

Maria Heini

KULTTUURIENVÄLINEN ASIAKASKOHTAAMINEN  
HOTELLISSA

Matkailun koulutusohjelma  
2014

## KULTTUURIENVÄLINEN ASIAKASKOHTAAMINEN HOTELLISSA

Heini, Maria  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Matkailun koulutusohjelma  
Kesäkuu 2014  
Ohjaaja: Salo, Vappu  
Sivumäärä: 44  
Liitteitä: 1

Asiasanat: kulttuuri, asiakaskohtaaminen, vuorovaikutus

---

Tämän opinnäytetyön aiheena oli kulttuurienvälinen asiakaskohtaaminen hotellissa. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää mahdollisimman tarkasti kulttuurienvälistä asiakaskohtaamista hotellivirkailijoiden näkökulmasta. Millaisia kulttuurienväliset asiakaskohtaamiset olivat, ja erosiko palvelu suomalaisiin nähden.

Työn teoriaosuudessa käsiteltiin hotellin toimintaympäristöä, kulttuurien kohtaamista, sekä asiakaskohtaamista monikulttuurisessa ympäristössä. Tutkimusmenetelmäksi tähän tutkimukseen valikoitui kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimusmenetelmä. Aineistonkeruumenetelmänä toimi teemahaastattelu. Haastattelun teemoina olivat vastaanoton tyypillisimmät kulttuurienväliset asiakaskohtaamiset, vuorovaikutus asiakaskohtaamisissa, ja kulttuurienvälisessä asiakaskohtaamisessa tarvittavat tiedot ja taidot. Tutkimusaineistoa kerättiin haastattelemalla Rauman ja Porin seudun eri hotellien hotellivirkailijoita. Haastatteluista saadut vastaukset analysoitiin, ja niistä saatiin vastaukset tutkimustehtävään.

Tutkimustulosten perusteella selvitettiin millaisia kulttuurienväliset asiakaskohtaamiset ovat. Tulosten perusteella voitiin sanoa, että nämä kohtaamiset olivat hyvin samanlaisia kuin suomalaiset asiakaskohtaamiset. Eroa palvelussa oli kommunikointikielessä ja tavoissa mitä eri kulttuureissa on. Tutkimustuloksista ilmeni myös miten hotellivirkailijat toimivat, kun asiakkaan kanssa ei löydy yhteistä kieltä. Tutkimuksessa selvitettiin mitä erikoistoiveita ulkomaalaisilla asiakkailta on niin palvelun kuin yöpymisen suhteen. Tutkimustuloksista nousi myös esille erilaisia ongelmatilanteita, joita hotellivirkailijat kohtasivat ulkomaalaisten asiakkaiden kanssa.

## INTERCULTURAL CUSTOMER ENCOUNTER IN THE CONTEXT OF HOTEL

Heini, Maria  
Satakunta University of Applied Sciences  
Degree Programme in tourism  
June 2014  
Supervisor: Salo, Vappu  
Number of pages: 44  
Appendices: 1

Keywords: culture, customer encounter, interaction

---

The subject of this thesis was intercultural customer encounter in the context of hotel. The purpose of the research was to extensively clarify intercultural customer encounter in receptionist perspective. How would the receptionists define the intercultural customer encounters and if it differed from servicing Finnish customers.

The theoretical part consisted the context of hotel, cultural encounters and customer encounter in multicultural environment. The method of the research was qualitative and the data was collected through theme interviews. The themes of the interviews were the most typical intercultural customer encounter situations in a reception, interaction in the customer encounters and the knowledge and skills needed in intercultural customer encounter. The data was collected by interviewing the receptionists in different hotels in the area of Rauma and Pori. The data was analysed to get the results shown in this thesis.

The intercultural customer encounters were defined based on the findings of the research and the results revealed that the intercultural encounters are quite similar to Finnish ones. The differences occurred in the language of the communication and in the cultural habits. It was also revealed, how the receptionists act when they don't have a common language with the client. The research showed which special needs the foreigner customers have according to the product and the service. The results also presented different problematic situations that the receptionists faced with the foreign customers.

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TUTKIMUKSEN TAVOITE, TARKOITUS JA TUTKIMUSTEHTÄVÄ.....	8
2.1	Tutkimuksen tavoite ja tarkoitus.....	8
2.2	Tutkimustehtävät.....	8
3	HOTELLIN TYÖYMPÄRISTÖ.....	9
3.1	Hotellin vastaanotto.....	10
3.2	Hotellivirkailijan työ.....	10
4	KULTTUURIEN KOHTAAMINEN.....	13
4.1	Kulttuurierot.....	13
4.2	Eri kulttuurien tavat.....	14
4.2.1	Suomalainen tapakulttuuri.....	14
4.2.2	Venäläinen tapakulttuuri.....	15
4.2.3	Britannialainen tapakulttuuri.....	16
4.2.4	Ranskalainen tapakulttuuri.....	17
4.2.5	Aasialainen tapakulttuuri.....	18
5	ASIAKASKOHTAAMINEN MONIKULTTURISESSA YMPÄRISTÖSSÄ.....	20
5.1	Sanaton viestintä.....	22
5.2	Small talk.....	23
5.3	Asiakaskohtaaminen prosessina hotellissa.....	24
5.3.1	Asiakkaan saapuminen hotelliin.....	24
5.3.2	Asiakkaan oleskelu hotellissa.....	25
5.3.3	Asiakkaan lähteminen hotellista.....	25
5.4	Kulttuurienvälinen asiakaskohtaaminen.....	26
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	28
6.1	Laadullinen tutkimus.....	28
6.2	Haastattelu.....	28
6.3	Aineiston hankinta.....	30
6.4	Aineiston analysointi.....	30
7	TUTKIMUSTULOKSET.....	32
7.1	Vastaanoton tyypillisemmät kulttuurienväliset asiakaskohtaamiset.....	32
7.2	Vuorovaikutus asiakaskohtaamisessa.....	32
7.2.1	Ulkomaalaisen asiakkaan palveleminen, ja palvelun erot suomalaisiin verrattuna.....	33
7.2.2	Kielimuuri ja asian ymmärtäminen.....	33
7.2.3	Sanaton viestintä.....	34
7.3	Kulttuurienvälisessä asiakaskohtaamisessa tarvittavat tiedot ja taidot.....	35

7.4 Ongelmatilanteet ja epäonnistuneet asiakaskohtaukset .....	35
8 TULOSTEN YHTEENVETO.....	37
9 LUOTETTAVUUSTARKASTELU .....	39
10 POHDINTA.....	41
LÄHTEET.....	43
LIITTEET	
LIITE 1 Haastattelun kysymykset	

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on tarkastella kulttuurienvälistä asiakaskohtaamista hotellissa. Tavoitteena on saada tietoa millaisia kulttuurienväliset asiakaskohtaamiset ovat, ja eroako palvelu suomalaisiin nähden. Tutkimusaineistoa saadaan haastatella hotellien vastaanottovirkailijoita.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta, ja aineistokeruumenetelmänä käytettiin teemahaastattelua. Haastattelukysymykset oli jaettu kolmeen eri teemaan, jotka olivat vastaanoton tyypillisemmät kulttuurienväliset asiakaskohtaamiset, vuorovaikutus asiakaskohtaamisessa sekä kulttuurienvälisessä asiakaskohtaamisessa tarvittavat tiedot ja taidot. Haastatteluita tehtiin yhteensä viisi kappaletta.

Teoriaosuudessa käsitellään ensin hotellin toimintaympäristöä, hotellivirkailijoiden työskentelyä vastaanotossa, ja millaista hotellivirkailijan työ on. Tämän jälkeen käsitellään kulttuurien kohtaamista, kulttuurieroja, ja eri kulttuurien tapoja. Teoriaosuudessa käsitellään myös asiakaskohtaamista monikulttuurisessa ympäristössä, sanontaa viestintää sekä asiakaskohtaamisprosessia hotellissa. Teoriaosuuden lopussa tarkastellaan tutkimusmenetelmän ja aineistonkeruun määritelmiä. Työn lopussa tarkastellaan tutkimuksen tuloksia.

Tulosten luotettavuuteen vaikuttaa se kuinka hyvin tutkimus on suunniteltu ja miten sen toteuttamiseen on valmistauduttu. Luotettavuuteen vaikuttaa myös tutkimusympäristö eli missä tutkimustuloksia kerätään ja onko paikalla henkilöitä, jotka voivat vaikuttaa tutkittavan vastauksiin.

Tämä opinnäytetyö on osa Sanna-Mari Renforsin ja Vappu Salon hanketta Potkua palveluosaamiseen. Hankkeessa keskitytään henkilökunnan toimintaan pohjautuvien asiakaskokemusten ymmärtämiseen, jota asiakas saa olleessaan vuorovaikutuksessa henkilökunnan kanssa. Hankkeen tavoitteena on lisätä ymmärrystä onnistuneen asiakaskohtaamisen avaintekijöistä, joihin panostamalla voidaan parantaa palveluosa-

mista ja tehostaa toiminnan tuottavuutta palvelutoimialoilla. (V. Salo henkilökohtainen tiedonanto 17.4.2014.)

Asiakaskohtaamisen laatua tarkastellaan monissa erilaisissa toimintaympäristöissä ja monista näkökulmista. Hankkeessa keskitytään pääasiassa asiakkaan näkökulmaan, mutta otetaan huomioon myös johdon ja työntekijöiden ajatukset onnistuneesta asiakaskohtaamisesta. Asiakaskohtaamista tarkastellaan kasvokkaisena, puhelimessa tai sähköisissä kanavissa tapahtuvana kohtaamisena. (V. Salo henkilökohtainen tiedonanto 17.4.2014.)

## 2 TUTKIMUKSEN TAVOITE, TARKOITUS JA TUTKIMUSTEHTÄVÄ

### 2.1 Tutkimuksen tavoite ja tarkoitus

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tarkastella kulttuurienvälistä asiakaskohtaamista hotellissa. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää mahdollisimman tarkasti kulttuurienvälistä asiakaspalvelua hotellivirkailijoiden näkökulmasta. Opinnäytetyössä tutkimusmenetelmänä käytetään kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Tutkimus pyrkii selvittämään hotellivirkailijan ja ulkomaalaisen asiakkaan kohtaamista. Tutkimusaineistoa kerätään haastattelemalla hotellien vastaanottovirkailijoita, ja näiden vastausten perusteella analysoidaan tuloksia. Kulttuurilla tässä työssä tarkoitetaan kulttuurien kohtaamista eli kun suomalainen ja ulkomaalainen kohtaavat, ja mitä kulttuurien eroja näissä kohtaamisissa ilmenee.

### 2.2 Tutkimustehtävät

Tämän opinnäytetyön tutkimustehtävinä on selvittää miten ulkomaalaisia asiakkaita palvellaan, ja eroako palvelu suomalaisiin nähden. Lisäksi selvitetään, minkälaisia asiakkaita ulkomaalaiset ovat.

Vastauksia näihin kysymyksiin saadaan haastattelemalla hotellivirkailijoita eri hotelleista. Haastattelut toteutetaan teemahaastatteluna henkilökohtaisesti haastateltavan kanssa. Näin tavoitellaan mahdollisimman tarkkoja vastauksia ja vastauksia pystyy täydentämään haastattelijan lisäkysymyksillä tai ottamalla myöhemmin yhteyttä haastateltavaan.



### 3 HOTELLIN TYÖYMPÄRISTÖ

Hotelli on majoitusyrityksistä korkeatasoisin, ja sen taso luokitellaan palvelun laadun ja määrän mukaan. Mitä enemmän hotellissa on palveluja, ja kuinka laadukasta palvelu on, sitä parempi hotelli on luokitukseltaan. (Hemmi & Lahdenkauppi 2002, 170.) Hotelli täyttää asiakkaan kaikenlaiset odotukset. Hotellin yhteydessä yleensä toimii ravintola sekä muita palveluita. Yleensä näitä muita palveluita voivat olla esimerkiksi kokoustilat, sauna- ja kuntosalipalvelut. (Brännare, Kairamo, Kulusjärvi 2005, 11.)

Hotellin toimintaympäristö voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen ympäristöön. Sisäinen ympäristö muodostuu hotellin työntekijöistä ja heidän ammattitaidostaan. Yksi tärkeimmistä sisäisen toimintaympäristön ominaisuuksista on palveluvarmuus. Palveluvarmuus koostuu työntekijän pätevyydestä, kohteliaisuudesta, uskottavuudesta sekä turvallisuudesta. Pätevyys tarkoittaa teknistä osaamista, johon liittyy työntekijän ammattitaito eli miten työntekijä suoriutuu päivittäisistä töistä. Kohteliaisuuteen liittyy työntekijän ulkoinen olemus, miltä työntekijä näyttää, ja miten hän käyttäytyy. Uskottavuuteen liittyy yrityksen imago eli millaisen kuvan asiakkaat ovat muodostaneet yrityksestä. Turvallisuutta on se, että asiakas tuntee olonsa turvalliseksi asuessaan hotellissa. Turvallisuuteen vaikuttaa hotellin työntekijät sekä toimintaohjeet hätä- ja onnettomuustilanteita varten. (Rautiainen & Siiskonen 2008, 103.)

Hotellin ulkoiseen ympäristöön liittyy kaikki fyysiset tilat. Näitä tiloja ovat muun muassa aula, vastaanotto, kokous- ja kongressitilat sekä ravintola. Hotellin vastaanotto on tärkein tila hotellissa. Kun asiakas saapuu hotelliin, hän näkee ensimmäisenä aulan ja vastaanoton. Näistä asiakas saa ensivaikutelman hotellista. Fyysisen toimintaympäristön ensivaikutelmaan ja palvelun onnistumiseen vaikuttaa tilojen sisustus, viihtyvyys ja tietenkin siisteys. (Rautiainen & Siiskonen 2008, 104.)

Matkailun edistämiskeskuksen tekemän tilaston mukaan eniten hotellissa yöpyneitä ulkomaalaisia olivat venäläiset, britannialaiset, saksalaiset, ranskalaiset, ruotsalaiset ja japanilaiset. Tilasto on joulukuulta 2013. Vertailun vuoksi myös joulukuussa 2012 eniten yöpyjiä hotelleihin tuli samoista maista. (Matkailun edistämiskeskus 2013.)

### 3.1 Hotellin vastaanotto

Vastaanotto on hotellin keskipiste. Jokainen asiakas asioi hotellin vastaanotossa saapuessaan hotelliin, yöpyessään hotellissa ja lähtiessään hotellista. Vastaanotto sijaitsee yleensä aina sisäänkäynnin ja aulan yhteydessä. Hotellin vastaanoton asiakaspalvelutila muodostuu vastaanottotiskeistä. Tiskin takaosan pitää olla avoin, jotta virkailijat pystyvät työskentelemään helposti myös ruuhka-aikoina. (Rautiainen & Siiskonen 2008, 104-105.) Vastaanotosta löytyy useita eri toimintoja, kuten itse vastaanotto, kassatoiminnot, neuvonta ja puhelinvaihte. Vastaanotto on hotellin kommunikointikeskus, josta välitetään tietoja hotellin eri osastoille. (Rautiainen & Siiskonen 2008, 140.)

Hotellin vastaanotto toimii hotelliasukkaille info-pisteenä. Hotelliasukkaat ovat yleensä ulkopaikkakuntalaisia, ja välttämättä hotellin ympäristö ei ole heille tuttua aluetta. Tämän vuoksi hotellin vastaanotossa pitää olla palveluoppaita, tapahtumakalentereita, yleisesitteitä ja kaupungin karttoja hotellivieraiden saatavilla. (Alakoski, Hörkkö, Lappalainen 2006, 118.)

Vastaanotossa työskentelee yleensä esimiestehtävissä hotellipäällikkö, joka vastaa hotellin tuottavuudesta, kannattavuudesta, markkinoinnista, myynnistä ja työvuoroista. Hotellipäälliköllä voi olla vastuu myös hotellin henkilökunnasta. Esimerkiksi työntekijöiden rekrytointi, työnjohto, tiedon välittäminen työntekijöille, ja työntekijöiden koulutusmahdollisuuksien luominen voivat olla hotellipäällikön työtehtäviä. (Rautiainen & Siiskonen 2008, 141.) Hotellipäällikön lisäksi hotellin vastaanotossa työskentelee hotellivirkailijoita, joista on kerrottu enemmän seuraavassa luvussa.

### 3.2 Hotellivirkailijan työ

Hotellivirkailijat työskentelevät ympäri vuorokauden hotellin vastaanotossa, ja tekevät pääsääntöisesti kolmivuorotyötä. Virkailija vastaa työpäivän aikana monesta eri osaamisalueesta. Keskeisin työnkuva on kuitenkin varausten vastaanottaminen ja hoitaminen, asiakkaan kohtaaminen ja sisäänkirjautuminen, asiakaspalvelu, uloskirjautuminen sekä asiakkaan laskuttaminen. (Rautiainen & Siiskonen 2008 142.)

Hotellivirkailijat käyttävät työvälineinään erilaisia järjestelmiä. Järjestelmät auttavat virkailijaa vastaanoton asiakasliikenteessä. Työskentely hotellin vastaanotossa vaatii virkailijalta tietotekniikan ja viestintälaitteiden hallintaa sekä tietoliikennepalveluiden tuntemusta. Näitä voivat olla muun muassa internetin tarjoamat palvelut sekä sähköposti. (Rautiainen & Siiskonen 2008, 142-143.)

Hotellivirkailija pitää olla kiinnostunut paikkakunnan matkailutarjonnasta, jotta hän osaa suositella asiakkaille erilaisia alueen palveluita. Virkailijan on seurattava aktiivisesti matkailutuotteiden sekä huvi- että kulttuuritarjontaa. Hotellivirkailija ei saa väheksyä paikkakunnan palvelutarjontaa, vaikka se tuntusi virkailijan mielestä tavalliselta ja siltä, että paikkakunnalla ei ole mitään palvelutarjontaa. Varsinkin ulkomaalaisille tavallisen tuntuiset asiat voivat olla elämyksiä. (Alakoski ym. 2006, 118.)

Kielitaito on tärkeää hotellivirkailijalle, koska ulkomaalaiset asiakkaat odottavat henkilökohtaista ja huomaavaista palvelua. Tämä edellyttää hotellivirkailijalta hyvää ja monipuolista kielitaitoa. (Hemmi & Lahdenkauppi 2002, 37.) Virkailijan olisi hyvä osata suomen ja englannin kielen lisäksi esimerkiksi espanjaa, ranskaa tai saksaa (Matkailu- ja ravitsemisalan osaamistarveraportti 2012, 22). Kielitaidon lisäksi hotellivirkailijan pitäisi tuntea eri kulttuureja ja uskontoja, jotta hän osaisi hallita asiakas-kohtauksia, ja suhtautua asiakkaisiin heidän vaatimalla tavalla (Hemmi & Lahdenkauppi 2002, 185).

Hotellivirkailijan työ on myös henkilökohtaista myyntityötä, jota tehdään asiakkaan oleskelun aikana tai asiakkaan uloskirjautumistilanteessa. Esimerkiksi hän voi myydä asiakkaille ravintolapalveluita tai, kun asiakas on lähdössä, hän voi ottaa puheeksi mahdollisen tulevan huonevarauksen. Virkailijan tulee tuntea hotellin palvelut ja osata neuvoa asiakasta myös lähialueen palveluihin. (Rautiainen & Siiskonen 2008, 142.)

Vastaanotossa työskentelevän työn luonteeseen kuuluu se, että virkailija työskentelee kaikkien nähtävänä. Tämän vuoksi työskentelyn, kommunikoinnin ja käyttäytymisen tarvitsee olla sopivaa ja kohteliasta. (Alakoski ym. 2006, 153.) Hotellivirkailijan pitää ajatella asiakasta, virkailijan pitää havainnoida ja tunnistaa asiakkaan tarpeet sekä

odotukset. Jotta virkailija voi palvella asiakasta mahdollisimman hyvin, hänellä täytyy olla kokemusta erilaisista asiakkaista. (Alakoski ym. 2006, 53.)

Hotellin vastaanotossa työskentelevälle ominaista on tehtäväkeskeisyys. Hotellivirkailijat pyrkivät virheettömyyteen ja nopeuteen työssään. Tämän vuoksi vuorovaikutus voi jäädä vähäiseksi asiakkaan kirjautuessa sisään hotelliin tai ulos hotellista. Tehtäväkeskeisyyden takia hotellivieras voi aistia, että hän saa tylyä palvelua. Tämän voi välttää katsekontaktilla asiakkaaseen. Katsekontakti on tärkeää, ja se viestii hotellivirkailijan viestintähalukkuudesta. (Rautiainen & Siiskonen 2010, 139.) Enemmän katsekontaktia käsitellään luvussa viisi; asiakaskohtaaminen monikulttuurisessa ympäristössä.

Hotellivirkailijan pitää olla työssään palvelualtis ja asiakaslähtöinen. Virkailijalla pitää olla positiivinen ja aktiivinen asenne, kun hän kohtaa asiakkaan. Virkailijan pitää huolehtia samaan aikaan monen asiakkaan palvelusta, joten hänen pitää olla järjestelmällinen ja paineensietokykyinen. Hotellivirkailijan työ vaatii yhteistyötä muiden osastojen ja niiden työntekijöiden kanssa, joten hänen pitää pystyä työskentelemään ryhmässä. Tärkeimmät ominaisuudet hotellin kannattavuuden kannalta on, että hotellivirkailija ottaa huomioon työssään taloudellisuuden ja kannattavuuden. (Rautiainen & Siiskonen 2008, 142-143.) Tärkeintä hotellivirkailijalle on kuitenkin hyvät vuorovaikutustaidot. Näin hän pystyy työskentelemään niin työkavereidensa kuin hotellin asiakkaiden kanssa. Vuorovaikutustaidot kehittyvät asiakaskohtauksissa. Mitä enemmän virkailija on palvellut asiakkaita, sitä paremmat vuorovaikutustaidot hänelle kehittyvät.

## 4 KULTTUURIEN KOHTAAMINEN

Kulttuuri on laaja käsite ja sen voi ajatella monesta eri näkökulmasta. Kun puhutaan kulttuurista arkikielessä, sitä yleensä ajatellaan taiteen synonyymina. Tällöin se sisältää perinteiset taiteenmuodot, kuten kuvataide ja kirjallisuus sekä modernit taiteenlajit, kuten valokuvataide ja stand-up- komiikka eli lavakomiikka. Kulttuuri käsitteenä on kuitenkin taidetta monipuolisempi ja se merkitsee paljon muutakin. Historiassa sana kulttuuri tarkoittaa latinaksi viljellä. Merkitys on kuitenkin laajentunut, ja nykyään voidaan sanoa, että kulttuuri on kaikkea mitä ihminen tekee. (Frisk & Tulkki 2005, 6.)

Kun ihmiset toimivat samassa ympäristössä ja ymmärtävät yhtenäisesti, niin nämä ihmiset muodostavat oman kulttuuriryhmän. Ihmisellä on luonnollinen tarve kuulua eri kulttuuriryhmiin. Ihminen voi kuulua eri kulttuureihin piiriin esimerkiksi, sukupuolen, iän, asuinpaikan tai harrastuksen perusteella. (Frisk & Tulkki 2005, 6-7.)

Kulttuuri voidaan jakaa individualistisiin eli yksilökulttuureihin sekä kollektiivisiin eli ryhmäkulttuureihin. Yksilökulttuureissa ihminen asettaa oman etunsa ennen muita, ja maailmankuva on minäkeskeinen. Ryhmäkulttuureissa perheen etu menee oman edun edelle. Kollektiivisessä kulttuurissa perhekäsitys on laaja, ja se kattaa koko lähisuvun. (Frisk & Tulkki 2005, 7.)

Kulttuuri tulee esille tässä opinnäytetyössä siinä miten eri kulttuureissa käyttäytymään, ja mitä kulttuurieroja on eri kulttuurien kohtaamisissa.

### 4.1 Kulttuurierot

Kulttuuri siirtyy sukupolvelta toiselle. Kansanrunot, tarinat ja perinneruoat kertovat tietyn kulttuurin ominaispiirteitä. Kulttuuriperimään liittyy myös sosiaalinen käyttäytyminen, miten vieraan kulttuurin käyttäytyminen tuntuu toiselle kulttuurille epämiellyttävältä. Esimerkiksi fyysinen etäisyys keskusteltaessa sekä puhenopeus ja äänen voimakkuus voivat aiheuttaa toisen kulttuurin edustajan mielestä hämmennystä. (Frisk & Tulkki 2005, 7.)

Toisen kulttuurin edustajalle voi olla vaikeaa ymmärtää ja toimia niin kuin toisessa kulttuurissa toimitaan. Tämän takia ihminen toimii oman kulttuurinsa mukaan, ja voi aiheuttaa toisessa kulttuurissa halveksuntaa, uhatuksi tai syytetyksi tulemista. Tavat voivat siis olla toisessa kulttuurissa hyväksytyjä, kun taas toisessa jopa laittomia. Kulttuurieroissa on huomioitava myös tulkinnat. Samassa kulttuurissa elävät tulkitsevat eleet, merkit ja symbolit samalla tavalla. Monet näistä ovat samanlaisia eri kulttuureissa, mutta merkitys voi olla myös päinvastainen. Esimerkiksi kieltäytymisen merkinä pään pyörittäminen voi toisessa kulttuurissa tarkoittaa hyväksymistä. (Frisk & Tulkki 2005, 7-8.)

## 4.2 Eri kulttuurien tavat

Eri kulttuurien edustajat käyttäytyvät eri tavoin. Tässä luvussa käsitellään eri kulttuurien tapoja. Ensimmäisenä käsitellään suomalaista tapakulttuuria, jotta voidaan verrata sen eroja muihin kulttuureihin. Muut kohdemaat on poimittu Matkailun edistämiskeskuksen tilastosta, josta ilmenee eniten hotellissa yöpyneet ulkomaalaiset. Näitä kohteita ovat Venäjä, Iso-Britannia, Ranska ja Japani. (Matkailun edistämiskeskus 2013.)

### 4.2.1 Suomalainen tapakulttuuri

Suomessa tervehditään kättelemällä. Tervehdyssanat ilman tervehdittävän nimen mainitsemista voi kuulostaa ulkomaalaisen mielestä tyhjältä ja kylmältä. Suomalaiset eivät käytä puhuteltaessa toistensa nimiä. Suomessa puhuttelussa käytettävä herroittelu voidaan kokea piruiluna. (Mikluha 1998, 147.)

Suomalaiset eivät aloita usein keskustelua vieraan ihmisen kanssa, ja siksi ulkomaalaisista saattaa tuntua, että suomalaiset ovat hiljaisia ja tylyjä. Suomalaiset puhuvat suoraan ja rehellisesti. Se mitä sanotaan, otetaan todesta ja odotetaan, että toimitaan sanojen mukaisesti. Suomalaiset puhuvat hitaasti ja tauot ovat pitkiä. Hiljaisuus ei ole suomalaisen mielestä negatiivinen asia, vaan sitä pidetään luonnollisena. Äänestä puhetta voidaan pitää epämiellyttävänä. On epäkohteliasta keskeyttää toisen puhe Suomessa. Suomalaiset odottavat, että keskustelukumppani on kertonut asiansa

loppuun, ja vasta sitten he puhuvat itse. (Infopankin www-sivut 2014.) Vuorovaikutustilanteissa suomalaiselle on ominaista muun muassa hiljaisuus, pidättyvyys ja passiivisuus. Suomalaiset sanovat suoraan sen, mitä ajattelevat. Small talk keskustelua eli alkujutustelua suomalaiset pitävät turhana ja pintapuolisena. Suomalaisista tyhjänpäiväinen puhe tuntuu vastenmieliseltä, ja sen takia puhutaan mieluummin asiaa tai vaihtoehtoisesti ollaan hiljaa. (Mikluha 1998, 147-148.)

Sanattomassa viestinnässä vältetään toisen koskettamista, ja reiviirin pitää olla vähintään kädenmitan pituinen. Suomessa arvostetaan katsekontaktia. Jos keskustelukumppania ei katsota silmiin, se tulkitaan jonkin asteiseksi epärehellisyudeksi. (Mikluha 1998, 150.)

Mitä kannattaa välttää, kun kohtaa suomalaisen? Keskusteltaessa suomalaisen kanssa kannattaa välttää puhumasta Suomen itsenäisyydestä, ja Venäjän vallasta. Suomalaiset eivät pidä juoruilusta eivätkä uteliaisuudesta eikä siitä, että heitä tuijotetaan. Kätellessä kättä pitää puristaa tiukasti. (Lewis 2006, 337.)

#### 4.2.2 Venäläinen tapakulttuuri

Venäjällä kätellään runsaasti sekä tavattaessa että erottaessa. Hyvät ystävät kättelevät toisiaan suomalaisia enemmän. Harvinaista ei ole se, että samat ihmiset kättelevät toisiaan useamman kerran päivässä. Puhuteltaessa venäläiset eivät suoraan sinuttele, vaan teitittely on normaalimpaa. Sinuttelun ehdotus on oltava harkittua, eikä sitä saa tehdä missään nimessä ensi tapaamisella. Venäjällä ei mennä suoraan asiaan, vaan käytetään small talkia. (Mikluha 1998, 168.)

Venäläinen seurustelu- ja tapakulttuuri eroaa paljon suomalaisesta. Tuntemattomalle venäläinen voi olla hyvinkin epäkohtelias, kun taas tuttavapiirissä venäläiset ovat ystävällisiä ja kohteliaita. Tämä asia selittyy sillä, että Venäjällä erotetaan selvästi toisistaan yksityinen ja julkinen puoli. Yksityisellä tasolla kohteliaisuus kuuluu asiaan, mutta julkisella tasolla tuntemattomalle ei tarvitse olla kohtelias, eikä edes hymyillä. Hymyily tuntemattomalle voi herättää epäluuloa, ja hymyä pidetään sopimattomana, jos siihen ei ole erityistä syytä. Venäläisen mukaan hymyyn pitää olla jokin

erityinen syy. Venäläinen ei hymyile sen vuoksi, että antaisi hyvän vaikutuksen. Ystävällinen kasvojen ilme, ja kohtelias äänenpainotus kuvaavat vuorovaikutusta venäläisen kanssa. (Hakala 2010, 123, 125.)

Mitä kannattaa välttää, kun kohtaa venäläisen? Venäläiset eivät pidä siitä, että heitä vähätellään. Keskustelu epäonnistumisista ei ole myöskään suotavaa venäläisten kanssa. Venäläiset eivät pidä nolatuksi tulemisesta eli kasvojen menetyksestä. Venäläiset eivät pidä huonosta käytöksestä, eikä siitä että on liian rento tai nenäkäs. (Lewis 2006, 379.)

#### 4.2.3 Britannialainen tapakulttuuri

Britannialaiset eivät kätele samassa määrin eivätkä yhtä usein kuin monet muut eurooppalaiset. Kättelyä voi tapahtua myös harvemmin kuin pohjoismaissa. Britannialaiset eivät koskaan kätele toista automaattisesti, yleensä kättelyä tapahtuu silloin, kun esitellään itseään tai kun erotaan pitkäksi aikaa. Puhuttelu on Britanniassa muodollista, sukunimen edessä käytetään Mr., Mrs, Sir ja Madam titteliä. Small talk keskustelu on taidetta, joka paranee ajan myötä. Britannialaiset ovat hyviä keskustelijoi- ta ja käyttävät small talkia tutustumiskeinona. Britannialaiset innostuvat keskustelussa enemmän kuin suomalaiset. (Mikluha 1998, 74, 76.)

Britannialaiset puhuvat matalalla äänellä ja hallitusti. Kovaääninen puhe on britannialaisen mielestä häiritsevää, ja osoittaa huonoja tapoja. Keskusteltaessa toisen kanssa britannialainen katsoo suoraan silmiin, ja kuuntelee tarkasti. Jos toista ei katsota silmiin, siitä voidaan tulkita, että henkilöllä on jotain salattavaa. Sanattomassa viestinnässä fyysinen kontakti on pidettävä mahdollisimman vähäisenä britannialaisten kanssa. Britannialaisia ympäröi niin sanottu ilmakupla, jonka säde on metrin mittainen. Eli ulkopuolisten on oltava metrin päässä britannialaisten reviiristä. (Mikluha 1998, 80.)

Mitä kannattaa välttää britannialaisten kanssa? Britannialaiset eivät pidä siitä, että tunteita näytetään avoimesti ja julkisesti. Britannialaisten kanssa keskusteltaessa pitäisi välttää kehuskelu esimerkiksi siitä, jos tuntee jonkun tunnetun henkilön. Kes-



kusteltaessa pitäisi välttää myös liiallista puhumista, mutta kuitenkin pitkä hiljaisuuskaan ei ole hyvästä. (Lewis 2006, 200.)

#### 4.2.4 Ranskalainen tapakulttuuri

Ranskalaiset kätelevät aina tavattaessa ja hyvästeltäessä kaikkia paikalla olevia riippumatta siitä, kuinka hyvin he tuntevat toisensa. Hyvät ystävät tervehtivät toisiaan poskisuudelmalla. Miehet tervehtivät poskisuudelmalla useimmiten vain sukulaisiaan. Ranskalaiset suutelevat poskille ainakin kaksi kertaa, useammin ystävydestä riippuen suukkoja annetaan useampi. Puhuttelu on muodollista Ranskassa. Puhuteltaessa toista käytetään Monsieur, Madame tai Mademoiselle sukunimen yhteydessä, myöhemmin keskustelun edetessä voidaan puhutella näillä myös ilman sukunimeä. Ranskalaiset puhuttelevat kohteliaasti teititellen, sinuttelu on harvinaista jopa läheistenkin kesken. (Mikluha 1998, 122-123.)

Ranskalaisia luonnehditaan yleensä isänmaallisiksi, realistisiksi, kekseliäiksi, ulospäin suuntautuneiksi ja älyllisiksi. Nämä ominaisuudet ovat epäloogisia keskenään, mutta kuvaavat hyvin ranskalaista, jotka haluavat olla yksilöllisiä eikä toistensa kopioita. Ranskalaiset teitittelevät yleisesti ja se on heille luonnollinen ja kohtelias tapa puhua. Ranskalaisen mielestä suoruus on epämiellyttävää, liian suoraan asian esittänyt henkilö ei ranskalaisen mielestä ole tarpeeksi hienovarainen tilanteen edellyttämällä tavalla. (Aittoniemi ym. 2000, 250-251.)

Sanattomassa viestinnässä ranskalaiset käyttävät paljon eleitä. Monet muista maista tulevat käyttävät äänensävyjä tunteiden ilmaisemiseen, kun taas ranskalaiset käyttävät siihen silmiä, käsiä, huulia ja olkapäitä. Vuorovaikutustilanteessa ranskalaisen kädet eivät ole paikoillaan, vaan ne ilmaisevat heidän mielentilaansa, sydäntä ja sielua. Ranskalaisille katsekontakti on tärkeää, ja sitä pidetään henkilöön, jonka kanssa keskustellaan. Ranskalaisen reviiiri on noin 30 senttiä tai vähemmän. (Mikluha 1998, 127.)

Mitä ranskalaisten kanssa pitäisi välttää? Ranskalaisten kanssa keskusteltaessa ei kannata esittää vahvoja mielipiteitä, kunnes tiedät missä asemassa keskustelukump-

panisi on. Ranskalaiset eivät pidä pitkistä hiljaisuuksista, eli heidän kanssaan kannattaa jutella koko ajan. Ranskalaisten kanssa tulisi myös välttää sarkasmia ja ironiaa. (Lewis 2006, 262.)

#### 4.2.5 Aasialainen tapakulttuuri

Aasiassa väärän tervehtimismuodon käyttäminen saattaa aiheuttaa keskustelukumppanien välillä sosiaalista jännitystä. Tämä johtuu siitä, että on tärkeää ottaa huomioon henkilöiden status. Aasialaiset kättelevät yleensä länsimaalaisia, mutta eri Aasian maissa on omia perinteisiä tervehtimistapoja. Aasiassa naisia ei yleensä kätellä ollenkaan. Aasian kulttuureissa on yleistä, että erotessa kumarretaan. (Mikluha 1998, 176.) Japanissa perinteinen tervehtimistapa on kevyt kumarrus. Kuinka syvälle kumarretaan, riippuu siitä kuinka arvostettu toinen henkilö on. (Mikluha 1998, 203.)

Puhuttelu eroaa eri Aasian maissa (Mikluha 1998, 176). Japanilaiset puhuttelevat englanninkielellä ulkomaalaisia teititellen. Japanilaiset puhuttelevat vieraitaan nimellä ja tittelillä ja vieraiden on kohteliasta tehdä samoin. Japanilaisia puhutellaan aina sukunimellä, jonka perään voidaan liittää kohteliaisuuden ilmaisemiseksi san-pääte. San-pääte tarkoittaa kohteliaisuutta. Japanilaiset sekoittavat usein ulkomaalaisten etunimet sukunimiksi, koska Japanissa sukunimi tulee ensin. Etunimiä käytetään Japanissa ainoastaan vain sukulaisten ja läheisten ystävien kesken. (Mikluha 1998, 205.)

Sanattomassa viestinnässä aasialaisille on tyypillistä nauraminen tai hymyileminen lähes kaikelle. Aasialainen voi kätkeä naurunsa tai hymynsä taakse hämmennyksen, suuttumuksen ja jopa vihan. (Mikluha 1998, 178.) Japanilainen peittää todellisen tunteen usein hymyn taakse. Japanissa pidetään yhteiskunnallisena velvollisuutena hymyilyä, vaikka kyseessä olisi surullinen tilanne. Japanilaisilla on aina kasvoillaan ystävällinen hymy, he eivät halua pahoittaa vieraittensa mieltä, vaikka heillä olisi suuria huolia ja murheita kannettavanaan. Hymyllä voi olla monta merkitystä, se voi tarkoittaa huvittuneisuutta, anteeksipyyntöä, iloa tai jopa vihaa. Katsekontakti on avain siihen, mitä japanilainen toisesta ajattelee. Yleensä puhekumppania ei katsota silmiin. Silmiin saa ainoastaan vilkaista. Japanilaiselle suora tuijotus silmiin on hyvin

epäkohteliasta ja se koetaan uhkaavana. Japanilaisia opetetaan katsomaan keskustelukumppaniaan silmien sijaan leukaan. (Mikluha 1998, 211-212.)

Aasiassa käyttäytyään tietyn kohteliaisuusstandardin mukaan, jotka voivat olla suomalaisen mielestä hyvin outoja. Aasialaiset pelkäävät kasvojensa menettämistä. Aasialainen pyytää anteeksi myös sellaisista virheistä, joita ei ole itse tehnyt, esimerkiksi jos ruoka ei ole ollut hyvää. Aasialainen ei anna kieltävää vastausta, jos se voi loukata toista osapuolta. Jos aasialainen ei halua tavata toista kulttuurin edustajaa, hän kieltäytyy tapaamasta, esimerkiksi kertomalla menon syyksi. Näin vastataan niin kauan, kunnes ulkomaalainen ymmärtää, että vastaus on kielteinen. Aasialainen on nöyrä ja vaatimaton, ja hän voi pitää ulkomaalaisia leveilevinä ja sivistymättöminä. (Aittoniemi ym. 2000, 260.)

Mitä japanilaisten kanssa tulisi välttää? Japanilaiselle ei saa sanoa ”ei” tai jos joku asia ei onnistu, jos on eri mieltä japanilaisen kanssa pitää olla vain hiljaa. Japanilaiset eivät pidä myös siitä, että heidät ahdistetaan nurkkaan tai heitä pilkataan. (Lewis 2006, 520.)

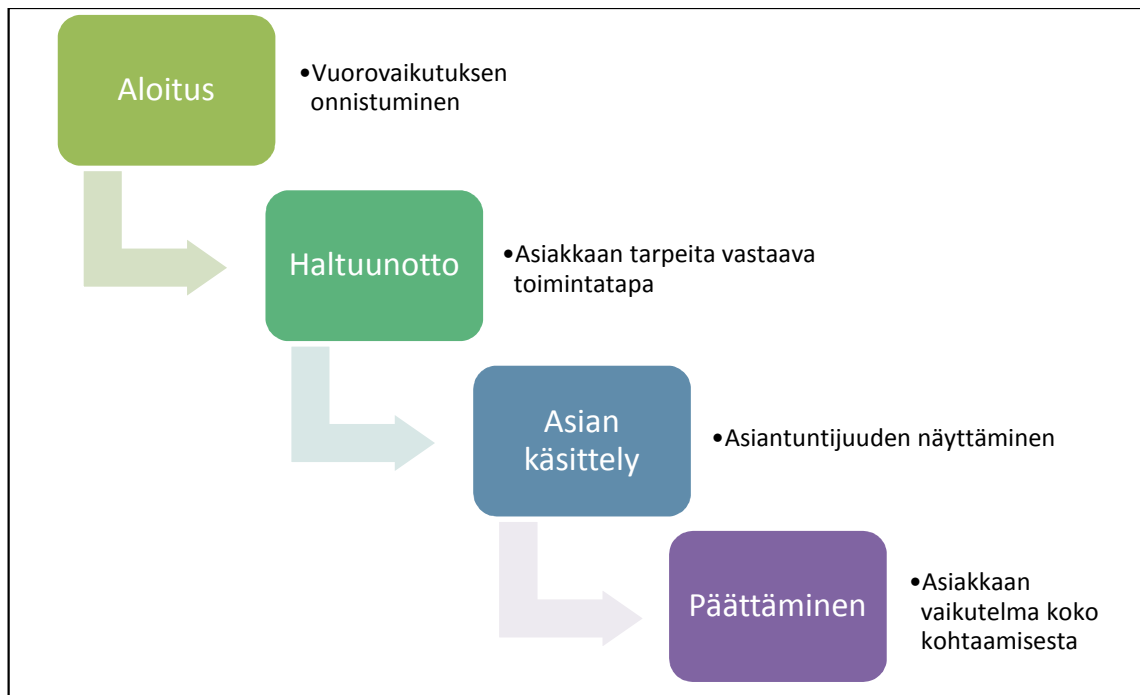
## 5 ASIAKASKOHTAAMINEN MONIKULTTURISESSA YMPÄRISTÖSSÄ

Asiakaskohtaaminen on ainutlaatuinen, koska se ei voi olla koskaan täysin samanlainen. Asiakas on muodostanut jonkinlaisen mielikuvan asiakaskohtaamisesta kokemustensa perusteella. Asiakkaalla on mielikuva siitä mitä tulee tapahtumaan, kun hän kohtaa hotellivirkailijan. Asiakkaan mielikuva asiakaskohtaamisesta joko muuttuu tai vahvistuu ensikohtaamisessa. (Aarnikoivu 2005, 93.) Myönteinen ensivaikutelma luo hyvän pohjan kohtaamiselle, kun taas kielteinen ensivaikutelma jättää asiakkaan mieleen ja tunteisiin huonon vaikutelman. Ensivaikutelma voi vaikuttaa koko asiakaskohtamiseen (Hemmi & Lahdenkauppi 2002, 35). Myönteisestä ja kielteisestä ensivaikutelmasta on kerrottu lisää edellä. Asiakaskohtaaminen alkaa, kun asiakas saapuu hotelliin ja kohtaa hotellivirkailijan.

Asiakaskohtaaminen on vuorovaikutustilanne, jossa on kaksi osapuolta: lähettäjä ja vastaanottaja. Tässä tapauksessa osapuolina ovat hotellivirkailija ja asiakas. Kun hotellivirkailija kohtaa asiakkaan vaativassa tilanteessa, tavoitteena on löytää ratkaisu, joka tyydyttää molempia osapuolia. (Marckwort 2011, 23.)

Myönteisessä kontaktissa voidaan saada vaikeasta asiasta helppo. Kuitenkin myönteisessä kontaktissa asiakaskohtaaminen voi mennä tuttavalliseksi keskusteluksi, ja asian käsittely ja lopputulos voivat jäädä taka-alalle. Kontaktin muuttuminen negatiiviseksi voi johtua, esimerkiksi siitä, jos hotellivirkailija ei ota katsekontaktia asiakkaaseen. Asiakas voi tuntea, ettei häntä huomioida kohtaamisessa, ja hän voi alkaa kiinnittämään huomioita häiritseviin tekijöihin, esimerkiksi hotellivirkailijan ääni voi alkaa ärsyttää asiakasta. (Marckwort 2011, 23-24.)

Seuraavalla sivulla on esitetty kuvio asiakaskohtaamisesta. Kuviossa kuvataan sitä, miten kohtaaminen etenee hotellivirkailijan ja asiakkaan välillä. (Kuvio 1)



Kuvio 1. Asiakaskohtaaminen mukailtu Eräsalo (2011, 134-135)

Eräsalon (2011,134) mukaan asiakaskohtaaminen etenee tietyssä järjestyksessä, johon kuuluu aloitus, haltuunotto, asian käsittely sekä päättäminen. Eräsalo on kuvannut kohtamista asiakaspalvelijan ja asiakkaan välillä. Tässä asiakaspalvelijan korvaa hotellivirkailija.

Aloitus, joka määrittää sen miten vuorovaikutus onnistuu. Vuorovaikutuksessa hotellivirkailija ja asiakas tulkitsevat ensikohtaamisessa syntyviä vaikutelmia, jotka alkavat ohjata asiakaskohtaamista. Hotellivirkailija on tilanteessa ammattilainen, ja pysyy vaikuttamaan siihen, että kohtaaminen onnistuu. Haltuunottovaiheessa hotellivirkailija valitsee asiakkaan tarpeita vastaavan toimintatavan, jolla hän vie kohtamista eteenpäin. Asiakaskohtaamisen pääroolissa ovat hotellivirkailija ja asiakas. Hotellivirkailijan persoona on hänen tärkein työvälineensä. Käsittelyvaiheessa hotellivirkailija on alansa asiantuntija, joka tuntee hotellin tuotteet, ja osaa toimia asiakaskohtaamisessa niin kuin kuuluukin arvostaen asiakasta. (Eräsalo 2011, 134-135.) Hotellivirkailijan persoona, tausta, asiakaskokemukset, asenne asiakaspalveluun sekä ammattitaito vaikuttavat asiakaskohtaamiseen (Aarnikoivu 2005, 93). Päättäminen luo asiakkaalle viimeisen vaikutelman asiakaskohtaamisesta. Kokeeko asiakas itsensä tervetulleeksi riippuu siitä, miten kohtaaminen päättyy. Hotellivirkailijan myönteinen asiakaspalveluasenne on hyvän asiakaskohtaamisen avain. (Eräsalo 2011, 135.)

## 5.1 Sanaton viestintä

Kun kaksi eri kulttuurinedustajaa kohtaa, ja jos he eivät pysty kommunikoimaan sanallisesti, voidaan eleet ottaa avuksi. Usein sanaton viestintä aiheuttaa tahattomia loukkauksia sekä väärinymmärryksiä. Jokapäiväisessä elämässä esimerkiksi eleet eivät ole joka kulttuurissa samanlaisia. (Mikluha 1998, 33.)

Valvion mukaan asiakaskohtamisessa sanattomaan viestintään vaikuttavat kehon asento, liikkuminen palvelutilanteessa, ilmeet ja eleet, katsekontakti, äänenpainot ja sanat, sekä oman innostuneisuuden näyttäminen (Valvio 2010, 108). Kun hotellivirkailija kohtaa asiakkaan, virkailijan ryhti ja hyvä asento on tärkeää (Valvio 2010, 108). Liikkuminen palvelutilanteessa tulisi olla luonnollista ja rauhallista. Liian nopeat liikkeet voivat kertoa asiakkaalle hotellivirkailijan hermostuneisuudesta. Ilmeet ja eleet asiakaskohtamisessa tulisi olla luonnollisia ja itselleen sopivia. Hymyileminen on tärkeää asiakaskohtamisessa. Hymyilemisellä on positiivinen vaikutus, yleensä se myös tarttuu asiakkaaseen. (Valvio 2010, 114-115.)

Yksi voimakkaimmista sanattoman viestinnän tekijöistä on katsekontakti. Katsekontakti kertoo asiakkaalle, että hotellivirkailija on huomannut asiakkaan. Katsekontaktit voidaan jakaa kolmeen eri tyyppiin, joita ovat virkakatse, sosiaalinen katse sekä intiimikatse. Virkakatse kohdistuu silmien ja otsan keskikohdalle. Tämä katse kertoo kontaktissa olevalle tilanteen olevan virallinen. Sosiaalinen katse kohdistuu suun ja silmien rajaamaan alueeseen. Intiimi katse kohdistuu huomattavasti suuremmalle alueelle ja katseessa katsotaan ihmistä laajemmin. Asiakaskohtamisessa tulisi ottaa huomioon eri katsetyypit, ja käyttää niitä niille sopivissa tilanteissa. (Valvio 2010, 116, 118.)

Äänen käyttö on myös tärkeää asiakaskohtamisessa. Hotellivirkailijalla tulisi olla riittävän kuuluva ääni, jotta asiakas voi vakuuttua virkailijan kertomista asioista. Virkailijan on hyvä painottaa sanoja, jotka ovat asiakkaan tärkeä ymmärtää. Puheen tulisi olla tauotettua, jotta asiakas pystyy sisäistämään asiat. (Valvio 2010, 118.)

Hotellivirkailijan oman innostuneisuuden näyttäminen asiakkaalle on myös tärkeää sanattomassa viestinnässä. Jos virkailija on innostunut asiakaskohtamisesta, niin

tämä innostuneisuus välittyy myös asiakkaaseen. Hotellivirkailijan täytyy muokata omaa käyttäytymistään vastaamaan asiakkaan käyttäytymistä. (Valvio 2010, 120.) Sanaton viestintä kertoo asiakkaille hotellivirkailijan tunteista, tahdosta ja suhtautumisesta asiakaspalveluun, edustettavaan yritykseen ja lopulta omaan itseensä (Valvio 2010, 115).

Sanaton viestintä kertoo asiakkaalle positiiviset ja negatiiviset asenteet hotellivirkailijasta. Positiivista sanatonta viestintää voi olla esimerkiksi se, miten hotellivirkailija kertoo katsekontaktilla asiakkaalle palveluhalukkuudesta. Negatiivista sanatonta viestintää voi olla esimerkiksi tilanteessa, jossa hotellivirkailijalla on kiire, ja näin asiakas saa mielikuvan palvelumotivaation puutteesta. Hotellivirkailija voi myös puolestaan tulkita asiakkaan mielentilaa hänen ilmeistään, eleistään ja äänensävyistään. (Rautiainen & Siiskonen 2008, 136.)

## 5.2 Small talk

Vaikutelma keskustelukumppanista syntyy oheisviestinnän ja kielellisen viestinnän kautta. Small talkin eli alkujutustelun tehtävänä on aloittaa keskustelu miellyttävästi vastapuolen kanssa. Small talkin tavoitteena on luoda myönteinen ja rento ilmapiiri keskustelukumppanien välillä. Suomalaiselle small talk on vaikeaa, koska suomalainen ei pidä tyhjän puhumisesta. (Hakala 2010, 34.)

Monikulttuurisessa asiakaskohtaamisessa suomalaisen tulisi kuitenkin puhua enemmän, käyttää eleitä, osoittaa kiinnostusta toista kohtaan ja vastaila laajemmin keskustelukumppanin kysymyksiin kuin ”kyllä” tai ”ei” vastauksilla. Aito kuuntelu luo kiinnostusta ja kunnioitusta keskustelukumppania kohtaan. Keskustelussa tulee olla aidosti kiinnostunut asioista tai ainakin yrittää näyttää kiinnostuneelta. (Hakala, 2010, 35.)

Small talk keskusteluaiheita valittaessa on hyvä olla tietoa eri kulttuurien tabuista. Tällöin tietää, mitkä asiat ovat sopivia keskusteluaiheita. (Hakala 2010, 37.) Näitä asioita, joita kannattaa välttää eri kulttuurien edustajien kanssa keskusteltaessa, käsiteltiin aikaisemmassa luvussa neljä; kulttuurien kohtaaminen.

### 5.3 Asiakaskohtaaminen prosessina hotellissa

Asiakaskohtaaminen alkaa, kun asiakas varaa huoneen hotellista. Tämän jälkeen hotellivirkailija tekee esivalmisteluita ennen kuin asiakas saapuu hotelliin. Kun asiakas saapuu hotelliin, hänet kirjataan sisään hotellin järjestelmään. Asiakkaan yöpyessä hotellissa, hän voi oleskelunsa aikana kysyä neuvoa ja opastusta hotellin vastaanotosta. Asiakkaan lähtiessä hotellista hotellin vastaanotossa hänet kirjataan ulos hotellin järjestelmästä. Viimeinen vaihe prosessissa on asiakkaan palaute. Palautetta asiakkaalta voidaan kysyä vapaamuotoisesti keskustellen asiakkaan kanssa tai suunnitellun lomakkeen avulla. (Rautiainen & Siiskonen 2010, 149-158.)

Olen ottanut tarkemmin tarkasteluun palveluprosessista vain ne vaiheet, joita tutkin tutkimuksessani. Näitä ovat asiakkaan saapuminen hotelliin, asiakkaan oleskelu hotellissa ja asiakkaan lähteminen hotellista.

#### 5.3.1 Asiakkaan saapuminen hotelliin

Saapuvan asiakkaan vastaanoton tulee olla ystävällistä, kohteliasta ja sujuvaa (Rautiainen & Siiskonen 2010, 153). Tärkeää on, että asiakas huomataan heti, kun hän saapuu hotelliin. Jos asiakasta ei pysty kiireen vuoksi heti palvelemaan, niin tällöin katsekontakti ja nyökkäys kertovat asiakkaalle, että hänet on huomattu. Jos hotellivirkailija ei ota minkäänlaista katsekontaktia asiakkaaseen, asiakas ei voi olla varma siitä, että hänet on huomattu. (Rautiainen & Siiskonen 2010, 139.)

Kun asiakas saapuu hotelliin, hotellivirkailija tervehtii asiakasta. Tervehtimisen jälkeen hotellivirkailija tunnistaa asiakkaan eli kysyy asiakkaan nimeä, jolla etsitään varaus. Varauksen löydyttyä hotellivirkailija antaa asiakkaalle matkustajakortin täytettäväksi. Matkustajakorttiin täytetään nimi, kansalaisuus, henkilötunnus, kotiosoite, matkan tarkoitus ja allekirjoitus sekä passin numero, jos asiakas tulee pohjoismaiden ulkopuolelta. (Rautiainen & Siiskonen 2008, 149.) Hotellien on pidettävä kirjaa yöpyjistä, ja se onnistuu matkustajakorttien avulla. Matkustajakortteja säilytetään vuoden ajan hotellissa, ja vain hotellin työntekijöillä ja viranomaisilla on oikeus täytet-



tyihin matkustajakortteihin. (Brännare ym. 2005, 140.) Ulkomaalaiset matkustajakortit toimitetaan aina paikalliselle poliisilaitokselle (Alakoski ym. 2006, 90).

Asiakkaan täytettyä matkustajakortin, asiakas kirjataan sisään hotellin varausjärjestelmään. Tämän jälkeen asiakkaalle annetaan avainkortti. Hotellivirkailija kertoo huoneen sijainnin, ja mistä asiakas pääsee huoneeseensa. Samalla asiakkaalle kerrotaan aamiaistarjoilusta sekä mahdollisista palveluista, joita asiakas saa käyttää maksutta. Viimeiseksi asiakkaalle toivotetaan miellyttävää vierailua. (Rautiainen & Siiskonen 2008, 149-150.)

### 5.3.2 Asiakkaan oleskelu hotellissa

Asiakkaat majoittuvat hotelleihin eri syistä, joten asiakkaat kaipaavat erilaisia palveluita. Vapaa-ajallaan hotellissa vieraileva kyselee enemmän lähialueen palveluista ja tapahtumista, kun taas työmatkalla oleva hotellin asukas on ehkä kiinnostunut enemmän hotellin tarjoamista palveluista. (Brännare ym. 2005, 152.)

Kun asiakkaat asuvat hotellissa, he tiedustelevat erilaisia asioita vastaanotosta oleskellessa hotellissa. Näitä asioita voivat olla, esimerkiksi oleskeluajan pituuden muuttaminen, jolloin avainkortti koodataan uudelleen. Asiakkaat kyselevät herätyksestä tai aamupalasta niin puhelimitse kuin tulemalla vastaanottoon henkilökohtaisesti. Asiakkaita yleensä kiinnostavat paikkakunnan palvelut, miten lähialueella liikutaan, ja miten erilaiset palvelut ovat avoinna niin hotellissa kuin ympäristössäkkin. Tavallisia kysymyksiä asiakkaat esittävät hotellivirkailijoille liittyvät hotellin tilojen aukioloihin sekä erilaiset aktiviteetit hotellin ympäristössä, esimerkiksi ostospaikat ja illanviettomahdollisuudet. (Rautiainen & Siiskonen 2008, 150-151.)

### 5.3.3 Asiakkaan lähteminen hotellista

Lähtöselvityksen tulee tapahtua nopeasti, koska suurin osa asiakkaista lähtee samaan aikaan aamulla. Asiakkaan saapuessa hotellin vastaanottoon, virkailija avaa asiakkaan tiedot koneelta. Uloskirjautumistilanteessa asiakkaalta kysytään huoneennumeroa, jolla otetaan lasku esille. Tämän jälkeen asiakkaalta kysytään maksutapa, ja on-

ko minibaarista otettu jotakin. Hotellivirkailija kysyy asiakkaalta laskuerittelyn tarvetta eli haluaako asiakas useamman laskun. Kun yritys maksaa asiakkaan laskun, tarkistetaan yrityksen laskutusosoite. Asiakkaalta tiedustellaan onko hän viihtynyt hotellissa, ja tarvitseeko asiakkaalle tilata esimerkiksi taksi. Lopuksi asiakas hyvästellään ja toivotetaan tervetulleeksi uudelleen. (Rautiainen & Siiskonen 2008, 153.)

#### 5.4 Kulttuurienvälinen asiakaskohtaaminen

Kulttuurienvälinen asiakaskohtaaminen tarkoittaa eri kulttuureista olevien ihmisten välistä vuorovaikutusta. Tässä tapauksessa kulttuurienvälinen asiakaskohtaaminen on hotellivirkailijan ja asiakkaan välistä sanallista ja sanatonta viestintää. Kun kaksi eri kulttuuria kohtaavat siihen tarvitaan empatiaa, joustavuutta ja ystävällisyyttä. (Mikluha 1998, 5.)

Hotellivirkailijan täytyy sopeutua tilanteeseen, kun hotelliin saapuu ulkomaalainen asiakas. Palvelu on laadukasta, kun asiakasta palvellaan hänelle luontevalla kielellä. Näin asiakas pystyy ilmaisemaan itseään mahdollisimman hyvin. Hotellivirkailijan pitäisi selvittää koko asiakaspalvelutilanteesta asiakkaan valitsemalla kielellä. Hotellivirkailijan tarvitsee tietää yleiset käyttäytymissäännöt eri kulttuureissa ja eri kielissä. Näitä käyttäytymissääntöjä voivat olla esimerkiksi asiakkaan tervehtiminen, täytyykö asiakasta teititellä vai voiko tuttavallisemmin sinutella, miten eri kulttuureissa puhutellaan ja käytetään kohteliaisuuksia. Ulkomaalaiset asiakkaat odottavat, että heidät huomioidaan palvelutilanteessa yksilöllisesti. Tämä voi olla esimerkiksi, että asiakasta puhutellaan nimellä palvelutilanteessa. (Rautiainen & Siiskonen 2010, 141.)

Hotellivirkailijan on huomattava, että eri kulttuureista tulevat asiakkaat odottavat palvelulta enemmän kuin suomalaiset asiakkaat. Virkailijan pitäisi huomioida eri kulttuureista tulevien asiakkaiden taustoista ja tottumuksista johtuvat majoittumiseen liittyvät erikoisvarustelutarpeet sekä asiakaskohtaamiseen liittyvät odotukset. Muista kulttuureista tulevat asiakkaat odottavat hotellilta omalle kulttuurilleen ominaisia palveluita, kuten esimerkiksi pesulapalveluita. Aasialaiset ja venäläiset kysyvät usein piccolopalvelua eli laukunkantopalvelua. (Rautiainen & Siiskonen 2010, 141.)

Ulkomaalainen asiakas arvostaa asiakaskohtaamisessa sitä, että häntä palvellaan hänen omalla äidinkielellään. Asiakas arvostaa myös sitä, että hotellissa yöpymiseen liittyisi omalle kulttuurilleen ominaisia palveluita.

## 6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

### 6.1 Laadullinen tutkimus

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa kuvataan todellista elämää, ja pyritään tutkimaan kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään enemmän löytämään ja paljastamaan tosiasioita kuin todentamaan olemassa olevia väittämiä. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara 2009, 161.) Opinnäytetyössäni käytin laadullista eli kvalitatiivista tutkimusmenetelmää.

Laadullinen tutkimus tapahtuu todellisissa tilanteissa, ja ihminen toimii tiedonkeruun välineenä. Tutkija luottaa enemmän omiin havaintoihinsa, esimerkiksi haastattelutilanteessa tutkittavan kanssa kuin mittausvälineillä hankittavaan tietoon. Laadullisessa tutkimuksessa suositaan tapoja, joissa tutkittavien omat näkemykset pääsevät esille. Tutkimukseen valitaan tutkittavat tarkoituksenmukaisesti. Tutkimuksen tuloksia käsitellään ainutlaatuisina, ja aineistoa tulkitaan sen mukaisesti. (Hirsjärvi ym. 2009, 164.)

### 6.2 Haastattelu

Haastattelu on käytetyimpiä tiedonkeruumuotoja. Haastattelu on joustava menetelmä, ja siksi se sopii moniin erilaisiin tutkimustarkoituksiin. Haastattelussa ollaan suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa. Haastattelussa on mahdollista saada esiin vastausten taustalla olevia motiiveja. Ei kielelliset vihjeet auttavat haastattelijaa ymmärtämään vastauksia toisin kuin mitä tutkimuksen alussa ajateltiin. Haastattelun teemoja on mahdollista järjestää uudelleen haastattelutilanteessa. Haastattelussa annetaan haastateltavalle mahdollisuus tuoda itseään koskevia asioita esille vapaasti. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 34-35.)

Haastattelun etuna on se, että tutkittavat henkilöt saadaan yleensä mukaan tutkimukseen. Tutkittaviin on mahdollista ottaa yhteyttä myöhemminkin, jos tarvitsee täydennystä aineistoon. Haastattelu tiedonkeruuvälineenä saattaa tuoda myös ongelmia. Haastattelun teko on aikaa vievää, ja se edellyttää huolellista suunnittelua. Haastattel-

tava voi kokea haastattelun itseään uhkaavaksi ja pelottavaksi tilanteeksi. Haastattelun luotettavuutta voi heikentää se, että siinä on taipumus antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia. (Hirsjärvi ym. 2009, 207.)

Haastattelua tehtäessä mukana voi olla erilaisia häiriötekijöitä. Haastattelun tulisi tapahtua rauhallisessa paikassa. Muiden ihmisten läsnäolo saattaa häiritä haastattelua. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 127.) Häiriötekijöitä haastattelussa voi olla haastattelun keskeytyminen, esimerkiksi jos haastattelu tapahtuu haastateltavan työaikana, työntekijän täytyy välillä palvella asiakkaita ja puhelimen soidessa vastata siihen.

Haastattelutyyppejä on kolme. Strukturoitu haastattelu eli lomakehaastattelu tapahtuu lomaketta apuna käyttäen. Kysymysten ja väitteiden muoto ja järjestys on määrätty. Kun kysymykset on saatu tehtyä, haastattelu on helppo tehdä, ja siitä jää suoraan vastaukset paperille. Toinen haastattelutyyppi on teemahaastattelu. Se on lomake- ja avoimen haastattelun välimuoto. Tutkija on rajannut haastattelun tema-alueet. Teemahaastattelussa kysymysten muoto ja järjestys eivät ole tarkkoja, vaan ne muotoutuvat haastattelun aikana. Kolmas haastattelutyyppi on avoin haastattelu. Avoimessa haastattelussa tutkija selvittää haastateltavan ajatuksia, mielipiteitä, tunteita ja käsityksiä sitä mukaan, kun ne tulevat vastaan haastattelun kuluessa. Avointa haastattelua voidaan pitää haastattelutyypeistä lähimpänä keskustelua. Avoin haastattelu vie paljon aikaa, ja vaatii useita haastattelukertoja. Tässä haastattelutyyppissä haastattelija ohjaa tilannetta kysymällä kysymyksiä ja tarkentamalla niitä. Haastattelun ohjaamisen takia, teemahaastattelu vaatii enemmän taitoja haastattelijalta. (Hirsjärvi ym. 2009, 208-209.)

Haastattelutyyppinä tässä tutkimuksessa käytin teemahaastattelua, koska haastattelu-tilanteessa pystyin muokkaamaan kysymysten muotoja ja järjestystä sen mukaan miten haastattelu eteni. Haastatteleamalla henkilökohtaisesti, sain kysymyksiini mahdollisimman laajat vastaukset.

### 6.3 Aineiston hankinta

Tutkimuksen aineistokeruu tehtiin haastattelemalla Porin ja Rauman seudun hotellien hotellivirkailijoita. Valitsin Rauman ja Porin seudun hotellit, koska ne ovat lähellä asuinalueitani. Rauman alueen hotellit ovat siitä mielenkiintoisia, koska ulkomaalaisia hotellivieraita on paljon Olkiluodon ydinvoimalan johdosta. Ulkomaalaiset työntekijät ja yritysten vieraat yöpyvät Rauman alueen hotelleissa.

Ensimmäiseksi otin yhteyttä hotellien hotellipäälliköihin, ja kysyin saisinko haastatella hotellien vastaanottovirkailijoita. Pyysin, että saisin tulla henkilökohtaisesti haastattelemaan virkailijoita. Osalle se ei sopinut, joten he vastasivat haastattelun kysymyksiin kirjallisesti. Kaikki muut haastattelin kahden kesken kasvotusten. Haastatteluja oli vaikeampi saada kuin mitä olin ajatellut.

Haastattelin kolmea hotellivirkailijaa henkilökohtaisesti, ja kaksi vastasi kysymyksiini kirjallisesti. Haastattelut toteutettiin joulukuussa 2013. Haastateltavat saivat kysymykset etukäteen ennen haastattelua, jotta heillä oli jonkinlainen kuva siitä mistä tulisimme keskustelemaan haastattelussa. Haastattelut kestivät 15–30 minuuttia, ja haastattelut nauhoitettiin. Kaksi henkilökohtaisista haastatteluista tehtiin haastateltavan työpaikalla työaikana, ja yksi tehtiin haastateltavan vapaa-aikana. Työaikana tehdyt haastattelut keskeytyivät muutaman kerran, kun haastateltavan oli palveltava välillä hotellin asiakkaita. Vapaa-aikana tehty haastattelu ei keskeytynyt kertaakaan, ja siksi tuntuikin, että tämä haastattelu sujui parhaiten.

Haastattelun kysymykset oli jaettu kolmeen eri teemaan, ja kysymyksiä oli yhteensä 12. (Liite1). Haastattelun teemat olivat vastaanoton tyypillisemmät kulttuurienväliset asiakaskohtaamiset, vuorovaikutus asiakaskohtaamisessa, sekä kulttuurienvälisessä asiakaskohtaamisessa tarvittavat tiedot ja taidot.

### 6.4 Aineiston analysointi

Tutkimuksen kerätyn aineiston ydinasia on analyysi, tulkinta ja johtopäätöksien teko. Tämä on tärkein vaihe, ja siihen tähdätään tutkimusta aloittaessa. Analyysivaiheessa

tutkijalle selviää millaisia vastauksia hän saa tutkimusongelmaan. (Hirsjärvi ym. 2009, 221.)

Aineiston analysointia voidaan tehdä monin tavoin. Analyysitapoja on kaksi, selittäminen ja ymmärtäminen. Selittämiseen pyrkivässä lähestymistavassa käytetään tilastollista analyysia ja päätelmien tekoa. Ymmärtämiseen pyrkivässä tavassa käytetään laadullista analyysia ja päätelmien tekoa. Aineiston analysointiin valitaan sellainen tapa, joka tuo parhaiten vastauksen tutkimustehtävään. Laadullisen aineiston tyypillisimmät analyysimenetelmät ovat teemoittelu, tyypittely, sisällönerittely, diskurssi-analyysi ja keskusteluanalyysi. Analysointivaiheessa laadullisessa tutkimuksessa mielenkiintoisuuden ja haastavuudet tekevät aineiston runsaus ja elämänläheisyys. (Hirsjärvi ym. 2009, 224-225.)

Aineiston keräämisen jälkeen tutkija tarkistaa onko aineistossa virheitä, ja puuttuuko tietoja. Jos tietoja puuttuu, tutkija voi ottaa yhteyttä haastateltaviin, jotta he voivat täydentää vastauksiaan. Tutkijan on myös hyvä järjestää aineisto. Haastattelujen jälkeen nauhoitettu aineisto kirjoitetaan yleensä puhtaaksi sana sanalta eli litteroidaan. Litterointi voidaan tehdä koko aineistosta tai valikoiden, esimerkiksi teemojen mukaisesti. Miten tarkkaan litterointi täytyy tehdä, siitä ei ole selvää ohjetta. Ennen litterointia olisi tiedettävä millainen analyysista tulee. (Hirsjärvi ym. 2009, 221-222.) Analysoin tutkimuksen aineistoa ymmärtämiseen pyrkivässä lähestymistavalla, eli poimin esille nousevia tuloksia haastatteluista.

Aineisto kannattaa purkaa tietokoneelle, tällöin välttyään ylimääräisiltä aineistojen siirroilta ja analyysiin on monipuolisia mahdollisuuksia. Litterointi on työlästä ja hidasta, koska aineisto kirjoitetaan sanasta sanaan. Käyttöön on hyvä hankkia purkulaitte, jolla voidaan säädellä kirjoittamisnopeutta. (Hirsjärvi, Hurme 2008, 139-140.)

Itse purin haastattelut haastattelu kerrallaan tekstitiedostoon kysymysten alle. Tämän jälkeen kokosin kaikkien tutkittavien vastaukset kysymyksien alle. Lopuksi vielä kuuntelin haastattelut uudelleen, ja tarkistin, että vastaukset ovat oikein. Haastateltavien nimet, ja heidän edustamiensa yritysten nimiä ei tutkimuksessa mainita, koska ne eivät olleet tutkimuksen kannalta oleellisia. Lisäksi haluttiin säilyttää anonymiteetti.

## 7 TUTKIMUSTULOKSET

Haastatteluiden tulokset on jaettu kolmeen teemaan kysymysten tavoin. Teemat ovat omina kappaleina tässä luvussa. Ensin käsitellään vastaanoton tyypillisempiä kulttuurienvälisiä asiakaskohtauksia, sitten vuorovaikutusta asiakaskohtauksissa, ja viimeisenä kulttuurienvälisessä asiakaskohtauksissa tarvittavia tietoja ja taitoja. Haastateltavat esiintyvät nimillä H 1, H 2, H 3, H 4 ja H 5. Taustatiedoksi haastattelun alussa haluttiin selvittää kuinka kauan haastateltavat ovat työskennelleet hotellin vastaanotossa. Kaksi haastateltavaa oli työskennellyt 25 vuotta alalla, yksi 13 vuotta, yksi yhdeksän ja puoli vuotta sekä yksi kaksi ja puoli vuotta.

### 7.1 Vastaanoton tyypillisemmät kulttuurienväliset asiakaskohtaukset

Ensimmäisessä teemassa selvitettiin, missä tilanteissa hotellivirkailija kohtaa ulkomaalaisen asiakkaan. Näitä tilanteita olivat sisäänkirjautuminen hotellin, neuvonta hotellin- ja alueen palveluihin sekä uloskirjautuminen hotellista.

Vuorovaikutus on tärkeä tekijä, joka vaikuttaa palvelun laatuun. Vuorovaikutustilanteissa otetaan huomioon jokaisen oma persoonallinen tapa palvella asiakasta. (Rautainen & Siiskonen 2010, 161.) Asiakkaan ja virkailijan kohtaaminen ensimmäistä kertaa määrittelee sen miten vuorovaikutus onnistuu. Vuorovaikutuksessa virkailija ja asiakas tulkitsevat kohtauksissa vaikutelmia, jotka ohjaavat asiakaskohtauksia. Virkailija pystyy ammattilaisena vaikuttamaan siihen, että vuorovaikutus asiakkaan kanssa onnistuu. (Eräsalo 2001, 134-135.)

### 7.2 Vuorovaikutus asiakaskohtauksissa

Haastattelukysymysten toisena teemana oli vuorovaikutus asiakaskohtauksissa. Kysymyksillä haluttiin selvittää, miten ulkomaalaista asiakasta palvellaan, ja eroaako se jotenkin suomalaisten palvelemisesta. Toisessa teemassa haluttiin myös selvittää miten virkailijat toimivat, jos asiakkaan kanssa ei ole yhteistä kieltä sekä mitä virkailija



tekee, jos asiakas ei ymmärrä asiaa. Tässä teemassa selvitettiin myös sanattoman viestinnän merkitystä.

#### 7.2.1 Ulkomaalaisen asiakkaan palveleminen, ja palvelun erot suomalaisiin verrattuna

Miten ulkomaalaista asiakasta palvellaan, kysymyksessä vastaukset olivat samanlaisia. Asiakasta palvellaan samalla tavalla kuin suomalaistakin, eli palvelussa ei ole eroja. Palvelu eroaa tietenkin siinä, että asiakasta palvellaan hänen omalla äidinkielellään, tai vähintään englannin kielellä. Tutkimuksessa tuli esille myös se, että palvelu riippuu mistä maasta hotellivieraat tulevat. Esimerkiksi britannialaisia ja ranskalaisia teititellään, koska se kuuluu heidän tapoihinsa.

*”Jokainen asiakas yhtä tärkeä, sinänsä ei merkitystä. Rahalla kumpikin maksaa, ja molemmat ovat yhtä arvokkaita.” H4*

*”Asiakasta palvellaan aina samalla tavalla toimintamallin mukaan.” H3*

#### 7.2.2 Kielimuuri ja asian ymmärtäminen

Kun yhteinen kieli puuttuu virkailijan ja asiakkaan välillä, haastateltavat ottivat käyttöön perinteisen kynän ja paperin, eli esimerkiksi kirjoittamalla sanan aamiainen paperille. Kirjoittamalla tai piirtämällä yleensä asia saatiin selvitettyä. Tällaisissa tilanteissa myös muut hotellivieraat ovat olleet avuksi tai asiakas on hakenut esimerkiksi kollegansa avuksi. Tutkimuksessa tuli myös ilmi se, että joskus vieraiden mukana voi olla myös tulkki. Esimerkiksi jos joku ryhmä tulee hotelliin. Myös rohkeus nousi esille siinä mielessä, että virkailijakaan ei voi tietää kaikkia sanoja vierailija kielillä. Virkailijan täytyy myös joskus näyttää, ettei hän osaa kaikkea. Tuloksista ilmeni myös se, että hyvin harvoin tulee tilanne, jossa virkailija ja asiakas eivät ymmärtäisi mitään mitä toinen yrittää sanoa.

*”Välillä piirretään asioita, ja joskus yksi sanakin voi aukaista tilanteen. Olen ollut myös tilanteessa, jossa olen turvautunut kyseistä kieltä osaavaan toiseen hotelliasukkaaseen.” H2*

*”Virkailijan täytyy olla rohkea, ja opetella asiakkaan kanssa, jos ei tiedä jotakin sanaa. Kehtaa myöntää, ettei osaa kaikkia sanoja eri kielillä.” H4*

Miten sitten toimitaan tilanteissa, jos asiakas ei kerta kaikkiaan ymmärrä asiaa tai hotellivirkailija ei ymmärrä asiakasta? Tuloksista nousi esille ohjeiden viittominen, paperille piirtäminen, ja rauhallinen selostus mistä on kysymys. Haastattelussa tuli myös ilmi se, että tilanteita, joissa asiakas ei ymmärrä asiaa tulee päivittäin, niin suomalaisten kuin ulkomaalaistenkin kanssa. Esimerkiksi miten asiakas pääsee hotellin parkkipaikalle.

*”Käsimerkeillä asia saadaan jotenkin aina yleensä selville.” H3*

*”Kertoo asiakkaalle ihan juurta jaksan, kuin lapselle kertoisi.” H5*

### 7.2.3 Sanaton viestintä

Sanattoman viestinnän esiintulo asiakaskohtaamisessa haastateltavat kokivat samoja asioita. Kaikkien haastateltavien mielestä on tärkeää katsekontaktin luominen sekä hymyileminen. Haastateltavat kertoivat myös osaavansa lukea asiakasta hyvin millaisella mielellä asiakas on, ja päätellä siitä millä tavoin asiakasta kohdellaan. Esimerkiksi sanattomalla viestinnällä on suuri merkitys, koska asiakas ei pysty salaamaan kaikkea, ja tämän takia näkee voiko asiakkaalle vitsailla vai pitääkö olla äärimmäisen korrekti. Vastauksista ilmeni myös se, että useimmat ulkomaalaiset hotellivieraat ovat hyvin ystävällisiä, ja näin virkailijakin yrittää olla vielä ystävällisempi.

*”Palvellessa asiakasta huomioin aina katsekontaktilla ja päännyökäytyksellä vastaanottoon saapuvan uuden asiakkaan, näin hän tietää olevansa huomiossa ja seuraavana palveluvuorossa.” H2*

*”Hymyillään asiakkaalle, että asiakas ajattelee kaiken olevan ok, ettei asiakkaan tarvitse hermostua.” H3*

### 7.3 Kulttuurienvälisessä asiakaskohtaamisessa tarvittavat tiedot ja taidot

Kolmannessa teemassa selvitettiin mitä erikoistoiveita ulkomaalaisilla asiakkailla on, mitä erityistä ulkomaalaiset vaativat itse asiakaskohtaamisessa, ja miten kohtaamiset eroavat suomalaisiin nähden.

Erikoistoiveita olivat esimerkiksi seuraavat: monet haluavat ulkomaalaiset kylvyllisen huoneen, jotkut vaativat laukun kantoa huoneeseen, ja kylmyyden takia myös lisälämmittimiä on hotellihuoneeseen kaivattu. Adapterilainat ovat myös ulkomaalaisten asiakkaiden yleisimpiä kysymyksiä. Nykypäivänä tärkeää asiakkaille on nopea internet-yhteys olivat he suomalaisia tai ulkomaalaisia.

Haastatteluista ilmeni, että hotellivirkailijoiden mielestä ulkomaalainen ei vaadi itse asiakaskohtaamisessa mitään erityistä. Yksi haastateltavista vastasi, että palvelun täytyy olla nopeaa, ja ulkomaalaiset vaativat kohtaamisissa vähän ”small talkia”. Tuloksista ilmeni myös se, että kohtaamiset ovat samanlaisia, niin suomalaisten kanssa kuin ulkomaalaistenkin.

### 7.4 Ongelmatilanteet ja epäonnistuneet asiakaskohtaamiset

Haastateltavilta kysyttiin myös epäonnistuneista asiakaskohtaamisista sekä ongelmatilanteista. Tuloksista nousi esille venäläiset, ja heidän kielitaidottomuutensa. Suurimpia ongelmia on aiheutunut tilanteista, joissa ei ole ollut yhteistä kieltä asiakkaan kanssa. Osa haastateltavista koki, ettei epäonnistuneita kohtaamisia ole ollut, vaan kohtaamiset ovat menneet hyvin. Epäonnistuneita asiakaskohtaamisia ei ole välttämättä siinä tilanteessa huomattu, vaan tyytymättömyys palveluun on tullut jälkikäteen palautteessa ilmi, vaikka virkailijan mielestä kohtaaminen oli onnistunut. Tästä syystä aina ei voi tietää mitä asiakaskohtaamiselta odottaa.

*”Silloin tällöin ulkomaalainen saattaa polttaa huoneessa, eikä millään tunnu tajuvan että asia on kielletty.” H1*

*”Hankalin ulkomaalainen asiakas juopunut venäläinen, joka ei ymmärrä englantia.” H2*

*”Hankala tilanne, venäläisiä asiakkaita, jotka halusivat laskun sellaisella tavalla mitä ei voi tehdä. Heillä oli mukana onneksi tulkki, joka puhui venäjää, ja asia saatiin selvitettyä.” H3*

*”Venäläisryhmä, ei puhunut lainkaan englantia. Asiakkaat menivät ovelle demonstroimaan, että ei pääse sisälle. He saivat sanottua saunan, sitten mä koitin kaikkea et sauna ei ole tällä hetkellä päällä, että se on sillon ja silloin päällä. Asiakkaat näyttivät, että ovi on kiinni. Siitä sain selville, että saunan ovi oli ollut lukossa, ja menin avaamaan oven heille.” H3*

*”Ranskalainen mies, joka ei nähnyt tiettyä tv-kanavaa, soitteli koko yön respaan ja haukkui”. H5*

Miten haastateltavat kokivat onnistuneensa asiakaskohtaamisissa? Osa haastateltavista ei ollut kokenut sellaisia onnistuneita asiakaskohtaamisia, jotka olisi jäänyt erityisesti mieleen. Yksi haastateltavista kertoi onnistuneesta asiakaskohtaamisesta esimerkin, että asiakas kehuu palvelua kokonaisuutena joka päivä, ja kiittää siitä henkilökohtaisesti.

Tutkimuksessa haluttiin saada myös selville onko jokin tietty ulkomaalaisten ryhmä, jonka voisi nostaa esille niin hyvässä kuin huonossa mielessä. Vastauksista nousi esille kommunikointiongelmat venäläisten kanssa, ymmärtämisiongelmat intialaisten ja japanilaisten englanninkielen kanssa. Vastauksista nousi myös esille vaativat ranskalaiset sekä saksalaisten tarkkuus laskujen ja kuittien kanssa. Hyvässä mielessä esiin nousi rauhalliset ja ystävälliset japanilaiset sekä korealaiset. Venäläiset koettiin myös hyvässä mielessä, jos heidän kanssaan löytyy yhteinen kieli.

## 8 TULOSTEN YHTEENVETO

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää mahdollisimman tarkasti kulttuurienvälistä asiakaspalvelua hotellivirkailijoiden näkökulmasta. Tutkimustehtävänä oli selvittää miten ulkomaalaisia asiakkaita palvellaan, ja eroaako palvelu suomalaisiin nähden.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta asiakkaan palvelemisesta seuraavia asioita. Asiakasta palvellaan samalla tavalla kuin suomalaistakin, eli palvelussa ei ole eroja. Palvelu eroaa tietenkin siinä, että asiakasta palvellaan hänen omalla äidinkielellään tai vähintään englannin kielellä. Palvelu riippuu siitä mistä maasta hotellivieraat tulevat. Esimerkiksi brittiläisiä ja ranskalaisia teititellään, koska se kuuluu heidän tapoihinsa.

Tutkimuksessa selvisi miten virkailija toimii, kun asiakkaan kanssa ei löydy yhteistä kieltä. Silloin käyttöön otetaan perinteinen kynä ja paperi. Kirjoittamalla sanan tai piirtämällä kuvan asia saatiin selvitettyä. Tilanteissa, joissa asiakkaan kanssa ei yhteistä kieltä löydy, avuksi ovat olleet myös muut hotellivieraat, tai asiakas on hakenut esimerkiksi kollegansa avuksi. Hyvin harvoin tulee tilanne, jossa virkailija ja asiakas eivät ymmärtäisi mitään mitä toinen yrittää sanoa.

Sanattomassa viestinnässä on tärkeää katsekontaktin luominen sekä hymyileminen. Hotellivirkailijoilla on myös taito lukea asiakasta hyvin millaisella mielellä asiakas on, ja päätellä siitä millä tavoin häntä kohdellaan. Useimmat ulkomaalaiset hotellivieraat ovat hyvin ystävällisiä, ja näin virkailijakin yrittää olla vielä ystävällisempi.

Tutkimustuloksista nousi esille mitä erikoistoiveita ulkomaalaiset vaativat asiakas-kohtaamisissa. Niitä olivat palvelun nopeus, ja ulkomaalisten kanssa käytetään enemmän small talkia. Virkailijoiden mielestä ulkomaalainen ei vaadi itse kohtaamisessa mitään erityistä. Mitä ulkomaalaiset vaativat yöpymisen suhteen? Esille nousi, että monet haluavat kylvyllisen huoneen, laukunkannon huoneeseen, lisälämmittimen kylmyyden takia ja lainaksi adapterin, koska heidän johtonsa eivät sovi meidän sähköverkkoon. Nykypäivänä niin ulkomaalaisille kuin suomalaisillekin on tärkeää nopea internet-yhteys.

Tutkimuksessa nousi esille, millaisia ongelmatilanteita hotellivirkailijat ovat kohdanneet ulkomaalaisten asiakkaiden kanssa. Esille nousi venäläiset, ja heidän kieli-  
taidottomuutensa, tilanteet, joissa ei ole ollut yhteistä kieltä asiakkaan kanssa. Esille  
nousi myös kommunikointiongelmat venäläisten kanssa sekä ymmärtämisongelmat  
intialaisten ja japanilaisten englanninkielen kanssa. Haastateltavat pitivät ranskalaisia  
vaativina sekä saksalaisia tarkkoina laskujen ja kuittien kanssa. Tietyt ulkomaalisten  
ryhmät nousivat esille niin hyvässä kuin huonossa mielessä, kuten rauhalliset ja ystä-  
välliset japanilaiset sekä korealaiset. Venäläiset koettiin myös hyvässä mielessä, jos  
heidän kanssaan löytyy yhteinen kieli.

## 9 LUOTETTAVUUSTARKASTELU

Tutkimuksessa pyritään välttämään virheitä, mutta siitä huolimatta tulosten luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat. Reliaabelius eli luotettavuus tutkimuksessa tarkoittaa tulosten toistettavuutta. Eli tutkimus voidaan toistaa, ja tulokset pysyvät samana. Validius eli pätevyys tutkimuksessa tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä, mitä on tarkoituskin mitata. (Hirsjärvi ym. 2009, 231.)

Aineiston keräämisen laadukkuuteen voi vaikuttaa etukäteen suunnittelemalla hyvä haastattelurunko. Haastatteluvaiheessa laatua voi parantaa huolehtimalla teknisen välineistön kunnosta. Onko tallentamiseen tarkoitettu nauhuri, tutkimuksen haastattelurunko ja kysymykset kunnossa, ja mukana haastattelutilanteessa. Haastattelutilanteessa voidaan tarkistaa haastattelunrungosta onko kaikki kysymykset kysytyt vai täytyykö jotakin vielä tarkentaa. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 184.)

Tutkimuksen luotettavuutta parantaa tutkijan tarkka selostus tutkimuksen toteuttamisesta. Tarkkuutta täytyy olla tutkimuksen kaikissa vaiheissa. Miten aineisto on tuotettu, on kerrottava tarkasti ja totuudenmukaisesti. Haastattelututkimuksessa kerrotaan, esimerkiksi olosuhteista ja paikoista, joissa tutkimus on suoritettu. Kun tutkimus on tehty, ja tuloksia aletaan tulkita, tutkijalta vaaditaan taitoa punnita vastauksia ja perustella tulkintojansa. Lukijaa helpottaa tutkimukseen tutustuesssa, jos tuloksiin lisätään suoria lainauksia tehdyistä haastatteluista. (Hirsjärvi ym. 2009, 232-233.)

Tutkimusta suunniteltaessa mietin ensin millä tavalla saan mahdollisimman tarkan ja luotettavan aineiston tutkimukselleni. Tämän vuoksi päädyin teemahaastatteluun, näin sain kohdata kasvokkain tutkittavat, ja teemahaastattelun avulla sain hyvin tarkan aineiston tutkimukselleni. Tuloksia halusin elävöittää suorilla lainauksilla haastatteluista, näin lukijan mielenkiinto säilyy, ja tiedetään miten tutkittavat ovat oikeasti vastanneet kysymyksiin.

Haastattelun luotettavuuteen vaikuttaa haastattelutilanne. Missä tilanteessa haastatellaan, esimerkiksi tapahtuuko se työn ohessa vai haastateltavan vapaa-aikana. Työaikana tehty haastattelu yleensä keskeytyy, kun haastateltavan täytyy palvella välillä

asiakkaita. Vapaa-ajalla haastateltava keskittyy enemmän haastatteluun. Haastatteluun vaikuttaa myös se, että määrääkö esimies sen, ketä saa osallistua haastatteluun. Haluaako esimies tietyn työntekijän haastattelun, koska esimerkiksi hän tietää työntekijän taustoja.

Haastatteluun vaikuttaa myös se, onko haastattelutilanteessa muita paikalla kuin haastattelijaa ja haastateltava. Esimerkiksi esimiehen läsnäolo haastattelutilanteessa tai miettiikö haastateltava, lukeeko esimies tehdyt haastattelut. Tämä voi johtaa siihen, että haastateltava haluaa antaa hyvän kuvan niin itsestään työntekijänä sekä edustamastaan yrityksestä.



## 10 POHDINTA

Tämän tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että ulkomaalaisten asiakkaiden palveleminen on samanlaista kuin suomalaisten asiakkaiden palveleminen. Eroavaisuuksia palvelemisessä ilmeni, esimerkiksi millä kielellä asiakasta palvellaan, ja mitä käytäntöjä palvelemisessä on eri kulttuureissa. Tutkimustehtävään saatiin vastaus eli miten ulkomaalaisia asiakkaita palvellaan, ja eroaako palvelu suomalaisiin nähden. Tämän lisäksi saatiin selville se, että minkälaisia asiakkaita ulkomaalaiset ovat. Teoriaosuudessa käsittelemäni asiat nousivat esiin haastateltavien vastauksista, ja näin ollen tukivat toisiaan.

Olen oppinut paljon tämän tutkimuksen aikana niin hotellin toimintaympäristöstä, hotellivirkailijan työstä, kulttuureista ja asiakaskohtaamisesta. Olen ymmärtänyt miten hotellivirkailijat toimivat ja palvelevat ulkomaalaisia asiakkaita, ja mitä eroavaisuuksia kohtaamisissa on. Asiakaskohtaamisissa olevat erot johtuvat siitä, että miten eri kulttuureissa toimitaan ja käyttäytyään. Olen oppinut keräämään aineistoa tutkimusta varten. Tässä tutkimuksessa aineistonkeruumenetelmänä oli teemahaastattelu. Teemahaastattelun avulla sain kysymyksiini mahdollisimman laajat vastaukset, ja pystyin ohjaamaan haastattelutilannetta. Teemahaastattelu toimi minusta hyvin tässä tutkimuksessa, koska pystyin muokkaamaan kysymyksiä haastattelutilanteen mukaan, sekä henkilökohtaisessa haastattelussa pystyin havainnoimaan ja huomaamaan tutkimuksen kannalta tärkeitä asioita, joita esimerkiksi lomakehaastattelussa ei tulisi ilmi.

Haastatteluja hotellivirkailijoille olisi voinut tehdä enemmän, jotta tuloksista olisi tullut vielä monipuolisemmat. Näin tutkimuksen luotettavuus olisi parantunut. Neljän eri hotellin hotellivirkailijan vastaukset olivat suurin piirtein samanlaisia, useammalla haastattelulla olisi varmaan saatu joko poikkeavuutta tai sitten enemmän yhteneväisyyttä tutkimustuloksiin.

Omasta mielestäni tutkimus onnistui hyvin. Työni aihe oli hyvin mielenkiintoinen, ja siksi sitä olikin mukava tehdä. Alussa ongelmia tuotti se, että en oikein osannut yhdistää asioita, jotka liittyvät tähän tutkimukseen. Teoriaosuuden kokoamisen jälkeen

aloin suunnittelemaan haastattelun kysymyksiä, ja sen perusteella haastattelua. Mihin sitten suuntaisin haastatteluni? Ajattelin, että haastattelin Rauman seudun hotelleja ainoastaan. Tämä johtui siitä, että siellä työskentelevillä hotellivirkailijoilla olisi eniten kokemusta ulkomaalaisista hotellivieraista, koska Rauman seudun hotelleissa yöpyy ja asuu paljon ulkomaalaisia Olkiluodon ydinvoimalan takia. Otin yhteyttä Rauman seudun hotelleihin, ja pyysin saada haastatella hotellien vastaanottovirkailijoita. Haastatteluja oli vaikeampi saada kuin olin ajatellut. Haastattelut eivät menneet niin kuin olin kuvitellut. Rauman seudun hotellivirkailijat pitivät ulkomaalaisia tavallisempina hotellivierailijoina kuin suomalaisia eli suomalainen oli heille se harvinaisempi hotellivieras. Tämän takia päätin laajentaa haastatteluja myös Porin seudun hotelleihin, jotta saisin haastatella myös sellaisia hotellivirkailijoita, joille ulkomaalaiset hotellivieraat olisivat harvinaisempia kuin suomalaiset hotellivieraat.

Haastattelun tehtyäni aloin purkamaan tutkimusaineistoa. Purettuani aineiston, aloin kokoamaan sitä tähän työhöni. Tutkimuksen tuloksia oli minusta helpompi kirjoittaa kuin teoriaa. Tulosten valmistuessa, täydensin vielä teoriaa, jotta siitä tuli mahdollisimman monipuolinen ja laaja.

Työn merkitys tilaajalle: Opinnäytetyössä suoritettujen haastattelujen kautta saamme arvokasta tietoa erityisesti vuorovaikutteisesta kulttuurienkohtaamisesta hotellikontekstissa. Tältä aihealueelta meillä ei ole aiempaa tutkimustietoa, joten tuloksia pystymme hyödyntämään hankkeessamme erittäin hyvin. Lisäksi itse hotellikontekstissa hankittua tutkimustietoa vuorovaikutustilanteista meillä on hankkeessa hankittu melko vähän. Tämä aineisto tulee siis todelliseen tarpeeseen. (V.Salo henkilökohtainen tiedonanto 17.4.2014.)

## LÄHTEET

- Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Helsinki: WSOY
- Alakoski, L. Hörkkö, P. Lappalainen, H. 2006. Hotellin vastaanoton operatiivinen toiminta. Helsinki: Restamark
- Brännare, R. Kairamo, H. Kulusjärvi, T. Matero, S. Majoitus- ja matkailupalvelu. 2005. Helsinki: WSOY
- Eräsalo, U. 2011. Palvelu ammattina. Helsinki: Restamark
- Frisk, O. & Tulkki, H. 2005. Kulttuuriavain. Helsinki: Otava
- Hakala, A. 2010 Bisnes etiketti- Tapakulttuuria meillä ja maailmalla. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu
- Hemmi, M. & Lahdenkauppo, M. 2002. Avec, asiakaspalvelua ravintolassa. Porvoo: WS Bookwell Oy
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu, teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino
- Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Helsinki: Tammi
- Infopankin www-sivut. 2014. Viitattu 11.04.2014. <http://www.infopankki.fi>
- Lewis R. D. 2006. When cultures collide. Boston: Nicholas Brealey International
- Marckwort, A. & R. 2011. Ole hyvä asiakaspalvelija vaativissa tilanteissa. Helsinki: Yrityskirjat Oy
- Matkailun edistämiskeskus. Majoitustilasto tammikuu-joulukuu 2013. Viitattu 12.03.2014. <http://www.mek.fi/tutkimukset-ja-tilastot/majoitustilastot/kuukausitilasto/>
- Matkailu- ja ravitsemisalalan osaamistarveraportti. Opetushallituksen raportit ja selvitykset. 2012. Viitattu 11.01.2014. [http://www.oph.fi/download/141064\\_987587\\_MARA-osaamistarveraportti\\_VERKKO.pdf](http://www.oph.fi/download/141064_987587_MARA-osaamistarveraportti_VERKKO.pdf)
- Mikluha, A. Kommunikointi eri maissa. 1998. Helsinki: Kauppakamari Oy
- Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2008. Hotellivaraukset. Helsinki: Restamark
- Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2010. Hotellivaraukset- Majoitusala tutuksi. Helsinki: Restamark

Salo, V. 2014. Lehtori. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Pori. Henkilökohtainen tiedonanto 17.4.2014

Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Helsinki: Kauppa-  
mari

Haastattelun kysymykset

## VASTAANOTON TYYPILLISEMMÄT KULTTUURIENVÄLISET ASIAKASKOHTAAMISET

Missä tilanteissa kohtaat ulkomaalaisen asiakkaan?  
Kuvaile näitä tilanteita asiakaskohtaamisissa.

## VUOROVAIKUTUS ASIAKASKOHTAAMISESSA

Miten palvelet ulkomaalaista asiakasta? Kerro esimerkki niin onnistuneesta kuin epäonnistuneesta asiakaskohtaamisesta ulkomaalaisen kanssa.

Miten ulkomaalaisen asiakkaan palveleminen eroaa suomalaisen asiakkaan palvelemisesta?

Miten toimit tilanteissa, jossa ei ole olemassa yhteistä kieltä asiakkaan kanssa?  
Miten sanaton viestintä tulee esiin asiakaskohtaamisessa? (*sanatonta viestintää: kehon asento, liikkuminen palvelutilanteessa, ilmeet ja eleet, katsekontakti, äänenpainot ja sanat sekä oman innostuneisuuden näyttäminen*)

Jos asiakas ei ymmärrä asiaa, mitä teet jotta saat asiakkaan ymmärtämään asian?

Millaisia ongelmatilanteita esiintynyt asiakaskohtaamisissa ulkomaalaisten kanssa, miten niistä on selvitty?

Onko jokin tietty ulkomaalaisten ryhmä, jonka voi nostaa esiin niin hyvässä tai huonossa mielessä tämän yhteydessä?

## KULTTUURIENVÄLISESSÄ ASIAKASKOHTAAMISESSA TARVITTAVAT TIEDOT JA TAIDOT

Mitä erikoistoiveita ulkomaalaisilla asiakkailla on?

Mitä erityistä ulkomaalaiset vaativat asiakaskohtaamisissa?

Miten kohtaamiset poikkeavat suomalaisten kohtaamisista?