

Senni Seppä

MATKAILUKANSIO ORIGINAL SOKOS HOTEL VAAKUNA
SEINÄJOEN VASTAANOTTOON

Matkailun koulutusohjelma
2013

MATKAILUKANSIO ORIGINAL SOKOS HOTEL VAAKUNA SEINÄJOEN VASTAANOTTOON

Seppä, Senni
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma
Joulukuu 2013
Ohjaaja: Nurmi-Rantanen, Kirsi
Sivumäärä: 26
Liitteitä: 4

Asiasanat: asiakaspalvelu, majoitusala, toiminnallinen opinnäytetyö, Seinäjoki

Tämän opinnäytetyön aiheena oli luoda matkailukansio Original Sokos Hotel Vaakuna Seinäjoen vastaanottoon. Tavoitteena oli tuottaa apuväline helpottamaan palvelutapahtumaa niin asiakkaan kuin asiakaspalvelijan näkökulmasta. Vaakunan vastaanotossa ei ennestään ollut vastaavan tyyppistä kansiota, joten työ koettiin tarpeelliseksi. Työn toimeksiantajana toimi Etelä-Pohjanmaan Osuuskauppa.

Työ toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä. Teoriaosuudessa käsiteltiin asiakaspalvelua, matkailu- ja ravintola-alan teoriaa sekä Sokos Hotelleja yrityksenä. Myös kansion itsensä laatiminen ja sen typografia käytiin läpi.

Valmis kansio oli esillä Original Sokos Hotel Vaakunan vastaanotossa kesäkuusta 2013 syyskuuhun 2013 asti ja kansiota käyttäneiden antaman palautteen mukaan se saavutti asetetut tavoitteet. Kansiota pidettiin tarpeellisena ja moni ilmaisi halunsa kansion käyttämiseen jatkossakin.

OPINNÄYTETYÖN NIMI ENGLANNIKSI

Seppä, Senni

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Tourism

December 2013

Supervisor: Nurmi-Rantanen, Kirsi

Number of pages: 26

Appendices: 4

Keywords: Customer service, accommodation service, operational thesis, Seinäjoki

The purpose of this thesis was to produce a travel directory for Original Sokos Hotel Vaakuna Seinäjoki's reception. The aim of the thesis was to produce an instrument to help the service method for both the customer and for the customer servant. The principal of this thesis was the co-op of South Ostrobothnia.

The thesis was implemented as an operational thesis. The theoretical part of the thesis dealt with the theory of customer service and the theory tourism and catering business. The company Sokos Hotels was also introduced. The theoretical part of the thesis also dealt with the theory of the typography of the directory itself.

The directory was on display in the hotel reception from June 2013 to September 2013 and the people who used the directory as an instrument found that it had met the appointed targets. The directory was thought to be useful.

SISÄLLYS

1. JOHDANTO.....	5
2. TYÖN LÄHTÖKOHDAT, TAUSTAT JA TAVOITTEET	6
2.1 Lähtökohta ja idea.....	6
2.2 Rajaus.....	6
2.3 Toiminnallinen opinnäytetyö	7
3. OPINNÄYTETYÖN TOIMEKSIANTAJA	8
3.1 Sokos Hotels – Yksilöllinen monille.	8
3.2 Kanta-asiakasohjelmat	10
4. ASIAKASPALVELU MATKAILU- JA RAVINTOLA-ALALLA.....	11
4.1 Matkailu- ja ravintola-ala.....	11
4.2 Palvelutapahtuma	12
4.3 Asiakaspalvelu hotellin vastaanotossa	13
5. VASTAANOTTO	14
5.1.1 Vastaanottovirkailijan työtehtävät.....	14
5.1.2 Matkilualan työntekijän ammattitaito.....	16
6. MATKAILUKANSION LAATIMINEN.....	18
6.1 Tiedon kerääminen kansiota varten	18
6.2 Toimeksiantajan ohjeistus.....	18
6.3 Kansion ulkoasu ja typografia	19
6.4 Kansion kuvat ja tekijänoikeus	21
6.5 Valmis kansio ja sen vastaanotto	22
6.6 Kehitysehdotukset.....	23
7. POHDINTA.....	25
LÄHTEET	26
LIITTEET	

1. JOHDANTO

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön lähtökohtana oli sekä helpottaa Original Sokos Hotel Vaakuna Seinäjoen vastaanoton työskentelyä että omalla tavallaan parantaa asiakkaiden palvelukokemusta.

Suoritin tutkintooni kuuluvan työharjoittelujaksoni Seinäjoen Sokos Hotel Vaakunan vastaanotossa tammikuusta 2012 toukokuuhun 2012. Harjoittelusta jatkoin suoraan kesätöihin ja kesätöistä elokuussa 2012 vakituiseen työsuhteeseen. Harjoitteluni alussa huomasin työhön kuuluvan kiinteästi paljon muutakin kuin esimerkiksi pelkän varausjärjestelmän ja hotellin itsensä tunteminen. Useat asiakkaat eivät ole Etelä-Pohjanmaalta ja Seinäjoen kaupunki oli heille suhteellisen tuntematon. Itselleni oli vaikeaa alkuun esitellä itsellenikin tuntematonta kaupunkia ja vastata kysymyksiin suoraan. Etsiessäni vastauksia kysymyksiin vapaa-ajan viettomahdollisuuksista huomasin että vastaanotossa ei ollut olemassa yhtä varsinaista työvälinettä, josta vastaukset olisivat löytyneet vaan tieto piti etsiä esimerkiksi pieninä paloina Internetistä. Lähes kaikkiin asiakkaiden esittämiin kysymyksiin tietenkin löytyy vastaus hyvinkin helposti, mutta vastausten etsiminen eri paikoista saattaa olla todella aikaa vievää. Näin ollen kun kaikki yleisimmät asiat olisivat koottuna yhteen paikkaan, se helpottaisi työtä suunnattomasti.

Keskustelin hotellijohtaja Merja Kiviojan kanssa harjoitteluni aikana mahdollisuudesta tehdä opinnäytetyöni Seinäjoen Sokos Hotelleille ja loppujen lopuksi yhdessä päädyimme ideaan matkailukansiosta.

2. TYÖN LÄHTÖKOHDAT, TAUSTAT JA TAVOITTEET

2.1 Lähtökohta ja idea

Opinnäytetyön tavoite oli kerätä vastaanottotyöskentelyssä tarvittava olennaisin tieto kaupungin aktiviteeteista yhteen helposti saatavilla olevaan paikkaan. Onnekseni vastaanotossa työskenteli myös henkilöitä, jotka ovat tehneet siellä pitkän uran sekä asuneet kaupungissa itseäni kauemmin. Heiltä oli helppo oppia vinkkejä niin itse työskentelystä kuin kaupungistakin.

2.2 Rajaus

Ensimmäinen vedos kansioista oli lähinnä listaus kaupungin eri ravintoloista, kaupoista ja urheilumahdollisuuksista. Keskusteltuani toimeksiantajani kanssa päädyimme kuitenkin rajaamaan kansion sisältöä ennemminkin niin sanottuihin ”What to do” -kohteisiin kuten vinkkeihin museoista, liikuntamahdollisuuksista ja kulttuurista. Myöskin alkuperäistä listausta ravintoloista karsittiin esittelemään lähinnä S- ketjun omia ravintoloita, joita kaupungista löytyykin useampia. Kansioista pyrittiin näin tekemään pelkän luettelon sijasta vinkkivihko, josta parhaimmillaan löytyisi vinkkiä niin työmatkailijalle, perheellisille kuin eläkeläisillekin. Kansion aiheet rajattiin myös selkeästi koskemaan vain Seinäjoen kaupungin alueen palveluita.

Kansio tarkoitettiin niin vastaanoton omaan, kuin myös asiakkaan itsenäiseen käyttöön, näin ollen työssä ei käsitelty varsinaisesti vastaanoton itsensä työskentelyä. Punaisena lankana kansion kokoamisessa pidin erilaisten vapaa-ajan aktiviteettien keräämistä yhteen paikkaan, josta asiakkaita olisi helpompi ja nopeampi neuvoa.

Kansiota säilytettiin Vaakunan vastaanotossa, jossa se mielestäni oli helposti saatavilla niin asiakkaille kuin työntekijöillekin. Alkuvaiheessa kansioita oli vain yksi kappale, mutta kopioiden tulostaminen ja esillepano oli kansion ulkoasun ja tyyppitakia suhteellisen vaivatonta.

2.3 Toiminnallinen opinnäytetyö

Opinnäytetyön tavoitteena AMK-tutkinnossa on, että opiskelija kehittää sekä osoittaa valmiutta soveltaa tietojaan ja taitojaan. Opinnäytetyön aiheen tulee liittyä oman alan käytännön asiantuntijatehtävään (Satakunnan ammattikorkeakoulu, 2013). Opinnäytetyö kuuluu keskeisenä ja pakollisena osana myös matkailualan ammattikorkeakoulututkintoon. Suoritustapana ovat yleensä joko toiminnallinen tai tutkimuksellinen opinnäytetyö. Itselleni luontevammalta tuntui toiminnallinen opinnäytetyö, ja onnekseni toimeksiantajani innostui myös konkreettisen tuotoksen laatimisesta joka onnistuessaan helpottaisi vastaanoton työskentelyä Original Sokos Hotel Vaakunassa. Ammattikorkeakoulutuksen tavoitteena on että valmistunut kykenee toimimaan alansa asiantuntijatehtävissä sekä tietää ja taitaa siihen liittyviä kehittämisen perusteita. Opinnäytetyön tulee olla työelämälähtöinen ja käytännönläheinen sekä tutkimuksellisella asenteella toteutettu. (Vilka & Airaksinen 2003, 10.)

Ammatillisessa kentässä toiminnallinen opinnäytetyö tavoittelee käytännötoiminnan ohjeistamista, toiminnan järjestämistä, opastamista tai järjeistämistä. Alasta riippuen se voi olla ammatilliseen käyttöön suunnattu ohje, opastus tai ohjeistus, esimerkiksi perehdyttämiskansio tai turvallisuusohjeistus. Toteutustapana voi toimia kansio, vihko, cd, portfolio, tapahtuma, näyttely tai vaikka kotisivut. Toiminnallisessa opinnäytetyössä yhdistyvät käytännön toteutus sekä sen raportointi. (Vilka & Airaksinen 2003, 9.)

3. OPINNÄYTETYÖN TOIMEKSIANTAJA

Toimiantajana tässä opinnäytetyössä toimi Original Sokos Hotel Seinäjoki ja hotellinjohtaja Merja Kivioja. Original Sokos Hotel Vaakuna Seinäjoki on toinen Seinäjoella toimivista Sokos Hotelleista, ja se sijaitsee keskeisellä paikalla Seinäjoen torilla. Hotellissa on 146 huonetta, joista kaikki ovat savuttomia. (Sokos Hotellien www-sivut, 2013.)

3.1 Sokos Hotels – Yksilöllinen monille.

Sokos Hotels on Suomen laajin ja samalla tunnetuin hotelliketju. Ketjuun kuuluu yli 50 hotellia Suomessa sekä ulkomailla Viron Tallinnassa ja Venäjän Pietarissa. Kaikkia hotelleja yhdistää keskeinen sijainti kaupunkien keskustoissa tai lähellä vapaa-ajan kohteita.

Sokos Hotellien majoituskauppaa harjoittavat alueosuuskaupat ympäri maata, esimerkkinä Etelä-Pohjanmaan Osuuskauppa Eepee sekä SOK:n (Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta) tytäryhtiö Sokotel Oy. Virossa majoitustoiminnasta vastaa A/S Sokotel ja Venäjän Pietarissa OOO Sokotel. Molemmat liiketoimintayhtiöt toimivat SOK:n alaisina. (S-ryhmän www-sivut, 2013.) S-ryhmän yhteiset arvot: asiakaslähtöisyys, vastuullisuus, uudistuminen, tuloksellisuus ja kumppanuus ohjaavat Sokos Hotellien toimintaa. (Sokos Hotellien www-sivut, 2013.)

Sokos Hotellit lanseerasivat brändi-muutoksen 15.5.2013 julkaisemalla kolme eri hotellityyppiä. Hotellityypit ovat täysin erilaisia, erilaisiin tarpeisiin räätälöityjä.

Original-hotelli ymmärtää suomalaista mielenmaisemaa ja pyrkii ottamaan asiakkaan vastaan ihmisenä, ei varausnumerona. Originalissa pyritään palvelemaan, pitämään huolta ja välittämään, sydämellisesti suomalaisena. Useimmat perinteisen Sokos Hotel brändin hotellit ovat Original-konseptin alaisia, esimerkkinä Original Sokos Hotel Vaakuna Seinäjoki sekä Original Sokos Hotel Lakeus.

Break-hotelli on kylpylän tai laskettelukeskuksen kaltaisen aktiviteetin yhteydessä. Break kutsuu niin vapaa- kuin työajallakin ja pyrkii olemaan osa rentouttavaa tai aktiivista arkea. Esimerkkinä Break-hotellista toimii hyvin Break Sokos Hotel Flamingo Vantaalla sekä Break Sokos Hotel Tahko.

Solo-hotelli on nimensä mukaisesti klassikko, tai syntynyt sellaiseksi. Solo-konsepti lanseerattiin ensimmäisenä Jyväskylän Solo Sokos Hotel Paviljongin myötä 2012. Solo pyrkii tekemään hotellikokemuksesta vielä ainutlaatuisemman paikallisilla mausteilla personoidulla palvelullaan. Hyviä esimerkkejä Solo-konseptista ovat valtakunnallisesti tunnetut Solo Sokos Hotel Tornin Helsingissä sekä Solo Sokos Hotel Tammer Tampereella. (Sokos Hotellien www-sivut, 2013.)

3.2 Kanta-asiakasohjelmat

Osuukauppojen alaisena Sokos Hotelleissa on mahdollista käyttää S-etukorttia. S-Etukortille kertyy Bonusta ja kortti itsessään on todiste henkilön kuulumisesta osuuskauppaan, ollen näin asiakasomistaja. S-Etukortilla majoittuja saa Sokos Hotelleissa 9 euron alennuksen huonehinnasta.

S-Card on työmatkustukseen tarkoitettu henkilökohtainen kanta-asiakaskortti. Kortti kerää S-etukortin tapaan Bonuksia mutta toisin kuin S-etukorttia, S-Cardia on mahdollista käyttää maksettaessa esimerkiksi yrityksen luottokortilla.

Sporttiklubi on Sokos Hotellien asiakaskerho urheilujoukkueille ja -seuroille. Klubiin voivat liittyä kotimaisen seurat ja joukkueet jotka toimintansa puitteissa kaipaavat majoitusta ja joissa on vähintään 11 jäsentä. (Sokos Hotellien www-sivut, 2013.)

4. ASIAKASPALVELU MATKAILU- JA RAVINTOLA-ALALLA

4.1 Matkailu- ja ravintola-ala

Toimialana matkailu- ja ravintola-ala on kasvava ja kansainvälinen. Näin ollen se luo työpaikkoja sekä hyvinvointia Suomeen nyt ja tulevaisuudessa. Yksityisillä palvelu-aloilla työskentelevistä reilusta miljoonasta suomalaisesta matkailutoimialan työllistävät yli 11 prosenttia. Suomessa matkailuala tarjoaa työpaikan yli 130 000 henkilölle. Majoitus- ja ravitsemisalalan työvoiman määrä vuosina 1995–2011 kasvoi 35 prosenttia samaan aikaan kun muut toimialat vähensivät työvoimaansa. Alkuvuodesta 2013 alan myynti laski odotuksia enemmän ja laskun arvioidaan jatkuvat.

Hotellien ja ravintoloiden myynti kasvoi yksityisen kulutuksen turvin. Nyt ala on ajautunut muun Suomen vanavedessä taantumaan. Hotellien majoitusmyynti laski ensimmäisellä neljänneksellä lähes 4 prosenttia. Yöpymisistä sekä ulkomaiset kuin kotimaisetkin yöpymiset vähenivät.

(Matkailu- ja ravintolapalvelut Maran www-sivut, 2013.)

4.2 Palvelutapahtuma

Palvelutapahtuma lähtee aina liikkeelle asiakkaan auttamisesta ja hänen tarpeidensa täyttämisestä. Syy asiakkaan paikalla oloon on lähes poikkeuksetta tarve; tarve ruokaan, tarve huoneeseen yöpymistä varten tai paikkaan tavata muita ihmisiä. Palvelu kruunaa tapahtuman saattamalla tuote asiakkaan käytettäväksi. (Eräsalo 2011, 12.)

Eräsalo (2011, 12) listaa joukon piirteitä, jotka pätevät lähes kaikkeen palveluun. Hänen mukaansa palvelu on pääosin aineetonta toimintaa, jota kulutetaan samanaikaisesti kuin sitä tuotetaan. Asiakas on keskeisenä tekijänä palvelutapahtumassa. Palvelun omistusoikeus on häilyvä ja palvelukokemus itsessään aika henkilökohtainen.

Jokainen kokee saamansa palvelun eri tavalla. Tähän voivat vaikuttaa sekä aikaisemmat kokemukset kuin myös odotukset palvelun suhteen. Hyvänä esimerkkinä Eräsalo (2011, 13) mainitsee palvelun nopeuden. Eräsalo käyttää esimerkkinä ravintolan lounasasiakkaita. Lounaalla asiakkaalla on vähemmän aikaa odottaa palvelua kuin esimerkiksi illalla vapaa-aikanaan. Kuitenkin palvelutapahtuman odotetaan vastaavan asiakkaan erilaisia tarpeita ja odotuksia vaihtelevissakin tilanteissa. Samaa esimerkkiä voidaan soveltaa myös vastaanoton toimintaan ja sen asiakkaisiin. Työkseen matkustavalla henkilölle niin sanotut rutiinit vastaanottoinnassa ovat jo ennestään tuttuja, ja hän arvostaa usein nopeaa toimintaa pitkien selitysten sijaan. Harvemmin matkustava taas odottaa perusteellisempaa esittelyä esimerkiksi hotellin palveluista sekä toiminnasta hotellissa. Harvemmin matkustavalla henkilölle hotellin perus toimintaperiaatteet, kuten uloskirjautuminen sekä maksutapahtuma saattavat olla vieraampia ja näin ollen he kaipaavat enemmän huomiota kuin useammin matkustava.

Asiakaspalvelu on avaintekijä asiakassuhteen jatkuvuuden suhteen ja se luo asiakastyytyväisyyden. (Korkeamäki & ym. 2000, 12.)

4.3 Asiakaspalvelu hotellin vastaanotossa

Rautiainen ja Siiskonen (2009, 122) mainitsevat hotellivirkailijan tulevan olla palvelutilanteessa kiireettömän nopea, kielitaitoinen ja ystävällinen. Vaakunassa palvelukielenä on useimmiten suomi, mutta luonnollisestikin vastaanottotyöskentely vaatii myös vähintään englanninkielentaitoa. Hotellin asiakaskunta koostuu pääsääntöisesti suomenkielisistä asiakkaista, mutta esimerkiksi Vaasan läheisyys houkuttaa ruotsinkielisiä asiakkaita.

Vuorovaikutus on tärkeä palveluun vaikuttava tekijä (Rautiainen & Siiskonen 2009, 123.) Jokaisessa vuorovaikutustilanteessa asiakkaan kanssa on otettava huomioon asiakaspalvelijan itsensä tapa palvella asiakasta. Kansainväliset laatuvaatimukset korostavat asiakaspalvelun tulevan olla huomaavaista, nopeaa, ystävällistä sekä kohteliasta.

Asiakkaalle muodostuu ensimmäinen mielikuva hotellista jo vastaanotosta. Äänenkäyttö ja esiintyminen tulisivat olla tarkkailun alaisina jokaisessa palvelutilanteessa. Vastaanottovirkailija tulee muistaa, että hän esiintyy omalla persoonallaan ja tavallaan yleisön edessä. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 123.) Zemken (2006, 65) mukaan ainakin 70 prosenttia viestinnästä kanssakäymistilanteessa tapahtuu sanattomasti. Asiakas ei useinkaan tee ehdotonta eroa asiakaspalvelijan ja tämän edustavan yrityksen välillä. Näin ollen vastaanottovirkailijan tulee kiinnittää erityistä huomiota tapansa työskennellä ja palvella (Zemke 2006, 10.)

Vastaanotossa tulee työskennellä asiakasta palvellessa asiantuntevalla ja itsevarmalla tavalla. Kultaisena sääntönä palvelutilanteessa on kuitenkin muistettava, että itsevarmuus palvelussa ja tavassa palvella asiakasta on annettava ja tuotava esille asiakkaalle ystävällisellä tavalla (Rautiainen & Siiskonen 2009, 123.)

5. VASTAANOTTO

Asiakkaan ensimmäinen kontakti hotelliin saapuessa on usein vastaanottovirkailija. Näin ollen on hyvin tärkeää, että asiakaskohtaaminen onnistuu. Jos vastaanottotoiminnassa ilmenee selviä puutteita, tämä voi aiheuttaa sen, ettei tyytymätön asiakas palaa hotelliin uudelleen, vaikka olisikin ollut hotellin toimintaan muuten tyytyväinen. Vastaanotto toimii usein myös hotellin kommunikaatiokeskuksena, josta informaatio välittyy hotellin eri osastoille. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 106.)

Vastaanotto on osa hotellin palveluympäristöä, jolla Rautiaisen ja Siiskosen mukaan tarkoitetaan hotellin toimitiloja, sisustusta, koneita, laitteita, asiakastiloja sekä muuta materiaalia, jotka näkyvät asiakkaille.

5.1.1 Vastaanottovirkailijan työtehtävät

Rautiainen ja Siiskonen (2009, 109.) jakavat vastaanottovirkailijan tehtävät kolmeen osa-alueeseen:

1. Myyntitaito ja asiakaslähtöisyys
 - aktiivinen palveluiden, lisäpalveluiden sekä oheispalveluiden myyminen
 - hotellin, sen huoneiden, kokous- ja ravintolapalveluiden sekä hintojen tunteminen
 - matkailukohteiden tunteminen paikkakunnalla
 - ohjelmapalveluiden välittäminen
 - asiakaspalautteiden vastaanottaminen ja käsitteleminen
 - muiden myynti- ja markkinointikanavien kanssa työskenteleminen

2. Hotelli- sekä tilavarausohjelmat
 - hotellijärjestelmän hallitseminen, tietotekniikan käyttäminen
 - maksu- ja peruutusehtojen tunteminen sekä käytäntöön soveltaminen
 - sähköisten varaustapojen hyödyntäminen

3. Vastaanoton työtehtävät

- työtehtävien hoitaminen sitoutuneesti ja vastuullisesti
- työympäristön järjestyksestä huolehtiminen
- puhelinvaihteen hoitaminen
- asiakasrekisterin aktiivinen käyttäminen
- asiakastyyppeiden tunteminen

Vastaanottovirkailijan työnkuvaan kuuluu luonnollisestikin saapuvien asiakkaiden sisäänkirjaus hotelliin, uusien varausten vastaanottaminen, varaustilanteen seuraaminen, lähtevien asiakkaiden uloskirjaaminen, maksujen vastaanottaminen ja puheliniikenteen hoitaminen.

Suomen Sokos Hotellien yhteinen myyntipalvelu sijaitsee Helsingissä. Myyntipalvelun kautta on mahdollista varata niin yksittäisiä huonevarauksia, kokoustilavarauksia sekä suurempia ryhmävarauksia koko maahan kuin myös Tallinnaan sekä Pietariin. (Sokos Hotellien www-sivut, 2013.)

Useissa suurempien kaupunkien Sokos Hotelleissa on myös erillinen myyntipalvelu, joka esimerkiksi suurempien ryhmä- ja pöytävarausten ohella hoitaa uusien yksittäisten huonevarausten tekemisen päivittämisen arkisin toimistotuntien aikana. Seinäjoen Sokos Hotellien oma myyntipalvelu sijoittuu fyysisesti Original Sokos Hotel Lakeuteen ja se keskittyy lähinnä suurempien ryhmävarausten tekemiseen ja erilaisiin kokouspaketteihin, kuin yksittäisiin huonevarauksiin. Näin ollen Seinäjoen Vaakunan vastaanotossa uusien, yksittäisten varausten tekeminen kuuluu työnkuvaan viikonpäivää tai kellonaikaa katsomatta, poiketen näin esimerkiksi Tampereen ja Helsingin Sokos Hotelleista.

Rutiinitehtäviensä lisäksi virkailijan tulee osata myydä ja esitellä palveluita sekä tuotteita, osata opastaa ja neuvoa lähialueen matkailu-, kuin myös muiden palveluiden käytössä. Ennen kaikkea vastaanottovirkailijan toimenkuva muodostuu aktiivisesta ja myönteisestä asenteesta asiakaspalvelutehtäviin. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 108.)

Keskeisenä työvälineenä virkailijalla on hotellijärjestelmä, joka toimii apuna vastaanoton asiakasliikenteessä. Näin työssä tulee myös tuntea tietoliikennepalveluita, kuten sähköpostin ja Internetin käyttöä. Tavallisesti virkailija hoitaa työssään samanaikaisesti useampia asioita. Aamuisin asiakkaiden lähtiessä ja illalla saapuessa asiakasliikenne on vilkasta ja vastaanoton tulee yhtäaikaisesti huolehtia useamman asiakkaan palvelusta, kuten laskuttamisesta, puhelinliikenteestä sekä saapuvista.

Seinäjoen Vaakunassa vastaanotossa työskennellään kolmessa keskeisessä vuorossa. Aamuvuorossa 06.45–15.00, iltavuorossa 15.00–21.00 sekä yövuorossa 21.00–07.00. Kiireisimpinä aikoina, kuten iltaisin ja viikonloppuaamuisin paikalla on myös niin sanottu tuplavuoro joka on töissä yleensä 15.00–19.00 tai 09.00–13.00. Vaakunan vastaanotossa on varsinainen työpiste vain kahdelle työntekijälle, joten suurempien ruuhka-aikojenkaan kanssa useamman työntekijän työskentely ei juurikaan ole mahdollista.

5.1.2 Matkilualan työntekijän ammattitaito

Matkailualalla työ on haasteellista sekä itsenäistä. Työntekijältä vaaditaan selkeän ammattitaidon ja -tiedon lisäksi myös laajaa yleissivistystä. Työntekijän on tunnettava kokonaisuudessaan koko matkailukentän laajuus ja hallittava palveluketjun osat. Alan osaaminen tarkoittaa sosiaalisia taitoja, vuorovaikutustaitoja, järjestelmällisyyttä, organisaatiokykyä, kulttuurien tuntemusta, kielitaitoa sekä kykyä hallita niin yksittäisiä työtehtäviä kuin kokonaisuuksiakin. (Brännare, Kairamo, Kulusjärvi & Matero 2005, 277.)

Ammattitaito on osaamista, johon ammatinharjoittaja keskittää tietoisesti myös osan omaa persoonaansa. Ammattiosaajan keskeisiä tunnuspiirteitä ovat usein asiakastytyväisyyden varmistaminen, kannattavuusajattelu, luotettavuus sekä sisäinen yrittäjyys.

Ammattitaito koostuu osaltaan tuotannollis-teknisistä valmiuksista, joilla Brännare ja muut (2005, 3) tarkoittavat työn itsensä tekemisen hallintaa, osaamista ja taitavuutta. Työntekijän edellytetään olevan motivoitunut sekä sitoutunut. Nykyisin motivaation ohella korostetaan kykyä antaa laadukasta palvelua eri kansallisuuksia edustaville asiakkaille. Ammatilainen kykenee itse arvioimaan toimintaansa ja suuntaamaan sitä tilanteen vaatimalla tavalla.

Rautiainen ja Siiskonen (2009, 100) esittelevät Grönroosin (1990) määritelmän hyvästä palvelusta. Palvelu jakautuu tämän mukaan kuuteen keskeiseen ominaisuuteen, joita voidaan rinnastaa myös hyvän vastaanottovirkailijan ominaisuuksiin.

1. Asenne ja käyttäytyminen
 - Virkailijalla on oikea asenne jotta asiakas tuntee itsensä huomioiduksi sekä ongelmansa tärkeiksi.
2. Ammattitaito
 - Sisältää tekniset valmiudet työhön itseensä sekä ratkaisutaitoja asiakkaan ongelmiin.
3. Lähestyttävyyden ja joustavuuden
 - Palvelua on helpompi saada, jos yrityksessä otetaan huomioon asiakkaan tarpeet.
4. Luotettavuus ja uskottavuus
 - Virkailija toimii asiakkaan etujen mukaisesti ja asiakas kykenee luottamaan vastaanoton antamiin lupauksiin.
5. Normalisointi
 - Virkailija hakee uusia ratkaisuja, jos palvelussa on ollut ongelmia tai jotain on tehty väärin.
6. Maine
 - Asiakkaat uskovat palveluntarjoajan arvoihin ja kokevat saavansa rahoilleen vastiketta.

6. MATKAILUKANSION LAATIMINEN

Alunperin suunnitelma oli luoda yhtenäinen listaus erillisistä mahdollisuuksista viettää vapaa-aikaa Seinäjoella. Rajausta kuitenkin muuttui matkan varrella. Alkuperäisen idean listaus erilaisista Seinäjoen kaupungin palveluista tiukentui koskemaan erityisesti Etelä-Pohjanmaan Osuuskaupan ja sen yhteistyökumppaneiden tarjoamia palveluita ja kohdeyleisöksi määritettiin erityisesti vapaa-ajan matkustajat.

6.1 Tiedon kerääminen kansiota varten

Kun aloitin laatimaan kansiota, keräsin paljon tietoa aluksi enimmäkseen kollegoitani ja kokosin sekalaisia muistilappuja pitkin poikin työpaikkaani. Työn konkretisoituessa aloitin informaation tutkimisen ja keräämisen myös kirjoitetuista ja julkisista lähteistä, kuten Etelä-Pohjanmaan Osuuskaupan itsensä kuin myös Osuuskaupan ravintoloiden yhteisiltä www-sivustoilta. Vapaa-ajan aktiviteettien yhteen kokoamisessa hyödyllisiksi osoittautuivat Etelä-Pohjanmaan Matkailun sivustot ja erilaiset materiaalit joita oli ja on esillä hotellimme vastaanotossa myös yleisesti asiakkaille. Halusin myös koota kansioon pienen infopakettin itse Seinäjoen kaupungista ja tietoa tähän löytyi kätevästi kaupungin Internet-sivuilta.

6.2 Toimeksiantajan ohjeistus

Kuten aiemmin jo aiemmissa luvuissa mainitsin, toimeksiantajaani opinnäytetyön laatimisen aikana edusti pitkälti Seinäjoen Sokos Hotellien hotellipäällikkö Merja Kivioja. Kiviojan ollessa kiireinen hänen sijaisenaan toimi Original Sokos Hotel Vaakunan vastaanottopäällikkö ja lähin esimieheni Merja Rantala.

2.5.2013 tapasin hotellipäällikkö Merja Kiviojan kansion laatimisen saralta. Aikaisemman niin sanotun luettelomallin lisäksi keskustelimme mahdollisuudesta luoda ennemminkin aktiviteettivinkkivihko. Päädyimme myös rajaamaan esimerkiksi ra-

vintolapalveluiden esittelyn vain Etelä-Pohjanmaan Osuuskaupan omiin ravintoloihin ja baareihin.

21.5.2013 keskityimme enemmän kansion ulkoasun suunnitteluun. Ketjun brändimuutoksen jälkeen ulkoasun suunnittelu oli melko vaivatonta, sillä hotellin muutkin esitteet kokivat muodonmuutosta uusiin ohjeisiin. Ketjun sisäinen ohjeistus määritteli kansion ulkoasussa esimerkiksi fontin, värimaailman sekä joidenkin kuvien asettelua.

Kesäkuun 3. tapasin hotellipäällikön sijaan Vaakunan vastaanottopäällikkö Merja Rantalan, jonka kanssa käsitelimme kansion lopullista ulkomuotoa sekä kuvia joita olisi mahdollista käyttää. Rantala toimii lähimpänä esimiehenäni ja hän oli hyvin innostunut kansioista ja sen laatimisesta. Rantalan kanssa keskustelimme myös tapahtumakalenterin laatimisesta kansion loppuun, ja päädyimme rajaamaan kalenterin toistaiseksi vain ajalle kesäkuu – elokuu 2013. Tässä vaiheessa kansio itsessään oli jo kuvia ja viimeisiä silauksia vaille valmis.

6.3 Kansion ulkoasu ja typografia

Typografia on se osa painotuotteen muodostelua, joka luodaan typografista aineistoa tai välineistöä käyttämällä. Siihen liittyy kirjainten valinta, vierusten määrittely ja ladelman muotoilu. Myös kuvituksen ja paperien värin valinta ovat kiinteä osa typografista suunnittelua. Typografian tarkoituksena on saada aikaan kaunista ja helppolukuista tuotosta ja lyhyesti ilmaistuna sillä tarkoitetaan graafista ulkoasua. Onnistunut typografia tekee lukemisesta ja tuotokseen tutustumisesta miellyttävää ja helppoa. (Loiri 2004, 9.)

Typografinen suunnittelu alkaa tutustumisella itse tekstin sisältöön ja tarkoitukseen. Valintoja tehdessään typografian suunnittelijan tulee tuntee luonnollisestikin tekstin sisältö. Kun valmiiksi kirjoitettu tekstimassa muokkautuu palstoiksi ja jakautuu otsikoiksi valitaan samalla tekstityypit ja fonttien koot. Matkailukansioni ulkoasua suunnitellessa käytin apuna ja mallina jo olemassa olevia Sokos Hotellien tulosteita, kansioita ja mainoksia. Suuntaa antoi myös Original by Sokos Hotelsin graafisen ulkoasun ohjeistus. Ketjutetun yrityksen materiaalien ulkoasut ovat luonnollisestikin

määritetty valmiiksi fonttia ja värimaailmaa myöten ammattilaisten ja ketjun itsensä laatimissa ohjeistuksissa. Koska kansioni kuitenkin tuli käyttöön vain Seinäjoen Vaakunassa, en ollut velvoitettu noudattamaan ohjeistusta orjallisesti. Päädyin käyttämään ketjun ohjeistuksen värimaailman kolmesta väristä kahta enemmän käytettyä eli mustaa ja punaista. Fonttina toimi Calibri ja fonttikokona käytettiin kokoa 12. Kuvituksena käytin hotellin omaa logoa (Liite 2), Osuuskaupan ravintoloiden logoja sekä kuvia ravintoloista itsestään (Liite 4) ja myös Seinäjoen kaupungin muutamasta nähtävyydestä (Liite 3). Kansio tulostettiin tavalliselle a4-kokoiselle tulostuspaperille ja laitettiin esille kierrekansioon (Liite 1). Kansio on väriltään vaalean läpinäkyvä.

Valitsin kansioon sellaisia kuvia, joiden koin olevan keskeisiä kansion käsittelemille asioille. Luonnollisestikin edellä mainitut erilaiset logot kuuluivat asiaan. Liitteessä 3 esitellyt kuvat Vaakunan kahdesta ruokaravintolasta valitsin ravintoloiden keskeisyyden takia. Kuvat kaupungin muutamasta nähtävyydestä valitsin niiden värien ja laajuuden takia. Myöskin Alvar Aallon suunnittelema Aalto-keskus on yksi kaupungin suosituimmista vierailukohteista (Liite 3, kuva 2).

6.4 Kansion kuvat ja tekijänoikeus

Kansiota laatiessani oli alusta asti selvää että halusin sen sisältävän myös kuvia. Ongelmia kuitenkin tuotti muun muassa tekijänoikeus, joten alkuperäinen suunnitelma oli ottaa kuvat itse. Kuitenkin itse otettujen kuvien huonon laadun takia päädyin käyttämään valmiita kuvia

Seinäjoen Sokos Hotellien myyntipalvelulla on käytössään laaja kuvakirjasto molemmista hotelleista, Osuuskaupan ravintoloista sekä esimerkiksi molempien hotellien logoista. Sain Merja Kiviojalta ja Merja Rantalalta suhteellisen vapaat kädet myyntipalvelun kuvakirjaston käyttöön ja näin kansio sai kaipaavaansa kuvitusta.

Toivoin kuitenkin kansioon myös kuvia itse Seinäjoesta ja olin yhteydessä Seinäjoen kaupungin kuvapankkiin. Sain tunnukset Mediapankkiin ja tätä kautta pääsin hyödyntämään muutamaa kuvaa ja lisäämään ne kansioon.

Seinäjoen kaupungin kuvapankki tarjoaa mahdollisuuden käyttää kuvapankissa saatavilla olevia kuvia Seinäjoen markkinoinnissa, mainonnassa, tiedottamisessa ja ilmoituksissa. (Seinäjoen kaupungin [www-sivut](http://www.sivut), 2013.)

6.5 Valmis kansio ja sen vastaanotto

Kansio oli valmis ja asetettu esille maanantaina kesäkuun 10. päivä, juuri ajoissa Provinssirockia varten. Esimieheni oli tyytyväinen kansion ulkoasuun ja kansio asetettiin vastaanottotiskille valmiina käyttöön.

Varsinaisesti ensimmäisen viikon aikana kansiolle ei ollut käyttöä, sillä Provinssirockin aikana hotellin täyttivät festivaalin esiintyjät, joilla ei suuremminkaan ollut aikaa tutustua erilaisiin vapaa-ajanvietto mahdollisuuksiin.

Heinäkuun aikana Seinäjoen kaupungin valtasi kaksi suurempaa tapahtumaa, FARMARI-messut 3.-6.7.2013 sekä Seinäjoen Tangomarkkinat 10.-13.7.2013. Farmari-messujen aikaan Vaakunan asukkaista suurin osa oli messujen esittelijöitä, esiintyjä ja näytteillepanijoita jotka viettivät päivät messualueella.

Tangomarkkinat ovat ehdottomasti vuoden suurin tapahtuma, joka täyttää koko kaupungin niin pitemmän matkan turisteilla kuin myös paikallisemmilla juhlijoilla. Juhlakansa keskittyi keskustan palveluihin ja varsinkin itse Tangokatuun ja sen alueeseen, osa kuitenkin eksyi myös kauemmas. Itse käytin kansiota heinäkuun aikana useaan otteeseen, kun asiakas tahtoi tutustua kaupungin palveluihin ja vapaa-ajan viettomahdollisuuksiin, mutta itselläni ei ollut kovinkaan paljon aikaa esitellä vaihtoehtoja. Näinä kertoina useat asiakkaat kokivat kansion käteväksi ja sopivan kattavana. Osa kuitenkin arvosti henkilökohtaista palvelua ja neuvontaa yli kansion itsenäisen selailun.

Heinäkuun lopulla jäin itse viettämään muutamaksi viikoksi kesälomaa. Palattuani lomalta suurin lomalaisten ryntäys oli jo laantunut, mutta erityisesti viikonloppuisin hotelliin saapui vielä lapsiperheitä jotka kaipasivat ideoita ajanviettoon. Perheet, jotka selasivat kansiota kokivat erityisesti ulkoasun miellyttäväksi ja varsinkin lapset pitivät siitä että saivat tutkia vaihtoehtoja konkreettisesti sivuja selailun.

Kesän aikana työskentelin itse enemmän hotellin ravintoloissa joten henkilökohtainen kansion hyödyntäminen ja käyttö jäi hyvin vähäiseksi. Luotin kuitenkin tiedonkulkuun ja uskoin kollegoideni yrittävän käyttää kansiota tai edes tutustuvan siihen. Kuitenkin noin kuukauden kuluttua kansion esillepanosta satuin mainitsemaan asiaa työkaverilleni ja hän ei ollut edes huomannut kansiota. Ymmärsin että ansiosta informoiminen ja sen esittely kollegoilleni oli jäänyt esimieheni puolesta hyvin vähäiseksi. Uskoakseni syy vähäiseen ansiosta informointiin oli lähinnä huolimattomuus. Epäilen että esimieheni ei tehnyt tahallisesti hallaa ansiosta menestykselle, vaan hän ei yksinkertaisesti omassa työssään sitä tullut tarvitsemaan, ja näin ollen ei kansiota osannut myöskään suositella alaisilleen. Myöskin monelle vanhemmalle ja paikalliselle työntekijälle ansiosta sisältämä informaatio oli niin sanotusti itsestään selvää ja jo ennestään hallussa, joten he kokivat ansiosta työvälineenä itselleen tarpeettomana.

Vaakunan vastaanottoon tuli kesäksi uusi työharjoittelija, joka tutki kansiota sen valmistuttua jonkin verran. Hän piti kansiota käteväenä, mutta ei sitä kovinkaan paljon ehtinyt hyödyntämään varsinaisen työn opetteluun ohessa.

6.6 Kehitysehdotukset

Sain ansiosta esilläoloajan aikana muutamia kehitysehdotuksia niin kollegoiltani kuin myös ansiosta käyttäneiltä asiakkailta. Päälimmäisenä ehdotukset koskivat lähes poikkeuksetta liikuntamahdollisuuksien esittelyn laajentamista. Mukaan toivottiin esimerkiksi urheiluseurojen toimintaa, ohjattua liikuntaa sekä kuntosalien mainostamista. Tämän tyyppinen mainostaminen on kuitenkin käytännössä katsoen mahdollista ansiosta, jonka perimmäinen tehtävä luonnollisestikin oli ohjata asiakkaita Seinäjoen kaupungin ja Osuuskaupan omien palveluiden luo.

Itse kehittäisin ansiosta sen laajuutta. Ihanteellisessa tapauksessa loisin erilliset ansiot eri asioille, esimerkiksi ansiosta joka keskittyisi täysin liikuntamahdollisuuksiin ja ansiosta joka keskittyisi täysin puolestaan Seinäjoen kaupungin ravintolatar-

jontaan. Jos kansioita olisi useampi, niistä olisi mahdollisuus laatia huomattavasti laajempia ja kattavampia.

Jos kansio pidetään vastaanotossa jatkossakin, sitä tulee luonnollisestikin päivittää. Päällimmäisenä päivityksen tarvitsee kansion perään laadittu tapahtumakalenteri, joka alkuun kattoi vain kesän 2013. Kansion päivittäminen on suhteellisen helppoa, sillä se on tulostettu erillisille A4 kokoisille paperiarkeille ja uuden arkin laatiminen ja tulostaminen on suhteellisen helppoa ja kätevää.

Mahdollisia päivityksiä varten kansion alkuperäisen Word-dokumentin voisi tallentaa vastaanoton tietopäätteille josta uuden päivitetyn version tulostaminen ja esillepano olisi helppoa.

Jotta päivitykset olisivat mahdollisia ja ajankohtaisia, tulisi sitä varten nimittää henkilö. Tämän seikan takia en itse usko kansion olevan käytössä ainakaan enää kuluvan vuoden aikana sillä syksyisin ja talvisin kaupungin palvelut ovat hyvin erilaiset kuin keväällä ja kesällä. Myöskin asiakaskunta vaihtelee vuodenaikojen aikana huomattavasti. Todennäköisimpänä vaihtoehtona pidä kansion niin sanottua talvilomaa ja sitä, että se saattaa palata päivitettyinä versiona taas ensi kesän turistikaudeksi omalla tavallaan helpottamaan Vaakunan vastaanoton työskentelyä. Ja jos kansio todellakin otetaan uudelleen käyttöön, uudella yrityskerralla suosittelisin keskittämään huomiota ensinnäkin kansion käyttämisen ohjeistamiseen ja kansioon tutustumiseen.

Jos kansiota joskus lähdetään laajentamaan esimerkiksi ketjun tasolle, sen ulkoasu tulee myös päivittää vastaamaan täydellisesti ketjun graafista ohjeistusta.

7. POHDINTA

Työn tekemisessä hankalinta oli informaation löytäminen erityisesti kansion itsensä laatimiseen sekä sellaisten lähteiden löytämiseen Sokos Hotelleista, joita sai käyttää. Myös tekijänoikeudet ja kansion kuvitus tuottivat työtä.

Yleisesti koen projektin olleen melko menestynyt, työtä oli helppo tehdä ja aikataulua ei jouduttu juurikaan löysentämään. Alkuperäisessä ideassa pysyttiin hyvin ja kansio kattaa lähes kaiken sen mitä oli suunniteltukin. Kansion esillepano kuitenkin oli sen suosion kannalta melko huono valinta. Jos kansio olisi laitettu esimerkiksi esille hotellin aulan hyllylle vastaanottotiskin sijaan sen suosio olisi saattanut olla suurempi ja tarkoitus näin isompi.

Työn tavoitteena oli luoda apuväline helpottamaan asiakaspalvelutilannetta niin asiakkaan kuin hotellin vastaanottovirkailijan kanssa ja teoriassa koen tavoitteet täyttyiksi. Kansio auttaa oikein käytettynä myös uutta työntekijää tutustumaan Seinäjoen palveluihin. Jos tekisin jotain toisin, hoitaisin kansion markkinoinnin kollegoilleni itse. Luotin liikaa lähimpään esimieheeni enkä ottanut huomioon sitä, että hänen muutenkin kiireellisten työtehtäviensä ohella kansio varmastikin unohtui.

LÄHTEET

Brännare R., Kairamo, H., Kulusjärvi, T. & Matero, S. 2005. Majoitus- ja matkailupalvelu. Werner Söderström Osakeyhtiö

Eräsalo, U. 2011. Palvelu ammattina. Vantaa: Restamark.

Kivioja, M. 2013. Hotellipäällikkö, Original Sokos Hotel Vaakuna Seinäjoki. Seinäjoki. Henkilökohtainen tiedonanto 2.5.2013.

Korkeamäki, A., Pulkkinen, I. & Selinheimo, R. 2000. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Helsinki: WSOY.

Loiri, P. 20014. Typo. Pieni käytösopas typografian laatijalle. Tampere: Tammer-Paino Oy.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRan www-sivut. 2013. Viitattu 19.8.2013. www.mara.fi

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2009. Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. Helsinki: Restamark.

Seinäjoen kaupungin www-sivut. 2013. Viitattu 5.9.2013. www.seinajoki.fi

Sokos Hotellien www-sivut. 2012 & 2013. Viitattu 13.5.2013, 13.6.2013 & 20.8.2013. www.sokshotels.fi

S-ryhmän www-sivut. 2013. Viitattu 8.8.2013. www.s-kanava.fi

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

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

LITE 1



LIITE 2



VAAKUNA
ORIGINAL BY SOKOS HOTELS

LIITE 3



