



# Kohti tuottavaa liiketoimintaa OKR-tavoitteiden avulla

Case: Café Seila

Annaliina Jokinen

OPINNÄYTETYÖ  
Marraskuu 2023

Liiketalous  
Yrittäjyys ja tiimijohtaminen

---

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Liiketalous  
Yrittäjyys ja tiimijohtaminen

JOKINEN, ANNALIINA:

Kohti tuottavaa liiketoimintaa OKR-tavoitteiden avulla  
Case: Café Seila

Opinnäytetyö 75 sivua, joista liitteitä 13 sivua  
Lokakuu 2023

---

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää Café Seilan liiketoimintaa tuottavammaksi OKR-mallin mukaisten tavoitteiden avulla. Toimeksiantajana toimi Café Seila, joka on yrityksen Samoa Projektit Osk alaisuudessa toimiva kesäkahvila.

Opinnäytetyössä käytettiin erilaisia työkaluja liiketoiminnan kehittämiseen. Ensin SWOT-analyysin avulla selvitettiin, mihin asioihin liiketoiminnan kehittämisessä olisi hyvä keskittyä. SWOT-analyysiä jatkojalostettiin TOWS-analyysin avulla, jolla on tarkoitus saada SWOT-analyysissä esille nousseet asiat käytännön tasolle. SWOT ja TOWS-analyysien jälkeen opinnäytetyössä laadittiin Café Seilalle sinisen meren strategia. Näiden vaiheiden jälkeen käytettiin vielä Lean Canvas -mallia selkeyttääkseen Café Seilan liiketoimintamallia.

Opinnäytetyössä toteutettiin kyselytutkimus Café Seilan asiakkaille pääosin kvantitatiivisin menetelmin. Kyselytutkimuksessa oli myös kvalitatiivinen osuus, jonka avulla asiakkailta saatiin kattavampaa palautetta. Kyselyssä tutkittiin asiakastyytyvyyttä, -toiveita sekä -palautteita Café Seilan toimintaan liittyen. Työkalujen sekä kyselytutkimuksen perusteella toimeksiantajalle luotiin OKR-mallin mukaiset tavoitteet, joilla toimintaa voi jatkossa kehittää tuottavammaksi.

Opinnäytetyötä voidaan hyödyntää toimeksiantajayrityksessä toimintaa kehittäessä. Myös muut alalla toimivat yritykset voivat hyödyntää opinnäytetyötä tukena pohtiessaan omia tavoitteitaan ja strategiaansa.



## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Administration  
Entrepreneurship and Team Leadership

JOKINEN, ANNALIINA  
Towards Productive Business Through OKR Objectives  
Case: Café Seila

Bachelor's thesis 75 pages, appendices 13 pages  
October 2023

---

The objective of the thesis was to develop Café Seila's business into a more productive business by using the OKR model. The commissioner was Café Seila, a summer café operating under Samoa Projektit Osk.

Different tools were used in the thesis for business development. A SWOT analysis was used to determine which issues should be focused on in business development. The SWOT analysis was further refined with the TOWS analysis, which aims to bring the issues raised in the SWOT analysis to a practical level. After the SWOT and TOWS analyses, a Blue Ocean Strategy was developed for Café Seila, which does not allow the company to get stuck in old ways of doing business, but to create a completely new approach to business. After these steps, a Lean Canvas model was used to clarify the key ideas of the business.

In this thesis, a survey was made for Café Seila's customers using mainly quantitative methods. The survey also contained qualitative sections to get a deeper understanding of the customer's needs. The survey explored customer satisfaction, desires, and feedback regarding Café Seila's operations. Based on the tools used in thesis, and the survey, OKR objectives were created for the company, which will enable the development of a more productive business in the future.

The thesis can be utilized in the commissioner's operations. It can also be used by other companies in the sector when developing the company's objectives and strategy.

---

---

Key words: developing business, objectives, OKR

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
2	OPINNÄYTETYÖN TAVOITE JA TARKOITUS .....	7
3	TOIMINTAYMPÄRISTÖ .....	8
	3.1 Arvot, visio ja missio .....	8
	3.2 Fyysinen toimintaympäristö.....	10
	3.3 Taloudellinen toimintaympäristö .....	12
4	TYÖKALUT JA KEHITTÄMINEN .....	13
	4.1 SWOT-analyysi.....	13
	4.2 TOWS-analyysi.....	15
	4.3 Sinisen meren strategia.....	19
	4.4 Lean Canvas.....	23
5	ASIAKASPALAUTEKYSELY .....	30
	5.1 Tavoite, tarkoitus ja toteutus .....	30
	5.2 Tulosten raportointi.....	33
	5.3 Johtopäätökset .....	44
6	TAVOITTEIDEN ASETTAMINEN CAFÉ SEILALLE .....	47
	6.1 OKR-mallilla kohti tavoitteita .....	47
	6.2 OKR-tavoitteet ennen kesää 2024.....	49
	6.3 OKR-tavoitteet kesälle 2024 .....	51
7	POHDINTA .....	55
	LÄHTEET .....	58
	LIITTEET .....	62

## 1 JOHDANTO

Proakatemia on Tampereen ammattikorkeakoulun yrittäjyyden ja tiimijohtamisen tutkinto-ohjelma. Opintojen aikana pyritetään opiskelijoiden itse perustamaa tiimiyrittystä, jonka kautta opitaan käytännössä tekemällä. (Proakatemia n.d.)

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Café Seila. Café Seila on Proakatemialla perustetun yrityksen Samoa Projektit Osk:n alaisuudessa toimiva kahvila. Opinnäytetyön tarkoituksena on kehittää Café Seilan liiketoimintaa toimivammaksi ja tuottavammaksi konseptiksi.

Café Seila on toiminut yhden kesän ajan Tampereella, Naistenlahden satamassa. Olen itse yksi Café Seilan yrittäjistä ja kesän 2023 aikana työskentelin projektipäällikkönä sekä kahvilalla suorittavissa vuoroissa kahvilatyöntekijänä. Suorittavan työn lisäksi työtehtäviini kuului esimerkiksi tilausten teko, yhteydenpito yhteistyökumppaneiden kanssa, suunnittelu sekä juoksevien asioiden hoitaminen. Vastuullani oli kokonaiskuvan hahmottaminen ja ylläpitäminen sekä projektitiimin johtaminen. Café Seilan projektitiimiin kuuluu viisi jäsentä, jotka kaikki ovat toimeksiantajayrityksen Samoa Projektit Osk:n jäseniä. Työskentelimme projektitiimin kesken jo kevään aikana, ja kesällä ylläpidimme kahvilatoimintaa. Sen lisäksi meillä oli kolme nuorta työsuhhteessa kesän aikana tekemässä suorittavia vuoroja.

Olen itse työskennellyt kaksi aiempaa kesää kesäkahvilalla, ensimmäisen kesän työntekijänä ja toisen kesän esihenkilönä. Kokemusta samankaltaisen kahvilatoiminnan parista oli kertynyt siis jo kahden edellisen kesän ajalta, minkä takia valmiudet Cafe Seilan kehittämiseen olivat hyvät.

## 2 OPINNÄYTETYÖN TAVOITE JA TARKOITUS

Opinnäytetyön tarkoituksena on käyttää erilaisia työkaluja liiketoiminnan kehittämisen apuna sekä laatia ja toteuttaa kyselytutkimus Café Seilan asiakkaille, jonka avulla voidaan selvittää asiakkaiden toiveita ja tarpeita kesäkahvilatoimintaan liittyen. Näistä kerätyn materiaalin pohjalta luodaan OKR-mallin mukaiset tavoitteet keskittyen mahdollisimman hyvin liiketoiminnan keskeisiin kehityskohtiin.

Café Seilalle on jo valmiiksi määritelty visio, missio sekä arvot. Selkeitä tavoitteita Café Seilalle ei kuitenkaan ole määritelty. Opinnäytetyön tavoitteena on kehittää Café Seilan liiketoimintaa kannattavammaksi ja tuottoisammaksi OKR-mallin mukaisten tavoitteiden avulla. Tavoitteisiin sitoutumalla jokainen seilalainen (Café Seilan yrittäjä ja työntekijä) tekee arjessa asioita, joilla päästään tavoitteita kohti ja liiketoiminnasta tulee näin kannattavampaa. Opinnäytetyö vastaa myös osittain siihen, miten asiakastyytyvyyttä voidaan lisätä tekemällä liiketoimintamallista asiakaslähtöisemmän. Opinnäytetyön lopputuotoksena toimivat valmiit OKR-mallin mukaiset tavoitteet sekä ajalle ennen kesää 2024, että kesälle 2024. Näiden pohjalta toimeksiantajan on helpompi lähteä kehittämään liiketoimintaansa eteenpäin.

Olemme pohtineet Café Seilan jatkoa ensi kesälle, mutta toimintaan pitäisi tulla muutos. Todennäköisin mahdollisuus on, että rekrytoisimme kahvilalle täysipäiväiset työntekijät ja toimisimme itse yrittäjinä taustalla. Tekisimme kaikki hallinnolliset tehtävät yrittäjäporukalla, mutta itse suorittavan työn tekisivät työntekijät. Jotta kahvilan pyörittäminen olisi kannattavaa myös meille yrittäjille, tulisi toiminnasta saada tuottavampaa.

### 3 TOIMINTAYMPÄRISTÖ

#### 3.1 Arvot, visio ja missio

Kaikilla yrityksillä ja organisaatioilla tulisi olla selkeä syy sen olemassaololle ja organisaation tulisi jatkuvasti liikkua sekä kehittyä johonkin suuntaan. Syytä kutsutaankin nykypäivänä missioksi, kun taas suuntaa kutsutaan visioksi. Missio kertoo miksi yritys on olemassa ja mitä varten asiat tehdään. Se kertoo mikä on yritykselle tärkeää ja mission tulisikin toimia koko yrityksen pohjana. Visio kertoo minne organisaatio on menossa. Vision tulee katsoa riittävän pitkälle eteenpäin ja olla kunnianhimoinen. Tärkeintä on, että työntekijät omaksuvat vision ja innostuvat siitä. (Luukka 2020, 227; 236.)

Vision ja mission lisäksi yritys tarvitsee myös arvot ja strategian. Strategian avulla vastataan kysymykseen: mitä tulee tehdä, jotta organisaatio liikkuu haluttuun suuntaan. Strategiasta löytyy konkreettisia toimenpiteitä, joilla kehitetään toimintaa. Arvot kertovat miten toimimalla päästään vision mukaiseen lopputulokseen. Arvoissa tärkeää on muistaa, että niillä on tarkoitus ohjata ihmisiä, ei bisnestä, joten niistä on tärkeää pystyä innostumaan. Yksinkertaistettuna näistä jokainen vastaa yhteen kysymykseen liittyen organisaation toimintaan:

Missio: Miksi?

Visio: Minne?

Strategia: Mitä?

Arvot: Miten?

(203-205.)

Yritysten arvoihin listataan yleensä paljon itsestäänselvyyksiä, kuten tuloksellisuus, asiakaskeskeisyys ja luottamus. Jotta arvoista olisi hyötyä, niiden tulisi olla persoonallisia ja kertoa kyseessä olevasta organisaatiosta ja sen toimintatavoista. Näin myös organisaation omat työntekijät voisivat sitoutua arvoihin paremmin. (301.)



Aloittaessamme arvotyöskentelyn Café Seilan projektitiimillä, oli meistä suurin osa lukenut Luukan teoksen ”Yrityskulttuuri on kuningas” (Luukka 2020). Meillä oli kaikilla aiempaa kokemusta arvotyöskentelystä tiimiyrityksessä, joten Café Seilan arvojen luominen oli yllättävän helppoa. Olimme toisillemme entuudestaan hyvin tuttuja ja olimme työskennelleet paljon yhdessä jo aiemmin. Tämän vuoksi oli helppoa luoda arvot, joihin jokainen pystyi samaistumaan ja jopa liittämään Café Seilan arvot omaan henkilökohtaiseen arvomaailmaansa. Olimme tiimimme kesken jo pitkään halunneet perustaa kahvilan tai ravintolan, ja keväällä meille tarjoutui mahdollisuus perustaa kesäkahvila Naistenlahden satamaan. Aloimme suunnittelemaan kahvilan tyyliä, menua, kohderyhmää sekä toimintaa yleisesti. Halusimme luoda alusta saakka jotain omaa, josta voisi tulla juuri meidän näköisemme. Koska olimme pohtineet yhdessä paljon sitä, millaisen kesäkahvilan haluamme perustaa, arvoja luodessa meidän päätehtävänäimme olikin näkemysten kiteyttäminen arvoiksi.

Arvomme Café Seilalla ovat kaverillisuus, elävöittäminen sekä raikas. Haluamme toiminnallamme luoda asiakkaillemme kaverillisen tunnelman sekä luoda heille tunteen ympäristöstä, jossa he voivat vapaasti jakaa ajatuksiaan Café Seilan yrittäjille sekä työntekijöille. Olemme Café Seilan porukalla keskenään hyviä kavereita, joten haluamme välittää kaverillisuutta myös asiakkaillemme, sekä asiakaspalvelussamme, että markkinoinnissamme. (Salo 2023.)

Haluamme kahvilamme avulla elävöittää Tampereen Naistenlahden satama-aluetta ja luoda kohtaamispaikan Tampereen Pursiseuran jäsenille, lähialueiden asukkaille sekä muille tamperelaisille. (Salo 2023.) Haluamme Café Seilan avulla elävöittää Suomen kahvilakulttuuria ja tuoda ihmisiä yhteen.

Haluamme luoda asiakkaalle kokonaisvaltaisesti raikkaan kokemuksen Café Seilalla asioidessaan. Raikkaat maut ruuissa sekä virvokkeissa yhdistettynä järvimaisemaan ja raikkaaseen tuuleen luovat asiakkaalle viihtyisän kokemuksen. Raikkaus edustaa uudenlaista otetta kahvilatoimintaan, jossa yhdistyy kaverillisuus, miljöö sekä raikkaat tuotteet. (Salo 2023.)

Kehitimme sekä visiota, että missiota yhdessä arvojen kanssa. Café Seilan visiosta, missiosta sekä arvoista huomaakin, että ne tukevat toinen toistaan ja samoja sanoja käytetään yhdistämään niitä toisiinsa. Kaiken toiminnan yrityksessä tulisi lähteä sen tarkoituksesta, joten on luontevaa, että tarkoitus näkyy myös arvoissa (Luukka 2020, 333). ”Visiomme on luoda kesän raikkain illanviettopaikka Tampereen upeimman auringonlaskun alla” (Salo 2023). Koimme, että näin tärkeimmät asiat tulevat vahvasti esille ja kaikkien on helpompi sisäistää kahvilan toimintatavat.

Missio on yrityksen tarkoitus. Yrityksillä, jotka menestyvät on yleensä selkeänä se, miksi se on perustettu ja miksi se on olemassa. Missio kertoo, mikä yritykselle on tärkeää. (Luukka 2020, 333.) Halusimme liittää Café Seilan arvot myös osaksi missiota, sillä Café Seilan toiminta perustuu hyvin vahvasti sen arvoihin. ”Missiomme on elävöittää alueen toimintaa ja tuoda Tampereen Pursiseuraa lähemmäksi tamperelaisia” (Salo 2023).

Loimme Café Seilalle arvot, vision ja mission ennen kuin avasimme kahvilan kesäkuussa. Nämä olivat asioita, joihin halusimme toiminnassamme keskittyä ja koen, että me myös oikeasti toimimme niiden mukaisesti kesän aikana. Toimiminen Café Seilan arvojen, vision ja mission mukaisesti oli kaikille seilalaisille yllättävän helppoa ja luontevaa. Arvot, visio ja missio olivat siis hyvin sisäistettyjä ja oikeasti meidän yrityksemme näköisiä. Koko Café Seilan tiimi kehitti tiiviissä yhteistyössä kaiken kahvilatoimintaan liittyvän alusta loppuun. Emme juurikaan ennen kesää jakaneet tehtäviä vastuualueittain, vaan teimme lähes kaiken yhdessä. Halusimme saada kaiken mahdollisen opin liiketoiminnan aloittamisesta, jonka vuoksi teimme monet asiat koko tiimin voimin. Suunnittelut, luvat ja sopimukset olisi siis ollut mahdollista hoitaa paljon tehokkaammin, mikäli tehtäviä olisi jaettu enemmän. Vasta kesän ajalle sovimme tarkemmat vastuualueet, joiden mukaan työtehtävät kesän aikana hoidettiin.

### **3.2 Fyysinen toimintaympäristö**

Tampere sijaitsee maantieteellisesti kahden suuren järven välisellä kannaksella. Tampereen pohjoispuolella sijaitsee Näsijärvi ja eteläpuolella Pyhäjärvi. Kaupungin läpi virtaa Tammerkoski, joka yhdistää nämä kaksi järveä. Tampereen kaupungin hallinnoimia laituri- ja venepaikkoja on yli 7 000 eri puolilla kaupunkia. (Tampere.fi n.d.) Café Seila sijaitsee Tampereen Naistenlahden satamassa, Näsijärven rannalla, jossa sijaitsee myös Tampereen kaupungin satamatoimisto sekä Tampereen Pursiseura (myöhemmin tekstissä TaPS). TaPS:in jäseniä on noin 500 ja seurassa on yhteensä noin 240 venettä. (TaPS n.d.) Toive kesäkahvilan perustamiselle Naistenlahden satamaan tulikin TaPSin hallitukselta, jonka vuoksi Café Seila toimi kesän ajan tiiviissä yhteistyössä Tampereen Pursiseuran kanssa. Naistenlahden satamasta näkee iltaisin mahtavan auringonlaskun, joka olikin varmasti yksi syy sille, että Café Seilasta muodostui kesän aikana suosittu illanviettopaikka.

Café Seila on kesäkahvila, joka koostuu merikontista ja terassista. Työntekijät suorittavat kahvilatyötä kontista käsin, ja terassilla asiakkaat saavat nauttia Café Seilan tarjonnasta. Kahvilakontista löytyy kaikki työn tekemiseen vaadittavat asiat. Kontissa ei ole juoksevaa vettä, vaan vesikanisterit käydään täyttämässä TaPSin tiloissa päivän alkaessa. Juoksevan veden puutteen vuoksi, Café Seilalla käytetäänkin pääosin kertakäyttöisiä astioita asiakkaille tarjoiltaessa.

Café Seilan terassilta löytyy sekä pöytäryhmiä, että aurinkotuoleja ja -varjoja asiakkaille. Istumapaikkoja asiakkaille oli kesän alussa noin 25 ja loppukesään mennessä saimme terassille mahtumaan yhteensä noin 35 istumapaikkaa. Kahvilan terassi sijaitsee Tampereen Pursiseuran rakennuksen läheisyydessä. Terassi sijaitsee osittain pienen mäen päällä ja osittain asfaltin päällä. Alue on siitä hankala, että terassia on haastava laajentaa suuremmaksi, sillä tilaa ei juurikaan ole.

Café Seila on auki kesän jokaisena päivänä säävarauksella. Mikäli on sateinen ja kylmä ilma, ei kahvilaa pidetä auki. Poikkeuksista informoidaan asiakkaille aina Café Seilan Instagramissa. Toisaalta myös todella helteinen sää vaikuttaa työntekoon. Asiakkaita on todella paljon aurinkoisella kelillä ja työolosuhteet ovat huomattavasti raskaammat kiireen ja lämmön vuoksi. Kiireisinä päivinä

yritämmekin aina pitää työvuorossa samaan aikaan useampaa henkilöä, jotta työnteko sujuisi paremmin.

### **3.3 Taloudellinen toimintaympäristö**

Café Seila toimii yrityksen Samoa Projektit Osk alla ja näin ollen myös rahaliikenne kulkee kyseisen osuuskunnan kautta. Osuuskunnalla on samanaikaisesti käynnissä useampia projekteja, jonka vuoksi kassavirtaa tulee tarkastella myös kokonaiskuvan kannalta. Mikäli yrityksen Samoa Projektit Osk toiminnassa tulee huomattavia taloudellisia muutoksia, vaikuttavat ne myös Café Seilan toimintaan. Tämän vuoksi on tärkeää olla hyvin tietoinen koko yrityksen taloudesta myös Café Seilan näkökulmasta.

Suuria talouteen liittyviä muutoksia tapahtuu maailmalla koko ajan. Raaka-aineiden hinnat kallistuvat koko ajan maailman kriisien vuoksi. Mikäli myyntihinnat asiakkaille haluaa pitää samana, katteet laskevat. Mikäli hintoja nostaa paljon, voivat asiakkaat suunnata muualle. Ulkoisten muuttujien vuoksi on todella tärkeää hahmottaa kokonaiskuva myös yrityksen ulkopuolella ja reagoida muutoksiin nopealla aikataululla.

## 4 TYÖKALUT JA KEHITTÄMINEN

### 4.1 SWOT-analyysi

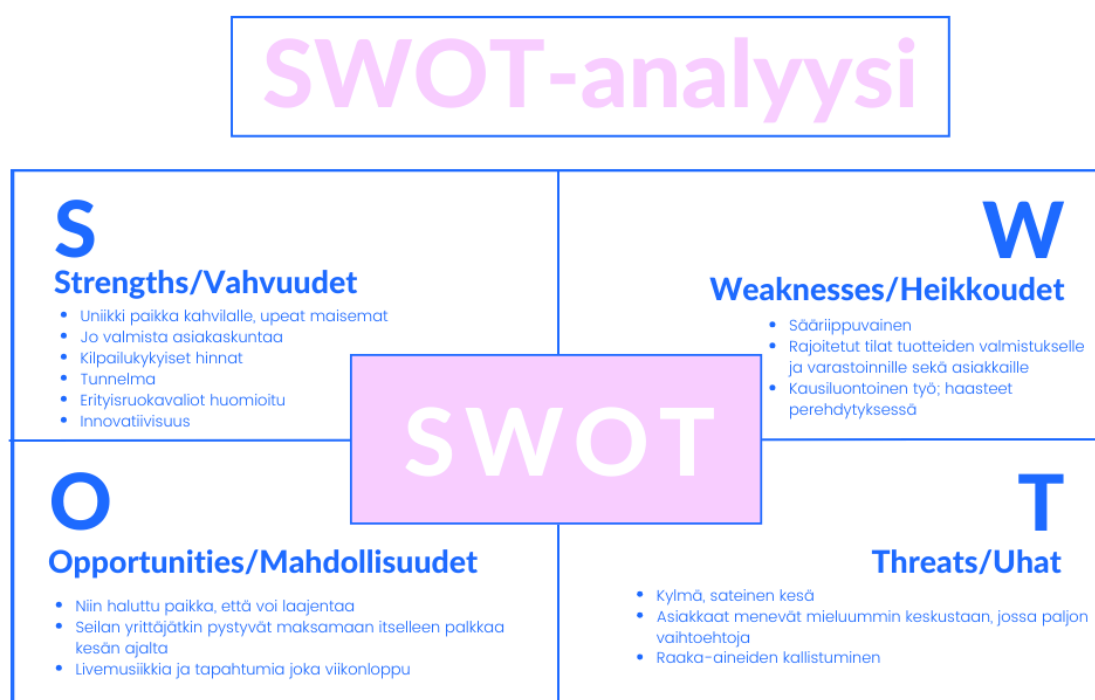
SWOT-analyysi on 1960-luvulla kehitetty nelikenttämenetelmä, jota käytetään strategisen suunnittelun työkaluna. Sillä voidaan löytää uusia näkökulmia liiketoiminnan kehittämiseen. SWOT tulee sanoista strengths, weaknesses, opportunities ja threats, eli vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat. Vahvuudet ja heikkoudet avaavat enemmän yrityksen sisäisiä tekijöitä, jotka vaikuttavat organisaation toimintaan. Mahdollisuudet ja uhat puolestaan keskittyvät enemmän ulkoisiin tekijöihin. (Puusa, Reijonen, Juuti & Laukkanen 2014.)

SWOT-analyysi on yksinkertaisuutensa vuoksi niin toimiva työkalu. Sitä on helppo käyttää, ja sen avulla on helppo esittää liiketoiminnan kulmakivet myös ulkopuolisille. (Speth 2015, 1) SWOT-analyysin avulla on helpompi hahmottaa liiketoiminnan kokonaiskuva puolueettomasti. Analyysi auttaa myös katsomaan liikeideaa monesta eri näkökulmasta. (Kuligowski 2023.) Koska yritys ei toimi ympäristössään yksin, eikä ole ympäristöstään riippumaton, joskus uhat voivat muuttua vahvuuksiksi ja toisinaan mahdollisuudet heikkouksiksi (Speth 2015, 5). SWOT-analyysin avulla voidaan löytää Café Seilan tärkeimpiä kehityskohtia, sekä jo olemassa olevia vahvuuksia, joita tulee korostaa. SWOT-analyysin avulla on helppo kartoittaa nykytilanne ja lähteä sen perusteella kehittämään toimintaa.

Analysoidessa liiketoimintaa vain SWOT-analyysin avulla, tulokset voivat jäädä suurpiirteisiksi sekä puutteellisiksi, sillä SWOT-analyysi on helppo tehdä hutaisten, paneutumatta asiaan kunnolla. Tällöin analyysi ei tuo liiketoiminnalle lisäarvoa. (Speth, 10). Café Seilan kehittämisessä käytetään lisäksi muita malleja ja työkaluja tukemaan kokonaisvaltaista kuvaa, jotta analyysi ei vahingossa jää vain pintatasolle. Näin kehitystyössä ei löydetä vain ilmeisimpiä asioita, vaan päästään oikeasti syvälle ja löydetään tärkeimmät kehityskohdat.

Café Seilan SWOT- analyysiä on työstetty aluksi yksin ja myöhemmin käyty läpi ja täydennetty projektitiimin kanssa. Näin analyysistä on saatu mahdollisimman

laaja ja siinä on otettu huomioon monia näkökulmia. Nelikentän asioita on pohdittu jo keväällä ennen Café Seilan perustamista, mutta vasta nyt ne on kerätty yhteen SWOT-analyysin avulla. Monet nelikentän kohdista olivat jo selkeitä aiemman pohdinnan tuloksena, mutta osa asioista nousi esille vasta nyt pohdittaessa asiaa uudelleen. Tiesimme jo etukäteen yhdeksi suurimmista Café Seilan heikkouksista sääriippuvaisuuden ja se konkretisoitui kesällä. Pohtiessa SWOT-analyysiä, esille nousi mahdollisuus laajentamisesta ja toisaalta uhkakuva siitä, että asiakkaat menevät mieluummin keskustan kahviloihin ja ravintoloihin, sillä siellä on enemmän valinnanvaraa.



KUVIO 1. SWOT-analyysi, Café Seila

Café Seilan vahvuuksiin kuuluvat miljöö, asiakaskunta, kilpailukykyiset hinnat, innovatiivisuus sekä tunnelma kahvilalla. Myös erityisruokavaliot on huomioitu Café Seilan menussa, sillä lähes koko menu on gluteeniton ja kasvis-/vegaanivaihtoehtoja löytyy myös hyvin. Café Seilan sijainti kesäkahvilalle on ihanteellinen, sillä maisemat ovat todella hienot ja kahvila sijaitsee yleisen pyöräily- ja kävelyreitit varrella. Asiakkaat näkevät Café Seilan jo kaukaa ja voivat pistäytyä kahville spontaanisti. Tunnelmaan panostamme miljöön lisäksi esimerkiksi erilaisella, kaverillisella otteella asiakaspalveluun sekä ehostukseen

kukkien avulla. Projektitiimin innovatiivisuuden ansiosta pystymme kehittämään kahvilaa koko ajan joustavasti tilanteiden muuttuessa.

Heikkouksien löytäminen on liiketoiminnalle elintärkeää, sillä niin oleellisiin ongelmiin voidaan puuttua (Speth, 6). Café Seilan heikkouksia ovat sääriippuvuus, rajoitetut tilat sekä haasteet perehdytyksessä. Kesäkahvilatoiminta on kausiluontoista työtä ja ajoittuu vain noin kolmen kuukauden ajanjaksolle. Lyhyen työskentelyajan vuoksi työntekijöitä voi olla haastava perehdyttää omaksumaan Café Seilan arvomaailma, visio ja missio. Perehdytys on siis hoidettava todella nopeasti ja intensiivisesti. Koska kahvilan tilat ovat rajoitetut, tuotevalikoimaa joudutaan rajoittamaan.

Nykytilan arvioinnin lisäksi, analyysissä on hyvä pohtia myös mahdollisia kehityssuuntia (Puusa ym. 2014). Café Seilan mahdollisuuksia ovat niin suuri kysyntä, että olisi mahdollista laajentaa joko kyseistä kahvilaa tai jopa perustaa ympärivuotinen toimipiste, yrittäjien mahdollisuus maksaa itselleen palkkaa, sekä livemusiikin tai muiden tapahtumien tarjoaminen joka viikonloppu.

Analysoimalla muun muassa yrityksen toimintaympäristöä sekä asiakkaita, voidaan löytää mahdollisia liiketoiminnan uhkia, joihin varautua (Puusa ym. 2014). Uhkia Café Seilan toiminnalle ovat kylmä ja sateinen kesä, asiakkaiden siirtyminen keskustaan, jossa paljon valinnanvaraa sekä raaka-aineiden kallistuminen inflaation myötä.

SWOT-analyysi Café Seilan liiketoiminnasta antoi tärkeää tietoa siitä, mitä asioita tulee kehittää ja mitä vaalia. SWOT-analyysi teki kaiken tämän konkreettiseksi. SWOT-analyysiä tehdessä huomasi, että on tärkeää palata aina uudestaan pohdinnan pariin, sillä palatessa uudelleen analyysin ääreen, tuli aina uusia näkökulmia esiin. Tulosten analysointiin on kuitenkin vielä käytettävä aikaa, jotta löydetään tavat viedä näitä asioita eteenpäin.

## **4.2 TOWS-analyysi**

Jotta Café Seilan toteutetusta SWOT-analyysistä saisi kaiken mahdollisen hyödyn irti, tulee pohtia, mitä tehdään asioille, jotka juuri listattiin nelikenttään. Yksi tapa viedä SWOT-analyysi pidemmälle, on Heinz Wehrichin vuonna 1982 kehittämä TOWS-analyysi. TOWSin avulla voidaan määrittää, mitä tehdään SWOT-analyysissä määritetyille asioille ja miten niitä voidaan hyödyntää parhaalla mahdollisella tavalla. TOWS-analyysin avulla vastataan kysymyksiin:

- Miten voimme hyödyntää vahvuksiamme?
- Miten minimoimme heikkouksemme?
- Miten voimme parhaiten hyödyntää mahdollisuudet?
- Miten voimme hallita uhkia?

(Mind Tool Content Team n.d.)

TOWS-nelikentässä pohditaan, mitä valintoja ja toimintasuunnitelmia SWOT-analyysissä esille nousseet asiat vaativat. Analyysin avulla yritys voi luoda itselleen toimintasuunnitelmia perustuen sekä hyökkävään, että puolustavaan toimintaan. (Vuorinen & Huikkola 2023, 47.)

Helpottaakseen TOWS-analyysin tekoa, voidaan hyödyntää Wehrichin luomaa TOWS-nelikenttää.

TOWS	Mahdollisuudet	Uhat
Vahvuudet	Mahdollisuuksien maksimointi vahvuuksien avulla	Uhkien minimointi vahvuuksien avulla
Heikkoudet	Heikkouksien minimointi hyödyntämällä mahdollisuuksia	Heikkouksien minimointi ja uhkien välttäminen

KUVIO 2. TOWS-nelikenttä mukaillen Wehrich (1982.)



Jotta Café Seilan mahdollisuudet saataisiin toteutettua, pitää pystyä TOWSin mukaisesti hyödyntämään vahvuuksia (Mind Tool Content Team n.d.). Jotta Café Seilaa olisi mahdollista laajentaa, yrittäjät voisivat maksaa itselleen palkkaa sekä esiintyjä ja tapahtumia olisi mahdollista järjestää joka viikonloppu, tulee asiakkaita olla Seilalla tarpeeksi. Jotta olisi mahdollista perustaa ympärivuotinen toimipiste Café Seilalle, tulisi toiminnan olla tarpeeksi vakaata ja kannattavaa. Asiakkaita saadaan kahvilalle hyödyntämällä Café Seilan vahvuuksia ja tekemällä ne näkyviksi asiakkaille. Markkinointiin pitää panostaa, jotta ihmiset tulisivat yhä enemmän tietoisiksi Café Seilan upeista maisemista ja hyvästä tuotevalikoimasta. Café Seilalla on jo paljon valmista asiakaskuntaa ja asiakaspalvelulla varmistetaan, että asiakkaat haluavat palata myös uudelleen asiakkaiksi. Panostamalla yhä enemmän kahvilan tunnelmaan, varmistetaan, että Café Seilan asiakkaat palaavat ja kertovat kahvilasta myös eteenpäin, jolloin asiakaskunta laajenee entisestään.

Konkreettisia asioita, joilla tunnelmaan voidaan panostaa, ovat:

1. Kaverillinen vuorovaikutus asiakkaille  
⇒ Kysellään kuulumisia, keskustellaan ja kuunnellaan
2. Musiikin soittaminen
3. Miljööseen panostaminen esimerkiksi istuttamalla lisää kukkia
4. Kyltteihin, mainoksiin ja menuun panostaminen  
⇒ Käyttämällä adjektiiveja annosten kuvailussa, voidaan nostaa myyntiä (Wansink & Painter 2002).

Estääkseen Café Seilan uhkakuvien toteutumista sekä vaikutusta kahvilatoimintaan, voi Café Seilan terassille rakentaa katetun alueen. Vaikka huonolla säällä asiakkaita ei liiku läheskään niin paljoa, olisi kuitenkin mahdollista saada edes pieni määrä asiakkaita kahvilalle myös sateisina päivinä. Toinen mahdollisuus asiakkaiden houkutteluun sateisella säällä olisi sadepäivien tarjoukset myynnin lisäämiseksi. Keskittyessä uhakuvaan, jossa asiakkaat valitsevat mieluummin keskustan kahviloissa käymisen, tulisi asiakkaille viestintään lisätä tunnelman luontia. Vaikka keskustan alueelta löytyy paljon kahviloita, joista valita, asiakkaat haluaisivat silti tulla Café Seilalle sen tunnelman vuoksi. Mikäli hinnat kallistuvat entisestään, innovatiivisuuden avulla menua voi

muokata käyttämällä esimerkiksi enemmän sesonkituotteita, joiden hinnat ovat alhaisempia.

Yksi nelikentän kohdista vaatii heikkouksien minimointia ja jopa niiden kääntämistä vahvuuksiksi (Vuorinen & Huikkola 2023, 47). Jo viime kesänä huomattiin, että tapahtumat ja livemusiikki tuovat asiakkaita kahvilalle myös sateisemmalla ja kylmemmällä säällä. Mikäli livemusiikkia ja tapahtumia järjestettäisiin lähes jokaisena viikonloppuna, asiakkaita voisi tulla paikalle myös sateisina päivinä. Café Seilalla toimitilat ovat rajoitetut, jonka vuoksi tuotteita ei voi olla määräänsä enempää tarjolla. Ongelmaa pystyy lievittämään sillä, että eri annoksissa käytetään paljon samoja raaka-aineita. Esimerkiksi viime kesänä Café Seilalla oli tarjolla salaatteja ja leipiä, joissa käytettiin osittain samoja raaka-aineita. Tätä toimintamallia pystyisi hyödyntämään vielä paljon enemmän ensi kesänä. Näin pystyttäisiin myös minimoimaan hävikkiä. Raaka-aineissa tulisi suosia hyvin säilyviä raaka-aineita. Mikäli Café Seilan tiloja pystytään laajentamaan kyseisessä kahvilassa tai pystytään perustamaan jopa uusi toimipiste, voidaan mahdollistaa Café Seilalle laajempi menu suurempien säilytystilojen ansiosta.

Heikkouksia minimoidessa ja uhkia välttääessä tulee muistaa, että näiden keinojen on tarkoitus minimoida haittoja, eikä luoda voittoa, kuten aiemmat kohdat (Mind Tool Content Team n.d.). Perehdytykseen liittyviä haasteita voidaan minimoida ottamalla työntekijöitä mahdollisimman paljon mukaan suunnitteluun ja ideointiin. Näin työntekijät tuntevat itsensä tärkeäksi kahvilan toiminnan kannalta ja haluavat panostaa työntekoon ja ilmapiiriin. Työntekijät tulee perehdyttää Café Seilan arvoihin ja antaa heille aikaa oppia ja kehittyä työssään. Jotta sateisten päivien tappiot saataisiin minimoitua, on hyvä pohtia jo etukäteen ovatko työntekijät kahvilalla palkallisia vai tekevätkö he töitä toimeksiantosopimuksella. Mikäli työntekijät ovat palkallisia, ei työvuoroja voida perua, vaikka kahvila pidettäisiinkin kiinni sateisena päivänä. Toimeksiantosopimuksella maksetaan tehdyistä tunneista.

SWOT-analyysin jälkeen TOWS-analyysi oli yllättävän nopea tehdä siihen nähden, kuinka paljon hyötyä siitä on. Jos TOWS-analyysiä ei olisi tehty, voisi

SWOT-analyysistä tulleet tulokset jäädä vain sanoiksi nelikenttään. Nyt löydöksiä on huomattavasti helpompi kehittää, kun tuloksiin on paneuduttu enemmän ja niiden vaikutuksia toisiinsa on analysoitu. TOWS-analyysi teki näkyviksi ne konkreettiset asiat, mitä tulee tehdä kehityksen eteen ja miten jo löydettyjä asioita voi hyödyntää toisten asioiden kehittämisessä.

### 4.3 Sinisen meren strategia

Jos yritys haluaa tulevaisuudessa menestyä, paras tapa on ottaa haltuun ne alueet, joilla ei ole kilpailua. Luomalla yritykselle Sinisen meren strategian, on mahdollista löytää se asia, jolla eroaa muista liiketoiminnoista. Sinisen meren strategian mukaan parhaiten menestyvät ne yritykset ja organisaatiot, jotka osaavat luoda täysin uuden markkinan. (Kim & Mauborgne 2015, 36–37.) Café Seilalle on tärkeää luoda Sinisen meren strategia, sillä liiketoiminta kahvila-alalla on niin yleistä, että halutessaan menestyä, on löydettävä jokin muista erottava tekijä.

Sinisillä merillä tarkoitetaan vielä tuntemattomia ja olemattomia markkinoita, joiden avulla ei jäädä jumiin vanhoihin, alalle juurtuneisiin toimintatapoihin, vaan voidaan luoda täysin uusi lähestymistapa liiketoimintaan. Punaisilla merillä taas kuvataan markkinoita, jotka ovat jo täynnä kilpailua ja mahdollisuudet kasvaa pienenevät koko ajan. Sinisillä merillä luodaan uutta kysyntää, johon voidaan itse vastata. Kilpailua ei tarvita, sillä tyhjällä pelikentällä pelaamansa pelin voi luoda itse. (36–37.)

Sinisten merien luominen ei ole riippuvaista toimialasta tai yrityksestä, vaan siniset meret luodaan strategisten siirtojen avulla (43). Strateginen kulmakivi sinisen meren luomiselle on *arvoinnovaatio*. Arvoinnovaatioilla tarkoitetaan asioita, joilla nostetaan sekä asiakkaiden saamaa arvoa että yritysten saamaa arvoa samaan aikaan. Siinä yhdistetään sekä arvon tuottaminen, että tekninen innovaatio. Näin organisaation on mahdollista avata uutta markkinatilaa, jossa ei ole kilpailua. (45.) Arvoinnovaatiota ei pidä sekoittaa innovaatioon, sillä yritys voi jäädä huikeankin innovaation kanssa punaiselle merelle, mikäli innovaatiota ei saada vetoamaan oikeaan asiakasryhmään (268).

Sinisen meren strategian luominen voi tuntua aluksi haastavalta. Kim ja Mauborgne esittelee teoksessaan erilaisia työkaluja, joilla työskentelyn voi aloittaa. Nämä neljä kysymystä voivat auttaa kyseenalaistamaan toimialaa, jolla itse tällä hetkellä kilpailee. Näitä kysymyksiä pohtimalla on mahdollista löytää sinisille merille.

1. Mitkä ovat alalla normaaleja asioita, joita tulisi *supistaa*?
2. Mitkä ovat täysin uusia asioita, joita toimialalle pitäisi *luoda*?
3. Mitä toimialalta pitäisi *eliminoida* täysin?
4. Mitkä ovat asioita, joita pitäisi *korostaa* alalla?

(63.)

Näiden neljän kysymyksen jälkeen ajatukset tulisi jäsenellä nelikenttään, joka havainnollistaa selkeästi keskittykö yritys vain esimerkiksi kohtiin: luo ja korosta, kuten usein on tapana. Nelikentästä on sen selkeyden vuoksi kaikkien helppo ymmärtää asiat, joihin keskitytään, jolloin niihin todennäköisemmin myös sitoudutaan paremmin. (69–70.)

## Sinisen meren nelikenttä

<p><b>Poista</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perinteiset kahvilatuotteet (pulla, korvapuusti, erikoiskahvit)</li> <li>• Pikaruokamaisuus</li> </ul>	<p><b>Korosta</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elämyksellisyys</li> <li>• Raikkaus</li> <li>• Yksinkertaisuus</li> </ul>
<p><b>Supista</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kilpailu hinnoilla</li> <li>• Laaja herkkupalikoima</li> </ul>	<p><b>Luo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kaverillisuus asiakaspalveluun</li> <li>• Livemusiikki kahviloihin</li> </ul>

KUVIO 3. Sinisen meren nelikenttä, Café Seila

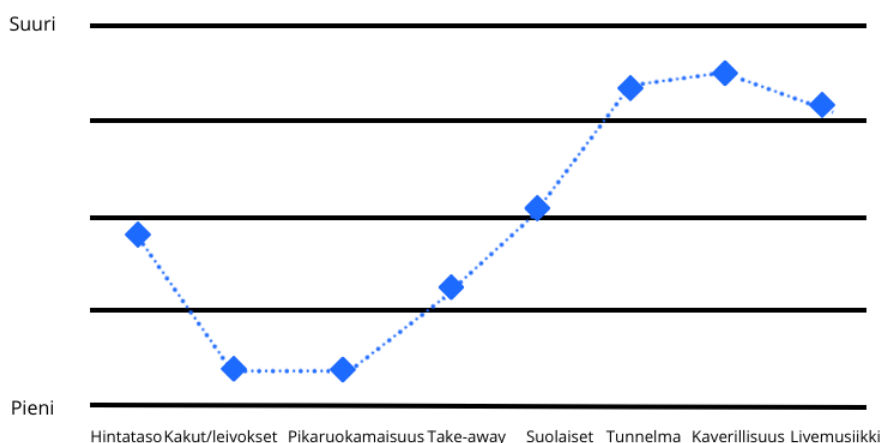
Yleisiä toimialalla esiintyviä asioita, joita Café Seilan toiminnasta halutaan täysin eliminoida ovat pikaruokamaisuus sekä perinteiset kahvilatuotteet. Perinteisiin kahvilatuotteisiin kuuluvat muun muassa pullat, munkit, korvapuustit sekä erikoiskahvit. Kesän 2023 aikana kaikkia herkkuja, kuten pullia, kakkuja, munkkeja ja leivoksia myytiin 218 kappaletta. Noin puolet näistä olivat perinteisiä voisilmä- tai kanelikierrepullia. Leipiä, joihin kuuluivat avokadoleipä, skagenleipä, lohileipä sekä kinkkuleipä, myytiin 871 kappaletta. Tämän vuoksi Café Seilalla panostetaan suolaiseen tarjottavaan. Pikaruokamaisuudella tarkoitetaan kiireessä massatuotettuja, hutaisten tehtyjä tuotteita. Pikaruokamaisuuden välttäminen voi kuitenkin välillä tarkoittaa sitä, että asiakkaat saattavat joutua kiireisinä aikoina odottamaan tilaustaan hetken. Näistä tilanteista kuitenkin halutaan Café Seilalla aina kertoa asiakkaalle tilauksen yhteydessä, jotta odottaminen ei tule yllätyksenä.

Café Seila haluaa toiminnassaan supistaa alalta tuttua hinnoilla kilpailua sekä laajaa herkkupalikoimaa. Yksinkertaisuus toimii myös tuotevalikoimassa ja Café Seilalla halutaan keskittyä enemmän suolaisiin tarjottaviin. Hinnoilla kilpailu on tietenkin osittain välttämätöntä alalla, sillä asiakkaat ovat tietoisia muidenkin kahviloiden hintatasosta. Café Seilalla hinnat halutaan pitää asiakasystävällisinä, joten hintoja ei nosteta korkeammiksi sen vuoksi, että muualla vastaava tuote maksaa enemmän. Vastaavasti, jos esimerkiksi leipien raaka-aineet maksavat keskiarvoltaan enemmän kuin muiden tuotteiden raaka-aineet, ei niiden hintoja poljeta alas, jotta Café Seilan on mahdollista myös tehdä tuottoa ja näin kehittää liiketoimintaa.

Asioita, joita toimialalle pitäisi luoda ovat kaverillisuus asiakaspalveluun sekä livemusiikki ja muut tapahtumat kahvilalle. Nämä ovat asioita, joita ei vielä Suomen kahvilakulttuurissa juurikaan ole ja Café Seilalla koetaan niiden olevan avain loistavaan asiakaskokemukseen. Korostettavia asioita toimialalla ovat elämyksellisyys, rikkaus sekä yksinkertaisuus.

Sinisen meren strategiassa puhutaan yrityksen arvokäyrästä. Arvokäyrällä tarkoitetaan yrityksen strategista profiilia. Strateginen profiili kuvaa, mihin asioihin yritys keskittyy toiminnassaan. Hyvällä sinisen meren strategialla on kolme

ominaisuutta: painopiste, erilaisuus sekä mieleenpainuva motto. Painopisteellä tarkoitetaan asioita, joihin yritys keskittyy ja pitää tärkeimpinä asioina sen toiminnassa. Punaisella merellä toimivien yritysten profiilit asettuvat samalle arvokäyrälle. Sinisellä merellä toimivien yritysten arvokäyrät erottuvat aina selkeästi muista. Erilaisuus löydetään aiemmin esitettyjen neljän kysymyksen avulla. Kolmas tärkeä ominaisuus on mieleenpainuva motto. Moton tulee olla iskevä, mutta rehellinen. (71–76.)



KUVIO 4. Café Seilan arvokäyrä

Kuviossa alhaalle sijoittuvat asiat ovat painoarvoltaan pieniä, ja ylös sijoittuvat asiat painoarvoltaan suuria. Café Seilan arvokäyrästä näkee, että strategian painopisteet ovat tunnelma, kaverillisuus sekä livemusiikki. Nämä ovat asioita, joiden avulla Café Seilan on mahdollista päästä sinisille merille.

Useimmissa kahviloissa kilpaillaan erilaisilla herkuilla, kakuilla, muffinsseilla, kekseillä ja pullilla. Monissa kahviloissa tähän varmasti vaikuttaa tuotteiden helppous. Ketjukahviloissa tarjottavat leivonnaiset ovat usein tukusta valmiina tilattuja hyväkatteisia tuotteita. Café Seilalla halutaan panostaa tuotteiden laatuun, vaikka se ei olisikaan niin helppoa ja nopeaa. Esimerkiksi Café Seilalla tarjottava leipä tulee paikalliselta gluteenittomalta leipomolta. Katteet saadaan kohdilleen käyttämällä sesongin mukaisia raaka-aineita ja hyödyntämällä samoja raaka-aineita useammassa tuotteissa. Café Seilalla painopiste on enemmän suolaisessa, ruokaisammassa tarjonnassa. Valikoimasta löytyy kuitenkin myös jotain makeaa kahvin kanssa, esimerkiksi jäätelö, sitruunaherkku tai kakkupala.

Valikoimasta ei vain haluta tehdä laajaa, perustuen jo aiemmin mainittuihin lukuihin leipien ja leivonnaisten myynnistä.

Café Seilalla halutaan luoda asiakkaille kiireetön ilmapiiri, joten pikaruokamaisuutta halutaan välttää. Café Seilalla ei pääsääntöisesti panosteta take-away tuotteisiin, sillä monet kahvilan tuotteista toimivat parhaiten heti nautittuina. Kuitenkin tuotteita on halutessaan mahdollista saada mukaan, vaikka maku voikin silloin hieman kärsiä.

Toinen työkalu, jolla erottuvuutta muista liiketoiminnoista olisi voinut työstää on Value Proposition Design. Siinä keskitytään tuottamaan arvoa asiakkaalle esimerkiksi keskittymällä asioihin, joista asiakkaat välittävät, keskittymällä muutamaaan alaan, linjaamalla toiminta asiakkaan näkemyksen kanssa, keskittymällä asioihin, joista asiakas on valmis maksamaan tai olemalla ensimmäisenä markkinoilla. Value Proposition Design kertoo asiakkaalle, miksi juuri tämä tuote/palvelu on alansa paras ja miksi asiakkaan tulisi valita juuri se. (Osterwalder, Pigneur, Bernarda & Smith 2014.) Café Seilan kehittämiseen Sinisen meren strategia sopi paremmin, sillä kahvilatoiminta on niin yleistä, että toiminnalla pitää oikeasti erottua massasta, jotta on mahdollisuuksia kasvaa. Sinisen meren strategiassa pääpaino on päästä alueelle, jossa kilpailua ei ole. Value Proposition Designissa halutaan tehdä paremmin kuin kilpailija, jolloin asiakas ei välttämättä näe niin isoa eroa toiminnassa.

Sinisen meren strategian laatiminen oli haastavaa ja aikaa vievää. Kuten teoksessa mainittiin, on usein helpompi miettiä korostettavia sekä luotavia elementtejä kuin poistettavia sekä supistettavia elementtejä (Kim & Mauborgne 2015). Näiden pohtiminen avasi kuitenkin ajatusta siitä, että enemmän ei ole parempi, vaan joitain asioita on myös poistettava. Sinisen meren strategian luominen auttoi selkeyttämään Café Seilan konseptia, mutta vaatii varmasti vielä työstöä toiminnan rinnalla.

#### **4.4 Lean Canvas**

Lean Canvas on Ash Mauryan vuonna 2010 kehittämä työkalu, joka on luotu mukauttamalla Alex Osterwalderin luomaa Business Model Canvasia (Leanstack n.d.). Business Model Canvas on työkalu, jonka avulla voi hahmottaa liiketoimintamalleja, ohjata omaa liiketoimintaa sekä selkeyttää liiketoimintaa ulkopuolisille. Perinteisesti mallissa täytetään taulukkoa, joka koostuu yhdeksästä avainkohdasta, jotka liittyvät yrityksen ansaintalogiikkaan sekä liiketoimintaan. Samoja asioita, tulisi käydä läpi myös perinteisessä liiketoimintasuunnitelmassa, mutta Business Model Canvas -työkalulla on yksinkertaistettu ja selkeytetty prosessia. (Varma 2021.)

Lean Canvas on suunniteltu erityisesti palvelemaan yrittäjiä ja sen tarkoitus on korvata monimutkainen sekä -sivuinen kehittämissuunnitelma yksisivuisella kehittämismallilla. Se keskittyy tuotteen/palvelun myymisen sijaan ongelman ratkaisuun. (Leanstack n.d.) Lean Canvas sopii paremmin Café Seilan kehittämiseen, sillä se on suunnattu erityisesti yritysideoiden kehittämiseen ja keskittyy enemmän muista erottaviin tekijöihin, joka kahvilatoiminnassa on erityisen tärkeää. Lean Canvasin avulla pääsee syvemmälle siihen, mitä arvoa Café Seila oikeasti tuo asiakkaalle. Café Seilalla halutaan keskittyä siihen, miten asiakasta voidaan aidosti palvella tämän tarpeiden mukaisesti, sillä yhdelläkään yrityksellä ei ole nykypäivänä varaa olla aidosti kiinnostumatta asiakkaan tarpeista ja hyvinvoinnista. Vain huomioimalla asiakkaan aidosti, voi yritys saada asiakkaan sitoutumaan. (Hänti 2021, 7.)

Pohdimme projektitiimin kesken Lean Canvasissa esiintyviä teemoja laajasti jo kevään aikana, joten taulukon luominen sujui yllättävän vaivattomasti. Monet kohdat olivat aiemman pohdinnan vuoksi jo hyvin selkeitä. Huomasimme kesän aikana, että kaikki asiat eivät olleetkaan kuten olimme aluksi suunnitelleet ja pohdintoja jatkettiin Lean Canvasin avulla.





KUVIO 5. Lean Canvas, Café Seila

Jos organisaatio pystyy sanoittamaan asiakkaan haasteen paremmin kuin asiakas itse, alkaa asiakas uskomaan, että organisaatio pystyy myös tarjoamaan tähän täydellisen ratkaisun (Maurya 2022). Pohdimme jo keväällä niitä pulmia ja haasteita, joihin haluamme kesäkahvilallamme vastata. Emme koskaan kuitenkaan selkeästi kirjoittaneet ylös ajatuksiamme. Lean Canvasiin ongelmiksi kiteytyivät: ”Viihtyisän kahvilaterassin löytääkseen pitää lähteä keskustaan saakka (alueen asukkaat)”, ”Lomafiilisen puuttuminen kesän aikana” sekä ”Gluteenittomia ruokavaloita ei kahviloissa huomioida riittävän hyvin”.

Halusimme luoda Café Seilasta viihtyisän nautiskelupaikan, jossa voi viihtyä useamman tunnin. Ilmapiirin ja tunnelman avulla asiakas pääsee hetkeksi irtautumaan arjen kiireistä ja nauttimaan kesästä. Asiakkaat kaipaavat heille merkityksellisiä kokemuksia, joissa ruokailuun yhdistyy elämyksellisyys (Korhonen, Heinonen & Hovi, 2018). Loimme lähes täysin gluteenittoman menun, jotta samat ruuat sopisivat kaikille, eikä gluteenitonta ruokaa tarvitse erikseen pyytää. Vain osa oluista ja jäätelöistä sisälsivät gluteenia. Näin myös vältetään gluteenittomien tuotteiden kontaminoitumiselta ja mahdollisilta allergisilta reaktioilta.

Arvolupaus on yksi Lean Canvasin tärkeimmistä kohdista ja usein kaikista haastavin tehdä hyväksi. Se vastaa kysymykseen: miksi juuri tämä tuote/palvelu on erilainen verrattuna muihin ja miksi siitä pitäisi kiinnostua? Parhaan arvolupauksen saa aikaan, kun sen yhdistää asiakkaan suurimpaan ongelmaan. (Maurya 2022.) Café Seilan arvolupaus löytyy sen visiosta: ”Kesän raikkain illanviettopaikka Tampereen upeimman auringonlaskun alla”. Pohdimme pitkään keväällä Café Seilan visiota ja lopulta päädyimme tähän, sillä siinä yhdistyy Café Seilan arvot, sekä vau-efekti, jolla tunnelmaa luodaan. Kun visio ja arvolupaus yhdistyvät, liiketoiminnan ydin kiteytyy hyvin yhteen lauseeseen. Café Seilan arvolupauksen piiloviesti on ajatus siitä, että pysähtyminen arjen keskellä on mahdollista vain lyhyellä illanvietolla Tampereen upeimman auringonlaskun alla. Café Seilan arvolupaus on samalla ratkaisu asiakkaan ongelmaan: ”lomafiliksen puuttuminen kesän aikana”. Café Seilan arvolupauksen täytyessä luodaan asiakkaille merkityksellinen tunne kahvilavierailun aikana. Café Seilan arvolupauksen vahvuus on tunnelman luomisessa asiakkaalle. Raikkaus sekä upeat auringonlaskut lisäävät unohtumatonta kokemusta kahvilavierailusta. Vaikuttava kokemus täydentyy Sinisen meren strategiassa mainituilla livemusiikilla sekä kaverillisella asiakaspalvelulla.

Café Seilan pääasiallisia kilpailijoita ovat muut alueen kahvilat ja ravintolat. Alueella ei ole hirveästi vielä toimintaa, mutta se lisääntyy koko ajan, sillä alue on valtavassa kasvussa. Vaikka Café Seilalla on jo vakiintunutta asiakaskuntaa, tulee toiminnassa muistaa se, että kilpailijoitakin löytyy, eikä asiakkaiden tuleminen Café Seilalla ole itsestään selvää.

Yleensä kilpailuetuja on kaikista vaikein miettiä, tai kilpailuetuihin listataan asioita, jotka eivät todellisuudessa ole niitä. Ideat, jotka ovat kopioimisen arvoisia, yleensä kopioidaan, joten kilpailuedun pitäisi olla jotain, jota ei voi kopioida. (2022.) Kilpailuedut ovat osittain verrattavissa sinisen meren strategian painopisteisiin. Sijainti on yksi Café Seilan kilpailueduista. Kahvila sijaitsee alueella, jossa on todella vähän muita ravintoloita tai kahviloita, vaikka suuria asuinalueita on lähellä paljon. Kesäisin aurinko laskee niin, että Café Seilan terassille näkyy purjevenesataman taakse laskeva aurinko. Monet asiakkaat

ovatkin kuvailleet, että tuntuu kuin olisi ulkomailla merikaupungin satamassa nauttimassa illasta.

Kesäkahvilaksi Café Seilalla on melko laaja tuotevalikoima, mutta silti hinnat pidetään mahdollisimman edullisina.

Café Seilan yksi suurimmista kilpailueduista on sen kaverillinen asiakaspalvelu. Café Seilalla työntekijöiden ei tarvitse olla virallisia asiakaspalvelijoita, vaan tavoitteena on luoda asiakkaallekin kaverillinen tunnelma asioidessaan Café Seilalla. Kaverillisuus luo Café Seilalle erityisen tunnelman

Koemme, että kaverillinen ote asiakaspalveluun on myös yksi Vau-efekteistä, sillä se on uudenlainen tapa lähestyä asiakaspalvelua. Asiakkaat eivät ole tottuneet siihen, että asiakaspalvelija saattaakin kysyä kuulumisia tai alkaa keskustelemaan harrastuksista. Toinen Café Seilan Vau-efekti on ehdottomasti kesäiltojen auringonlaskut. Samanlaisia auringonlaskuja on vaikea löytää paikalta, jossa olisi myös mahdollisuus nauttia erilaisista virvokkeista ja muusta tarjonnasta.

Olimme ennen kahvilan avaamista ajatelleet, että Café Seilan kohderyhmään kuuluisivat kaveriporukat, nuoret, lähialueen asiakkaat sekä TaPSilaiset. Huomasimme kuitenkin jo hyvin varhaisessa vaiheessa kesällä, että nuorten sijaan kahvila houkuttelikin paljon keski-ikäisiä asiakkaita. Asiakaskunta sisälsi myös paljon nuoria, mutta selkeästi suurin ryhmä oli keski-ikäiset aikuiset. Kesän aikana yllätyimme siitä, kuinka suuri osa asiakkaistamme oli TaPSilaisia. Tullessaan tai lähtiessään veneeltään, oli Café Seilalla helppo pistäytyä jopa useamman kerran viikossa.

Mittareita Café Seilan liiketoiminnalle ovat liikevaihdon sekä tuloksen kasvu verrattuna edelliseen kesään, sekä asiakastytyvyyden kasvu verrattuna edelliseen kesään. Mittareita ei pidä olla liikaa, jotta niitä tulee oikeasti seurattua (Maurya 2022).

Instagram toimii Café Seilan päämarkkinointikanavana. Samalla se toimii tiedostuskanavana asiakkaille. Instagramissa kerrotaan esimerkiksi tulevista

tapahtumista, poikkeuksista aukioloissa sekä uusista tuotteista. Instagramiin tehdään julkaisut Café Seilan Brand Bookin mukaisesti brändiväreillä, vaaleanpunainen ja sininen (Salo 2023). Instagramissa julkaisut tehdään harkiten ja tarkoituksenmukaisesti. Julkaisuissa voidaan kertoa esimerkiksi tulevista tapahtumista, uusista annoksista tai luoda julkaisujen avulla asiakkaille kesäfiilistä. Kesän aikana huomattiin, että tuotteita, joista tehtiin julkaisuja Instagramiin, ostettiin enemmän julkaisun ansiosta. Tätä hyödynnettiin loppukesästä, kun tiettyjä tuotteita piti myydä enemmän esimerkiksi päivämäärien vuoksi. Auringonlaskut ovat isossa roolissa sekä Instagramin julkaisuissa että tarinoissa. Hienoilla auringonlaskukuvilla ja -videoilla luodaan asiakkaalle tarve päästä myös itse nauttimaan auringonlaskusta paikan päälle. Instagram tarinoissa viestintä ja julkaisut ovat rennompia ja asiakkaita puhuttelevia. Tarinoiden avulla lisätään vuorovaikutusta asiakkaiden kanssa lisäämällä tarinaan esimerkiksi kysely tai kysymys, johon asiakas voi vastata ja näin asiakkaat pääsevät lähemmäksi Café Seilan arkea.

Instagramin tukena Café Seilan viestinnässä käytetään myös Facebookia, TikTokia sekä muita medioita, esimerkiksi lehtijuttuja tai tienvarsimainoksia. TikTokissa viestintä on rentoa ja ”fiilispohjaista”, jossa korostetaan tunnelmaa sekä Café Seilan ilmapiiriä. TikTokkiin lisätään videoita Café Seilalta esimerkiksi maisemista, rakennusprosessista sekä annosten valmistuksesta. TikTokin avulla asiakkaat pääsevät näkemään, mitä kaikkea kuuluu kahvila-arjen pyörittämiseen. Facebook sekä muut mediat toimivat tiedotuskanavina, joissa sisältö on informatiivista ja mainostavaa. Niissä kerrotaan tapahtumista, uutuuksista sekä muista tiedotettavista asioista.

Café Seilan kulu- ja tulorakenne on melko yksinkertainen. Kiinteisiin kuluihin kuuluvat kontti- ja maavuokrat, laitevuokrat ja järjestelmät, jätehuolto sekä palkat. Muuttuviin kustannuksiin kuuluvat raaka-ainekustannukset, tapahtumakulut sekä esiintymispalkkiot. Tulot koostuivat viime kesänä pelkästään kahvilatuotteiden myynnistä sekä palautuksista, joita tuli esimerkiksi pullojen ja tölkkien palautuksista. Tulevana kesänä on kuitenkin mahdollista, että tuloja tulisi myös erilaisista tapahtumista kahvilatuotteiden myynnin lisäksi. Café Seilalla ei

kuitenkaan haluta alkaa myymään pääsylippuja tapahtumiin, vaan muut kustannukset voivat koostua esimerkiksi materiaalikustannuksista taideiltoihin.

Lean Canvasin luominen oli Café Seilalle todella hyvä työkalu. Lean Canvasin luominen selkeytti liiketoimintaa huomattavasti, kun asiat piti tiivistää muutamalla sanalla. Työkaluun palattiin useaan otteeseen opinnäytetyöprosessin aikana, joten monet kohdat ovat osittain muokkautuneet alkuperäisistä. Työkalu toimikin hyvin niin, että kerralla täytti koko taulukon ja myöhemmin palasi muokkaamaan kohtia uusien ajatusten kera.

## 5 ASIAKASPALAUTEKYSELY

### 5.1 Tavoite, tarkoitus ja toteutus

Asiakaspalautteita kerättiin kyselylomakkeella, joka toteutettiin pääosin määrällisenä, eli kvantitatiivisena tutkimuksena Google Forms -sovelluksen avulla. Kvantitatiivisessa kyselylomakkeessa kysymykset ovat yleensä strukturoituja, eli niissä on vastausvaihtoehdot määritelty jo valmiiksi. Jos uskotaan, että vastaajajoukko on aktiivista sekä avointen kysymysten lisäämisestä saadaan huomattavaa lisäarvoa, voi avointen kysymysten lisääminen olla hyvinkin perusteltua. Tällöin kyselytutkimus on osittain laadullinen, eli kvalitatiivinen tutkimus. (Tietoarkisto n.d.) Strukturoitujen kysymysten tueksi kyselyssä käytettiin avoimia kysymyksiä, joissa vastausvaihtoehtoja ei ollut etukäteen määritelty.

Aiemmin käytettyjen työkalujen löydöksiä pohdittiin kyselyä rakentaessa. Monessa käytetyssä työkalussa nousi esille tuotteet. Café Seilalla panostetaan enemmän suolaisiin kuin makeisiin tuotteisiin, joten tästä haluttiin saada mielipiteitä myös asiakkailta. Yksi suurin tekijä Café Seilan vau-efektiin sekä arvolupaukseen liittyen on kahvilan sijainti. Café Seilalla koetaan, että sijainti ja sen mukana tulevat auringonlaskut ovat yksi suurimmista kilpailueduista, joten kyselytutkimuksessa haluttiin ottaa selvää, näkevätkö asiakkaat yhtä suuren arvon sijainnilla. Sinisen meren strategian mukaisia liiketoiminnan kulmakiviä Café Seilalla ovat kaverillisuus asiakaspalvelussa sekä tapahtumat ja livemusiikki. Myös näistä haluttiin asiakkailta palautetta ja kehitysehdotuksia, joten niistä kysyttiin mielipiteitä kyselyssä.

Kun tehdään määrällistä tutkimusta, on tärkeää pohtia juuri siihen tutkimukseen toimiva otantamenetelmä. Otannan tarkoitus on luoda pienoismalli tutkittavasta joukosta. (Valli 2015.) Tässä tapauksessa tarkoitus on luoda pienoismalli Café Seilalla jo vierailleista asiakkaista, jotta saataisiin dataa asiakkaiden tyytyväisyydestä sekä mahdollisimman konkreettisia ja aiheellisia kehitysehdotuksia.

Kyselyn tavoitteena oli kerätä mahdollisimman paljon palautteita asiakkailta, joiden pohjalta voimme kehittää toimintaa. Tavoitteena oli saada 100 vastausta Café Seilan valmiilta asiakaskunnalta, jotta dataa asiakastyytyvyydestä saataisiin tarpeeksi. Näin myös avoimia, vapaaehtoisia vastauksia tulisi tarpeeksi, jotta niistä voi löytää kaikista keskeisimmät toiveet ja kehitysideoita. Tavoitteena oli kyselyn avulla löytää asioita, jotka ovat asiakkaille tärkeitä liittyen kahvilavierailuun. Café Seila on ollut toiminnassa vasta yhden kesän, joten se on vielä todella alkuvaiheessa kehityskaarella. Tämän vuoksi on tärkeää saada asiakkailta palautetta ja kehittää toimintaa yhdessä asiakkaiden kanssa (Hänti 2021, 146).

Kyselyä jaettiin Café Seilan omalla Instagram-tilillä, jolla on 720 seuraajaa (27.9.2023). Kysely jaettiin Instagram-tarinassa, jossa se pysyy 24 tunnin ajan. 24 tunnin aikana tarina tavoitti 443 käyttäjää, joista 71 viime kesän asiakasta päätyi täyttämään palautekyselyn. Tarinaan lisättiin ensin video (Liite 1), jossa seuraajille kerrottiin, minkä takia kyselyyn olisi tärkeää vastata ja mihin vastauksia käytettäisiin. Video tehtiin Café Seilan arvojen mukaisesti puhuttelemalla asiakkaita kaverillisesti ja rennosti, eikä virallisesti. Seuraavassa tarinassa oli linkki kyselyyn. Myöhemmin Instagramiin lisättiin uusi tarina, jossa muistutettiin vielä asiakkaita vastaamaan kyselyyn, jolloin vastauksia saatiin vielä 16 lisää. Lopulta vastauksia kyselyyn saatiin siis 87 kappaletta. Kyselyä laatiessa pohdittiin, pitäisikö kyselyn täyttäneillä olla mahdollisuus osallistua johonkin arvontaan, jotta motivaatio vastata kyselyyn olisi suurempi. Tulimme kuitenkin siihen lopputulokseen, että vedotessa asiakkaan tunteisiin pyytämällä apua kahvilan kehittämiseen, saataisiin enemmän aitoja ja huolella täytettyjä vastauksia. Tällaisista vastauksista olisi tulevaisuudessa enemmän hyötyä Café Seilan kehittämisen kannalta.

Kysely rakentui monivalintakysymyksistä sekä avoimista kysymyksistä. Kyselyn perusrakenne muodostui pakollisista monivalintakysymyksistä, joihin vastattiin asteikolla 1–4, jossa 1 tarkoittaa erittäin epätodennäköistä ja 4 erittäin todennäköistä. Asteikolla 1–4 asiakkaan on pakko valita joko positiivisempi tai negatiivisempi vaihtoehto, eikä asiakas voi valita olevansa ”ei mitään mieltä”. Monivalintakysymysten jälkeen tuli avoin, vapaaehtoinen kysymys, jossa asiakas

sai avata vastaustaan enemmän ja kertoa halutessaan parannusehdotuksia. Avoimista kysymyksistä pakollisia kysymyksiä olivat ainoastaan kysymys, jossa pyydettiin asiakkaita kertomaan toiveitaan seuraavan kesän tapahtumista, sekä kysymys, jossa pyydettiin kuvailemaan Café Seilaa kolmella sanalla. Avointen kysymysten vapaaehtoisuuteen päädyttiin, jotta kyselyyn vastaaminen ei olisi asiakkaalle liian työlästä ja vastauksia saataisiin mahdollisimman paljon.

Kyselyyn lisättiin myös NPS-mittauksen kysymys: ”Kuinka todennäköisesti suosittelisit kyseistä organisaatiota ystävällesi tai kollegallesi?”

NPS eli Net Promoter Score on kansainvälisesti käytetty mittari asiakasuskollisuuden mittaamiseksi. Tällä yhdellä kysymyksellä voidaan mitata asiakkaiden suositteluaktiivisuutta. Se on suunniteltu niin, että tulokset ovat hyvin verrattavissa muihin organisaatioihin. Eri toimialojen keskiarvot kuitenkin vaihtelevat huomattavasti, joten verratessa tuloksia, tulee katsoa oman toimialansa keskiarvoa. Vastaaaja pääsee vastaamaan kysymykseen asteikolla 0–10, jossa 0 tarkoittaa erittäin epätodennäköisesti ja 10 tarkoittaa erittäin todennäköisesti. Tuloksia analysoidessa vastaajat jaetaan kolmeen eri luokkaan vastauksien mukaan:

1. 0–6 vastanneet ovat arvostelijoita
2. 7–8 vastanneet ovat neutraaleja
3. 9–10 vastanneet ovat suosittelijoita

(Olsson n.d.)

NPS-mittarin tulokset vaihtelevat -100 ja 100 välillä. Tulos voidaan laskea kaavalla:

$$\frac{\text{suosittelijoiden määrä} - \text{arvostelijoiden määrä}}{\text{kokonaisvastausmäärä}} \times 100$$

KUVIO 6. NPS-tuloksen laskukaava (Olsson n.d.)

Mikäli NPS -tulos on negatiivinen, organisaatiolla on enemmän arvostelijoita kuin suosittelijoita. Kun tulos on positiivinen, on suosittelijoita enemmän. Neutraalit



asiakkaat vaikuttavat tulokseen vaimentavasti. Jos tulos on negatiivinen, neutraalit nostavat kokonaispistemäärää ja jos tulos on positiivinen, neutraalit laskevat pistemäärää. (Olsson n.d.)

Kyselyssä ei kerätty asiakkailta mitään taustatietoja, kuten ikää, sukupuolta tai asuinpaikkaa. Taustatietoja ei koettu relevanteiksi Café Seilan kehittämisen kannalta, sillä tärkeintä vastausten keräämisessä oli, että henkilö on käynyt kahvilalla ja hänellä on ideoita ja palautetta kerrottavanaan. Kyselyt olivat täysin anonyymejä, eikä vastaajaa voi mitenkään yhdistää vastauksiin.

## **5.2 Tulosten raportointi**

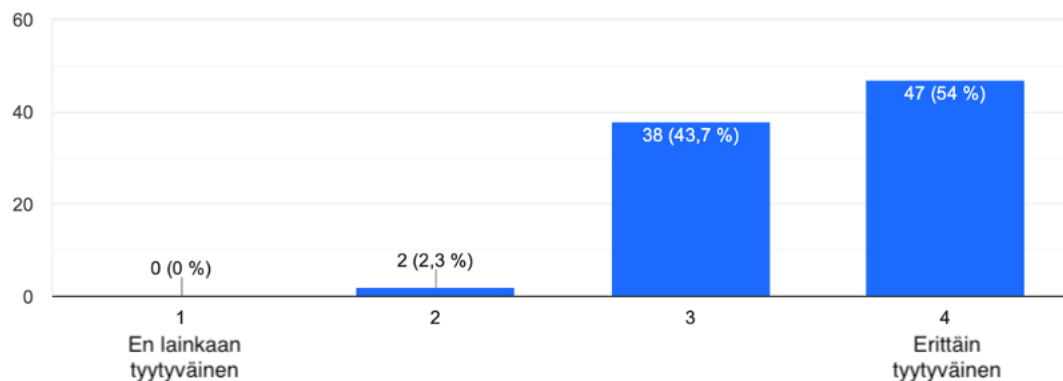
Asiakaspalautekyselyyn tuli todella laadukkaita vastauksia. Asiakkaat, jotka vastasivat kyselyyn, olivat selkeästi käyttäneet aikaa kyselyn täyttämiseen. Avoimiinkin kysymyksiin tuli paljon vastauksia, vaikka ne eivät olleet pakollisia. Asiakkailta tuli paljon kehuja ja todella hyviä kehitysehdotuksia, joilla Café Seilan toimintaa voidaan viedä eteenpäin. Lähes kaikki asiakaspalautteet olivat todella positiivisia. Mukana oli kuitenkin myös yksittäisiä melko negatiivisia kommentteja, joilta on vaikea kokonaan välttyä.

Tulosten raportoinnissa avoimet kysymykset teemoitellaan, jotta nähdään vastauksien variaatiota. Teemoittelussa oleellista ei ole se, kuinka paljon mitäkin vastauksia on tullut, vaan vastausten erilaisuuden esille tuominen. (peda.net.) Avointen kysymysten vastaukset ovat aina teemoiteltu taulukkoon vastausten avaamisen jälkeen.

Asiakkaat olivat melko tyytyväisiä Café Seilan tuotevalikoimaan kesän aikana. 54 % vastanneista oli täysin tyytyväisiä valikoimaan ja 43,7 % vastaajista vastasivat arvosanan kolme, eli tyytyväinen. Vain 2,3 % vastaajista antoi tuotevalikoimalle arvosanan kaksi ja yksikään vastaajista ei antanut arvosanaa yksi, joka tarkoittaa ei lainkaan tyytyväistä.

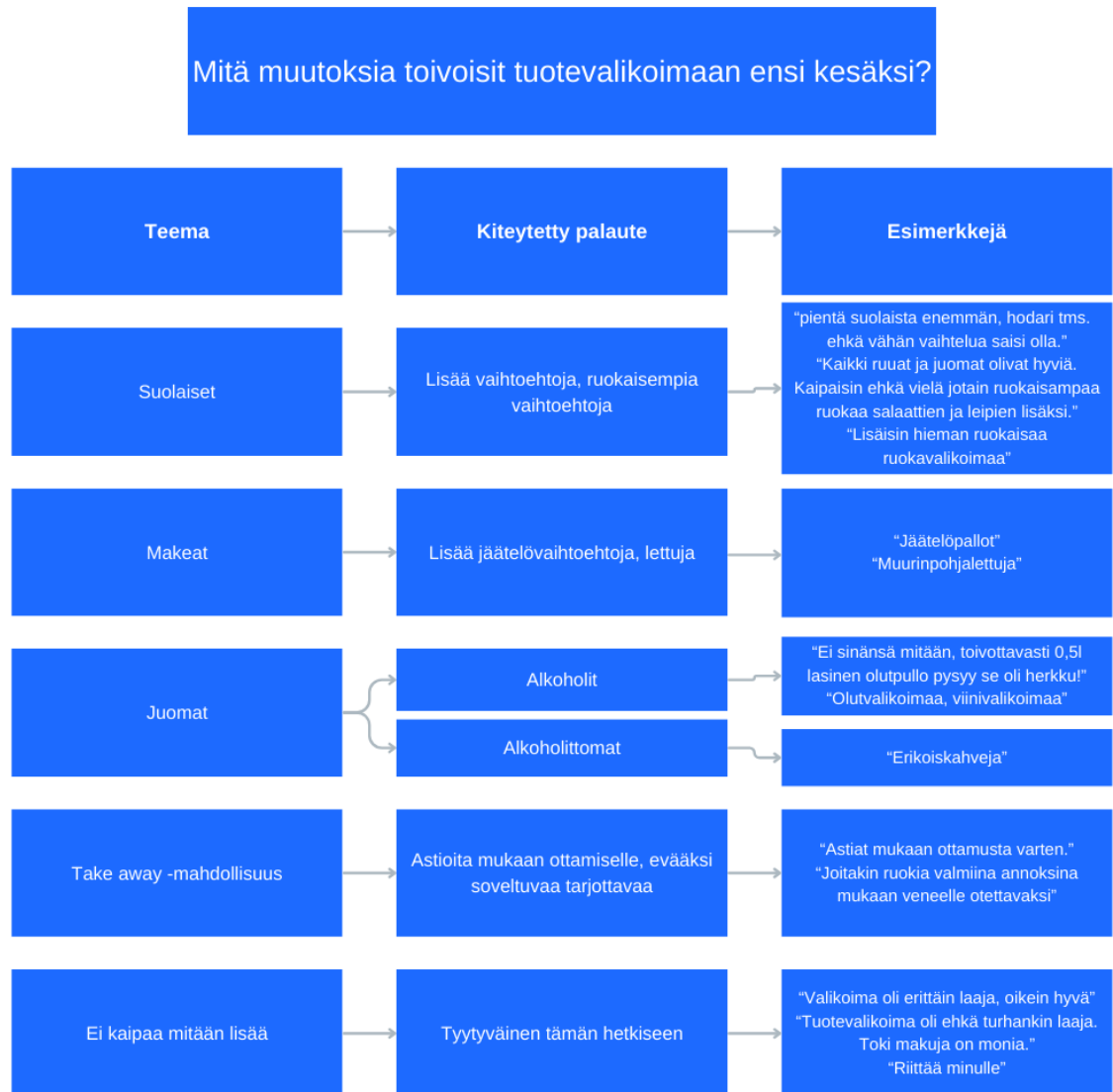
## Kuinka tyytyväinen olit Café Seilan tuotevalikoimaan kesän 2023 aikana?

87 vastausta



KUVIO 7. Kuinka tyytyväinen olit Café Seilan tuotevalikoimaan kesän 2023 aikana?

Monivalintakysymysten jälkeen seurasi tutkimuksen laadullinen osa. Asiakas sai ehdottaa toiveita tai kehitysehdotuksia vapaavalintaisen kysymyksen alle. Kysymykseen ”mitä muutoksia toivoisit tuotevalikoimaan ensi kesäksi” saatiin jopa 49 vastausta. Asiakkaat toivoivat tuotteita laidasta laitaan. Toivottiin vaihtuvia kausituotteita, lisää valikoimaa juomiin, lisää suolaisia vaihtoehtoja, lisää makeita vaihtoehtoja sekä ruokaisampia annoksia. Kysymykseen tuli myös monta vastausta, joissa keuhuttiin jo tämänhetkistä valikoimaa ja todettiin, ettei tarvita mitään lisää. Alla olevassa kuviossa 8, asiakaspalautteita tuotevalikoimaa koskien, on avattu tarkemmin.



KUVIO 8. Koonti vastauksista: Mitä muutoksia toivoisit...?

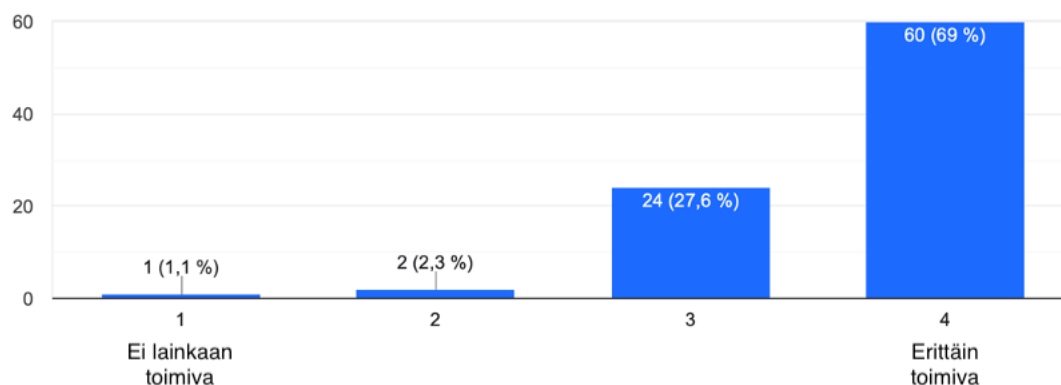
Kuten kuviosta 8 näkyy, asiakkailta saatiin paljon toiveita heidän kaipaamistaan tuotteista. Vastaukset tukivat jo työkaluissa esille tullutta Café Seilan linjausta suolaisiin tarjottaviin panostamisesta. Pullia, kakkuja tai muita leivonnaisia ei toivottu avoimissa vastauksissa ollenkaan. Jäätelövalikoimaan toivottiin kuitenkin laajennusta. Kyselystä kävi ilmi, että asiakkaat toivoisivat enemmän take away -tuotteita ja -mahdollisuutta, jota tuleekin harkita uudelleen Café Seilan toiminnassa. Myös muutama asiakas toivoi valikoimaan erikoiskahveja, joten jatkossa pitää kartoittaa asiakkailta, olisiko niille enemmänkin kysyntää.

Suurin osa kyselyyn vastanneista koki Café Seilan sijainnin erittäin hyväksi (69 % vastanneista) ja 27,6 % koki sen hyväksi ja antoi arvosanan 3. Arvosanalle 2

tuli kaksi (2) vastausta ja arvosanalle 1 tuli yksi (1) vastaus. Tähän kysymykseen ei annettu vaihtoehtoa, jossa saisi kertoa toiveita sijainnin muutokselle avoimeen vastaukseen, sillä opinnäytetyön tarkoitus on kehittää Café Seilaa sen tämänhetkisellä sijainnilla.

Kuinka toimivana koit Café Seilan sijainnin kesän 2023 aikana?

87 vastausta



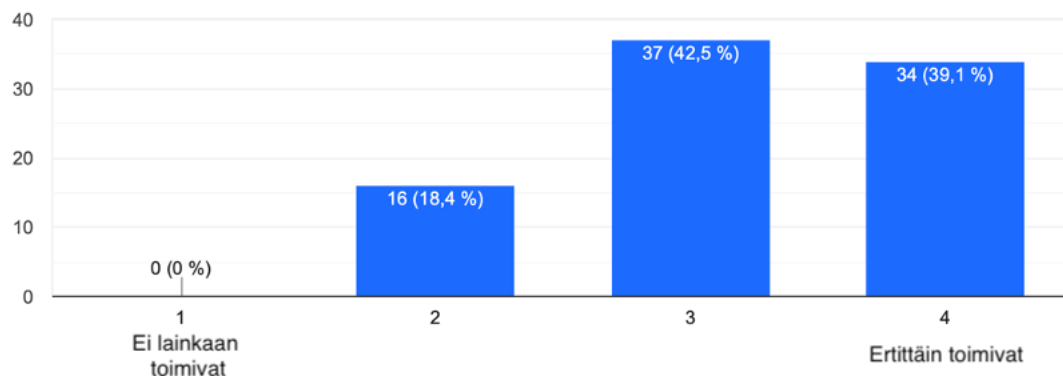
KUVIO 9. Kuinka toimivana koit Café Seilan sijainnin kesän 2023 aikana?

Suurin osa asiakkaista koki Café Seilan sijainnin hyväksi, joka tarkoittaa sitä, että he todennäköisesti jatkossakin ovat potentiaalisia asiakkaita. Muista vastauksista kävi myös ilmi, että muutamien asiakkaiden tyytymättömyys sijaintiin johtui sen esteettömyydestä. Café Seila sijaitsee kukkulan päällä, jonne johtavat portaat, joten pyörätuolin tai vaunujen kanssa kulku on hankalaa. Mikäli kahvila saataisiin esteettömäksi, myös tämän vastauksen keskiarvo voisi parantua.

Tässä kysymyksessä keskiarvovastaus oli kyselyn huonoin. Suurin osa (42,5 %) vastaajista antoi Café Seilan tiloille arvosanan 3. Kuitenkin arvosanan 4 on antanut 39,1 % vastaajista. 18,4 % vastanneista on antanut arvosanan 2 ja yksikään asiakas ei ole antanut arvosanaa 1.

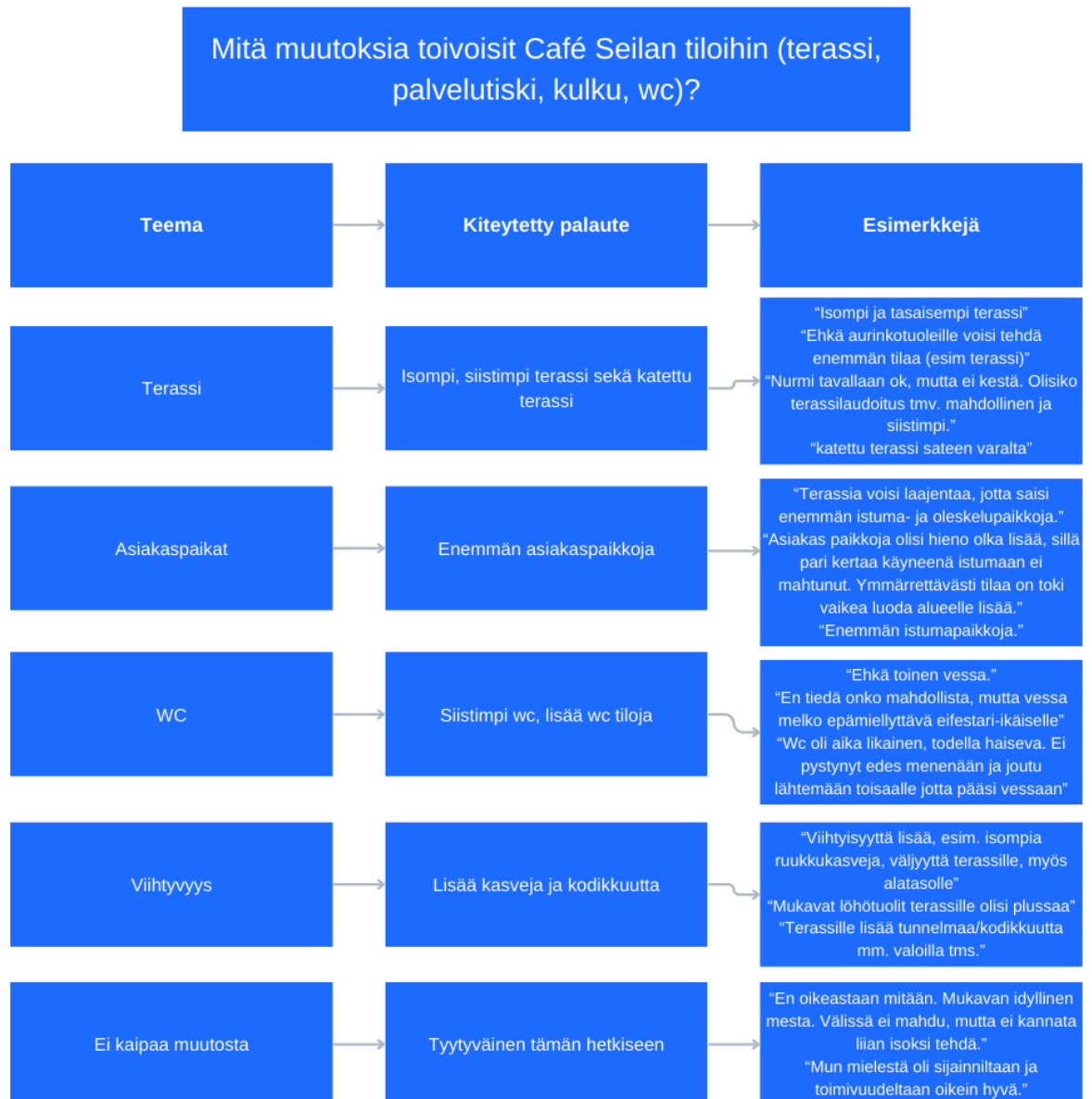
Kuinka toimivina koit Café Seilan tilat kesän 2023 aikana (terassi, palvelutiski, kulku, wc)?

87 vastausta



KUVIO 10. Kuinka toimivina koit Café Seilan tilat kesän 2023 aikana (terassi, palvelutiski, kulku, wc)?

Tilojen toimivuutta pääsi myös kommentoimaan avoimen kysymyksen avulla ”mitä muutoksia toivoisit Café Seilan tiloihin (terassi, palvelutiski, kulku, wc)?” Kysymykseen tuli 47 vastausta, joista suurin osa oli kehitysehdotuksia. Useasta palautteesta tuli ilmi, että terassille olisi hyvä saada lisää kalusteita, jotta aina mahtuisi istumaan asioidessa kahvilalla. Isompaa sekä ainakin osittain katettua terassia toivottiin myös usean asiakkaan toimesta. Muita kehitysehdotuksia olivat parempi wc, enemmän viihtyvyyttä terassille esimerkiksi valoilla ja isommilla ruukkukasveilla sekä esteetön kulku palvelutiskille. Kuviosta 11 voi nähdä teemoitellusti asiakkaiden toiveita tiloja koskien.

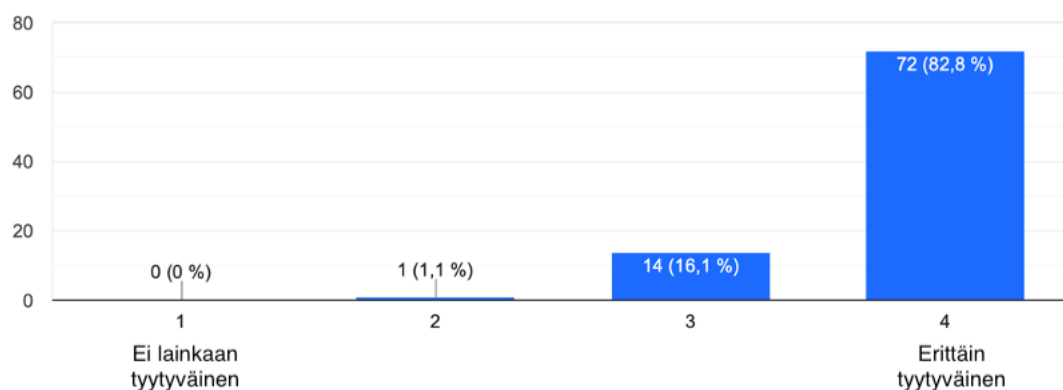


KUVIO 11. Koonti vastauksista: Mitä muutoksia toivoisit...?

Tiloihin panostaminen saa asiakkaat palaamaan. Kun asiakas kokee kahvilan viihtyisäksi, hän haluaa tulla myös uudestaan. Kuten kuviosta 11 voi nähdä, asiakkaista toivoivat kehitystä terassiin. Asiakkaat toivoivat muun muassa katettua terassia, joka voisi mahdollisesti tuoda asiakkaita Café Seilalle myös sateisina päivinä. Näin päivät kokonaan ilman myyntiä voisivat vähentyä. Asiakaspaikkojen lisäämistä pohdittiin jo viime kesänä Café Seilalla. Asiakkaiden palautteet vahvistivat tarvetta entisestään ja jatkossa asiakaspaikkoja on oltava enemmän. Asiakaspaikkojen lisääntyessä, kahvilan asiakaskapasiteetti kasvaa ja myyntiä on mahdollista tehdä enemmän kiireisinä päivinä.

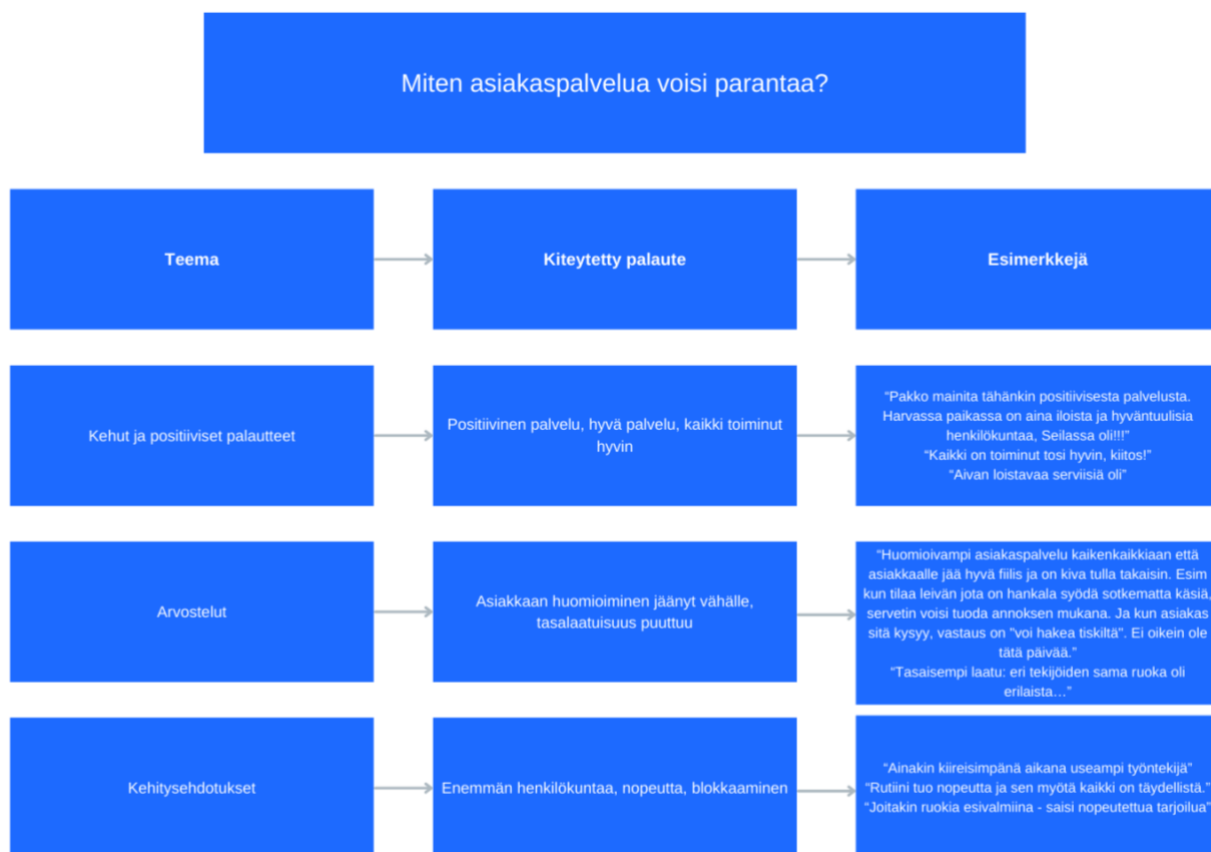
Asiakkaat olivat olleet todella tyytyväisiä Café Seilan asiakaspalveluun. Jopa 82,8 % vastanneista asiakkaista oli antanut asiakaspalvelulle parhaan arvosanan (4). 16,1 % vastanneista antoi arvosanan 3 ja vain yksi henkilö antoi arvosanan 2. Yksikään vastanneista asiakkaista ei antanut huonointa arvosanaa (1) asiakaspalvelulle.

Kuinka tyytyväinen olit Café Seilan asiakaspalveluun kesän 2023 aikana?  
87 vastausta



KUVIO 12. Kuinka tyytyväinen olit Café Seilan asiakaspalveluun kesän 2023 aikana?

Seuraavana kysymyksenä oli ”Miten asiakaspalvelua voisi parantaa?” Tähän kysymykseen tuli vain 23 vastausta, joista kahdeksan (8) vastausta olivat kehuja ja kiitosta asiakaspalvelusta ja mukavasta henkilökunnasta. Loput 15 vastausta olivat joko palautetta toiminnasta tai kehitysehdotuksia koko toimintaan liittyen. Asiakkaat toivoivat muun muassa enemmän henkilökuntaa kiireisinä aikoina, nopeampaa palvelua sekä tasaisempaa laatua. Myös kierrätystä ja oikeita astioita toivottiin lisää ja ettei aukioloaikoja lyhennettäisi. Seuraavasta kuviosta voi nähdä kootusti avoimia vastauksia asiakaspalveluun liittyen.



KUVIO 13. Koonti vastauksista: Miten asiakaspalvelua...?

Yllä olevaan kuvioon 13, on kerätty asiakkaiden palautteita asiakaspalvelusta. Asiakaspalautteet olivat pääosin todella positiivisia, mikä tarkoittaa, että asiakkaat todennäköisesti haluavat palata kahvilalle myös jatkossa. Café Seilalla oli kesän aikana paljon vakiasiakkaita, joiden palautteista huomasit jo kesän aikana, että asiakaspalvelu toimii. Asiakaspalautteiden yksittäisistä negatiivisista kommentteista huomaa, että välillä kiire ja raskaat päivät ovat näkyneet asiakkaille, vaikka niin ei kuuluisi olla. Jatkossa kiireisiin päiviin tulee osata varautua paremmin, jotta asiakkaiden palvelu ei kärsi kiireen vuoksi.

Kyselyssä oli kaksi pakollista avointa kysymystä. Toinen kysymyksistä oli "mitä tapahtumia toivoisit järjestettävän Café Seilalla ensi kesänä?" 87 asiakkaasta 62 toivoi livemusiikkia. Muita ideoita olivat erilaiset teemaillat, grillaus, letunpaisto, taideillat, runoillat, ulkoilmaelokuva, jotain tapahtumaa lapsille sekä kesävisoja. Useampi asiakas toivoi myös stand-up komiikkaa Café Seilalle. Seuraavaan taulukkoon on kerätty asiakkaiden toiveita seuraavan kesän tapahtumista.





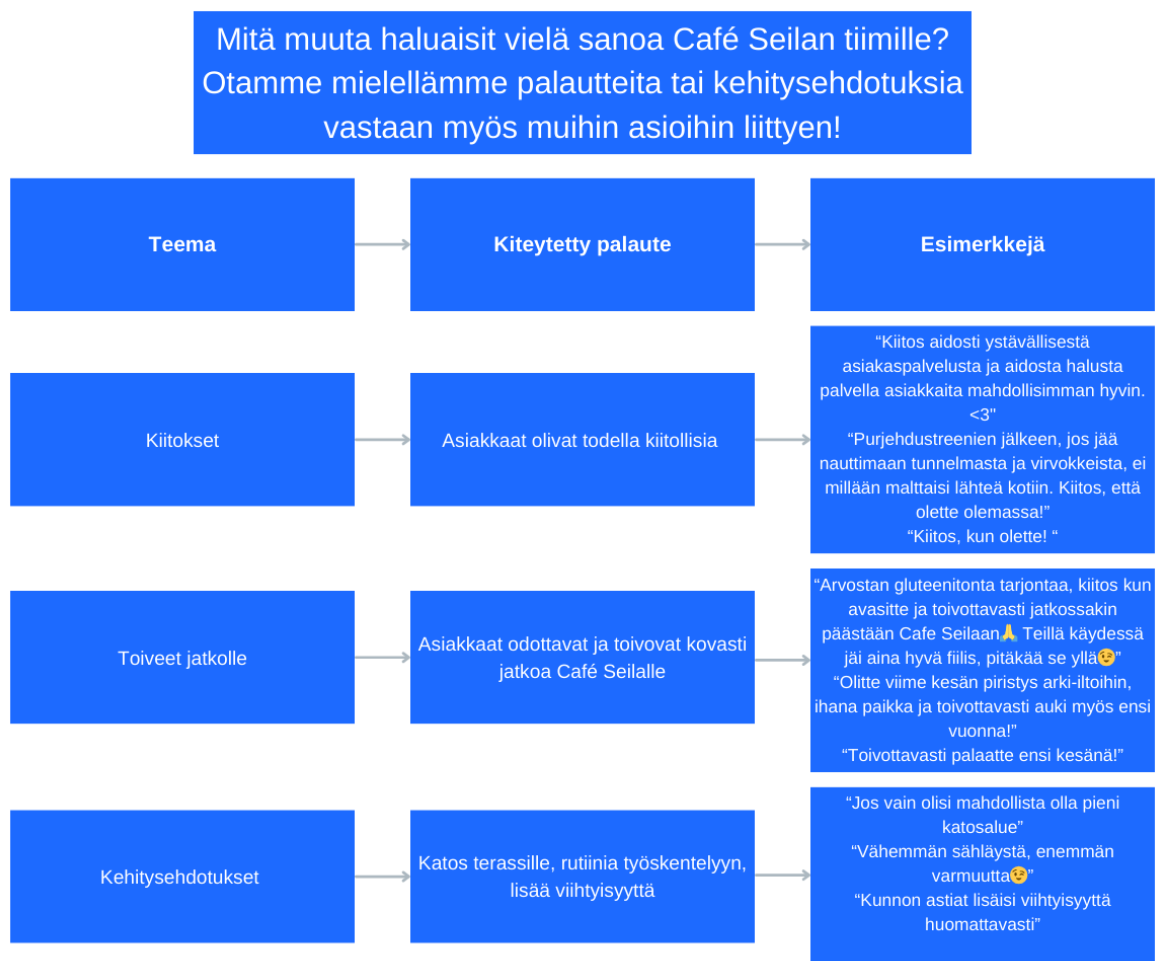
KUVIO 14. Koonti vastauksista: Millaisia tapahtumia toivoisit...?

Café Seilalla on todella hyvä mahdollisuus painua ihmisten mieleen kahvilana, jossa on livemusiikkia. Työkaluissa monesti esille tulleet livemusiikki ja tapahtumat, joihin halutaan panostaa, nousivat vahvasti esille myös asiakaspalautteista (kuvio 14). Monet asiakkaista kertoivat palautteissaan, että viime kesänä olleet livemusiikki-illat olivat olleet todella kivoja ja niitä toivottaisiin lisää. Live-musiikki tuo kahvilalle todella paljon lisää asiakkaita, joten siihen kannattaa jatkossa panostaa vielä enemmän. Vaikka livemusiikkia toivottiin kaikista eniten, on silti kokeilemisen arvoista järjestää myös muita tapahtumia Café Seilalla. Erilaiset teemaillat voivat osoittautua todella suosituiksi. Monet asiakkaista eivät varmasti osaa edes ajatella mitä kaikkia tapahtumia voi kahvilalla järjestää. Kokeilemalla erilaisia tapahtumia, voi löytyä Café Seilalle jopa täysin uutta asiakaskuntaa.

Toinen avoimista, pakollisista kysymyksistä oli "miten kuvailisit Café Seilaa kolmella sanalla?" Alla olevassa kuvassa on kootusti asiakkaiden vastauksia.



Viimeisenä kysymyksenä oli ”mitä haluaisit vielä sanoa Café Seilan tiimille?” Kysymys oli avoin ja vapaaehtoinen kysymys, johon tuli yhteensä 51 vastausta. Todella suuressa osassa vastauksista toivottiin jatkoa Café Seilan toiminnalle ja kiitettiin kesästä. Myös yksittäisiä kehitysehdotuksia tuli vielä tähän kysymykseen, kuten katosalueen rakentaminen, oikeat astiat ja menu selkeämmin esille Instagramiin. Alla olevaan taulukkoon on kerätty kyselytutkimuksen viimeisen kysymyksen vastauksia teemoittain.



KUVIO 16. Koonti vastauksista: Mitä muuta haluaisit...?

Kuten aiemmin käytetyistä työkaluista huomaa, Café Seila haluaa panostaa asiakaspalveluun erityisen paljon. Kuten kuviosta 16 voi huomata, asiakkaat kiittelivät kesästä, joten kesä on ollut onnistunut asiakkaiden näkökulmasta. He ovat nauttineet kahvilalla käymisestä, joka tarkoittaa, että myös asiakaspalvelussa on onnistuttu. Suurin osa vapaista palautteista Café Seilan

tiimille olivat toiveita kahvilatoiminnan jatkosta. Tästä voi päätellä, että Café Seilalle riittäisi myös jatkossa asiakkaita ja toiminta voisi näin olla kannattavaa.

### 5.3 Johtopäätökset

Asiakkaiden vastauksista voi päätellä, että Café Seilan asiakkaat ovat todella tyytyväisiä kahvilan toimintaan ja toivovat sitä jatkossakin. Asiakkaat ovat myös valmiita ja halukkaita kertomaan kehitysideoita ja palautetta toiminnasta, mikä kertoo asiakkaiden sitoutuneisuudesta ja siitä, että he kokevat toimintaan vaikuttamisen itselleen tärkeänä. Café Seilan jatkoa ajatellen, tämä on todella positiivinen löydös. Mitä enemmän asiakkaita pystytään ottamaan mukaan Café Seilan kehittämiseen, sitä sitoutuneempia he ovat jatkossakin.

Vastaukset olivat pääosin todella positiivisia ja kehuja. Vastaamiseen oltiin selkeästi paneuduttu kunnolla ja palautteiden eteen oltiin nähty vaivaa. Café Seilaa seuraa Instagramissa todennäköisesti suurimmalta osin ihmiset, jotka ovat olleet asiakkaina Café Seilalla ja haluavat jatkossakin olla asiakkaita. Tämä voi olla yksi syy siihen, että vastaukset olivat niin laadukkaita.

Asiakaspalvelusta tullut palaute oli pääosin todella positiivista. Kehityskohteita ja muutoksia kysyttäessä, asiakaspalvelukohtaan tuli selkeästi vähiten toiveita, joten asiakaspalvelu on pääosin ollut asiakkaiden toiveiden mukaista. Asiakaspalvelua voi aina parantaa ja saada nopeammaksi sekä toimivammaksi, mutta suuria puutoksia ei nimenomaan asiakaspalvelussa tuntunut olevan. Asiakkaiden tyytyväisyys palveluun on lupaava merkki tulevaisuudelle siitä, että asiakkaat todennäköisesti palaavat ja suosittelevat kahvilaa myös eteenpäin.

Sijaintiin suhtautumisella on vahva rooli tulevaisuuden kannalta. Mikäli asiakkaat ovat tyytyväisiä sijaintiin, heidän on helppo jatkossakin saapua paikalle. Jos sijainti tuntuu haastavalta, asiakkaat valitsevat yhä useammin helpommin saavutettavan paikan. Vaikka Café Seila pysyykin jatkossa samalla paikalla, voi sijaintiin suhtautumiseen vaikuttaa positiivisesti. Helpottamalla kahvilalla kulkua voi vaikuttaa asiakkaiden ajatukseen siitä, kuinka toimiva sijainti on. Jos Café

Seilalla käynti kokemuksena on tarpeeksi vaikuttava, ei sijainti kartalla ole ongelma.

Asiakaspalautteet tilojen toimivuudesta tukivat vahvasti Café Seilan yrittäjien omia näkemyksiä. Terassia tulisi saada toimivammaksi ja tuoleja ja pöytiä tulisi saada mahtumaan terassille lisää. Osa asiakkaista toivoi rakennettua terassia, joka helpottaisi kulkua ja oleskelua terassilla. Kahvilaa kuitenkin kuvailtiin useaan otteeseen sympaattiseksi sekä rennoksi, jotka olivat selkeästi Café Seilan vahvuuksia. Voisiko viimeisen päälle laitettu ja rakennettu terassi vaikuttaa jopa negatiivisesti asiakaskokemukseen? Terassiin panostamalla asiakkaiden viihtyvyys lisääntyisi entisestään ja asiakkaat olisivat vielä valmiimpia palaamaan uudestaan. Lisäämällä asiakaspaikkoja, Café Seilan myyntiä voidaan lisätä. Aurinkoisina päivinä on ollut tilanteita, että kaikki halukkaat eivät ole mahtuneet istumaan ja ovat joutuneet lähtemään nopeasti pois tai jopa kääntymään ennen tiskille pääsyä.

Oli hienoa huomata, kuinka hyvin Café Seilan arvot olivat näkyneet asiakkaille asti seilalaisten toiminnassa. Arvot eivät olleet kesän aikana asiakkaille näkyvillä, mutta silti ne näkyivät asiakkaiden vastauksissa. Kysyttäessä Café Seilaa parhaiten kuvaavia sanoja, sana ”raikas” mainittiin asiakaspalautteissa kuuteen kertaan, eri asiakkaiden toimesta. Huolimatta siitä, että ”raikas” ei ole mitenkään yleinen sana, jolla asioita usein kuvataan, se nousi useasti esille asiakkaiden palautteista. Kaverillisuuteen viittaavia sanoja tuli myös paljon esille vastauksissa; ystävällinen, helposti lähestyttävä sekä eniten mainittu, rento. Myös Café Seilan arvolupaus näkyi vahvasti asiakkaiden vastauksissa. Auringonlaskut ja kesäisyys mainittiin moneen kertaan. Kun asiakkaat allekirjoittavat Café Seilan arvot, arvolupauksen sekä toiminnan näin hyvin, on jotain tehty oikein.

NPS-tuloksia voidaan verrata toisiinsa toimialoittain, jolloin yrityksen on helpompi nähdä, miten oma yritys sijoittuu omalla toimialallaan. Kaikilta toimialoilta ei kuitenkaan ole tiedossa keskiarvoa, jonka vuoksi vertaaminen ei ole niin yksiselitteistä. Vertaamalla NPS-tuloksia toisten yritysten kanssa voi selvittää,

miten itse sijoittuu kilpailussa asiakkaiden näkökulmasta. (Trustmary Team 2023.)

Toimialoja, joihin Café Seilan toimintaa voisi verrata ovat esimerkiksi elintarvikeala sekä pikaruoka-ala. Elintarvikealan NPS on 33,3 ja pikaruoka-alalla se on 26,6. Toimialat ovat kuitenkin todella laajoja ja niihin kuuluu kaikenlaisia yrityksiä. (Trustmary Team 2023.) Yksi huippubrändi tarkasteltuna NPS-asteikolla on Starbucks. Starbucks on kahvila, joka panostaa asiakaspalveluun. Tämän vuoksi sitä voidaankin pitää yhtenä hyvänä verrokkina Café Seilalle. Starbucksin NPS-tulos on 77 (Trustmary Team 2023) ja Seilan NPS-tulos on 90. Kuitenkin mittasuhteet Starbucksin ja Café Seilan toiminnassa ovat täysin erit. Starbucksilla on toimipisteitä ympäri maailmaa, kun taas Café Seila on yksi kesäkahvila Suomessa. Café Seilan NPS-tulos on kuitenkin todella hyvä verrattuna todella moniin yrityksiin.

Vertaaminen muihin yrityksiin voi toimia hyvänä suuntaviivana. Tärkeintä on kuitenkin kehittää omaa toimintaansa, jolloin asiakastyytyväisyysmittausten suorittaminen säännöllisin väliajoin on hyvä tapa. Tämän avulla nähdään, mihin suuntaan oman yrityksen toiminta on kehittynyt. (Trustmary Team 2023.)

Vastausten perusteella Café Seilalla on hyvä mahdollisuus tulla pysyväksi osaksi Naistenlahden satamaa ja näin ollen vaikuttaa tamperelaisten käyttäytymiseen. Café Seilan avulla voidaan lisätä Suomeen kulttuuria, jossa vietetään aikaa ulkona läheisten kanssa, mieluummin kuin yksin kotona. Luomalla viihtyisän kesäterassin, jossa musiikki soi ja pääsee hetkeksi irtautumaan arjesta, lisätään tamperelaisten sosiaalisuutta. Maailman tilanteessa, jossa yksinäisyys on yli kolminkertaistunut viimeisen kuuden (6) vuoden aikana (Laaninen & Niemelä 2023), yhteisöllisyyden rakentaminen kaikin mahdollisin tavoin on erittäin tärkeää. Parhaassa mahdollisessa tilanteessa, Café Seilaa voidaan laajentaa ja toimipisteitä avata myös muualle, jolloin yhteiskunnallinen merkitys voi olla paljon suurempi. Café Seilasta halutaan muodostaa kohtaamispaikka, jossa naapuruston ihmiset pääsevät näkemään toisiaan, uusia tuttavuuksia voi löytyä ja läheisten kanssa voidaan istua useampikin tunti katsellen järvimaisemaa.

## 6 TAVOITTEIDEN ASETTAMINEN CAFÉ SEILALLE

### 6.1 OKR-mallilla kohti tavoitteita

Seilan kehittämiseksi suuri askel on selkeiden tavoitteiden asettaminen. Ennen viime kesää pohdimme hiukan tavoitteita, mutta se oli todella haastavaa, sillä meillä ei ollut minkäänlaista kokemusta alueella toimivasta kahvilasta. Naistenlahden satama paikkana oli täysin uusi meille, eikä siellä ollut koskaan ollut minkäänlaista ravintolatoimintaa. Emme siis voineet etukäteen tietää, miten kyseinen alue soveltuu kahvilatoimintaan. Vaikka suuri osa liiketoiminnan toimimisesta onkin kiinni markkinoinnista, myös paikka vaikuttaa siihen, löytävätkö asiakkaat perille ja millaista asiakaskuntaa kahvilalla tulee olemaan. Nyt meillä on yhden kesän ajalta arvokasta dataa, johon voimme pohjata tulevan kesän tavoitteemme.

Asiakaspalautteiden, aiemmin käytettyjen työkalujen sekä viime kesän datan pohjalta Café Seilalle on nyt mahdollista luoda OKR-mallin mukaiset tavoitteet. Tavoitteiden pohjalta toimintaa pystytään kehittämään toimivammaksi ja asiakkaita paremmin palvelevaksi konseptiksi.

OKR eli Objectives & Key Results on malli, jolla toteutetaan organisaation strategiaa. OKR-malli on viime vuosina yleistynyt valtavasti yritysten keskuudessa, ja sitä käyttävät myös monet suuret yritykset maailmalla, kuten Google, Amazon ja Microsoft. (Hämäläinen & Sora 2022, 17.)

Yksinkertaistettuna OKR-malli koostuu kahdesta osasta, jotka ovat tavoitteet ja avaintulokset. Tavoitteilla määritetään mihin suuntaan organisaatio lähtee kehittymään ja avaintulokset kertovat tämän hetken keskittymispisteet. OKR-mallin tarkoitus on olla joustava, minkä vuoksi mallia on hyvä soveltaa jokaisen organisaation tarpeiden mukaisesti. (27.)

Tavoitteiden asettamisessa tulee muistaa, että kaikkia asioita ei voi kehittää samanaikaisesti. Tavoitteen tulisi olla innostava, selkeä ja liitettävissä arkipäivään. Tavoitteet voidaan asettaa vain yhdelle kvartaalille, mutta usein ne

elävät useamman kvartaalin ajan. OKR-mallin ideana on, että tavoite pysyy tavoitteena, kunnes se on saavutettu. Tilanteen vaatiessa, tavoitteen voi kuitenkin myös vaihtaa, jos se ei ole enää ajankohtainen tai huomataan, että se ei olekaan relevantti kehityksen kannalta. Tavoitteita OKR-mallissa voi olla korkeintaan viisi kerrallaan. Kuitenkin mitä vähemmän tavoitteita on, sen parempi. Keskittyminen vain muutamaan tavoitteeseen kerrallaan on huomattavasti tehokkaampaa. (29–30.)

Tavoitteet OKR-mallissa ovat laadullisia, eivätkä siis mitattavissa olevia tavoitteita. Avaintulokset puolestaan ovat määrällisiä. Avaintulosten avulla määritellään, minkä asioiden halutaan konkreettisesti muuttuvan. Avaintulokset asetetaan jokaiselle tavoitteelle ja avaintuloksia voi yhdellä tavoitteella olla korkeintaan viisi. Avaintuloksissa tärkeää on, että ne ovat kaikkien ymmärrettävissä. Avaintulokset asetetaan yhdelle kvartaalille ja ne voidaan laskea saavutetuiksi, jos niistä 70–100 % on saavutettu. Avaintulosten idea on, että tarkasteluajankohtana voidaan yksiselitteisesti todeta, että tulos joko on tai ei ole saavutettu. (39–49.)

Avaintulokset voivat olla tavoitteellisia tai sovittuja. Tavoitteellisilla avaintuloksilla on tarkoitus kurottua korkealle ja ne voivat olla jopa vaikeasti saavutettavia, jolloin toteutuessaan edes 70 % niiden voidaan katsoa onnistuneen. Sovitut avaintulokset ovat yleensä pakollisia ja välttämättömyyksiä hoitaa. Koko tiimi sitoutuu sen hoitamiseen 100 % kvartaalin loppuun mennessä. (41.)

Jotta OKR-tavoitteissa voidaan onnistua, pitää jokainen tiimin jäsen saada sitoutettua tavoitteisiin. Jokaisen tulee ymmärtää, mistä on kyse, miksi näin tehdään ja mitä näin voidaan saavuttaa. Jokaisen yksilön panos on erittäin tärkeä tavoitteiden saavuttamiseksi ja sen vuoksi on elintärkeää alusta saakka saada jokainen yksilö sitoutettua prosessiin. OKR-malliin kuuluu vahvasti tavoitteiden seuranta. Tavoitteita tulee seurata usein, jotta tarvittavia muutoksia voidaan tehdä jo hyvissä ajoin ennen seuraavan kvartaalin lähestymistä. (Vellore 2023.)

OKR-malli toimii tilivelvollisuutensa vuoksi. Kun yksilö sanoo ääneen sitoutuvansa tavoitteeseen ja sitä seurataan viikoittain, syntyy jokaiselle yksilölle



tilivelvollisuus toisia kohtaan. Kun tuloksia ja kehitystä seurataan viikoittain tavoitteet pysyvät mielessä ja sitoutuminen kasvaa koko ajan. (Haak 2021, 192-193.)

Kuten aiemmin mainittu, OKR-mallissa tavoitteet asetetaan yleensä kvartaaleittain, mutta tarkastelujaksoa voi tarpeen mukaan muuttaa organisaatiolle sopivammaksi. Café Seilalle keskeisimmät ajanjaksot tällä hetkellä ovat aika ennen kesää 2024 ja kesä 2024. Koska Café Seila on kausiluontoista liiketoimintaa, molemmille ajanjaksoille on hyvä luoda alustavat tavoitteet sekä avaintulokset, jotta tulevaisuutta voisi paremmin ennakoida ja tavoitteet saataisiin asetettua mahdollisimman korkealle.

## **6.2 OKR-tavoitteet ennen kesää 2024**

Jotta kesän 2024 tavoitteita voidaan alkaa toteuttamaan, pitää ennen kesää tehdä paljon suunnittelu- ja valmistelutyötä Café Seilan eteen. Tällä hetkellä on vielä epäselvää, millaisella tiimikokoonpanolla Seilan kehittäminen jatkuu, joten se on ensimmäinen selvitettävä asia. Yhtenä tavoitteena ajalle ennen kesää on: "Tulevaisuus kirkkaaksi". Ensimmäisen tavoitteen avaintuloksia ovat: "Kesän yrittäjät päätetty" sekä "Sopimukset jatkoa varten tehty". Näiden jälkeen toimintaa voidaan oikeasti lähteä kehittämään.

Toinen tavoite on: "Kehitys kohti unelmakahvilaa". Tämän tavoitteen avaintuloksia ovat: "5 kehitysideaa toteutettu" ja "Tapahtumakalenteri valmis ja viisi esiintyjää bookattu kesälle".

Kuten aiemmin mainittua, asiakaspalautteet sekä Seilan yrittäjät olivat samaa mieltä siitä, että tilojen toimivuutta pitäisi parantaa. Tilojen toimivuus on yksi kehityskohde matkalla kohti unelmakahvilaa. Avaintuloksissa on kohta "5 kehitysideaa toteutettu". Kehitysideoita on kertynyt jo useampia sekä asiakkaiden, että yrittäjien toimesta:

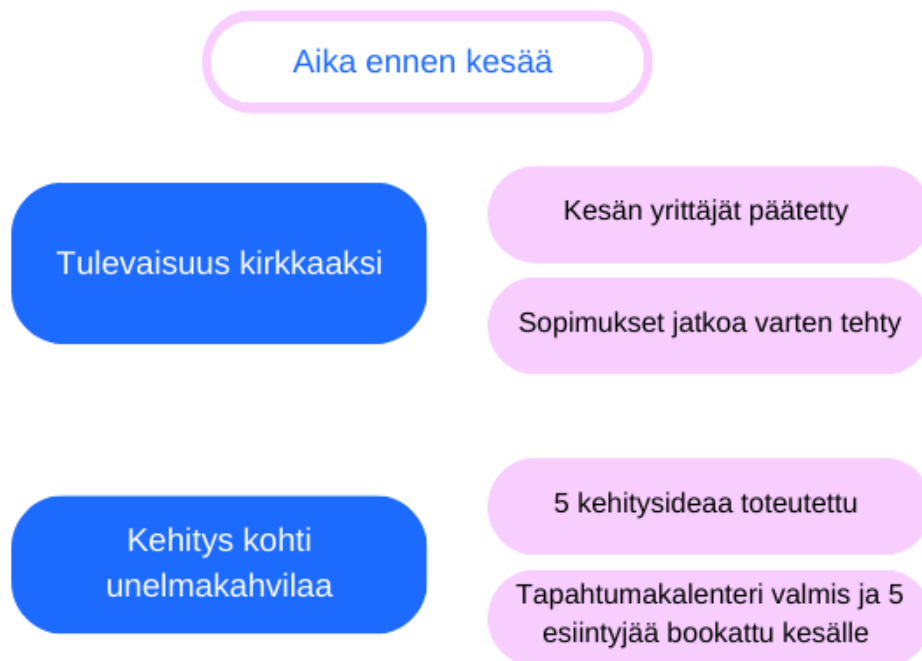
- Rakennettu terassi: helpottaisi kulkua, lisäisi viihtyvyyttä sekä lisäisi asiakaspaikkoja
- Pensasaita terassin ja viereisen ajoväylän väliin: vähentäisi mölyhaittaa

- Jykevempiä kalusteita terassille: lisääisi mukavuutta sekä turvallisuutta
- Enemmän pöytäryhmiä ja aurinkotuoleja: asiakkaat mahtuisivat istumaan
- Isompia ruukkukasveja terassille: viihtyvyyden lisääminen
- Osittain katettu terassi sateen varalle
- Tiskin sijainti paremmaksi asiakaspaikkoihin nähden: jonosta ei olisi haittaa asiakkaille
- Terassille enemmän valoja: viihtyvyyden lisääminen

Unelmatilanteessa Café Seilalla vierailu on elämyksellistä ja arjesta irtaannuttavaa. Elämyksellisyyttä toimialalle saadaan lisättyä livemusiikilla ja muilla tapahtumilla, tuotteisiin sekä asiakaspalveluun panostamalla sekä terassia koristamalla. Pohjaten viime kesän myyntilukuihin, kaikista suurimmat myynnit tulivat päivinä, jolloin oli livemusiikkia tarjolla. Myös asiakaspalautteista näki selkeästi, että ihmiset toivoivat paljon live-musiikkia kahvilalle. Tämän pohjalta voidaan todeta, että livemusiikin lisääminen selkeästi houkuttelisi lisää asiakkaita Café Seilalle. Tapahtumakalenterin luomiseen ja esiintyjien hankkimiseen pitää panostaa jo ennen kesää.

Tavoitteisiin on helpompi päästä, kun kaikille tulevan Café Seilan tiimin jäsenille on määritelty selkeät vastuuroolit. Todennäköisesti tiimiläisillä tulee olemaan lähes yhtä suuret omistussosuudet Café Seilasta, joten liiketoiminta on jokaisen vastuulla. Jakamalla liiketoiminta pienempiin osa-alueisiin, on työskentely kuitenkin huomattavasti tehokkaampaa ja toimivampaa. Tiimistä voi löytyä esimerkiksi ravintolapäällikkö, markkinointivastaava ja keikkamyymjä.

Asiakkaiden kuuntelu on avainasemassa tavoitteiden onnistumisen kannalta. Asiakkailta saa todennäköisesti parempia kehitysehdotuksia kuin Café Seilan tiimi pystyisi itse keksimään. Asiakkaat ovat kuitenkin syy sille, miksi kahvilatoiminta on olemassa. Jo kesän 2024 aikana on erittäin tärkeää kysyä ja kuunnella asiakkaita ja heidän mielipiteitään mahdollisista uudistuksista, sekä tarvittavista uudistuksista. Vaikka on tärkeää, että kesän päätteeksi asiakkailta pyydetään palautetta kuluneesta kaudesta, voi jo kesän aikana tehdä tarvittaessa nopeitakin muutoksia toimintaan.



KUVIO 17. OKR-tavoitteet, Aika ennen kesää

### 6.3 OKR-tavoitteet kesälle 2024

OKR-tavoitteiden pitäisi olla kurotettavia tavoitteita, jotta niistä voidaan oikeasti inspiroitua ja tavoitteiden suhteen voi tapahtua maksimaalista kasvua. OKR-tavoitteiden on tarkoitus saada yksilöt pois omalta mukavuusalueeltaan, omalle oppimisalueelleen. Jos edellisellä OKR-kaudella ei organisaatiossa opittu mitään, eivät tavoitteet todennäköisesti olleet kovin hyviä. (Haak 2021, 68-69.)

Kesän 2023 liikevaihto Café Seilalla oli noin 51 000 €. Myynnillisesti kesäkuu oli Café Seilan kuukausista paras, vaikka se olikin Café Seilan ensimmäinen kuukausi ikinä. Heinäkuussa oli paljon sateisia päiviä, jonka vuoksi Café Seila jouduttiin pitämään suljettuna useammin kuin kesäkuussa. Silti heinäkuun myynti oli vain noin 400 € pienempi kuin kesäkuun myynti. Asiakkaat löysivät selkeästi paremmin perille heinäkuussa, kun kahvila oli ollut avoinna jo kuukauden. Markkinointi oli tavoittanut useamman ihmisen ja sana uudesta kesäkahvilasta oli ehtinyt levitä laajemmalle. Elokuussa ehdimme olemaan auki vain 19 päivää, mutta silti elokuunkin myynti oli lähes 13 000 €. Viikonloput olivat selkeästi vilkkaimpia, mutta myös arkisin hyvällä säällä terassi oli iltaisin aina täynnä.

Kesän 2024 tavoitteina ovat ”Tampereen tyytyväisimmät asiakkaat” sekä ”Tuottava liiketoiminta”. Tampereen tyytyväisimmät asiakkaat tarkoittaa Café Seilalle sitä, että asiakas haluaa aina uudelleen ja uudelleen palata Café Seilalle, vaikka voisi hyvin valita myös jonkin muun paikan. Saamalla asiakkaan tajuamaan jotain, mitä hän ei tiennyt tarvitsevansa, rakennetaan vahvaa pohjaa asiakkuudelle (Hänti 2021, 15). Café Seilalla tämä asia voi olla esimerkiksi asiakaspalvelijan kaverillinen ote palveluun tai rauhoittava maisema kahvia juodessa. Jotta voimme kesällä 2024 sanoa, että meillä on Tampereen tyytyväisimmät asiakkaat, tulee meidän NPS-tuloksemme olla korkeampi kuin viime kesänä. Aiomme myös lähettää asiakkaille asiakastyytyväisyyskyselyn ensi kesän päätteeksi, jotta voimme verrata, miten toimintamme on kehittynyt. Yksi avaintuloksista onkin ”Asiakaspalvelusta ei yhtään alle 3 arviota (asteikolla 1–4)”. Haluamme Café Seilalla panostaa asiakaspalveluun ja asiakkaiden tyytyväisyyteen, joten yksi avaintuloksista on: ”Toteutettu 7 asiakastoivetta”. Asiakaspalautekyselyssä tuli paljon erilaisia asiakastoiveita sekä tuotevalikoimaan, että kahvilan tiloihin liittyen. Café Seilan yrittäjien tulee punnita, mitkä kaikki toiveet ovat kannattavia ja mahdollisia toteuttaa, sekä sopivat brändiin, jollaisena Café Seila haluaa näyttäytyä.

Tuottavan liiketoiminnan yksi avaintuloksista on yrittäjille maksettu palkka. Kesältä 2023 yrittäjille maksettiin palkkaa vain suorittavasta työstä, mutta seuraavana kesänä yrittäjien ei ole tarkoitus tehdä suorittavia vuoroja. Silti yrittäjille tulisi maksaa palkkaa kaikesta muusta työstä, mitä kahvilan eteen tehdään. Liikevaihdon tulisi kasvaa 50 prosentilla, jolloin kesän 2024 liikevaihto olisi noin 77 200 €. Noussut liikevaihto kertoisi myös siitä, että asiakkaat löytävät jo paremmin Café Seilalle ensimmäisen kesän jälkeen. Café Seilan yrittäjät haluavat myös panostaa työntekijöidensä hyvinvointiin, joten yksi avaintuloksista on, että kahvilalla olisi jatkuvasti kaksi työntekijää samaan aikaan vuorossa, eikä kenenkään tarvitsisi työskennellä yksin. Hiljaisina hetkinä työntekijöillä olisi seuraa ja vaikka kiire yllättäisi, pystyisi sen kahdestaan hallitsemaan. Kesän 2023 ajalla asiakkaan keskiostohinta Café Seilalla oli 10,18 €. Ensi kesänä keskiostohinnan tulee nousta 20 prosentilla, jolloin se olisi 12,22 €.

Työntekijät perehdytetään työhönsä perinpohjaisesti. Heitä autetaan sisäistämään Café Seilan arvot sekä työskentelytavat. Heitä johdetaan esimerkillä ja tavoitteena on, että työntekijät kokevat olonsa rennoksi työpäivän aikana, jolloin myös vuorovaikutus asiakkaiden kanssa on helpompaa. Työntekijöitä autetaan omaksumaan ratkaisukeskeinen asenne ja heille annetaan vapaus tehdä päätöksiä Café Seilan arkeen liittyen itsenäisesti. Mikäli työntekijä ei koe olevansa tarpeeksi pätevä päättämään jostain ongelmasta, hänelle tarjotaan tukea ja häntä kannustetaan jatkoa varten.

Jotta rahalliset avaintulokset saavutetaan, on markkinointia lisättävä. Markkinoinnin avulla yhä useammat ihmiset löytävät Café Seilan asiakkaiksi. Markkinoinnissa tulee kokeilla myös uusia näkökulmia, joita ei vielä ole Café Seilan kanssa kokeiltu. Vaikuttajamarkkinoinnilla saa paljon näkyvyyttä tietyille kohderyhmille. Lähialueiden asiakkaat voi tavoittaa mainoksien avulla lähikaupoissa tai markkinointitempauksilla, joissa maistatetaan Café Seilan tuotteita. Tapahtumia ja livemusiikkia lisäämällä kesän ajalle saa useamman korkeatuottoisen päivän. Kesän sateisten ja pienituottoisten päivien tulosta voi hyvin kompensoida tapahtumapäivillä, jolloin asiakkaita on paljon. Näin kokonaisymyynti kasvaa, vaikka tuloksellisesti heikoilta päiviltä ei voidakaan kokonaan välttyä.

Jotta keskiostohintaa saadaan nostettua 20 prosentilla, tulee lisämyyntiä tehdä enemmän. Toinen tapa lisätä keskiostohintaa on erilaisten tarjousten lisääminen. Asiakaspalautteista nousi esille toiveita tarjouksista, jotka voisivat vaihdella viikoittain. Lisäämällä tarjouksia, joissa yhdistyy ruoka ja juoma, keskiostohinta voisi nousta.



KUVIO 18. OKR-tavoitteet, Kesä 2024

Pidemmällä aikavälillä, OKR-mallin avulla voidaan luoda dataa siitä, miten ja kuinka nopeasti tavoitteet voidaan saavuttaa. Jatkossa päätöksiä voidaan tehdä perustuen dataan, eikä tunteeseen. Datan avulla liiketoimintaa voidaan johtaa paljon tuottavammaksi. (Vellore 2023.) Café Seila on todella uusi yritys, joten dataa on ehtinyt kertyä todella vähän. Kesälle 2023 ei koskaan luotu selkeitä tavoitteita, sillä dataa sen taustalle ei vielä ollut. Nyt kuitenkin tavoitteita ja avaintuloksia oli mahdollista pohjata jo aiempiin lukuihin. Jatkossa tulevien tavoitteiden luonnissa voi aina käyttää apuna aiempia OKR-malleja, joista voi nähdä, miten tavoitteita on saavutettu.

## 7 POHDINTA

Opinnäytetyön kirjoittaminen kahvilalle, jossa itse olen yrittäjänä, oli todella mielenkiintoista. Aluksi tuntui, että ei aiheeseen liittyen voi löytyä niin monia uusia näkökulmia tai ajatuksia, että siitä kannattaisi kirjoittaa opinnäytetyö, mutta toisin kävi. Koko ajan löytyi lisää työkaluja ja teorioita, jotka olisivat todella hyödyllisiä Café Seilan kehitykselle. Kuitenkin opinnäytetyötä varten tuli osa näistä rajata pois. Pois rajattuja teorioita ja työkaluja olivat muun muassa Business Model Canvas, jonka tilalle tuli Lean Canvas, Balanced Scorecard, peste-analyysi sekä skenaariotyöskentely. Opinnäytetyön rajallisuuden vuoksi, opinnäytetyössä ei tarkastella johtajuuden vaikutusta liiketoimintaan, vaikka se toimiikin isossa roolissa liiketoiminnan kehittämisessä ja pyörittämisessä.

Pohtiessani työkaluja, jotka tukisivat parhaiten opinnäytetyön tavoitteita, vertasin työkaluja toisiinsa. Esimerkiksi Café Seilan kehittämiseen sopi paremmin OKR-malli kuin Balanced Scorecard, koska selkeitä tavoitteita ja kehityskohteita on vähemmän. Balanced Scorecard -mallissa organisaatiot määrittävät yleensä yli kymmenen tavoitetta, kun taas OKR-mallilla tavoitteita asetetaan yleensä noin kolmesta viiteen tavoitteeseen. OKR-malli on myös huomattavasti joustavampi, sillä BSC-mallissa tavoitteet määritellään hajanaisemmin, eikä niitä ole niin helppo muuttaa tilanteen eläessä. (Businessmap n.d.) OKR-mallin mukaiset tavoitteet olivat Café Seilalle luonnollinen lopputulos, sillä olemme aiemmin tehneet yrityksellemme, Samoa Projektit Osk, OKR-tavoitteet, joten mallin käyttöönotto, sekä toiminta käytännön tasolla on jo tuttua projektitiimille.

Opinnäytetyössä käytettiin monia työkaluja, jotta siitä tulisi mahdollisimman kattava ja toimeksiantajaa palveleva. Monet työkaluista kuitenkin kattavat osittain samoja asioita ja menevät myös hieman ristiin. Esimerkiksi Lean Canvasissa pohdittiin kilpailijoita sekä kilpailuetuja, kun taas Sinisen meren strategiassa keskeistä on, että ei kilpailla muita vastaan, vaan toimitaan alueella, jossa ei ole kilpailua. Vaikka molemmissa työkaluissa keskitytään siihen, miten omalla liiketoiminnalla voidaan erottua massasta, ajoittain oli vaikeaa saada omassa päässä hahmotettua, että mikä on tärkeää ja mihin kannattaa keskittyä.

Jos aloittaisin opinnäytetyöprosessin nyt uudestaan, pohtisin uudelleen kaikkien työkalujen tärkeyttä. Vaikka jokaisesta työkalusta tuli paljon hyvää dataa ja hyviä ideoita, voisi kehittämisen kannalta olla selkeämpää keskittyä vain osaan näistä työkaluista. Näiden työkalujen pohjalta voisin jopa tehdä itse oman juuri Café Seilaa palvelevan mallin, josta löytyisivät kaikki kahvilatoiminnalle oleelliset asiat. Oman mallin muodostaminen olisi kuitenkin vaatinut yhtä syvällisen tutustumisen näihin, sekä muihin olemassa oleviin työkaluihin, jotta kaikki tarpeelliset näkökulmat osataan huomioida.

Opinnäytetyöprosessin aikana opin paljon uutta erilaisista työkaluista. Vaikka monet opinnäytetyössä käytetyt työkalut olivat jo ennestään tuttuja, niitä käyttämällä ymmärrys niiden tarkoituksesta syveni paljon. Opinnäytetyön kirjoittaminen lisäsi omaakin innostusta lähteä konkreettisesti kehittämään liiketoimintaa ja lisäsi varmuutta sen kannattavuudesta ja mahdollisuuksista menestyä. Opinnäytetyötä työstäessä osasi unelmoida asioista, joita ei ole ennen edes ajatellut, kuten Café Seilan ympärivuotisesta toiminnasta. Asiakaspalautteidenkin perusteella kysyntää löytyisi ja asiakkaita voisi alueella riittää jopa ympäri vuoden.

Asiakaspalautteita analysoidessa oli todella hienoa huomata, kuinka sitoutuneita asiakkaita Café Seilalla on. Vaikka vastauksia ei saatukaan tavoiteltua sataa (100) kappaletta, kaikki saadut vastaukset olivat todella laadukkaita. Kyselyyn tuli paljon oikeasti käytäntöön vietäviä palautteita. Vaikka kyselyyn vastanneiden kesken ei arvottu mitään palkintoa, asiakkaat halusivat silti osallistua kyselytutkimukseen. Jo aiemmin mainittu video, joka lisättiin Café Seilan Instagram-tarinaa, herätti asiakkaita halun auttaa ja vaikuttaa Café Seilan tulevaisuuteen.

Opinnäytetyöprosessin aikana saimme Café Seilan projektitiimin kesken suoritettua jo yhden määritellyistä avaintuloksista. Saimme tehtyä päätöksen, että jatkamme kahvilatoiminnan pyörittämistä neljän hengen voimin. Alkuperäisestä viiden hengen tiimistä yksi jää virallisesti pois, mutta haluaa silti olla myös apuna tarvittaessa.



Opinnäytetyössä hyvin onnistui erityisesti asiakaspalautekysely sekä opinnäytetyön lopputulos. Asiakkaat onnistuttiin sitouttamaan Café Seilaan niin hyvin kesän aikana, että nyt asiakaspalautekyselyn vastaukset olivat todella laadukkaita. Uskon myös, että Instagram-tarinaa lisätyllä videolla oli positiivinen vaikutus vastausten määrään. Asiakkaat näkivät videolla seilalaisen, joka on heitä kesän aikana palvellut Café Seilalla, joten he haluavat auttaa tuntemaansa henkilöä. Asiakkaiden vastausten motivaattorina toimi aito halu vastata kyselyyn, eikä mahdollisuus voittaa jotain kyselyyn osallistumisesta.

Toimeksiantajalle opinnäytetyöstä tuli paljon todella hyödyllistä ja käyttökelpoista materiaalia, jonka pohjalta toimintaa on helppo lähteä kehittämään. Opinnäytetyössä sanoitettiin paljon asioita, jotka ovat aiemmin leijailleet epämääräisenä ilmassa. Työkalujen avulla löytyi ja syntyi kuitenkin todella paljon myös täysin uusia ajatuksia ja toimintatapoja. Kun ajatukset ovat nyt kirjallisessa muodossa, niihin on helppo palata myös jälkepäin kehittäessä toimintaa entisestään. OKR-mallin tavoitteet otetaan käyttöön sellaisinaan Café Seilan kehittämisen jatkuessa ja niitä tullaan tarkastelemaan jatkossa, tasaisin väliajoin, jotta muutoksiin osataan reagoida ajoissa. Käytetyistä työkaluista nousi esiin myös paljon muita asioita, joita halutaan viedä käytäntöön. SWOT-analyysiin olisi hyvä palata tasaisin väliajoin, jotta voidaan seurata toiminnan kehittymistä. Tärkein käytäntöön vietävä asia on kuitenkin asiakkaiden palautteet. Asiakkaiden toiveiden huomioiminen tulee olemaan yksi suurimmista pohtimisen aiheista Café Seilan kehitystyössä.

## LÄHTEET

Businessmap. n.d. OKRs vs. Balanced Scorecards: How to Use them to Achieve Your Goals? Viitattu 22.9.2023. <https://kanbanize.com/okr-resources/okr/balanced-scorecard-vs-okr>

Haak, B. 2021. Moving the Needle with Lean OKRs, Setting Objectives and Key Results to Reach Your Most Ambitious Goal. Business Expert Press. E-kirja. Proquest. Vaatii käyttöoikeuden. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/tampere/reader.action?docID=6789176>

Hämäläinen, J. & Sora, H. 2022. Strategia arkeen OKR-mallilla: käytännönläheinen opas OKR-mallin käyttöönottoon. E-kirja. 4. painos. Helsingin seudun kauppakamari. Vaatii käyttöoikeuden. [https://kauppakamaritieto.fi.libproxy.tuni.fi/ammattikirjasto/teos/strategia-arkeen-okr-mallilla-4-painos-2022#kohta:Strategia\(\(20\)arkeen\(\(20\)OKR-mallilla](https://kauppakamaritieto.fi.libproxy.tuni.fi/ammattikirjasto/teos/strategia-arkeen-okr-mallilla-4-painos-2022#kohta:Strategia((20)arkeen((20)OKR-mallilla)

Hänti, S. 2021. Asiakkaista ansaintaan. Alma Talent Oy

Kim, W. & Mauborgne, R. 2015. Sinisen meren strategia. Laajennettu painos. Helsinki: Talentum

Korhonen, H. Heinonen, O. & Hovi, M. 23.10.2018. Ravintolaruokailun ja ulkona syömisen tulevaisuus. Kespro.fi. Viitattu 20.10.2023. <https://www.kespro.com/ideat-ja-inspiraatiot/artikkelit/ravintolaruokailun-ja-ulkona-syomisen-tulevaisuus>

Kuligowski, K. Why you need a SWOT analysis for your business. Päivitetty 6.11.2023. Viitattu 12.11.2023. <https://www.business.com/articles/swot-analysis-for-small-business-planning/>

Laaninen, M. & Niemelä, M. 2023. Koettu yksinäisyys Suomessa 2016-2022. yhteiskuntapolitiikka 88. Viitattu 15.11.2023. [https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/146766/YP2303\\_Laaninen%26Niemela.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/146766/YP2303_Laaninen%26Niemela.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Leanstack Inc. Lean Canvas. n.d. Etusivu. Viitattu 22.9.2023. <https://www.leancanvas.com>

Leanstack. n.d. Etusivu. Viitattu 23.9.2023. <https://leanstack.com/lean-canvas/>

Luukka, P. 2020. Yrityskulttuuri on kuningas. E-kirja. Alma Talent. Viitattu 2.10.2023. Storytel. Vaatii käyttöoikeuden.

Länsisalmi, H. 2013. Uudista liiketoimintaa. 1. painos. E-kirja. Alma Talent Oy [https://verkkokirjahylly.almatalent.fi/teos/GAHBHXBTGDG#kohta:UUDISTA\(\(20\)LIKETOIMINTAA\(\(20\)/piste:b6](https://verkkokirjahylly.almatalent.fi/teos/GAHBHXBTGDG#kohta:UUDISTA((20)LIKETOIMINTAA((20)/piste:b6)

Maurya, A. 2022. Running Lean – Iterate from Plan A to a Plan That Works. E-kirja. O'Reilly Media, Inc. Viitattu 2.10.2023.

Mind Tool Content Team. n.d. The TOWS Matrix. Mindtools. <https://www.mindtools.com/augstul/the-tows-matrix>

Niskavaara, E. 2017. Yritystaloutta esimiehille. 3. painos. E-kirja. Helsinki: Alma Talent. [https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.libproxy.tuni.fi/teos/EACBDXDTEB#kohta:Sis\(\(e4\)llys/piste:b29](https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.libproxy.tuni.fi/teos/EACBDXDTEB#kohta:Sis((e4)llys/piste:b29)

Olsson, N. n.d. NPS-mittaus ja NPS-kyselyn luominen – täydellinen opas. questback. <https://www.questback.com/fi/oppaat/nps-mittaus-ja-nps-kyselyn-luominen-questback/>

Osterwalder, A. Pigneur, Y. Bernarda, G. & Smith, A. 2014. Value Proposition Design. E-kirja. Wiley. O'Reilly. <https://learning.oreilly.com/library/view/value-proposition-design/9781118968062/cover.xhtml>

Peda.net. n.d. Laadullisen (teksti)aineiston analyysi. Viitattu 14.11.2023. <https://peda.net/jyu/okl/ko/klt/djm/demo-3/materiaalit/kolme-analyysitapaa:file/download/9d1bec92e10848ec5c73fe16e802ef7088be18b4/Kolme%20analyysitapaa.pdf>

Proakatemia. N.d. Etusivu. Viitattu 15.9.2023. <https://proakatemia.fi/>

Puusa, A. Reijonen, H. Juuti, P. & Laukkanen, T. 2014. Akatemiasta markkinapaikalle – Johtaminen ja markkinointi aikansa kuvina. E-kirja. Helsinki: Talentum. [ellibslibrary. https://www.ellibslibrary.com/reader/9789521424588](https://www.ellibslibrary.com/reader/9789521424588)

Salo, M. 2023. Café Seila Brandbook. Ei saatavilla.

Speth, C. 2015. The SWOT Analysis: A Key Tool for Developing Your Business Strategy. Lemaitre Publishing. Viitattu 22.9.2023. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/tampere/reader.action?docID=4006313>

Tampere-tietoa. tampere.fi. Viitattu 15.9.2023. <https://www.tampere.fi/tampere-tietoa>

Tampere. n.d. Satamat. tampere.fi. Viitattu 15.9.2023. <https://www.tampere.fi/luonto-ja-ymparisto/luonnossa-liikkuminen/veneily/satamat>

Tampereen Pursiseura. n.d. Etusivu. Viitattu 15.9.2023. <https://taps.fi>

Tietoarkisto. n.d. Kyselylomakkeen laatiminen. Tuni. Viitattu 18.10.2023. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvanti/kyselylomake/laatiminen/>

Trustmary Team. Päivitetty 17.3.2023. NPS toimialoittain – keskimääräinen NPS eri toimialoilla. Trustmary. Viitattu 13.10.2023. <https://trustmary.com/fi/nps-net-promoter-score/nps-toimialoittain/>

Varma. 25.8.2021. varma.fi. Viitattu 21.9.2023. <https://www.varma.fi/ajankohtaista/uutiset-ja-artikkelit/artikkelit/2021-q3/testaa-ja-kehita-liikeideaasi-business-model-canvas--tyokalun-avulla/>

Vuorinen, T. & Huikkola, T. 2023. Strategiakirja 25 työkalua. E-kirja. Helsinki. Alma Talent Oy. [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.libproxy.tuni.fi/teos/GAJBIXETEB#kohta:OSA\(\(20\)2\(\(20\)STRATEGIATY\(\(d6\)KALUT\(\(20\)JA\(\(20\)MENETELM\(\(c4\)T\(\(20\)ERI\(\(20\)TILANTEISIIN/piste:t7](https://bisneskirjasto-almatalent.fi.libproxy.tuni.fi/teos/GAJBIXETEB#kohta:OSA((20)2((20)STRATEGIATY((d6)KALUT((20)JA((20)MENETELM((c4)T((20)ERI((20)TILANTEISIIN/piste:t7)

Vellore, V. 2023. OKR's FOR ALL, Making Objectives and Key Results Work for your Entire Organization. Ally Technologies. E-kirja. O'Reilly. <https://learning.oreilly.com/library/view/okrs-for-all/9781119811596/f02.xhtml>

Wansink, B. & Painter, J. 2002. How Descriptive Menu Labels Influence Attitudes and Repatronage. The Association for Consumer Research <https://www.acrwebsite.org/volumes/8588>

## LIITTEET

Liite 1. Café Seilan Instagramiin lisätty video ennen kyselytutkimusta.

[https://drive.google.com/file/d/1BS1o-tfLceie\\_mt9xejrJSo3J8JMptX/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1BS1o-tfLceie_mt9xejrJSo3J8JMptX/view?usp=sharing)

Liite 2. Google Formsissa toteutetun kyselyn avoimet vastaukset

**Mitä muutoksia toivoisit tuotevalikoimaan ensi kesäksi?**

Pannupizza-sliceja

Valikoima oli erittäin laaja, oikein hyvä

Kombuchaa ja lisää seltzerivaihtoehtoja

Enemmän viinivaihtoehtoja ja tapaksia. Brunssikori tms

Itse kala-allergisena toivoisin enempi kana tai esim halloumiruokaa. Hyvin kuitenkin pärjäisin tämän kesäisilläkin valikoimalla. Meidän pikkumuku toivoi perus suklaajäätelöä, mutta ymmärretään ettei sillä mahdu kaikkea mahdollista pakastimeen.

Alkoholittomia, kofeiinittomia juomavaihtoehtoja.

Jos oikeudet riittävät niin drinkkejä valikoimiin. Höyrymakkara sinapin kera maistuisi juomien päätteeksi.

Makeita herkkuja kahvin kanssa

Pientä suolaista

pientä suolaista enemmän, hodari tms. Nytkin oli kyllä ihan kivoja mutta ehkä vähän vaihtelua saisi olla.

Alkoholittomien juomien määrän pysyvän samassa vähintään

Lisää suolaisia ruoka-annoksia!

Muutama olut vaihtoehto lisää. Vois olla vaikka 1-2 viikottain vaihtuvaa.

Kaikki ruuat ja juomat olivat hyviä. Kaipaisin ehkä vielä jotain ruokaisampaa ruokaa salaattien ja leipiin lisäksi. Ymmärrän kyllä, että nykyisissä tiloissa se voi olla haastavaa.

Alkoholittomat juomat ja kunhan on 3kaverin jäätelöä, niin on hyvä.)

Tarjouksia, ruoka ja juoma yhdistelmiä

Myös ei gluteenitonta, varsinkin skagen joka oli hyvä mutta olisi parempi normi leivällä

Juomavalikoiman kasvatusta

Ihan ok setti. Smoothiet olisi kiva. Leipiiin jatkossa se alkukesän hyvä leipä pohjalle, mikä muuttui jossain kohtaa bulkkileiväksi.

Todella tyytyväinen jo nyt!

Ei sinänsä mitään, toivottavasti 0,5l lasinen olutpullo pysyy se oli herkkua!

Kahvikoneesta cafe lattea

Jokin tukevampi välipala

Laajempi olutvalikoima

En osaa sanoa

Jäättee oli tosi kallis verrattuna sen sisältöön
Aurinkotuolissa helpommin syötäviä annoksia, esim. toastit
Jallu- ja Gambina-cocktaileja, sekä paninia tms mättöä.
Isompi skagen-annos! hyvää oli vaikka nälkään pieni:)
Erikoiskahveja
Jäätelöpallot, joskus voisi olla grilli kuumana
Ruokaisampia annoksia.
Lisäisin hieman ruokaisaa ruokavalkoimaa
Muurinpohjallettuja
Enemmän vaihtoehtoja syötäviin
Tuotevalikoima oli ehkä turhankin laaja. Toki makuja on monia.
Joitakin ruokia valmiina annoksina mukaan veneelle otettavaksi
Olutvalikoimaa, viinivalikoimaa
Olisi hienoa jos saisitte Pursiseuralta vuokralle. venepaikan.
Suolaista leivonnaista. Ei perus Croissant kuitenkaan.
Enemmän suolaisia ja jäätelöitä
Chai latte. Astiat mukaan ottamusta varten.
Riittää minulle
Raikkaita drinkkejä enemmän!
Toivoisin smoothieita ja täytettyjä croissantteja. Salaatteihin toivoisin lisää rakennetta ja kastiketta sekä leipäpala lisäksi.
Konjakki
Lisää suolaisia vaihtoehtoja
Lisää asiakaspaikkoja
Skumppaa, vai oliko sitä jo nyt 🤔



Mitä muutoksia toivoisit Café Seilan tiloihin (terassi, palvelutiski, kulku, wc)?

Terassilla voisi olla jytävämät kalusteet

Tasainen terassi. Ja jos sisätiloja saisi käyttöön viereisestä vihreästä purjehdusseuran rakennuksesta, niin se olisi täydellistä.

Parkkipaikkoja paremmin, sekä katettu terassi sateen varalta

Isompi terassi

Mun mielestä oli sijainniltaan ja toimivuudeltaan oikein hyvä. Vessassa en koskaan käynyt kun asun ihan vieressä. Uskoisin että vessakin oli?

Kevyempi luukku ettei tarvitse jännittää saako hlökunta sen kiinni. :)

Ehkä muutama tuoli lisää, että riittäisi istumapaikat hyvin kaikille

Isompi Terassi, asiakkaita alkoi olla jonoksi

sijainti on haastava, mutta ehkä vähän varjoja saisi olla lisää ja alaterassi isommaksi

Isompi terassi ja ns. henkilökohtaista tilaa. Maisema toiseen suuntaan hieman raffi.

Hankalassa paikassa "kukkulalla".

Muutama pyöree pöytä lisää jotta "isompikin" porukka mahtuu ja pystyy juttelemaan toisilleen

Lisää istumapaikkoja ja musiikkia soimaan.

Isompi terassi alue tms!

Uusi nurmikko kuivui ja oli vähän pölisevä:)

Kulku oli alkuun haastava mutta sittenhän se paranikin

Enemmän pöytiä ja tuoleja

Wc voisi olla parempi, muuten tosi hyvä!

-

Aurinkotuolit on tosi hyvät, ihanan rento meininki! Jos asfalttipihaa sisustetaan ensi kesänä niin siihen sopisi lounge-tyyppiset sohvaryhmät. Toki voi olla hankala toteuttaa..

Itse tiski voisi olla paremalla sijoituksella pöytäryhmiin nähden, jotta jonosta ei olisi haittaa istuville asiakkaille.

Istumapaikkoja olisi voinut olla enemmän.

Enemmän istumapaikkoja.

En tiedä onko mahdollista, mutta vessa melko epämiellyttävä eifestari-ikäiselle

Lisää tilaa.

Liikuntaesteisille hankala pääsy. Nurmi tavallaan ok, mutta ei kestä. Olisiko terassilaudoitus tmv. mahdollinen ja siistimpi.


Palvelutiskin edustalle laudoitus ois kiva

## 4 (13)

Bajamaja hieman ikävä, saisiko naapuri kiinteistön vessat käyttöön?
Asiakas paikkoja olisi hieno olka lisää, sillä pari kertaa käyneenä istumaan ei mahtunut. Ymmärrettävästi tilaa on toki vaikea luoda alueelle lisää.
En oikeastaan mitään. Mukavan idyllinen mesta. Välissä ei mahdu, mutta ei kannata liian isoksi tehdä.
Ehkä aurinkotuoleille voisi tehdä enemmän tilaa (esim terassi)
Palvelutiski oli aika pieni, jonkinlaista katosta olisi hyvä saada terassille, ettei olisi niin sään armoilla.
Esteettömyys
Isompi ja tasaisempi terassi
Pikkasen pienempi meteli ämyristä
Viihtyisyyttä lisää, esim. isompia ruukkukasveja, väljyyttä terassille, myös alatasolle
Kuljen lastenrattaiden kanssa ja ne piti jättää rappujen alle ja istua sitten siellä. Ehkä alemmalla tasolla voisi olla myös löhötuoleja ja auringonvarjoja, niin se olisi mukavampi oleskella.
Terassilla voisi olla enemmän pöytiä/tilaa.
Ehkä toinen vessa. Ehkä lisää pajuseinämää tien suuntaan
WC visi olla naisille/miehille erikseen
Mukavat löhötuolit terassille olisi plussaa
Terassia voisi laajentaa, jotta saisi enemmän istuma- ja oleskelupaikkoja. Terassille lisää tunnelmaa/kodikkuutta mm. valoilla tms.
En tiennyt, että sieltä löytyy wc
WC hankalassa paikassa, parkkipaikkoja ei ollut lähellä juurikaan, ja palvelutiski ei ollut esteetön
Parkkipaikkoja lähelle
Wc oli aika likainen, todella haiseva. Ei pystynyt edes menenään ja joutu lähtemään toisaalle jotta pääsi vessaan.





Millaisia tapahtumia toivoisit järjestettävän Café Seilalla ensi kesänä?
Lisää livemusaa.
Livemusiikkia myös jatkossa
Livekeikat oli kivoja
Musiikkitapahtumat olivat kivoja
Musiikki-illoja ja brunseja
Musiikki jutut oli kivoja
Live musiikki
Soittajat oli tosi jees, sopi paikan ilmapiiriin 
-
Pikku bändien esiintyminen kiva/trubaduuri
Trubaduuri ja duo esiintyjät olivat erinomaisia. Muualla esiintyy isommat kokoonpanot eikä näitä pienempiä artisteja ole juuri muualla
En kaipaa tapahtumia
en mitään
Musiikkitapahtumia
Musiikkia, tacoilta, pizzapäivä, teemailtoja?
En kaipaa kahvilalta tapahtumia, korkeintaan jotain läyynpaistoa trmv
Livemusiikkia 😊
Livekeikat/musiikki oli huippu idea!
Musiikkia ja taidetta. Pääasia et tapahtumia olisi paljon, ei niinkään väliä mitä
Samalla meinigillä. Live-musiikki aina mukavaa. Äänentoistoa voisi parantaa, jos ei ole live-musiikkia.
Koiratapahtumia! Auringonlasku bongaus, joku veneily juttu? Purjehdus juttu?
Bändikeikat oli kivoja.
Ehkä vähän myös aikuisempaa "coolimpaa" musaa välillä. Esim. Hot Heros, Janne Laurila, Kieltsi, tms.
Livemusaa, ei varmaan sen erikoisempaa
Musiikkia
Samanlaisia kuin tänä kesänä
Keikat on kivoja ja erilaiset teemaillat.
Live-musiikkia
Livemusaa
Teematapahtumia - esimerkiksi meriteema, jossa aiheenmukainen menu tai lapsitapahtumia, jossa lapset saa tehdä asfaltille liitutaideveksia/ heille kasvomaalausta
Jotain lauantai-illan ohjelmaa auringonlaskun aikaan, miksei myös esim. Aamubrunssi
Ei väliä
Livemusaa
Suomen kesään sopivia iltamia, rentoa musiikkia ja pihapelejä.
Live musiikkia, happyhoureita ja vaikka teemaviikkoja joiden mukaan menu hieman vaihtuu vaikka kausituotteena
Musiikkia ja teemapäiviä.
Live musiikki on aina kova juttu. Tausta musiikkia kaijuttimesta oli myös hyvä.
Livemusaa, stand-upia, viini-iltat?
Jotai teemallisia iltamia. @
Standuppia
Rentoja musiikkijuttuja
Livemusiikki toimii aina
Elävää musiikkia
Kisakatsomo
Kaikki taphatumat on kivoja!
-
Jazz & Blues
Trubaduurikeikat hyviä.
Grilli- bileet

Lisää musaa ja tuo jo ehdottamani grilli-ilta
Livemusiikki toimi tänäkin kesänä, varmasti myös jatkossa! Mahtuisiko asfalttialueelle pihakirppis?
Meet and greet
Trubaduuri-kitaristi
Musiikkitapahtumia
Musiikkiesityksiä, ehkä stand up komiikkaa
Livemusiikkia
Bändejä, runoesityksiä tyyliin runoraati, kesävisat, myös ulkoilmaelokuva olisi kiva elokuussa kun illat jo pimenevät
Musiikkia
pop up ruokapäiviä eri teemoilla, musiikkiartistejä (kitara ym)
Kaupunginosatapaamisia
Grilli-ilta
Live-musiikkia
Live musaa (myös klassista), stand up esityksiä, pieniä teatteri esityksiä, elokuvaa screenille?
Live musiikkia lisää
Useammin live musiikkia(:
Live-musiikki on kiva, jotain klassisia soittimia olisi mukava kuunnella myös. Myös tarjoustapahtumat kiinnostaa, esim. vohvelit tarjoushintaan viikonlopun.
Kitaransoittaja taustalle silloin tällöin?
Keikkoja!
Musiikkia
Trubaduuri vois poiketa useamminkin...
Livemusiikkia
Esiintyjä. Musiikkia.
Äänimaljoja
Musiikkia
Akustista musiikkia
Musaa enempi
Livemusaa, puhujia
Leppoista livemusiikkia.
Live musiikkia
Livemusiikille iso peukku! Myös stand-up -illat voisivat toimia
Eri esiintyjien keikkoja.
Live musiikkia, jotain luovaa esim maalausta
En ollut yhdessäkään tapahtumassa, mutta ilmeisesti musiikki keräsi porukkaa. Tarjoushintaist tuotteet houkuttelee myös!
Livemusiikkia
.
Musiikkia vielä elokuullekin 🎵
Ei tarvetta erityisille tapahtumille

Miten kuvailisit Café Seilaa kolmella sanalla?
Innostavan ilmapiirin kahvila! Palvelualtista, ystävällistä, innovatiivista meininkiä.
Freesi, auringonlaskut, miellyttävä
Reipas, aurinkoinen, tunnelmallinen
Erlainen, laadukas, rento
Hyvä sijainti, upea maisema, tunnelmallinen
Fresh, iloinen henkilökunta, kattava tuotevalikoima
Sympaattinen, virkistävä, nuorekas
Välitön, leppoisa ja iloinen.
Hauska, ystävällinen, tuore
Monipuolinen, kiva, kohtuuhintainen
Sympaattinen, upealla sijainnilla, tyylikäs
Ihana pieni kesäterassi
sijainti, näköala, hyvä palvelu
Erlainen, tunnelmallinen, raikas
Kaunis, kiva ja edullinen.
Moderni, ajanhermolla
Sympaattinen, aurinkoinen ja ystävällinen
Ihanat järvimaisemat, rento ja helposti lähestyttävä
Auringonlaskubaari, pitstop, rauhallinen
Pirteä, aurinkoinen ja rento
Merellinen, paikallinen, fresh
Tampereen paras sijainti!
Ihana piristys kesään!
Ihana paikka, kansainvälinen meininki, tunnelmallinen
Maisema, musiikki, maukas
Mukava, sopivan hintainen
Mikä näköala! Viihtyisä!
Innovatiivinen, nuorekas, hyvä
Kesäinen, aurinkoinen, makea
Kotoisa, lämmin, sydämellinen
Ihana, tunnelmallinen ja hyvä tarjoilu
Auringonlaskut, rento, hyvä tuotevalikoima
Ihanalla paikalla, laadukkaat tarjottavat, Tampereen paras auringonlasku
Tampereen parhaat auringonlaskut!
Ihana, saavutettava ja erilainen
Kahvila upealla näköalalla.
Raikas, rento, kansainvälinen

10 (13)

Viihtyisä, kotoisa, raikas
Viihtyisä, kohtuuhintainen ja toimiva konsepti
Nuorekas, mukava ja iloinen.
Ihan paras kahvila
Viihtyisä, idyllinen, mukava
Iloinen, raikas, viihtyisä
Kätevä, mukava ja kesäinen
Kaunis, ystävällinen ja virkistävä
-
Sijainti, maisema, hinta/laatusuhde
Toivottavasti toiminta jatkuu!
Mukava kesäinen maisemaolohuone
Rento, kiva, viihtyisä
Aurinkoinen, lämminhenkinen ja rento
Omantienkulkija, loistavaidea, täydellinsijainti
Uniikki, houkutteleva, aurinkoinen
Kekseliäs, maisemapaiikka, kesäinen
Leppoisa, tyylikäs, virkistävä
Tunnelmallinen, monipuolinen, helppo
Rento kesäinen aaltoileva
Hyvän mielen paikka
loistosijainti, erottuu joukosta, piristävä
Outo, erikoinen, kaunis
Sympaattinen, reilu, maukas
Uniikki, ihana, ikimuistoinen.
Urbaani järvellinen ilta-auringon kahvila
Näsijärven paras kesäkahvila ☀️
Mukava. Pirteä. Chilli
Pirteä, yllättävä ja rento.
Nuorekas, trendikäs, yllättävä (sijainti)
Ihana, tunnelmallinen ja makuelämyksellinen
Rento, maukas, maisemat
Kauniin illan helmi.
Aurinkoinen, helppo, virkistävä
Nuorekas, laadukas, raikas
Ihana valloittava hauska



11 (13)

Hyvä paikka oleskella
Mukava, hienot maisemat, rento
Hieno aurikoinen paikka
Lämminhenkinen, iloinen, freesi
Viihtyisä, leppoisa, upealla paikalla.
Ihana, hieno paikka, trendikäs
Symppis, raikas ja uusi
Omaperäinen, rento, tunnelmallinen
Rento kaunis maus
Hyvä rantapaikka, huono sijainti, keskiverto tarjoilu
Omaperäinen, kaunis, erilainen
Kesäinen, rento, leppoisa
Aurinkoinen, kaunis, ystävällinen
Ihana ilta-auringon tunnelma

Mitä muuta haluaisit vielä sanoa Café Seilan tiimille? Otamme mielellämme palautteita tai kehitysehdotuksia vastaan myös muihin asioihin liittyen!

Tuolla asenteella tulevaisuus näyttää kirkkaalta. ✨

Olitte viime kesän piristys arki-iltoihin, ihana paikka ja toivottavasti auki myös ensi vuonna!

Loistavaa, että löysitte ko paikan toiminnallenne. Vielä, kun jollain keinoa saataisiin paikka ympärivuotiseksi, koska koko Ranta-Tampellan väki toivoo laadukasta viinibaaria alueelle!

Tuotteet oli edullisia ja laadukkaita, super maistuvat reseptit teillä ja yllättyin tästä, koiriakini oli huomioitu.

Kiitos ihanasta paikasta. Toivottavasti tähän tulee jatkoa 💖

Hinnat ja koko valikoima paremmin esille mm. someen = helpompaa ostamista

Joku viikkottainen vaihtuva tarjouskampanja jostain tuotteesta olisi kiva

Kiitos kesästä ja toivottavasti avaatte myös ensi kesäksi!

Toivottavasti palaatte ensi kesänä!

mainio konsepti ja sijainti.

Ihana kahvila! Jatkaa samaan malliin 😊

Tuleehan alpha ensi kesänä käymään

Kiitos, kun olette! Pursiseuralta mukava tulla kisojen ja reenien jälkeen istahtamaan yhdelle tai muutamalle oluelle. Nähdään ensi kesänä!

Ihanaa kun omalle asuinalueelle tuli kesäksi Seila!

Ihana kahvila, jatkaa näin!

Jos vain olisi mahdollista olla pieni katosalue

Kiitos tästä kaudesta!

Sijainti oli aivan ihana, hyvät juomat ja niin hyvä skagenleipä!

Sijainti oli tavallaan tosi kiva, mutta hiukan rauhaton ihan ajotien vieressä. Alueella on kilpailua ja ehkä päihitätte muut laajalla valikoimalla, mutta ei kannata väheksyä asiakaspalvelun tärkeyttä. Valitsin itse yhä useammin jonkun muun paikan, jossa sijainti oli idyllisempi ja jossa asiakaspalvelusta jäi aina hyvä fiilis.

Ihana idea -Seila!

Kiitos kun olette ja toivottavasti saadaan tulla istuskelemaan ensi kesänäkin!

Tulkaa ensikesänä!

Toivottavasti Cafe Seila on samalla paikalla myös ensi kesänä.

Kiitos ihanasta kesästä, aivan huippupaikka ja olen suosittelut monille! Tuli käytyä useaan otteeseen 😊 Toivottavasti nähdään myös ensi kesänä ✨

Toivottavasti ensi kesänä nähdään

Kunnon astiat lisäsi viihtyisyyttä huomattavasti

Tuulinen paikka, mutta hyvä maisema

Jäätelöä, täytettyä patonkia ja punkkia.

Kesää odotellessa :)

Loistava suoritus "tyhjästä" 😊😊

Ehdottomasti ensi kesänä uusiksi ja heti auki kun veneet lasketaan eli äitienpäiväksi ellei vapuksi 😊

Hieno idea ja upea toteutus

Todella hienoa että olette olleet olemassa!

Hinta/laatusuhde hyvä

Kiitos että toimitte tämän kesän! Toivottavasti toiminta jatkuu.

Ihanalla paikalla, joten toivon, että paikka säilyy. Tuotevalikoimaa voi tietenkin aina laajentaa, mutta tärkeintä on mielestäni laatu ja tuoreus. Paikallisuus sekä selkeät ja yksinkertaiset maut ovat parasta!

Kiitokset kesästä!

Ihanaa yrittäjyyttä, maukkaat ja tuoreet ruoat, loistavaa palvelu! Toivottavasti nähdään taas kesällä!

Arvostan gluteenitonta tarjontaa, kiitos kun avasitte ja toivottavasti jatkossakin päästään Cafe Seilaan 🙏 Teillä käydessä jäi aina hyvä fiilis, pitääkää se yllä 😊

Hyvää työtä!

Kahvila oli usein kiinni kun olisin poikennut. Pienellä sateella ja pilvisellä säällä kahvi maistuisi erityisen hyvin ulkoilun lomassa. Toivottavasti ensi vuonna ei olisi aina kiinni epävakaisemmalla säällä.

Kiitos hyvästä tiedotuksesta läpi kesän IG:ssä.

Ihan ihana konsepti! Jatkakaa ihmeessä!

Ruoat oli hyviä. Kiitos. Toivottavasti nähdään ensi kesänä.

Riittää minulle

Kiitos aidosti ystävällisestä asiakaspalvelusta ja aidosta halusta palvella asiakkaita mahdollisimman hyvin.-3

Ihana tervetullut uutuuks Ranta-Tampellan alueella! Toivottavasti toiminta jatkuu ensi kesänä.

Kiva lisä oli muutamat esiintyjät! Musa valikoimaan kaipaisin enemmän jazz-tyyppistä hengailumusaa.

Vähemmän sähläystä, enemmän varmuutta 😊

Menu esille someen

.

Purjehdustreenien jälkeen, jos jää nauttimaan tunnelmasta ja virvokkeista, ei millään malttaisi lähteä kotiin. Kiitos, että olette olemassa!