



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Lahti University of Applied Sciences

INFOKANSIO HELSINGIN ORIGINAL SOKOS HOTEL VAAKUNAAN

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun ala
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma
Majoitustoiminta
Opinnäytetyö
Kevät 2013
Anna Ukskoski

Lahden ammattikorkeakoulu
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

UKSKOSKI, ANNA:

Infokansio Helsingin Original Sokos
Hotel Vaakunaan

Majoitustoiminnan opinnäytetyö, 23 sivua, 2 liitesivua

Kevät 2013

TIIVISTELMÄ

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön aihe on infokansio toimeksiantajalle Helsingin Original Sokos Hotel Vaakunan vastaanottoon. Infokansion tarkoituksena oli kerätä yhteen tiedostoon vastaanotossa tarvittava tieto Helsingin nähtävyyksistä ja muista asiakkaille tärkeistä palveluista, sekä jonkin verran muutakin Vaakunan vastaanotossa tarvittavaa tietoa erilaisista käytännön asioista, joita jokapäiväisessä työskentelyssä tulee esille. Kansiota on hyvä käyttää myös apuvälineenä uusien työntekijöiden perehdyttämisessä.

Opinnäytetyöhön kuuluu teoriaosuus, jossa käsitellään muun muassa vastaanottotyöskentelyä, Vaakunaa palveluympäristönä sekä asiakaspalvelun merkitystä hotellikokemuksessa. Käsitellen myös vastaanottovirkailijan tärkeimpiä ominaisuuksia. Työn tavoitteena oli infokansion avulla helpottaa vastaanottovirkailijoiden työtä sekä parantaa asiakaspalvelua, kun tiedot asiakkaiden yleisimmin tiedustelemista Helsingin palveluista löytyvät yhdestä paikasta. Infokansiosta tulee salainen, koska se sisältää Vaakunan sisäisiä tietoja ja toimintatapoja. Liitteenä on infokansion sisällysluettelo, josta saa käsityksen kansion sisällöstä.

Asiasanat: Vastaanottotyöskentely, asiakaspalvelu, palveluympäristö

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism and Hospitality

UKSKOSKI, ANNA:

Information folder for the reception staff at
Original Sokos Hotel Vaakuna, Helsinki

Bachelor's Thesis in Hotel and Restaurant Management, 23 pages, 2 pages of
appendices

Spring 2013

ABSTRACT

The main theme of this operational bachelor's thesis is to create an information folder for Original Sokos Hotel Vaakuna Helsinki. The final product of this thesis is an information folder for the front desk staff of the employer. The purpose of this information folder was to create one source of information on attractions and other services in Helsinki which I have noticed are important to customers. The information folder also contains a few practical matters which are confronted in everyday work situations. The information folder is also a good tool for the orientation of new employees.

The thesis also includes a theoretical part which covers the process of working in hotel reception, Vaakuna as a service environment and the significance of customer service in the total hotel experience. I also deal with the most important qualities of a receptionist. The aim of this thesis was to ease working at the reception with the help of the information folder and to also improve the customer service because things which customers frequently ask are now in one information source. The information folder is not included as an attachment to this thesis because it contains the organization's confidential operational information. The table of contents is included, from which some conception of the information folder can be gained.

Key words: Working at the reception, customer service, service environment

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Opinnäytetyön taustat	1
1.2	Opinnäytetyön tavoite ja rajaus	2
1.3	Toiminnallinen opinnäytetyö	3
1.4	Original Sokos Hotel Vaakuna Helsinki	3
2	HOTELLIN VASTAANOTTOTYÖSKENTELEY	6
2.1	Vastaanottovirkailijan toimenkuva	6
2.2	Vastaanottovirkailijan tärkeimpiä ominaisuuksia	7
2.3	Sokos Hotel Vaakunan erityispiirteet	9
3	ASIAKASPALVELUN MERKITYS HOTELLIKOKEMUKSEN KANNALTA	11
3.1	Asiakaspalvelu matkailuyrityksessä	11
3.2	Palvelun laatu	13
3.3	Palvelutietouden merkitys asiakaspalvelussa	15
4	TOIMINNALLISEN OSUUDEN TOTEUTUS	18
4.1	Infokansion suunnittelu	18
4.2	Infokansion sisältö	19
5	YHTEENVETO	22
5.1	Oma arviointi	22
5.2	Jatkotutkimusaiheet	23
	LÄHTEET	24
	LIITTEET	25

1 JOHDANTO

Tein viimeisen työharjoittelujaksoni Helsingin Original Sokos Hotel Vaakunassa, josta syntyi ajatus tehdä sinne myös opinnäytetyöni. Infokansio vastaanoton työskentelyn helpottamiseksi koettiin tarpeellisenä, koska siitä vastaanottovirkailijat saavat apua ja löytävät helposti tietoa asiakkaiden esittämiin kysymyksiin.

Keksin aiheen, koska itse huomasin varsinkin työharjoitteluni alkuaikoina, että asiakkailta tulee mitä erilaisimpia kysymyksiä muun muassa Helsingin nähtävyyksistä, yleisestä liikenteestä ja muista palveluista. Pidän aiheita tärkeinä, koska Vaakunan vastaanotossa työskentely on pääosin todella kiireistä ja vastausten etsiminen vie välillä turhaa aikaa muulta asiakaspalvelulta, joten helpottaisi varsinkin uusien työntekijöiden aloittamista, kun vastaukset olisivat heti käsillä. Muulla asiakaspalvelulla tarkoitan vastaanoton perustyöskentelyä, eli varauksien tekemistä sekä asiakkaiden sisään- ja uloskirjaamista.

Parhaimmillaan infokansio helpottaa huomattavasti vastaanoton työskentelyä ja asiakkaat saavat nopeasti vastaukset tarvitsemiinsa tietoihin. Näin infokansio parantaa asiakaspalvelua myös sen osalta, että esimerkiksi sisään kirjaamista odottavat asiakkaat pääsevät nopeammin palveltaviksi, kun vastaanottovirkailijalla ei mene paljon aikaa vastausten etsimiseen toiselle asiakkaalle useasta eri paikasta.

Opinnäytetyöni kirjallisessa osassa käsittelen vastaanottotyöskentelyä, jotta lukija saa kuvan, mitä vastaanotossa työskentely vaatii. Tarkastelen myös asiakkaiden erilaisia odotuksia sekä hyvää asiakaspalvelua, koska infokansioni kuitenkin tähtää Vaakunan asiakaspalvelun parantamiseen.

1.1 Opinnäytetyön taustat

Lähes kaikkiin asiakkaiden esittämiin kysymyksiin vastaanotossa löytyy tietysti vastaukset internetistä, mutta vastausten etsiminen eri paikoista on välillä todella aikaa vievää. Kun kaikki yleisimmät asiat kootaan esimerkiksi yhteen word-tiedostoon, siitä on helppo etsiä tietoa, ja sen voisi tietysti pitää kokoajan auki tietokoneen työpöydällä. Tietysti tiedosto voidaan myös tulostaa konkreettisesti

kansioksi, että se on aina käsillä. Infokansio olisi siis kaikkien vastaanoton työpisteiden tietokoneilla, ja esimerkiksi toimiston tietokoneella olisi versio, jota muokkaamalla muutokset päivittyisivät kaikille tietokoneille.

Vastaanotossa työskentelee myös muutama henkilö, jotka ovat tehneet siellä todella pitkän uran, joten heillä on paljon niin sanottua hiljaista tietoa erilaisista asioista vastaanottotyöskentelyssä. Hotellipäällikkö piti tärkeänä, että heiltäkin saataisiin kerättyä tietoa muistiin, jota nuorempien työntekijöiden tiedossa ei ole. Opinnäytetyön aiheen päättämisen jälkeen aloitin itsekin työt Vaakunan vastaanotossa, joten itsellenikin aihe on entistä ajankohtaisempi ja kiinnostavampi, koska saan infokansiosta itsellenikin hyötyä työskentelyyn.

1.2 Opinnäytetyön tavoite ja rajaus

Opinnäytetyöni tavoitteena on kerätä vastaanottotyöskentelyssä tarvittava olennaisin tieto yhteen paikkaan, josta se on helposti saatavilla. Erityisesti työssäni keskityn niihin asioihin, joita useimmiten asiakkaat kysyvät ja joita heille täytyy selvittää. Kansion tarkoituksena on helpottaa vastaanottovirkailijoiden työtä ja parantaa asiakaspalvelua, kun asiakkaiden tarvitsema tieto löytyy helposti ja nopeasti.

Kansion avulla vastaanoton pahimmilta ruuhkautumisilta olisi helpompi välttyä ja asiakkaat saisivat nopeammin palvelua. Opettajani kanssa mietimme, että kansio koottaisiin sillä ajatuksella, että sen tietoja apuna käyttäen voitaisiin tarjota asiakkaalle mahdollisimman hyvä Helsinki-loma. Vaakuna kuitenkin sijaitsee keskeisellä paikalla Helsingin ytimessä, rautatieasemaa vastapäätä, joten siitä syystä monet ulkomaalaiset majoittuvat siellä tullessaan tutustumaan Helsinkiin.

Infokansio on varmasti tarpeellisempi uusille kuin vanhoille työntekijöille, joilla paremmin asiakkaiden kysymät asiat ovat jo muistissa. Kaikkea ei voi kuitenkaan muistaa ulkoa, joten kansiosta ei siis ole tarkoitus tulla minkäänlainen perehdytyskansio, jollainen Vaakunassa on jo olemassa. En siis tule käsittelemään työssäni esimerkiksi Vaakunassa käytettävän Opera-hotellijärjestelmän perustoimintoja. Kansioon on tarkoitus koota vähän muutakin kuin pelkkää asiakkaiden tiedustelemaa tietoa, kuten ohjeistusta erilaisista käytännön asioista,

joita vastaanotossa tarvitsee. Punaisena lankana opinnäytetyölleni pidän kuitenkin olennaisen Helsinki-infon keräämistä, mutta kansioon tulee myös näitä asioita, jotka vastaanotossa tulevat harvemmin vastaan ja joista ei vielä missään ole ohjeistusta.

1.3 Toiminnallinen opinnäytetyö

Opinnäytetyön tekeminen kuuluu pakollisena osana hotelli- ja ravintola-alan ammattikorkeakouluopintoihin. Suoritustapana voi valita joko tutkimuksellisen tai toiminnallisen opinnäytetyön. Itse pidin heti selvänä, että mieluummin haluan tehdä toiminnallisen työn, jossa saan aikaiseksi konkreettisen tuotoksen. Onneksi sainkin sitten kiinnostavan aiheen, joka onnistuessaan helpottaa myös omaa työskentelyäni Vaakunassa.

Toiminnallinen opinnäytetyö tavoittelee ammatillisessa kentässä esimerkiksi käytännön toiminnan ohjeistamista, toiminnan järjestämistä tai järjeistämistä. Se voi olla alasta riippuen ammatilliseen käytäntöön suunnattu ohjeistus, opastus tai ohje, kuten ympäristöohjelma, turvallisuusohjeistus tai perehdyttämisopas. Se voi olla myös jonkin tapahtuman toteuttaminen, kuten kansainvälisen kokouksen tai konferenssin järjestäminen riippuen koulutusalaista. Toteutustapojakin on siis monenlaisia tuotoksesta riippuen: kirja, kansio, opas, cd, kotisivut tai järjestetty tapahtuma. Toiminnallisessa opinnäytetyössä täytyy kuitenkin yhdistyä käytännön toteutus ja sen raportointi. (Vilka & Airaksinen 2011, 9.)

Raportoinnissa on siis käsiteltävä konkreettisen tuotoksen saavuttamiseksi käytettyjä keinoja. Toiminnallisissa opinnäytetyöissä on aina yksi yhteinen piirre: visuaalisin ja viestinnällisin keinoin pyritään luomaan kokonaisilme, josta voi tunnistaa tavoitellut päämäärät. (Vilka & Airaksinen 2011, 51.)

1.4 Original Sokos Hotel Vaakuna Helsinki

Helsingin Original Sokos Hotel Vaakuna kuuluu Sokos Hotel -ketjuun, joka on Suomen kattavin hotelliketju. Siihen kuuluu yli 50 hotellia Suomessa, Pietarissa ja Tallinnassa. Sokos Hotellien toimintaa harjoittavat eri alueosuuskaupat ympäri maan sekä SOK:n tytäryhtiö Sokotel Oy, Virossa A/S Sokotel ja Pietarissa OOO

Sokotel. Sokos Hotellien toimintaa ohjaavat koko S-ryhmän yhteiset arvot: asiakaslähtöisyys, vastuullisuus, uudistuminen, tuloksellisuus ja kumppanuus. (Sokos Hotels 2012.)

Sokos Hotelleissa julkistettiin 15.5.2013 brändiuudistus, jonka myötä kaikki Sokos Hotellit ovat joko Original, Break tai Solo Sokos Hotelleja. Original Hotellit ovat perinteisimpiä Sokos Hotelleja, niitä hotelleja, joista kaikki on lähtenyt liikkeelle. Original by Sokos Hotels on brändinsä mukaisesti ”sydämellisesti suomalainen” hotelliketju. (Sokos Hotels 2013.)

Break by Sokos Hotels tarkoittaa lähinnä vapaa-ajan hotelleja, ja sen tärkein tehtävä on ladata vieraansa akut. Break on enemmän kuin vain hotelli: se voi olla myös kylpylä, laskettelukeskus tai osa rentouttavaa ja aktiivista irtiottoa arjen keskellä. Solo Sokos Hotellit ovat yksilöllisiä, ainutlaatuisia hotelleja, joilla on joko historiaa tai ne ovat vasta tekemässä sitä. Palvelu on sydämellistä, huomaavaista ja paikallista. (Sokos Hotels 2013.)

Original Sokos Hotel Vaakuna Helsinki on vuonna 1952 valmistunut 270 huoneen hotelli. Sijainniltaan se on keskellä Helsinkiä, rautatieasemaa vastapäätä ja toimii samassa talossa Sokos-tavaratalon kanssa. Vaakuna edustaa aikansa funktionalismin tyyli-suuntausta, ja suomalainen perinne on siis huomioitu sisustuksessa. Vaakunan ravintola on näköalaravintola Loiste, jossa myös aamiainen tarjoillaan. (Sokos Hotels 2012.)

Vaakunan arkkitehtinä on toiminut Erkki Huttunen ja aulan valaisimet ovat Paavo Tynellin käsialaa. Vaakunan korkea aula ja vastaanotto ovatkin erityisesti monille ulkomaalaisille nähtävyys, jota usein valokuvataan ja sisustuksesta esitetään kysymyksiä.

Vaakunassa on kuusi hyvin varusteltua kokoustilaa, korkeintaan 60 hengelle. Hotellissa on myös 12 sviittiä, jotka soveltuvat pienempiin, 4 – 6 hengen tapaamisiin. 10. kerroksessa on myös saunatilat 15 hengelle, jotka ovat käytössä tilauksesta. Tilausravintola Kaarteessa järjestetään erilaisia tilaisuuksia ja juhlia 30 – 200 hengelle. (Sokos Hotels 2012.)

Vaakunassa työskennellään aamu-, ilta- ja yövuoroissa, joissa on aina kaksi työntekijää, sekä kiireisimpinä päivinä on yksi tai kaksi henkilöä välivuorossa esimerkiksi klo. 12.00 - 20.00, tarpeen mukaan. Työskentelyyn kuuluu enimmäkseen asiakkaiden ulos- ja sisäänkirjaamista. Puhelimitse tehtävät varaukset tehdään pääosin Sokos Hotellien myyntipalvelun kautta, joka on auki arkipäivisin klo. 8.00 - 20.00, mutta muina aikoina varaukset tehdään vastaanotossa.

2 HOTELLIN VASTAANOTTOTYÖSKENTELEY

Hotellin liiketoiminta perustuu siihen, että se tuottaa palvelunsa mahdollisimman tuottavasti, taloudellisesti ja kannattavasti. Hotelli on moniulotteinen palvelukokonaisuus, johon kuuluu sekä abstrakteja että konkreettisia palvelun osa-alueita. Hotellin palvelutoiminnan lähtökohtana on asiakas. Joissain palveluyrityksissä, kuten catering-yrityksessä, on mahdollista tuottaa palveluja ilman, että asiakas itse osallistuu palvelun tuotantoprosessiin. Hotellipalvelu ei kuitenkaan synny ilman asiakkaan läsnäoloa. Vastaanoton toiminta lähteekin aina liikkeelle asiakkaasta ja hänen tarpeistaan. (Alakoski ym. 2006, 11.)

Rautiaisen & Siiskosen (2009, 106) mukaan hotellin vastaanotto on monessakin suhteessa hotellin keskipiste ja ”sydän”. Vastaanotolla on useita eri tehtäviä: itse vastaanotto, kassatoiminnot, neuvonta ja informaatio sekä puhelinliikenteen hoitaminen. Vastaanotto kuuluu hotellin palveluympäristöön. Palveluympäristöllä tarkoitetaan hotellin toimitiloja, sisustusta, koneita, asiakastiloja ja muuta materiaalia, jotka näkyvät fyysisinä elementteinä asiakkaille. Palveluympäristöön kuuluu tietysti myös esimerkiksi vastaanoton oleskelutila ja esitemateriaalit. Näiden palvelutilojen perusteella asiakkaalle muodostuu mielikuva ja kokonaisvaikutelma palvelusta. Asiakas mieltää palveluympäristön perusteella, kuinka laadukasta palvelu on tai millaista palvelua hän voi odottaa. Vastaanotolla on siis suuri rooli asiakaspalvelussa.

2.1 Vastaanottovirkailijan toimenkuva

Kun asiakas saapuu hotelliin, hänen ensimmäinen kontaktinsa on yleensä vastaanotossa, joten on ensiarvoisen tärkeää, että asiakaskohtaaminen onnistuu. Vaikka asiakas olisi muuten täysin tyytyväinen hotellin toimintaan, vastaanottotoiminnassa ilmenevät puutteet voivat aiheuttaa sen, ettei tyytymätön asiakas palaa enää uudelleen hotelliin. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 106.)

Vastaanotossa on siinä mielessä raskasta, mutta toisaalta juuri sen takia antoisaa työskennellä, että vastaanottoon asiakkaat yleensä purkavat sydämensä hotellikokemuksestaan, eli antavat sekä negatiivisen että positiivisen palautteen. Monesti asiakkaat antavat vastaanottoon myös sellaisen palautteen, joka ei mitenkään liity vastaanoton toimintaan, eikä suoranaisesti siellä voida asialle

mitään tehdä, mutta vastaanottovirkailijan tehtävä on vastaanottaa asiakkaan palaute ja välittää se eteenpäin.

Vaakunassa vastaanottovirkailijan päätehtävät ovat varaustilanteen seuraaminen, asiakkaiden sisään- ja uloskirjaus, varausten tekeminen (pääosin vain iltaisin ja viikonloppuisin, myyntipalvelun ollessa suljettuna), maksujen vastaanottaminen sekä puhelinliikenteen hoitaminen.

Hotellivirkailijan tulee muiden rutiinitehtäviensä lisäksi osata myydä ja esitellä tuotteet ja palvelut, sekä osata neuvoa ja opastaa asiakkaita lähialueen matkailu- ja muiden palveluiden käytössä. Vastaanottovirkailijan toimenkuva muodostuu ennen kaikkea myönteisestä ja aktiivisesta asenteesta asiakaspalvelutehtävissä. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 108.)

On siis tärkeää, että vastaanottovirkailijat osaavat vastata asiakkaiden kysymyksiin lähialueen palveluista, liikenneyhteyksistä ja niin edelleen. Hotellissa työskennellessäni olen huomannut, että monet asiakkaat eivät halua hotellissa majoittuessaan alkaa itse etsiä tietoa lähialueesta esimerkiksi internetistä, vaan tulevat mieluummin kysymään vastaanotosta. Tällöin he kokevat saavansa erinomaista asiakaspalvelua, jos he saavat vastaukset kysymyksiinsä helposti ja nopeasti vastaanottovirkailijalta. Kaikkea ei voi kuitenkaan muistaa ulkoa, joten tässä infokansio on hyvänä apuna, kun vastaukset löytyvät kaikki yhdestä paikasta koottuna.

2.2 Vastaanottovirkailijan tärkeimpiä ominaisuuksia

Rautiaisen & Siiskosen (2009, 100) mukaan palvelun laatu muodostuu kuudesta keskeisestä ominaisuudesta:

- *Ammattitaidosta:* sisältää tekniset valmiudet ja ratkaisutaidot selvittää asiakkaiden pulmia.
- *Käyttäytymisestä ja asenteesta:* vastaanottovirkailijalla täytyy olla oikea asenne ja hänen täytyy osata käyttäytyä niin, että asiakas tuntee, että hänet huomioidaan ja hänen ongelmansa halutaan ratkaista ystävällisesti.

- *Joustavuudesta ja lähestyttävyydestä:* asiakkaiden on helppo saada palvelua ja heidän tarpeensa otetaan huomioon.
- *Uskottavuudesta ja luotettavuudesta:* vastaanottovirkailijan täytyy toimia asiakkaan etujen mukaisesti ja asiakas voi luottaa vastaanoton antamiin lupauksiin.
- *Normalisoinnista:* normalisointi tarkoittaa sitä, että vastaanottovirkailija etsii itse uusia ratkaisuja, jos palvelussa on tehty jotain väärin tai siinä on ollut jotain ongelmia.
- *Maineesta:* maine kuvaa sitä, että asiakkaat uskovat hotellin arvoihin ja tuntevat saavansa palvelusta rahoilleen vastineen.

Brännaren ym. (2005, 277) mukaan matkailun alan työ on itsenäistä ja haasteellista. Vastaanottovirkailijalta vaaditaan laajaa yleissivistystä. Asiakaspalvelijan on tunnettava koko matkailukentän laajuus ja hallittava palveluketjun osat. Valtteja ovat oma-aloitteisuus, yhteistyötaidot, myynti- ja asiakaspalvelutaidot sekä alan osaaminen ja muutosvalmius. Alan osaaminen tarkoittaa sosiaalisia ja vuorovaikutustaitoja, organisointikykyä ja järjestelmällisyyttä, työtehtävien ja kokonaisuuksien hallintaa, kielitaitoa ja kulttuurien tuntemusta. Ammattitaitoon kuuluvat myös tulevaisuuden haasteet ja jatkuva suunnittelu ja kehittämistyö.

Hotelli- ja ravintolaneuvoston teettämässä selvityksessä alan työntekijöiden työn ja ammattitaitovaatimusten muutostarpeista on esitetty piirteitä asiakaspalvelijan ammattitaitovaatimuksista, muun muassa:

- Asiakkaan ja asiakaspalvelijan suhdetta sävyttää kumppanuus ja yhteistyö.
- Asiakaspalvelija jakaa tietoa ja aktivoi asiakasta.
- Asiakaspalvelija ymmärtää työnsä liiketaloudellisen merkityksen.
- Asiakaspalvelija hankkii aktiivisesti työhönsä liittyvää uutta tietoa.

- Asiakaspalvelijan keskeinen työväline on asiakasta koskevan tiedon hallinta, hän tuntee yrityksen liikeidean ja erityisesti asiakassegmentit. Hänen täytyy osata myös käyttää tietoa hyväksi omassa työssään.
- Asiakaspalvelija seuraa asiakaskunnassa tapahtuvaa kehitystä sekä yrityksen tuloksen kehitystä. (Alakoski ym. 2006, 23 - 24.)

2.3 Sokos Hotel Vaakunan erityispiirteet

Rautiaisen & Siiskosen (2009, 23 - 24) mukaan hotellit voidaan jaotella esimerkiksi sijainnin, koon tai kohderyhmän mukaan. Sijainnin mukaan jaoteltuna hotelli voi olla esimerkiksi keskustahotelli, lähiöhotelli, korpilotelli tai lentokenttähotelli. Suomessa jaoteltuna koon mukaan suuressa hotellissa on yli 100 – 150 huonetta, keskisuuressa hotellissa yli 50 huonetta ja pienessä hotellissa alle 50 huonetta. Kohderyhmän mukaan jaoteltuna hotelli voi olla liikemieshotelli, säästöhotelli, lomahotelli tai gasthaus.

Sijainnin mukaan jaoteltuna Vaakuna on ehdottomasti keskustahotelli, koska se sijaitsee aivan Helsingin ydinkeskustassa, rautatieaseman välittömässä läheisyydessä. Kooltaan taas Vaakuna on suuri hotelli 270 huoneellaan.

Kohderyhmän mukaan jaoteltuna Vaakuna kuuluu oikeastaan kahteen ryhmään: liikemieshotelleihin ja lomahotelleihin. Viikolla asiakaskunta koostuu pääosin työmatkustajista, mutta viikonloppuisin hotelli täyttyy Helsingissä lomailijoista.

Erilaiset asiakkaat viikolla ja viikonloppuna tuovat vastaanottovirkailijoidenkin työhön omat haasteensa, koska työmatkustajilla ja lomailijoilla on niin erilaiset toiveet ja vaatimukset hotelliyöpymisensä suhteen. Esimerkiksi: viikolla yhden hengen hiljaiset huoneet sisäpihan puolella ovat todella kysytyjä, kun taas viikonloppuisin yksin matkustavia asiakkaita ei juuri ole ja monikaan Helsingissä lomalla oleva ei halua maisemaa sisäpihalle, vaan katsoisi mieluummin kaupungin vilinää.

Juuri Vaakunan sijainnin takia sen vastaanotossa on niin tärkeää tietää kaikista lähialueen palveluista. Läheltä löytyy niin monenlaista tekemistä, joista asiakkaat kyselevät ja varsinkin ulkomaalaiset usein kysyvät mitä erilaisimpia kauppoja ja ravintoloita. Infokansiosta on apua niin työmatkustajien kuin vapaa-ajan

matkustajienkin palvelemisessa. Työmatkustajat haluavat yleensä tietää nopeasti vastauksen esimerkiksi tietyn ravintolan aukioloajasta, johon löytyy näppärästi kansioista vastaus. Vapaa-ajan matkustajat taas haluavat usein vastaanottovirkailijan suosittelevan heille sopivaa ravintolaa, jolloin kansioista voi helposti ehdottaa muutamaa ravintolaa.

Liikematkustajat ovat todella vaativia palvelun sujuvuuden suhteen, koska heillä on yleensä tiukka aikataulu. He arvostavat siis sujuvaa, täsmällistä ja nopeaa palvelua vastaanotossa. Liikematkustajat myös monesti viettävät paljon aikaa eri hotelleissa ja arvostavat hotelliympäristön rauhallisuutta ja viihtyisyyttä. Vapaa-ajan matkustajat taas arvostavat erityisesti myönteisiä palvelukokemuksia, jotka muodostuvat vuorovaikutustilanteissa vastaanottovirkailijoiden kanssa.

(Rautiainen & Siiskonen 2009, 100.)

Vapaa-ajan matkailijat eivät aina tiedä hotelliin saapuessaan, mitä aikovat kaupungissa lomallaan tehdä. Silloin asiakkaat odottavat heti hotelliin saapuessaan kaupunkiopastusta vastaanotossa. Vastaanottovirkailijalla täytyy olla hyvä paikallistuntemus, jotta hän osaa ohjata asiakkaita paikkakunnan eri matkailukohteisiin. Hänellä täytyisi olla monipuolisia virikkeitä ehdotettavana asiakkaille. Vastaanottovirkailijan täytyisi myös ehdottaa asiakkaan kiinnostuksen kohteita oma-aloitteisesti ja huomioida hänen erikoistoivomuksiaan mahdollisuuksien mukaan. Esimerkiksi kanta-asiakas saattaa pyytää samaa huonetta, jossa on aikaisemminkin majoittunut. Vastaanottovirkailijalla täytyisi olla kyky havainnoida asioita jo ennen kuin asiakas ehtii niitä pyytämään.

(Rautiainen & Siiskonen 2009, 100 - 101.)

3 ASIAKASPALVELUN MERKITYS HOTELLIKOKEMUKSEN KANNALTA

Asiakkaat ovat vaativia, mutta he ovat siihen oikeutettuja. Asiakkailla on nykyään vähemmän aikaa, mutta enemmän vaihtoehtoja kuin milloinkaan aikaisemmin. Jos yritys ei pysty tarjoamaan sitä, mitä asiakkaat tarvitsevat, jos vuorovaikutus asiakkaiden kanssa ei täytä tai ylitä heidän odotuksiaan ja jos asiakkaan kanssa ei toimita tarpeeksi nopeasti, asiakkaat kääntyvät kilpailevan yrityksen puoleen. Tutkimuksissa on johdonmukaisesti havaittu, että uuden asiakkaan saaminen maksaa viisinkertaisesti verrattuna vanhan asiakassuhteen säilyttämiseen. (Zemke 2006, 13.)

Myös Eräsalon (2011, 14) mukaan asiakaspalvelijan osoittaessa asiakkaalle arvostusta sekä sanoin että teoin, hän on palveluun tyytyväinen ja halukas jatkamaan tulevaisuudessakin yrityksen asiakkaana. Palvelukokemuksesta syntyy silloin asiakkaalle tunne, että hän on yritykselle tärkeä. Asiakas on yrityksen vieras, ja asiakaspalvelija edustaa tässä tilanteessa yritystä.

Tämän päivän palvelu on ikään kuin huomisen markkinointia. Hyvän palvelukokemuksen saanut asiakas tulee uudelleen, huonon todennäköisesti ei. Asiakas myös kertoo kokemuksistaan muille. Tällä tavoin suusta suuhun kulkeva markkinointi tehoaa huomattavasti paremmin kuin mikään median välittämä tieto, koska se perustuu aitoon kokemukseen. (Eräsalo 2011, 16.)

3.1 Asiakaspalvelu matkailuyrityksessä

Albanese & Boedeker (2002, 72 - 73) kertovat laadukkaiden matkailupalveluiden tuottaminen perustuu hyvin pitkälti henkilökunnan taitoihin tuottaa asiakaspalvelua asiantuntevasti. Matkailupalvelujen tuotannossa keskeisiä ovat myös tekniset laitteet; esimerkiksi mönkijäsafari voi jäädä kokematta, jos mönkijä ei käynnisty. Yleensä kuitenkin henkilökunta ja sen ammattitaitoinen ote vaikuttavat ratkaisevalla tavalla asiakkaiden kokemaan laatuun. Asiakastyytyväisyyden rakentamisen peruspilari on ystävällinen, nopea sekä asiakkaiden toiveisiin perustuva asiakaspalvelu.

Henkilöstön tärkeyttä korostaa myös se, että asiakkaat reagoivat voimakkaasti ja herkästi oltuaan tyytymättömiä asiakaspalveluun. Tyytymättömät asiakkaat kertovat todella herkästi muille saamastaan kohtelusta, mutta laadukkaana koettu asiakaspalvelu ei välttämättä kuitenkaan tee asiakkaasta yrityksen puolestapuhujaa. Matkailun alalta on kuitenkin myös tutkimustuloksia, joiden mukaan tyytyväiset asiakkaat kertovat asiakaspalvelukokemuksistaan yhtä paljon kuin tyytymättömätkin. Täytyy kuitenkin muistaa, että henkilöstö on kaikista palvelun elementeistä näkyvin, joten henkilökunnan fyysinen olemus, käytös sekä suhtautuminen asiakkaisiin vaikuttavat merkittävästi palvelun lopputulokseen. (Albanese & Boedeker 2002, 73.)

Brännaren ym. (2005, 32) mukaan majoitusyrityksen tärkein sidosryhmä ovat luonnollisesti asiakkaat, koska ilman asiakkaita kaupallinen yritys ei kannata. Asiakassuhteissa täytyy aina pyrkiä jatkuvuuteen. Kun asiakas on tyytyväinen saamaansa palveluun, hän palaa mielellään takaisin samaan hotelliin. Samalla hän voi toimia myös yrityksen palveluiden ja tuotteiden suosittelijana, joka tulee tietysti edullisemmaksi kuin se, että yrityksen täytyy kokoajan hankkia uusia asiakkaita markkinointiviestinnän keinoin, kuten tv- tai suoramainonnalla.

Hotellin henkilökunnalta odotetaan palvelualltiutta ja ystävällisyyttä. Palvelualltiuden asiakas havaitsee aktiivisena pyrkimyksenä tuottaa palvelua, olla asiakkaan apuna ja kohdella häntä hyvin. Kyse on joustavuudesta ja halusta ratkaista asiakasta askarruttavia ongelmia. Asiakkaaseen pitää aina suhtautua empaattisesti. Se tarkoittaa, että asiakkaalle pyritään saamaan hyvä mieli ja että hänestä välitetään. Empaattisuus tarkoittaa myös sitä, että henkilökunta ymmärtää asiakkaan tarpeet ja osaa toimia kulloisenkin tilanteen vaatimalla tavalla. (Brännare ym. 2005, 80 - 81.)

Yrityksen liikeideaan liitetään usein erilaisia käsikirjoja eli manuaaleja, joiden tarkoitus on ylläpitää palvelujen tasalaatuisuutta. Hotelleissa näiden manuaalien avulla voidaan esimerkiksi täsmentää, miten vastaanottovirkailijoiden täytyy pukeutua, minkälaisia koruja voi käyttää, miten asiakkaita puhutellaan ja kuinka hoidetaan esimerkiksi hotelliin kirjoittautuminen tervehtimisineen ja muine toimintoineen. Palvelun laadun ylläpitäminen on erittäin monipuolinen ja vaativa tehtävä. (Brännare ym. 2005, 81.)

Asiakkaan sisäänkirjoittautuminen on erittäin tärkeä vaihe sen kannalta, minkälaisen kuvan asiakas hotellista muodostaa. Se käsittää hotellin imagon lunastamisen, koska se on usein ensimmäinen kontakti asiakkaan ja majoitusliikkeen välillä. Jos ilmapiiri asiakkaan ja vastaanottovirkailijan välillä on myönteinen, tekninen toteutuskin on silloin helppo. Impression-management tarkoittaa lyhyesti sanottuna sitä, että asiakkaalle yritetään saada mahdollisimman hyvä ensivaikutelma hotellista sisäänkirjautumisen yhteydessä. (Brännare ym. 2005, 146.)

3.2 Palvelun laatu

Tutkija Leonard Berry on kehittänyt mallin, jonka perusteella voi arvioida sekä omia että organisaatiolta saatuja tietoja. He ovat havainneet, että asiakkaat arvioivat palvelun laatua viiden seikan perusteella:

1. Luotettavuus. Tarkoittaa kykyä tarjota täsmällisesti ja luotettavasti sitä palvelua, mitä on luvattu.
2. Vakuuttavuus. Huomaavaisuuden ja tietämyksen osoittaminen asiakkaille sekä taito antaa heille ammattitaitoinen, luotettava ja uskottava vaikutelma.
3. Konkreettinen ympäristö. Käsittää yrityksen fyysiset tilat ja laitteet sekä henkilökunnasta saatavan yleisvaikutelman.
4. Empaattisuus. Tarkoittaa asiakkaille osoitettua yksilöllistä huolenpitoa ja huomiota.
5. Reagointialttius. Valmius auttaa asiakkaita viipymättä.

Kaikki nämä viisi tekijää ovat asiakkaille tärkeitä. Kun kaikki viisi tekijää saadaan toteutettua, tuloksena on huippupalvelu. (Zemke 2006, 14 - 15.)

Laatu on vaikea käsite ymmärtää ja haasteellista toteuttaa. Laadun mittaa aina toinen ihminen, eli asiakas. Yritys voi tehdä erilaisia toimintaansa ohjaavia laatumääräyksiä ja ohjeistuksia henkilöstön noudatettavaksi. Niissä määritellään taso, jonka yritys vähintään haluaa palvelussaan toteutuvan. Valitettavan usein

käy kuitenkin niin, että määritelty vähimmäistaso muodostuu jossain vaiheessa enimmäistasoksi. Onko taso kuitenkaan sama, jota asiakas odottaa? (Eräsalo 2011, 17.)

Parasuramanin (1994) mukaan asiakkaiden käsitykset palvelun laadusta vaihtelevat huomattavasti. Kaksi eri seikkaa vaikuttaa heidän käsityksiinsä: asiakkaiden odotukset ja palvelun standardit. Asiakkaat ovat kuitenkin palvelun laadun tuomareita. Heidän odotuksensa palvelusta vaikuttavat huomattavasti tuloksiin heidän tyytyväisyydestään. On huomattavasti helpompi miellyttää asiakasta, jolla on alhaisemmat odotukset palvelun suhteen kuin asiakasta, jolla on korkeammat odotukset. Juuri siksi ymmärrys asiakkaiden odotuksista on äärimmäisen tärkeää. (Kandampully ym. 2001, 51.) Randallin ja Seniorin (1996) mukaan työntekijöiden ja asiakkaiden jakaessa samat arvot, palvelun laatuodotusten pitäisi kohdata. Jos joitain aukkoja kuitenkin on, kulttuurisista tai muista syistä, toimintatavat täytyy selvittää työntekijöille. (Jones & Haven-Tang, 2005, 6.)

Myös Ford ym. (2012, 21) on kuvaillut palvelun laadun määrittelemisen vaikeutta: koska palvelu on abstraktia ja asiakkaiden odotukset muuttuvia, selkeää määrittelyä palvelun laadusta ei voida tehdä. Palvelualalla vain asiakas voi määrittellä palvelun laadun. Sillä ei ole väliä, kuinka loistavasti yritys on palvelun tuottanut ja toiminut, jos asiakas on tyytymätön johonkin asiaan, on epäonnistuttu yrityksessä kohdata asiakkaan odotukset. Palvelualan yritykset kuitenkin auttavat asiakasta saamaan laadukasta palvelua muun muassa erilaisilla tyytyväisyystakuilla.

Eräsalon (2011, 17 - 18) mukaan palvelun laatu voidaan jakaa kahteen osaan: tekniseen laatuun ja toiminnalliseen laatuun. Tekninen laatu osoittaa tuotteen laadun ja toiminnallinen laatu osoittaa miten asiakas palvelun saa ja sen kokee. Jos tuote on teknisesti hyvä, mutta palvelutapahtuma ja vuorovaikutus asiakaspalvelijan kanssa jättävät toivomisen varaa, asiakas ei ole täysin tyytyväinen. Kuitenkin, vaikka tuote ei olisikaan täydellinen teknisesti, mutta asiakaspalvelija osaa siinä tilanteessa aistia asiakkaan tunnelmat ja vastata niihin sopivalla tavalla, voi lopputuloksena olla erittäinkin tyytyväinen asiakas. Toiminnallinen laatu käsittää myös palvelun sujuvuuden ja joutuisuuden.

Asiakkaan laatukokemukseen vaikuttaa myös mielikuva, eli imago palveluyrityksestä tai yrityksen jostakin toimipisteestä. Mielikuvan ollessa myönteinen, asiakas on valmiimpi antamaan anteeksi pienet virheet kuin jos mielikuva on jo valmiiksi kielteinen. Mielikuva on eräänlainen suodatin, jonka läpi asiakas tarkastelee palvelukokemustaan. Jokainen asiakaspalvelija vaikuttaa omalla toiminnallaan yrityksen mielikuvaan, joten täytyy ymmärtää, että palvelun laatukokemuksen toinen pää on aina asiakaspalvelijan hallussa. (Eräsalo 2011, 20.)

Kandampullyn ym. (2001, 54) mukaan palvelun laatu on monitahoisen verkoston tulos, jossa on monta ulottuvuutta. Vuosien varrella tutkijat ovat yrittäneet tunnistaa tärkeimmät tekijät palvelun laadun muodostumisessa. Suuri määrä eri asioita on kuitenkin myötävaikuttamassa palvelun laatuun. Aikaisemmin mainitsemani Berryn palvelun laadun mallia kutsutaan myös SERVQUAL-malliksi, johon on siis koottu viisi tärkeintä palvelun laatuun vaikuttavaa tekijää. Kandampullyn ym. (2001, 93) mukaan erinomaisuus palvelun laadussa voidaan saavuttaa vain yhteistyöllä, jossa yrityksen ylimmästä johdosta lähtien kannustetaan työntekijöitä omalla esimerkillä.

3.3 Palvelutietouden merkitys asiakaspalvelussa

Yksi tavallisimmista palvelun tuottamiseen liittyvistä ongelmista tulee esiin, kun asiakaspalvelussa työskentelevä henkilö ei tunne tarpeeksi hyvin omaa organisaatiotaan tai organisaationsa tuottamia tuotteita ja palveluita. Pahimmassa tapauksessa asiakas tietää yrityksestä ja sen tarjoamista palveluista enemmän kuin työntekijä. Tällainen tilanne syntyy matkailun alalla helposti, koska sen kausiluonteisuuden takia monet työsuhteet ovat lyhyitä ja määräaikaaisia. (Albanese & Boedeker 2002, 76.)

Albanese & Boedeker (2002, 76) kertovat sisäiseen markkinointiin kuuluvan myös yrityksen sisäinen tiedottaminen, jonka avulla koulutetaan työntekijöitä hyödyntämään työssään omaa organisaatiotaan sekä tiedotetaan henkilöstölle kaikista olennaisista muutoksista organisaatiossa. Olennaisinta on varmistaa, että tieto muutoksista menee perille ja myös kannustaa henkilöstöä oma-aloitteisesti

hakemaan omaa organisaatiotaan koskevaa tietoa. Motivoitunut, ammattitaitoinen ja jaksava henkilöstö on matkailuyrityksen menestyksen avain.

Vastaanottovirkailijoiden ammattitaitoon kuuluu olla kiinnostunut kyseisen paikkakunnan matkailutarjonnasta eikä sitä saa väheksyä, vaikka palvelut tuntuisivat paikkakunnalla itse asuvasta henkilöstä liian tavallisilta. Erityisesti ulkomaalaisille tai kauempaa Suomesta saapuville paikkakuntalaisesta tavallisen tuntuiset asiat voivat heille muodostua elämyksellisiksi. Vastaanotossa työskentelevien täytyy siis perehtyä huolellisesti lähialueen matkailutuotteisiin ja -esitteisiin. Parasta olisi myös aktiivisesti itse kokeilla alueen matkailutarjontaa. (Alakoski ym. 2006, 118.)

Alakosken ym. (2006, 118 - 120) mukaan vastaanotossa on myös hyvä seurata kokoajan matkailutuotteiden lehti-ilmoittelua ja alueen huvi- sekä kulttuuritarjontaa. Henkilökohtainen kiinnostus alueen tapahtumista ja palveluista on myös osa ammattitaitoa. Suurissa, kansainvälisissä hotelleissa on edelleen concierge-palveluita, eli concierge itse muun muassa opastaa asiakkaita, varaa heille lippuja ja välittää muita palveluita. Asiakas pitää saada tietenkin viihtymään omassa hotellissa ja käyttämään mahdollisimman paljon sen palveluita, mutta hänen pitää viihtyä myös kyseisellä paikkakunnalla ja hänet tulee saada palaamaan sinne uudestaan. Pienemmissä hotelleissa, joissa erillistä conciergea ei ole, näiden palveluiden tuottaminen on jokaisen vastaanotossa työskentelevän tehtävä.

Eräsalonkin (2011, 15) mukaan asiakaspalvelu on myös myyntityötä. Yrityksen tuotteiden myynti ei ole mikään erillistapahtuma, vaan myyntiä täytyy tapahtua kokoajan. Asiakkaalle esitellään yrityksen tuotteita jatkuvasti eikä vain tyydytä toimittamaan asiakkaalle sitä, mitä hän itse osaa pyytää. Palvelun ostajalle voidaan esitellä ja tarjota lisä- ja oheispalveluja, joita hän ei välttämättä edes tiennyt yrityksen tarjoavan. Kun hän saa lisäpalvelun, tyytyväisyys asiakaspalveluun lisääntyy.

Palveluiden tunteminen on tärkeää asiakaspalvelukokemuksen kannalta, koska esimerkiksi erään vähittäiskaupasta tehdyn tutkimuksen mukaan asiakkaat ostavat tuotteita mieluummin postimyynnistä kuin tavarataloista erityisesti siitä syystä,

että asiakkaat kokevat tavaratalojen myyjien tietävän omista tuotteistaan vähemmän kuin asiakas itse. Nykypäivänä asiakkaat esittävät niin hankalia kysymyksiä, että yritysten täytyy varautua mitä moninaisimpiin ja yllättävimpiin selvitystöihin. Huippupalvelun tarjoajat erottuvat aina edukseen, joten täytyy pyrkiä siihen, että yritys muistetaan. (Zemke 2006, 24.)

4 TOIMINNALLISEN OSUUDEN TOTEUTUS

4.1 Infokansion suunnittelu

Kun aloin miettiä infokansion toteuttamista, ensimmäinen kysymys oli se, mihin muotoon kansion tekisin. Itse minulla oli heti ajatuksena, että teen sen word-muotoon, jotta sen voi pitää auki vastaanotossa jokaisella työpisteellä ja yhdeltä tietokoneelta voi aina tehdä päivitykset, jolloin se päivittyy jokaiselle työpisteelle. Ajattelin myös, että kansion voi silloin helposti tulostaa myös konkreettiseksi kansioksi, jolloin sen voi esimerkiksi antaa luettavaksi uusille työharjoittelijoille.

Opinnäytetyön ohjaajani Taru Parikan kanssa keskustellessani nousi kuitenkin esille myös ajatuksia kansion tekemisestä esimerkiksi mobiilisovellukseksi, jota asiakkaat voisivat itse käyttää vastaanoton tiskillä. Pohdiskelin asiaa jonkin aikaa, mutta päädyin kuitenkin siihen, että haluan infokansion olevan nimenomaan vastaanottovirkailijoiden käytössä helpottamassa heidän työtään ja parantamassa asiakaspalvelua. Monet asiakkaat eivät kuitenkaan halua itse etsiä tietoa, vaan mieluummin odottavat nimenomaan asiakaspalvelua, ja että heille kerrotaan suoraan heidän tarvitsemansa tiedot. Hotellivirkailijan ammattitaitoon myös kuuluu olla kiinnostunut kyseisen kaupungin matkailutarjonnasta ja olla valmis esittelemään asiakkaille erilaisia vaihtoehtoja esimerkiksi ravintoloista ja risteilyistä.

Se ei mielestäni myöskään parantaisi asiakaspalvelua, että asiakkaan tullessa kysymään esimerkiksi Linnanmäen aukioloaikoja, hänelle sanottaisiin vastaanotossa, että tarkistaa asia itse sovelluksesta. Nykypäivänä kuitenkin suurella osalla ihmisistä on kännykässäänkin internet, jolla saa he saavat tarkistettua aukioloaikoja ynnä muuta, mutta monet haluavat hotellissa asioidessaan nimenomaan henkilökohtaista palvelua, vaikka varmasti löytäisivät tiedot itsekin. Word-version haasteena on tietenkin päivitykset aukioloaikojen ynnä muitten osalta, mutta mobiilisovelluksessakin päivityksiä joutuisi tekemään.

Kun vastaanotossa virkailijoiden apuna on infokansio, tiedot löytyvät helposti ja Vaakuna voi jäädä asiakkaiden mieleen hotellina, jossa saa hyvää ja henkilökohtaista asiakaspalvelua, ja jossa vastaanottovirkailijat osaavat vastata

kattavasti myös muun muassa Helsingin nähtävyyksiä ja ravintoloita koskeviin kysymyksiin. Näistä syistä päädyin siis vastaanottovirkailijoiden käytössä olevaan kansioon word-tiedostona, joka alun perin olikin minulla mielessä.

Lähes infokansion suunnittelun alusta asti oli selvää, että sen punaisena lankana pidetään Helsingin matkailuinfon keräämistä yhteen paikkaan, eikä siihen kovin paljon oteta mukaan esimerkiksi Opera-hotellijärjestelmää koskevia ohjeita. Pidin sen siis koko ajan mielessäni, että ensin kerään mahdollisimman paljon tietoa Helsingin palveluista, joista useimmiten asiakkailta on kysymyksiä ja sen jälkeen tarpeen mukaan lisään kansioon muita tarpeellisia asioita. Perehdytyskansio uusille työntekijöille Vaakunassa on myös olemassa, joten luonnollisesti siinä olevia tietoja en infokansioon enää kirjoita. Muutenkin pidin mielessäni infoa Vaakunasta kirjoittaessani, että kirjoitan vain sellaisia asioita, joista ei vielä ole selkeää ohjeistusta missään.

4.2 Infokansion sisältö

Infokansion sisältöä aloin ikään kuin työstää mielessäni heti siitä lähtien, kun aihe varmistui, eli loppuvuodesta 2012. Silloin olin juuri hetki sitten saanut työharjoittelun Vaakunassa päätökseen ja joulukuussa aloitin siellä työt, joten on ollut helppo laittaa mieleen, mitä asioita eniten asiakkaat tiedustelevat ja mitä infokansiossa olisi hyödyllistä olla. En ole siis tehnyt muistiinpanoja, mutta kokoajan työn ohella miettinyt ja seurannut asioita, joista asiakkaat paljon tiedustelevat. Sen takia minun oli helppo alkaa kirjoittaa infokansiota, koska minulla oli valmiina selkeä käsitys, mitä siinä ainakin on tarpeellista olla.

Päädyin aloittamaan infokansion kulkuyhteyksistä, koska niin paljon asiakkaita neuvotaan eri paikkoihin vastaanotossa. Tähän kuuluu siis helpoimmat reitit muun muassa Kauppatorille ja Messukeskukseen. Tähän lukuun laitoin myös tiedot Tallinnan ja Tukholman risteilyistä ja niiden aikatauluista, koska niitä myös jonkin verran asiakkaat tiedustelevat. Seuraavaan lukuun keräsin Helsingin eri matkailukohteita ja niiden aukioloaikoja, sekä kulkuyhteydet Vaakunasta niihin. Tähän kokosin myös muutaman esimerkin Helsingin kiertoajeluista, joita paljon kysellään. Kiertoajeluista kansioon valitsin kaksi perinteisempää kiertoajelua ja yhden kiertoajelun, jolla voi omaa tahtia välillä hypätä bussista pois ja välillä

takaisin. Näiden lisäksi laitoin kansioon myös Helsingissä vain kesällä toimivan design-kiertoajelun, josta uskon varsinkin ulkomaalaisten suomalaisesta designista pitävien innostuvan.

Yhdessä luvussa on kaikki ravintolat, joita yleisimmin suosittelimme asiakkaille. Jokaisen ravintolan ruoasta ja tyylistä on hiukan tietoa, sekä aukioloajat ja yhteystiedot. Ravintolat kokosin sillä perusteella, joita koko vastaanoton henkilökunta yleisimmin asiakkaille suosittelee, olen siis nämäkin laittanut mieleeni töissä ollessani. Mietin myös ravintoloita kirjatessani sitä, että saan kansioon mukaan mahdollisimman erilaisia ravintoloita, joita voimme asiakkaille suositella. Lähes kaikki ravintolat myös sijaitsevat aika lähellä Vaakunaa, koska yleensä asiakkaat haluavat mennä syömään vain kävelymatkan päähän. Yhden, hiukan kauempana sijaitsevan ravintolan, otin mukaan sen takia, koska asiakkaat tiedustelevat siitä niin paljon vastaanotossa.

Seuraavaan lukuun keräsin erilaiset kaupat, joita yleisimmin tiedustellaan (lähimpänä sijaitsevat), kuten urheiluliike, kirjakauppa sekä apteekki. Näihin lukuihin löysin tiedot internetistä. Kansion loppuun kokosin myös hotellin tietoja, jotka tulevat esille päivittäisessä työskentelyssä, mutta joita ei välttämättä tule uusillekaan työntekijöille heti kerrottua kaiken muun ohella. Niihin kuuluu muun muassa tiedot, millä puolella hotellia ovat hiljaisimmat huoneet, miten huonekohtaista ilmastointia käytetään ja miten aulan valot säädetään. Nämä ovat myös niitä asioita, joista ei vielä ole ohjeistusta missään.

Opinnäytetyötäni varten en tehnyt sen suurempia haastatteluja, mutta aina päivittäise työskentelyn ohella vastaanotossa tuli vähän työkavereiden kanssa mietittyä ja pyydettyä heiltä ajatuksia, mitä he haluaisivat infokansiossa olevan. Aika hyvin minulla oli itselläni selkeä käsitys Helsinki-infosta, mutta lähinnä puhuttiin Vaakunan info-osiosta. Opinnäytetyöseminaarissani tuli idea kirjanmerkkien kokoamisesta Vaakunan työpisteille, joissa olisi näitä internetsivuja, joita olen työssä käyttänyt. Näin ne löytyisivät helposti, kun tarvitsee esimerkiksi jonkin yrityksen aukioloajat vielä tarkastaa. Joitain kirjanmerkkejä tietokoneilla kyllä jo on, mutta aion vielä ne päivittää kaikille työpisteille.

Sisällön kerääminen infokansioon oli siinä mielessä antoisaa, että siinä oppi itsekin paljon uutta ja nyt muistaa taas asioita paremmin ulkoa, koska niitä etsi ja kirjoitti kansioon. Infokansion päivittämisen tulen todennäköisesti hoitamaan itse, koska työskentelen Vaakunan vastaanotossa, niin se on selkein vaihtoehto, että päivitän tekemäni kansion myös itse. Kansiota kuitenkin joutuu päivittämään tasaisin väliajoin muun muassa aukioloaikojen muuttuessa. Niistä yrityksistä, joista tiedon löysin, kansiossa on tieto mihin asti silloinen aukioloaika on voimassa, joten siitä näkee helposti milloin tulee päivityksen aika.

Olen ajatellut tehdä opintoihini kuuluvan projektityön Vaakunan infokansion päivittämisestä. Teen siis päivittämissuunnitelman infokansiolle. Infokansiota täytyy käydä läpi varmasti ainakin kerran parissa viikossa ja tarkastaa, ovatko kaikki tiedot ajan tasalla. Päivittämisen avuksi teen todennäköisesti taulukon kansion yhteyteen, josta näkee päivämäärät, milloin kansio täytyy päivittää, ja sinne myös merkataan kun kansio on käyty läpi ja päivitetty. Kansion lopussa on lähteet kaikille internetsivuille, josta olen aukioloaikoja ynnä muuta etsinyt. Näin myös muiden työntekijöiden tulee päivitettyä kansio, jos itse olen esimerkiksi lomalla. Nimeän itselleni myös varahenkilön, joka vastaa kansion päivittämisestä silloin, kun itse en ole paikalla. Näiden ohjeiden mukaan kansiota voitaisiin päivittää myös muissa hotelleissa, jos infokansio tehtäisiin johonkin toiseenkin Sokos Hotelliin.

5 YHTEENVETO

Toiminnallisen opinnäytetyöni tavoitteena oli infokansion tekeminen Helsingin Original Sokos Hotel Vaakunaan. Työni teoriaosuudessa tarkastelin vastaanottotyöskentelyä ja asiakaspalvelun merkitystä, koska infokansion tarkoituksena on Vaakunan vastaanottotyöskentelyn helpottaminen ja asiakaspalvelun parantaminen. En voi vielä ottaa kantaa, onko infokansio vastannut tavoitteitaan, mutta uskon, että siitä tulee olemaan hyötyä vastaanotossa varsinkin uusille työntekijöille.

5.1 Oma arviointi

Opinnäytetyöprosessi oikeastaan varsinaisesti alkoi Tutkimus- ja menetelmäosaaminen 2 -kurssilla syksyllä 2012, jonka aikana sovimme aiheesta Vaakunan hotellipääällikkö Hilikka Järvelän kanssa. Minulla oli muutama ehdotus hänelle opinnäytetyön aiheeksi työharjoitteluni päätyttyä Vaakunassa ja niistä valitsimme pari, joita ehdotin kurssin opettajalle Mika Kyläselle. Hänen kanssaan päädyimme tähän infokansioon. Kurssin lopuksi tein opinnäytetyösuunnitelman, jossa vähän pääsin alkuun projektin kanssa. Suunnitelmasta työhön sain käytettyä johdannon sekä hiukan teoriapohjaa.

Tammikuussa aloin kirjoittamaan varsinaista opinnäytetyötä, mutta en päässyt oikeastaan kuin alkuun, kun koko projektin teko jäi minulta pariaksi kuukaudeksi. Töitä oli sen verran paljon, että aika eikä energia riittänyt enää opinnäytetyön tekemiseen. Huhtikuulla työt alkoivat vähentyä ja sitten sain taas jatkettua työn tekemistä. Ensin tein työn teoriaosuuden ja sen jälkeen aloin koota infokansiota. Haastavinta opinnäytetyön tekemisessä oli koota teoriapohjaa ja miettiä, mitkä asiat siihen ovat olennaisia ja tärkeitä oman aiheeni kannalta. Etenkin vieraskielisten ja sähköisten lähteiden etsiminen oli myös haasteellista.

Vaikka opinnäytetyöni tekeminen lykkääntyi alkuperäisestä aikataulusta, olen kuitenkin tyytyväinen, että kun sain sen kunnolla alkuun keväällä, työtahtini oli aika hyvä ja sain sitten työn mielestäni aika nopeasti esittämiskuntoon. Aihe oli myös mielenkiintoinen, koska sain tehdä konkreettisen tuotoksen omalle työpaikalleni, joka tulevaisuudessa voi helpottaa omaakin työntekoani.

5.2 Jatkotutkimusaiheet

Jatkotutkimusaiheena olisi tietysti mielenkiintoista selvittää, miten tekemäni infokansio toimii käytännössä ja auttaako se vastaanottovirkailijoiden työtä niin kuin toivoin. Se olisi tietysti myös hyvä tutkia, puuttuuko kansioista jotain oleellista, pitäisikö siihen lisätä jotain tai onko siinä jotain täysin ylimääräistä. Myös asettelut vaikuttavat tietysti kansion luettavuuteen, joten sekin olisi mielenkiintoista tietää, pitäisikö kansiota selkeyttää jotenkin.

Jos infokansio saataisiin hyvin toimivaksi ja työntekijät kokisivat siitä olevan apua, tietysti muihinkin ketjun hotelleihin olisi hyvä saada samanlainen. Näin voitaisiin järjestelmällisesti parantaa koko Sokos Hotel -ketjun palvelua infokansioiden avulla. Olisi siis mielenkiintoista alkaa suunnitella toimivaa mallia infokansiosta koko hotelliketjulle. Ensimmäisenä pitäisi tietysti miettiä, mihin muotoon kansio tehdään. Jos kansiot nimittäin tehtäisiin kaikille ketjun hotelleille, word-versiota ei enää varmasti tehtäisi.

Version täytyisi olla nykyaikaisempi ja helpommin päivitettävissä. Kuitenkin sen täytyisi olla vastaanottovirkailijoiden, ei asiakkaiden, käytössä, jotta kansion tavoite pysyy oikeana: asiakaspalvelun parantaminen. Ehkä kuitenkin myöhemmin tulevaisuudessa vastaanottovirkailijoiden käytössä olevan infokansion rinnalla asiakkaille voisi olla myös jokin mobiilisovellus käytössä.

LÄHTEET

Painetut lähteet

Alakoski, L., Hörkkö, P. & Lappalainen, H. 2006. Hotellin vastaanoton operatiivinen toiminta. Helsinki: Restamark Oy.

Albanese, P. & Boedeker, M. 2002. Matkailumarkkinointi. Helsinki: Edita Prima Oy.

Brännare, R., Kairamo, H., Kulusjärvi, T. & Matero, S. 2005. Majoitus- ja matkailupalvelu. Helsinki: WSOY.

Eräsalo, U. 2011. Palvelu ammattina. Vantaa: Hansaprint Direct Oy.

Ford, R., Sturman, M. & Heaton, C. 2012. Managing Quality Service in Hospitality. Clifton Park: Delmar.

Jones, E. & Haven-Tang, C. 2005. Tourism SMEs, Service Quality and Destination Competitiveness. Trowbridge: Cromwell Press.

Kandampully, J., Mok, C. & Sparks, B. 2001. Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure. New York: The Haworth Hospitality Press.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2009. Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. Vantaa: Hansaprint Oy.

Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Zemke, R. 2006. Huippupalvelua asiakkaille. Helsinki: Rastor Oy.

Elektroniset lähteet

Sokos Hotels. 2012. [Viitattu 5.12.2012]. Saatavissa: <http://www.sokoshotels.fi/>

Suulliset lähteet

Järvelä, Hilka 2012. Hotellipäällikkö. Original Sokos Hotel Vaakuna Helsinki. Opinnäytetyön suunnittelu 13.11.2012.

LIITTEET

Liite 1: Infokansion sisällysluettelo

SISÄLLYS

- 1 KULKUYHTEYDET VAAKUNASTA
 - 1.1 Helsingin Messukeskus
 - 1.2 Helsingin kauppatori
 - 1.3 Helsinki-Vantaa -lentokenttä
 - 1.4 Hartwall Areena
 - 1.5 Risteilyt Tallinnaan
 - 1.6 Risteilyt Tukholmaan

- 2 MATKAILUKOhteet
 - 2.1 Linnanmäki
 - 2.2 Suomenlinna
 - 2.3 Korkeasaari
 - 2.4 Ateneum
 - 2.5 Helsingin kiertoajelut

- 3 RAVINTOLAT
 - 3.1 Ravintola Loiste
 - 3.2 Casa Largo
 - 3.3 Virgin Oil Co.
 - 3.4 Ravintola Zetor
 - 3.5 Grill It
 - 3.6 Lappi Ravintola
 - 3.7 Ravintola Sea Horse

- 4 KAUPAT
 - 4.1 Sokos tavaratalo
 - 4.2 Ruokakauppa
 - 4.3 Apteekki
 - 4.4 Otto-automaatti
 - 4.5 Stockmann
 - 4.6 Sokoksen Alko
 - 4.7 Urheiluliike
 - 4.8 Kirjakauppa

- 5 VAAKUNA-INFOA
 - 5.1 Ohjeita huoneen antamisesta asiakkaalle

- 5.2 Huoneiden lämpötila ja ilmastoinnin säätäminen
- 5.3 Vastaanoton valojen säätäminen
- 5.4 Aulan valojen säätäminen
- 5.5 Vastaanoton sähköpostien hoitaminen
- 5.6 S-Card -tarkastuspyyntöjen käsittely

LÄHTEET

