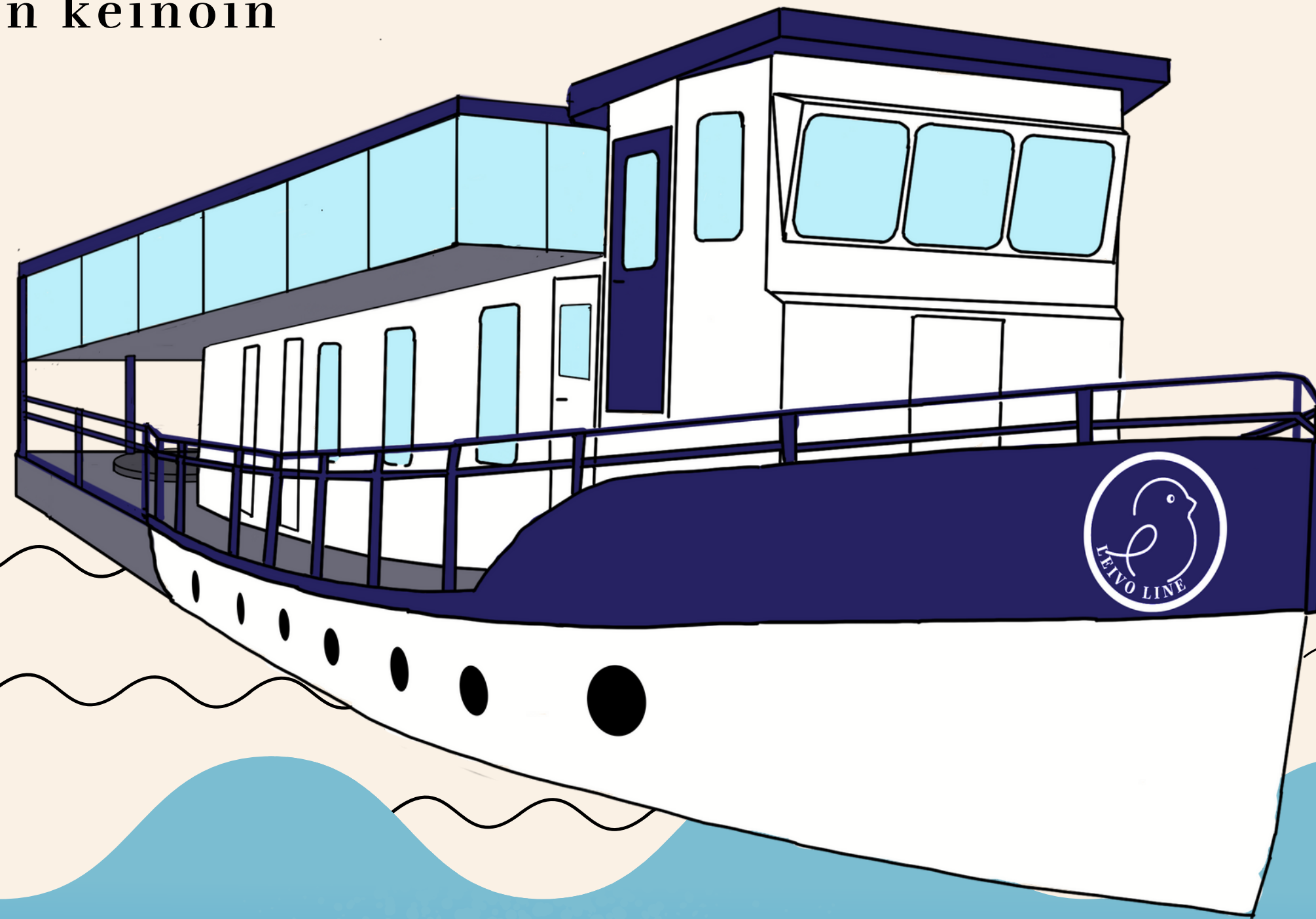


**Leivo Line**  
-risteilykonseptin  
suunnittelu  
palvelumuotoilun keinoin

Opinnäytetyö  
Savonia-ammattikorkeakoulu  
Muotoilija AMK



## Leivo Line -risteilykonseptin suunnittelu palvelumuotoilun keinoin

Savonia-ammattikorkeakoulu

Muotoilun koulutusohjelma

Kevät 2023

Wilma Leivo

Opinnäytetyö 38 sivua

## Ohjaaja ja toimeksiantaja

Seppo Koponen

Savonia-ammattikorkeakoulu

Vesa Leivo

Kangas Leivo Oy

## Tiivistelmä

Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella palvelukonsepteja Leivo Line- nimiselle risteilijälle, joka tulee risteilemään Pohjois-Karjalassa sijaitsevalla järvessä nimeltään Höytiäinen. Työ on toteutettu toimeksiantona Kangas Leivo Oy:lle.

Opinnäytetyössä käytettiin Visit Karelia Oy:n laatimaa kohderyhmätutkimusta, jossa oli tutkittu Pohjois-Karjalan alueen matkailua. Tutkimuksen tuloksia hyödynnettiin palvelukonseptien suunnittelussa, joista rakennettiin potentiaalisten kohderyhmien mukaan asiakkaan palvelupolku.

Työssä tutustutaan palvelumuotoilun menetelmiin ja niiden hyödyntämiseen matkailussa, sekä konseptisuunnitteluun rakenteeseen.

Opinnäytetyössä hyödynnetyn tutkimuksen tehtävä oli antaa tietoa alueen kohderyhmistä sekä heidän motiiveista matkailla alueella.

Näiden mukaan rakennettiin palvelukonsepti risteilystä neljälle eri kohderyhmälle. Palvelukonseptissa kuvaillaan visuaalisesti asiakkaan risteilymatkaa palvelupolkuna. Ennen risteilyn suunnittelun aloitusta selvitettiin sopivat satamat ja pysähdyspaikat esimerkiksi veden syvyyden ja satamien saavutettavuuden osalta.

Kohderyhmän tutkimuksen perusteella Pohjois-Karjalassa matkailevien matkailumotiivi on luonto ja nähtävyydet. Potentiaalisin yleisö etsii tasapainoa arkeen ja kiireeseen. Käytännön toteutus on tarkoitus suorittaa opinnäytetyön jälkeen toimeksiantajan kanssa.

Avainsanat: konsepti, konseptisuunnittelu, palvelumuotoilu, palvelupolku.

## Leivo Line -cruise concept design by means of service design

Savonia University of Applied Sciences

Bachelor of Culture and Arts

Spring 2023

Wilma Leivo

Thesis 38 pages

### Supervisors

Seppo Koponen  
Savonia University of Applied Sciences

Vesa Leivo  
Kangas Leivo Oy

### Abstract

The aim of the thesis was to design service concepts for a cruise ship called Leivo Line, which will cruise on lake Höytiäinen in North Karelia, Finland. The work has been commissioned by Kangas Leivo Oy.

The thesis used a focus group study about tourism in the North Karelia region prepared by Visit Karelia Oy. The results of the research were utilized in the design of service concepts from which a customer service path was built according to potential target groups.

The work introduces service design methods and their utilization in tourism, as well as concept design and structure. The structure of the thesis adapts the service design process.

The research used in the thesis provided information about the target groups and their motives for traveling in the area. According to these, a cruise service concept was built for four different target groups. The service concept visually describes the customer's cruise journey as a service path. Before starting the planning of the cruise, suitable ports and stopover decks were selected, for example based on water depth and the accessibility of the ports.

According to the research of the target group, the motives of tourists traveling in North Karelia include nature and sights. The potential audience is looking for a balance against everyday life and busyness. The project is to be implemented based on the thesis with the client.

Keywords: concept design, concept, service design, service path,

# Sisältö

<b>1</b>	<b>Johdanto</b>	4	<b>4</b>	<b>Asiakasprofiili tutkimus</b>	15	<b>7</b>	<b>Lähteet</b>	35
				4.1 Visit Karelian asiakasprofiilit	16		Kuva lähteet	37
				4.2 Yhteenveto	21			
<b>2</b>	<b>Asiakkaan esittely</b>	5	<b>5</b>	<b>Konseptit</b>	22			
	2.1 Asiakkaan tarpeet ja tavoitteet	5		5.1 Historiaristeily	23			
	2.2 Leivo Line laiva	6		5.2 Pohjois-Karjalainen ruokaristeily	26			
	2.3 Risteilyalue	7		5.3. Mansikkaristeily mansikkatilalle	29			
	2.4 Historiaa vuodelta 1859	8		5.4 Iltaristeily Höytiäisellä	32			
<b>3</b>	<b>Muotoilun menetelmät</b>	9	<b>6</b>	<b>Pohdinta</b>	34			
	3.1 Palvelumuotoilu	9		6.1 Palaute	34			
	3.2 Palvelumuotoilu matkailussa	12		6.2 Tavoitteiden toteutuminen	34			
	3.3. Konseptointi	14						

# Johdanto

Opinnäytetyön tavoitteena on suunnitella palvelukonseptit toimeksiantajan Leivo Line- nimiselle risteilijälle, joka tulee rliikennöimään Pohjois-Karjalassa sijaitsevassa järvessä nimeltä Höytiäinen

Opinnäytetyön metodeina hyödynsin palvelumuotoilua ja palvelumuotoiluprosessia, matkailua palvelumuotoilussa ja konseptisuunnittelua.

Tavoitteeni opinnäytetyössä on tutkia muotoilun menetelmiä ja löytää sen kautta oikeat muotoilutyökalut konseptien suunnitteluun.

Opinnäytetyössä on tarkoitus tuoda palvelumuotoilun näkemystä palvelukonsepteihin ja ottaa huomioon palveluiden suunnittelussa asiakasymmärrys.

Opinnäytetyöprosessini mukailee Tuulaniemen palvelumuotoiluprosessia (2011, 130) (Kuva 1) palvelumuotoiluprosessi.

Rajasin opinnäytetyön ideoinnin ja konseptisuunnittelun vaiheisiin, sillä projekti on laaja ja käytettävissä oleva aika on rajallinen ottaen huomioon työstettävän kokonaisuuden. Opinnäytetyön jälkeen projektia on tarkoitus jatkaa myöhemmässä vaiheessa itse työssä heränneitä tuloksia hyödyntäen

## Palvelumuotoiluprosessi

Prosessin osat	MÄÄRITTELY		TUTKIMUS		SUUNNITTELU		PALVELUTUOTANTO		ARVIOINTI
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Vaiheet	ALOITTAMINEN	ESITUTKIMUS	ASIAKAS YMMÄRRYS	STRATEGINEN SUUNNITTELU	IDEOINTI JA KONSEPTOINTI	PROTOTYPOINTI	PILOTOINTI	LANSEERAUS	JATKUVA KEHITTÄMINEN
Suunnitteun painopiste	YMMÄRRYS JA MALLINNUS: loppuasiakkaat, markkina, liiketoiminta, toteutustavat -mallinuksien karkoitus ja palveluidean hahmottaminen		RATKAISUJEN SUUNNITTELU: rajausta vaiheittainen kehitys suunnittelu-testaus -syklissä -ratkaisuvaihtoehdot, suunnittelun kohdentaminen, palvelun kiteytys ja toteutuksen valmistelu			PALVELUN TÄSMENTÄMINEN JA TOTEUTUS: vaiheittainen kehitys -toteutusmallin täsmentäminen, keitystyö ja jatkokehitys			
Vaiheen kuvaus	Organisaatio määrittelee tarpeensa ja tavoitteensa kehitystyölle	Palvelun tuottavan organisaation nykytila ja tavoitteet. Analyysi palveluntuottajan toimintaympäristöstä.	Organisaation asiakkaiden tarpeet ja tavoitteet. Tutkimus määrittelyyn kohderyhmän arjesta. Palvelua tuottavien henkilöiden tavoitteet ja tarpeet. Toiveet, tiedustelut ja tiedostomat tarpeet	Palveluntuottajan erottautumistekijöiden ja markkinoitiposition määrittäminen. Liiketoiminta- ja ansaintamallin suunnittelu.	Ideoidaan, kuvataan ja testataan ratkaisuja kohderyhmillä. Yhteis-kehittämistä kohderyhmien kanssa. Toimiviksi testattujen ideoiden jatkokehitys. palvelun mittareiden määrittäminen	Testataan palvelukonseptien elementtejä kohderyhmien kanssa. Palvelun kriittisten osien tunnistaminen. Kanavastrategiat	Käytännön pilotit markkinoilla Esilanseeraus Beta-versio testattavaksi. Palvelun kehittäminen saadun palautteen mukaan. Liiketoiminta- ja ansaintamallien tarkentaminen.	Palvelukuvaus dokumentointi henkilökunnan roolitus, vastuut ja tehtävät Blueprint Impelementointi markkinoille Palvelun lanseeraus Palvelun mittareiden täsmentäminen	Palvelun kehittämisen vaikutuksien mittaaminen ja arviointi. Palvelun kehittäminen saadun palautteen perusteella ja tarpeiden mukaan. Palvelun siirtyminen kehitystilasta tuotantotilaan.
Vaiheen tavoite	Suunnitteluhaasteen määrittely ja kuvaus.	Luoda ymmärrys palvelun tuottavasta organisaatiosta ja sen tavoitteista	Kasvattaa ymmärrystä käyttäjien (palvelun tuottavan henkilökunnan sekä asiakkaiden) tarpeista, tavoitteista, arvoista ja toiminnan motiiveista.	Tarkentaa strategiselta kannalta palvelun tuottavan organisaation tavoitteita	Kehittää vaihtoehtoisia ratkaisuja suunnitteluhaasteeseen organisaation tavoitteiden ja asiakkaiden tarpeiden ohjaamina.	Suunnitella kehitettävää palvelua testaamalla ideoita ja konseptia vuorovaikutustilanteissa.	Viedä palvelukonseptit markkinoille asiakkaiden arvioitaviksi Palvelukonseptit hiominen saadun palautteen avulla.	Tavoitteena on antaa kaikille palvelun liittyville osapuolille ymmärrys mitä resurseja palvelun toteuttaminen vaatii.	Palvelun vakioiminen tuotantotilaan. Jatkuva kehittyminen.

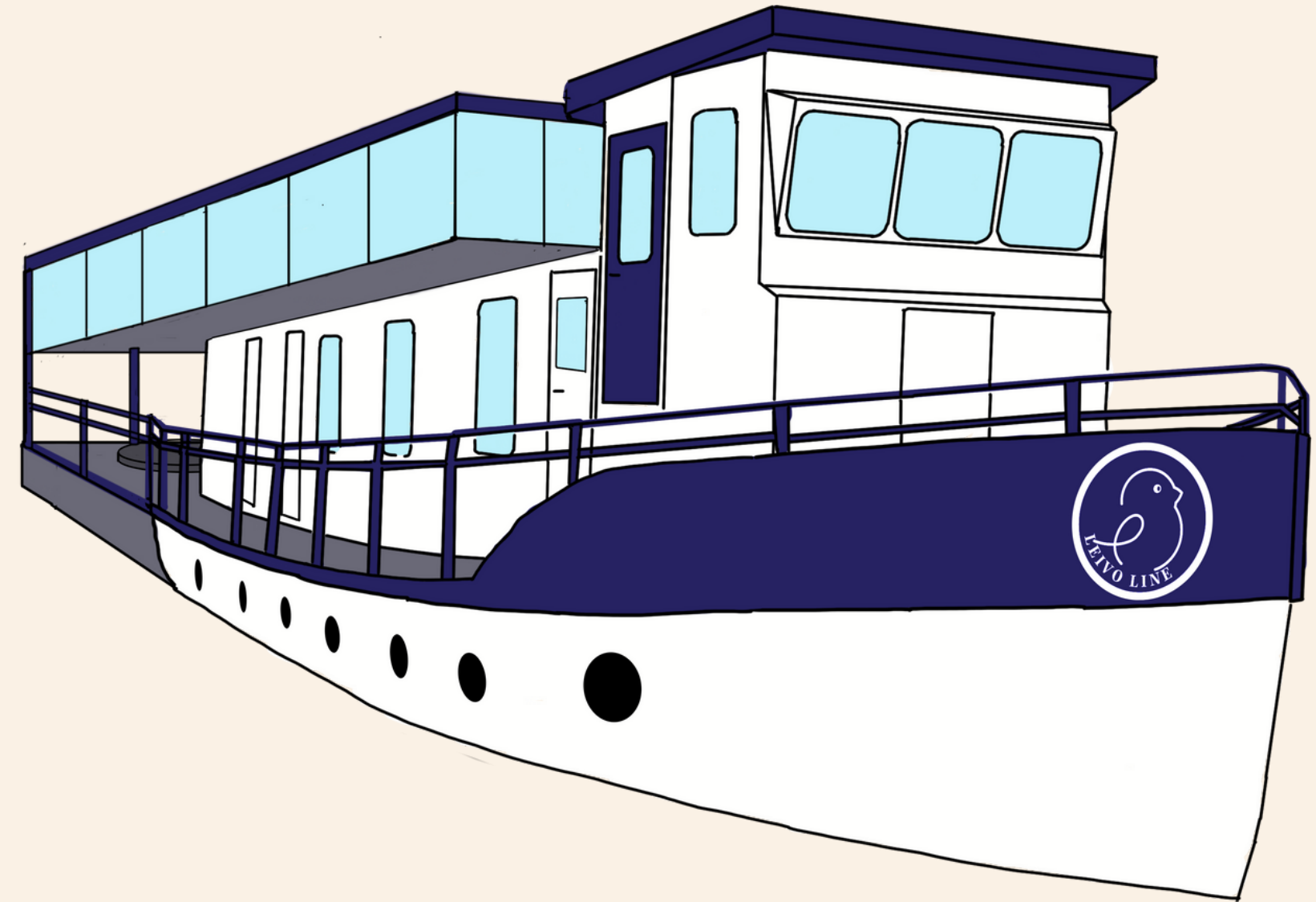
Kuva 1. Tuulaniemen palvelumuotoiluprosessi s.130 (Leivo)

## 2 Asiakkaan esittely

Opinnäytetyön toimeksiantajayritys Kangas Leivo Oy on perustettu vuonna 1989 ja on harjoittanut tekstiilien tukkumyyntiä. Yrityksen perustaja ja omistaja on Vesa Leivo. (Vesa Leivo, Kangas Leivo oy haastattelu 2023)

### 2.1 Asiakkaan tarpeet ja tavoitteet

Toimeksiantajan tavoite on kehittää laiva- ja matkailupalveluita. Lähitulevaisuudessa laiva pyritään saamaan vesille, jonka jälkeen risteilypalveluita voidaan alkaa toteuttaa.. Ensin laiva pitää kunnostaa sisä- ja ulkotilojen osalta ja pidentää laivan takaosaa porealtaan sovittamista varten.



Kuva 25. Leivo Line-laiva luonnos (Leivo)

## 2.2 Leivo Line- laiva

Risteilijä koostuu kolmesta kerroksesta. Ensimmäisessä kerroksessa on 12 hyttiä matkustajille. Toisessa kerroksessa on laivan ravintola, jossa on ideana tarjolla erilaisia ruoka-annoksia asiakkaille. Laivan takaosassa on sauna ja suihkutilat. Luksuksen tuntua tuova ulkoporeallas rakennetaan peräosan laajennuksen myötä saunatilojen yhteyteen. Kolmannessa kerroksessa kattoterassilta löytyy baaritiski, josta saa kylmiä virvokkeita. järven maisemia pääsee ihastelemaan laivan kannella, sillä sen ympäri pystyy kiertämään. Laiva tulisi olemaan rakennemuutosten jälkeen pituudeltaan noin. 23,20 metriä ja leveydeltään 6 metriä.

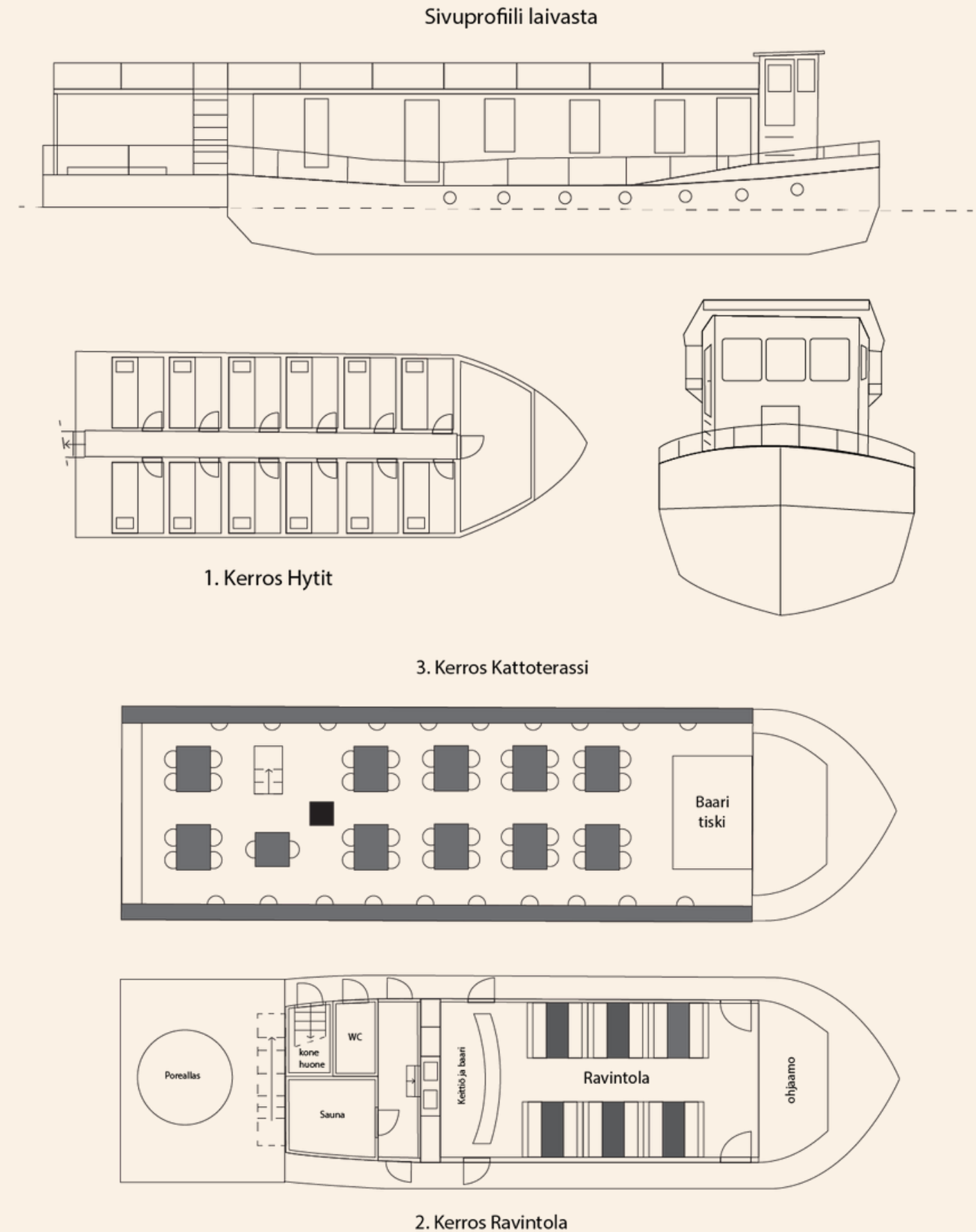
Risteilypalvelut tarjoavat: risteilymatkoja Höytiäsiellä, ravintolapalveluita, majoituspalveluita sekä sauna- ja poreallas ovat käytettävissä.

Risteilijän ravintolan vastakkaisia sohvaryhmiä olisi ravintolassa 6 kappaletta. Yhdelle sohvaryhmälle mahtuu 4 asiakasta. Yhteensä asiakkaille istumapaikkoja olisi 24 kappaletta. Kattoterassin pöytäryhmiä olisi 11 kappaletta ja yksittäisiä istumapaikkoja baarituoleilla 20 kappaletta. Yhteensä kattoterassille mahtuu 60 henkilöä.

Laivan syväys (180 cm) rajaa risteilijän rantautumismahdollisuuksia osassa Höytiäisen satamissa. Laiva ei kokonsa vuoksi voi rantautua venelaiturille. Tämä seikka pitää ottaa huomioon palvelukonsepteissa, sillä laivan koko rajoittaa sen rantautumisvaihtoehtoja.

Opinnäytetyssä kutsun laivaa nimellä Leivo Line, jonka toimeksiantaja on nimennyt tulevan risteilijän nimeksi.

Kuvissa (kuva 2) laivan pohjapiirustuksista tehdyt luonnokset.



Kuva 2. Piirustukset Leivo Line-laiva (Leivo)

## 2.3 Risteilyalue

Järvi nimeltään Höytiäinen sijaitsee Pohjois-Karjalassa, Polvijärven, Kontiolahden ja Juuan kuntien alueella.

Järvi on 15: toista suurin Suomessa, pituudeltaan 43 km ja 16 km leveä. (Järviwiki 2015; Höytiäinen.fi julkaisuaika tuntematon)

Höytiäisen oletetaan saaneen nimensä kukkivista kasvien haituvista. Haituvia on aikaisemmin esiintynyt kesällä rantavesien ja koskien läheisyydessä. (Kotimaisen kielen tutkimuskeskus, 94.)

Alku-Höytiäinen on muodostunut viime jääkauden aikana mannerjäätiköiden sulaessa n. 10 500-vuotta sitten. Mannerjäätikön sulaessa käynnistyi maankohoaminen, joka sai maan kuroutumaan ja muodosti vesistöstä oman järvioltaan, Höytiäisen. (Vesajoki 2019, 82-93; Pro höytiäinen julkaisuaika tuntematon)



Kuva 3. Höytiäinen kartalla (Leivo)



## 2.4 Historiaa vuodelta 1859

Höytiäisen nykyinen muoto on saanut alkunsa vuonna 1859, jolloin suoritettiin epäonnistunut järvenlasku Pyhäselkään. Järvenlaskun tarkoituksena oli saada uusia viljelysmaita maataloudelle karjanrehun kasvattamista varten. Suunnitelma oli rakentaa uusi pato Höytiäisen Paskonpohjanlahdelta Joensuussa ulottuvaan suureen Pyhäselkään.

Järvenlaskun hanke aloitettiin huhtikuussa 1854 ja työt saatiin suunnitellussa aikataulussa hyvään vaiheeseen kesällä 1859. Suunniteltu järvenlaskupäivä oli 19. päivä elokuuta, mutta 4. päivänä elokuuta padot murtuivat ja vesi purkautui hallitsemattomasti kohti Pyhäselkää.

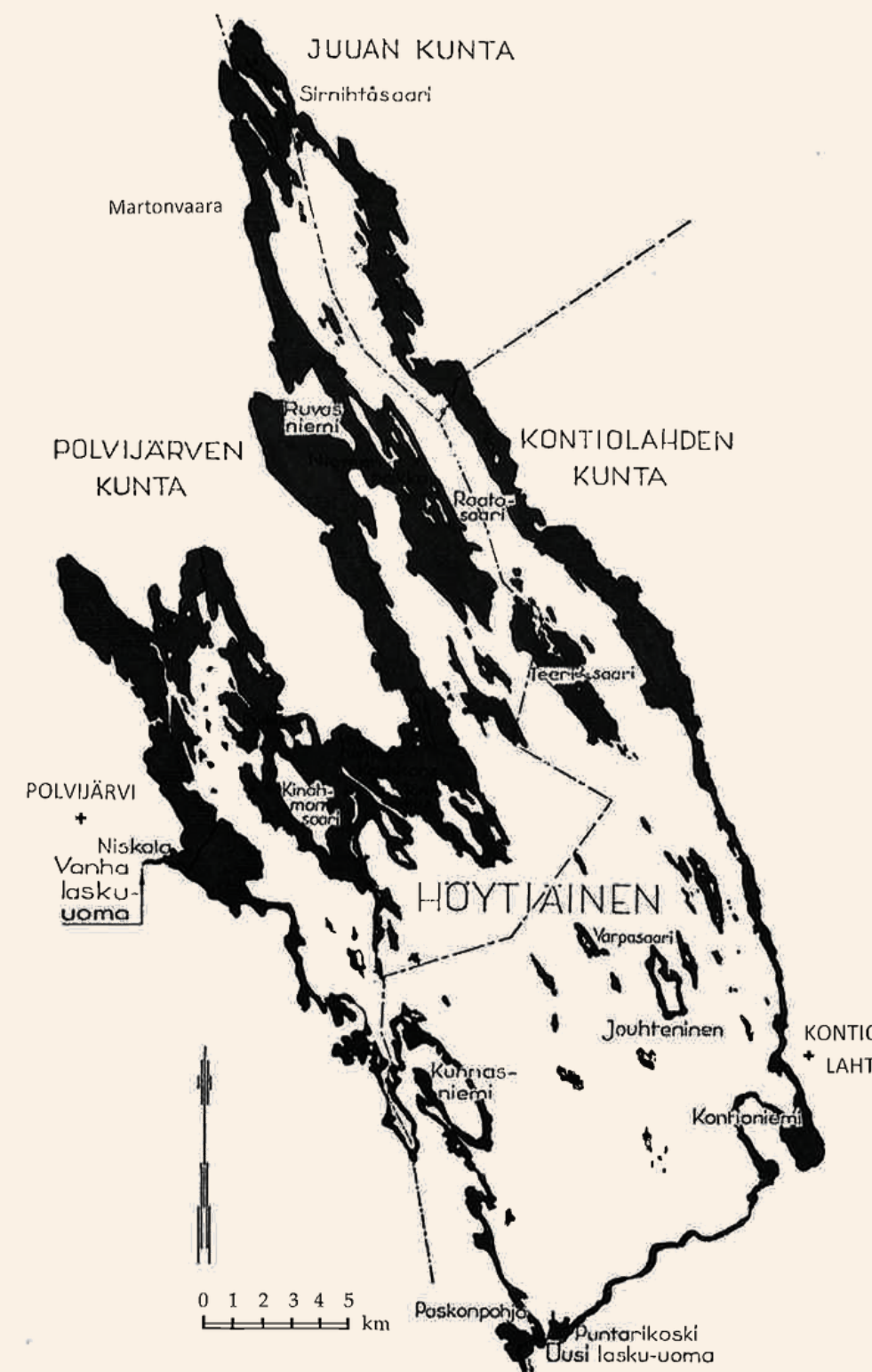
Parin viikon kuluttua purkauksesta vesi oli laskenut Höytiäisessä 7,5 metriä, kunnes kanavan pohjalta paljastui louhikkoinen kallio, johon vedenvirtaus tyrehtyi. Seuraavana vuonna vedenpinta laskettiin lisää ja lopputuloksena saatiin 9,5 metriä. (Vesajoki 2019, 33-55; Pro Höytiäinen julkaisu-aika tuntematon)

Viereisessä kuvassa (Kuva 4) nykyinen Höytiäinen ja sitä ympäröivä vesijättömaa merkitty mustalla (Vesajoki 2019).

Vesajoki (2019, 55.) kuvailee kirjassaan Höytiäisen yllättäneen purkauksellaan kaksi viikkoa etuajassa ja oli odotettua vauhdikkaampi.

Vuosien ajan sanomalehti Karjalainen palasi järvenlaskutapahtumaan aina uudelleen ja toi järvenlaskun kokeneiden muistikuvia ja kertomuksia tapahtuneesta. (Vesajoki 2019, 6.)

Höytiäisen historia on kulttuurillisesti merkittävä. Höytiäinen on mystinen paikka, joka avasi opinnäytetyön palvelukonseptien suunnittelussa uusia luovia ideoita palvelukokonaisuuksille.



Kuva 4. Nykyinen Höytiäinen ja sitä ympäröivä vesijättömaa merkitty mustalla (Vesajoki 2019)

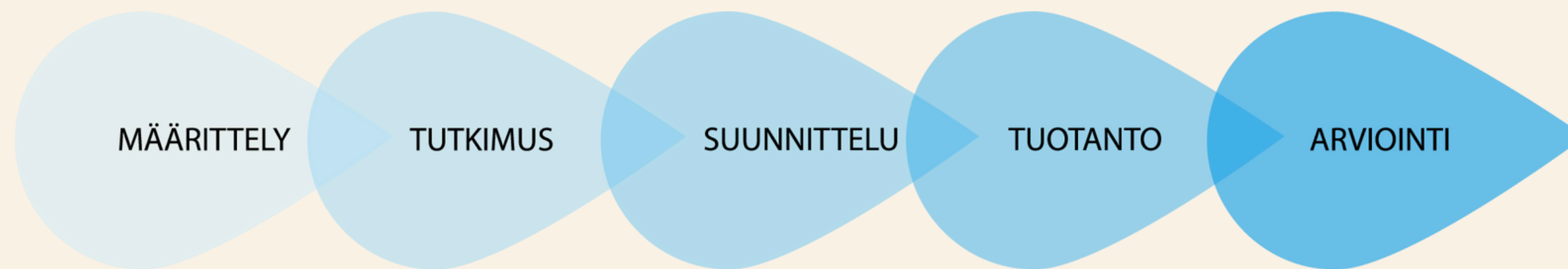
# 3 Muotoilun menetelmät

## 3.1 palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu on käytännönläheinen kehittämisprosessi ja ajattelutapa, jossa asiakasymmärryksen lisääminen on tärkeässä osassa. Lisäksi luova visualisointi ja prototypointi ovat osana palvelumuotoilua. Tällä tavoin konkretisoidaan tyhjä asia näkyväksi. (Tuulaniemi 2011, 63)

Tuulaniemi kuvaa palvelumuotoilun prosessia (2011, 128) (Kuva 5) luovana ongelmanratkaisun prosessina, jossa edetään loogisesti ja tehdään toistuvia toimintoja. Toistuvat toiminnot kuvataan prosessiksi eli tapahtumaketjuksi, jolloin kehittämistä ei tarvitse tehdä aina uudestaan. Prosessit vapauttavat luovaa työtä ja säästävät voimavaroja suunnittelussa. Palvelumuotoiluprosessin kuvaaminen ja määrittelemine yhdenmukaisesti ei ole aina mahdollista, koska prosessia ei voi kuvata samalla tavalla kaikkiin palveluihin tai kaikkiin tilanteisiin. (Tuulaniemi, 2011, 126.)

Palvelumuotoilun prosessi voidaan jakaa viiteen pääpiirteiseen osaan: määrittely, tutkimus, suunnittelu, palvelutuotanto ja arviointi. **Määrittely** vastaa kysymykseen mikä ongelma halutaan ratkaista ja mitkä prosessin tavoitteet voisivat olla tilaajan kannalta kannattavia. **Tutkimus** kuvastaa haastatteluiden, keskusteluiden ja asiakastutkimusten avulla luotua yhteisymmärrystä toimintaympäristöstä, resursseista, käyttäjätarpeista ja kehityskohteista. **Suunnittelulla** tarkoitetaan vaihtoehtoisten ratkaisujen ideointia ja konseptointia kehityshaasteen parissa siten, että ratkaisuja voidaan testata nopeasti käytännössä. **Tuotanto** tarkoittaa parhaan konseptin viemistä markkinoille, jotta asiakkaan olisi mahdollista testata palvelua sekä suunnitellaan palvelun tuottamista. **Arvioinnin** kohdalla mitataan palvelun kehitysprosessin onnistumista ja kehitetään palvelua saatujen havaintojen perusteella. (Tuulaniemi 2011, 128.)



Kuva 5. Palvelumuotoilun prosessi Tuulaniemen mukaan s. 128 (Leivo)

Asiakasymmärryksen muodostumisessa pitää ymmärtää, että palvelun keskiössä on asiakas eli palvelun käyttäjä. Koska asiakas on oman elämänsä paras asiantuntija, on hänen tarpeet ja toiveet otettava huomioon suunnitteluvaiheessa. Palvelukokemuksen kiteytyminen tapahtuu asiakkaan ja asiakaspalvelijoiden yhteisestä vuorovaikutuksesta ja se on keskeisin palvelukokemuksen rakentaja. Suunnitteluvaiheessa tulee myös ymmärtää yhdessä sekä erikseen käyttäjän ja palvelutuottajan tarpeet, odotukset, motivaatiotekijät ja arvot. Asiakasymmärrys on asiakkaan arvonmuodostuksen ymmärtämistä. (Tuulaniemi 2011, 71.)

Palvelumuotoilussa käyttää erilaisia metodeita ja työkaluja, jossa lähestymistapa on palveluiden kehittäminen. Tuulaniemi kuvailee neljä tärkeintä vaihetta palvelumuotoilun tavoitteista:

1. Ymmärtää paremmin ihmisiä, heidän elämäänsä ja tarpeitaan (empaattisuus, ihmisten ja tavoitteet eri tilanteissa)
2. havaita uusia mahdollisuuksia (palvelu- ja liiketoimintamahdollisuudet)
3. Suunnitella toimivia palveluja (analysointi, jäsentäminen, ideointi konseptointi, visualisointi, prototypointi ja yhteissuunnittelu)
4. Toteuta tehdyt suunnitelmat (roolitus, dokumentointi, implementointi, arviointi) (Tuulaniemi 2011, 110- 111)

Koivisto, Säynäkangas ja Forsberg (2019, 35-41) kertovat, että palvelumuotoilun ideologia pohjautuu muotoiluajatteluun, tämän käsitteen teki tunnetuksi David M. Kelley ja Tim Brown IDEO- muotoilutoimisto ja professori Roger Martin Toronton. Muotoiluajattelu on ihmislähtöinen innovaatioprosessi, siinä pyritään yhdistämään teknologisesti toteutettavat asiat ja mikä on taloudellisesti kannattavaa.

Koivisto, Säynäkangas ja Forsberg (2019, 36.) kuvaavat mitä pitää huomioida palvelumuotoilun on muotoiluajattelussa:

On kuitenkin hyvä huomioida, että palvelumuotoilu ei ole yhtä kuin muotoiluajattelu, vaan se on muotoiluajattelua hyödyntävä osaamisala, joka keskittyy nimenomaan palveluihin ja aineettomiin kokemuksiin, ja jossa hyödynnetään erityisesti palvelukehittämiseen sovellettavia menetelmiä.

Miettinen (2011, 27.) korostaa kirjassaan muotoiluajattelun (design thinking) tärkeyttä palvelumuotoilijan ajattelutavassa. Muotoiluajattelijoiden pitää olla empaattista ajattelukykyä muita kohtaan ja heidän pitää huomioida asioita, joita muut eivät ehkä huomioisi. Palvelumuotoilijan tulee hyödyntää tämä omassa ideoinnissaan. Muotoiluajattelu kehittää uusia toteutettavia ja käyttökelpoisia palveluita ja suunnitteluratkaisuja. Muotoiluajattelussa hyödynnetään luovia työskentelytapoja löytäen uusia ratkaisuja suunnitteluun liittyviin ongelmiin.

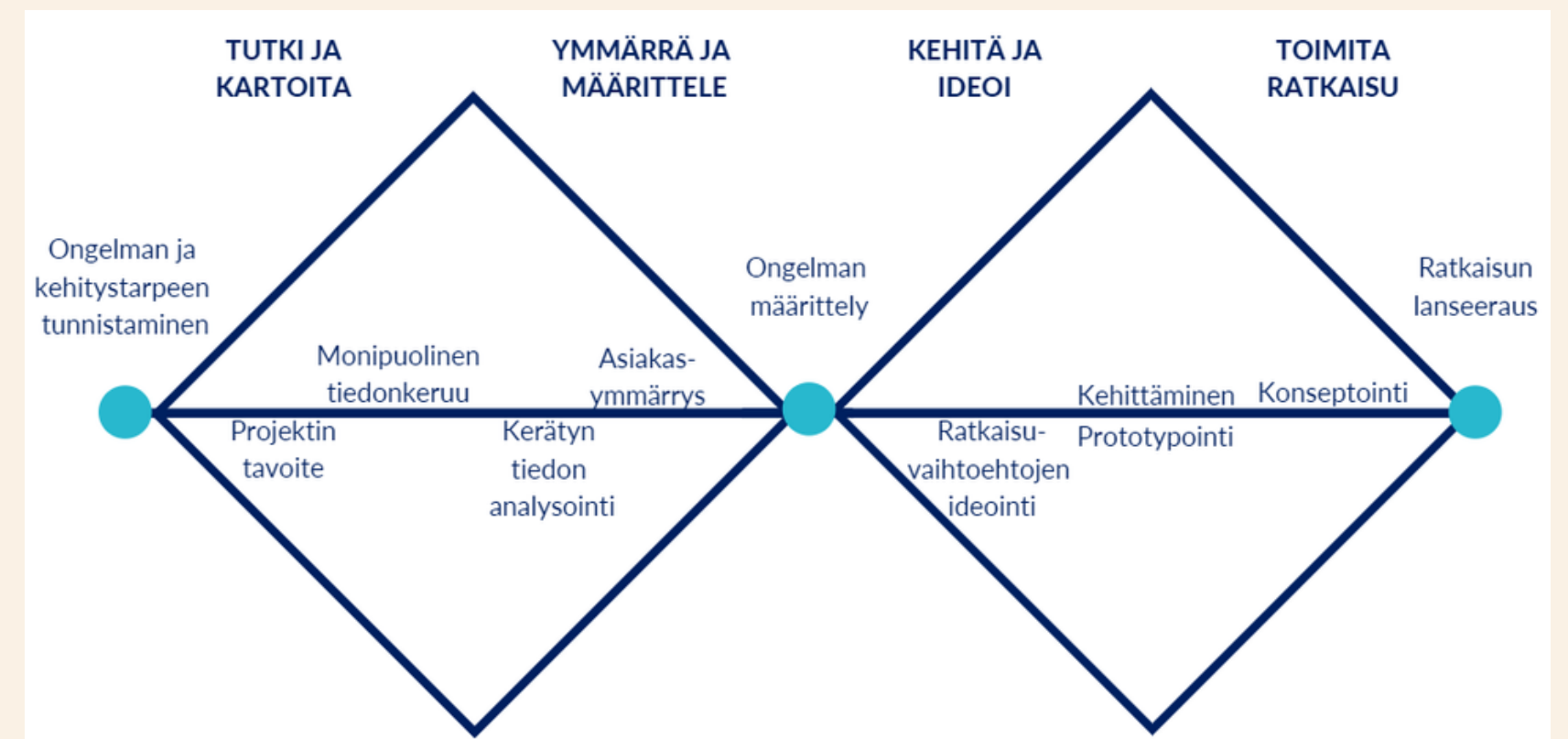
## Tuplatimantti

Palvelumuotoilemassa (2019) on blogiteksti, jossa avataan tuplatimantin määritelmää. Tuplatimantti on muotoiluprosessi, jossa prosessin etenemistä kuvataan kahden timantin muodossa. Kyseessä olevassa muotoiluprosessissa avataan tiedon kasvua. Asioiden tiivistyminen kuvastaa tuplatimantin (kuva 6) vaiheita:

**Tutki ja kartoita:** haetaan projektille raameja ja suunnitelmaa tutkimalla ongelmakohtia ja kehitystarpeita. Kun raamit löytyvät, pyritään etsimään työkaluja tiedon keräämistä varten ja edetään työjärjestyksessä keräämisen lisäksi analysoimalla informaatiota. **Ymmärrä ja määrittele:** analysoidaan isoa tiedon määrää ja tiivistetään merkittävimmät osat kokonaisuudesta. **Kehitä ja ideoi:** ymmärryksen ja määrittelyn jälkeen saadaan paremmin tietoa siitä, mitkä asiat hankaavat ja puristavat. Näin havaitun ongelman kautta on ratkaisukeskeinen ideoiminen ja kehittäminen helpompaa. Tavoite on tuoda esille runsaasti vaihtoehtoja. Ajatuksena ei ole tyrmätä ideointia heti tai ensimmäisen esille tulleen idean jälkeen kuopata kaikkia muita iratkaisuvaihtoehtoja. **Toimita ratkaisu:** Ideoinnin jälkeen on löydetty parhaimmaksi todetut ratkaisut. Kyseessä olevia ratkaisuja testataan realistisessa asiakasympäristössä, käyttöympäristössä tai edellämainittuja vastaavissa olosuhteissa. Asiakkaalta saadun palautteen perusteella jatkojalostetaan ideoita paremmiksi. Tämä auttaa ymmärtämään, mitkä ideat toimivat ja mitkä eivät.

Palvelumuotoilemassa blogin (2019) tuplatimantti ja Tuulaniemen (2011, 128.) palvelumuotoiluprosessi mukailevat samaa periaatetta prosesseissa.

Valitsin Tuulaniemen palvelumuotoiluprosessin työkaluksi opinnäytetyössä, jotta toiminnan kaava on selkeä ja yksinkertainen. Palvelumuotoilun prosessi ohjaa lukijaa ymmärtämään työvaiheita. Tuplatimantti auttaa ymmärtämään vaiheiden tavoitteet sekä neuvoo suunnittelun painopisteissä merkittävien tavoitteiden ja toivottujen lopputulemien osalta.



Kuva 6. Tuplatimantti (Palvelumuotoilemassa 2019)

## 3.2 Palvelumuotoilu matkailussa

Matkailutuotteet ovat palveluita eli palvelupaketteja ja niiden erilaisia yhdistelmiä. Haastavana mutta monipuolisena alana matkailuliiketoiminnassa menestymiseen tähtävänä on huomioitava monia asioita. Tärkeimpänä ratkaisee asiakastyytyväisyys, joka kiteyttää matkailijan etukäteisodotukset ja palvelutapahtumassa koetun palvelun laadun. Vaikka matkailuyritysten toiminta on tuotantolähtöistä, pitää myös matkailupalveluissa muistaa asiakkaan näkökulma. Jokainen matkailija kokee matkakohteen yhtenä kokonaisuutena sekä yksittäisen palvelun matkakohdekokonaisuutena. (Tuulaniemi 2011, 262.)

Menestyvän matkailubrändin ydin koostuu matkailualueen yhdistelmänä erilaisista palveluista. Palveluiden ytimessä ovat:

### **Nähtävyydet**

- luonto, vuoret, järvet ja rannat
- rakennukset, huvipuistot, maamerkit ja rakennukset
- kulttuuri, muistomerkit ja tapahtumat

### **Saavutettavuus**

- kuljetusyhteydet matkailualueelle

### **Mukavuus palvelut**

- majoituspalvelut
- ravintolat

### **Tuotteistetut palvelupaketit**

- aktiviteetit (vaellus, uiminen hiihtäminen)
- passiiviset (auringonotto, hyvinvointipalvelut) (Tuulaniemi 2011, 267.)

Tuulaniemi (2011, 78) kuvailee kirjassaan, että palvelupolku on kuvaus palvelukokonaisuudesta. Palvelupolku siis kuvaa asiakkaan reittiä palvelupolulla alusta loppuun asti. Palvelupolku on jaettu pienempiin vaiheisiin, joita kuvataan *palvelutuokioksi*. Miettinen (2011, 49) kertoo että palvelutuokiot koostuvat kohtaamisista asiakkaan ja palveluntarjoajan välisessä vuorovaikutuksessa ja kyseessä olevia kohtaamisia kutsutaan palvelupolulla palvelutuokioiksi. Jokainen palvelutuokio koostuu useista *kontaktipisteistä*. Kontaktipisteiden kautta asiakas kokee, aistii ja näkee palvelun ja brändin. Kyseessä olevat kontaktipisteet on havaittavissa kaikilla aisteilla (kuulo, haju, maku, näkö ja tunto). Ne voidaan kokea ympäristön kautta, esineistä, toimintamalleista ja ihmisisten kautta. Palvelutuokiota suunnitellessa on mietittävä tarkkaan kontaktipisteitä sekä mikä niissä on asiakkaalle tärkeitä ja oleellista. Erityisen merkittävää on huomioida, kuinka kontaktipisteet tuovat asiakkaalle lisäarvoa vähin kustannuksin. (Miettinen 2011, 51-53.)

Matkailupalvelua suunnitellessa on otettava huomioon asiakkaan kontaktipisteet asiakkaan eri palvelupoluilla. Prosessissa on huomioitava myös esi- ja jälkipalvelun kontaktipisteet. Esipalvelun kontaktipisteillä tarkoitetaan mainoksia, matkailuesitteitä, nettisivuja ja henkilökohtaisia suosituksia. Voidaan todeta, että esipalvelun kontaktipiste on asiakkaan ensimmäinen kosketus palveluun. Jälkipalvelu tarkoittaa asiakkaan kontaktia palveluntarjoajaan palvelun jälkeen esimerkiksi asiakaspalauteen muodossa.

Esipalvelu rakentuu markkinointiviestinnästä, sosiaalisen median kautta tai asiakkaiden välisten vuorovaikutuksen kautta. Useat matkailubrändit myyvät matkailupalveluitaan siten, että ne pitää varata ja maksaa etukäteen. Näin ollen asiakkaan on luotettava siihen tietoon, mitä hän on etukäteen saanut kyseessä olevasta matkailupalvelusta.

Internet on nykypäivänä mahdollistanut asiakkaille paremman tiedonsaannin matkailukohteen matkailupalveluista sekä palveluiden hintatasosta. Näin ollen myös hintavertailu on helpompaa. Tiedonsaannin myötä matkailumarkkinoinnissa on tärkeäksi osaksi siirrytty tuotteiden laatuun. Aidot ja laadukkaat palvelut tuovat positiivista näkyvyyttä yritykselle ja ne toimivat myös hyvänä markkinoinnin työkaluna.

Täyttääkseen asiakkaiden odotukset yrityksen palveluiden pitää antaa palveluketjuissa yhdenmukaista ja laadukasta palvelua. Hyvän asiakaskokemuksen tärkeät kontaktipisteet on hyvä säätää asiakastarpeita mukaileviksi ja nostaa ne esiin. Palvelumuotoilussa asiakkaan näkökulmasta tunnistetaan puutteet palveluketjussa tai kontaktipisteissä.

(Tuulaniemi 2011, 79, 270, 271.)

Matkailussa palvelumuotoilun tärkeänä tavoitteena on muodostaa kestävä vuorovaikutusta asiakkaiden ja palveluntarjoajien sekä eri palveluntarjoajien välille. Palvelumuotoilu antaa vuorovaikutusmahdollisuuksia (Palvelupolku, palvelutuokiot ja kontaktipisteet) se myös määrittelee halutun asiakaskokemuksen saavutettavaksi (palvelun blueprint ja palvelumallit)

**Palvelumuotoilu tuo matkailuun asiakastyytyväisyyttä ja parantaa näin palvelun laatua** (Tuulaniemi 2011, 272.)

### 3.3 Konseptointi

Palvelukonseptissa suunnitellaan palveluita ihmisille eli palvelun käyttäjille. Palvelukonsepti on suunnitelma palvelun kokonaisuudesta tai luonnoksesta ja siinä käy ilmi palvelun yksityiskohtainen idea. Palvelukonseptissa mietitään kenelle palvelu on suunnattu, mitä hyötyä palvelusta on. Palvelukonsepti pyrkii vastaamaan siihen, miten palvelua käytetään ja millaisia resursseja sen tuottaminen kokonaisuudessaan vaatii. Palvelukonseptin ideat voidaan konkretisoida ja visualisoida saadakseen asiakaslähtöisen palvelukokonaisuuden muotoon. Hyvin konseptoitu palvelu on tarpeellinen ja toimiva. (Palvelupolkuja 2018)

Konseptilla tarkoitetaan kuvausta tuotteesta, joka on perusteltu, oleellinen ja selkeästi ymmärrettävä. Sitä sanotaan tuotesuunnittelumaiseksi toiminnaksi, jossa konsepteja kuvataan ratkaisuuksi (tilat, tuotteet, palvelut ja liiketoimintamallit). Konseptia pystytään havainnollistamaan visualisoinnin ja skenaarioiden avulla jossa esim. tuotteet tai ympäristöt kuvataan. (Miettinen 2011, 119.)

Konseptin suunnittelussa yhdistellään erilaisia työkaluja muotoilijan tueksi. Esimerkkejä työkaluista ovat käyttäjäkeskeinen suunnittelu, käyttäjäymmärrys, tutkimustieto, luonnokset, kuvat ja erilaiset mallit. Konsepti itsessään ei vielä määrittele palvelua kokonaisvaltaisesti, mutta kuvaa sen ominaisuudet. Johtavana ajatuksena konseptisuunnittelussa on kuvata käyttäjien tarpeet ja tehdä niistä selkeästi ymmärrettäviä. Niissä voidaan myös kuvata palvelutuokiot, palvelupolku, päävaiheet, tuotantotapa ja muut palvelun rakenteet. (Miettinen 2011, 107.)

Tuulaniemi (2011, 192–195.) kuvaa kirjassaan palvelukonseptin portaikkoa, missä kuvataan konseptin eri vaiheita askel askeleelta.

Ensimmäinen porras **konseptin suunnittelu**: Joka ikiseen palvelukonseptiin tarvitaan suunnitelma tuotettavasta palvelukokonaisuudesta. Konseptissa määritellään asiakkaita eli kohderyhmiä ja henkilökunnan ohjeistusta palvelutilanteissa ja asiakaskohtaamisissa. Toinen askel on **konseptin ilmentyminen**: ilmennetään toiminnallisuutta asiakkaalle, mitä hän voi nähdä, tuntea ja kokea, kuinka tätä voidaan viestiä markkinoinnilla, palvelusisällöillä ja henkilökunnan käyttäytymisellä. Ilmentymisellä luodaan palveluodotuksen taso ja yrityksen palvelulupaukset. Kolmas askel on **konseptin jalkautus**: tämä tarkoittaa palvelubrändin ja –kokemuksen syventämistä asiakkaalle tuomalla tapahtumamarkkinointia tehokkaasti esille. Neljäs askel on nimeltään **palveluosaaminen**: kyseessä olevalla askeleella on merkittävä osuus palvelukonseptin onnistumisen kannalta. Ratkaisevinta on henkilökunnan palveluosaaminen ja asenne, sillä asiakas muodostaa tässä vaiheessa kokemuksensa palvelusta. kokonaisuus on hallittava, jotta palvelukonseptin tavoitellut ja oikeat asiakaskokemukset saadaan konkretisoitumaan.

# 4 Asiakasprofiili tutkimus

Opinnäytetyötä varten sain käyttöni Visit Karelia Oy:n laatiman Pohjois-Karjalan kohderyhmätutkimuksen alueen matkailijoista. Visit Karelia Oy on Pohjois-Karjalan matkailun destinaatio-organisaatio (DMO). Visit Karelia kehittää ja markkinoi Pohjois-Karjalan aluetta sekä saa aikaan merkittävää kasvua ja kauppaa alueen yrityksille. Visit Karelian omistajina on 13 Pohjois-Karjalan seudun kuntaa ja se toimii jokapäiväisessä suhteessa matkakohteen matkailuyritysten kanssa. (Visit Karelia.fi julkaisuaika tuntematon, LinkedIn julkaisuaika tuntematon)

Visit Karelia oli laatinut talven 2021-2022 aikana kohderyhmätutkimuksen Pohjois-Karjalan alueen matkailijoiden kohderyhmistä. Tutkimuksessa selviää matkailun pääkohderyhmät, ydinviestit sekä muut tunnistetut kohderyhmät. Tutkimuksessa kerättyä tietoa on hankittu organisaation sisäisestä datasta sekä ulkoisista datan lähteistä. Tutkimuksen tieto oli laadittu organisaation työpajatyöskentelynä, jossa oli mukana muita alueen toimijoita. Dataa oli kerätty:

Ulkoinen data: Kotimaan kohderyhmätutkimus, Matkailu ja majoitustilastot (Visitary, Rudolf), Vuokramökkien kapasiteetti, Kotimaanmatkailun nykytila ja potentiaali, Kotimaan kesämatkailubarometri 2021, Mitä Pohjois-Karjalasta puhutaan, Kolin kansallispuiston kävijätutkimus 2019, Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö, PKO majoittujien profiilit

Sisäinen data: Kohderyhmädata - Facebook, Instagram, Kohderyhmädata - Verkkosivusto 2019-2021, Kohderyhmädata - Dashboard 2021, Kohderyhmädata - Search Console. (Visit Karelian tutkimusaineisto)



Kuva 7. Visit Karelian kohderyhmät (Leivo)



## 4.1 Visit Karelian käyttäjäprofiilit

Tutkimuksessa tunnistettiin seuraavanlaisia matkailijan ominaispiirteitä:

- Tasapainoa etsivä nautiskelija ja hyvinvoinnista kiinnostunut, etsii tasapainoa
- Aktiivinen ulkoilija/ seikkailija, liikunta, urheilu, retkeily, pyöräily
- Kulttuurin ja luonnon ihailija (nähtävyydet ja ruoka)
- 60+ Ryhmämatkailija (historia ja kulttuuri)
- Lasten kanssa matkustavat nuoret aikuiset
- Lähiseutu ja paikalliset

Matkustusmotiivina voi olla perhe tai kytkös Pohjois-Karjalan alueeseen. Potentiaalisin yleisö etsii tasapainoa arkeen ja kiireeseen.

Muuta huomioitavaa: Inklusiivinen matkailu, yhdenvertaisuus, tasa-arvo, ryhmät.

Konseptien suunnitteluun otin neljä potentiaalista kohderyhmää palvelukonseptien suunnitteluun: **Kulttuurin ja luonnon ihailija, Tasapainoa etsivä nautiskelija, Lähiseutu ja paikalliset sekä 60+ Ryhmämatkailijat.**

Opinnäytetyössä kohderyhmät on rajattu sen perusteella, mitkä matkailun kohderyhmät sopivat parhaiten yrityksen toimintaan. Kohderyhmien valinnassa on otettu huomioon myös yrityksen brändi.

Seuraavilla sivuilla esittelen 4 kohderyhmän käyttäjäprofiilit.



Kuva 7. Visit Karelian kohderyhmät (Leivo)

Asuu: Pääkaupunki tai Länsi-Suomi/Pohjanmaa  
30-50 -vuotias työssäkäyvä, johtavassa työasemassa oleva henkilö. Tulotaso yli 50 000€/vuosi.

Kaipaa uusien asioiden kokemista, luonnon rauhaa ja tarinoita historiasta/kulttuurista. Kiinnostunut vaeltamisesta, nähtävyyksistä, kulttuurielämyksistä, erilaisista ravintoloista ja ruokaelämyksistä, historiasta sekä kulttuuritapahtumista.

Tarvitsee paljon relevanttia tietoa ostamisen tueksi (sisältö voi olla yksittäiseen tapahtumaan, historialliseen paikkaan tai ulkoilualueeseen liittyvää).

Tarvitsee arjelle tasapainoa ja etsii sitä ulkoilu- ja kulttuurikohteista. Kaupunkikohteet ja sen tarjonta myös kiinnostavat (kulttuuri, historia ja arkkitehtuuri näkökulma).

Kaipaa hyvää asiakaspalvelua ja suosii paikallisia tuotteita. Kiinnostunut kestävydestä ja vastuullisuudesta. Matkustaa usein kotimaassa joko yksin tai kumppanin/kavereiden kanssa ja majoittuu hotellissa tai mökissä.

## Motiivit

- **Uudet kokemukset ja uuden oppiminen**
- **Luovuus ja kulttuuriin tutustuminen**
- **Vaeltelu omassa rauhassa luonnon äärellä**
- **Ruoka- ja ravintolaelämykset**
- **Paikallisuus**
- **Nähtävyyksien katselu**

## Erityispiirre

Tekee vastuullisia päätöksiä tukien paikallisuutta kohteessa, tahtoo vaikuttaa kokemastaan.

## Ostamisen esteet

- Tietoa ei ole tarpeeksi
- Hintamielikuva - hintoja pidetään Suomessa liian korkeina
- Aikaa matkustamiselle vähän
- Heikot kulkuyhteydet

## Tarjonta

Opastetut vaelluskierrokset, kulttuurielämykset, karjalainen kulttuuri, museot, teatteri, sotahistoria, ruoka- ja ravintolapalvelut, kaupunkikulttuuri. Kaikki luontoon liittyvä kevyempi aktiviteetti (nauttii myös vain luonnon ihailusta).



Kuva 8. Kulttuurin ja luonnon ihailija (Leivo)

Asuu: Pääkaupunkiseutu tai Länsi-Suomi  
25-45 -vuotias työssäkäyvä, korkeakoulutettu henkilö.  
Tulotaso keskimäärin 20 000-50 000€/vuosi.

Kaipaa rauhaa vapaa-aikaan ja rentoutumiseen. Nauttii kevyiden aktiviteettien kautta luonnosta ja nähtävyyksistä. Tavoittelee stressitasojen madaltumista ja laadukasta vapaa-aikaa.

Tarttuu viestinnässä tarinallisuuteen ja tunteiden herättämiseen - haluaa samaistua ja olla osa tarinaa/elämystä.

Tahtoo itse määritellä aikataulunsa ja mennä vapaasti. Punnitsee vastuullisuutta kokonaisuutena. On monipuolinen tiedon hakija, joka vertailee saamiaan tuloksia aktiivisesti. Haluaa saada rahoilleen vastinetta ja hinta-laatusuhde on erittäin tärkeä. Tarvitsee paljon tietoa ostamisen tueksi.

Matkustaa joko yksin tai muutaman läheisen kanssa. Jakaa tietoa ja lukee uutisia sekä seuraa erilaisia medioita.

Instagramin päivittäinen käyttö keskiössä. Majoittuu matkallaan vuoramökeissä, hostelleissa/hotelleissa, luonnossa teltaillen tai sukulaisten/ystävien luona.

## Motiivit

- **Onnellinen arki ja arjessa jaksaminen**
- **Hyvinvointi ja rentoutuminen**
- **Luonnon kauneus ja maisemien ihailu**
- **Luotettavan tiedon saaminen ja sujuvuus**

## Erityispiirre

- Menee paljon fiilis pohjalta ja voi tehdä nopeitakin ratkaisuja kohteessa ollessaan.

## Ostamisen esteet

- Hinta-mielikuva - kotimaan matkailu kallista
- Tieto ei ole tarpeeksi kattavaa tai helposti löydettävää

## Tarjonta

Kansallispuistojen ympärillä olevat palvelut, nähtävyydet, ravintolat, kevyet aktiviteetit, opastetut retket, hyvinvointipalvelut, kylpylät, erikoismajoitus.



Kuva 9. Tasapainoa etsivä nautiskelija (Leivo)

Pohjois-Karjalassa tai lähiseuduilla asuva henkilö.

Sukulaiset ja ystävät usein majoittuvat heidän luonaan ja he tekevät yhdessä Pohjois-Karjalassa erilaisia aktiviteetteja ja osallistuvat lähellä järjestettäviin tapahtumiin.

Seuraavat alueen somekanavia ja saavat tietoa niistä.

## Ostamisen esteet

- Vähän tietoa alueella tarjolla olevista palveluista ja mahdollisuuksista -vaikeaa ohjata ja suositella ystäville ja sukulaisille.

## Tarjonta

Alueen palvelut (ruoka, vaihtoehtoinen majoitus, lasten kanssa tekeminen, nähtävyydet, historia) ja tapahtumat. Mahdolliset välinevuokraukset.

## Motiivit

- Yhteinen laatu aika
- Kotiseutuylpeys
- Luonnosta nauttiminen

## Erytispiirre

Alueen paras suosittelija.  
Kotiseutuylpeys



Kuva 10. Lähiseutu ja paikalliset (Leivo)

Eläkeläiset, jotka matkustavat yhdessä ryhmässä.

Varaavat matkoja usein eri kontaktien kautta:

- matkanjärjestäjä
- kerhotoiminta
- harrastetoiminta
- erilaiset järjestöt tms

## Ostamisen esteet

- Hinta-mielikuva - kotimaan matkailu kallista
- Tieto ei ole tarpeeksi kattavaa tai helposti löydettävää

## Tarjonta

Ryhmille soveltuvat palvelut, ryhmä aktiviteetit, kylpylä- ja hyvinvointipalvelut, kulttuuripalvelut, luostarikerrokset, käynti kohteet, risteilyt

## Motiivit

- **Onnellinen arki ja arjessa jaksaminen**
- **Hyvinvointi ja rentoutuminen**
- **Luonnon kauneus ja maisemien ihailu**
- **Luotettavan tiedon saaminen ja sujuvuus**

## Erityispiirre

Menee paljon fiilispohjalta ja voi tehdä nopeitakin ratkaisuja kohteessa ollessaan.



Kuva 11. 60+ ryhmämatkailija (Leivo)

## 4.2 Yhteenveto

Kohderyhmätutkimuksesta voidaan päätellä, että Pohjois-Karjalassa matkailevilla isoin matkailumotiivi on **luonto ja nähtävyydet, ja potentiaalisin yleisö etsii tasapainoa arkeen ja kiireeseen.**

Visit Karelian tutkimuksessa hyödynnetyt datan lähteet ovat mielestäni todella laajoja ja luotettavia. Informaatiota voidaan hyödyntää opinnäytetyössä ja sen kehitysprosessissa.

Opinnäytetyössä hyödynsin kyseisen tutkimuksen tuloksia palvelukonseptien suunnitteluun, jossa suunnittelen palveluita Leivo Line-laivan potentiaalisille asiakaskohderyhmille.

Tutkimuksen tuloksista sain muotoilijalle hyödyllistä käyttäjäymmärrystä matkailijoiden motiiveista ylipäätään matkustaa sekä heille mahdollisesti soveltuvista matkailun tarjonnasta.

Tutkimuksen toteutuksessa mukana oleminen olisi mielestäni parantanut kohderyhmien ymmärtämistä sekä aiheeseen syventymistä. Kuitenkin tutkimuksen avulla saadut tiedot olivat sellaisia, joita olisin lähtenyt etsimään myös omassa tutkimuksessani. Valitettavasti oman tutkimuksen laatiminen ei olisi ollut mahdollista toteuttaa samassa ajassa opinnäytetyön valmistumisen kanssa, mutta Visit Karelian toteuttamasta tutkimuksesta ja sen tuloksista sain tarvittavan tiedon konseptien suunnitteluun.

Konsepti kappaleessa Miettinen (2011, 107) kertoo että käyttäjäymmärrys ja tutkimustieto ovat muotoilijalle tärkeitä suunnittelun lähteitä konseptien suunnittelussa.



Kuva 7. Visit Karelian kohderyhmät (Leivo)

# 5 Konseptit

Konseptisuunnitelmia syntyi neljälle johderyhmälle omat konseptit:

- Ryhmämatkailijalle - Historia risteily
- Kulttuurin ja luonnon ihailijalle - Pohjois-Karjalainen ruokaristeily
- Lähiseutu ja paikalliset - Mansikkaristeily mansikkatilalle
- Tasapainoa etsivä nautiskelija - Iltaristeily Höytiäisellä

Konseptit on suunniteltu kohderyhmien matkailumotiivien mukaan ja suunnittelussa otin satamien sijainnit ja syvyydet huomioon siltä osin että mihin laivan on mahdollista rantautua.

Konseptien suunnittelussa hyödynsin Höytiäisen pursiseuran (2021) laituri ja rantautumispaikka-taulukkoa. Taulukoon on listattu kaikki Höytiäisen rantautumispaikat ja niiden syvyydet. Päädyin valitsemaan laivan pysäkeiksi Kontiolahden sataman ja Huhmarisen sataman. Kyseisten satamien syvyys mahdollistaa laivan pääsyn kohteeseen sekä yleisesti kohteet ovat sijainniltaan hyvien kulkuyhteyksien päässä.

Esitän jokaisen konseptin asiakkaan palvelupolun sekä asiakkaan ja asiakaspalvelijan kontaktipisteet.



Historiaristeilyt  
Ryhmämatkailijoille



Pohjois-Karjalainen  
ruokaristeily  
Kulttuurin ja luonnon ihailija

Mansikkaristeily mansikkatilalle  
Lähiseutu ja paikalliset



Iltaristeily Höytiäisellä  
Tasapainoa etsivä nautiskelija



Kuva 12. Konseptit (Leivo)

## Historiaristeily

Ryhmämatkailijoille suunnittelin Historiaristeilyyn, joka toisi Höytiäisen alueen menneisyyttä tunnetummaksi matkailijoiden keskuudessa.

kuvassa (Kuva 13) laivan risteilyreitti Höytiäisellä. Laiva risteilee Kontiolahden satamasta Hanhiluodon saareen. Tästä matka etenee Jouhtenisen saareen ja palaa myöhemmin takaisin Kontiolahden satamaan.

Historiaristeilyllä matkaoppaan roolissa on joko laivan henkilökuntaa tai kirjailija Heikki Vesajoki. Vesajoki on kirjoittanut kirjan Tarun hohtoinen Höytäinen.

Jouhteninen on Höytiäisellä sijaitseva 0,95 km<sup>2</sup> kokoinen saari ja alue kuuluu luonnonsuojelualueeseen. Saarella on erilaisia kävelyreittejä ja tulentekopaikkoja. (Luontoon.fi julkaisu-aika tuntematon;)

Höytiäisen pursiseura (2021) on listannut Höytiäisen järvi-alueen rantautumispaikat nettisivuillaan. Listauksessa Hanhiluodon ja Jouhtenisen vieraslaiturit ovat 2 metriä syviä ja ne soveltuvat hyvin laivan rantautumiselle.

Seuraavalla sivulla esittelen asiakkaan palvelupolun risteilyllä.



Kuva 13. Historiaristeilyn kartta (Leivo)





# Historiaristeily

Pohjois-Karjalan Martat ry: n jäsenet päättävät järjestää yhdistyksen virkistytymispäivän. Yhdistys kuulee Leivo Linen Historiaristeilystä ja päättää virkistytymispäivän siellä.

Kontiolahden satama → Hanhiluoto  
→ Jouhteninen → Kontiolahden satama

Yhdistys varaa matkaliput mukaan lähteville jäsenilleen.

Joensuun linja-autosemalta lähtee yhdistyksen tilausauto ja matka alkaa kohti Kontiolahden satamaa.

Linja-auto saapuu Kontiolahden satamaan ja laivan henkilökunta toivottaa yhdistyksenjäsenet tervetulleeksi risteilylle. Henkilökunta ohjaa asiakkaat varatuille paikoille. Laiva lähtee Kontiolahden satamasta.

Laiva risteilee kohti Hanhiluodon saarta.

Tarjoilija kysyy pöytäseurueilta, haluavatko he tilata juotavaa tai pientä purtavaa. Seurue tilaa haluamiaan juomia ja syötäviä.

Historioitsija aloittaa tarinankerronnan Höytiäisen historiasta. Historioitsija kertoo myös millainen Hanhiluodon saari on ja miten se on muokkautunut järvenlaskun jälkeen.

Laiva saapuu Hanhiluodon saarelle.

Laiva saapuu Jouhtenisen saarelle.

Matkailijat ohjataan takaisin laivaan ja laiva risteilee Jouhtenisen saarelle.

Historioitsija ohjaa matkustajia saarella ja esittelee saaren paikkoja ja monimuotoisuutta (Vierailuaika saarella 1,5 tuntia)

Pienen saarikierroksen jälkeen matkailijoille tarjotaan pullaa ja pannukahvia.

Historioitsija ohjaa matkustajia saarella ja kertoo saaren historiasta, kuten saarella asuneesta munkista (vierailuaika saarella 3h)

Matkailijat ohjataan takaisin laivaan ja laiva risteilee takaisin Kontiolahden satamaan.

Laiva saapuu takaisin Kontiolahden satamaan.

Matkailijat nousevat matkanjärjestäjän linja-aurtoon ja he matkaavat takaisin Joensuuhun.





## Pohjois-Karjalainen ruokaristeily

Kulttuurin ja luonnon ihailijalle suunnittelin Pohjois-Karjalaisen ruuan risteilyn. risteilyn teemana Pohjois-Karjalainen ruoka ja menu olisi rakennettu sen mukaan.

Kuvassa (Kuva 15) laivan risteilyreitti Höytiäisellä. Laiva lähtee Kontiolahden satamasta ja risteilee kierroksen Höytiäisellä ja palaa myöhemmin takaisin Kontiolahden satamaan.

Vaihtoehtoisesti reitti voisi lähteä Huhmarisen satamasta Jouhtenisen saareen ja myöhemmin palata Huhmarisen satamaan.

Huhmarisen sataman vieressä sijaitsee Hotelli Huhmarinen. Tämä voisi hyvin houkutella hotellin asiakkaita risteilemään laivalle.

Seuraavalla sivulla esittelen asiakkaan palvelupolun risteilyllä.



Kuva 15. Ruokaristeily kartta (Leivo)



# Pohjois-Karjalainen ruokaristeily

Kontiolahden satama → Risteilykierros Höytiäisellä  
→ Kontiolahden satama

Ystäväseurue haluaa kokea Pohjois-Karjalan alueella uusia ruoka- ja ravintolaelämyksiä.  
Seurue huomaa Instagram ilmoituksen ruokaristeilystä ja seurue päättää varata liput risteilylle.

Ystäväseurue varaa liput netistä ja  
varaa pöytäryhmälle paikan.



Seurue matkustaa Kontiolahden satamaan.

Laivan henkilökunta toivottaa seurueen tervetulleeksi  
ja ohjaa seurueen varatuille paikoille.  
Tarjoilija antaa ruokalistat ja esittelee menun.  
Seurue tilaa neljän ruokalajin menun.  
Laiva lähtee Kontiolahden satamasta.

Laiva palaa takaisin Kontiolahden satamaan.

Laivan asiakkaita viihdyttää matkan ajan  
paikallinen laulaja kitaran kanssa.  
Laiva risteilee Höytiäisellä 2,5 tuntia.



## Mansikkaristeily mansikkatilalle

Paikallisille suunnittelin Mansikkaristeilyn mansikkatilalle. Mansikkaristeilyllä tarjottaisiin mansikka-temaan sopivia ruokia ja juomia.

Kuvassa (Kuva 17) on laivan risteilyreitti Höytiäisellä. Laiva risteilee Kontiolahden satamasta Oriniemen satamaan. Matka jatkuu Oriniemestä mansikkatilalle, joka sijaitsee vähän matkan päässä satamasta. Päivä vietetään mansikkatilalla keräten mansikoita. Myöhemmin laiva risteilee takaisin Kontiolahden satamaan.

Seuraavalla sivulla esittelen asiakkaan palvelupolun risteilyllä.



Kuva 17. Mansikkaristeilyn kartta (Leivo)



# Mansikkaristeily mansikkatilalle

Kontiolahden satama → Oriniemi  
→ Mansikkatila → Kontiolahden satama

Joensuulaiset ystävykset ovat innokkaita marjankerääjiä ja he haluaisivat saada mansikoita talvea varten. Joensuulaiset kuulevat Mansikkaristeilystä mansikkatilalle ja he päättävät varata liput risteilylle.

Joensuulaiset ystävykset varaavat matkaliput risteilyltä.

Joensuulaiset matkustavat Kontiolahden satamaan.

Laivan henkilökunta toivottaa Joensuulaiset tervetulleiksi ja ohjaa heinät varatuille paikoille. Laiva lähtee Kontiolahden satamasta kohti Oriniemen satamaa.

Joensuulaiset tilaavat risteilyteemaiset kylmät mansikkadrinkit.



Laiva saapuu Oriniemen satamaan.

Laivan matkustajat ohjataan minibussiin kyytiin, joka kuljettaa heidät vähän matkan päähän mansikkatilalle.

2 tunnin jälkeen on kahvitauko ja matkustajille tarjotaan täytepatongit ja juotavaa.

Matkustajat ohjataan mansikkapellolle ja matkustajille annetaan keräilykopat.

(Matkustajat vierailevat tilalla 4 tuntia.)

4 tunnin jälkeen matkailijat maksavat keräämänsä mansikat viljelijälle.

Matkailijat ohjataan minibussiin, joka kuljettaa heidät takaisin laivalle. Laiva palaa takaisin Kontiolahden satamaan.

Laiva saapuu Kontiolahden satamaan. Joensuulaiset palaavat takaisin kotiinsa.





## Iltaristeily Höytiäsiellä

Tasapainoa etsiville nautiskelijoille suunnittelin Iltaristeilyn Höytiäisellä. Laiva risteilee illan ajan Höytiäisellä ja rantautuu yöksi Kontiolahden satamaan ja palaa aamulla takaisin Huhmarisen satamaan.

kuvassa (Kuva 19) laivan risteilyreitti Höytiäisellä.

Seuraavalla sivulla esittelen asiakkaan palvelupolun risteilyllä.



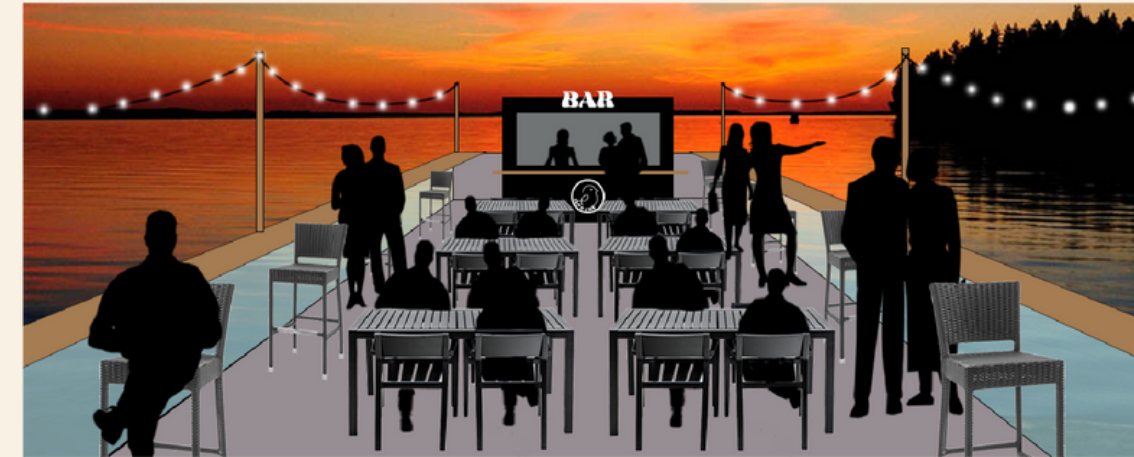
Kuva 19. Iltaristeilyn kartta (Leivo)



# Iltaristeily Höytiäisellä

Siskokset lomailevat kesän Pohjois-Karjalassa ja he haluavat rentoutua lomansa aikana. Siskokset kuulevat Leivo Line Iltaristeilystä Höytiäisellä ja he päättävät ostaa liput risteilylle. Laiva lähtee Huhmarisen satamasta klo 18:00 - saapuu Kontiolahden satamaan klo 21:30. Laiva lähtee Kontiolahden satamasta klo 9:00 - saapuu Huhmarisen satamaan klo 10:30.

Huhmarisen satama → Yöpyminen Kontiolahden satamassa  
→ Aamulla laiva risteilee takaisin Huhmariselle



Siskokset ostavat matkaliput risteilylle, joka sisältää 2 hengen hytin ja aamiaisen.

Siskokset matkustavat Huhmarisen satamaan.

Laivan henkilökunta toivottaa siskokset tervetulleeksi risteilylle. Henkilökunta ohjaa heidät omaan hyttiinsä. Laiva lähtee Huhmarisen satamasta klo 18:00.

Laiva risteilee Höytiäisellä 3,5 tuntia.

Siskokset menevät laivan kattoterassille ihastelemaan maisemia ja he tilaavat juotavaa.

Laiva saapuu Kontiolahden satamaan klo 21:30.

Siskokset menevät laivan ravintolaan ja tarjoilija antaa heille ruokalistat. Siskokset tilaavat listalta mieluiset annokset ja myöhemmin ruuat tuodaan pöytään.

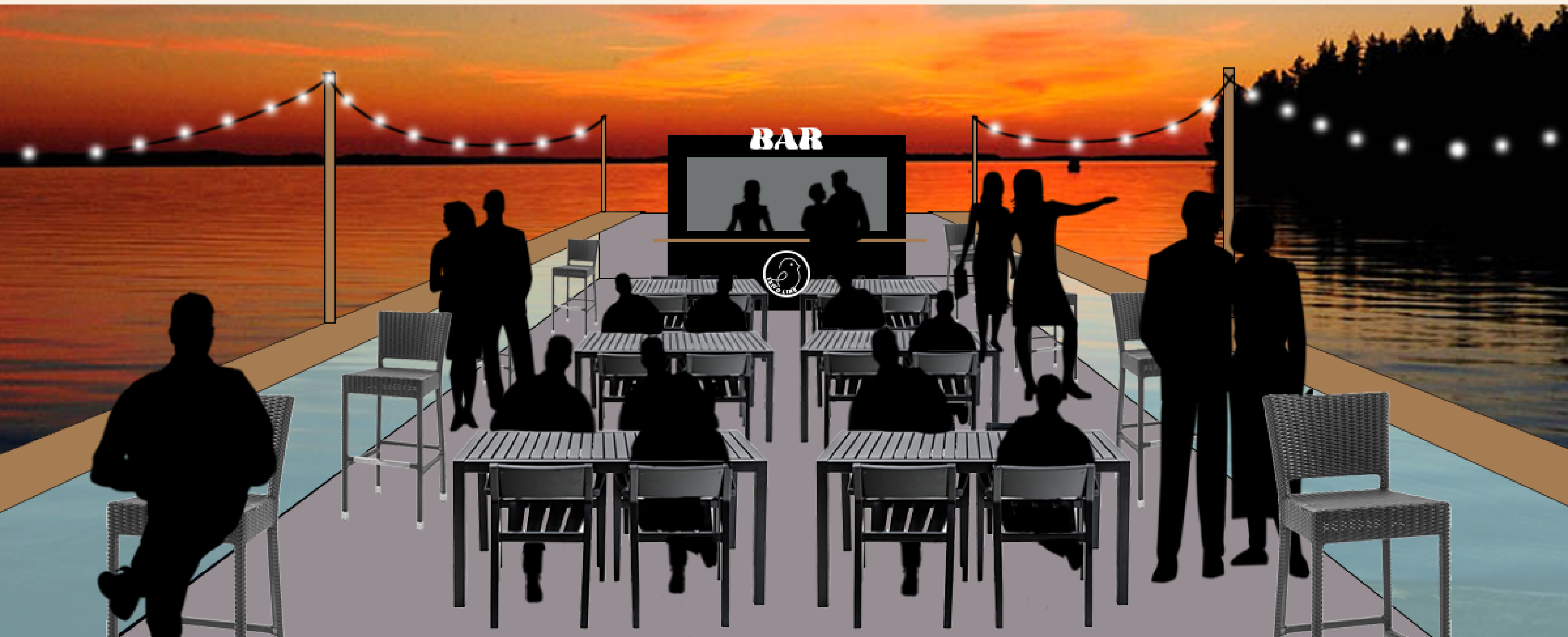
Kattoterassi sulkeutuu klo 00:30 ja siskokset palavaat hyttiin.

Laiva pysähtyy Kontiolahden satamaan ja aamulla se palaa takaisin Huhmarisen satamaan.

Siskokset menevät laivan aamupalalle klo 8:00. Laivan lähtee Kontiolahden satamasta klo 9:00.

Laiva saapuu Huhmarisen satamaan klo 10:30.

Siskokset jatkavat lomaansa ja lähtevät ostoksille Joensuuhun.



# 6 Pohdintaa

## 6.1 Palaute

Vesa Leivon palaute:

Mielestäni Wilma on ottanut hyviä asioita opinnäytetyössä esille esim. Höytiäisen lasku 1859 ja vähän historiaa. Opinnäytetyössä hän on suunnitellut hyviä ja erilaisia risteilykonsepteja erilaisille asiakaskohderyhmille ja esitellyt mistä ne voisivat koostua.

Sillä laiva on vielä remontin alla ja kesken, konseptit ja suunnitelmat voivat vielä muuttaa muotoaan projektin edetessä. Mielestäni opinnäytetyö on oikein hyvä kokonaisuus aiheesta ja sen sisällöstä.

## 6.2 Tavoitteiden toteutuminen

Opinnäytetyön alku oli haasteellinen, koska palvelumuotoilun prosessi ei hahmottunut minulle heti projektin alussa. Edellä mainittu hidasti opinnäytetyön tekemistä. Samoin opinnäytetyöhön liittyvää tietosisältöä hain pitkän aikaa. Aluksi mietin tekeväni oman tutkimuksen opinnäytetyöhön liittyen. Työn loppua kohden pohdin paljon mitä asioita jätän pois kokonaisuudesta ja mitä aiheita tuon esille opinnäytetyössä.

Rajattuani opinnäytetyön aiheen tutkimusosuuden löytäminen ei ollut vaikeaa. Sain Visit Kareliaan yhteyden nopeasti ja sitä kautta sain hyödyntää heidän tutkimustuloksia opinnäytetyössäni. Koen, että jos olisin toteuttanut itse tutkimusprosessin, olisin saanut erilaisia ja eri tavalla tiedon lähteitä Pohjois-Karjalan matkailijoista. Opinnäytetyöni lopputulos voisi olla erilainen, jos olisin ollut Visit Karelian Kohderyhmätutkimuksen työpajatyössä mukana. Koen, että kevään aikataulun puitteissa oman tutkimusprosessin tekeminen olisi vienyt enemmän aikaa, joka olisi vaikeuttanut aikataulussa pysymistä. Edellä mainitut asiat huomioon ottaen olen tutkimusosuuteeni ja palvelukonsepteihin tyytyväinen.

Tulevaisuudessa lisätutkimusta voidaan toteuttaa esimerkiksi risteilyn markkinointiin liittyen. Palvelun testaamisen jälkeen risteilyjen kohderyhmiä ja itse palvelukokonaisuutta voidaan kehittää edelleen joko samoilla tai erilaisilla palvelumuotoilun prosesseilla ja työkaluilla.

# Lähteet

Höytiäinen julkaisuaika tuntematon. Höytiäisen kalatalousalue. Verkkojulkaisu. <https://hoytiainen.fi/> Viitattu 10.3.2023

Höytiäisen pursiseura 2021. Höytiäisen rantautumispaikat. Verkkojulkaisu. Päivitetty: 27.7.2021 <https://personal.fimnet.fi/private/hkoskel/rantaan.htm> Viitattu 4.4.2023

Järviwiki 2015: Höytiäinen (04.821.1.001). Verkkojulkaisu. Päivitetty: 13.5.2015 [https://www.jarviwiki.fi/wiki/Höytiäinen\\_\(04.821.1.001\)](https://www.jarviwiki.fi/wiki/Höytiäinen_(04.821.1.001)) Viitattu 10.3.2023

Koivisto, Mikko, Säynäjäkangas, Johanna & Forsberg, Sofia 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent.

Kotimaisen kielen tutkimuskeskus 2007: Suomalainen paikannimikirja, Helsinki: Karttakeskus. Pdf-tiedosto. Julkaistu 11.9.2007. [https://kaino.kotus.fi/www/verkkojulkaisut/julk63/SuomalainenPaikannimikirja\\_e-kirja\\_kuvallinen.pdf](https://kaino.kotus.fi/www/verkkojulkaisut/julk63/SuomalainenPaikannimikirja_e-kirja_kuvallinen.pdf) Viitattu: 8.3.2023

Leivo, Vesa 2023. Kangas Leivo Oy. Haastattelu 23.3.2023

LinkedIn julkaisuaika tuntematon. About. Verkkojulkaisu. <https://www.linkedin.com/company/visitkarelia/about/> Viitattu 21.4.2023

Luontoon julkaisuaika tuntematon: Jouhtenisen luonnonsuojelualue. Verkkojulkaisu. <https://www.luontoon.fi/jouhteninen> Viitattu 10.3.2023

Miettinen, Satu (toim.) 2011. Palvelumuotoilu: uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Tammer Print.

Palvelumuotoilu Palo 2018. Mikä on palvelupolku? Verkkojulkaisu. Päivitetty: 16.10.2018. <https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelupolulla-kehitetaan-parempia-palveluita/> Viitattu: 3.3.2023

Palvelumuotoilemassa 2019. Tuplatimantti. Palvelumuotoilemassa blogi. 23.10.2019. <https://palvelumuotoilemassa.blogspot.com/2019/10/tuplatimantti.html> Viitattu 5.4.2023

Palvelupolkuja 2018. Palvelukonsepti- ideoista kokonaisuudeksi. Verkkojulkaisu. Päivitetty: 18.8.2018. <http://www.palvelupolkuja.fi/ideointi/palvelukonsepti-ideoista-kokonaisuudeksi/> Viitattu 13.4.2023

Pro Höytiäinen julkaisuaika tuntematon. Laskettu suurjärvi. Verkkojulkaisu. <https://www.prohoytiainen.fi/höytiäinen/luonto-ja-historia/232-laskettu-suurjärvi> Viitattu 10.3.2023.

Pro Höytiäinen julkaisuaika tuntematon. Höytiäisen monivaiheinen vesistöhistoria. Verkkojulkaisu. <https://www.prohoytiainen.fi/h%C3%B6yti%C3%A4inen/luonto-ja-historia/233-h%C3%B6yti%C3%A4isen-monivaiheinen-vesist%C3%B6historia> Viitattu 10.3.2023

Tuulaniemi, Juha 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum Pro

Vesajoki, Heikki 2019. Tarunhohtoinen Höytiäinen. Keuruu: Otava.

Visit Karelia julkaisuaika tuntematon. Yhtiö. Verkkojulkaisu. <https://dmo.visitkarelia.fi/yhtio/> Viitattu 21.4.2023

# Kuva lähteet

**Kuva 1.** Wilma Leivo 2023. Palvelumuotoiluprosessi. Valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelma.

**Kuva 2.** Wilma Leivo 2023. Piirustukset Leivo Line -laiva. valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.

**Kuva 3.** Wilma Leivo 2023. Höytiäinen kartalla. 23.4.2023 Valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.

**Kuva 4.** Heikki Vesajoki 2019. Nykyinen Höytiäinen ja sitä ympäröivä vesijättömaa merkitty mustalla. Valokuva. Joensuu: Heikki Vesajoen kokoelmat.

**Kuva 5.** Wilma Leivo 2023. Palvelumuotoilun prosessi Tuulaniemen mukaan s. 128. Valokuva. 11.4.2023. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.

**Kuva 6.** Palvelumuotoilemassa blogi 2019. Tuplatimantti. Valokuva. Tuplatimantti. <https://palvelumuotoilemassa.blogspot.com/2019/10/tuplatimantti.html> Viitattu 5.4.2023

**Kuva 7.** Wilma Leivo 2023. Visit Karelian kohderyhmät. Valokuva. Facebook

kuvien lähteet:

<https://www.facebook.com/visitkarelia/photos/9030003927072708> Viitattu 24.4.2023

<https://www.facebook.com/visitkarelia/photos/6939273449479110> Viitattu 24.4.2023

<https://www.facebook.com/visitkarelia/photos/6276055472467581> Viitattu 24.4.2023

<https://www.facebook.com/visitkarelia/photos/7145596658846787> Viitattu 24.4.2023

Visit Karelialta saatu tutkimusaineisto.

**Kuva 8.** Wilma Leivo 2023. Kulttuurin ja luonnon ihailija. Visit Karelia Facebook. Valokuva. <https://www.facebook.com/visitkarelia/photos/9030003927072708> Viitattu 21.4.2023

**Kuva 9.** Wilma leivo 2023. Tasapainoa etsivä nautiskelija. Visit Karelia Facebook. Valokuva. <https://www.facebook.com/visitkarelia/photos/6276055472467581> Viitattu 21.4.2023

**Kuva 10.** Wilma Leivo 2023. Lähiseutu ja paikalliset. Visit Karelia Facebook. Valokuva <https://www.facebook.com/visitkarelia/photos/7145596658846787> Viitattu 21.4.2023

**Kuva 11.** Wilma Leivo 2023. 60+ ryhmämatkailijat. Visit Karelia kohderyhmätutkimus. Valokuva. Visit Karelialta saatu tutkimusaineisto.

**Kuva 12.** Wilma Leivo 2023. Konseptit. Valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.

kuvien lähteet:

<https://www.facebook.com/visitkarelia/photos/9030003927072708> Viitattu 24.4.2023

<https://www.facebook.com/visitkarelia/photos/6939273449479110> Viitattu 24.4.2023

<https://www.facebook.com/visitkarelia/photos/6276055472467581> Viitattu 24.4.2023

<https://www.facebook.com/visitkarelia/photos/7145596658846787> Viitattu 24.4.2023

Visit Karelialta saatu tutkimusaineisto.

**Kuva 13.** Wilma Leivo 2023. Historiaristeilyn kartta. Valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.

**Kuva 14.** Wilma Leivo 2023. Konsepti 1. Valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.

**Kuva 15.** Wilma Leivo 2023. Ruokaristeily kartta. Valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.

**Kuva 16.** Wilma Leivo 2023. Konsepti 2. Valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.

**Kuva 17.** Wilma Leivo 2023. Mansikkaristeily kartta. Valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.

**Kuva 18.** Wilma Leivo 2023. Konsepti 3. Valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.

**Kuva 19.** Wilma Leivo 2023. Iltaristeily kartta. Valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.

**Kuva 20.** Wilma Leivo 2023. Konsepti 4. Valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.

**Kuva 21.** Wilma Leivo 2023. Moodboard 1. Valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.

Kuvien lähteet:

<https://dmo.visitkarelia.fi/oppilaitosyhteistyö/> Viitattu 2.5.2023.

<https://www.visitkarelia.fi/syo-ja-juo/opastetut-ruokaelämykset/> Viitattu 2.5.2023.

<https://www.luontoon.fi/jouhteninen/reitit> Viitattu 2.5.2023.

[http://personal.fimnet.fi/private/hkoskel/h\\_lasku.htm](http://personal.fimnet.fi/private/hkoskel/h_lasku.htm) Viitattu 2.5.2023.

**Kuva 22.** Wilma Leivo 2023. Moodboard 2. Valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.

Kuvien lähteet:

<https://www.facebook.com/visitkarelia/photos/6395534527186341> Viitattu 2.5.2023.

<https://visitsavonlinna.fi/sisavesiristeilyt/> Viitattu 2.5.2023.

<https://yhteishyva.fi/reseptit/cocktail-karjalanpiirakat-graavisiialla-ja-sitruun/3z383zDFqgMes6kK2CyIG6> Viitattu 2.5.2023.

<https://www.prohoytiainen.fi/kuvagalleria> Viitattu 2.5.2023.

**Kuva 23.** Wilma Leivo 2023. Moodboard 3. Valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.

<https://kotiliesi.fi/suklaapossu/mansikka-sitrusmousse-jalkiruoka/> Viitattu 2.5.2023.

<https://yhteishyva.fi/reseptit/mansikkamocktailit/53Y9sVz8tP7jdHlAiM9IUq> Viitattu 2.5.2023.

<https://visitsavonlinna.fi/sisavesiristeilyt/> Viitattu 2.5.2023.

**Kuva 24.** Wilma Leivo 2023. Iltamaisema Höytiäisellä. Valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.

**Kuva 25.** Wilma Leivo 2023. Leivo Line -laiva luonnos. Valokuva. Kuopio: Wilma Leivon kokoelmat.