

Erika Laaksonen

# TYKKIMÄKI RESORTIN KOKOUSPALVELUIDEN KEHITTÄMINEN

Opinnäytetyö

Matkailu- ja ravitsemisalan ammattikorkeakoulututkinto

Matkailu- ja palveluliiketoiminnan koulutus (amk)

2023



**Kaakkois-Suomen  
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Restonomi (AMK)
Tekijä/Tekijät	Erika Laaksonen
Työn nimi	Tykkimäki Resortin kokouspalveluiden kehittäminen
Toimeksiantaja	Kymen seudun osuuskauppa, Tykkimäki Resort
Vuosi	2023
Sivut	23 sivua, liitteitä 2 sivua
Työn ohjaaja	Tiina Tuovinen

## TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön aiheena on Tykkimäki resortin kokouspalveluiden kehittäminen. Tässä opinnäytetyössä tutkittiin kokousasiakkaan palvelupolkua eri kontaktipisteiden avulla sekä perehdyttiin siihen, mistä muodostuu palvelun laatu.

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää asiakkaan asiakaskokemuksen taso ja perehtyä asiakkaan palvelupolkuun aina varaamisesta vierailun päättymiseen asti, sekä selvittää kuinka tyytyväisiä asiakkaat olivat vierailuunsa. Tutkimuksessa haluttiin myös selvittää kokoustekniikan käyttöön ja kokousruokailuihin liittyviä seikkoja. Tutkimukseen osallistettiin marras- ja joulukuussa 2022 vierailleet kokousasiakkaat. Tutkimus antaa toimeksiantajalle tietoa ja työkaluja parantamaan palvelun laatua ja asiakastyytyväisyyttä.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin määrällistä- eli kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Tällaisia menetelmiä ovat kyselytutkimus ja havainnointi. Webropol-työkalun avulla luotiin asiakastyytyväisyyskysely ja analysoitiin kyselyyn saadut vastaukset. Asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin sähköisessä muodossa, joka jaettiin asiakkaalle QR-koodina ja linkkinä sähköpostitse.

Tutkimuksen tulokset osoittivat, että uutena kohteena Tykkimäki resort vetää puoleensa paljon kokousasiakkaita ja palveluihin oltiin todella tyytyväisiä. Kokoustilojen ulkoasuun oltiin tyytyväisiä ja palvelua pidettiin ystävällisenä ja asiantuntevana. Kriittistä arvostelua sai selkeästi eniten kokoustilojen sijainti, sekä tilasta erillisessä rakennuksessa sijaitsevat wc-tilat.

Tutkimuksen tuloksien perusteella tutkija loi Tykkimäki resortille kehitysehdotuksia, joissa huomioitiin ne palvelupolun kohteet, jotka nousivat esiin asiakas-tyytyväisyyskyselyssä. Havainnoinnin avulla tutkija antoi toimeksiantajalle myös ehdotuksia palveluiden kehittämiseen pitkäjänteisesti.

**Asiasanat:** Palvelupolku, palvelun laatu, kyselytutkimus, kokouspalvelut, tutkimus- ja kehittämistoiminta

Degree title	Bachelor of Hospitality Management
Author (authors)	Erika Laaksonen
Thesis title	Development of Congress services for Tykkimäki resort
Commissioned by	Kymi Region Cooperative Society, Tykkimäki resort
Time	2023
Pages	23 pages, 2 pages of appendices
Supervisor	Tiina Tuovinen

## ABSTRACT

The objective of the thesis was to develop congress services at Tykkimäki resort. Also, the objective was to study the congress customers' journey as well as to find out what are the factors that make up quality of service.

The main objective of the thesis was to determine the customer experience at Tykkimäki resort. The customer experience was examined through the entire customer journey from booking until the end of the visit, as well as finding out how contented the customers were during their stay. The purpose of the thesis was also to find out how well the meeting technology works. The thesis gives information and tools for improving the quality of service and customer experience at Tykkimäki resort. The responses were gathered in November and December 2022.

The thesis was implemented using quantitative research methods, the most typical of which include surveys and observation. The quantitative data for this thesis was gathered using an online questionnaire on the Webropol webpage. The customers answered the survey via a QR code.

The results of the study indicate that the congress customers are pleased with the service. The customers were satisfied with the appearance of the meeting room and the service was considered good. There was some critical feedback about the location of the meeting room, as well as the sanitary facilities that were in a different building as the actual meeting room.

The results of this study helped to create development suggestions for Tykkimäki resort. Using observation, the researcher also gave suggestions for the commissioner for developing services in the long run.

**Keywords:** customer journey, quality of service, survey, meeting services, research and development activities

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	7
2	TOIMEKSIANTAJA ESITTELY .....	8
2.1	Kymen Seudun Osuuskauppa .....	8
2.2	Tykkimäki Resort .....	8
2.3	Tykkimäki Resort kokouspaikkana.....	8
2.4	Tykkimäki Resortin kokouspaketit.....	9
3	PALVELU .....	10
3.1	Palvelumuotoiluprosessi .....	10
3.2	Palvelun laatu .....	11
3.3	kokouspalvelut.....	13
3.4	Palvelupolku .....	14
3.5	Tykkimäki resortin kokousasiakkaan palvelupolku.....	15
3.5.1	Esipalvelu .....	15
3.5.2	Ydinpalvelu .....	16
3.5.3	Jälkipalvelu .....	16
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	17
4.1	Tutkimuskysymykset.....	17
4.2	Tutkimusmenetelmät .....	17
4.3	Asiakastyytyväisyyskysely .....	18
5	TUTKIMUSTULOKSET .....	19
6	TUTKIMUKSEN RELIAABELIUS JA VALIDIUS .....	24
7	KEHITTÄMISEHDOTUKSET .....	25
8	POHDINTA .....	27
	LÄHTEET.....	30

## LIITTEET

Liite 1. Asiakastyytyväisyyskysely

# 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on kehittää Tykkimäki resortin kokouspalveluita. Työn tutkimuskysymyksiä ovat: Millaisella tasolla Tykkimäki resortin kokousasiakkaiden asiakastyytyväisyys on? Onko kokouksien varaaminen ja kokoustilaan saapuminen sujuvaa? Vastaako Tykkimäki resortin palvelu kokousasiakkaiden odotuksia?

Tämän työn toimeksiantajana on Tykkimäki resort, joka on osa Kymen Seudun Osuuskaupan matkailun toimialaa. Työn aihe sovittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Opinnäytetyön eri vaiheissa yhteistyötä tehtiin Tykkimäki resortin palvelupäällikön, resortpäällikön, sekä keittiöpäällikön kanssa.

Tykkimäki resortin kokousasiakkaiden tyytyväisyyttä mitattiin kyselytutkimuksella, joka luotiin Webropol-työkalun avulla. Kysely toteutettiin sähköisenä lomakkeena. Asiakkaat tavoitettiin sähköpostitse ja kohderyhmäksi kyselyyn valikoitui marras- ja joulukuun 2022 aikana Tykkimäki resortilla vierailleet kokoustajat. Kyselyä varten vastauksia kerättiin vain kokouksien varaajilta, sekä kokouksien johtohahmoilta. Teoreettinen viitekehys koostuu asiakkaan palvelupolun, asiakaskokemuksen, asiakastyytyväisyyden ja palvelumuotoilun teorioiden määrittelystä.

Digitalisaatio kehittää palveluita monella alalla, niin myös matkailu- ja ravitsemisalalla. Kokouspalveluiden osalta muutos näkyy siten, että etä- ja hybridikokoukset ovat lisääntyneet ja digitalisaation on todettu tuovan helpotusta arkeen. Kokoustekniikan toimivuus on noussut erittäin tärkeään rooliin. Etäkokouksien suosio on isossa kasvussa ja Covid-19-virus on vaikuttanut kokouksien turvallisuuden huomiointiin. Viruksen aikainen ajanjakso on lisännyt kokousasiakkaiden kiinnostusta elämyksellisiä kokouksia kohtaan. Kokoustilojen-, tarjoilujen- ja aktiviteettien odotetaan olevan astetta parempia. Tulevaisuuden kokouksissa on tärkeää kiinnittää huomiota myös ekologisuuteen. (Aarnio 2021.)

## **2 TOIMEKSIANTAJA ESITTELY**

Tässä luvussa esitellään työn toimeksiantaja yritys Tykkimäki Resort, joka kuuluu Kymen Seudun Osuuskauppaan. Kohde on ainutlaatuinen, sillä se on ainoa Resort kokonaisuus S-ryhmällä. Kohde avautui yleisölle kesäkuussa 2022. (Tykkimäkiresort.fi 2022)

### **2.1 Kymen Seudun Osuuskauppa**

Kymen Seudun Osuuskauppa, eli KSO pitää sisällään eri toimialojen kohteita, kuten market- ja tavaratalokauppaa, matkailu- ja ravitsemiskauppaa sekä liikennemyymälä- ja polttonestekauppaa. Kymen Seudun Osuuskauppa tarjoaa palveluja noin 100 toimipaikassa Kymenlaaksossa. Kymen Seudun Osuuskaupan asiakasomistajia on yli 86 500 kymenlaaksolaista kotitaloutta ja se työllistää 1 600 eri ammattialojen osaajaa. (KSO 2022)

### **2.2 Tykkimäki Resort**

Tykkimäki resort on kotimaanmatkailun uusin kohde Kouvolassa. Tykkimäki resort avautui yleisölle kesäkuussa 2022. kohde on avoinna ympäri vuoden ja palvelee niin perheitä, pariskuntia, kaveriporukoita, kuin myös työmatkailijoita ja kokoustajia. Tykkimäki resort koostuu caravan- ja camping-alueesta, joka palvelee myös telttailijoita. Alueella on erikokoisia majoitusvaihtoehtoja, joista osassa on myös drop-porealtaat. Tykkimäki resortilla on varattavissa erilaisia saunomisvaihtoehtoja, tiloja kokouksia varten, ympärivuotisesti palveleva á la carte-ravintola, sekä mahdollisuus harrastaa erilaisia aktiviteetteja. Tykkimäki resortin välittömässä läheisyydessä on yhteistyökumppani Saimaan paljon-aktiviteetti vuokrauspiste. Tykkimäki resortin lähistöllä sijaitsee myös frisbeegolfrata, Kouvolan kaupungin luontopolku, sekä saman lammen rannalla sijaitsee Kouvolan kaupungin suosittu uimaranta lentopallokenttineen. (Tykkimäkiresort.fi 2022.)

### **2.3 Tykkimäki Resort kokouspaikkana**

Tykkimäki Resort on ainutlaatuinen kokousympäristö sijaintinsa vuoksi. Saatavilla on kaksi virallista kokoustilaa: Riihi ja Paviljonki. Näistä kahdesta Riihi on



perinteisempi kokoustila, koska se sijaitsee erillisessä palvelurakennuksessa. Paviljonki sijaitsee lammen rannassa ja sijoittuu alueen isojen huviloiden väliin ja on näin ollen rennompai vaihtoehto. Riihi sopii tavanomaiseen kokoustamiseen, kun taas Paviljonki on parempi valinta, jos kokoustamiseen lisätään yöpyminen. Kulku kokoustilasta villaan sujuu tilojen välisen oven kautta sisätiloissa.

## **2.4 Tykkimäki Resortin kokouspaketit**

Tykkimäki resortilla kokouksia räätälöidään kuhunkin tarpeeseen sopiviksi. Kaikki kokouspaketit ovat varattavissa vähintään kuudelle hengelle. Tarjolla on myös kolme valmista kokouspakettia: puolen päivän Resort- kokous, koko päivän Resort- kokous ja Resort All inclusive. (Tykkimäki resort 2022.)

Puolen päivän kokouspaketti sisältää lounaan Lammenranta kitchen & barissa, sekä aamu- tai iltapäiväkahvituksen. Puolen päivän kokouspaketissa kokoustila on asiakkaan käytössä alle kuuden tunnin ajan. Puolen päivän paketti kustantaa 39,50 €/henkilö. (Tykkimäki resort 2022.)

Koko päivän kokouspaketti eroaa puolen päivän paketista siten, että lounaan lisäksi hintaan kuuluu sekä aamu-, että iltapäiväkahvitukset. Koko päivän paketissa kokoustila on asiakkaan käytössä koko päivän ajan. Hintaa tällä paketilla on 49,00 €/henkilö. (Tykkimäki resort 2022.)

Tykkimäki resortin fiinein kokouspaketti Resort All Inclusive- pitää sisällään kaiken, mitä voi kaivata ikimuistoiseen kokoustamiseen. Kokouspaketti pitää sisällään alkumaljat, yden kahvituksen, sekä lounaan Lammenranta kitchen & barissa. Kokoustila on asiakkaan käytössä kuuden tunnin ajan ja päivään sisältyy vapaavalintainen, ohjattu kauden aktiviteetti.

Kokouspakettiin sisältyy kahden ruokalajin fiinimpi illallinen alkumaljoineen Lammenranta Kitchen & Barissa. Noutopöytäaamiainen Lammenranta Kitchen & Barissa kuuluu myös pakettiin. Hintaa paketilla on 166 €/henkilö. (Tykkimäki resort 2022.)

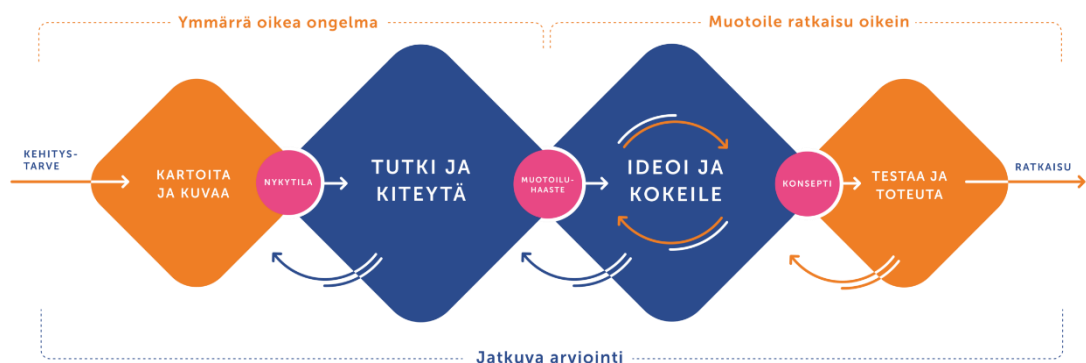
Aktiviteetin toteuttaa Tykkimäki resortin yhteistyökumppani Saimaan Palju. Kauden mukaan tarjolla on laaja kattaus erilaisia aktiviteetteja. Saatavilla on aina hyvälaatuiset ja uudet välineet urheiluun, sekä trendien mukaan kiinnostavimmat lajit. (Tykkimäki resort 2022.)

### 3 PALVELU

Tässä luvussa perehdytään palveluun. Mistä koostuu palvelun laatu? Minkälainen on palvelumuotoiluprosessi? Luvussa esitellään palvelupolku ja sen vaiheet.

#### 3.1 Palvelumuotoiluprosessi

Palvelumuotoilulla tarkoitetaan palveluiden ja liiketoiminnan ihmislähtöistä kehittämistä. Palvelumuotoiluprosessi määrittelee, miten palveluiden kehittäminen etenee. Erilaisten kaavioiden avulla on helppo suunnitella oma toiminta siten, että se vastaa haluttua lopputulosta ja asiakkaiden tarpeita. Palvelumuotoiluprosessi jaetaan tyypillisesti neljään osaan. Prosessin vaiheet esiteltynä kuvassa 1.



Kuva 1. Palvelumuotoiluprosessin vaiheet (Palvelumuotoilu Palo 2018)

Prosessi alkaa nykytilan **kartoittamisesta**, jossa selvitetään mahdollisuudet ja haasteet. Tämän vaiheen aikana selvitetään olemassa oleva asiakastieto, sekä kuunnellaan, mitä tietoa henkilökunnalla on. Kartoittamisen yhteydessä asetetaan mittarit ja sovitaan yhdessä liiketoiminnallisista tavoitteista. Erinomainen tutkimusmenetelmä tässä vaiheessa on kyselytutkimuksen laatiminen. (Palvelumuotoilu Palo. 2018).

Prosessin toisessa vaiheessa syvennyttään asiakkaiden todelliseen tarpeeseen. Tavoitteena on **tutkia ja kiteyttää**, eli laajentaa näkemystä haasteesta. Vaiheen aikana kerätystä tiedosta valitaan tärkeät näkökulmat ja tieto kasaan sellaiseen muotoon, että sitä on helppo jakaa ja hyödyntää palvelun kehittämisessä. Tämän vaiheen suositeltu tutkimusmenetelmä on havainnointi. (Palvelumuotoilu Palo. 2018.)

Kolmas vaihe pitää sisällään **ideointia** ja nopeita **kokeiluja**. Vaiheen aikana kehitetään olemassa olevista tiedoista mahdollisimman paljon vaihtoehtoisia ratkaisuja. Nopeiden kokeilujen avulla saadaan kustannustehokkaasti tietää, mitkä ratkaisuista ovat elinkelpoisia ja joita kannattaa jatkokehittää. (Palvelumuotoilu Palo. 2018.)

Prosessin viimeisessä vaiheessa valitut uudet ratkaisut viimeistellään, **toteutetaan** ja viedään markkinoille. Toteutusta tukevat erilaiset yksityiskohtaiset dokumentoinnit ja mallintamismenetelmät, joilla kuvataan ja viimeistellään palvelukokonaisuus. Viimeistelyn osana voidaan **testata** uudistusta oikeassa palveluympäristössä. (Palvelumuotoilu Palo. 2018.)

### 3.2 Palvelun laatu

Miksi asiakkaille kannattaa tarjota hyvää palvelua? Mistä laadukas palvelu koostuu?

Yrityksen menestystekijänä on osaava henkilökunta. Hyvä asiakaspalvelija on kehityshakuinen, tyytyväinen työhönsä ja ympäristöönsä. Hänellä on hyvä itsetunto, vahva ammattitaito ja asiantuntemus, kyky käsitellä erilaisia ihmisiä. (Aarnikoivu 2005, 58). Motivoitunut työntekijä pyrkii tekemään parhaansa, mikä näkyy palvelun laadussa. Tyytyväinen asiakas ostaa uudelleen, mikä takaa yritystoiminnan jatkuvuuden. Informaatioyhteiskunnan kehittyessä asiakas on yhä vaativampi ja kriittisempi kuin aiemmin. Asiakas vaatii sekä laadukasta asiakaspalvelua, että halpaa hintaa. Laadukkaan asiakaspalvelun ja halvan hinnan yhtälöön vastaaminen on todella haasteellista, koska yritysten jatkuvuuden edellytys on ja tulee olemaan voiton tuottaminen. (Aarnikoivu 2005, 14.)

Ravintola- ja matkailualaa on vaivannut pitkään työvoimapula, joka on osittain kiihtynyt covid-19-viruksen aikana. Matkailu- ja ravintola-alan edunvalvontajärjestö Mara on arvioinut, että 10 000–20 000 ravintola-alan ammattilaista on ehtinyt vaihtaa alaa koronapandemian aikana. Pandemia sulki ravintoloita, joten iso osa alan ammattilaisista haki töitä muista tehtävistä. Pandemia hellittäessä ja ravitsemispalveluiden taas avautuessa nämä ammattilaiset eivät palanneetkaan. Osa palasi koulun penkille ja osa jäi uusiin töihin. (Collin ym. 2022) Tällaisen tilanteen edessä mara-ala on joutunut palkkaamaan töihin ne henkilöt, jotka paikkoja ovat suinkin hakeneet. Tämän myötä on havaittu palvelun laadun tason laskua ammattitaidottoman henkilöstön myötä. Jatkuvat rekrytoinnit, nopeat perehdytykset ja kiihtyvä kauppa ei ole otollinen tilanne kouluttaa uutta tekijää alalle työn kautta. Pieni määrä ammattitaitoisia perehdyttäjiä eivät saa yhtä laadukasta tulosta aikaan, kuin useampi osaava perehdyttäjä valmiiksi ammattitaitoista henkilöä perehdyttäessä.

Yritysten vastuulle on jäänyt iso osa uusien osaajien kouluttamisesta. Opiskelusta tehdään yhä enemmän työelämälähtöistä, joka tarkoittaa esimerkiksi opisopimuskoulutusten lisääntymistä. Tällä tavoin alalle saadaan nopeammin osaavaa henkilökuntaa, mutta opettaminen on järjesteltävä yrityksessä suunnitelmallisesti, jotta tällainen onnistuu laadukkaasti. Tämän hetken tärkein valttikortti alan yrityksille on houkutteleva palkka, jotta ammattilaiset palaisivat mm. helppoista kaupanalan työpaikoista, joissa lisätkin ovat paremmat matkailu- ja ravitsemisalaan nähden. Työnantajilla on iso rooli siinä, että alan mielenkiinto nousee ja houkuttelevuus alan opiskelupaikkoja kohtaan kasvaisi. (Collin ym. 2022.)

Palvelun laatu määrittyy jo yrityksen kotisivuista lähtien. Mitä sivuilla ja mainoksissa luvataan? Voidaanko nämä lupaukset lunastaa? Isojen yritysten markkinoinnissa haasteellista on kohdentaa markkinointi yrityksen tarjoamaan. Ymmärtääkö markkinointitiimi, millaisella tasolla yrityksen henkilöstön ammattitaito on? Ostamaan houkuttelu on taitolaji, mutta nykyään myös helppoa, kun sosiaalisen median pariin on hakeutunut laaja joukko eri-ikäisiä käyttäjiä. Ostos onnistumiseen vaikuttavat kuitenkin monet tekijät. (Aarnikoivu 2005, 24)

Ratkaiseva tekijä on asiakkaan kokemus ostotapahtumasta, asiakkaalle syn-tyvä lisäarvo asioinnista yrityksen kanssa, joka vaikuttaa asiakkaan kokemukseen ja mielikuvaan koko yrityksestä. Yrityksen täytyy pystyä aina tuottamaan asiakkaalle lisäarvoa asiakassuhteen syntymiseksi ja jatkuvuuden ylläpitä-miseksi. (Aarnikoivu 2005, 24)

### **3.3 kokouspalvelut**

Tässä luvussa käsitellään sitä, mikä on kokous ja mitä kokouspalveluihin kuu-luu. Luvussa esitellään myös kokouksien erilaisia rooleja. Luvussa myös eri-tellään kokous, neuvottelu ja palaveri toisistaan.

Olipa kyse sitten työ- tai harrastuselämästä, yhteistyön sujuvuus on tärkeää. Työpaikoilla, sekä muissa yhteisöissä, joissa asioita tehdään yhdessä tiiminä, osallistutaan erilaisiin tapaamisiin, palavereihin, neuvotteluihin ja kokouksiin, mitä pidetään niin työyhteisön, asiakkaiden kuin muiden yhteistyökumppanei-den kanssa. Näitä pidetään usein kasvokkain, mutta yhä enenevässä määrin myös verkossa. Keskustelun, neuvottelun ja kokouksen tyyppi puhekielessä on usein hyvin samanlainen, mutta oikeasti niillä on työelämässä viralliset merkitykset. (Työelämässä, s.a..)

Keskustelu voi olla nopea mielipiteiden vaihto, jonka aikana ei tehdä virallisia päätöksiä. Keskustelussa kuunnellaan toisen mielipide ja saatetaan sopia aika virallista tapaamista varten. Osapuolilla on tarve sopia yhteisistä asioista yh-teisen lopputuloksen saavuttamiseksi. Keskustelu ja neuvottelu eroaa toisis-taan siten, että neuvottelusta tehdään muistio. (Työelämässä.com)

Palaveri on neuvottelua epävirallisempi, jonka aikana tavallisesti käydään läpi mennyttä ja tarkistetaan nykytilanne. Palaverissa sovitaan virallisempien ko-kouksien aikatauluja ja suunnitellaan tulevien kokouksien runkoa ja ohjelmaa. Palaveri on hyvä tilaisuus ryhmäytyä ja kokousta rennosti. (Työelä-mässä.com)

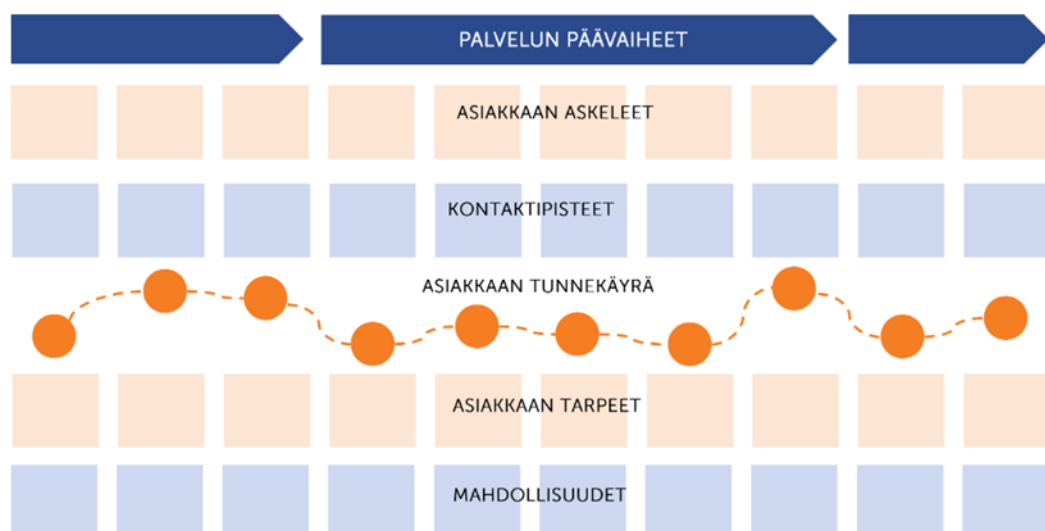
Kokoustamiseen liittyy muutamia vakiintuneita käytäntöjä ja rooleja, joita nou-datetaan virallisissa kokouksissa. Näiden avulla taataan, että kokous on oi-

keudenmukainen. Yleisesti kokouksessa tarvittavia erilaisia rooleja voi olla puheenjohtaja, joka vie kokouksen aiheet läpi ja toimii johtohahmona. Sihteeri valmistelee kokouksen yhdessä puheenjohtajan kanssa ja kirjaa muistiin käydyt ja sovitut asiat. Loput henkilöt kokouksessa ovat osallistujia, joiden vastuuna on myös kertoa mielipiteensä ja edesauttaa yhteisiin sopimuksiin pääsyä.

Kokoustyyppejä on monia erilaisia, virallisia ja epävirallisia. Jokaisen kokouksen päämäärä on sopia hyvässä yhteishengessä yhteisiä asioita. Virallisia kokouksia ohjaa tietyt lait, jonka vuoksi on erittäin tärkeää, että roolit ovat selvillä ja kokouksesta tehdään asianmukaiset dokumentit, kutsut ja esityslistat. (Työelämässä, s.a..)

### 3.4 Palvelupolku

Palvelupolku kuvaa asiakkaan matkaa koko palvelun ajan. Palvelupolku jakautuu erilaisiin kontaktipisteisiin, joissa asiakas kokee palveluhetkiä. Palvelupolku seuraa aina samanlaista aikajanaa, mutta kontaktipisteet ovat aina erilaiset, kunkin yrityksen tarjontaan nähden. Palvelupolusta on monenlaista hyötyä. Tyypillisesti sen avulla voidaan kehittää toimintaa, mutta myös perehdyttää henkilökuntaa (Palvelumuotoilu Palo. 2018).



Kuva 2. Palvelupolun rakenne (Palvelumuotoilu Palo. 2018)

Palvelupolku on erinomainen työkalu, kun toimintaa halutaan ymmärtää ja kehittää. Kaikki alkaa palvelun päävaiheiden, eli ennen – aikana – jälkeen ymmärtämisellä. Palvelupolussa syvennyttään myös asiakkaan ajatuksien ja tunteiden tasolle: Mitä nähdään, haistetaan ja kuullaan? Näiden huomiointi tuottaa paljon hyviä ratkaisuihin eli mahdollisuuksia parantaa asiakkaan kokemusta. (Palvelumuotoilu Palo. 2018).

### **3.5 Tykkimäki resortin kokousasiakkaan palvelupolku**

Tässä luvussa esitellään Tykkimäki resortin palvelupolku ja polun kontaktipisteet. Polku jaetaan esipalvelu, ydinpalvelu ja jälkipalvelu vaiheisiin. Tällaisen jaottelun avulla palvelupolun vaiheet on helppo ymmärtää ja niistä voi kertoa laajemmin. (Miettinen, S. 2010.)

#### **3.5.1 Esipalvelu**

Tykkimäki resortin kokouspalveluiden palvelupolku alkaa asiakkaan tutustumisesta yritykseen ja sen palveluihin. Asiakkaan mielenkiinto saadaan herätettyä ja arvon tuottaminen alkaa. Asiakkaalle muodostuu jokin tarve ja asiakaskokemus alkaa muodostua. (Miettinen, S. 2010)

Kokousasiakkaan tarpeeseen vaikuttaa:

- kokouksen luonne
- osallistujamäärä
- kokouspaikan sijainti
- hinta / budjetti
- lisäpalvelut
- brändi
- aikaisemmat kokemukset

Tykkimäki resortilla asiakkaan ensimmäinen kontaktipiste on tilanne, jossa asiakas ottaa kohteeseen yhteyttä varauksen tekoa tai muita tiedusteluja varten. Varauksen voi tehdä sähköpostitse, puhelimella soittamalla tai olemalla yhteydessä kymen seudun osuuskaupan myyntipalveluun. Tila vuokrataan asiakkaan toiveiden mukaisesti ja räätälöidään kullekin sopiva paketti.

### **3.5.2 Ydinpalvelu**

Ydinpalveluvaiheessa asiakas saapuu paikan päälle ja käyttää palvelua (Mietinen, S. 2010). Resortin kokousasiakkaat saapuvat alueelle pääsääntöisesti autolla. Tykkimäki resortilla on paljon yrityksen omaa pysäköintitilaa, mutta myös laajalti Kouvolan kaupungin hallinnoimaa parkkitilaa. Pysäköintialueet on merkitty asiaankuuluvien liikennemerkkein.

Riippuen siitä, mihin asiakas on ajoneuvonsa pysäköinyt, hän saapuu normaalisti ensimmäisenä resortin vastaanottoon. Tässä vaiheessa hän kohtaa ensimmäisen asiakaspalvelijan. Tässä vaiheessa on tärkeää vastaanottaa asiakas laadukkaasti ja osoittaa hänen olevan tärkeä. Asiakas odottaa saavansa ammattitaitoista palvelua ja neuvoa päivän kulusta.

Saapumisen jälkeen kokousemäntä ohjaa asiakkaan kokoustilaan ja tekniikan käyttö alkaa. Tässä ydinpalvelun vaiheessa kokousasiakas muokkaa tilan valaistusta sen mukaan, mikä kokouksen vaihe on käsillä. Asiakas käsittelee videotykkiä, valkokangasta, valoja sekä tilaan tuotuja muistiinpanovälineitä. Kokoustilassa saatetaan järjestää myös aamukahvit, jolloin tarjolla on juotavaa, sekä syötävää.

Kokouksen lisäpalveluiden mukaan, ydinpalveluun saattaa kuulua jokin aktiviteetti tai kokouslounas. Näiden aikana asiakkaat liikkuvat kokoustilasta sisään ja ulos. Siirtyminen kokoustilasta ravintolaan tapahtuu ulkokautta eri rakennuksien välillä. Ravintolassa tarjoilija vastaanottaa asiakkaat ja ohjaa heidät oikeisiin pöytiin. Tilauksen perusteella kyseessä on joko buffetlounas tai alku- ja pääruoka-annokset tarjoiltuna pöytiin. Ravintolan henkilökunnan odotetaan olevan ammattitaitoisia ja perehtyneen kokousasiakkaan päivän kulkuun ja tilaukseen ruoan osalta.

### **3.5.3 Jälkipalvelu**

Palvelun viimeisessä vaiheessa yritys ja asiakas kommunikoivat vierailun jälkeen. Yleisesti asiakkaaseen halutaan pitää lämpimät välit, joten yritys saattaa lähettää sähköpostitse jälkimarkkinointiviestiä, jotta asiakas saataisiin palaamaan uudelleen. Tällainen viesti sisältää tietoa tulevista tapahtumista ja mahdollisesti jonkin etukoodin. Sähköpostitse saatetaan myös lähettää linkki, joka



johtaa asiakastyytyväisyyskyselyyn. Jälkipalvelun avulla voidaan kehittää palveluita asiakaspalautteiden myötä, sekä viimeistellä asiakassuhde. (Miettinen, S. 2010). Kun asiakas palvelullaan laadukkaasti jokaisessa palvelun vaiheessa, kasvatetaan myös suositteluindeksiä.

## **4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS**

Tässä luvussa käydään läpi, mitä tutkimusmenetelmiä opinnäytetyössä on käytetty ja kuinka tutkimus toteutettiin. Tutkimuksen toteutus suunniteltiin tarkkaan ja aikataulutettiin huolellisesti. Tämä helpotti opinnäytetyön tavoitteessa pysymisessä. Työssä käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää ja tutkimuksen suunnittelussa oli mukana Tykkimäki resortin kaikki esihenkilöt. Kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä selvitettiin Tykkimäki resortin kokousasiakkaiden asiakastyytyväisyyden tasoa. Toisena tärkeänä tutkimusmenetelmänä käytettiin havainnointia, joka oli varteenotettava menetelmä huomioiden, että tutkija itse työskentelee kyseisessä yrityksessä ja on osaltaan vastuussa kokouspalveluiden sujuvuudesta.

### **4.1 Tutkimuskysymykset**

Tutkimuksen lähtökohtana oli selvittää Tykkimäki resortin kokousasiakkaiden asiakastyytyväisyyden taso ja kokouspalveluiden mahdolliset kehittämiskohdeet varaamisen, tilojen ja palvelun osalta. Tärkeimmät tutkimuskysymykset olivat: Millaisella tasolla Tykkimäki resortin kokousasiakkaiden asiakastyytyväisyys on? Onko kokouksien varaaminen ja kokoustilaan saapuminen sujuvaa? Vastaako kokoustilojen toimivuus kokousasiakkaiden odotuksia?

### **4.2 Tutkimusmenetelmät**

Tämän määrällisen tutkimuksen yhdeksi tutkimusmenetelmäksi valittiin kyselytutkimus, koska sen ominaisuudet ja aineiston keräämistavat sopivat työn luonteeseen parhaiten. Kvantitatiivinen menetelmä on tutkimustapa, jossa tietoa käsitellään numeerisesti. Tämä tarkoittaa, että tutkittavia asioita ja niiden ominaisuuksia käsitellään yleisesti kuvaillen numeroiden avulla (Vilkkä 2007, 13–14). Käytännössä tutkija saa vastauksia numeroilla, jotka hän purkaa sanalliseen muotoon.

Taanila (2019) kertoo, että määrällisessä tutkimuksessa tavallisin tapa kerätä dataa on laatia kyselytutkimus. Sellainen toteutettiin myös tässä opinnäytetyössä. Datan halutaan antavan todenmukaista, käyttökelpoista ja luotettavaa tietoa, joten sen vuoksi datan kerääminen on hyvä tehdä suunnitelmallisesti (Taanila 2019, 1).

Kyselytutkimus voi tuottaa sekä määrällistä- että laadullista aineistoa. Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä tarjoaa tutkijalle dataa tekstin muodossa. Tutkija yhdisti tässä työssään asiakastyytyväisyyskyselyyn myös avoimia vastausvaihtoehtoja, joissa vastaaja saa itse valita vastauksensa tekstin muodossa. Täten vastaukset luokitellaan laadullisiksi. (Taanila 2019, 2).

Laadullisena tutkimusmenetelmänä käytettiin myös havainnointia. Havainnointi on yksi yleisimmistä tavoista kerätä dataa suoraan kentältä. Tämän menetelmä valitseminen osaksi tutkimus- ja kehittämistyötä oli hyvin luonnollista, sillä tutkija itse työskentelee tutkittavassa kohteessa päivittäin. Hämeenaho ym. (2022, 179) kertovat, että havainnointi perustuu järjestelmälliseen tutkijan tekemien havaintojen dokumentointiin, kuvailuun ja reflektointiin esimerkiksi tutkimus- ja kenttäpäiväkirjojen muodossa. Tässä tutkimuksessa tutkija syvenyi kohteen palvelupolkuun ja sen eri kontaktipisteisiin. Menetelmä johdattaa tutkijan pysähtymään havaintojensa äärelle ja miettimään niiden merkitystä suhteessa tutkimuskysymyksiin (Havainnointi ja haastattelu 2022, 179).

Kriittisellä havainnoinnilla saadaan esiin sellaisia asioita, joita ei välttämättä lainkaan sanallisteta palvelukuvaukseen. Havainnointi palvelee tutkimusta, sillä se tarjoaa tärkeää tietoa esimerkiksi ympäristöstä, materiaaleista ja arkisista rytmeistä, kuten ihmisen tunteista ja käytöksestä. Sen avulla voidaan myös huomioida ja tallentaa poikkeuksellisia hetkiä, tapahtumia ja normeista poikkeavaa käyttäytymistä. Hyödyllisintä havainnointia syntyy siten, että tutkija osallistuu itse tapahtumaan. (Havainnointi ja haastattelu 2022, 180).

#### **4.3 Asiakastyytyväisyyskysely**

Asiakastyytyväisyyskyselyn loin Webropol-verkkosivuilla kyselytyökalua hyödyntäen. Kysely (Liite 1) laadittiin yhdessä resortpäällikön, palvelupäällikön,

vastaanoton vuoropäällikön, sekä keittiöpäällikön kanssa. Laadin kyselyn rungon ja korjauksia tehtiin sähköpostikeskustelun välityksellä. Kyselyn laatimissa hyödynnettiin palvelupolkua ja kysymykset liittyvät polun eri kontaktipisteisiin. Kyselyssä mitattiin varauksen tekemisen sujuvuutta, asiakaspalvelun laatua läpi palvelupolun vaiheiden, kokoustilaan saapumista ja sen toimivuutta, kokoustarjoilujen onnistumista, sekä suosittelu halukkuutta. Kyselyn lopussa oli mahdollisuus antaa myös avoimen kommentin kautta kehitysehdotuksia. Kyselyn tavoitteena oli mitata Tykkimäki resortin kokouspalveluiden onnistumista ja löytää mahdollisia kehityskohteita.

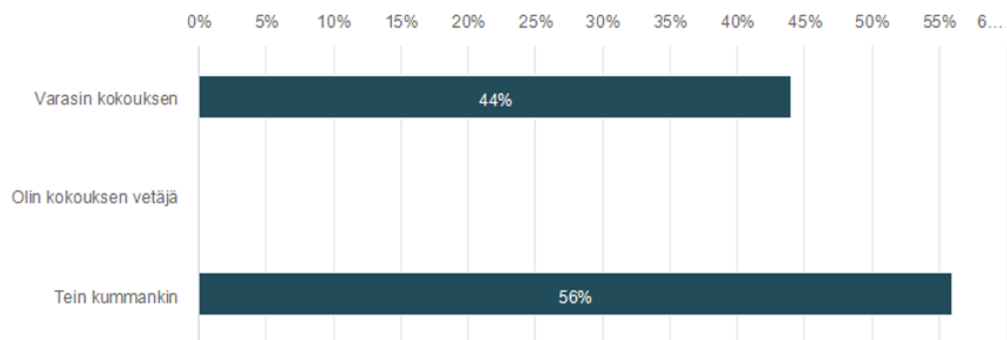
Kyselyn alussa kartoitettiin vastaajan rooli. Tämä oli oleellinen kysymys, koska isommissa yrityksissä kokouksen varaa usein sihteeri, mutta kokouksen johtaa läpi erillinen henkilö, joka on usein yrityksessä toimiva esihenkilö tai ulkopuolinen kouluttaja. Tykkimäki resortilla tämän työn tutkija on havainnoimalla todennut, ettei kokouksen varaaja useinkaan saavu paikalle. Pienempien kokouksien yhteydessä kokouksen varaaja ja vetäjä ovat sama henkilö.

Kysely toteutettiin ajalla 1.12 - 31.12.2022. Joulukuussa 2022 Tykkimäki resortin vastaanotossa kokousemäntä jakoi kokouksen vetäjälle paperisen lomakkeen, josta löytyi QR-koodi asiakastyytyväisyyskyselyyn. Lisäksi Tykkimäki resortin palvelupäällikkö kontaktoi marraskuussa 2022 käyneitä kokoustajia sähköpostitse ja lähetti linkin kyselyyn 15 hengelle. Joulukuun aikana loma-jaettiin viidelle kokoustajalle. Näin ollen tavoitteena oli saada vastaajia 20 kappaletta. Kyseinen määrä todettiin sopivaksi resortpäällikön osalta. Kaikille konkatoiduille asiakkaille kerrottiin, että vastanneiden kesken arvotaan kaksi tuotekassia Tykkimäki resortin tuotteilla. Tällä haluttiin lisätä houkuttelevuutta kyselyyn osallistumisella.

## **5 TUTKIMUSTULOKSET**

Tässä luvussa avataan asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksia. Vastausten avulla voidaan todeta missä on onnistuttu ja mitä tarvitsee kehittää. Kyselyyn osallistui 9 asiakasta. Seuraavissa kappaleissa käydään vastaukset läpi jokaisen kysymyksen osalta.

Kysymys 1 kartoitti, mikä oli vastaajan rooli. Vastausvaihtoehtoina oli kokouksen varaajana toimiminen, kokouksen vetäjänä toimiminen tai kumpikin rooli. Pienemmissä yrityksissä henkilö voi hyvinkin toimia kummassakin roolissa. Vastaajista 4 kertoi toimineensa kokouksen varaajana ja 5 kertoi tehneensä kummankin. Tämä tukee tutkijan tekemää havaintoa, että Tykkimäki resortin kokousasiakkaat toimivat usein näissä kummassakin roolissa. Kuva 3 kuvaa vastausten jakauman.



Kuva 3. Kokousasiakkaan rooli. Vastaajien määrä 9.

Kysymys 2 oli avoin kysymys ja kartoitti asiakkaan motiivia varata kokous nimenomaan Tykkimäki resortilta. Samassa kysymyksessä selvitettiin, mitä kautta varaus tehtiin. Vastauksista voitiin päätellä, että uusi kohde on kiinnostanut jo rakennus vaiheessa. Toimipaikan houkutteleva sijainti nousi myös esiin vastauksista. Varaus on tehty useammin osuuskaupan myyntipalvelun kautta, kuin esimerkiksi soittamalla kohteeseen suoraan. Kuva 4 esittää avoimet vastaukset.

**2. Jos olet kokouksen varaaja, mikä sai teidät valitsemaan juuri Tykkimäki Resortin kokousta varten? Mitä kautta varaus tehtiin?**

Vastaajien määrä: 9

Vastaukset
Pidimme työntekijöillemme sekä tilaajille koulutusiltapäivän . Etsin viihtyisää kokoustilaa.
Varaus Myyntipalvelun sähköpostin kautta. Kiva paikka ja uusi.
Uusi paikallinen kohde kiinnosti. Tein varauksen sähköpostitse.
Varauksen tein puhelimen kautta. Paikka valikoitui, kun olin itse nähnyt alueen tilat.
Kaikki tarvittava oli lähellä, varauspalvelun kautta.
Uusi paikka, johon haluttiin mennä tutustumaan ja lounasmahdollisuus.
Puhelimitse/sähköpostilla.
Emme olleet aiemmin käyttäneet Resortin palveluja ja ajattelimme paikan tuovan kiinnostusta osallistujiin.
Seurailin ulkoillessa, kun uusia mökkejä rakennettiin, niin päätin, että täytyy testata.
Halusimme kartoittaa uusia kokoustiloja käyttöömmä + sijainti. Myyntipalvelun kautta.

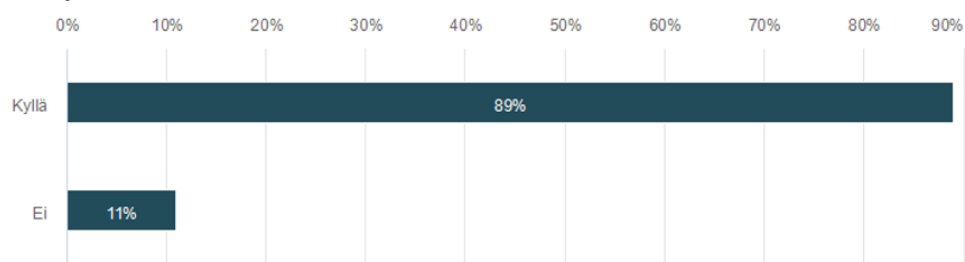
Kuva 4. Kokousvarauksen tekeminen

Kysymys 3 kartoitti varaamisen sujuvuutta. Kysymyksen pohjimmainen ajatus oli saada dataa sitä, onko henkilökunnan perehdytys onnistunut. Koska kysymyksessä on uusi kohde ja toimipaikan varausten parissa työskentelee useita ihmisiä, haluttiin tietää, minkälainen vaikutelma varaamisesta asiakkaalle jää. Kaikki 9 vastaajaa luokittelivat varaamisen sujuvaksi.

Kysymys 4 haluttiin sisällyttää kyselyyn, jotta saadaan selville, toteuttaako Tykkimäki resortin työntekijät esimerkiksi lisämyyntiä. Kysymys haluttiin sisällyttää kyselyyn myös sen vuoksi, jotta saataisiin dataa tällaisen toteuttamisesta jatkossakin. Vastaajista 8 totesi kontaktoinnin toteutuneen ja 1 vastasi Ei.

**4. Otettiin teihin yhteyttä hyvissä ajoin ennen kokouksen ajankohtaa, kartoittaen tarpeen päivää varten?**

Vastaajien määrä: 9



Kuva 5. Väittämä kontaktoinnista.

Kysymys 5 kartoitti kokousasiakkaiden osallistujamääriä. Vastauksista selvisi, että osallistujamäärät ovat suhteellisen suuria, 12 henkilömäärän ollessa pienin ja n. 60 hengen ollessa suurin. Kysymys haluttiin yhdistää kyselyyn, jotta saadaan selville yhteys osallistujamäärän ja muiden vastauksien välillä. Kysymyksen avulla voi tehdä johtopäätöksiä, jos esimerkiksi kokoustarjoilut ovat olleet puutteelliset. Vastausten avulla voitaisiin täten todeta, että ison ryhmän kohdalla laatu kärsisi. Kysymys oli olennainen lisä erityisesti keittiöhenkilökunnan toiveesta.

Kysymys 6 kartoitti vastaajien tyytyväisyyttä palvelun laatua kohtaan. Kysymyksellä täsmennettiin, oliko palvelu ystävällistä ja asiantuntevaa. Kaikki 9 vastaajaa vastasivat Kyllä. Vastausvaihtoehdot olivat yksinkertaisesti ja selke-

ästi Kyllä tai Ei. Ystävällisyys ja asiantuntevuus ovat niitä asioita, joihin perehdytyksessä panostetaan. Vastausten perusteella voidaan todeta, että tässä on onnistuttu.

Kysymys 7 kartoitti, että missä kokoustilassa asiakas on asioinut. Tykkimäki resortilla on 2 virallista kokoustilaa, Riihi ja Paviljonki. Vastaajista 8 kertoi vii-  
pyneensä Riihessä ja vastaajista 1 paviljongissa. Tämä oli hyvin ennalta ar-  
vattava vastaus, sillä Riihen on havaittakin olevan suositumpi kokoustila. Ky-  
symyksellä haluttiin selvittää, kumpi kokoustila on kyseessä, jos muiden vas-  
tausten osalta selviäisi esimerkiksi ongelmia kokoustekniikan tai sisustuksen  
osalta.

Kysymys 8 käsitteli opastuksen laatua kokoustilojen osalta. Koska Tykkimäki  
resort on uusi kohde ja kokoustilat sijaitsevat erillisissä rakennuksissa ravinto-  
laan ja vastaanottoon nähden, haluttiin selvittää voiko tässä kontaktipisteessä  
olla kehitettävää. Vastauksien perusteella 8 totesi ohjauksen olleen selkeää ja  
1 vastasi ettei opastus ollut selkeää. Vastausvaihtoehdot olivat Kyllä tai Ei.

Kysymys 9 kartoitti, vastasiko kokoustilan ulkoasu odotuksia ja oliko sisustus  
kokouksen luonteeseen nähden sopiva. Kaikki 9 osallistujaa vastasivat Kyllä.  
Vastausvaihtoehdot olivat Kyllä tai Ei. Tässä voidaan todeta, että sisustus on  
ollut onnistunut. Kysymyksellä haluttiin kartoittaa asiakkaan tyytyväisyyttä si-  
sustukseen, koska se on merkittävä osa kokoustilojen viihtyvyyttä. Sisustuk-  
seen on panostettu resortilla paljon ja kysymyksen lisäämistä kyselyyn pidet-  
tiin tärkeänä.

Kysymys 10 käsitteli kokoustekniikan käyttöä. Kysymyksellä haluttiin selvittää,  
onko tekniikan käyttö sujuvaa. Vastaajista 8 vastasi Kyllä ja 1 vastasi Ei. Vas-  
tausvaihtoehdot olivat Kyllä tai Ei. Kysymystä pidettiin relevanttina, sillä tekno-  
logian lisääntyessä ja digitalisaation kasvaessa kokouksien luonteen ovat  
muuttuneet paljon. Toimivat laitteet ja yhteydet ovat iso osa onnistunutta ko-  
kousta. Vastauksiin voidaan olla tyytyväisiä.

Kysymykset 11 ja 12 käsittelivät kokouslounaan- ja kahvien laatua. Kysymyk-  
sillä kartoitettiin, vastasiko mahdollisten tarjoilujen laatu asiakkaan odotuksia.

Kokouskahvin osalta kaikki 9 vastaajaa kertoivat odotuksien täyttyneen ja vastasivat Kyllä. Kokouslounaan osalta Kyllä vastauksia tuli 7 ja 2 vastaajaa kertoi, etteivät olleet tilanneet lounasta. Lounaan osalta avoimeen vastaukseen 1 vastaaja kertoi heillä olleen salaattibuffet lounaana.

Kysymys 13 kartoittaa, kuinka todennäköisesti vastaaja järjestäisi uudestaan kokouksen Tykkimäki resortilla. Vastausvaihtoehdot olivat erittäin todennäköisesti, melko todennäköisesti ja en ollenkaan. Vastaajista 7 vastasi erittäin todennäköisesti ja 2 vastasi melko todennäköisesti. Vastauksiin voidaan olla tyytyväisiä.

Viimeinen osio kyselystä oli kysymys 14. Kyseisessä kohdassa oli mahdollisuus antaa sanallista palautetta ja kertoa jotakin sellaisista asioista, jota ei kyselyssä tullut esiin. Vastauksia osioon tuli 6 kappaletta. Wc-tilaan liittyen kommentteja tuli 2 kappaletta. Tähän toivottiin parannusta siten, että wc:n sijainnista kerrottaisiin tarkemmin etukäteen. Kokoustilán mataluus nousi vastauksissa esiin negatiivisena tekijänä.

Havainnoinnin tuloksina saatiin selville, kokoustarjoilujen laadussa oli selkeitä eroja. Tykkimäki resortilla yksi vaihtoehto kahvituksessa voi olla kokoushedelemät. Henkilökunnalla ei ollut varmuutta siitä, mitä hedelmiä tämä vaihtoehto pitää sisällään ja paljonko hedelmiä varataan yhtä osallistujaa kohden. Havainnoimalla todettiin, että kokoustarjoilujen laatu on hyvin vaihtelevaa. Laatuun vaikuttaa selkeästi se, että kuka keittiöhenkilökunnasta on valmistanut ruoat. Voitiin todeta, että henkilökunnalla ei ole täysin selvää mitä ruoalla halutaan saavuttaa ja millaista tasoa halutaan pitää yllä. Mielipiteet sopivan tarjoiltavan tuotteen osalta ovat hyvin eriävät. Nämä havainnot todettiin henkilökunnan kanssa keskustelemalla ja tarkastelemalla tarjottuja tuotteita.

Havainnoinnin avulla saatiin selville, että istumajärjestyksellä on kokoustilassa suuri merkitys. Kokoustilán mataluus on iso haaste ja valkokankaalle on vaikea nähdä joistakin kohdin. Kokoustila oli lämpötilaltaan sopiva ja kokoustekniikan käyttö oli sujuvaa. Tila on sisustettu tavalla, joka sopii monenlaiseen tarpeeseen. Tila oli muunneltavissa istumajärjestyksen osalta erittäin hyvin.

## 6 TUTKIMUKSEN RELIAABELIUS JA VALIDIUS

Tutkimuksen reliaabelius tarkoittaa tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Tutkimus on luotettava ja tarkka, kun toistetussa mittauksessa saadaan täsmälleen sama tulos riippumatta tutkijasta. Tätä ajatusta on hyvä pitää matkassa mukana koko tutkimuksen ajan. Reliabiliteetissa arvioidaan esimerkiksi kyselytutkimuksen vastausprosenttia ja mahdollisia mittausvirheitä, kuten kysymyksien ja vastausvaihtoehtojen määrää, laatua ja selkeyttä (Vilkka 2007, 150).

Tämän työn kyselytutkimuksessa kysymyksiä oli 14, joista 1 oli avoimia vastauksia varten. Lyhyt ja nopea kysely on vastaajalle helppo ja nostaa vastausinnostusta. Tutkimus oli reliaabeli, sillä saman kyselyn voi toteuttaa sellaisenaan uudestaan ja samanlaisen kyselyn voi tehdä toinenkin ihminen. Kysely oli laadittu johdonmukaisesti, mutta muutamassa kohdassa kysymyksiä olisi pitänyt olla vain yksi kerrallaan. Tämä voi herättää vastaajassa epärointiä, kun yksi vastaus on annettava samaan aikaan kahteen saman tyyliin kysymykseen.

Tutkimuksen validius mittaa sitä, onko kyselytutkimuksessa pysytty mitattavassa aiheessa kiinni. Validius mittaa, miten onnistuneesti tutkija on kyennyt siirtämään tutkimuksessa käytetyn teorian käsitteet ja ajatuskokonaisuuden lomakkeeseen eli mittariin. Tutkijan on tärkeää kyselyä tehdessä mitata sitä, kuinka selkeästi hän saa muutettua teoreettiset käsitteet arkikielen muotoon. Tutkimuksen validiteetissa arvioinnin kohteena on, ymmärtääkö tutkija ja kyselyyn vastaaja kysymykset samalla tavalla. (Vilkka 2007, 150).

Tämän työn tutkimus oli validi, sillä kysymykset ja vastaukset pidettiin yksinkertaisina, jotta vastaaminen on helppoa. Tutkimus oli validi, sillä kyselyn vastaukset tukivat toisiaan, eli kysymykset ja vastaukset oli ymmärretty samalla tavalla. Kysymykset keskittyivät samaan aiheeseen, joka oli kokouspalveluiden palvelupolun mukainen alusta loppuun. Työn validiutta olisi voinut lisätä se, että asiakkaita olisi haastateltu myös kasvokkain. Tämän menetelmän avulla olisi voinut nousta esiin sellaisia vastauksia, joita ei asiakastytytyväisyyskyselyssä käsitelty. Päivän tapahtumat olisivat olleet asiakkaalla myös tuoreessa muistissa, jolloin palaute olisi ollut suoraa.



## 7 KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Tässä luvussa esitellään kehitysehdotuksia, joilla voitaisiin parantaa Tykkimäki resortin kokousasiakkaan asiakaskokemusta. Kehitysehdotukset perustuvat asiakastyytyväisyyskyselyssä saatuihin tuloksiin ja keinoihin, joilla asiakaskokemusta voitaisiin johtaa entistäkin paremmin. Lisäksi kehitysehdotuksia tehdään tutkijan omien havaintojen perusteella.

Palvelupolun mukaisesti asiakkaan tarve kokoukselle alkaa sopivan yrityksen etsinnällä. Kyselytutkimuksen avoimien vastauksien perusteella voidaan todeta, että kokousasiakkaita kiinnostaa uusi kohde, jonka vuoksi Tykkimäki resortin ei ole tarpeellista keskittää kehittämisen resursseja markkinointiin. Uutena kohteena on tärkeämpää lunastaa lupaukset ja luoda hyvää mainetta palveluilleen. Markkinoinnin kehittäminen on varmasti ajankohtaista myöhemmässä vaiheessa, kun kokouspalvelut ovat olleet toiminnassa yhdestä vuodesta eteenpäin. Tämä ajanjakso saavutetaan syksyllä 2023. Kokouksien varaamista pidettiin sujuvana, joten jatkossakin on tärkeää pitää yrityksen kotisivut laadukkaina ja tärkeät yhteystiedot päivitettyinä.

Kyselytutkimuksessa nousi esiin kommentit wc-tilojen sijainnista. Kun asiakas on tehnyt varauksen kokouksesta Tykkimäki resortille, kehittämisehdotuksena tutkija kertoo, että asiakkaaseen tulisi ottaa yhteyttä hyvissä ajoin ennen kokouspäivää. Tämä lisäisi palvelun yksilöllisyyttä. Kyselyssä 89 % vastasi, että heitä kontaktoitiin hyvissä ajoin ja 11 % vastasi, ettei heihin oltu yhteydessä hyvissä ajoin. Yhteydenotto mahdollistaisi sen, että asiakaspalvelija voisi käydä tällaiset tärkeät huomiot asiakkaan kanssa läpi selkeästi. Näin ollen asiakkaan ei tarvitse pettyä paikan päällä uuteen tietoon. Kun asiakas tavoitetaan puhelimitse hyvissä ajoin, voidaan toteuttaa myös lisämyyntiä. Tämä tuottaisi tulosta niin yritykselle, mutta myös hyvän kokemuksen asiakkaalle.

Kokoustilan käytöstä nousi esiin avoin kommentti, jossa mainittiin tilan mataluus. Kokoustilan erilaiset istumajärjestykset olisi hyvä käydä läpi henkilökunnan kanssa ja testata, miten jokainen osallistuja näkisi tilan etuosaan ja valkokankaalle ilman esteitä. Tämä lisäisi asiakastyytyväisyyttä, kun tila toimisi jokaisen asiakkaan kohdalla.

Avoimissa kommenteissa mainitaan kokoushedelmien olleen kalliit. Kun ravintolan henkilökunnan kanssa käydään tarkkaan läpi, mitä hedelmiä pakettiin kuuluu ja mikä on sovittu määrä yhtä osallistujaa kohden, pysytään kiinni laadussa. Tutkija ehdottaa, että tämä lisättäisiin keittiön tehtäväkortteihin ja reseptiikkaan, jotta jokaisen on helppo noudattaa yhdessä sovittua.

Jotta palveluja voitaisiin kehittää Tykkimäki resortilla, siihen tarvittavat toimenpiteet on oltava selkeitä koko henkilökunnalle. Palvelumuotoiluprosessin mukaisesti, kehitystoiminta alkaa tilanteet kartoittamisesta. Henkilökunnan palaverissa on hyvä tilaisuus jakaa näkemyksiä siitä, mikä toimii ja mitä tarvitsee kehittää henkilökunnan näkökulmasta. Yhdessä keskustelemalla saadaan sovittua kohteet, joihin jokainen sitoutuu. Taltioimalla kuvia ja videoita saadaan luotua helposti esimerkiksi sähköinen kansio, johon jokaisella työntekijällä olisi pääsy milloin tahansa. Kyseistä kansiota on helppo ja nopea muokata, sekä tuoda esiin henkilökunnan palaverissa. Kuten palvelumuotoilun prosessin *Tutki ja kiteytä* vaiheessa kerrotaan, tieto kasataan sellaiseen muotoon, että sitä on helppo jakaa ja hyödyntää palvelun kehittämisessä.

Havainnoimalla ja kuvaamalla usein palvelupolun vaihteita, voidaan konkreettisesti nähdä kehitys. Kuvien avulla voidaan kertoa, mitä asioita halutaan pitää yllä ja mitkä ovat niitä kohtia, jotka kaipaavat useimmin korjaamista. Auditointia voi käyttää tilojen siisteyden ja järjestyksen, ruokien esillepanon ja yleisen halutun tunnelman kuvaamiseen. Palvelumuotoiluprosessin mukaisesti henkilökunnan ideat on kuunneltava ja esihenkilöiden on oltava valmiina tekemään nopeita kokeiluja. Kokeilujen avulla saadaan tietää mitkä ratkaisuihin ovat elinkelpoisia ja joita kannattaa jatkokehittää.

Tykkimäki resortilla ravintolan asiakkaille lähtee sähköpostitse automaattisesti kysely tyytyväisyyden mittaamiseksi. Samankaltainen toiminto olisi hyvä lisätä myös kokousasiakkaille. Palvelu ja yrityksen toiminta näyttäytyy asiakkaalle hyvin erilaisena, kuin monille ammattilaisille, joten olisi tärkeää kuunnella asiakkaan näkemyksiä. Kun yritys pyytää palautetta, myös asiakkaalle tulee mielikuva, että hänen näkemystään arvostetaan ja toimintaa todellakin halutaan kehittää.

Kehittämismenetelmänä tutkija ehdottaa myös henkilökunnan kouluttamiseen panostaen. Toiminta ei voi kehittyä, jos henkilökunnan osaaminen pysyy paikallaan. Kokouspalveluiden saralla vallitsee kilpailua ja jokainen yritys haalii asiakkaita itselleen. Asiakkaan tarpeet muuttuvat vuosittain, digitalisaatio kasvaa ja tulee uusia trendejä. Henkilökunnan osaamisesta on pidettävä kiinni, jotta voidaan olettaa hyviä tuloksia.

Tärkeimmät kehittämisen kohteet tiivistetysti:

- Palvelun laadun takaamiseksi, sekä havainnoinnin, että kyselytutkimuksen kautta kehitysehdotukseksi nousi keittiöhenkilökunnan perehdytys. Motivoitunut henkilökunta takaa laadukkaan palvelun. Keittiöhenkilökunnalle selkeät ohjeet tarjoiltavista tuotteista sisällön ja määrien suhteen.
- Kyselytutkimuksen vastausten perusteella olisi tärkeää kontaktoida asiakasta hyvissä ajoin ennen kokouspäivän alkua. Palvelusta saadaan yksilöllistä ja voidaan toteuttaa mahdollisesti lisämyyntiä. Kontaktoinnilla mahdollistetaan se, että asiakas on tietoinen kokoustilan ja wc-tilojen sijainnista. Asiakkaalle voidaan antaa myös ajo-ohjeita saapumista varten.
- Kokoustilan mataluuden vuoksi on tärkeää, että istumajärjestys on asetettu oikein kokoustilaan. Henkilökunnan on tärkeää testata itse oikea asettelu, jotta jokainen vieras näkee esimerkiksi valkokankaalle tilan etuosaan.
- Palvelumuotoiluprosessin tavoin on tärkeää kuunnella, mitä asiakas ja henkilökunta kertoo. Ravintolan puolella on käytössä automaattinen yhteydenotto asiakkaaseen sähköpostitse, tyytyväisyyden mittaamisen voisi nostaa myös resortin käytänteisiin.
- Henkilökunnan palaverissa tulisi kehittää toimintaa yhdessä. Aktiivinen näkemysten vaihtaminen auttaa tekemään nopeita kokeiluja ja täten myös sopia yhdessä uusista toimintatavoista. Kehittämisen on oltava johdonmukaista ja suunniteltua.

## **8 POHDINTA**

Tykkimäki resortilla ei aikaisemmin olla teetetty vastaavaa tutkimusta tai asiakastyytyväisyyskyselyä. Tämän opinnäytetyön ansiosta saatiin kokemusta asiakastyytyväisyyskyselyn tekoon ja tuloksia, joilla lähteä kehittämään toimin-

taa. Kyselyn ajankohtaa ja kestoja muuttaen jatkossa saadaan varmasti kattavampia tuloksia kuin tämän työn asiakastyytyväisyyskyselystä, sillä vastaajien vastaus innokkuus oli positiivisen korkea. Kokousasiakkaiden tyytyväisyyden mittausta olisi hyvä pitää jatkuvassa tarkastelussa, mutta kenties jatkossa tyytyväisyyttä voisi mitata myös majoituksen puolelta.

Kyselyn toteuttaminen 2022 marras-joulukuussa oli jälkeensä tarkasteltuna ajankohtana huono. Vastaajia kyselyyn olisi saatu varmasti enemmän, jos kysely olisi toteutettu syksyllä. Vastaajien määrä oli toimeksiantajalle mieluista, mutta tutkijana olin tästä pettynyt. Kuitenkin totesin sähköisen toteutustavan hyväksi ja täten asiakastyytyväisyyskyselyn onnistuneeksi. Kysymyksien muotoilu olisi voinut olla joissakin kohdissa hieman tarkennetumpi siten, että yhdessä kysymyksessä olisi käsitelty vain yhtä asiaa kerrallaan. Olin hieman pettynyt avoimien kommenttien määrään, sillä niiden kohdalla vastaajat olisivat voineet antaa suoraa palautetta sellaisista aiheista, jotka eivät virallisissa kysymyksissä nousseet esiin. Seuraavaa asiakastyytyväisyyskyselyä ajatellen kysymykset voisivat olla selkeästi kohdistettu yhteen asiaan kerrallaan ja avoimia vastausvaihtoehtoja voisi olla useampi. Tämän työn luotettavuutta olisi voinut lisätä se, että asiakkaita olisi haastateltu myös kasvokkain. Täten palaute olisi voinut olla suurempaa ja näkökulmia palvelusta olisi voitu saada laajemmin, jopa kyselyn aiheiden ulkopuolelta.

Kuten Aarnio (2021) blogissaan toteaa, trendejä on hyvä seurata jatkuvasti kokouksien ympärillä. Kokoustajat ovat yhä enemmän tietoisia siitä, mitä on tämän päivän laadukas palvelu. Etä- ja hybridikokoukset ovat tätä päivää ja tekniikan toimivuuteen on hyvä panostaa. Kokouksien ohjelman odotetaan olevan ällistyttävää ja elämyksellistä. Palveluntarjoajien odotetaan eroavan toisistaan ja tekevän yksilöllisiä ratkaisuita kokoustarjoilujenkin osalta. Ruokattumukset seuraavat hyvin vahvasti trendejä ja henkilökunnan on oltava valmiina tarjoamaan lihaisan sämpylän sijaan erilaisia vegaanisia vaihtoehtoja. (Aarnio 2021.) Tykkimäki resortilla on uutena kohteena valttikorttina se kiinnostus, joka asiakkailla nousi esiin tämän opinnäytetyön asiakastyytyväisyyskyselyssä. Panostaen uuden kohteen loisteseen ja järjestämällä sen ohella elämyksellisiä hetkiä kokouksien ympärillä, Tykkimäki resort voi saavuttaa suosiota, joka kestää sellaisenaan hyvinkin pitkään. Elämyksellinen kokous Tykkimäki resortilla voisi olla sellainen, jossa hyödynnetään alueen miljöötä ja

korostetaan sijaintia. Kilpailevia palveluntarjoajia seuraamalla ja arvioimalla Tykkimäki resort voi kehittää sellaisia kokouspaketteja, jotka eroavat vahvasti muista toimijoista.

## LÄHTEET

Aarnio, A. 2021. Kokoustrendit 2021: tältä uuden ajan kokoukset näyttävät. Blogi. Päivitetty 3.2.2021. Saatavissa: <https://blog.venuu.fi/kokoustrendit-2021/> [viitattu 26.3.2023].

Ahvenainen, P. Gylling, J. & Leino, S. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus. painos. E-kirja. Helsinki: Kauppakamari. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/> [viitattu 27.12.2022].

Asiakaskokemuksen johtaminen- Miten johdat yrityksesi asiakaskokemuksen uudelle tasolle? s.a. Trustmary. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.trustmary.com/fi/blogi/asiakaskokemus/asiakaskokemuksen-joh-taminen-miten-johdat-yrityksesi-asiakaskokemuksen-uudelle-tasolle/> [viitattu 27.12.2022].

Heikkinen, S. & Kivekäs, L. 2012. Artikum-palvelu Oy:n kokouyspalveluiden kehittäminen. Rovaniemen ammattikorkeakoulu. Matkailun koulutusohjelma. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/39034/Heikkinen\\_Susanna\\_Kivekas\\_Laura.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/39034/Heikkinen_Susanna_Kivekas_Laura.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [viitattu 13.1.2023].

Hämeenaho, P, Koskinen-Koivisto, E, Mäkinen, M & Väkeväinen, N. 2022. Havainnointi ja haastattelu, 179—185. PDF-dokumentti. Saatavissa: [https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/84079/Hameenaho\\_Kulttuurien-tutkimuksen-menetelmat\\_179-205.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/84079/Hameenaho_Kulttuurien-tutkimuksen-menetelmat_179-205.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [viitattu 22.2.2023].

KSO. 2022. Kymen Seudun Osuuskauppa. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://kymenseudunosuuskauppa.fi/> [viitattu 28.12.2022].

Kyselytutkimuksen luotettavuus. 2019. Akin menetelmäblogi. WWW-dokumentti. Päivitetty 31.3.2019. Saatavissa: <https://tilas-toapu.wordpress.com/2012/03/13/kyselytutkimuksen-luotettavuus/> [viitattu 3.1.2022].

Palvelumuotoilu Palo Oy. 2018. Palvelumuotoilun prosessin vaiheet. Blogi. Päivitetty 8.12.2018. Saatavissa: <https://www.palvelumuotoilu-palo.fi/blogi/2018/1/31/palvelumuotoilun-vaiheet> [viitattu 28.12.2022].

Taanila, A. 2019. Määrällisen datan kerääminen. Haaga helia. PDF-dokumentti. Päivitetty 2.4.2019. Saatavissa: <http://myy.haaga-helia.fi/~taaak/t/suunnittelu.pdf> [viitattu 28.12.2022].

Tikkanen, T. & Pukki, M. 2015. Kokousasiakkaan palvelukokemuksen parantaminen. Oulun ammattikorkeakoulu. Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen tutkinto-ohjelma. Ylempi AMK. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://www.urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2015090714394> [viitattu 13.1.2023].

Tykkyläinen, T. 2016. Asiakaslähtöisyys kokoustoiminnan kehittämisessä. Tampereen ammattikorkeakoulu. Palvelu- ja projektiliiketoiminnan koulutus. Ylempi AMK -tutkinto. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201605188374> [viitattu 13.1.2023].

Työelämän viestintä. s.a. Työelämässä.com. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://tyoelamassa.wordpress.com/kokous-ja-neuvottelutaidot/kokous/> [viitattu 13.1.2023].

Valtonen, H. & Pitkänen, H. 2021. Original sokos hotel seurahuone savonlinnan asiakaspolku ja asiakaskokemus. Kaakkois suomen ammattikorkeakoulu. Restonomi. AMK. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/496260/hanna\\_valtonen%20heidi\\_pitken.pdf;jsessionid=6B3FC184E1521DD1F8C699BD45C67264?sequence=2](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/496260/hanna_valtonen%20heidi_pitken.pdf;jsessionid=6B3FC184E1521DD1F8C699BD45C67264?sequence=2) [viitattu 13.1.2023].

Vilka H. 2007. Tutki ja mittaa. PDF-dokumentti. Saatavissa: <http://hanna.vilka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf> [viitattu 28.12.2022].



Kokouspalvelujen kehittäminen Tykkimäki Resortilla.  
Asiakastyytyväisyyskysely

Kysely on osa erään työntekijämme XAMK- ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä. Vastaamalla autat kehittämään palveluamme entistäkin tehokkaammaksi.

1. Mikä oli roolisi?

- ☐ Varasin kokouksen  
☐ Olin kokouksen vetäjä  
☐ Tein kummankin

2. Jos olet kokouksen varaaja, mikä sai teidät valitsemaan juuri Tykkimäki Resortin kokousta varten? Mitä kautta varaus tehtiin?

100 merkkiä jäljellä

3. Jos olet kokouksen varaaja, oliko varauksen teko sujuvaa?

- ☐ Kyllä  
☐ Ei  
☐ En osaa sanoa / En tehnyt varausta

4. Otettiin teihin yhteyttä hyvissä ajoin ennen kokouksen ajankohtaa, kartoittaen tarpeenne päivää varten?

- ☐ Kyllä  
☐ Ei

5. Montako henkeä kokoukseen osallistui?

20 merkkiä jäljellä



6. Oliko palvelu ystävällistä ja asiantuntevaa?

- ☐ Kyllä  
☐ Ei

7. Missä tilassa kokouksenne järjestettiin?

- ☐ Riihi  
☐ Paviljonki

8. Opastettiinko teidät selkeästi kokoustilaan?

- ☐ Kyllä  
☐ Ei

9. Vastasiko kokoustilan ulkoasu odotuksianne? Oliko sisustus sopiva kokouksen luonteeseen nähden?

- ☐ Kyllä  
☐ Ei

10. Oliko kokoustekniikan käyttö sujuvaa?

- ☐ Kyllä  
☐ Ei

11. Vastasiko mahdollisten kokouskahvi- tarjoilujen laatu odotuksianne?

- ☐ Kyllä  
☐ Ei  
☐ Mitä virvokkeita kokoustilassa oli tarjolla?  
☐ Emme tilanneet kokouskahveja  
☐ Jos tarjoilut eivät vastanneet odotuksianne, kerrotko meille miksi?

12. Vastasiko mahdollinen kokouslounas odotuksianne?

- ☐ Kyllä  
☐ Ei  
☐ Mitä oli tarjolla lounaalla?  
☐ Emme tilanneet kokouslounasta  
☐ Jos tarjoilut eivät vastanneet odotuksianne, kerrotko meille miksi?

13. Kuinka todennäköisesti järjestäisit kokouksen uudestaan Tykkimäki Resortilla?

- ☐ Erittäin todennäköisesti  
☐ Melko todennäköisesti  
☐ En ollenkaan

14. Haluatko antaa meille vielä palautetta? Sana on vapaa!  
Mikä päivässä oli hyvää ja mitä meidän pitäisi vielä parantaa?

200 merkkiä jäljellä