksetaan nettipankissa tai ostetaan suoraan laivayhtiön kotisivulta. Satamaan saavutaan joko julkisilla kulkuvälineillä tai omalla autolla. Auto jätetään satama-alueen pysäköintipaikalle. Omaa autoa käyttävät erityisesti pääkaupunkiseudun ulkopuolella asuvat päiväristeilymatkustajat. Molemmat tutkittavat ryhmät matkustavat joko ystävien tai ydinperheen kanssa. Matkan tavoite on joko rentoutuminen, kauneudenhoito, ostosten tekeminen tai irtiotto arjesta.

Havainnointimatalla huomattiin, että päiväristeilymatkustajilla on selkeästi erilaisia toimintamalleja laivalla. Osa ihmisistä siirtyi suoraan tanssiravintolaan, toiset halusivat löytää hiljaisemman istumapaikan kahvilasta, missä voi keskustella ja osa valitsi istumapaikan tuloaulasta infotiskin tai eri kerroksissa portaiden lähellä olevilta sohvilta. Tuloaulan sohvilla istuvat näyttivät odottavan vain perillepääsyä eivätkä nauttineet tarjottavasta viihdeohjelmasta tai osallistuneet tansseihin, karaokeen tai bingoon. Lasten kanssa matkustavat etsivät sopivat istumapaikat lasten leikkitilan läheltä.

Menomatkalla päiväristeilymatkustajat syövät aamiaista buffetissa tai kahvilassa. Paluumatkalla syödään illallista buffet-ravintolassa, kahvilassa tai à la carte -ravintolassa. Paluumatkalla nautitaan myös enemmän alkoholia. Sekä keski-ikäiset että sitä vanhemmat vastaajat tekevät ostoksia laivan myymälästä enimmäkseen paluumatkalla – ostetaan tuliaisista, alkoholia, kosmetiikkaa. Tallinnaan mennessä myymälässä käydään tarkistamassa tuotevalikoimaa ja hintoja. Matkalaukut viedään mukana kahvilaan tai ravintolaan, laitetaan säilytyslokeroihin tai säilytetään hyteissä. Hytin ostaneet eivät yleensä menomatkalla vietä aikaa hytissä, vaan he käyttävät sitä enimmäkseen vaatteiden ja tavaroiden säilyttämiseen. Paluumatkalla hyttiä käytetään lepäämiseen ja sinne laitetaan myös Tallinnasta tai laivan myymälästä tehdyt ostokset.

Rauhaa kaipaavat päiväristeilymatkustajat istuvat kahvilassa, missä ei soi musiikki tai ole esiintyjiä. He juttelevat ystäviensä kanssa ja nauttivat yhteisestä ajasta. Osa päiväristeilymatkustajista istuu pubissa tai baarissa, missä on elävää musiikkia tai trubaduuri. He juttelevat matkakumppaneidensa kanssa ja pitävät siitä, että taustalla soi musiikki, mutta eivät kuitenkaan halua mennä tanssiravintolaan. Tanssiravintolassa olevat matkustajat nauttivat musiikista ja viihteestä. Kaikki eivät kuitenkaan tanssi, vaan he tyytyvät katselemaan muiden pyörähtelemistä tanssilattialla. Tallinnan puolella enemmistö päiväristeilymatkustajista poistuu laivasta. Havainnoinnin perusteella kävi ilmi, että pieni osa päiväristeilymatkustajista ei poistu lainkaan laivasta, vaan viettävät satamassa oloajan hyteissään.

5.5 Palvelukonsepti ja sen suunnittelu

Tässä luvussa määritellään aluksi se, mistä palvelukonseptissa on kyse. Sitten käsitellään konsepti- ja tuotesuunnittelun eroja. Lopuksi kuvataan palvelumuotoilun hyödyntämistä konseptisuunnittelussa.

Tekesin (2010, 8) julkaisemassa palveluliiketoiminnan sanastossa palvelukonsepti määritellään seuraavasti: ”palveluidean kuvaus ja toimintaperiaate palvelutuotteen toteuttamiseksi. Palvelukonseptin tarkkuustaso voidaan päättää käyttötarpeen mukaan. Liiketoiminnan perustana käytettävän palvelukonseptin tulee sisältää ansaintamalli, käsitys palvelun keskeisimmistä ominaisuuksista, palvelun asiakkaalle tuottamasta arvosta ja palvelun tuottamiseen tarvittavista resursseista. Yhteen palvelukonseptiin voi liittyä useampia palvelutuotteita”.

Tuulaniemen (2011, 189) mukaan palvelun suuri kuva on konsepti, siinä kuvataan palvelun keskeinen idea. Palvelukonsepti koostuu kulloinkin suunniteltavana olevan palvelun palvelupolusta. Siihen kuvataan palvelutuokiot tai kontaktipisteet. Kuvauksista tulee käydä ilmi, millaisesta palvelusta on kysymys, miten se tuotetaan, miten se vastaa asiakkaiden tarpeisiin ja mitä se vaatii tuottajalta. Palvelukonsepti rakentaa suurempaa kuvaa, mutta se tarjoaa myös mahdollisuuden kehittämiselle. (Miettinen, Kalliomäki & Ruuska 2011, 107-108; Tuulaniemi 2011, 189-190.)

Konseptisuunnittelun ero tuotesuunnitteluun on siinä, että konseptisuunnittelussa ei ole onnistumisen pakkoa. Voidaan tehdä hyvinkin erilaisia ja radikaaleja kokeiluja niissä onnistuen tai epäonnistuen. Epäonnistumisista voidaan oppia ja sitä kautta voi syntyä myös uusia ideoita. (Keinonen & Jääskö 2004, 33.) Palvelukonseptin luomisessa riittää se, että kuvataan ne tekijät, jotka ovat oleellisia tuotteen kannalta. Tällaisia tekijöitä ovat ne ratkaisut, jotka erottelvat palvelukonseptin olemassa olevista tuotteista tai muista palvelukonsepteista. Nämä tekijät voivat liittyä esim. keskeisiin toimintoihin, käyttäjän niistä saamiin hyötyihin, ulkonäköön, ergonomiaan, vuorovaikutukseen tai ajateltuun käyttäjäsegmenttiin. Kuvaukseen kannattaa sisällyttää ne piirteet, jotka ovat projektin kannalta keskeisiä. Mitä kevyempi kuvaus sitä joustavampaa on päivittää konseptia saadun palautteen perusteella. (Keinonen & Jääskö 2004, 36-37.)

Konseptisuunnittelussa hyödynnetään palvelumuotoilusta tuttuja asioita – luovuutta, asiakasymmärrystä, käyttäjäkeskeisiä työtapoja, visualisointia, testausta ja viimeistelyä – palvelun tai tuotteen kehittämisvaiheessa. (Keinonen & Jääskö 2004, 40-41; Miettinen ym. 2011, 107.) Uusia palvelukonsepteja luotaessa on tärkeää ottaa palvelun tulevat käyttäjät mukaan kehitystyön eri vaiheisiin. Käyttäjätietoa voidaan koota eri tavoin. Käytetyimpiä menetelmiä

konseptien testausvaiheessa ovat haastattelut, havainnointi, kyselyt ja itsedokumentointi. (Keinonen & Jääskö 2004, 92-93.)

Konsepti toimii kommunikaation apuvälineenä ja sen on välitettävä viestinsä helposti ymmär-
tävässä muodossa (Keinonen & Jääskö 2004, 37). Miettinen ym. (2011, 108) pitävät visu-
alisoinnin menetelmiä tärkeinä palvelukonseptin esittämisessä. Visualisoinnin avulla voi arvi-
ointiin ja keskusteluun osallistua muutkin kuin konseptin suunnitteluun osallistuneet henkilöt.
Konseptin kuvaamisessa voidaan käyttää apuna esimerkiksi skenaarioita, kuvataulua tai jotain
muuta visuaalista mallia. (Miettinen ym. 2011, 107-108.) Myöhemmin opinnäytetyössä esitet-
tävistä molemmista uusista palvelukonsepteista on laadittu kuvakollaasit eli moodboardit ja
niiden lisäksi konsepteja visualisoidaan myös persoonaskenaarioiden avulla.

6 Tulokset ja kehittämis ehdotukset

Tähän lukuun on koottu sekä virolaisten että suomalaisten työmatkustajien ja päiväristeily-
matkustajien tutkimustulokset ja näiden tulosten pohjalta kehitetyt ehdotukset uusiksi palve-
lukonsepteiksi. Palvelupolkuun liittyneet havainnot ja tulokset esiteltiin jo aiemmin (s. 61-64)
opinnäytetyössä. Tässä luvussa kuvataan, miten tutkittavat suhtautuivat tehtyihin haastatte-
luihin ja kyselyihin, mitkä asiat nykyisessä palvelutarjonnassa herättivät tyytymättömyyttä ja
minkälaisia muutoksia toivottiin. Tämän luvun lopussa esitellään uudet palvelukonseptit. Nii-
den visualisoimiseksi ja testaamiseksi käytetään moodboard'ia ja aikaisemmin luotuja asia-
kaspersoonia.

Virolaisia ja suomalaisia työmatkustajia tutkittiin eri ryhminä. Molempien ryhmien tulokset on
kuitenkin koottu yhteen, koska uudesta palvelukonseptista haluttiin kehittää molemmille
työmatkustajaryhmille sopiva. Myös päiväristeilymatkustajia tutkittiin kahtena eri ryhmänä –
keski-ikäiset ja sitä vanhemmat. Heidänkin tutkimustuloksensa on niin ikään koottu yhteen ja
niiden pohjalta on kehitetty palvelukonsepti päiväristeilymatkustajille.

6.1 Tulokset työmatkustajien osalta

Tutkimuksessa mukana olleet virolaiset ja suomalaiset työmatkustajat eivät käytä Eckerö Li-
nen palveluita, koska nykyinen aikataulu ja matkustusaika eivät sovi heidän mielestään työ-
matkantekoon. Kaikki tutkimukseen osallistuneet virolaiset työmatkustajat matkustavat Tal-
linnan ja Helsingin välillä keskimäärin kerran viikossa. Suomalaiset työmatkustajat matkusta-
vat työasioissa Helsingistä Tallinnaan kerran kuukaudessa tai vähintään kerran kahdessa kuu-
kaudessa.

Alkuperäisenä ajatuksena oli haastatella laivalla muutamia virolaisia työmatkustajia ja pyytää noin 30 henkilöä täyttämään laadittu kyselylomake. Tutkimushetkellä kaikki vastaajat eivät halunneet lainkaan vastata kirjallisesti, jotkut taas vastasivat kyselyyn 2 - 3 hengen ryhmissä ja loput vastasivat kyselyyn suullisesti. Lopputuloksena saatiin 32 henkilöltä 18 yksin tai ryhmässä täytettyä lomaketta ja kolme syvällisempää haastattelua. Haastattelujen vastaukset kirjattiin ylös haastattelulomakkeeseen (Liite 1). Vastaajien ikäjakauma oli 20 - 50 vuotta ja he olivat kaikki miehiä. Kaikki vastaajat eivät työskentele samassa työpaikassa tai olleet ennestään tuttuja keskenään.

Neljä virolaista työmatkustajaa kommentoi kyselylomaketta. Heidän mielestään avointen kysymysten tilalla olisi voinut olla ”kyllä tai ei” vastausvaihtoehdot, tällaisiin kysymyksiin olisi ollut helpompaa vastata. Toiset taas halusivat mielellään puhua, mutta he eivät jaksaneet kirjoittaa. Koska aikaa oli rajoitetusti, matka kesti kaksi tuntia, ei ollut mahdollista tehdä kuin kolme haastattelua. Vaikka miehet olivat väsyneenolaisia ja alussa jotkut eivät heti innostuneet ajatuksesta vastata kyselyyn, olivat he myöhemmin aika innokkaita. Jonkin verran iloisia oltiin myös siitä, että näin tuli vähän vaihtelua rutiininomaiselle laivamatkalle. Sanottiin, että he toivovat sydämestään muutosta nykyiseen tilanteeseen. Kun on pakko matkustaa, niin voisi olla muitakin vaihtoehtoja. Lisäksi toivottiin, että heidän ajatuksistaan joitakin toteutuu tulevaisuudessa.

Virolaisten työmatkustajien kanssa sovittiin tapaaminen etukäteen ja näin voitiin olla varmoja, että kyseisellä päivällä laivalla matkustaa sopiva tutkimusryhmä. Suomalaisten työmatkustajien osalta ei ollut tiedossa yhtä isoa työporukkaa, joka matkustaisi yhdessä. Ei voitu tietää, löytyykö satunnaisena päivänä sopivia haastateltavia laivalta, siksi päätettiin, että on järkevämpää sopia tutkimusryhmän kanssa tapaaminen maissa.

Suomalaisia työmatkustajia oli kymmenen, kuusi naista ja neljä miestä. Iältään he olivat 27 - 48 -vuotiaita. Tutkimus tehtiin kahdessa eri ryhmässä, ensimmäisessä oli viisi henkilöä samasta työpaikasta ja toisessa viisi henkilöä eri työpaikoista. Suomalaiset työmatkustajat halusivat vastata kysymyksiin lomakehaastattelun muodossa. Kerralla haastateltavana oli viisi henkilöä. Haastattelija luki lomakkeelta kysymykset ja kirjasi ylös saadut vastaukset. Tällainen haastattelutapa oli haastateltavien mielestä miellyttävä ja he sanoivat vastaavansa esitettyihin kysymyksiin perusteellisemmin kuin, jos he olisivat itse täyttäneet kyselylomaketta.

Virolaisten ja suomalaisten työmatkustajien kysely- ja haastattelulomakkeen (Liitteet 1 ja 2) alussa oli kahdeksan avointa kysymystä. Henkilöitä pyydettiin vastaamaan totuudenmukaisesti ja huomioimaan sen, ettei toivomuksia esittäessä tarvitsisi ajatella niiden toteutuskelpoisuutta tai laivayhtiölle aiheutuvia kustannuksia. He siis voisivat vapaasti esittää omia toivomuksiaan. Kehotuksesta huolimatta ei ”unelmien työmatka” kuvauksiin tullut yhtään todella villiä

tai vaikeasti toteuttavissa olevaa toivetta. Virolaisten ja suomalaisten työmatkustajien kyselyissä ja haastatteluissa avoimiin kysymyksiin saadut vastaukset esitetään seuraavassa taulukossa (Taulukko 6). Taulukossa vastausten jäljessä suluissa oleva luku kertoo, kuinka moni vastaaja toi esille saman asian.

Laivamatkustamisesta tekee epämiellyttävää	Paras mahdollinen laivan aikataulu	”Unelmien työmatka”	Minkälaisia palveluja tulisi olla työmatkustajille?
<ul style="list-style-type: none"> Istumapaikkojen vähyys. (17) Juopuneet ja äänekkäät matkustajat. (15) Jonottaminen. (8) Huono keli ja laivan keinunta. (7) Isot matkustajamäärät ja siitä johtuva ruuhka. (6) Laivan myöhästyminen. (6) Epämukavat tuolit. (5) Netti ei toimi. (5) Oman rauhan puuttuminen. (4) Tyvä palvelu. (4) Lian korkea ja jatkuvasti nouseva lipun hinta. (4) Pitkä kävelytunneli. (4) Aina samat ruuat kahvilassa, sekä korkeat hinnat. (4) Pistorasioita on liian vähän. (3) Pitkä matkustus aika. (3) Tyvässä, ei ole mitään tekemistä. (3) Automatkojalla huono logistikka, ensimmäisenä tulet ja viimeisenä pääset pois. (2) Ruuhkaa Helsingin puolella satamasta ulos ajeltaessa. Puuttuvat / tylsät televisio-ohjelmat. Väsymys. 	<ul style="list-style-type: none"> Helsingistä torstaisin ja perjantaisin lahtea klo 15.00, 16.00 ja 17.00. Etenkin Tallinnan ulkopuolella asuvat haluavat palata jo klo 15.00 alkaen, että ehtisivät illaksi kotiin. (11) Nykyinen Tallinkin aikataulu on ok. (10) Tallinnasta voisi maanantaiaamuna lahtea laiva loppa klo 6.00, 6.30 tai 7.00. (8) Lahti Helsingistä klo 8.00. (6) Lahti Tallinnasta klo 16.00. (6) Lahti Helsingistä klo 9.00. (4) Täsmällinen ja aina aikataulussa. (2) Aikatauluissa pitäisi ottaa enemmän huomioon virolaisia matkustajia, jotka laivayhtiöt eivät huomioi heitä lainkaan. Aikataulussa juuri torstaina ja perjantaina lounasajan jälkeiset liput ovat kalliita, silloin kuin enemmistö virolaisista matkustaa kotiin. 	<ul style="list-style-type: none"> Nopea matka. (13) Torkkupaikka ja mukavat nojatuolit. (8) Edullinen hyvä aamupalapaketti. (6) Lounasravintola, hinta alle 10 €. (6) Mahdollisuus käydä kampaajalla / hieromassa. (6) Rauhallinen tila. (5) Pistorasiat. (5) Toimiva, nopea nettiyhteys. (5) Sälviyskierrota useammassa kerroksessa, ei tarvitsisi raahata tavaroita. (4) Pikabuffet, edullinen ja pienempi valikoima. (4) Monipuolinen ja terveellisempi välipala-valikoima. (4) Hyvää ruokaa (hinta-laatusuhde). (4) Ilmainen nukkumapaikka. (3) Maistuvaa ja halpaa tai lipun hintaan sisältyvää ruokaa. (3) Nopea ja rauhallinen matka ilman jonottamista ja ruuhkaa. (2) Miellyttävä interööri. Paluumatkalla (tope) ilmainen olut kotiin palaavalle kanta-asiakkaalle. Live-esiintyjä, hyvä show ja juoma. 	<ul style="list-style-type: none"> Nopea Internet-yhteys, nykyinen hidas ja tokkii. (11) Parturi / Kampaaja. (6) Hieronta. (5) Pika-manikyyri. (5) Rittävästi istumapaikkoja. (5) Rauhallinen tila. (5) Jakakylvy, jalkahotto. (4) Myymälä, tarjoukset, asiantunteva myyjä. (4) Halvemmat hytit tai muu nukkumisvaihtoehto. (4) Ilmainen kahvi. (2) Mukavat istuma-/nukkumapaikat. (2) Kaikki tarpeellinen on olemassa. (2) Enemmän pistorasioita. Edullinen aamupala. Parempi ruokavalikoima.
Millaiset laivan sisätilat voisivat olla?	Miksi käytät nykyistä laivayhtiötä?	Mielikuva Eckerö Linestä	Minkälaiset palvelut voisivat olla kanta-asiakkaalle ilmaisia?
<ul style="list-style-type: none"> Omat tilat sekä työmatkustajille että juhla-/risteilyponkoille. (15) Säädettävät lepotuolit, joissa saa torkkua / nukkua. (13) Paremmiin suunnitellut ja mukavammat tilat. (11) Pehmeät tuolit. (7) Enemmän istumapaikkoja. (5) Nopeampi nettiyhteys. (4) Hyvä valaistus. (2) Avara, miellyttävä ympäristö. Lapsille oma tila, pois ravintoloista. Vähemmän ns. läpikuluttajia. Tupakointi vain ulkona. Enemmän televisioita. Puhtaat. 	<ul style="list-style-type: none"> Paras aikataulu, ei ole muita vaihtoehtoja. (27) Edullinen hinta. (6) Työnantaja maksaa ja päättää. (6) Nopea matka. (3) 	<ul style="list-style-type: none"> Sen aikataulut eivät sovi ollenkaan työmatkustamiseen. (20) En osa sanoa, ei mieltä. (16) Lian hidas. (12) Vanha. (9) Perinteinen. (6) Olen käyttänyt vapaa-ajalla risteilymatkalla. (5) Kuulemma hyvä palvelu ja ruoka. (4) Edullinen. 	<ul style="list-style-type: none"> Ilmainen kahvi tai tee. (18) Työmatkustajille oma rauhallinen tila, nettiyhteys ja pistorasiat. (8) Työmatkustajille kaksi eri pakettia joista työnantaja voisi valita. Laajempi paketti: aamupala, lehdet ja ruoka. Penospaketti: kahvi ja lehdet. (6) Edullisia tarjouksia usein matkustaville. (5) Kerran vuodessa bonusmatka. (4) Kanta-asiakkaalle syntymäpäivä kaupassa tai ravintolassa tai edullinen risteily. (3) Ilmainen pulla. (3) Halvemmat hytit. (2) Bonuspisteillä ilmaista ruokaa. (2)

Taulukko 6: Vastaukset virolaisten ja suomalaisten työmatkustajien kysymyksiin 1 - 8

Alla olevassa kuviossa tuodaan esiin Service Blueprint -kaaviossa, havainnoinnissa, haastattelussa ja kyselyissä ilmenneet keskeisimmät asiakkaan toimintoihin ja palveluihin liittyvät ongelmat lähtöselvityksessä, laivan tiloissa ja palveluissa virolaisten ja suomalaisten työmatkustajien näkökulmasta (Kuvio 29).

Lähtöselvitys	Tilat laivalla	Palvelut laivalla
<ul style="list-style-type: none"> •Jonottaminen. •Autojen lastaus laivaan: vaikka olet ensimmäisenä satamassa, pääset viimeisenä pois laivasta. •Parhaat istumapaikat (ja ikkunan viereiset) viedään heti. •Huonot aikataulut Tallinnasta Helsinkiin matkustaville. 	<ul style="list-style-type: none"> •Epämukavat tuolit. •Vähän istumapaikkoja. •Liian vähän pistorasioita. •Huono valaistus. •Rauhallinen työtila puuttuu. •Mukavia nojatuolia torkkumiseen puuttuvat. •Juopuneet asiakkaat. 	<ul style="list-style-type: none"> •Internet ei toimi. •Vähän aamiaisvaihtoehtoja. •Päivän lounas puuttuu. •Vähän edullisia lounas- ja illallisvaihtoehtoja. •Tervellisempi välipala- ja ruokavaihtoehto puuttuu. •Matkalaukkujen säilytys vain yhdessä paikassa. •Kauneuspalvelut puuttuvat. •Erilaiset "työmatkustajakaketit" puuttuvat. •Juopuneet asiakkaat häiritsevät.

Kuvio 29: Nykyisissä kontaktipisteissä olevat ongelmat virolaisten ja suomalaisten työmatkustajien näkökulmasta

Kyselyiden ja haastatteluiden vastauksista tuli ilmi, että sekä virolaisilla että suomalaisilla työmatkustajilla on hyvin samankaltaiset toiveet. Molemmat ryhmät olivat sitä mieltä, että työmatkustajille ja vapaa-ajanmatkustajille, erityisesti juhliville matkustajille, voisi olla laivassa erilliset alueensa. Molemmat ryhmät ovat liikkeellä eri tarkoituksessa. Päiväristeilymatkustajat ovat vapaampia, rennompia, sosiaalisempia ja matkustavat usein ryhmissä. Työmatkustajat taas haluavat useimmiten olla rauhassa, keskittyä omiin tekemisiinsä, käyttää aikaa työntekoon tai he ovat väsyneitä ja haluavat levätä ja rentoutua. Vastaajien mielestä matkustamukavuus lisääntyisi huomattavasti, jos työmatkustajien tai muuten rauhaa kaipaavien alueet olisi erotettu selkeästi muista matkustustiloista. Nykyisin molemmilla sekä työmatkustajilla että päiväristeilymatkustajilla on tunne, että he häiritsevät joskus toisiaan. Erityisesti virolaiset työmatkustajat ovat huomanneet, ettei heitä ole huomioitu tarpeeksi ja he tuntevat itsensä joskus jopa ei-toivotuiksi matkustajiksi.

Vastauksista nousi esille istumapaikkojen vähäisyys ja tuolien epämukavuus. Virolaiset työmatkustajat tekevät Helsinki–Tallinna-matkan melkein joka viikko, ympäri vuoden. Se tekee yhteensä noin 100 matkaa vuodessa. Tutkimusryhmässä olleet suomalaiset työmatkustajat tekevät Tallinnaan yleensä 6 - 12 matkaa vuodessa. Vaikka kyseessä on huomattavasti pienempi matkustuskertojen määrä kuin virolaisilla työmatkustajilla, toiveet olivat keskenään

aika lailla samankaltaisia. Tavallisen reittimatkustajan mielestä voi olla mukavaa istua laivan kahvilassa ja ravintoloissa. He eivät ehkä kiinnitä niin paljon huomiota tuolien mukavuuteen. Usein matkustavat työmatkustajat toivovat ja haluavat jotain muuta kuin istua tai torkkua kovilla, epämukavilla tuoleilla tai nukkua käytävillä. Mukavat istuimet, noja- ja lepotuolit olivat kaikkien työmatkustajien toivelistalla.

Molemmat työmatkustajaryhmät toivat esiin pistorasioiden riittämättömyyden. Internetin toimivuutta pidettiin itsestäänselvyytenä. Jo nyt isolla osalla matkustajista, ei vain työmatkustajilla, on mukanaan kannettava tietokone tai vastaava. Näiden laitteiden määrä tulee tulevaisuudessa vielä lisääntymään. Laivassa on tarkoitukseen varattuja ja saatavilla olevia pistorasioita aivan liian vähän. Ensimmäisinä laivaan tulevat sähkölaitteita käyttävät matkustajat ottavat yleensä käyttöönsä ne ikkunapaikat, joissa on myös pistorasiat.

Työmatkustajat toivoivat rauhallista tilaa, missä on riittävästi pistorasioita, toimiva Internet-yhteys, hyvä valaistus ja mahdollisuus työskennellä. Suomalaiset työmatkustajat haluaisivat menomatkalla hoitaa työasioita, mutta usein ei löydy siihen tarkoitukseen sopivaa tilaa. Sopivien istumapaikkojen ja pistorasioiden puute vaikeuttaa nyt työntekoa laivamatkalla.

Työmatkustajista sekä virolaiset että suomalaiset toivoivat myös lepotilaa nojatuoleineen, missä saisi torkkua tai nukkua. Viisi suomalaista sanoi, että joskus tekisi mieli torkkua menomatkalla aamulla, mutta nojatuoleja ja sohvia on vähän ja ne ovat yleensä varattuja. Vastaajat olivat jopa valmiita maksamaan pienen sisäänpääsymaksun työmatkustajille varattuun tilaan. Siinä tilassa olisi sohvut tai säädettävät lepotuolit, Internet-yhteys ja mahdollisuus katsoa televisiota. Sen pitäisi olla joko ilmainen tai sisältyä ”työmatkustajan” lipun hintaan.

Vastaajat olivat kiinnostuneita myös lukusalista, missä olisi lehtiä / kirjoja ja Playstation tms. peli. Jotkut vastaajista haluaisivat katsoa elokuvaa matkan aikana, mutta toisaalta kahden tunnin matkalla ei elokuvaa välttämättä ehdi katsoa loppuun. Työmatkustajat eivät kiinnostuneet matkatavaroiden kuljetuspalvelusta. Se oli heidän mielestä hyvä idea, mutta todennäköisesti veisi heiltä enemmän aikaa kuin se, että he kuljettavat itse omat tavaransa laivaan ja laivasta pois. Tehokas ajankäyttö oli työmatkustajille tärkeää. Suomalaiset työmatkustajat toivoivat kuitenkin muutosta matkatavaroiden säilytysratkaisuihin. Nykyään laivoissa on joko yksi säilytystila tai lokerot yhdellä kannella. Epämukavaksi koettiin se, että matkatavarat pitää raahata tietylle kannelle säilytykseen ja matkan loppuessa ne pitää hakea sieltä pois. Matkustusmukavuus lisääntyisi huomattavasti, jos säilytyslokeroita olisi joka kannella tai ainakin työmatkustajien tilan vieressä.

Kommentoitiin, että paluumatkalla ei ole paljoa tekemistä, tanssiravintolaan ei haluta mennä, mutta työasioitakaan ei enää pysty hoitamaan. Iltapäivällä ja illalla laivalla on jo paljon

päiväristeilijöitä eikä enää ole niin rauhallista kuin aamulla. Myös istumapaikkojen löytäminen on vaikeampaa paluumatkalla. 20 vastaajaa oli sitä mieltä, että laivalla tulisi olla mahdollisuus käydä kampaajalla, hieronnassa tai lyhytkestoisissa kauneushoidoissa. Maissa ei ole siihen aikaa, silloin ollaan töissä. Se olisi käytännöllistä, rentouttavaa ja helpottaisi arkipäivän kiireitä.

Aamupala oli suomalaisille työmatkustajille tärkeä. Nykyiseen valikoimaan oltiin tyytymättömiä, tarjontaan toivottiin vaihtelua. Toiveissa olivat edullinen aamiaisbuffetti tai erilaiset ”aamupalapaketit”. Huomautettiin, että kahvi on laivoilla huonolaatuista ja aamiaisvaihtoehdosta puuttuvat tuoreet vastapaistetut pullat ja piirakat. Myös kertakäyttöastiat koettiin epämiellyttäväksi. Lounas- tai illallisvaihtoehdoiksi toivottiin edullista ”alle kympin päivän annosta” ja edullisempaa illallisbuffettia. Siinä ei tarvitsisi olla niin laajaa valikoimaa, mutta hinta-laatu-suhde tulisi olla kohdallaan. Myös terveellisempiä välipalavaihtoehtoja kaivattiin.

Nykyinen laiva taittaa matkan Tallinnasta Helsinkiin kahdessa tunnissa. Todellisuudessa matkaan kuluu kuitenkin enemmän aikaa, check-in’in ja autojen laivaan lastauksen / logistiikan kanssa jopa 3 - 3,5 tuntia. Mikäli tähän lisätään myös se aika, joka menee Tallinnan ulkopuolella asuvilla satamaan saapumiseen tai Suomessa pääkaupunkiseudun ulkopuolella työskentelevillä työpaikalle ajamiseen, voi tähän esitettyyn aikaan kertyä lisää aikaa maksimissaan jopa viisi tuntia. Tämän vuoksi olisi juuri usein matkustaville, toisin kuin tavallisille reittimatkustajille tai turisteille, olennaista, että satamassa tapahtuvat toimenpiteet sujuvat mahdollisimman helposti ja nopeasti. Nyt ongelmana on se, että ensimmäisenä autolla satamaan ja laivaan saapuvat pääsevät laivalta viimeisenä ulos. Laivan aikatauluja suunniteltaessa tulisi ottaa huomioon myös virolaiset työmatkustajat, ensimmäinen laiva Tallinnasta Helsinkiin voisi lähteä jo klo 6.30 tai klo 7.00. Samoin olisi hyvä ajatella myös Helsingistä Tallinnaan kulkevien laivojen aikatauluja.

Lomakkeella oli myös kysymys, pitäisikö usein matkustaville työmatkustajille olla joku palvelu ilmainen ja mitä se voisi olla. 18 vastaajaa toivoi ilmasta aamukahvia tai teetä, kolme vastaajaa ilmaista pullaa ja kaksi vastaajaa ilmaista ruokaa kertyneillä bonuspisteillä. Ehdotettiin myös, että esimerkiksi joka viidennellä matkalla voisi olla ilmainen juoma ja joka kymmenennellä matkalla ilmainen yhdensuunnan lippu tai vastaava. Neljä vastaajaa toivoi bonusmatkaa kerran vuoteen.

Virolaisten työmatkustajien kyselylomakkeen lopussa oli tyhjä sivu, minne sai kirjoittaa lisää omia ajatuksia, niitä mitä mahdollisesti tuli vielä mieleen. Tätä mahdollisuutta käytti vain kolme vastaajaa. Virolaisten työmatkustajien ajatuksia olivat: laivayhtiöt ajattelevat vain ”rahamatkustajia”, jotka kuluttavat laivalla, vaikka virolaiset työmatkustajat ovat iso osa lipun ostajista. Siksi tulisi myös heidät ottaa huomioon. Lippujen hinnoittelussa on heidän mieles-

tään myös puutteita. He kokevat, että heidän matkustusaikana lippujen hinnat ovat ”törkeän” kalliita. Enemmistö matkustaa periaatteessa joka viikko edestakaisin, se pitäisi ottaa huomioon hinnoittelussa. Ainakin paremmat lepopaikat tulisi olla. Myös mahdollisuutta katsoa televisiosta urheiluohjelmia tai tärkeitä matseja toivottiin, nykyään sitä mahdollisuutta ei ole.

Haastatteluista ja kyselyistä tuli esiin se, että sekä virolaisilla että suomalaisilla työmatkustajilla ei ollut oikeasti isoja toiveita. Kyseessä olivat enemmän perusmukavuudet ja käytännöllisyyteen liittyvät muutokset, joita kaikki usein olosuhteiden pakosta matkustavat henkilöt toivoisivat. Tärkeää on, että muutokset eivät nosta hintaa. Nykyinen lipun hinta on virolaisten mielestä jo nyt kipurajalla. Esimerkiksi lepotilaa suunnitellessa tulisi huomioida se, että työmatkustajille tärkeintä on mukavuus, tilan käytännöllisyys ja perussiisteys. Tilan ei tarvitse olla huippuvarusteltu. Rauhallinen työtila, pistorasiat, toimiva Internet-yhteys ja laajempi ruokatarjonta ovat realistisia toiveita.

6.2 Tulokset päiväristeilymatkustajien osalta

Päiväristeilymatkustajien haastattelut ja kyselyt tehtiin marras- ja joulukuussa 2012. Tutkitavana oli kaksi erilaista ryhmää, joissa oli yhteensä 30 henkilöä. Ensimmäinen tutkimusryhmä – 23 vastaajaa – koostui eläkeiän kynnyksellä olevista ja sitä iäkkäämmistä henkilöistä. Heitä haastateltiin Eckerö Linellä laivamatkan aikana. Vastaajista kyselylomakkeeseen vastauksensa kirjoitti kuusi vastaajaa ja haastatteluun osallistui loput 17 vastaajaa. Toinen päiväristeilymatkustajien ryhmä koostui seitsemästä 34 - 43 -vuotiaasta henkilöstä, joista yhtä henkilöä lukuun ottamatta kaikilla on lapsia. He sanoivat käyttävänsä sekä Eckerö Linen että kilpailevien yritysten palveluita. Tämä ryhmä vastasi sähköpostitse lähetetyllä kyselylomakkeella, vastaajista kaksi palautti käsin täytetyn kyselylomakkeen. Molemmissa tutkimusryhmissä oli sekä naisia että miehiä. Laivalla tutkittu iäkkäämpien vastaajien ryhmä suhtautui positiivisesti kyselyihin haastatteluihin ja he olisivat mielellään keskustelleet pidempäänkin.

Päiväristeilymatkustajien kysely- ja haastattelulomakkeella (Liite 2) oli alussa kymmenen avointa kysymystä. Työmatkustajilla avoimia kysymyksiä oli kahdeksan. Päiväristeilymatkustajien lomakkeelle lisättiin kysymykset maissaoloajan riittävydestä ja ohjelmatarjonnasta. Näiden kysymysten avulla ajateltiin saatavan lisätietoa tämän tutkimusryhmän matkustustavoista ja toiveista. Päiväristeilymatkustajien kyselyssä ja haastatteluissa oli kymmenen avointa kysymystä, niihin saadut vastaukset ovat seuraavassa taulukossa (Taulukko 7). Taulukossa vastausten jäljessä suluissa oleva luku kertoo, kuinka moni vastaaja toi esille saman asian.

Laivamatkustamisesta tekee epämiellyttävän	Paras mahdollinen laivan aikataulu	Maissaoloajan riittävyys	Miksi käytät nykyistä laivayhtöä?	Minkälaisia palveluja tulisi olla risteilymatkustajille?
<ul style="list-style-type: none"> Huono keli ja laivan keinunta. (13) Juopuneet ja äänekkaat matkustajat. (10) Aikainen lähtö, kun tulee pääkau-punkiseudun ulkopuolelta. (7) Huono palvelu ja epäystävällinen henkilökunta. (6) Lian täysi laiva. (6) Epäysti laiva. (6) Jonottaminen ja ruuhkat. (4) Ulosmenotila matala, hapeiton ja ahdistava. (3) Pitkä kävelytunneli. (2) Kallis laivelippu. Ahtaat tilat. Työsyys. Liian pitkä matka-aika, maksimi 3 tuntia. Kivoja istumapaikkoja riittää harvoille. Vain 1-2 paikkaa, jossa myydään syötävää/ juotavaa. 	<ul style="list-style-type: none"> Lähtö Helsingistä klo 9.00. (17) Nykyinen aikataulu ok. (8) Paluu Helsinkiin klo 21.00. (6) Paluu Helsinkiin klo 21.30. (5) Paluu Helsinkiin klo 20.00. (5) Lähtö Helsingistä klo 8.00. (2) Lähtö Helsingistä klo 8.30. (2) Paluu Helsinkiin klo 10.00. Paluu Helsinkiin klo 18.00. Paluu Helsinkiin klo 22.00. Lähtö Helsingistä klo 7.30 tai 8.30, niin ei ole Helsingin ruuhkissa. Matka-aika kaksi tuntia. En osaa sanoa. 	<ul style="list-style-type: none"> Nykyinen maissaoloaika hyvä. (17) Toisinaan riittävä. (3) Riittävä silloin, jos ei matkusta omalla autolla. (2) Ei ole. (2) Voisi olla kaksi tai kolme tuntia pidempi tai vaihtoehtona, että saa tulla myöhemmin toisella laivalla takaisin. Kuusi tuntia olisi hyvä (ehtii kampaamoon ja kauneushoitolaan). Jään mieluummin yöksi, maissa on niin paljon tekemistä. 6 – 8 tuntia olisi paras. 	<ul style="list-style-type: none"> Kotimainen. (12) Hyvä palvelu. (8) Ruoka on hyvää. (6) Surteilisen halpa. (6) Saa palvelua ruotsiksi. (5) Ei odotusta ja jonotusta terminaaleissa. (4) Kennytää S-bonusta. (4) Lyhyt kävelymatka laivaan. (3) Hyvä aikataulu. (4) Sisäti. (2) Käytän vain tätä yhtiötä. (2) Osaavaa henkilökuntaa. (2) Markkin hinnat hyvät, saa 50 ml hajuvettä samaan hintaan kuin saisi 30 ml maissa. Huomioi matkustajan ja korjaavat tekemänsä virheet. Olen tyytyväinen. Vähän juopuneita asiakkaita. Hyvä hotellivaikoina. Riittävän iso laiva, ei tunnu aallot. 	<ul style="list-style-type: none"> En kaipaa mitään erityisiä. (6) Nyt on riittävästi kaikkea. (6) Vaihtelevaa ohjelmaa. (2) Myymälät ovat tärkeitä. (2) Hieronta, kampaamo, kauneushoitola. (2) Leikki- ja pelitila lapsille. (2) Mukavat oleskelutilat. Suuralaspalvelu. Internet. Mahdollisuus tilata tuoteltia hyttiin etukäteen. Ilmainen laivalta ostettujen tuotteiden kuljetus terminaaliin. Lapsille puuhaa esim. laivasuunnistusta. Lukusali lapsille ja aikuisille. Kahvila, baari, myymälä, karaoke, nuokaravintila.
Minkälaiset palvelut voisivat olla kanta-asiakkaalle ilmaisia?	Nykyisestä palvelutarjonnasta puuttuu	Nykyisestä ohjelmatarjonnasta puuttuu	Mielikuva Eckerö Linestä	”Unelmien risteilymatka”
<ul style="list-style-type: none"> Tarjouksia ja etuja matkojen hinnoista. (19) Ei mitään ilmaisia. (9) Ilmaiset bonusmatkat. (4) Ilmainen kahvi. (2) Tuotetarjouksia. (13) Tarjouksia myös Viron puolella, yleensä edut / tarjoukset ovat suomalaisille ja Suomen puolelta matkojan ostaville. Ilmainen aamiais (kahvi ja croissant). Hyttitarjouksia. Ruokatarjouksia. Juomavesi. Päivän lehdet. Toimivat peruspalvelut. En osaa sanoa. 	<ul style="list-style-type: none"> Lepotila. (8) Parannat oleskelutilat, jottei tarvitse olla samoissa tiloissa ruukkujen ja juopuneiden matkustajien kanssa. (6) Ei erityisesti mitään, koska laivalla tilat ovat aina rajalliset. (5) Kampaaja, kauneushoitola ja hieroja. (3) Mahdollisuus Internetin käyttöön ilman omaa konetta. (2) Sarjalippu, jotta voisi käyttää koko perhe. (2) Menen laivalla vain yli, ei erityisiä palvelutarpeita. Hyvä ravintola (aasia, väliinen). Maksullinen leponurkkaus, jossa saa levätä ja lukea vaikk a lehtiä. Tekemistä lapsille. Riittävä määrä istumapaikkoja. Helponpi pöytävara. Kaikki olemassa, muttei toimi. 	<ul style="list-style-type: none"> Nykyisellään on riittävästi ohjelmaa. (8) Lapsille enemmän omaa ohjelmaa esim. elokuvia, teatteria. (5) Useammin tähtiesiintyjä, mutta se ei saa vaikuttaa hintaan. (4) Ohjelmaa on ehkä liikaakin. (3) Ohjelmatarjonta ei vaikuta matkustamiseen. (2) Sääliä on enemmän merkitystä kuin ohjelmatarjonnalla. (2) Vaihtelu, nyt aina samaa joka matkalla. (2) Menen laivalla vain yli, ei erityisviihteeseen tarvetta. Stand up -esitys. Kunnon show päivätanssien ja karakönn siljasta. Mielenkiintoisia esiintyjä. En osaa sanoa. 	<ul style="list-style-type: none"> Paras palvelu ja –asenne tällä välillä. (13) Kotimainen. (10) Vanhasta, mutta positiivinen. (6) Hyvä. (6) Hyvää ruokaa. (5) Sisäti. (4) Korttuiset hinnat. (4) Alinut huonopuoli on matkan kesto, liian hidas. (3) Terminaalin sijainti Länsisatamassa ehdotonta plussaa, hyvät kulku-yhteydet. (2) Luotettava. (2) 8+, olen tyytyväinen. Uudet laivat ovat kaikki samanlaisia ja steriilejä, vanhemmissa laivoissa on tiettyä tunnelmaa. Asiantunteva henkilökunta. Mukava laiva. Laivalla vähän tekemistä. 	<ul style="list-style-type: none"> Ohjelmaa hyvää ja ilmaista. (7) Mielittävät tilat matkustamiseen, mahdollisuus viettää aikaa ystävien kanssa. (6) Tyyni meri ja aurinkoinen keli. (5) Hyvää ruokaa/juomaa. (5) Nopea lähtöselvitys, ei jonoja, sujuvaa palvelua ja lyhyt kävelyputki. (3) Oma rauha ilman hyttiä. (3) Kiva seuraa ja riittävästi aikaa maissa. (3) Kauneuspalveluita. (2) Iso hytti tai sviitti. (2) Erkoisamupala. (2) Lapsille riittävästi mielenkiintoista ohjelmaa ja vaivottu oma tila. (2) ”Unelmien matkak” liian lyhyt. Mahdollisuus nähdä ja kokea uutta. Vinopastus / vininseily. Riittävä budjetti. Vaikea sanoa, mieluummin lennän. En osaa sanoa.

Taulukko 7: Vastaukset päiväristeilymatkustajien kysymyksiin 1-10

Päiväristeilymatkustajissa tyytymättömyyttä herättivät useat samat ongelmat kuin työmatkustajillakin. Muutamat ongelmakohdat kuitenkin eroavat toisistaan. Esimerkiksi pitkä kävelymatka terminaalista laivaan, jos pitää kuljettaa matkalaukkua mukana. Lasten kanssa matkustavat huomauttivat myös lasten leikkitilan ahtaudesta ja lapsille suunnattujen palvelujen puutteista. Myös aikuisten ohjelmatarjontaan toivottiin monipuolisuutta ja ”älyllisempää” vaihtoehtoa. Sekä työ- että päiväristeilymatkustajat huomauttivat ruokatarjonnasta, tilanajoista, mukavien tuolien ja pistorasioiden riittämättömyydestä sekä siitä, että juopuneet asiakkaat häiritsevät ja tekevät matkustamisesta epämiellyttävää. Alla olevassa kuviossa tuodaan esiin Service Blueprint -kaaviossa, havainnoinnissa, haastatteluissa ja kyselyissä ilmenneet keskeisimmät asiakkaan toimintoihin ja palveluihin liittyvät ongelmat lähtöselvityksessä, laivan tiloissa ja palveluissa päiväristeilymatkustajien näkökulmasta (Kuvio 30).

Lähtöselvitys	Tilat laivalla	Palvelut laivalla
<ul style="list-style-type: none"> •Jonottaminen. •Lähtöajoissa ei oteta huomioon aamu- ja iltaruuhkia. •Pitkä kävelymatka terminaalista laivaan. •Matkalaukkuja vaikea kuljettaa laivaan. •Parhaat istumapaikat (ja ikkunan viereiset) viedään heti. 	<ul style="list-style-type: none"> •Epämukavat tuolit. •Vähän istumapaikkoja. •Rauhallinen ja mukava rupattelutila puuttuu. •Lasten tilat ahtaat ja vähän puuhaa. •Juhlakansalle oma tila. 	<ul style="list-style-type: none"> •Vähän aamiaisvaihtoehtoja. •Hyvä kahvi ja tuoreet pullat puuttuvat kahvilasta. •Edullinen lounas tai illallinen puuttuu. •Lasten menu puuttuu. •Kunnon ohjelma lapsille puuttuu. •”Älyllisempi” vaihtoehto puuttuu viihdeohjelmatarjonnasta. •Myymälässä liian vähän tarjouksia. •Juopuneet asiakkaat häiritsevät.

Kuvio 30: Nykyisissä kontaktipisteissä olevat ongelmat päiväristeilymatkustajien näkökulmasta

Päiväristeilymatkustajien vastauksista kävi ilmi, että huonon kelin lisäksi juopuneet matkustajat ja epäystävällinen palvelu tekevät matkasta epämiellyttävän. Epämukavuutta lisäävät pitkä jonottaminen ja ”loputtomalta” tuntuva kävelymatka laivaan. Iäkkäämmät ja lasten kanssa matkustavat toivoivat matkalaukkujen kuljetuspalvelua.

Päiväristeilymatkustajien haastatteluista ja kyselyistä kävi ilmi, että mukava ilmapiiri, hyvät tilat ja eri ryhmille tarkoitetut alueet ovat olennaisia. He huomauttivat tiloista ja toivoivat, että ne, jotka haluavat juhlia voisivat olla selkeästi omalla alueellaan ja rauhaa kaipaavat omallaan. Rauhallisemmasta menosta pitävät toivoivat sellaista kahvilaa, jossa olisi hiljaista taustamusiikkia ja mahdollisuus keskustella. Kaikki tutkimusryhmät olivat sitä mieltä, ettei istumapaikkoja ja pistorasioita ole riittävästi ja kahvilan tuolit ovat usein epämukavia. Sisäti-

lat voisivat olla persoonallisemmat ja valaistus parempi. Myös päiväristeilymatkustajissa oli ihmisiä, jotka toivoivat laivaan lepotilaa.

Päiväristeilymatkustajat ovat matkan tarkoituksensa vuoksi usein rennompia ja leppoisampia kuin työmatkustajat. He kaipaavat selkeästi enemmän viihdettä. Tämä ei tarkoita kaikkien kohdalla välttämättä tanssia, karaokea tai esiintyjiiä, vaan esimerkiksi rentouttavaa ilmapii-riä, hyvää ruokaa ja viiniä ystäväporukassa, kivaa puuhaa lapsille – siis erilaista päiväohjelmaa kuin arkena yleensä. Ohjelmasta tulisi löytyä myös älyllisempiä vaihtoehtoja, kuten esimerkiksi teemamatkoja (mm. viinit, ruoka, terveys, elokuvat), erilaisia luentoja, vaihtelevia näyttelyitä tai vaikka Stand up -esityksiä. Viihdettä kaipaavat toivoivat ohjelmaan vaihtelua, monipuolisuutta ja laajempaa tähtiesiintyjien tarjontaa. Vastaajat olivat sitä mieltä, että interaktiivinen GPS-taulu ja sen älypuhelinsovellus, josta voisi seurata matkan kulkua ja joka antaa lisätietoa merenelävistä, hylyistä, lähellä olevista saarista yms. olisi erittäin kiinnostava. Kirjasto, luku- ja pelisali olivat myös tervetulleita ideoita.

Laivalle toivottiin turisti-infopistettä, mistä saisi neuvoja ja tietoa tapahtumista ja yrityksistä Tallinnassa sekä apua ravintolapöydän tai kauneuspalveluiden varaamisessa. Siellä voisi olla myös julkisen liikenteen aikataulut ja mahdollisuus tilata taksi. Päiväristeilymatkustajien mielestä kauneudenhoito- ja hierontapalvelut laivalla ovat hyvä idea. Sekä työ- että päiväristeilymatkustajat toivat esiin sen, että kauneudenhoitopalveluiden hintojen pitäisi olla edullisempia kuin Suomessa.

Lapsille tarkoitettua tilaa ja heille suunnattua ohjelmatarjontaa pitäisi vastaajien mielestä kehittää. Lasten leikkitilassa tulisi olla muutakin tekemistä kuin piirrettyjen elokuvien katsomista ja värityskirjoja. Ohjattu / valvottu lasten leikkitila olisi hyvä lisä palveluihin. Toivottiin opettavaisia puuhakirjoja, askartelua, ohjattua toimintaa ja vaikkapa nukketatteriesityksiä. Vanhemmat toivoivat mahdollisuutta jättää lapsi vaikka puoleksi tunniksi leikkitilaan ohjaajan valvontaan, sillä aikaa vanhemmat saisivat käydä ostoksilla tai lyhytkestoissa kauneushoidoissa.

Hyvä ruoka on osa onnistunutta matkaa. Päiväristeilymatkustajienkin mielestä ravintoloiden ja kahviloiden toimintoja ja tuotevalikoimaa pitäisi kehittää. Toivottiin lounas- ja illallisvaihtoehtoiksi ”päivän annos”-tyyppisiä ratkaisuja ja pika-bufettia, missä olisi tavallista pienempi valikoima. Toivottiin myös nykyistä terveellisempää ruokaa ja naposteltavaa. Lasten kanssa matkustavat toivoivat ruokapaikkoihin lasten menua. Vastaajat huomauttivat ruoan korkeasta hinnasta ja olivat sitä mieltä, että myös edullisia vaihtoehtoja pitää olla tarjolla. Nykyään illallisen hinta on perheellisten mielestä kohtuuttoman korkea, erityisesti, jos kyseessä on monihenkkinen perhe.

Myös päiväristeilymatkustajilta kysyttiin, pitäisikö usein matkustaville olla joku palvelu ilmainen ja mitä se voisi olla. Yhdeksän vastaajaa sanoi, ettei tarvitse olla mitään ilmaista. Neljä vastaajaa toivoi ilmaisia bonusmatkoja, kaksi ilmaista kahvia ja yksi vastaaja ilmaista juomavettä, aamiaista ja päivän lehtiä. Ilmaisten tuotteiden tai palveluiden sijaan kaivattiin tarjouksia ja etuja matkojen hinnoista, tuotteista, hyttihinnoista ja ruoasta (34 vastaajaa).

Samoin kuin työmatkustajilla ei myöskään päiväristeilymatkustajilla ollut erikoisia toiveita ”unelmien risteilymatkan” suhteen. Tärkeää on hyvä keli, mukava ilmapiiri, toimivat tilat ja palvelut, monipuolinen ruoka ja laajempi ohjelmatarjonta. Näitä toiveita ei ole mahdotonta täyttää eivätkä muutokset vaadi suurta rahallista panostusta.

6.3 Ehdotukset uusiksi palvelukonsepteiksi

Edellisissä luvuissa oli kuvaus virolaisille ja suomalaisille työmatkustajille sekä päiväristeilymatkustajille tehdyistä tutkimuksista ja niiden tuloksista. Haastattelujen ja kyselyjen avulla saaduista tiedoista ilmeni, että sekä työmatkustajien että päiväristeilymatkustajien palvelutarjonnassa on kehittämisen varaa. Tyytymättömyys ja toivottavat muutokset koskevat ennen kaikkea matkustusympäristöä, laivan tiloja ja palveluita laivalla.

Palvelukonseptien suunnittelua ja kehittämistä varten kerättiin opinnäytetyössä kuvatuilla useilla eri menetelmillä asiakasymmärrystä, tietoa ja materiaalia. Syntyneitä tuloksia käsiteltiin luokittelemalla niitä mm. helposti esiin nousseiden teemojen ja asiasanojen mukaan. Lisäksi poimittiin kyselyiden ja haastattelujen vastauksista ne useimmin esiin nousseet vastaukset. Näiden saatujen tulosten pohjalta laadittiin Eckerö Linelle ehdotus uusiksi palvelukonsepteiksi. Konsepteja suunniteltaessa pyrittiin ottamaan huomioon myös niiden toteuttamiskelpoisuus ja realismi.

Uusien palvelukonseptien toimivuuden tarkasteluun käytettiin myös persoonaskenaarioita. Safferin (2007, 101-102) mukaan skenaariot tarjoavat nopean ja tehokkaan ratkaisun konseptien testaamiseksi kuvitteellisten henkilöiden avulla. Skenaariot ovat tarina siitä, miltä tuntuu käyttää kyseistä tuotetta tai palvelua. Skenaarioiden päähenkilöinä toimivat jo aiemmin työssä esitellyt asiakaspersoonat (s. 53-57). Tapahtuma kuvitellaan tilanteeseen, jossa persoona käyttää tuotetta tai palvelua. Siinä tulee parhaiten esille se, onko palvelua helppoa käyttää, miten pitää edetä, mitä persoona tuntee jne. Skenaarion läpäiseminen eri persoonilla auttaa selvittämään myös sen, mitä lopulliseen tuotteeseen tai palveluun pitäisi lisätä täyttääkseen persoonien toiveet. (Saffer 2007, 101-102.)

6.3.1 ”Se parempi työmatka” -konseptin esittely

Laivalle varataan työmatkustajia varten oma alue. Ensimmäinen tila on rauhallinen kahvila / työtila. Siellä on 2-4 hengen pöydät, jotka ovat riittävän isoja, jotta niille mahtuu kannettava tietokone, papereita ja kahvikuppi. Lisäksi tilassa on mukavat tuolit, hyvä valaistus, pöytien yhteydessä pistorasiat ja toimiva Internet-yhteys. Siellä on naulakko päällysvaatteille ja säilytyslokerot, ettei matkatavaroita tarvitse raahata toiselle puolelle laivaa säilytykseen. Työtilan kahvilasta voi ostaa kahvin ja aamupalan lisäksi myös päivän lehtiä. Lisäksi kahvila toimii myös infopisteenä.

Työtilan läheisyydessä hieman erillään muista tiloista on suljettavilla ovilla varustettu lepotila. Siellä on miellyttävät ja säädettävät nojatuolit, kuten esimerkiksi lentokoneissa tai tilausliikenteen busseissa. Tuoleista, ainakin joka toisesta, tulee löytyä pistorasia kannettavalle tietokoneelle. Niihin voi kytkeä lentokoneen tapaan myös vuokrattavat kuulokkeet. Niillä kuulee tilaan sijoitetusta televisiosta äänen tai vaihtoehtoisesti voisi kuunnella musiikkia. Tilassa on matkustajia varten kuumajuoma- ja välipala-automaatit. Näistä on mahdollista ostaa erilaisia juomia sekä suolaista ja makeaa syötävää. Tarjolla on myös pelikonsoleita, internet-yhteys ja sekä viron- että suomenkielisiä aikakauslehtiä ja kirjoja. Lepotilaan voi olla jopa pieni muutaman euron sisäänpääsymaksu, mikä auttaa takaaman sen, että tilaan tulevat vain sellaiset ihmiset, jotka haluavat olla rauhassa. Työmatkustajien alueella ei ole mitään viihdeohjelmaa eikä esiintyjä. Kahvila / työtilassa voi olla hiljainen taustamusiikki, mutta lepotila on täysin hiljainen.

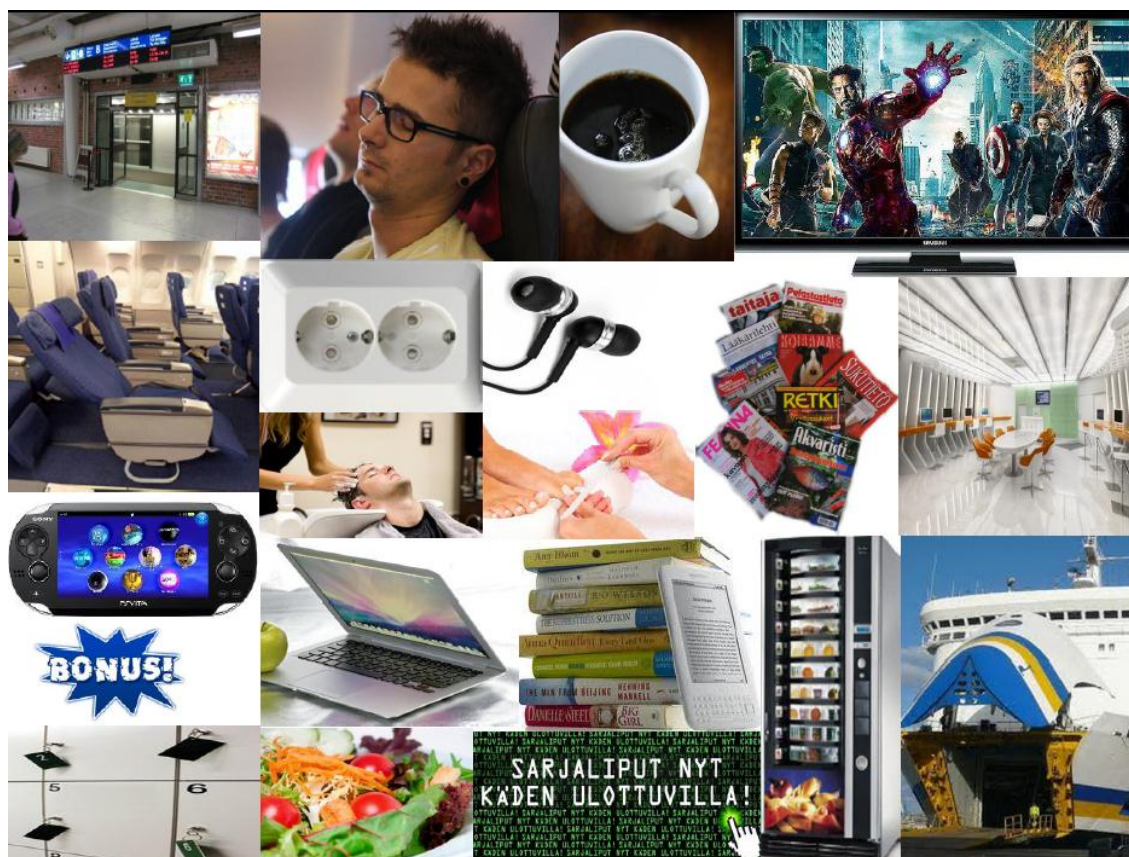
Laivalta löytyy parturi-kampaamo ja kauneushoitola. Lyhyt matkustusaika ei tietenkään mahdollista kaikenlaisten hoitojen tekemistä ja sen takia siellä tarjotaan vain lyhytkestoisia hoitoja (manikyyri, jalkahoito, kasvohoito) sekä hierontaa. Usein matkustavat kiireiset työmatkustajat käyttävät mielellään kotiinpaluumatkalla laivan kauneudenhoitopalveluita, se säästää heidän aikaansa ja samalla siitä hyötyy myös laivayhtiö.

Ruokapalveluiden valikoimassa on muun tarjonnan lisäksi pika-bufetti sekä aamulla, lounaalla että illalla. Pika-bufetissa valikoima on suppeampi kuin perinteisessä ja hinta vastaavasti edullisempi. Ravintolassa on tarjolla myös ”päivän annos” tai ”kympin ruoka”. Kahviloissa on normaalivalikoiman lisäksi tarjolla terveellisempiä ruoka-annoksia ja naposteltavaa. Laivalta saa hyvälaatuista erikoiskahvia, ei vain pelkää suodatinkahvia.

Työmatkustajille on tarjolla heitä varten räätälöityjä matkapaketteja. Työnantajilla on mahdollisuus ostaa työntekijälle joko peruspaketti tai laajempi paketti. Peruspakettiin kuuluu kansipaikan lisäksi kahvi ja päivän lehdet ja laajempaan pakettiin kuuluu kansipaikan ja päivän lehtien lisäksi aamupala ja lämmin ruoka.

Virolaiset työmatkustajat, jotka tekevät noin 100 matkaa vuodessa saavat oman työmatkustajakortin. Se tarjoaa juuri heille räätälöityjä etuja, esimerkiksi maanantai-aamuisin ilmaisen kupin kahvia. Laivayhtiölle se on pieni kustannus, mutta matkustajille tärkeä asia. Työnsä vuoksi usein matkustaville kertyisi aika paljon bonus- tai etupisteitä. Niitä voisi hyödyntää asioidessa laivan myymälässä, kahvilassa tai eri ravintoloissa. Pisteitä voisi käyttää maksuvälineenä tai niillä saisi alennusta ruoka- ja juomatuotteista.

Usein matkan tekeville autoileville työmatkustajille / kanta-asiakkaille tulee satamaan check-in'in jälkeen oma odotuskaista. Tältä kaistalta pääsee nopeasti laivaan ja ensimmäisenä laivasta pois, first in - first out -periaatteella. Tämä on mahdollista, mutta vaatii toteutuakseen nykyisen toiminnan uudelleen järjestelyä laivayhtiöltä ja satamalta sekä palveluasenteen terävöittämistä autokannella. Alla olevassa kuvassa esitetään virolaisten ja suomalaisten työmatkustajien uudesta palvelukonseptista ”Se parempi työmatka” tehty kuvakollaasi eli moodboard (Kuva 2).



Kuva 2: ”Se parempi työmatka”

Olsenin (2004, 16 - 17) mukaan voi persoonia käyttää uusien tuotteiden ja palvelujen konseptien testaamisessa. Testausta varten laadittiin taulukko, missä on esitetty uusien palvelukonseptien mukanaan tuomat muutokset ja arvio siitä, miten kukin työmatkustajapersoonaa suh-

tautuu muutoksiin (Taulukko 8). Onko hän siitä iloinen, välinpitämätön tai ei tykkää ollenkaan. Arvioinnissa on otettu huomioon myös se, minkälaisia muutoksia haastatellut henkilöt, joiden pohjalta persoonat luotiin, toivoivat. Taulukosta näkyy, että kaikki persoonat ovat enimmäkseen tyytyväisiä muutoksiin. Tämä on tärkeää, koska uuden palvelukonseptin tulisi vastata erilaisten työmatkustajien tarpeisiin.

Muutos palvelussa/Persoonan suhtautuminen	Priit	Indrek	Marek	Kalev	Krista	Joonas
Rauhallinen tila, työskentelymahdollisuus						
Toimiva nettiyhteys, lisää pistorasioita						
Lepotila, torkkumismahdollisuus						
Pelihuone, Playstation						
Elokuvien katselu, musiikin kuuntelu						
Kirjasto, lukusali						
Mahdollisuus käydä suihkussa						
Säilytystila joka kerroksella						
Matkalaukkujen kuljetuspalvelu						
Kampaaja						
Kauneuspalvelut, hieronta						
Pika-buffet aamulla						
Edullinen lounas- ja illallisvaihtoehto						
Välipala- ja juoma-automaatti						

Taulukko 8: Asiakaspersoonien suhtautuminen uusiin työmatkustajien palveluehdotuksiin

Seuraavaksi kuvataan uutta työmatkustajien konseptia ”Se parempi työmatka” persoonaskenaarioiden avulla. Skenaariossa esitetään uuden konseptin palvelupolku kyseisen persoonan näkökulmasta. Päähenkilöiksi tähän valittiin asiakaspersoonista suomalainen ostojohtaja Krista Espoosta ja virolainen rakennusmies Kalev Pärnusta. Koska näiden kyseisten asiakaspersoonien matkustustottumukset eroavat riittävästi toisistaan saadaan esille se, toimiiko tämä uusi konsepti näiden molempien työmatkustajien kohdalla. Skenaarioista käy ilmi, että molemmat ovat tyytyväisiä uuteen työmatkustaja- ja lepotilaan. Lisäksi heille molemmille löytyy sopivia palveluita sekä meno- että paluumatkalla.

”Krista tulee aikaisin aamulla laivalle. Hän siirtyy suoraan työmatkustajien alueelle, laittaa takin naulakkoon ja laukun säilytyslokeroon. Sen jälkeen hän siirtyy kahvilaan. Hän syö työmatkalla aina aamupalan, koska laivalla on tarjolla hyvää erikoiskahvia ja tuoksuvia vasta-

paistettuja pullia. Aamupalan jälkeen Krista siirtyy työtilaan, ostaa vielä toisen kupin kahvia ja avaa tietokoneen. Hän on tyytyväinen, että tilassa on riittävästi pistorasioita ja Internet toimii. Aikaisemmin työskenteleminen laivalla on ollut joskus aivan mahdotonta. Krista tarkistaa sähköpostit, vastaa muutamalle ja valmistautuu työpäivään Tallinnassa. Hän hioo vielä hieman esitystä ja käy läpi luvut ja muut yksityiskohdat. Tilassa on hyvä työskennellä, on ihanan rauhallista. Hän katsoo ympärilleen ja näkee muitakin ihmisiä pöytien ääressä työskentelemässä. Menomatkan hän käyttää aina tehokkaasti. Paluumatkan hän ottaa rennosti, on varattu aika kampaajalle ja pikamanikyysiin. Työnsä vuoksi hänellä ei ole koskaan aikaa käydä Tallinnassa hoidoissa. Paluumatkalla hän syö myös nopean illallisen. Tallinna lähestyy, Krista pakkaa tavaransa ja siirtyy ulko-ovelle. Työtilan infopisteestä hänelle on tilattu taksi ja työpäivä voi jatkua sujuvasti suunnitelmien mukaan.”

”Kalev on taas menossa Suomeen töihin. Maanantai-aamuisin on todella aikainen herätys, että Pärnussa asuva mies ehtisi ensimmäiselle laivalle Tallinnan satamaan. Matkan varrelta tuli vielä muutama työkaveri kyytiin. He pysäköivät minibussin autokannelle ja siirtyvät työmatkustajien tilaan. He laittavat ulkovaatteet ja tavarat säilytykseen. Sitten he siirtyvät kahvilaan. Kalev tykkää laivalla tarjottavasta kahvista ja piirakoista, ne maistuvat ihan vaimon valmistamilta. Paluumatkalle torstaiksi on Kalev varannut hartiahieronnan, se auttaa rentoutumaan raskaan työviikon jälkeen. Aamupalan jälkeen miehet siirtyvät lepotilaan. Aamulla oli aikainen herätys ja edessä pitkä työpäivä, miehet tarvitsevat lepoa. He istuvat isoihin nojatuoleihin ja jäävät torkkumaan. Nuorin kaveri ei kuitenkaan kaipaa unta. Hän ostaa automaattista limun ja laittaa kuulokkeet päähänsä, yhdistää ne tuolin käsinojassa olevaan pistokkeeseen ja jää odottamaan alkavaa elokuvaa. Nyt pyörivät huoneen kulmassa olevalla isolla televisioruudulla vielä mainokset, mutta elokuva alkaa heti, kun laivaa lähtee satamasta. Tänäpä näytetään toimintaelokuva, se on vanha, mutta klassikko ja kelpaa erinomaisesti ajankuluksi. Kalev torkkuu tunnin ja sen jälkeen hän lukee tablettitietokoneelta uutisia, kunnes laiva saapuu Helsinkiin. Työviikko alkaa.”

6.3.2 ”Päiväristeily moneen makuun” -konseptin esittely

Päiväristeilymatkustajille tarkoitettu tila on selkeäjakoinen. Viihdettä rakastavat matkustajat voivat siirtyä tanssiravintolaan ja rauhallisemmasta menosta tykkäävät löytävät sopivan tilan laivan monista eri vaihtoehtoista. Laivalta löytyy kahvila, missä trubaduuri laulaa tai pianisti soittaa pianoa. Lisäksi on perinteinen kahvila, lounge-tila, mihin voi tilata juomia ja lasten tilan läheisyydessä oleva kahvila-ravintola. Tilat ovat valoisat, istumapaikkoja on riittävästi, tuolit ja sohvat ovat mukavia. Siellä on riittävästi pistorasioita puhelimen lataamiseksi tai tietokoneen käyttämiseksi. Internet-yhteys on toimiva ja aina käytettävissä.

Laivassa on myös luentosalityyppinen kahvilatila, missä pidetään teemamatkojen aikana ravitsemus-, tiede- ja historia-aiheisia sekä eri kulttuureja esitteleviä luentoja. Osalla laivan käytävistä on kuukausittain vaihtuvia näyttelyitä. Kahviloiden seiniltä löytyy interaktiiviset näyttöruudut. Niistä voi nähdä laivan matkan, meressä olevat hylt ja kalalajit, lähistöllä olevat saaret sekä saada enemmän tietoa Itämerestä. Samanlaisen sovelluksen voi myös ladata älypuhelimensa ja tutkia ympäristöä riippumatta siitä missä laivan tilassa oleskelee.

Lapsille tarkoitettu tila on avara. Ohjaajan opastuksella voi puuhata kaikenlaista kivaa, tilasta löytyy myös opettavaisia puuhakirjoja. Viikonloppuisin ja koulujen loma-aikoina on lapsille tarjolla erilaisia viihdeohjelmia – nukketeatteriesityksiä, tähtiesiintyjä, taikureita. Ruokaravintoloissa on lapsille suunnattuja ruokavaihtoehtoja. Lapsen voi halutessaan jättää lyhyeksi ajaksi myös hoitoon, jos vanhemmat haluavat käydä kauneuspisteessä hoidoissa tai hieronnassa.

Ruokaa on tarjolla moneen makuun. On edullisia ”päivän annos”- tyyppisiä vaihtoehtoja, kahvila-ravintola, buffet-ravintola ja à la carte -ravintola. Aamupalaksi voi ostaa vastapaistettuja sämpylöitä, croissantteja, pullia ja kahvia, pika-buffetista pienemmän vaihtoehdon tai buffet-ravintolasta runsaamman aamiaisen. Myymälässä on alkoholi- ja makeisvalikoiman lisäksi herkkutori ja kosmetiikkaosasto, näistä löytyy kerran kuussa vaihtuvat houkuttelevat tarjoukset.

Terminaalissa on check-in’ in yhteydessä mahdollisuus jättää matkatavarat laukkujen kuljetuspisteelle, josta ne viedään laivaan. Tarvittaessa voi matkalaukun noutaa laivalla olevasta säilytyspisteestä, jos tarvitsee tavaroita matkan aikana tai laukun voi noutaa vasta kohdesatamasta. Seuraavassa kuvassa esitetään päiväristeilymatkustajille suunnitellusta uudesta palvelukonseptista ”Päiväristeily moneen makuun” tehty kuvakollaasi eli moodboard (Kuva 3).



Kuva 3: ”Päiväristeily moneen makuun”

Seuraavan sivun taulukossa testataan persoonien avulla päiväristeilymatkustajien uutta palvelukonseptia (Taulukko 9). Päiväristeilymatkustajien persoonat on koottu eri-ikäisistä matkustajista ja on tärkeää, että palvelukonsepti sopii keski-ikäisille ja sitä vanhemmille sekä lapsiperheille. Taulukosta näkyy, että melkein kaikkiin muutosehdotuksiin ollaan tyytyväisiä.

Muutos palvelussa/Persoonan suhtautuminen	Greta	Rauno	Annika	Elina
Matkalaukkujen kuljetuspalvelu	😊	😊	😊	😊
Aikataulumuutos ruuhkien välttelemiseksi	😡	😊	😊	😊
Lisää mukavia istumapaikkoja	😊	😊	😊	😊
Työ- ja risteilymatkailijoille omat alueet	😊	😊	😊	😊
Hyvä kahvi ja vastapaistetut pullat	😊	😊	😊	😊
Vaihtelua viihdeohjelmaan, esim. stand-up esitykset	😊	😊	😊	😊
Teemamatkat ja luennot laivalla	😊	😊	😊	😊
Lapsille isompi ja ohjattu leikkitila	😊	😊	😊	😊
Lapsille esityksiä – nukketatteri, konsertti ym.	😊	😊	😊	😊
Edullisempi lounas- ja illallisvaihtoehto	😊	😊	😊	😊
Interaktiivinen GPS-palvelu	😊	😊	😊	😊
Turisti-info ja neuvonta	😊	😊	😊	😊

Taulukko 9: Asiakaspersoonien suhtautuminen uusiin päiväristeilymatkustajien palveluehdotuksiin

Seuraavaksi kuvataan uutta päiväristeilymatkustajien konseptia persoonaskenaarioiden avulla. Päähenkilöiksi tähän valittiin asiakaspersoonista eläkeläinen Rauno Kotkasta ja kolmen lapsen äiti Elina Helsingistä. Näiden valittujen asiakaspersoonien matkustustottumukset eroavat huomattavasti toisistaan. Näin saadaan esille se, toimiiko tämä uusi konsepti näiden päiväristeilymatkustajien kohdalla. Skenaarioista käy ilmi, että molempien persoonien palvelupolku sujuu ja he löytävät itselleen mieleistä tekemistä laivamatkan aikana.

”Rauno on menossa ystävänsä kanssa päiväristeilylle Tallinnaan. He lähtevät aamulla Kotkasta liikkeelle ystävän autolla. He jättävät auton satama-alueella olevalle pysäköintipaikalle. Laivalla he suuntavat aamupalalle. Molemmat pitävät englantilaisesta aamiaisesta, jota tarjotaan pika-buffetissa. Aamiaisen jälkeen he menevät luentokahvilaan, molemmat ottavat kahvin ja konjakin ja jäävät odottamaan. Tänään ohjelmassa on luento Egyptin pyramidien salaisuuksista. Viime kerralla luento koski Tallinnan vanhan kaupungin historiaa. Vaikka ystävykset ovat käyneet Tallinnassa useita kertoja, olivat he yllättyneitä kuinka vähän he oikeastaan siitä tiesivät. 40 minuutin luennon jälkeen he siirtyvät kahvilaan kuuntelemaan musiikkia. Samalla he tutkivat ympäristöä Raunon älypuheliimeen ladatun ohjelman avulla. Matka on pian ohi ja ystävykset lähtevät maihin. Paluumatkalle heillä on varattu illallinen ja sen

jälkeen he jatkavat iltaa tanssiravintolassa. Rauno pitää tanssimisesta. Hänen onnekseen laivalta löytyy aina joku rouva, joka haluaa tanssia. Miellyttävässä ympäristössä, hyvän ruoan ja tanssin parissa matka sujuu nopeasti ja molemmat ystävät ovat tyytyväisiä Helsinkiin saavuttaessa. Infopisteeltä he saavat mukaansa seuraavan kuukauden ohjelman ja saman tien he aloittavat uuden matkan suunnittelun.”

”Elina saapuu kolmen lapsensa kanssa satamaan ja jää odottamaan ystävätärtä. Odottaessaan hän jättää lastenrattaat ja isomman laukun matkatavarakuljetukseen. Laivalla on epä-mukavaa liikkua rattaiden kanssa, mutta Tallinnassa nuorin lapsi ei pärjää ilman niitä. Hän ilmoittaa noutavansa laukun ja rattaat vasta Tallinnan päässä. Hän saa lipukkeen ja laittaa sen lompakkoonsa. Ystävätär saapuu ja he menevät laivaan, missä siirtyvät suoraan lasten tilan vieressä olevaan kahvila-ravintolaan. Vaatteet laitetaan naulakkoon ja ystävätär laittaa oman laukkunsa lasten tilan vieressä olevaan säilytyslokeroon. He syövät terveellisen aamupalan ja lapset siirtyvät leikkihuoneeseen. Tänäpä on nukketeatteriesitys ja lapset ovat innoissaan, tätä on odotettu pitkään. Äidit käyttävät tilasuutta hyväksi ja käyvät kauneushoitolassa 15 minuutin pikamanikyrrissa. Kun he palaavat, esitys ei ole vielä loppunut. Elina ostaa yhden cappuccinon ja he rupattelevat kunnes lasten nukketeatteriesitys päättyy. Sen jälkeen he menevät yhdessä katsomaan käytävillä esillä olevaa valokuvanäyttelyä ja tutkivat interaktiiviselta taululta laivan matkaa. Elinan pieni poika on erityisen kiinnostunut vanhoista laivan hyljistä ja he tutkivat, onko lähistöllä meren pohjassa jotain kiinnostavaa. Matka on pian ohi ja he kävelevät terminaaliin, mistä Elina saa rattaat ja laukun. Paluumatkalle on varattu illallinen, jossa lapsille on oma menu. Illan ohjelmaan sisältyy vielä taikuriesitys, siitä pitävät myös vanhemmat. Elina on tyytyväinen, että päivärasteily sujuu hyvin ja laivalla on lapsille ja aikuisille riittävästi kiinnostavaa tekemistä.”

7 Johtopäätökset ja pohdinta

Opinnäytetyön tavoitteena oli löytää vastaukset seuraaviin tutkimuskysymyksiin: ”Mitä ja millaisia palveluita työmatkustajat ja päivärasteilymatkustajat haluavat laivalla?” ja ”Millaisessa ympäristössä työmatka halutaan viettää?”. Tutkimuksessa käytettiin useita eri menetelmiä ja niiden avulla saatiin monipuolinen ja kattava näkemys asiakkaiden tämän hetkisistä toiveista ja tarpeista. Tutkimuskysymyksiin saatiin vastaukset. Opinnäytetyölle asetetut tavoitteet saavutettiin ja lopputulos on niiltä osin onnistunut.

Opinnäytetyön viimeisenä vaiheena on arviointi. Arvioinnissa tarkastellaan kehittämistyön suunnittelua, asetettujen tavoitteiden selkeyttä ja niiden saavuttamista, kehittämistyön menetelmiä, työskentelyn johdonmukaisuutta sekä vuorovaikutusta ja sitoutumista. Arvioitaessa kehittämistyön aikaansaannoksia voidaan kriteereinä käyttää mm. lopputuloksen merkittävyyttä, yksinkertaisuutta, käyttökelpoisuutta, sovellettavuutta muihin yhteyksiin, toistetta-

vuutta ja neutraalisuutta. Loppuarvioinnin tarkoituksena on osoittaa se, miten työssä onnistuttiin. (Ojasalo ym. 2010, 47.)

Opinnäytetyön suunnitelma ja tavoite muotoutuivat varsin aikaisessa vaiheessa opintoja. Tähän vaikutti osaltaan kohdeyrityksen edustajan, opinnäytetyön ohjaajan ja tekijöiden välinen tapaaminen noin kuukausi opintojen aloittamisen jälkeen. Alusta lähtien tavoitteena oli hyödyntää myös eri opintojaksoilla tehtyjä opinto- ja kehittämistehtäviä, raportteja ja analyysyjä opinnäytetyön sisällön ja kohdeyrityksen toimialan tuntemuksen kartuttamisessa niiltä osin kuin se vain oli mahdollista. Opinnäytetyön liittyminen Matkailijan moniaistinen palvelukokemus -hankkeeseen toi puolestaan työskentelylle aikataulullisen tavoitteen ja rajauksen. Oli helppoa päättää, että opinnäytetyön on oltava valmis mahdollisimman pian hankkeen päättymisen jälkeen.

Aluksi ehdotus opinnäytetyön tekemisestä kahden toisilleen tuntemattoman opiskelijan yhteistyönä kuulosti varsin haastavalta. Mutta jo opintojen alkumetreillä, ensimmäisten tapaamisten ja opintojaksojen aikana selvisi, että siinä on vain hyviä puolia. Yhteistyö opinnäytetyön tekijöiden kesken on sujunut hyvin. Myös opiskelijoiden keskenään erilaiset elämäntilanteet – toinen suomalainen ja toinen virolainen – koulutukselliset ja työelämän taustat toivat työskentelyyn monenlaista osaamista, tietoa ja näkökulmia, jotka ovat rikastuttaneet työskentelyä ja opinnäytetyön lopputulosta.

Opinnäytetyön alkuperäisen suunnitelman mukaan tavoitteena oli tutkia päiväristeilymatkustajien ja virolaisten työmatkustajien asiakasryhmiä uusia palvelukonsepteja silmällä pitäen. Työn edetessä tultiin kuitenkin siihen johtopäätökseen, ettei pelkästään virolaisten työmatkustajien tutkiminen työmatkustajille laadittavaa uutta palvelukonseptia varten ollutkaan ehkä riittävä tiedonlähteenä. Nämä päätelmät jo tutkitun ryhmän mukanaan tuoman aineiston riittämättömyydestä tulivat opinnäytetyön tekijöiltä itseltään. Arveltiin, että vain tätä tutkimusjoukkoa käyttämällä työmatkustajiin liittyvät tulokset voisivat jäädä yksipuolisiksi. Tiedonkeruuta haluttiin siis vielä työmatkustajien osalta täydentää ja näin opinnäytetyön tekemisen loppuvaiheessa otettiin mukaan uusi tutkimusjoukko. Kohteeksi valittiin kymmenen suomalaista työnsä puolesta Virossa matkustavaa henkilöä. Opinnäytetyön suunnitelman ja tavoitteen ollessa selvillä varsin hyvin työn alusta alkaen oli suhteellisen helppoa työskennellä itseohjautuvasti ja päämäärä mielessä pitäen.

Tulevaisuuden tutkimuksen liittäminen osaksi opinnäytetyötä oli perusteltua ja oleellista. Ensinnäkin siksi, että kohdeyrityksen toimialaan vasta opinnäytetyön tekemisen myötä perehtyneinä koettiin tärkeäksi ymmärtää yrityksen nykytilaa ja sitä kautta koko toimialan tulevaisuuden näkymiä ja kehityssuuntia. Toiseksi uudet palvelukonseptit suunniteltiin tulevaisuutta ajatellen, eikä juuri tätä päivää tai hetkeä varten. Tutkimalla toimialan tulevaisuutta mega-

trendien, heikkojen signaalien, PESTE -analyysin ja skenaarioiden kautta luotiin syvempää ymmärrystä matkailualasta ja asiakkaista.

Tässä opinnäytetyössä kehitetään uusia palvelukonsepteja palvelumuotoilun avulla. Näin siksi, että työ on osa Matkailijan moniaistinen palvelukokemus -hanketta. Siinä tutkimuksen yhtenä lähtökohtana on ajatus siitä, että asiakkaat ovat palvelujen aktiivisia osallistujia ja heidän kokemuksiaan voidaan rikastuttaa palvelumuotoilun avulla. Palvelumuotoilu tarjosi uudenlaisen lähestymistavan laivamatkailupalvelujen kehittämiseen. Palvelumuotoilun menetelmiä ja työkaluja on runsaasti. Tutkijoiden mielestä onnistuttiin kuitenkin valitsemaan sekä hankkeen että opinnäytetyön kannalta sopivimmat. Joissakin valituissa työkaluissa sai käyttää myös luovuutta, mikä toi vaihtelua työn prosessiin. Opinnäytetyön prosessi oli kokonaisuutena mielenkiintoinen ja opettavainen. Käytettyjä menetelmiä tutkijat voivat jatkossa hyödyntää myös työelämässä.

Havainnointi aineistokeruumenetelmänä oli tutkijoille välttämätön, koska sen avulla saatiin oleellista perustietoa toimialasta, kohdeyrityksestä ja asiakkaista. Ensimmäisen havainnointimatkan aikana saatiin selville, mistä laivamatkan palveluprosessi koostuu, minkälaiset ovat kontaktipisteet ja miten asiakas matkallaan etenee. Myös tilat ja palvelut laivalla tulivat tuuksi. Seuraavilla havainnointimatkkoilla saatiin parempi kuva tutkittavien matkustajaryhmien palvelupolusta. Ei-osallistuvan havainnointitekniikan ansiosta tutkittavat käyttäytyivät luonnollisesti koko palveluprosessin ajan. Havainnointi auttoi myös Service Blueprint -kaavion laatimista. Service Blueprint kuvasi henkilökunnan ja asiakkaiden palveluprosessia laivamatkan aikana. Vaikka opinnäytetyössä kehitettiin palveluita asiakkaan näkökulmasta ja henkilökunnan prosesseja ei jatkossa käytettykään hyödyksi, antoi henkilökunnan toimintojen kuvaaminen syvempää tietoa palveluprosessin taustasta.

Haastattelut ja kyselyt tukivat käytettyinä menetelminä toisiaan. Kyselyt olivat kokonaisuutena varsin onnistuneita. Pieniä puutteita havaittiin virolaisten työmatkustajien kyselylomakkeen laadinnassa. Vaikka kyselylomakkeiden kysymykset yritettiin laatia kunkin kohderyhmän näkökulmasta, voi nyt jälkeenpäin sanoa, että virolaisten työmatkustajien kohdalla ei aivan onnistuttu. Kysymykset olisi tullut esittää vielä harkitummin ja niissä olisi pitänyt käyttää enemmän kohderyhmälle suunnattua kieltä ja sanavalintoja. Esimerkiksi kysymys: ”Minkälainen on ihannetyömatka?” herätti vastaajissa ihmetystä juuri sanan ”ihanne” takia. Kysymys olisi voinut olla vaikka: ”Kuvaa miellyttävä / mukava työmatka”. Toisenlainen kysymyksen asettelu olisi mahdollistanut vastaajien kanssa saman kielen käyttämisen sekä helpottanut ja nopeuttanut heidän vastaamistaan. Kyselylomakkeen testaaminen etukäteen olisi tuonut esiin lomakkeen puutteet.

Tutkijoiden mielestä haastattelut onnistuivat. Kaikki tutkittavat suhtautuivat haastatteluihin positiivisesti, laivalla haastatelluille henkilöille se toi vaihtelua ja piristystä matkantekoon. Maissa haastatellut henkilöt kokivat sen mukavaksi tapaamiseksi rennossa ilmapiirissä, jossa keskusteltiin heille tärkeistä asioista. Virolaiset työmatkustajat olivat iloisia siitä, että joku oli kiinnostunut heidän tilanteestaan ja toiveistaan. Haastattelujen avulla saatiin tärkeää tietoa tutkimusryhmistä ja heidän toiveistaan, lisäksi esille nousi henkilöiden oma subjektiivinen näkökulma. Miten eri ihmiset kokivat palvelun ja mistä heidän henkilökohtainen palvelupolunsa koostui. Tämän avulla myös luodut asiakaspersoonat voitiin ”herättää eloon”.

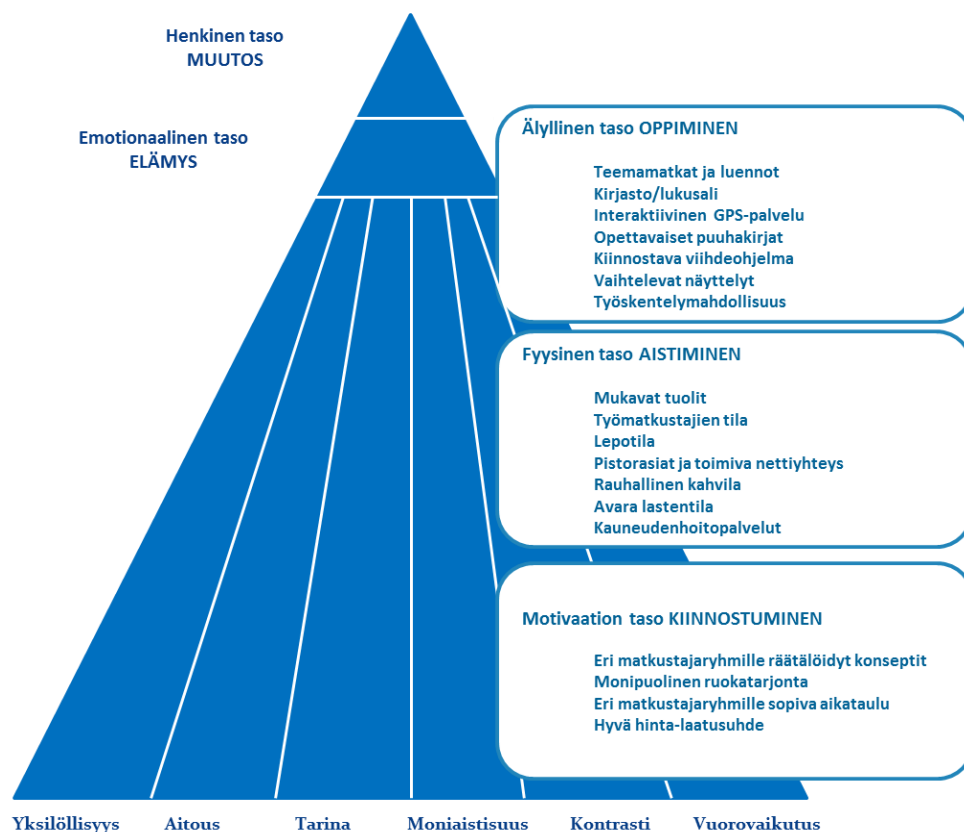
Asiakaspersoonien luominen oli sekä mielenkiintoista että opettavaista. Kumpikaan tutkijoista ei ollut käyttänyt tätä palvelumuotoilun työkalua aikaisemmin. Opinnäytetyöprosessin edetessä havaittiin ja ymmärrettiin, etteivät luodut asiakaspersoonat ole pelkästään ”aineistokortteja”. Asiakaspersoonien avulla saatiin opinnäytetyöhön syvempää asiakasnäkökulmaa ja se auttoi merkittävästi palvelukonseptien kehittämisessä. Pohtimista oli siinä, mitä ”Marek”, ”Rauno” tai ”Krista” oikeasti tarvitsevat ollakseen tyytyväisiä laivamatkaansa. Oli mielenkiintoista huomata, miten paljon lisätietoa asiakaspersoonien avulla saatiin ja kuinka monipuolisesti niitä voitiin käyttää. Asiakaspersoonien käyttäminen konseptien testaamisessa ja persoonaskenaarioiden luominen tarjosivat mahdollisuuden nähdä uusi palvelukonsepti eri henkilöiden silmin. Näin voitiin tehdä vielä tarvittavia hienosäätöjä konsepteihin.

Palvelun pitäisi tuottaa asiakkaalle myös elämyksiä. Se ei ole yrityksille helppo tehtävä ja nykyisellään erityisesti työmatkustajien matka ei ole elämys. Asiakkaat tavoittelevat matkustessaan muutakin kuin tavallisia palveluita ja tuotteita, he ovat myös valmiita maksamaan elämyspalveluista normaalia enemmän.

Aiemmin opinnäytetyössä (s. 24) kerrottiin miten Pine ja Gilmore (1999, 30) jakavat elämykset neljään eri pääryhmään. Jako perusteena toimi se, miten aktiivisesti tai passiivisesti asiakkaat itse osallistuvat elämyksen syntymiseen. Toisella akselilla jaettiin elämykset sen mukaan, miten tiiviisti asiakas on yhteydessä tapahtumaan ja ympäristöön eli uppoutuuko asiakas elämykseen vai imeekö se asiakkaan mukaansa. Tutkimuksissa tuli ilmi, että työmatkustajat ovat lähinnä passiivisia osallistujia ja he hakevat sosiaalista kontaktia enimmäkseen toisista työmatkustajista. Päiväristeilymatkustajien osallistuminen oli puolestaan aktiivista. Näin toimimalla he uppoutuivat fyysisesti kokemaansa ja vaikuttivat itse tapahtumiin laivalla.

Nykyiset palvelukonseptit tarjoavat palveluja asiakkaan motivaation tasolle ja fyysiselle tasolle, mutta älyllinen taso on vajaa tai puuttuu kokonaan. Uudet palvelukonseptit tuovat täydennystä sekä motivaation tasolle että fyysiselle tasolle. Asiakkaan kokemukseen lisätään nyt myös älyllinen taso. Uusien konseptien suunnittelussa huomioitiin myös elämyksen elementit, muutosehdotuksiin sisältyvät kaikki kuusi elämyksen elementtiä (ks. elämyskolmio-malli opin-

näytetyön s. 25). Uudet palvelukonseptit on suunniteltu asiakaslähtöisesti ja asiakkaan kokemus voi edetä eri tasojen ja elementtien kautta kohti elämystä. Seuraavassa kuviossa esitetään se, mitä asiakkaan kokemuksen tasoihin sisältyy uusissa palvelukonsepteissa (Kuvio 31).



Kuvio 31: Elämyskolmion tasot uusissa palvelukonsepteissa

Uusi työmatkustajakonsepti ”Se parempi työmatka” tuo lisähyötyä sekä työmatkustajille että kohdeyritykselle. Työmatkustajien matkustusmukavuus lisääntyy huomattavasti heille räätälöidyn palvelun avulla. Vaikka virolainen työmatkustaja tekee jopa 100 matkaa vuodessa, ei häntä juuri ole otettu huomioon palvelujen suunnittelussa. Uusi konsepti huomioi sekä virolaisten että suomalaisten työmatkustajien tarpeet. Palvelukonseptin toteuttaminen ei vaadi kohdeyritykseltä suurta rahallista panostusta. Ensisijaisesti tarvitaan tila tai alue, minkä voi jakaa työskentely- ja lepoalueeksi. Tilan muuttaminen työmatkustajille sopivaksi on mahdollista pienin keinoin – tuolit, pöydät, lepotuolit, virtaa kannettaville ja toimiva Internet-yhteys. Tilaan sijoitettavat välipala- ja kuumajuoma-automaatit voi yritys hankkia itse tai vaihtoehtoisesti leasing-sopimuksilla. Lehdet ja kirjat eivät ole suuri kuluerä. Yritys saa lisä-tuottoa tilaan sijoitettavasta kahvilasta, automaattien juoma- ja ruokatuotemyynnistä sekä kuulokkeiden ja pelikonsolien vuokraamisesta. Työmatkapaketien ja bonus- tai etupisteiden mukaan tuominen työmatkustajille lisäisi heidän liikkuvuutta laivalla. Pisteitä hyödyn-tääkseen työmatkustajat asioisivat entistä enemmän myymälässä, kahvilassa ja ravintolassa.

Oman tilan varaaminen työmatkustajille vaikuttaa myös kohdeyrityksen siivouskuluihin, nämä tilat ovat nopeammat ja helpommat siivota kuin alakansien hytit. Nykyään yritykselle vain lähes lipputulojen verran tuottava virolaisten työmatkustajien asiakasryhmä tuo konseptiuidistuksen jälkeen yritykselle enemmän tuloja. Muiden matkustajien matkustusmukavuus lisääntyy, kun ennen käytävillä ja kahviloissa istuskelleet matkustajat viettävät matka-ajan omissa tiloissaan. Strategisen lupauksen lunastaminen ja eri asiakasryhmien huomioiminen parantaa myös yrityskuvaa.

Uudessa päiväristeilymatkustajille suunnitellussa konseptissa ”Päiväristeily moneen makuun” on huomioitu erityyppisiä ja -ikäisiä päiväristeilymatkustajia. Nykyinen ohjelma on yksipuolista ja se on suunniteltu lähinnä tanssiravintolassa viihtyville enimmäkseen eläkeikäisille matkustajille. Uusi palvelukonsepti tarjoaa jotain myös toisenlaisesta ohjelmasta pitävälle keski-ikäisille ja sitä iäkkäämmille matkustajille sekä lapsiperheille. Tämän muutoksen seurauksena yritys saa päiväristeilylle myös uusia asiakasryhmiä. Esimerkiksi matkalaukkujen kuljetuspalvelu lisää huomattavasti iäkkäämpien ihmisten matkustusmukavuutta, tämä asiakasryhmä muodostaa enemmistön päiväristeilymatkustajista. Myös paremmin suunnitellut tilat, istumapaikkojen riittävyys, parannettu ruokatarjonta ja lyhytkestoiset kauneuspalvelut lisäävät huomattavasti sekä työ- että päiväristeilymatkustajien tyytyväisyyttä ja tuovat samalla yritykselle kilpailuetua.

Tämän opinnäytetyön tuloksena saatiin runsaasti sellaista tietoa, työ- ja päiväristeilymatkustajien kokemuksia, toiveita ja uusia kehitysideoita, joita ei aiemmin tehdyistä tutkimuksista ollut löydettävissä. Tutkijat olivat enemmän innostuneita kaikista uusista ja lennokkaista ideoista kuin asiakkaat. Asiakkaiden kannalta katsottuna vaatimukset olivat paljon pienemmät ja vaatimattomammat kuin alkuun ajateltiin. He eivät odota mitään erityiskohtelua, vaan sujuvaa matkan tekoa miellyttävissä puitteissa sopivalla ohjelmalla ja hinnoilla.

Opinnäytetyössä kehitettyjä uusia palvelukonsepteja ei ole vielä tätä opinnäytetyötä kirjoitettaessa viety käytäntöön, eikä niitä ole testattu oikeilla asiakkailla. Konseptit sisältöineen ja ehdotuksineen ovat ideoita ja ajatuksia kohdeyritykselle. Niitä voidaan hyödyntää sellaisinaan tai käyttää suunnittelutyön pohjana kehitettäessä tulevaisuuden palvelutarjontaa matkustajalaivaliikenteeseen Helsingin ja Tallinnan välille. Opinnäytetyössä esitettyjä ideoita voivat hyödyntää myös muut tällä toimialalla toimivat yritykset. Konseptisuunnittelun todellisten tuloksien ja konseptien käyttökelpoisuuden arviointi jää näin myöhempään ajankohtaan. Tulevaisuus näyttää tuliko näistä uusista palvelukonseptien ideoista tulevaisuuden palveluita.

Alalla olisi tarvetta uusille markkinatutkimuksille, joiden avulla voitaisiin kehittää laivapalveluita asiakaslähtöisesti kasvavat matkustajamäärät huomioiden. Lisäksi matkustajalaivaliik-

nettä Helsingin ja Tallinnan välillä harjoittavat yritykset hyötyisivät asiakassegmentointitutkimuksista, joiden avulla selvitettäisiin se, millaisia asiakkaita matkustaa minäkin viikonpäivänä. Näiden tutkimusten avulla mahdollistettaisiin uudenlaisten asiakaslähtöisten konseptien luominen, palvelujen tuottaminen ja kohdentaminen tietyille viikonpäiville ja asiakasryhmille.

Lähteet

- Bitner, M.J., Ostrom, A.L. & Morgan, F.N. 2008. Service Blueprinting: A Practical Technique for Service Innovation. *California management review*, Vol.50, no.3, 66-94.
- Blomgren, R., Malmberg, T. & Raudsepp, P. (toim.) 2006. Laiva saapui Helsinkiin. Helsingin matkustajalaivaliikenteen kehitys 1820-luvulta nykypäivään. 4.painos. Helsinki: Raud Publishing.
- Grönroos, C. 2010. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. 4.painos. Juva: WSOYpro.
- Heikkinen, H.L.T., Rovio, E. & Syrjälä, L. (toim.) 2007. Toiminnasta Tietoon. Toimintatutkimuksen menetelmät ja lähestymistavat. 2. painos. Helsinki: Kansanvalistusseura.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. 15.-16.painos. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino.
- Holbrook, M.B. 2006. Consumption experience, customer value, and subjective personal introspection: An illustrative photographic essay. *Journal of Business Research*, Vol.59, 714-725.
- Keinonen, T. & Jääskö, V. (toim.) 2004. Tuotekonseptointi. Helsinki: Teknologiainfo Teknova.
- Kettunen, J. & Meristö, T. (toim.) 2010. Seitsemän tarinaa ennovaatioista - Rohkea uudistaa ennakkoiden. Helsinki: Teknologiaiteollisuus.
- Koivisto, M. 2011. Palvelumuotoilun peruskäsitteet. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hallintaan ja hyödyntämiseen. Tampere: Teknologiainfo Teknova, 42-59.
- Kokkonen, V., Kuuva, M., Leppimäki, S., Lähteinen, V., Meristö, T., Piira, S. & Sääskilahti, M. 2005. Visioiva tuotekonseptointi - Työkalu tutkimus- ja kehitystoiminnan ohjaamiseen. Helsinki: Teknologiaiteollisuus.
- Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima.
- Laivamatkailututkimus. 2011. Helsinki: Kärkimedia ja Helsingin Sanomat.
- Mannermaa, M. 2004. Heikoista signaaleista vahva tulevaisuus. Helsinki: WSOY.
- Markkanen, S. 2008. Myymäläympäristö elämysten tuottajana - myymäläsuunnittelun työkalupakki. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Miettinen, S., Kalliomäki, A. & Ruuska, J. 2011. Palvelun konseptointi. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Palvelumuotoilu - uusia menetelmiä käyttäjätiedon hallintaan ja hyödyntämiseen. Tampere: Teknologiainfo Teknova, 106-119.
- Moritz, S. 2005. Service Design - A practical access to an evolving field. Köln: International School of Design.
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2010. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 1. - 2. painos. Helsinki: WSOYpro.
- Pine, II J.B. & Gilmore, J.H. 1999. The Experience Economy. Work is theatre and every business a stage. Boston: Harvard Business School Press.
- Saffer, D. 2007. Designing for interaction: Creating Smart Applications and Clever Devices. Berkeley CA: New Riders.

Silm, S., Ahas, R. & Tiru, M. 2012. Spatial Mobility Between Tallinn and Helsinki in Mobile Positioning Datasets. Statistical Overview. Tartu: Department of Geography of University of Tartu, Mobility Lab.

Tapaninen, U. (toim.) 2012. Helsinki and Tallinn on the move. Final report of H-TTransPlan project. Helsinki: Lönnberg Painot.

Tarssanen, S. & Kylänen, M. 2007. Entä jos elämyksiä tuotetaan? Elämyskolmio-malli elämyksellisuuden tunnistamisessa, arvioinnissa ja vahvistamisessa. Teoksessa Karppinen, S.J.A. & Latomaa, T. (toim.) Seikkaillen elämyksiä. Seikkailukasvatuksen teoriaa ja sovelluksia. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus, 99-126.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Talentum.

United Nations & UNWTO. 2010. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. Series M No. 83 / Rev.1. New York: United Nations Publication.

Verhelä, P. & Lackman, P. 2003. Matkailun ohjelmapalvelut. Porvoo: WSOY.

Vuoristo, K-V. 2002. Matkailun muodot. 3.painos. Porvoo: WSOY.

Sähköiset lähteet

Alanen, A. 2007. Elämystalous yhtä suuri Suomessa ja Ruotsissa. Viitattu 4.1.2013.
http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-02-15_005.html?s=0

Amadeus. 2007. Future Traveller Tribes 2020. Report for the Air Travel Industry. Developed by Henley Centre Headlight Vision in partnership with Amadeus. Viitattu 25.4.2012.
<http://www.amadeus.fi/index.htm>

Eckerö Line. 2011. Viitattu 4.12.2011.
<http://www.eckeröline.fi>

Eckerö Line. 2012. Viitattu 14.3.2012.
<http://www.eckeröline.fi>

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2006. Tulevaisuusluotain: Verkostoitumisesta voimaa osaamiseen. Loppuraportti. Tulostettu 25.4.2012.
http://www.hpl.fi/ek_suomeksi/ajankohtaista/tutkimukset_ja_julkaisut/ek_julkaisuarkisto/2006/18_10_06_Tulevaisuusluotain_final.pdf

Goodwin, K. 2008. Perfecting your personas. Cooper Journal. Viitattu 12.12.2011.
http://www.cooper.com/journal/2001/08/perfecting_your_personas.html

Helsingin Satama. 2012a. 10 miljoonan matkustajan raja rikki jälleen 2012. Viitattu 8.12.2012.
http://www.portofhelsinki.fi/uutiset#/pressrelease/view/10-miljoonan-matkustajan-raja-rikki-jaelleen-2012-820151?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=Subscription&utm_content=current_news

Helsingin Satama. 2012b. Laivamatkustuksessa ennätys - tavaraliikenne heikkeni 3 % vuonna 2012. Viitattu 2.1.2012.
http://www.portofhelsinki.fi/uutiset#/pressrelease/view/laivamatkustuksessa-ennaetys-tavaraliikenne-heikkeni-3-vuonna-2012-823186?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=Subscription&utm_content=current_news

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. 2012. Viitattu 14.11.2012.
<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=166>

Laurea-ammattikorkeakoulu. 2012. Viitattu 11.4.2012.
http://www.laurea.fi/fi/tutkimus_ja_kehitys/Hankkeet_ja_tulokset/hankkeet/Sivut/ProjectDetails.aspx?PID=46

Luovan ongelmanratkaisun työtavat. 2012. Helsingin yliopisto. Viitattu 27.3.2012.
<http://www.edu.helsinki.fi/malu/kirjasto/lor/>

MOT Kielitoimiston sanakirja. 2012. Viitattu 11.11.2012.
<http://mot.kielikone.fi/mot/helpa/netmot.exe?motportal=80>

Olsen, G. 2004. Persona Creation and Usage Toolkit. Interaction by Design. Viitattu 3.9.2012.
http://www.interactionbydesign.com/presentations/olsen_persona_toolkit.pdf

Rederiaktiebolaget Eckerö. 2012. Viitattu 25.4.2012.
http://www.rederiabeckero.ax/files/rederiaktiebolaget_eckeros_bokslutskommunike_for_2011_03042012.pdf

Saaranen-Kauppinen A. & Puusniekka A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere : Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 17.11.2011
<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali>

Smith, L.C. 2011. Julkaisussa: Selvitys keskeisistä tulevaisuuden muutostekijöistä. Foredata. Tulostettu 20.4.2012.
http://www.opi.fi/download/138585_Selvitys_keskeisista_tulevaisuuden_muutostekijöistä_lg.pdf

Tallink Silja Oy. 2011. Viitattu 10.12.2011.
<http://www.tallinksilja.com>

Tekes - Palveluliiketoiminnan sanasto. 2010. Tulostettu 16.3.2012.
www.tekes.fi/fi/document/44252/palveluliiketoim_sanasto.pdf

Tilastokeskus. 2012a. Käsitteet ja määritelmät. Viitattu 9.12.2012.
<http://www.stat.fi/meta/kas/paivakavija.html>

Tilastokeskus. 2012b. Rajahaastattelututkimus. Osa 25. Ulkomaiset matkailijat Suomessa vuonna 2011. 1.1. - 31.12.2011. Matkailun edistämiskeskus. Tulostettu 2.9.2012.
[http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/88a371ed8dad68c2257a1e001c95e6/\\$FILE/A172%20Rajahaastattelututkimus%202011.pdf](http://www.mek.fi/W5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/88a371ed8dad68c2257a1e001c95e6/$FILE/A172%20Rajahaastattelututkimus%202011.pdf)

Tilastokeskus. 2012c. Suomalaisten ulkomaanmatkailu kasvoi vuonna 2011. Viitattu 8.12.2012.
http://www.stat.fi/til/smat/2011/smat_2011_2012-05-30_tie_001_fi.html

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2008. Kansallinen innovaatiostrategia. Tulostettu 24.4.2012.
http://www.tem.fi/files/19704/Kansallinen_innovaatiostrategia_12062008.pdf

Uudenmaan liitto 2007. Risteilymatkailun kilpailutekijät Itämeren alueella. Uudenmaan liiton julkaisuja E 91-2007. Viitattu 5.9.2012
http://www.uudenmaanliitto.fi/modules/publishbank/julkaisupankki_files/328_

Årsredovisning. 2010. Rederiaktiebolaget Eckerö. Tulostettu 5.12.2011
http://www.rederiabeckero.ax/files/arsredovisning_2010_web.pdf

Julkaisemattomat lähteet

Laur, J. 2011. Virolaisten työmatkustajien esimiehen haastattelu 2.11.2011. Espoo.

Siltala, J. 2011. Myyntipäällikön haastattelu 24.10.2011. Eckerö Line. Espoo.

Siltala, J. 2012. Myyntipäällikön haastattelu 20.3.2012. Eckerö Line. Espoo.

Vuorela, S. 2011. Asiakaspalvelupäällikön haastattelu 2.12.2011. Eckerö Line. Helsinki.

Kuvat

Kuva 1: Havainnointimateriaalia Nordlandialta	46
Kuva 2: ”Se parempi työmatka”	78
Kuva 3: ”Päiväristeily moneen makuun”	82

Kuviot

Kuvio 1: Erilaisia matkailijoita (mukaillen Verhelä & Lackman 2003, 23)	9
Kuvio 2: Tapaustutkimuksen vaiheet (Ojasalo ym. 2010, 54)	15
Kuvio 3: Tärkeitä ominaisuuksia ja odotukset laivamatkailussa (n = 1075)	17
Kuvio 4: Palvelumuotoilun prosessi (mukaillen Moritz 2005, 157)	19
Kuvio 5: Palvelumuotoilun prosessi (mukaillen Tuulaniemi 2011, 127)	20
Kuvio 6: Opinnäytetyön etenemisprosessi	21
Kuvio 7: Arvon muodostumisen pyramidi (Tuulaniemi 2011, 75)	22
Kuvio 8: Talouden jatkumon eri vaiheet (Pine & Gilmore 1999, 22)	23
Kuvio 9: Elämysten neljä pääryhmää (mukaillen Pine & Gilmore 1999, 30).....	24
Kuvio 10: Elämiskolmio (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus, 2012)	25
Kuvio 11: Tulevaisuuteen vaikuttavat ajurit	36
Kuvio 12: Helsinki–Tallinna-reitin vaihtoehtoiset skenaariot markkinoiden ehdoilla.....	37
Kuvio 13: Käytetyt kehittämistyön menetelmät ja palvelun suunnittelun työvälineet.....	42
Kuvio 14: Service Blueprint Helsinki–Tallinna-laivamatka.....	44
Kuvio 15: Asiakaspersoona 1; virolainen työmatkustaja Priit	53
Kuvio 16: Asiakaspersoona 2; virolainen työmatkustaja Kalev.....	53
Kuvio 17: Asiakaspersoona 3; virolainen työmatkustaja Marek	54
Kuvio 18: Asiakaspersoona 4; virolainen työmatkustaja Indrek.....	54
Kuvio 19: Asiakaspersoona 5; suomalainen työmatkustaja Krista	55
Kuvio 20: Asiakaspersoona 6; suomalainen työmatkustaja Joonas	55
Kuvio 21: Asiakaspersoona 7; päiväristeilymatkustaja Greta	56
Kuvio 22: Asiakaspersoona 8; päiväristeilymatkustaja Rauno.....	56
Kuvio 23: Asiakaspersoona 9; päiväristeilymatkustaja Annika	57
Kuvio 24: Asiakaspersoona 10; päiväristeilymatkustaja Elina.....	57
Kuvio 25: Asiakaspersoonien nelikenttä	58
Kuvio 26: Esimerkkejä kontaktipisteistä laivalla (mukaillen Tuulaniemi 2011, 80)	60
Kuvio 27: Virolaisten ja suomalaisien työmatkustajien laivamatkan palvelupolku	61
Kuvio 28: Päiväristeilymatkustajien laivamatkan palvelupolku	63
Kuvio 29: Nykyisissä kontaktipisteissä olevat ongelmat virolaisten ja suomalaisten työmatkustajien näkökulmasta	69
Kuvio 30: Nykyisissä kontaktipisteissä olevat ongelmat päiväristeilymatkustajien näkökulmasta	74
Kuvio 31: Elämiskolmion tasot uusissa palvelukonsepteissa	88

Taulukot

Taulukko 1: Yleisemmät ensisijaiset ja toissijaiset matkustusmotiivit (mukaillen Verhelä & Lackman 2003, 25 - 28)	10
Taulukko 2: Matkailun megatrendit	33
Taulukko 3: Laivamatkailun PESTE -analyysi.....	35
Taulukko 4: Kehittämistyön menetelmä, kohderyhmä, vastaajamäärä, ajankohta ja haettu tieto	41
Taulukko 5: Aivoriihissä tuotetut palveluideat	51
Taulukko 6: Vastaukset virolaisten ja suomalaisten työmatkustajien kysymyksiin 1 - 8	68
Taulukko 7: Vastaukset päiväristeilymatkustajien kysymyksiin 1-10	73
Taulukko 8: Asiakaspersoonien suhtautuminen uusiin työmatkustajien palveluehdotuksiin	79
Taulukko 9: Asiakaspersoonien suhtautuminen uusiin päiväristeilymatkustajien palveluehdotuksiin.....	83

Liitteet

Liite 1 Kysely- ja haastattelulomake virolaisille työmatkustajille	99
Liite 2 Haastattelulomake suomalaisille työmatkustajille	103
Liite 3 Kysely- ja haastattelulomake päiväristeilymatkustajille	106

Liite 1 Kysely- ja haastattelulomake virolaisille työmatkustajille

Tere!

Õpime Laurea University of Applied Sciences (Laurea UAS) Soomes ja kirjutame lõputööd Tekes'i (Teknologian ja Innovaatioiden Kehittämiskeskus) uurimishanke projekti raames. Tegemist on Laurea UAS'i ja VTT (Valtion Teknillinen Tutkimuslaitos) ühise projektiga "Matkailijan moniaistinen palvelukokemus". Uurime laevareisijate rahulolu Helsingi - Tallinna liinil pakutava teenusevalikuga ja laeva siseruumidega. Lisaks tahame teada, milline on tööreisijate meelest "unelmate tööreis" laeval.

Oleme väga tänulikud, kui jaksate allolevatele küsimutele vastata. Küsimused puudutavad Helsingi - Tallinna liini ja on koostatud tööreisijaid silmas pidades. Palun ärge mõelge vastates sellele, kas Teie ettepanekud on reaalselt teaostatavad või kui kulukaks läheks nende elluviimine. Kirjeldage vastates nn."ideaalolukorda" ehk siis võite soovida ükskõik mida. Uuringu tulemused on aluseks uute teenusepakettide loomisel ja loodame, et järgmiste laevade liinile toomisel võetakse neid ideid arvesse.

Täname vastamast!

Piret Tramm ja Salla Toitturi
Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma YAMK

1. Mis teeb laevareisi ebameeldivaks?

2. Milline oleks ideaalne laeva sõidugraafik?

3. Milline oleks sinu "unelmate tööreis" laeval?

4. Milliseid teenuseid võiks laeval olla tööreisijatele?
5. Millised võiks olla laeva siseruumid, et oleks meeldivam reisida?
6. Miks kasutad praeguse laevafirma teenuseid?
7. Milline on mulje Eckerö Line'st?
8. Kas ja millised teenused võiksid olla sagedasti reisivatele tööreisijatele tasuta?

Palun anna järgmistele ideedele hinded 1 – 4.

4 – Väga hea mõte / olen täiesti sama meelt

3 – Üsna hea mõte / Täitsa meeldib

2 – Ei ole eriti hea mõte / Ei ole minumeelest oluline

1 – Halb mõte / Ei meeldi üldse

1. Laeval võiks olla eraldi salong tööreisijatele/autojuhtidele
2. See võiks olla autoteki lähedal
3. Seal võiks olla võimalus käia dushi all
4. Seal võiks olla võimalik rentida rätikut/fööni/vms.
5. Seal võiks olla joogi-ja toiduautomaadid (võileivad, sipsid, maiustused, karastusjoogid, kohv/tee, õlu).
6. Seal oleks võimalik mängida pleikat/lauamänge/vms.
7. Seal võiks olla võimalik vaadata telekat/laenutada filme.
8. Seal võiks olla internetiühendus.
9. Seal võiks olla võimalik magada (mugavates tugitoolides/diivanitel/vms.).
10. Seal võiksid olla massaashitugitoolid.
11. Salongi saaks tellida laeva kauplusest kaupa, mis sinna kohale toimetataks.
12. Need teenused peaksid olema kõik tasuta.
13. Oleksin nõus maksma sissepääsu eest "tööreisijate salongi".
14. Sissepääs võiks olla tasuta, oleksin nõus maksma eraldi laenutuse/filmide/mängude jms.eest.
15. Tööreisi ajal veedaksin meelsasti laevamatka magades kui kajutite hinnad / magamisvõimalus oleks odavam.
16. Laeval võiks üldse olla "meestenurk/meestepark", kus pakutaks ülal mainitud teenuseid, mitte ainult tööreisijatele.
17. Laeval võiks olla raamatukogu/lugemissaal, kus saaks tasuta või väikese tasu eest raamatuid laenutada ja sõidu ajal lugeda.
18. Laeval võiks olla reisikottide/pagasi transporditeenus terminal-laev-terminal, et ei peaks ise pagasit kandma.
19. Laeval võiks olla kliendikaardi sarnane kaart, kuhu saaks laadida raha, et sellega laeval erinevate lisateenuste eest tasuda.
20. Iga 5 reisiga võiks saada laevalt tasuta joogi, 10 reisiga tasuta ühesuuna pileti.

Kas eelpool laetletud iseed tekitasid Sinual Uusi mõtteid, millised teenused võiksid veel laeval olla? Juhul, kui Sul tuli idee, kuidas laevareis meeldivamaks muuta, milline võiks laev olla või milliseid teenuseid veel laeval/terminalis/check-in'is peaks olema, palun kirjuta oma mõtted siia lehele.

Liite 2 Haastattelulomake suomalaisille työmatkustajille

Hei!

Opiskelemme Laurea-ammattikorkeakoulussa palveluliiketoimintaa ja olemme tekemässä opinnäytetyötä Tekesin hankkeeseen. Kyseessä on Laurean ja Valtion Teknillisen Tutkimuskeskuksen (VTT) yhteinen projekti ”Matkailijan moniaistinen palvelukokemus”. Tutkimme Helsinki–Tallinna-reitillä matkustavien työmatka-asiakkaiden tyytyväisyyttä nykyisiin palveluihin ja tiloihin laivalla ja lisäksi haluamme tietää, minkälainen matkustajien mielestä olisi ”unelma työmatka”.

Olemme kiitollisia, jos jaksatte vastata alla oleviin kysymyksiin. Ne on laadittu juuri Helsinki–Tallinna-reitillä matkustavia työmatkustajia ajatellen. Vastatessa ei tarvitse miettiä, ovatko vastaukset toteuttavissa tai kuinka paljon toteutus maksaa tms. Kuvaile vastatessa ideaalitulannetta, voitte siis toivoa mitä tahansa. Tutkimuksen tuloksista saadaan tarvittavaa taustatietoa uusien palvelukonseptien kehittämiseksi. Toivottavasti jotkut niistä otetaan tulevaisuudessa käyttöön.

Kiitos!

Salla Toitturi ja Piret Tramm
Laurea YAMK Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma

1. Mikä tekee laivamatkustamisesta epämiellyttävän?

2. Minkälainen olisi mielestäsi paras aikataulu?

3. Kuvaile ”unelmiesi työmatkaa” laivalla.

Anna seuraaville ideoille arvosanat 1-4.

4 - Erittäin hyvä idea / Olen täysin samaa mieltä

3 - Ihan hyvä idea / Olen osittain samaa mieltä

2 - Ei ole mielestäni hyvä idea / On epäolennainen

1 - Erittäin huono idea / En tykkää ollenkaan

1. Laivalla voisi olla erillinen tila työmatkustajille.
2. Laivalla voisi olla mahdollisuus käydä suihkussa.
3. Laivalla voisi olla mahdollisuus torkkua mukavissa nojatuoleissa.
4. Laivalla voisi olla hierovat nojatuolit.
5. Laivalla voisi olla erillinen pieni sisäänpääsymaksu työmatkustajatilaan, olen valmis maksamaan siitä tai se voisi kuulua esim. työmatkustajapakettiin.
6. Työmatkan viettäisin mieluummin nukkuessa, jos hytin hinta olisi edullisempi.
7. Laivalla voisi olla kirjasto / lukusali.
8. Laivalla voisi olla pelisali, missä voisi pelata tietokonepelejä, lautapelejä yms.
9. Laivalla voisi olla matkalaukkujen kuljetuspalvelu terminaali - laiva - terminaali.
10. Laivalla voisi olla kampaaja- / kauneushoitola- / hierontapalveluja.
11. Isommat ostokset voitaisiin kuljettaa maksutta terminaaliin samalla tavalla, kun autolla matkustavien ostokset kuljetetaan autokannelle.
12. Kanta-asiakkaille voisi olla kortti, minne ladataan ansaitut bonukset, mitä voisi käyttää maksuvälineenä laivalla.
13. Laivalla voisi olla erilaisia teemamatkoja.
14. Laivalla voisi olla virtuaalinen GPS-palvelu, josta pystyisi seuraamaan matkan edistymistä ja saisi lisätietoja kiinnostavista kohteista merellä.
15. Laivalla voisi olla (kirjoita se itse) ☺

Liite 3 Kysely- ja haastattelulomake päiväristeilymatkustajille

Hei!

Opiskelemme Laurea-ammattikorkeakoulussa palveluliiketoimintaa ja olemme tekemässä opinnäytetyötä Tekesin hankkeeseen. Kyseessä on Laurean ja Valtion Teknillisen Tutkimuskeskuksen (VTT) yhteinen projekti ”Matkailijan moniaistinen palvelukokemus”. Tutkimme Helsinki–Tallinna-reitillä matkustavien asiakkaiden tyytyväisyyttä nykyisiin palveluihin laivalla ja lisäksi haluamme tietää, minkälainen matkustajien mielestä olisi ”unelma risteily”.

Olemme kiitollisia, jos jaksatte vastata alla oleviin kysymyksiin. Ne on laadittu juuri Helsinki–Tallinna-reitillä matkustavia päiväristeilyasiakkaita ajatellen. Vastatessa ei tarvitse miettiä, ovatko vastaukset toteuttavissa tai kuinka paljon toteutus maksaa tms. Kuvailkaa vastatessa ideaalitulannetta, voitte siis toivoa mitä tahansa. Tutkimuksen tuloksista saadaan tarvittavaa taustatietoa uusien palvelukonseptien kehittämiseksi. Toivottavasti jotkut niistä otetaan tulevaisuudessa käyttöön.

Kiitos!

Salla Toitturi ja Piret Tramm
Laurea Palveluliiketoiminnan YAMK koulutusohjelma

1. Mikä tekee laivamatkustamisesta epämiellyttävän?
2. Minkälainen olisi mielestäsi paras aikataulu?
3. Onko nyt mielestäsi riittävästi aikaa maissa oloon?
4. Miksi käytät nykyisen laivayhtiön palveluita?

5. Minkälaisia palveluita laivalla tulisi olla risteilymatkustajalle?

6. Minkälaiset palvelut tulisi olla kanta-asiakkaalle ilmaisia?

7. Mikä puuttuu nykyisestä palvelutarjonnasta laivalla?

8. Mikä puuttuu nykyisestä ohjelmatarjonnasta?

9. Minkälainen mielikuva sinulla on Eckerö Linestä?

10. Kuvaile ”unelmiesi risteilymatkaa”.

Anna seuraaville ideoille arvosanat 1-4.

- 4 - Erittäin hyvä idea / Olen täysin samaa mieltä**
- 3 - Ihan hyvä idea / Olen osittain samaa mieltä**
- 2 - Ei ole mielestäni hyvä idea / On epäolennainen**
- 1 - Erittäin huono idea / En tykkää ollenkaan**

1. Laivalla voisi olla kirjasto / lukusali.
2. Laivalla voisi olla pelisali, missä voi pelata tietokonepelejä, lautapelejä yms.
3. Laivalla voisi olla turisti-info, mistä saisi tietoa ja neuvoja
esim. siitä mitä maissa voi tehdä, voi varata ravintolapöydän, ajan kampaajalle yms.
4. Laivalla voisi olla valvottu / ohjattu lastenhoitopaikka.
5. Lapsille voisi olla opettavaisia puuhakirjoja
(esim. Itämeren historiasta / nykytilasta / merenelävistä yms.)
6. Laivalla voisi olla kampaaja-/ kauneushoitola-/ hierontapalveluja.
7. Laivalla voisi olla matkalaukkujen kuljetuspalvelu terminaali - laiva - terminaali.
8. Isommat ostokset voitaisiin kuljettaa maksutta terminaaliin samalla tavalla, kun autolla matkustavien ostokset kuljetetaan autokannelle.
9. Kanta-asiakkaille voisi olla kortti, minne ladataan ansaitut bonukset, mitä voisi käyttää maksuvälineenä laivalla.
10. Laivalla voisi olla erilaisia teemamatkoja.
11. Laivalla voisi olla virtuaalinen GPS-palvelu, josta pystyisi seuraamaan matkan edistymistä ja saisi lisätietoja kiinnostavista kohteista merellä.
12. Laivalla voisi olla (kirjoita se itse) ☺