



Länsiterminaaali 2:n palveluiden kehittäminen eri matkustajasegmenteille asiakaskokemuksen parantamiseksi

Kiia Dunderfelt



Laurea-ammattikorkeakoulu

Länsiterminaali 2:n palveluiden kehittäminen eri matkustajaseg- menteille asiakaskokemuksen parantamiseksi

Kiia Dunderfelt
Palveluliiketoiminnan koulutus
Opinnäytetyö
Marraskuu 2025

Kiia Dunderfelt

Länsiterminaalii 2:n palveluiden kehittäminen eri matkustajasegmenteille asiakaskokemuksen parantamiseksi

Vuosi

2025

Sivumäärä

53

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia, miten Länsiterminaalii 2:n palveluita voidaan kehittää eri matkustajasegmenteille asiakaskokemuksen parantamiseksi. Tarkoituksena oli selvittää palveluiden käyttäjien eli Länsiterminaalissa asioivien matkustajien tarpeita ja odotuksia. Toimeksiantajana toimi Helsingin Satama Oy, joka halusi saada uutta tietoa jo olemassa olevien matkustajasegmenttien mukaisten palveluiden kehittämiseksi sekä tunnistaa ja hyödyntää uusia palvelumahdollisuuksia. Kehittämistehtävänä oli parantaa matkustajaliikenteen palveluita ja asiakaskokemusta eri segmenttejä ajatellen.

Opinnäytetyö nojautui teoreettisen viitekehyksen kannalta asiakaskokemuksen, palveluprosessien, tunnelmamuotoilun ja segmentoinnin ympärille. Tutkimuksen odotettiin tuovan tietoa eri matkustajasegmenttien matkustuskäyttäytymisestä, mieltymyksistä ja odotuksista terminaalii palveluihin nähden. Viitekehys loi pohjan laadulliselle tutkimukselle ja tutkimusmenetelmäksi valikoitui kvalitatiivinen tutkimus. Tutkimus toteutettiin puolistrukturoituna haastatteluna. Haastattelut toteutettiin Länsiterminaalii 2:ssa 25.9.-26.9.2025 välisenä aikana. Haastattelupohja esitettiin tarvittaessa myös englanniksi toimintaympäristön kansainvälisyyden vuoksi. Tuloksia arvioitiin tutkimuskysymyksen, asetettujen tavoitteiden ja teoreettisen viitekehyksen pohjalta. Haastatteluista syntynyt aineisto analysoitiin luokittelun ja sisällönanalyysin avulla.

Tulosten perusteella huomattiin, että Länsiterminaalii 2 nykyiset palvelut ovat pääosin toimivia ja riittävällä tasolla. Eri matkustajasegmenttien vastauksista nousi kuitenkin esiin kehitystarpeita liittyen terminaalii viihtyvyyteen, palveluiden monipuolistamiseen, perheystävällisyyteen sekä saavutettavuuden ja informoinnin parantamiseen, jotka toisivat haluttua lisäarvoa ja parantaisi matkustajasegmenttien asiakaskokemusta.

Opinnäytetyön lopuksi koottiin tulokset yhteen, jonka jälkeen esiteltiin kehystoimenpiteet toimeksiantajalle. Opinnäytetyön lopuksi esiteltiin laadullisen tutkimuksen eettisyyteen ja luotettavuuteen liittyviä menetelmiä.

Kiia Dunderfelt

The Development of Services at West terminal 2 for Different Passenger Segments to Improve Customer Experience

Year 2025 Pages 53

The objective of this bachelor's thesis was to examine how the services of West Terminal 2 can be developed for different passenger segments. The purpose was to figure out the needs and expectations of passengers at the West terminal 2. The thesis was commissioned by Port of Helsinki, which sought to obtain new insights to develop the services of current passenger segments and to identify and capitalize on new service opportunities. The objective of the development project was to enhance passenger transport services and the overall the customer experience across different passenger segments.

The thesis was based on a theoretical framework for customer experience, service process, atmosphere design and segmentation. The research was believed to bring new information for different passenger segments and their travel behaviour, preferences and expectations about the terminal's services. The framework was a base for a qualitative research. A qualitative research approach was selected as the methodological framework for the study. The research was performed as a semi-structured interview and material was analyzed into categories with the help of content analysis. The interviews took place at West Terminal 2 between 25 and 26 September 2025. Due to the international character of the operational environment, the interview protocol was also made available in english. The results were examined with the help of set goals and theoretical background. The interview data were analysed using a combination of categorisation and content analysis.

The results indicated that the existing services at West Terminal 2 are largely functional and meet the adequate standards. The responses across the various passenger segments highlighted several development needs. These relate particularly to enhancing the terminal's ambience, diversifying the service offering, improving family friendliness and strengthening both accessibility and the clarity of information provided. Addressing these areas would create added value and substantially enhance the customer experience for all passenger segments.

In the conclusion, the results were summarized, after which the development measures were presented to the organization. At the end of the thesis, the ethical and reliable methods used in the qualitative research were presented.

Keywords: segmentation, customer experience, service, terminal, passenger

Sisällys

1	Johdanto.....	9
2	Toimeksiantajan ja toimintaympäristön esittely	10
2.1	Helsingin Satama Oy	10
2.2	Länsiterminaali 2.....	11
2.3	Risteilymatkuksesta -ja matkailijoista	11
3	Asiakaskäyttäytyminen ja matkailijasegmentointi	12
3.1	Asiakaskäyttäytyminen- ja ryhmittely.....	12
3.2	Matkailijasegmentointi	13
4	Asiakaskokemuksen perusteet	15
4.1	Asiakaskokemuksen merkitys ja kehittäminen	15
4.2	Asiakaskokemuksen muodostuminen	16
5	Palveluprosessien kehittäminen palveluntuottajan näkökulmasta	17
5.1	Palvelun kehitysprosessien kuvaaminen	17
5.2	Länsiterminaali 2:n palvelut.....	19
5.3	Tunnelmamuotoilu palveluympäristön kehittämisen tukena.....	21
5.4	Tunnelmajohtaminen osana palveluprosessien kehitystä	22
6	Tutkimuksen toteutus	23
6.1	Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma.....	23
6.2	Tutkimusmenetelmän valinta ja sen ominaispiirteet	23
6.3	Puolistrukturoitu haastattelu.....	23
6.4	Haastattelujen toteutus.....	25
6.5	Aineiston analyysimenetelmä	26
6.6	Tutkimuksen tulokset.....	27
6.6.1	Vastaukset kysymysten mukaan	27
6.6.2	Vastaukset matkustajasegmenttien mukaan.....	29
7	Kehittämisehdotukset toimeksiantajalle.....	33
8	Yhteenveto ja pohdinta	35
	Lähteet.....	38
	Kuviot	41
	Kuvat	41
	Liitteet	42

1 Johdanto

Usein ajattelun taustalla on käsitys, että kokemusta voidaan hallita yhdessä ja että se näytettyisi kaikille samanlaisena. Kokemus palvelusta, viihteestä, elämyksistä ja jännityksestä vaihtelee kuitenkin lähes aina riippuen ihmisestä. (Rantanen 2016, 167.)

Risteilylle lähtemisen syytä on yhtä paljon kuin itse risteilijöitäkin (Mancini 2011, 17). Risteilyllä tarkoitetaan ennen kaikkea lomakokemusta, jossa laivan henkilökunta vastaa kaikista käytännön työn järjestelyistä. Risteilyn tavoitteena on tarjota matkustajille mahdollisuus rentoutua, irrottautua arjen velvollisuuksista sekä viihdettä ja elämyksiä. Tiivistettynä, risteilyksi voidaan määritellä mikä tahansa aluksella toteutettu matka, jonka ensisijainen tavoite on keskittyä matkustajakokemukseen. (Mancini 2011, 3.)

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana on Helsingin Satama Oy. Helsingin Satama hallinnoi Suomessa useita eri satamanosia, kuten Eteläsatamaa, Katajanokan satamaa, Länsisatamaa, Vuosaaren satamaa sekä näiden lisäksi Hernesaaren risteilylaitureita ja Loviisan sekä Kantvikin satamaa (Port Of Helsinki 2025a). Tässä opinnäytetyössä keskitytään kuitenkin Länsisatamaan tarkemmin ottaen Länsiterminaali 2, joka on yksi Helsingin vilkkaimmista matkustaja- ja rahtiliikennesatamista (Port Of Helsinki 2025b).

Länsiterminaali 2:n saapuvat matkustajat voivat kokea asiakastyytyväisyyden ja palvelukokemuksen hyvinkin erilaisena riippuen matkan syystä, odotuksista ja tarpeista. Tämän vuoksi palveluiden on tärkeää olla kohdistettuina mahdollisimman hyvin eri matkustajatyypeille toisin sanoen segmenteille. Palveluntarjoajan näkökulmasta asiakaskokemuksen parantaminen helpottuu huomattavasti, jos palveluiden käyttäjiä eli Länsiterminaalissa asioivia matkustajia ja heidän tarpeitaan sekä odotuksiaan tutkitaan tämän kehittämistyön avulla.

Opinnäytetyön päätavoitteena on kehittää Länsiterminaali 2 matkustajaliikenteen palveluita eri matkustajasegmenteille asiakaskokemuksen parantamiseksi. Tavoitteena on tuottaa Helsingin Satamalle uutta tietoa matkustajasegmenttien mukaisten palveluiden kehittämiseksi sekä tunnistaa ja hyödyntää uusia palvelumahdollisuuksia. Tutkimuksella pyritään edistämään myös organisaation liiketoiminnan kannattavuutta. Tässä opinnäytetyössä hyödynnetään helmikuussa 2025 valmistunutta segmentointitutkimusta, joka on toteutettu Taloustutkimus Oy:n toimesta ja on osana Helsingin Sataman terminaaleissa toteutettua asiakastyytyväisyystutkimusta.

Tämän opinnäytetyön teoreettinen viitekehys muodostuu neljän keskeisen teeman ympärille: asiakaskokemuksen, palveluprosessien, tunnelmamuotoilun ja segmentoinnin. Näiden teemojen avulla tarkastellaan Länsiterminaalia palveluympäristönä sekä miten palveluita voitaisiin

parantaa ja kehittää eri matkustajaryhmien tarpeisiin asiakaskokemusta kokonaisvaltaisesti parantaen. Tutkimuksessa syntyvien tuloksien sekä teoreettisen viitekehyksen avulla on tarkoitus vastata opinnäytetyön tutkimuskysymykseen ”Miten Länsiterminaalissa 2:n palveluita voidaan kehittää eri matkustajasegmenteille asiakaskokemuksen parantamiseksi?”.

Opinnäytetyöni aihe syntyi mielenkiinnosta toimeksiantajaa kohtaan, sillä työskennellessäni ammattikorkeakouluopintojeni ohella operatiivisissa tehtävissä Länsiterminaalissa, ajattelin opinnäytetyön tekemisen olevan hyödyllinen niin itselleni kuin Helsingin Satamalle. Toimintaympäristön ollessa minulle jo entuudestaan tuttu työnkuvani kautta, huomaan työskennellessäni terminaalien kehitys- ja epäkohtia eri näkökulmasta.

Tämän opinnäytetyön myötä organisaatio saa tärkeää ja merkityksellistä lisäarvoa Länsiterminaalissa 2:n laajennusurakkaa ajatellen. Tänä vuonna purettavan (2025) Terminaali T1 tilalle on suunnitteilla uusi Merikeskus, jonka tulisi valmistua vuoteen 2032 mennessä. Jotta uudistus on mahdollinen, tulee Länsisataman logistisia solmukohtia, matkustajaliikenteen palveluita sekä saavutettavuutta parantaa sekä alueen kenttä- ja laiturialueita uudistaa. (Port Of Helsinki 2025f.) Vaikka Helsingin Satamalla on helmikuussa 2025 valmistunut segmentointitutkimus, jonka myötä on onnistuttu tunnistamaan ja kategorisoimaan viisi eri matkustajasegmenttiä, ei vielä ole toteutettu tutkimusta, mitä nämä kyseiset segmentit oikeasti haluavat, odottavat tai tarvitsevat terminaalissa sijaitsevien nykyisten tai täysin uusien palveluiden näkökulmasta.

Tässä opinnäytetyössä on käytetty ChatGPT:tä tekstin kieliasun muokkaamiseen ja tekstin sujuvoittamiseen.

2 Toimeksiantajan ja toimintaympäristön esittely

Tässä luvussa esitellään opinnäytetyön toimeksiantaja, toimintaympäristö sekä tietoa risteily- matkustuksesta ja -matkailijoista.

2.1 Helsingin Satama Oy

Helsingin Satama on Suomen johtava matkustaja- ja rahtiliikennesatama. Se toimii osakeyhtiönä, joka on Helsingin kaupungin omistuksessa. Satama on myös yksi Euroopan vilkkaimmista matkustajasatamista. Sataman asemaa Suomen johtavana ulkomaankaupan yleissatamana vahvistavat muun muassa tiheät linjaliikenteet, kehittynyt ja tehokas infrastruktuuri, hyvä saavutettavuus tie- ja rautatieyhteyksien ansiosta sekä yhteistyökumppanien kanssa tuotetut palvelut. Koska satama tarjoaa kattavia palveluita sekä tavaraliikenteelle että matkustajille, sillä on merkittävä vaikutus pääkaupunkiseudun ja koko Suomen elinkeinoelämässä, hyvinvoinnissa, taloudessa ja työllisyydessä. Helsingin Sataman vuoden 2024 liikevaihto oli 99,6 miljoonaa euroa. (Port of Helsinki 2025c.)

2.2 Länsiterminaali 2

Helsingin Satama Oy:n hallitseman satamakokonaisuuden vilkkaain laivaliikenteen matkustajaterminaali on Länsiterminaali 2, joka sijaitsee Länsisatamassa, Helsingin Jätkäsaarella (Port of Helsinki 2025d). Länsiterminaali 2 valmistui ja otettiin käyttöön vuoden 2017 helmikuussa (Wikipedia 2025). Terminaalista liikennöidään tiheästi ja Tallinnaan suuntaavia laivamatkoja kulkee jopa tunneittain kahden eri laivavarustamon voimin. Kyseiset laivavarustamot ja niiden alukset ovat Tallink Silja Linen ”Megastar”, ”Mystar” ja ”Victoria I” sekä Eckerö Linen ”M/S Finlandia”. (Helsingin kaupunki 2025.) Vuonna 2024 Helsingin Sataman kautta matkustajien kokonaismäärä oli yhteensä 9,5 miljoonaa. Näistä yhteensä 7,5 miljoonaa matkusti Helsinki-Tallinna välistä reittiä eli Länsiterminaali 2 on merkittävässä roolissa ja osana tätä liikennettä (Port of Helsinki 2025e).

Toimintaympäristö on siis lyhyesti kiteytettynä nopea ja suurivolyyminen matkustajaliikenne. Liiketoimintaympäristö globalisoituu, joka puolestaan tarkoittaa asiakkaiden tarpeiden ja odotuksien muuttumista eli kehityksen tulee olla jatkuvaa (Gerdt & Korkiakoski 2016, 93). Palveluiden kehitys ja niiden kohdentaminen eri matkustajasegmenttien tarpeisiin kehittää asiakaskokemusta entisestään sekä parantaa terminaalin palveluiden toimintaa jatkuvasti muuttuvassa ympäristössä.

2.3 Risteilymatkuksesta ja -matkailijoista

Suomalaisen matkailututkimuksen mukaan risteilyllä tarkoitetaan matkaa, joka tehdään laivalla tai lautalla Suomen aluevesien ulkopuolelle yleensä edestakaisin. Risteilyyn voi sisältyä majoitus laivalla tai se voi olla päivämatka ilman yöpymistä. Usein matkaan kuuluu myös lyhyt käynti kohdemaassa. Risteily voi tarkoittaa myös yksisuuntaista laivamatkaa, jos siihen sisältyy yöpyminen laivalla ja toinen suunta kuljetaan muulla välineellä esimerkiksi lentäen eikä matkalla yövytä kohdemaassa. Matkan tarkoituksen perusteella risteilyt jaotellaan vapaa-ajanristeilyihin sekä työ tai kokousristeilyihin, kuten laivaseminaareihin. (Tilastokeskus 2025.)

Mancini (2011, 16) mukaan risteileminen on globaali ilmiö ja risteilykokemukseen vaikuttaa olennaisesti mihin ryhmään risteilylle lähtevä henkilö kokee kuuluvansa. Risteilijöiden iällä, sukupuolella tai sosioekonomisella asemalla ei kuitenkaan ole niin merkittävää eroa kuin voisi kuvitella (Dickinson & Vladimir 2007, 203). Risteilytutkimuksen mukaan on jopa 20 merkityksellistä motiivia miksi ihmiset risteilevät (Mancini 2011, 17). Uusien asioiden kokeminen, verkostoituminen, ostosmahdollisuudet, turvallinen matkustuskokemus, hintansa arvoinen kokemus ja se, että risteilyt sopivat kaiken ikäisille (Mancini 2011, 18-19). Usein risteilevät ihmiset arvostavat eniten ruokaa, palvelua ja viihdettä, kun taas vähemmän risteilevät ihmiset keskittyvät muihin kokemuksiin (Dowling & Weeden 2017, 16).

3 Asiakaskäyttäytyminen ja matkailijasegmentointi

Tässä luvussa tarkastellaan asiakaskäyttäytymistä palveluiden parantamisen näkökulmasta. Luvussa tuodaan esille asiakasryhmittelyn merkitys sekä niin sanotun ”lifestyle” -segmentoinnin määritelmä ja mitä sillä tarkoitetaan. Lopuksi esitellään Taloustutkimus Oy:n määrittelemät matkailijasegmentit, joita tässä opinnäytetyössä käytetään.

3.1 Asiakaskäyttäytyminen- ja ryhmittely

Kun organisaatio haluaa kehittää palveluitaan ja parantaa asiakaskokemusta, sen täytyy ensin analysoida asiakkaiden käyttäytymistä, päätöksentekoa ja ostoprosessia ennen kehittämistoimenpiteiden suunnittelua ja täytäntöönpanoa. Asiakaskäyttäytymistä ohjaavat kaikenlaiset ulkopuoliset ärsykkeet sekä ostajien yksilölliset ominaisuudet. Asiakaskäyttäytymisen analysoinnin myötä saadaan selville organisaatiossa asioivien asiakkaiden ryhmät eli ns. asiakasryhmittelyt selville. Tätä asiakasryhmittelyä kutsutaan segmentoinniksi. (Bergström & Leppänen 2021, 92.)

Segmentointi on keskeinen osa oikeanlaisen asiakaskokemuksen luomiseen. Bergström ym. (2021, 135) mukaan se ei rajoitu pelkästään kohderyhmien määrittelyyn, vaan on kokonaisvaltainen prosessi, joka sisältää markkinoiden tutkimisen, ostokäyttäytymisen analysoinnin, kohderyhmien valinnan sekä näiden tarpeisiin perustuvan markkinointiohjelman suunnittelun ja toteutuksen. Segmentoinnin avulla etsitään erilaisia asiakasryhmiä, sekä määritellään toimia, joiden avulla näiden asiakasryhmien tarpeet voidaan täyttää. Oikeiden asiakasryhmien löytäminen on tärkeää, sillä yritys ei pysty kannattavasti tyydyttämään jokaisen yksilön tarpeita, mutta erilaisten asiakasryhmittelyiden eli segmenttien mukaan palveluiden kehittäminen helpottuu huomattavasti.

Perinteisesti asiakasryhmittelyä tehdään sen mukaan, mitä tuotteita asiakas on ostanut tai mistä jakelukanavasta asiakas on ne ostanut. Asiakaskäyttäytymistä voidaan tutkia vaihtoehtoisesti niin sanotun lifestyle-segmentoinnin avulla. Lifestyle-segmentoinnilla tarkoitetaan, että asiakkaat ryhmitellään yksilöllisemmin heidän omakohtaisen tilanteensa, elämäntyylin, arvojen tai konkreettisten mielipiteiden perusteella. (Löytänä & Korteso 2011, 133.) Jotta asiakaskokemusta ja palveluita voidaan parantaa eri matkustajasegmenteille, on asiakkaat tunnettava paremmin ja heidän mielipiteensä sekä arvonsa selvitettävä (Löytänä ym. 2011, 134).

3.2 Matkailijasegmentointi

Matkailijasegmentointi on keskeinen menetelmä matkustajakokemuksen kehittämisessä, sillä eri matkustajilla on erilaisia odotuksia niin matkan kokonaisuudesta kuin siihen liittyvistä palveluista. Segmentoinnin avulla voidaan tarkastella ja analysoida matkailijoiden erityispiirteitä, tarpeita ja käyttäytymismalleja, mikä luo perustan asiakaslähtöiselle palvelukehitykselle. (Perälähti 2025.) Dickinson ym. (2007, 208) mukaan segmentointitutkimukset ovat hyödyllisiä, sillä tutkimusten avulla saadaan parempi käsitys minkälaiset ihmiset ovat jo ennestään kiinnostuneita risteilemisestä ja kuinka suuren osuuden markkinoista he muodostavat. Näin voidaan kohdentaa tulevia markkinointitoimenpiteitä paremmin, jotka tukevat eriaasiakassegmenttejä. Helsingin Satama on toteuttanut yhdessä Taloustutkimus Oy:n kanssa segmentointitutkimuksen osana terminaaleissa toteutettua asiakastyytyväisyyskyselyä. Aineisto on kerätty vuoden 2024 heinä-elokuun aikana. Tutkimuksen myötä on onnistuttu muodostamaan kokonaiskuva siitä, mitä eri asiakasryhmiä matkustajaliikenteessä on sekä miten ne eroavat toisistaan. Tutkimuksen perusteella matkailijat voidaan jakaa viiteen eri segmenttiin: kansainvälisiin risteilymatkustajiin, rutiinimatkustajiin, suomalaisiin työ- ja kokousmatkustajiin, perinteisiin risteilymatkustajiin sekä itsensä hemmottelijoihin (Perälähti 2025). Toteutuneen segmentointitutkimuksen myötä voidaan tunnistaa, millaisia toimenpiteitä tarvitaan asiakasryhmien tarpeiden täyttämiseksi sekä mitä osa-alueita tulisi jatkossa tutkia ja kehittää edelleen.

Visit Finland on tehnyt yhdessä tutkimusyritys Red Noten kanssa keväällä 2023 segmentointitutkimuksen, joka perustuu kahdeksan eri kohdemarkkinan (Alankomaat, Espanja, Iso-Britannia, Italia, Ranska, Ruotsi, Saksa ja Yhdysvallat) matkailijoiden vastauksiin Online-paneelleissa. Työn tavoitteena oli luoda konkreettisia kohderyhmiä, joissa matkailijoiden tarpeet toimivat lähtökohtana kuluttajalähtöisessä segmentointimallissa. Tilastoanalyysien avulla Visit Finland on määritellyt muun muassa segmentit ”Group traveller” ja ”Culture traveller”. (Visit Finland 2025.) Perälähten (2025) mukaan kansainväliset risteilymatkustajat kuuluvat näihin Visit Finlandin määrittämiin segmentteihin, koska he matkustavat usein ryhmissä ja heidän matkansa tarkoituksena on nähdä ja kokea kulttuuria, historiallisia nähtävyyksiä sekä erilaisia elämyksiä.

Seuraava matkailijasegmentti, joka Perälähten (2025) tutkimuksen mukaan on ”rutiinimatkustajat”. Rutiinilla tarkoitetaan menettelytapaa, toimintoa tai toimenpidettä, joka toistetaan säännöllisesti (Suomisanakirja 2025). Perälähten (2025) mukaan Helsinki-Tallinna väliä usein sukkuloivia matkustajia tarkastellaan tästä segmentistä. Tämä matkailijaryhmä arvostaa rauhallisuutta niin terminaalissa kuin laivalla. Heille tärkeitä elementtejä ovat mm. hiljaiset/rauhalliset istuma- ja odotustilat ja kiireettömyyden tunne.

Kolmantena matkailijasegmenttinä esitellään työ- ja kokousmatkailijat. Maailman matkailujärjestön mukaan (WTO, World Tourism Organization) työmatkalla tarkoitetaan matkaa, joka tehdään oman tavanomaisen elinpiirin ulkopuolella työtehtäviin tai ammatilliseen toimintaan liittyen. Työ- ja kokousmatkat johtuvat siis työvelvoitteista tai työnantajan toimintaan liittyvistä tarpeista ja ne voivat sisältää esimerkiksi osto- ja myyntimatkoja, kokouksia, konferensseja, messuja, julkishallinnon virkamatkoja, ammatillisia kursseja sekä palkintomatkoja. Yleisesti ottaen työnantaja kustantaa matkasta aiheutuneet kustannukset. Suomalaisen matkailututkimuksen mukaan tästä ryhmästä käytetään nimitystä työ- ja kokousmatkailijat. (Tilastokeskus 2025.) Tämä ryhmä arvostaa tehokkuutta, selkeyttä, nopeutta ja sujuvuutta terminaalissa. Hyvät kulkuyhteydet ovat myös tärkeitä tälle matkailijasegmentille niin terminaaliin saapuessa kuin sieltä takaisin kaupunkiin. (Perälähti 2025.)

Neljäs matkailijasegmentti on tutkimuksen mukaan ”perinteiset risteilymatkustajat”. Kyseistä segmenttiä kuvaillaan adjektiivin ”perinteinen” avulla, mutta sitä voisi kuvailla myös eri sanalla, kuten tavanomaiset risteilymatkustajat. Sana ”tavanomainen” viittaa tavaksi tulleisiin käytäntöihin eli sellaisiin, jotka noudattavat käytäntöjä, jotka ovat jo vakiintuneita (Wikisanakirja 2025). Sana ”perinteinen” viittaa myös vakiintuneeseen tai tavanomaiseen käytäntöön. Perinteisellä voidaan viitata myös johonkin toistuvaan vuosittaiseen tapahtumaan. (Kielitoimiston sanakirja 2024.) Perinteiset risteilymatkustajat koostuvat pääsääntöisesti perheistä. Matkan tarkoituksena on irrottautua arjesta ja viettää yhteistä aikaa läheisten kanssa. Tälle ryhmälle risteilykokemukseen liittyy vahvasti viihde- ja ruokatarjonta sekä ostosten tekeminen. (Perälähti 2025.)

Viimeinen eli viides matkailijasegmentti on Perälähdén (2025) mukaan ”itsensä hemmottelijat”. Tämä matkailijasegmentti koostuu ylellisyydestä ja hyvinvoinnista nauttivista henkilöistä. Yhä useampi Länsiterminaalin risteilymatkailijoista kuuluu tähän segmenttiin. He arvostavat korkeatasoista palvelua sekä laadukkaita ruokailuelämyksiä. Kyseiselle segmentille on myös tärkeää hyvät ostosmahdollisuudet niin terminaalissa kuin laivassa. Dickinson ym. (2007, 210) mukaan kyseisellä segmentillä on halua sekä varaa käyttää rahaa luksuselämyksiin ja hemmotteluun.



Kuva 1: Matkustajasegmentit (Jaakkola, 2025)

Kuvassa 1 esitellään viisi eri matkustajasegmenttiä sekä niiden prosentuaaliset osuudet matkustajaliikenteessä. Segmentit ovat määritelty terminaalissa toteutettujen asiakastutkimus kyselyiden perusteella. Kerätystä aineistosta on tunnistettu viisi toisistaan erottuvaa asiakasryhmää. (Peltonen 2025.)

4 Asiakaskokemuksen perusteet

Tässä luvussa esitellään asiakaskokemuksen määritelmä ja merkitys risteilymatkailun näkökulmasta. Sen jälkeen tarkastellaan asiakaskokemuksen kehittämistä ja mistä elementeistä asiakaskokemus muodostuu.

4.1 Asiakaskokemuksen merkitys ja kehittäminen

Perälahden (2025) mukaan matkustajaterminaali on enemmän kuin pelkkä siirtymäpaikka. Terminaalilla on merkittävä vaikutus matkustajakokemukseen, sillä se on tärkeä kohtaamis- ja palvelupiste. Asiakkaalle muodostuu siellä ensimmäiset ja viimeiset mielikuvat ennen matkan alkua, jotka vaikuttavat käsitykseen prosessien sujuvuudesta ja palveluiden laadusta.

Asiakaskokemuksen kehittäminen vaatii hyvää suunnittelua. Gerdtin ym. (2016, 93) mukaan asiakaskokemuksen rakentaminen ei lopu koskaan. Asiakaskokemuksella tarkoitetaan kaikkia niitä mielikuvia, tunteita ja kokemuksia, joita asiakkaalle syntyy hänen asioidessaan yrityksen kanssa. Nämä voivat muodostua erilaisista vuorovaikutustilanteista ja kohtaamisista yrityksen edustajien kanssa tai yrityksen tarjoamien palveluiden ja kanavien kautta. (Ahvenainen, Gylling, & Leino 2017, 11-12.)

Asiakaskokemuksen merkitys ja asiakaskokemuksen luominen eroaa pelkästä palvelun tuottamisesta monella tavalla. Palveluissa passiivisena vastaanottajana on asiakas ja hyödyntäjä,

mutta asiakaskokemus syntyy aina asiakkaan henkilökohtaisen ja tulkinnanvaraisen päätelmän tuloksena hyödyntäessään palvelua. Näiden positiivisten kokemusten edellyttäminen vaatii yritystä järjestämään omat toimintonsa siten, että asiakas on kaiken toiminnan keskellä ja luomaan sitä kautta uniikkeja kokemuksia ja lisäarvoa asiakkaalle. Kun luodaan pelkkien palveluiden tuottamisen sijaan uniikkeja kokemuksia palveluiden rinnalle, yritys saa uusia mahdollisuuksia kasvattaa arvoa asiakkailleen. Räätelöityjen asiakaskokemusten luomisen seurauksena, yritys kykenee erilaistamaan toimintansa uudelle tasolle, joka tuottaa lisäarvoa asiakkaalle ja vahvistaa samalla brändimielikuvaa. (Löytänä ym. 2011, 19.) Lisäarvolla tarkoitetaan arvoa, joka muodostuu hyödyn ja hinnan välisestä suhteesta asiakkaalle. Se on yrityksen kilpailukeino, joka voidaan saavuttaa hintaa laskemalla tai vaihtoehtoisesti palveluita parantamalla eli lisäämällä palvelusta saatua hyötyä. Näin asiakkaan kokema hyöty kasvaa kyseistä palvelua kohtaan ja yrityksen tuoma lisäarvo asiakkaalle on onnistunut. (Tuulaniemi 2011, 37-38.)

Mielestäni Löytänä ja Korteso (2011) kiteyttävät asiakaskokemuksen merkityksen onnistuneesti kirjansa otsikossa ”Asiakaskokemus - palvelubisneksestä kokemusbisnekseen”. Otsikko kuvaa onnistuneesti, kuinka palvelut eivät enää riitä pelkkinä funktionaalisina ratkaisuinä asiakkaan tarpeisiin nähden. Asiakas odottaa yhä enemmän palvelukokemukselta elämyksellisyyttä, yksilöllisyyttä ja tunnetasolla vaikuttavuutta, mieleenpainuvuutta ja yllätyksellisyyttä.

Liiketoimintaympäristössä, kuten Länsiterminaali 2 olisi hyvä miettiä matkustajasegmenteille ei ainoastaan uusia tuotteita tai palveluita, vaan kokonaisvaltaisia, mieleenpainuvia ja räätälöityjä palvelukokemuksia.

4.2 Asiakaskokemuksen muodostuminen

Mistä kokonaisvaltainen asiakaskokemus koostuu? Leinon (2017, 33) mukaan asiakaskokemuksen rakennuspalikat muodostuvat kolmesta eri osa-alueesta: fyysisestä kohtaamisesta, digitaalisesta kohtaamisesta ja tiedostamattomasta kohtaamisesta brändimielikuvaan nähden. Fyysinen kohtaaminen tarkoittaa, kun asiakas ja yrityksen edustaja kohtaavat kasvojen esimerkiksi myymälässä tai asiakaspalvelutilanteessa ja heidän välilleen syntyy vuorovaikutustilanne. Digitaalinen kohtaaminen tarkoittaa, kun asiakas itsenäisesti tutustuu verkkosivustolla, sovelluksessa tai sosiaalisessa mediassa yrityksen erilaisiin palveluihin ja kanaviin etsiessään sopivia ratkaisuja tarpeisiinsa nähden eli syntyy niin sanottu digitaalisessa ympäristössä tapahtuva asiakas kohtaaminen. Kolmas rakennuspalikka eli tiedostamaton kohtaaminen (brändikokemus) tarkoittaa tunnekokemusta eli kaikkia asiakkaan aiempia odotuksia, olettamuksia ja näkemyksiä kyseistä yritystä kohtaan. (Ahvenainen ym. 2017, 34.)

Kokonaisvaltainen asiakaskokemus muodostuu edellä mainittujen kolmen osa-alueen 1. fyysisen 2. digitaalisen ja 3. tiedostamattoman kohtaamisen yhteisvaikutuksesta. Asiakkaan kokemus ei ole siis yksittäinen hetki, vaan se rakentuu useista vuorovaikutuksista palvelun tarjoajan ja asiakkaan nähdessä.

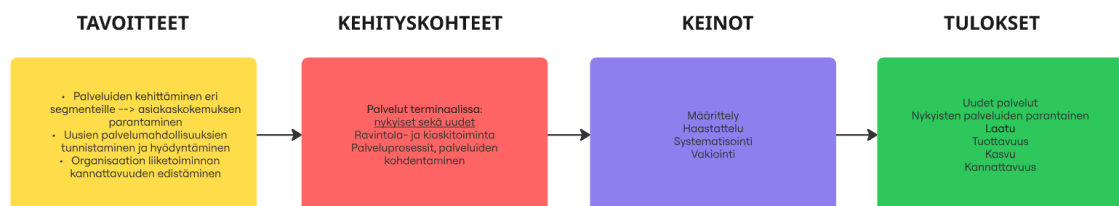
5 Palveluprosessien kehittäminen palveluntuottajan näkökulmasta

Tässä luvussa esitellään palveluiden kehittämistä palveluprosessien avulla. Tämän jälkeen esitellään Länsiterminaali 2:n palvelut. Lopuksi pohditaan tunnelmamuotoilun ja -johtamisen merkitystä palveluprosessien kehittämisen ja palveluntuottajan näkökulmasta.

5.1 Palvelun kehitysprosessien kuvaaminen

Palveluprosessi on kokonaisuus, joka käsittää kaikki ne toiminnot, jotka liittyvät palvelun tuottamiseen sekä yrityksen sisällä että asiakkaan kanssa tapahtuvassa vuorovaikutuksessa. (Jaakkola, Orava, & Varjonen 2009, 15.)

Kun palveluita halutaan kehittää ja tavoitteena on luoda kannattavaa liiketoimintaa on tuotteistaminen yksi keino systematisoida palvelujen kehittämistä ja toteuttamista tavoitteiden mukaisesti. Kehitystyön keskeisenä tavoitteena on rakentaa edellytykset sellaisten palveluiden tuottamiselle, jotka eivät ainoastaan vastaa asiakkaiden tarpeisiin vaan tuovat myös uutta merkityksellistä lisäarvoa. Usein on hyödyllistä ottaa asiakkaita mukaan testaamaan ja arvioimaan palvelua koko kehitysprojektin ajaksi. (Jaakkola ym. 2009, 3.)



Kuvio 1: Palveluliiketoiminnan kehittäminen tuotteistamisen avulla (mukailien Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 6)

Tuotteistamisen avulla pyritään kertomaan asiakkaille selkeästi tarjottavista palveluista, parantamaan palvelujen laatua, tehostamaan seuranta- ja raportointia, tukemaan palvelubrändin rakentamista ja hallintaa sekä parantamaan kannattavuutta. Palveluiden kehittäminen ei kuitenkaan ole suoraviivainen prosessi. Joitain prosessin vaiheita voidaan suorittaa jopa

yhtäaikaaisesti. Kuviossa 1 esitellään palveluliiketoiminnan kehittämisen vaiheet. Tavoitteiden asettelu parantaa organisaation liiketoiminnallista kilpailukykyä. Tavoitteiden asettelujen jälkeen seuraa kehityskohteiden määrittely. Tämän jälkeen määritellään toteutus suunnitelma, jonka mukaisesti palvelun lanseeraamista ryhdytään suunnittelemaan. Lopuksi arvioidaan tulokset, joita tulee tarkkailla pitkällä aikavälillä niin, että palvelu tarjoama kokonaisuutena pysyy tasapainossa. (Jaakkola ym. 2009, 6.)

Palveluiden kehittäminen vaatii erilaisia prosesseja. Kuvion 2 mukaan palveluiden kehittämisprosessit voidaan karkeasti jakaa kahteen eri vaiheeseen, suunnittelu- ja toteutusvaiheeseen. Suunnitteluvaiheessa painotetaan tuotekehityksen roolia yrityksen kokonaisstrategiassa sekä uusien tuoteideoiden systemaattista kartoittamista. Toteutusvaiheessa tulee esille varsinaisen palvelun kehittäminen ja testaus. Kehitystyön tulisi perustua tutkittuun tietoon asiakkaiden ja markkinoiden tarpeista sen sijaan, että se perustuisi yrityksen omiin mielilyksiiin tai oletuksiin. (Komppula & Boxberg 2002, 97.)

SUUNNITTELU

- Liikeidean kehittäminen tai uudelleen arviointi
- Uusien tuotteiden kehittämisstrategia
- Ideoiden generointi

Palvelustrategiaa vastaavien ideoiden seulominen

- Palvelukonseptin kehittäminen ja arviointi

Konseptin testaaminen asiakkaiden ja työntekijöiden kanssa

- Taloudellinen analyysi

Tuottavuuden ja toteutettavuuden testaaminen

TOTEUTUS

- Palvelun kehittäminen ja testaus

Palvelun prototyyppin testaus

- Markkinoiden testaus

Palvelun ja muiden markkinointi-mixin osioiden testaaminen

- Kaupallistaminen
- Jälkivaikutusten arviointi

Kuvio 2: Uuden palvelun kehitysprosessi (tiedot: Komppula & Boxberg 2002, 98; Zeithaml & Bitner 2000)

Kuvio 2 ei kuitenkaan riittävästi huomioi palvelutuotteen laajennettua mallia. Matkailupalveluita tarkastellessa voidaan todeta, että laajennettu palvelujärjestelmä käsittää koko sen kokonaisuuden, jossa asiakas kokee matkailukokemuksensa. Palvelujärjestelmä muodostuu yrityksestä tai matkailukohteesta, jonka brändi ja maine vaikuttavat keskeisesti asiakkaan kokemaan laatuun. Kuvion tarkoituksena on havainnollistaa konkreettisten tuotteiden tuotekehitysprosessin teoriaa. (Komppula ym. 2002, 97.)

Ensimmäinen vaihe, joka uuden tuotteen kehittämisessä tulee vastaan, on tuotteen sisällön ideointi kuitenkin huomioiden asiakas, eli mitä arvoa asiakas tulee saamaan siitä. Ennen sitä, yrityksellä tulee olla selvillä asiakkaiden tarpeet ja odotukset. (Komppula ym. 2002, 100.) Komppula ym. (2002, 101) mukaan matkailuyrityksen tulisi kehittää tuotteita tiettyjä kohderyhmiä varten esimerkiksi matkan tarkoituksen tai motiivien perusteella. Tuotekehityksen perustana tulee olla tuotteen idean pohjautuminen selkeään arvomenetelmään.

Edellisten vaiheiden tulosten perusteella, jotka pitävät sisällään ideoinnin ja niiden seulomisen, tulee kuvion 2 seuraava vaihe eli palvelukonseptin kehittäminen ja arviointi. Arvioinnissa tulee ottaa huomioon, että kaikkien matkailutuotteiden osien tulisi linkittyä yhteen ja toteutettava asiakkaan laatuvaatimukset. (Komppula ym. 2002, 103.)

Suunnitteluvaiheen viimeiset moduulit ovat testaaminen oman henkilökunnan tai asiakkaiden kanssa sekä taloudellinen analyysi. Testaaminen oman henkilökunnan kanssa takaa sen, että mahdolliset prosesseissa ilmenevät ongelmat, turvallisuuteen liittyviä seikkoja tai muita vastaavia ongelmia voidaan huomata ennen asiakkaille lanseerausta ja markkinointia. Testaaminen on hyödyllistä etenkin, jos tuote on suunniteltu ja koostettu yhteistyönä eri yritysten kanssa. (Komppula ym. 2002, 108.) Taloudellisella analyysillä tarkoitetaan, että palvelun tuottajan tulee tarkastella tuotteen taloudellista kannattavuutta, kuten sen pitkäikäisyyttä sekä olemassa olevia resursseja (Komppula ym. 2002, 110).

Kuvion 2 mukaan suunnitteluvaiheen päättyessä alkaa seuraava vaihe eli toteutus. Toteutusvaihe pitää sisällään edelleen palvelun kehittämistä ja testausta, mutta myös markkinoilla testaamista. Uuden tuotteen viimeinen vaihe pitää sisällään kaupallistamisen ja jälkiarvioinnin. Kaupallistamisella tarkoitetaan, kun tuote lanseerataan valituille kohderyhmille. (Komppula ym. 2002, 114.)

5.2 Länsiterminaali 2:n palvelut

Länsiterminaalissa toimii tällä hetkellä yhteensä kolme ruoka- ja juomatuotteita tarjoavaa ravintolapalvelua. Kaikki kolme ravintolaa kuuluvat HH Liikenne- ja ravintolapalvelut Oy:lle, jonka päätoimiala on kahvila ja ravintolapalvelut (Suomen Asiakastieto Oy 2025). Kahvila- ja

ravintolabaarit ”Panorama Bistro” ja ”Panorama Bar” palvelevat terminaalin yläkerrassa, joka tarkoittaa sitä, että sinne on pääsy vasta alakerran lipuntarkastuksen jälkeen. Terminaalin ensimmäisestä kerroksesta, johon astutaan sisään, löytyy kahvilakioski ”Coffee & Ice cream”. Se puolestaan on avoinna kaikille, niin matkustajille kuin ohikulkijoille. (Port Of Helsinki 2025g.)

Panorama Bistro tarjoilee matkaansa odottaville matkustajille helppoja ruokia niin kylmiä kuin kuumia. Ravintola Panorama Bistro tarjoaa mm. Suomessa käsintehty pizzanpaistajien pizzat neljässä eri makuvaihtoehdossa. Muutoin ravintolan valikoimaan kuuluu lähinnä täytettyjä sämpylöitä, leivonnaisia sekä makeisia. Panorama Bistron valikoimaan kuuluukin drinkkien lisäksi laadukas valikoima erilaisia viinejä ja olut tuotteita. Kahvin ystäville ravintola on valinnut valikoimaansa Löfbergsin vastuulliset kahvit. Perinteisen suodatinkahvin lisäksi saatavilla ovat espressopohjaiset juomat sekä jääkahvit. (HH Ravintolat 2025.)

Panorama Bar on puolestaan erikoistunut erittäin laajaan juomavalikoimaan sekä myös alkoholittomiin juomiin. Valikoimaan kuuluu myös saman valmistajan kahvit kuin Panorama Bistrorossakin ainoana erona, että jääkahvin saatavuutta ei mainita heidän nettisivuillaan. (HH Ravintolat 2025.)

Coffee & Icecream -jäätelökahvila on uusiin Länsiterminaali 2:n palveluista. Se avattiin 2.6.2025 eli on toiminut vasta muutamia kuukausia terminaalissa (Instagram 2025).

Lapsiperheille löytyy terminaalin yläkerrasta leikkiseinä, josta löytyy erilaisia pelejä. Pelit ovat suunniteltu perheen pienimmille. (Port Of Helsinki 2025h.)

Terminaalin ensimmäisestä kerroksesta löytyy matkatavarasäilytys, joka toimii itsepalveluperiaatteella. Automaatista valitaan omalle matkatavaralle sopiva säilytyslokero, valitaan säilytysaika ja maksetaan korttimaksulla suoraan automaatille. Terminaalissa on myös löytötavarapiste, mutta unohdettuja tavaroita tulisi ensin tiedustella puhelimitse sekä tavarannoudosta tulee sopia erikseen. (Port Of Helsinki 2025i.)

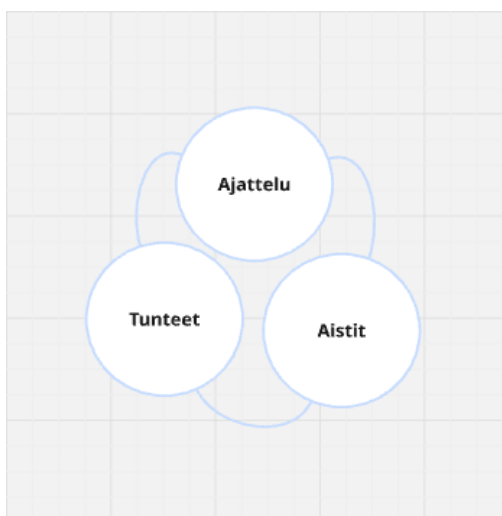
Laivaan pääsyä odotellessa terminaalin yläkerrasta löytyy neljä hierontatuolia, jotka tarjoavat helposti ja nopeasti rentoutushetken matkustajille. Hierontatuolit toimivat itsepalveluperiaatteella ja maksu suoritetaan korttimaksulla tuolissa sijaitsevaan maksupäätteeseen. (Port Of Helsinki 2025i.)

Omalla autolla saapuvat matkustajat voivat pysäköidä autonsa Satamaparkkitaloon maksua vastaan. Varaus on suositeltavaa tehdä ennakkoon, mutta pysäköinti ilman ennakkovarausta on myös mahdollista tilan salliessa. Pyörällä saapuva matkustaja voi jättää pyöränsä halutesaan säilytykseen Länsiterminaalin edustalla sijaitsevaan pyöräparkkiin. Varaus toimii soveluksen ”Biketti” kautta ja maksu hoidetaan älypuhelimella. (Port Of Helsinki 2025j.)

Helsingin Satamalla on käytössä avustuspalvelu, jossa koulutettu avustaja tulee paikalle avustamaan matkustajaa terminaalissa. Terminaaliavustaja tulee kutsuttaessa auttamaan matkustajia, joilla on erityistarpeita. Erityistarpeisiin kuuluvat muun muassa erilaiset liikuntarajoitteet, fyysiset tai kehitysvammat, näkö- ja kuulovamma tai iästä johtuvat liikkumisen ja itsenäisen toimintakyvyn rajoitteet. Avustamispalvelu on ilmaista ja siitä tulisi ilmoittaa etukäteen viimeistään 48 tuntia ennen matkan alkua joko matkatoimistolle tai laivavarustamolle. Ilmoittautuminen tapahtuu terminaalin sisääntuloaulassa sijaitsevalla kutsupisteellä. (Port of Helsinki 2025k.)

5.3 Tunnelmamuotoilu palveluympäristön kehittämisen tukena

Kuten aiemmin todettiin, asiakaskokemus ja sen merkityksellisyys korostuu palveluympäristössä, jossa yritys tai organisaatio haluaa tuottaa elämyksellisiä, jopa uniikkeja palveluita ja tuoda niiden myötä lisäarvoa asiakkaalle. Tunnelmamuotoilu on yksi keino tai ehkä jopa neljäs rakennuspalikka kokonaisvaltaisen asiakaskokemuksen muodostumiseen. Rantasen (2016, 123) mukaan tunnelmamuotoilu on kuin kolmas ulottuvuus, joka syntyy kaikissa elämän kanssa tapahtuvissa vuorovaikutustilanteissa. Tunnelman muodostumiseen vaikuttaa monet eri tekijät, kuten yksilön aiemmat kokemukset sekä tämän kehon- ja mielen toiminta. Rantanen korostaa myös, että jopa yksilön geeniperimä voi vaikuttaa siihen, miten ihminen kokee kyseisen tunnelman. (Rantanen 2016, 123.) Tunnelma ei siis ole sattumanvarainen ilmiö vaan monien eri tekijöiden yhteistulos.



Kuvio 3: Tunnelmamuotoilun osa-alueet (mukailen Rantanen 2016, 123)

Kuviossa 3 esitellään tunnelman muodostumisen keskeiset osa-alueet. Tunnelma rakentuu aistihavaintojen, ajatusten ja tunteiden vuorovaikutuksesta. (Rantanen 2016, 123.)

Tunnelmamuotoilua voidaan hyödyntää ajattelufilosofiana. Rantasen (2016, 124) mukaan tunnelmamuotoilu tarjoaa ymmärtämisen, suunnittelun ja tuottamisen työkaluja ja välineitä. Tunnelmamuotoilu sisältää neljä erilaista vaihetta, joista ensimmäinen on ymmärtää erilaisia teorioita. Ensimmäisessä vaiheessa tulee siis ymmärtää, mistä kokemukset ja tunnelma syntyvät. Tunnelmamuotoilun toisessa vaiheessa avuksi tulee erilaiset työkalut eli ajattelumallit suunnittelun ja kommunikoinnin tueksi. Rantasen (2016, 166) mukaan suunnittelussa kannattaa käyttää asiantuntijoita, ja onnistumiset kannattaa kirjata ylös. Kolmannessa vaiheessa työtetään haluttuja kokemuksia työkalujen avulla. Viimeisessä eli neljännessä vaiheessa tarkoituksena on tuottaa tavoiteltuja kokemuksia ja haluttua tunnelmaa.

5.4 Tunnelmajohtaminen osana palveluprosessin kehitystä

Palveluiden kehittämisessä, suunnittelussa, johtamisessa ja jopa henkilöstön valmennuksissa voidaan hyödyntää tunnelmajohtamisen 4T mallia. Mallissa yhdistyy teoria, työkalut, työstö ja tuotos. Teoria sisältää kaiken tiedon asiakasymmärryksestä eli mistä kokemukset syntyvät. Teoria voi pitää sisällään esimerkiksi tiedettä, taidetta tai psykologiaa. Teoriassa voi olla mukana asioita, joita tiedostamme tai asioita, joita emme tiedosta ja ovat kaikille yhteisiä. Asiakaskyselyt ovat esimerkki teoriasta, joita voidaan tiedostaa. (Rantanen 2016, 176-177.)

Työkaluilla tarkoitetaan toimintamalleja, joiden avulla tietoa kerätään ja hyödynnetään. Prosessiin kuuluvia työkaluja voivat olla esimerkiksi erilaiset ajattelumallit, matriisit tai visuaaliset kuviot. Työkalujen avulla tietoa voidaan jäsentää selkeämmin ja jakaa sitä muille. (Rantanen 2016, 177.)

Työstöllä tarkoitetaan kerätyn tiedon käsittelyä ja muokkaamista eri keinoin. Prosessiin kuuluu olennaisena osana pohdinta, jonka avulla syntyy usein omaperäisiä tarinoita, jonka myötä taas avautuu enemmän vaihtoehtoja. Pohdinnan avulla voidaan tunnistaa sekä visioimaan yritykselle erilaisia mahdollisuuksia sekä uhkakuvia. (Rantanen 2016, 177.)

Tuotos on se asia, mitä haluamme tuottaa kaiken oppimisen, työstämisen ja pohdinnan jälkeen. Se antaa tekemiselle arvon ja merkityksen. Tuotoksen ei ole tarkoitus olla pysyvää, vaan sitä voidaan muokata ja se kehittyy elämän mukana. Se voi olla konkreettinen tai aineeton. Se voi olla piirteiltään yllättävä, ystävällinen ja huolenpitoa osoittava. Se voi myös ilmentää ajan henkeä esimerkiksi tarinoiden, elämysten tai muistojen muodossa. Se voi synnyttää ystävyyttä, vahvistaa arvostusta ja lisätä merkitystä. (Rantanen 2016, 177.)



Kuvio 4: Tunnelmajohtamisen 4T (Rantanen 2016, 178)

Kuvio 4 esittää tunnelmajohtamisen 4T mallin neljä eri vaihetta etenemisjärjestyksessä.

6 Tutkimuksen toteutus

Tässä luvussa kerrotaan tutkimuksen tavoitteet, tutkimusongelma ja -menetelmä sekä perusteet menetelmän valinnalle. Lisäksi tarkastellaan tutkimusmenetelmän ominaispiirteitä sekä kerrotaan itse tutkimuksen toteutuksesta. Lopuksi esitellään tutkimuksen tulokset.

6.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimusongelma

Opinnäytetyön tavoitteena on kehittää Helsingin Sataman Länsiterminaali 2 matkustajaliikenteen palveluita eri matkustajasegmenteille asiakaskokemuksen parantamiseksi. Tavoitteena on selvittää eri matkustajasegmenttien odotuksia ja tarpeita terminaalien palveluiden suhteen. Lisäksi tarkoituksena on pyrkiä tunnistamaan Länsiterminaali 2:n kehityskohteita sekä uusia palvelutarpeita, jotka voivat parantaa matkustajakokemusta ja vastata näin entistä paremmin eri asiakasryhmien odotuksiin. Tutkimuksen tavoitteena on siis ensin selvittää asiakasryhmien avulla heidän kokemuksiansa ja ajatuksia, joiden myötä esittää toimeksiantajalle konkreettisia kehitysehdotuksia palveluiden toiminnan parantamiseksi.

Aihe on rajattu siten, että se keskittyy nimenomaan terminaalien sisällä jo porteista ylös siirtyneisiin matkustajiin. Tutkimuksessa ei oteta huomioon omalla autolla matkustavia henkilöitä, sillä he ajavat usein suoraan autolähtöselvitykseen käyttämättä terminaalien palveluita ollenkaan. Tutkimuksen suorittaminen terminaalien yläkerrassa vasta lipuntarkastuksen jälkeen takaa sen, että vastaajat ovat aidosti kulkeneet terminaalien läpi ja ovat siten asiantuntijoina tutkimustyötä varten.

6.2 Tutkimusmenetelmän valinta ja sen ominaispiirteet

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi valittiin laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus. Kvalitatiivisessa tutkimusmenetelmässä aineistoa kerätään todellisissa tilanteissa eli suositaan ihmisiä tiedon keruun lähteinä. Kvalitatiivinen tutkimus on piirteiltään siis kokonaisvaltaista

tiedonhankintaa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 164.) Laadullisen tutkimuksen tarkoituksena on pyrkiä ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä tai asiaa tutkittavien henkilöiden näkökulmasta (Puusa & Juuti 2020, 9).

Tutkimusmenetelmän valintaan vaikutti tutkimustavoitteet ja toimeksiantajan tarve saada muuta kuin tilastollista, numeraalista palautetta tutkittavilta. Laadulliseen tutkimukseen piirteisiin kuuluu, että se on menetelmänä hyvinkin joustava ja tutkimusvaiheet saattavat mennä joskus jopa päällekkäin. Tutkijan saadessa lisää tietoa aiheeseen liittyen voi hän palata joustavasti aikaisempiin päätöksiinsä ja muuttaa niitä. Tutkimuksessa kuitenkin tavanomaisesti valitaan ensin aihe ja asetetaan tutkimustavoitteet. Puusan ym. (2020, 12) mukaan aiheen valinnan jälkeen tutkijan tulee perehtyä aihetta käsittelevään aiempaan kirjallisuuteen, sillä tämän on osoitettava aiheelle niin kutsuttu tutkimusaukko eli näkökulma. Useimmissa tutkimuksissa ei kuitenkaan voida pysyä täysin aineistolähtöisessä lähestymistavassa, vaan niissä hyödynnetään myös aiemmissa tutkimuksissa esiin nousseita havaintoja ja teoreettisia näkökulmia (Puusa ym. 2020, 13). Tutkimustyötä silmällä pitäen voidaan huomata kaikki edellä mainitut piirteet. Helsingin Satama on yhdessä Taloustutkimus Oy:n kanssa toteuttanut terminaalissa segmentointitutkimuksen osana asiakastyytyväisyyskyselyä. Aineistoa, jota tutkimuksesta on syntynyt ei ole tilastollisesti julkaistu kaikkien saataville, mutta tutkimuksessa esittämät kysymykset ovat kyseisiä segmenttejä silmällä pitäen, jotta vastauksia saadaan kaikista asiakasryhmistä.

Puusan ym. (2020, 9) mukaan menetelmillä tarkoitetaan tutkimuksessa käytäntöjä ja toimintatapoja, joiden avulla aihetta lähestytään ja tutkimuskysymyksiin etsitään vastauksia. Menetelmät kattavat sekä aineiston keruuseen liittyvät menettelytavat ja analyysiin sovellettavat menetelmät. Tyypillisesti menetelmillä viitataan siis konkreettisiin tapoihin, joilla aineistoa voidaan kerätä tutkimusta varten.

6.3 Puolistrukturoitu haastattelu

Puolistrukturoidulla haastattelulla tarkoitetaan haastattelumenetelmää, jossa kysymykset ovat laadittuina etukäteen, mutta haastattelija voi vaihdella niiden esiintymisjärjestystä haastattelutilanteen ja keskustelun kulun mukaan. Menetelmälle on tyypillistä, että kysymyksiä voidaan jättää esittämättä tilanteen soveltumattomuuden vuoksi ja haastattelija voi kysyä mieleen tulevia kysymyksiä haastattelun edetessä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 108.) Puolistrukturoitu haastattelu sopii tutkimusmenetelmänä erityisesti tilanteisiin, kun tutkimuksen tavoitteena on kerätä tietoa ennalta määritellyistä asioista, mutta haastateltaville ei haluta antaa kovin laajoja vapauksia haastattelutilanteessa (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Puusan ym. (2020, 106) mukaan menetelmänä haastattelu on hyödyllinen, sillä

haastateltaviksi henkilöiksi voidaan valita ihmisiä, joilla on asiantuntemusta, tietoa tai kokemusta tutkittavasta aiheesta.

Puolistrukturoidun haastattelun kysymykset, joilla tutkimus toteutetaan:

Ikä:

Kotipaikkakunta:

1. Kenen kanssa matkustat?
2. Mikä on matkan tarkoituksesi?
3. Kuinka paljon ennen laivan lähtöä saavuit terminaaliin?
4. Kuinka monta kertaa vuodessa matkustat Länsiterminaali 2 kautta Tallinaan?
5. Mitä palveluita olet käyttänyt terminaalissa?
6. Millaisia palveluita arvostat eniten terminaalissa?
7. Minkälaisia palveluita kaipaisit terminaaliin? Miksi ne tuottaisivat lisäarvoa sinulle?
8. Oletko tyytyväinen terminaalin palveluihin? Jos et, mitä pitäisi kehittää?
9. Miten parantaisit terminaalin viihtyvyyttä?

Kysymysten 1, 2 ja 4 avulla kartoitetaan segmentti eli mihin matkailijasegmenttiin haastateltava kuuluu. Kysymysten vastausten perusteella saadaan selville haastateltavan matkan tarkoitus, kenen kanssa matkustaa sekä kuinka usein hän matkustaa Länsiterminaalin kautta Tallinaan. Kysymystä numero 3 hyödynnetään selvittämään tutkittavan segmentin käyttäytymistä, erityisesti saapumisajan näkökulmasta. Tiedon pohjalta voidaan arvioida, paljonko matkustajalla jää aikaa terminaalissa vietettäväksi, mikä on palveluiden suunnittelun ja kehittämisen kannalta tärkeää tietoa. Kysymykset 5-9 pyrkivät saamaan tietoa haastateltavan palveluiden käyttämisestä, tarpeista, odotuksista ja mieltymyksistä terminaalissa. Kysymys numero 5 pyrkii ensin varmistamaan palveluiden todellisen käytön eli mitkä palvelut ovat haastateltavalle oikeasti merkittäviä sekä mitä hän on konkreettisesti käyttänyt terminaalissa matkustuspäivänään. Kysymysten 6 ja 7 avulla halutaan selvittää ja kartoittaa matkustajan tarpeita ja mahdollisia konkreettisia kehitysehdotuksia uusista palvelukonsepteista tulevaisuutta ajatellen. Tiedon avulla saadaan asiakaslähtöistä palautetta kyseisen segmentin asiantuntijalta. Kysymyksen numero 8 avulla tavoitellaan tietoa kuinka tyytyväisiä matkustajat ovat terminaalin nykyisiin palveluihin ja kuinka riittävinä palvelut koetaan. Kysymys numero 9 perustuu teoreettisessa viitekehyksessä esiteltyyn tunnelmamuotoiluun. Tarkoituksena on saada näkemyksiä ja ideoita kokonaisvaltaisesti terminaalin viihtyvyyden kehittämiseen ja samalla asiakaskokemuksen parantamiseen.

6.4 Haastattelujen toteutus

Tutkimus toteutettiin puolistrukturoituina haastatteluina Länsiterminaalissa syyskuussa 2025. Ensimmäinen haastattelupäivä oli 25. syyskuuta. Haastattelut toteutettiin aamulla 9.00-10.00 välisenä aikana ja seuraavat päivällä kello 12.00-13.00 välisenä aikana. Toinen haastattelupäivä oli heti seuraavana päivänä eli 26. syyskuuta. Haastattelut toteutettiin ensimmäiseen haastattelupäivään verraten myöhempänä ajankohtana kello 14.00-17.30 välisenä ajankohdana. Haastattelut toteutettiin terminaalien yläkerrassa lipuntarkastuksen jälkeen ennen laivaan nousua. Tämä tarkka tutkimuspaikka mahdollisti sen, että matkustajat olivat ehtineet kulkea terminaalien läpi ja käyttää jo sen erilaisia palveluita. Haastateltavat henkilöt valikoituivat tarkoituksenmukaisesti eri matkailijasegmenttejä edustavista ryhmistä. Tutkimukseen tavoiteltavia henkilöitä lähestyttiin paikan päällä terminaalissa ystävällisellä ja asiantuntevalla otteella. Haastattelut suoritettiin pöydän ääressä, kun laivan lähtöön oli vielä runsaasti aikaa ja terminaaliympäristö oli vielä rauhallisempi. Vilkaampina ja ruuhkaisempina aikoina haastattelut toteutettiin seisten. Tutkimukseen suostuneille henkilöille kerrottiin, että haastattelut ovat osana opinnäytetyötäni Helsingin Satamalle. Haastateltavalle kerrottiin, että haastattelujen vastaukset kerätään täysin anonymisti sekä niitä käsitellään luottamuksellisesti. Tämän lisäksi ilmoitettiin, että haastattelut nauhoitetaan analysoinnin ja litteroinnin helpottamiseksi, mutta ne tullaan poistamaan heti analysoinnin valmistuttua. Tutkimuksen tavoiteltavuutta ja haastattelutilanteiden sujuvuutta edistettiin käyttämällä Helsingin Sataman oranssia huomioliiviä, joka lisäsi tunnistettavuutta ja luotettavuutta vilkaassa terminaaliympäristössä. Haastatteluissa pyrittiin tavoittelemaan jokaisesta matkailijasegmentistä vähintään kolme eri haastattelua eli yhteensä 15 haastattelua.

6.5 Aineiston analyysimenetelmä

Hirsjärvi ym. (2009, 224) mukaan aineistoa voidaan analysoida monin tavoin. Tässä opinnäytetyössä hyödynnettävä analyysitapa on ymmärtämiseen pyrkivä lähestymistapa. Kyseistä lähestymistapaa käytetään tyypillisesti laadullisessa tutkimuksessa sisällönanalyysin ja päätelmien teon yhteydessä. Tutkimuksessa syntyneen aineiston analyysi tehdään teemoittelun avulla. Teemoittelu auttaa tunnistamaan tutkimusongelmaan liittyviä keskeisiä teemoja ja vertailemaan niiden esiintymistä aineistossa (Eskola & Suoranta 2005, 174).

Haastatteluissa syntyneiden vastausten analysoinnissa hyödynnetään Jyväskylän yliopiston filosofian laitoksen tutkijan Timo Laineen esittämää laadullisen tutkimuksen sisällönanalyysin runkoa. Laineen (Tuomi & Sarajärvi 2018, 104) mukaan vaiheet ovat:

1. Päätä, mikä tässä aineistossa kiinnostaa ja tee vahva päätös.
- 2a. Käy läpi aineisto, erota ja merkitse ne asiat, jotka sisältyvät kiinnostukseesi.
 - b. Kaikki muu jää pois tästä tutkimuksesta!
 - c. Kerää merkityt asiat yhteen ja erilleen muusta aineistosta.
3. Luokittele, teemoita tai tyypittele aineisto.
4. Kirjoita yhteenveto.

Haastattelukysymykset suunniteltiin yhdessä toimeksiantajan kanssa, jotta voitiin varmistaa kysymysten vastaavan toimeksiantajan tavoitteisiin ja tarpeisiin. Aineistonkeruun ja litteroinnin jälkeen aineisto analysoitiin tutkimuskysymyksen sekä niiden teemojen mukaisesti, jotka perustuivat kiinnostukseen ja toimeksiantajan asettamiin kehittämistyön tavoitteisiin ja tarpeisiin. Aineisto käytiin läpi kysymyspari kerrallaan ja kunkin kysymysparin vastaukset pelkistettiin sekä kirjattiin erilliseen tiedostoon värikoodien avulla. Tällä tavoin muodostettu tiedosto mahdollisti esiintyvien teemojen tarkastelun ja vertailun. Lopuksi laadittiin yhteenveto tuloksista, jotka ovat esiteltyinä seuraavassa alaluvussa.

6.6 Tutkimuksen tulokset

Tutkimukseen osallistui yhteensä 12 matkustajaa, jotka haastateltiin Länsiterminaali 2:ssa. Haastattelut toteutettiin kahtena eri päivänä sekä eri kellonaikoina, jotta aineistoon saataisiin mahdollisimman monipuolinen otos eri matkailijoista ja matkustustilanteista. Ensimmäiset haastattelut toteutettiin aamulla 9.00-10.00 ja 12.00-13.00 välisenä aikana. Seuraavana päivänä haastattelut toteutettiin iltapäivällä 14.00-17.30 välisenä aikana. Tutkimuksen myötä matkustajat voidaan onnistuneesti jakaa teoreettisessa viitekehyksessä ilmeneviin matkailijasegmentteihin.

Haastattelu aineiston perusteella sekä teemoittelun avulla matkustajat voidaan jakaa pääsegmentteihin: perinteiset risteilymatkustajat, kansainväliset risteilymatkustajat, työmatkustajat ja itsensä hemmottelijat. Jokaisella ryhmällä on omat erityispiirteet ja käyttäytymismallit matkustuksessa sekä terminaalien kehitystarpeiden kannalta erilaisia ideoita. Tutkimuksessa ei tavoitettu viimeistä matkailijasegmenttiä eli rutiinimatkustajia ollenkaan. Uskon, että suurin osa kyseisestä matkailijasegmentistä kulkee omalla autolla laivaan eikä näin ollen ollut tavoitettavissa, koska haastattelut toteutettiin terminaalien yläkerrassa.

6.6.1 Vastaukset kysymysten mukaan

Kysyttäessä matkan tarkoitusta, seuruetta, saapumisaikaa sekä matkustuskertojen määrää vuodessa saatiin tietoa kyseisen vastaajan käyttäytymisestä sekä mihin matkailijasegmenttiin vastaaja kuuluu. Matkustusseuraa koskevassa kysymyksessä suurin osa vastaajista (5/12) ilmoitti matkustavansa puolisonsa kanssa. Kaksi vastaajista kertoi (2/12) matkustavansa perheen kanssa, kolme vastaajista (3/12) ystävien kanssa ja kaksi vastaajista (2/12) kertoi matkustavansa yksin.

Matkan tarkoitusta koskevassa kysymyksessä 10/12 vastaajista ilmoitti matkan tarkoitukseksi pelkästään lomailun tai rentoutumisen. Vain kaksi vastaajista kertoi matkan tarkoitukseksi työhön liittyvät motiivit. Vastaajajoukko koostui siis pääosin vapaa-ajan matkustajista.

Kysymyksellä ”Kuinka paljon ennen laivan lähtöä saavuit terminaaliin?” selvitettiin matkustajien saapumisaikaa ja matkustuskäyttäytymistä. Vastaajista 9/12 kertoi saapuvansa terminaaliin 1-1,5 h ennen laivan lähtöä. Kaksi vastaajaa kertoi saapuneensa 45 minuuttia ennen laivan lähtöä ja yksi vastaaja ilmoitti tulleensa vain 5 minuuttia ennen laivaan nousun alkua eli noin puoli tuntia ennen laivanlähtöä.

Haastatteluiden perusteella suurin osa vastaajista ei matkusta Länsiterminaali 2:n kautta usein Tallinnaan. Valtaosa vastaajista kertoi matkustavansa Tallinnaan satunnaisesti, vain muutamia kertoja vuodessa. Vastaajista viisi (5/12) kertoi matkustavansa alle viisi kertaa vuodessa Tallinnaan, kaksi (2/12) yhden kerran ja kolme (3/12) vastaajista oli ensimmäistä kertaa ikinä Länsiterminaalissa. Vain yksi vastaajista kertoi matkustavansa useita kertoja vuodessa työn takia. Eräs vastaaja ei osannut sanoa tarkkaa lukumäärää matkustuskerroille.

Kysymysten 5-7 (Liite 1.) avulla pyrittiin selvittämään vastaajien palveluiden käyttöä terminaalissa sekä millaisia palveluita he arvostaisivat tai kaipaisivat terminaaliin ja miksi. Haastattelujen vastausten perusteella useimmat matkustajat kokivat terminaalissa vietetyn ajan varsin lyhyeksi ja palveluiden käyttö jäi sen vuoksi melko rajalliseksi. Palveluiden käyttö jäi usean vastaajan mukaisesti vain peruspalveluiden, kuten wc-tilojen tai Panorama Bar/Bistron tasolle. Haastatteluista nousi ilmi, että ravintola- ja kahvipalveluita hyödynnettiin viiden (5/12) vastaajan toimesta ja wc-tiloja ilmoitti hyödyntävän neljä vastaajista (4/12). Kaksi vastaajista (2/12) kertoi hyödyntäneensä lasten leikkialuetta. Yksi vastaajista kertoi käyttäneensä Satamaparkkia auton säilytykseen matkan ajaksi.

Palveluiden vähäisestä käytöstä huolimatta vastaajilla oli kehittämisideoita terminaalin viihtyvyyteen ja palvelukokemukseen nähden. Yleisimmiksi toiveiksi nousi mukavampien istumati-
lojen ja rauhallisempien odotustilojen lisäys. Kahden (2/12) vastaajan mukaan lounge-tyylinen odotustila toisi myös lisäarvoa. Myös priority-laivaannousua pidettiin yhden vastaajan mielestä lisäarvoa tuottavana palveluna.

Erityisesti vastaajien, jotka kertoivat matkustavansa yhdessä perheensä kanssa, johon kuului lapsia, korostui tarve monipuolisemmille ja toiminnallisille leikkialueille.

Kysymysten 8 ja 9 (Liite 1.) avulla pyrittiin kartoittamaan vastaajien kokemuksia ja mielipiteitä liittyen terminaalien nykyisiin palveluihin sekä keräämään parannusehdotuksia terminaalien viihtyvyyteen liittyen. Haastatteluista kävi ilmi, että kahdeksan vastaajista koki terminaalien nykyiset palvelut riittäviksi. Viihtyvyyden kehittämisen osalta viisi (5/12) vastaajista mainitsi istumatilojen parantamisen. Viihtyvyyttä lisäävien elementtien, kuten kukkien ja erilaisen viherkasvien lisäämistä ehdotti kolme (3/12) vastaajista. Näiden lisäksi kaksi (2/12) vastaajista oli sitä mieltä, että terminaaliin tulisi lisätä jonkinlaista taidetta ja kulttuuria.

Lisäkysymyksenä vastaajille esitettiin kiinnostus kauppaa tai kioskitoimintaa kohtaan. Vain kolme (3/12) vastaajista kertoi kauppakonseptin olevan kiinnostava tai tarpeellinen.

6.6.2 Vastaukset matkustajasegmenttien mukaan

Perinteiset risteilymatkustajat muodostivat suurimman osan aineistosta. Matkustusseura vaihteli kyseisen segmentin välillä. He olivat tyypillisesti kotoisin pääkaupunkiseudulta, mutta muutama kyseisen matkustajasegmentin edustaja oli kotoisin myös muualta Suomesta. Vastausten mukaan perinteiset risteilymatkustajat saapuivat Länsiterminaaliin hyvissä ajoin ennen laivan lähtöä. Kysyttäessä kysymykset 1-4 (Liite 1.) saatiin kyseisen segmentin käyttäytymisestä tietoa matkan tarkoituksesta aina saapumisaikaan asti. Vastauksista muodostui kolme pääteemaa, jotka olivat matkaseura, saapumisaika ja matkustuskerrat.

”Ihan vapaa-ajan matka perheen kanssa. Täältä Helsingistä ollaan kotoisin. Me saavuimme terminaaliin 1,5 h ennen laivan lähtöä eli kello 9, kun laiva lähtee 10.30. Me matkustetaan Länsiterminaalin kautta Tallinnaan hyvin satunnaisesti, voi laskea määrät yhden käden sormilla.” (Vastaaja A.)

Perinteiset risteilymatkustajat korostivat aikaista saapumista. He saapuivat useimmiten noin 1-1,5 tuntia ennen laivan lähtöä. Useat vastaajat kertoivat matkustavansa joko perheen tai ystäviensä kanssa Länsiterminaalista noin 1-2 kertaa vuodessa.

”Facebook yhteisön kanssa. Kyseessä iso porukka. Meitä on noin 100 henkilöä tulossa tänne ihan ympäri Suomen. Me saavuimme terminaaliin 1,5 tuntia ennen laivan lähtöä.” (Vastaaja B.)

Kansainväliset risteilymatkustajat muodostivat vastaajaotannaltaan yhdessä työmatkustajien kanssa pienimmän osuuden aineistosta.

”Lomamatka vaimon kanssa. Olemme kotoisin Edinburghista. Saavuimme terminaaliin noin 45 minuuttia ennen laivan lähtöä. Emme ole ennen käyneet täällä. (Vastaja D.)

Kansainvälisten risteilymatkustaja segmentin vastaajien mukaan saapumisajankohdat vaihtelivat, vaikka he olivat ensimmäistä kertaa Länsiterminaalissa. Matkustusseura koostui joko yksin matkustavista tai puolison kanssa matkustavista henkilöistä.

Työmatkustajien vastaukset vaihtelivat pitkälti sen mukaan, mistä vastaja oli kotoisin ja mitä hän tekee työkseen. Toinen vastaajista oli Länsiterminaalissa ensimmäistä kertaa ikinä ja hänen matkustusseuransa koostui muusikkoystävistä.

”Työmatkalla muusikkoystävieni kanssa. Saavuimme terminaaliin noin 45 minuuttia ennen laivan lähtöä.” (Vastaja E.)

”Työmatkan vuoksi matkustan yksin. Saavuin ihan viisi minuuttia ennen laivaan nousun alkua. Tulee matkustettua useita kertoja vuodessa.” (Vastaja F.)

Vastaja E saapui terminaaliin aikaisemmin kuin vastaja F. Vastaja F kertoi olevansa kotoisin Helsingistä sekä kertoi matkustavansa useita kertoja vuodessa, kun taas vastaja E oli kotoisin Venäjältä ja kertoi matkustavansa ensimmäistä kertaa.

Vastajaotannasta toiseksi suurimmaksi muodostui matkustajasegmentti ”itsensä hemmottelijat”. Segmentin vastaajat olivat kotoisin melko laajasti ympäri Suomen eli ei selkeästi rajoittunut esimerkiksi pääkaupunkiseutuun.

”Matkustan yhdessä työkaverini kanssa. Itä-Suomesta asti tänne saavuttu. Matkan tarkoituksena on ihan pelkästään rentoutuminen. Matkustan harvoin täältä, ehkä kerran vuodessa. Saavuin noin 1,5h ennen laivan lähtöä.” (Vastaja H.)

Myös itsensä hemmottelijat korostivat aikaista saapumisaikaa, noin 1-1,5h ennen laivanlähtöä. Useat vastaajista mainitsivat matkustavansa noin kerran vuodessa. Matkustusseuraksi valikoitui useimmiten joko oma puoliso tai ystävä.

Kysymyksen 5 (Liite 1.) tarkoituksena oli selvittää, mitä palveluita haastateltavat olivat käyttäneet terminaalissa odottaessa laivaan nousun alkamista. Terminaalien palveluiden käyttö vaikutti olevan vähäistä ensimmäisenä haastatteluajankohtana, joka toteutettiin aamulla. Vastauksissa mainittiin useimmiten wc-tilojen käyttö tai se, että palveluita ei ole käytetty lainkaan. Vastauksista muodostui kaksi pääteemaa, jotka olivat ajankäyttö ja palvelut. Perinteisten risteilymatkustajien ja itsensä hemmottelija -segmentin vastaajien mukaan ravintolapalvelut olivat käytössä, kun taas työmatkustajat ja kansainväliset matkustajat eivät kertoneet käyttävänsä mitään.

”Tätä Panorama Baaria ja Wc-tiloja on keretty käyttämään.” (Vastaja B.)

”Wc-tiloja käytettiin. Ei oikein muita palveluja olla käytetty, kun täällä terminaalissa vietetty aika on niin lyhyt.” (Vastaja D.)

Kysymysten 6, 7 ja 8 (Liite 1.) tavoitteena oli saada tietoa matkustajasegmenttien mieltymyksistä, odotuksista ja tarpeista terminaalien nykyisiin ja tulevaisuuden palveluihin liittyen. Vastaukset vaihtelivat suuresti eri matkustajasegmenttien välillä, joka kertoo palvelutarpeiden monimuotoisuudesta. Vastajien mukaan pääteemoiksi nousivat mukavuuden lisääminen, ravintolapalveluiden tarjonnan monipuolistaminen sekä itsepalvelu ideologian edistäminen.

”Vähän isompi lasten leikkurikaus olisi ihan kiva, kun pitää tulla aika ajoissa tänne terminaaliin. Joku nurkkaus missä lapsia voisi helpommin valvoa. Siinä voisi olla muutakin tämän leikkiseinän lisäksi. Pieni liukumäki pallomereen esimerkiksi. Muuten terminaalien nykyiset palvelut ovat ihan riittävät. Ollaan menossa syömään laivalla, niin ei olla terminaalien kahvila- ja ravintolatarjontaan tutustuttu.” (Vastaja A.)

”Lisäarvoa tuottaisi laajempi hanaolutvalikoima täällä baarin puolella. Saisi olla myös enemmän istumapaikkoja, sellaisia mukavia, ei tällaisia kouluruokalaa muistuttavia pöytäasetelmiä. Rentoutusalue, kuten hierontatuolit olisivat tervetulleita. Infotaulut palveluista helpottaisi myös.” (Vastaja B.)

Myös työmatkustajien vastaukset vaihtelivat keskenään. Vastajan E mukaan:

”Täällä voisi olla jonkinlainen rentoutusalue, joka toisi lisäarvoa. Mielestäni rentoutuminen kuuluu kaikille ja sen pitäisi olla kaikille avoin. Kahviautomaatit olisivat myös kiva lisä terminaaliin, jotta voisi napata kahvin nopeasti mukaan itsepalveluautomaatista. Muuten terminaalien palvelut ovat ihan riittävät. Kauppa voisi olla kätevä, jos se toimisi samalla periaatteella mitä lentokentälläkin. Normaali kauppa normaaleilla hinnoilla.”

Sen sijaan vastajan F mukaan:

”Ei tässä ole mitään kerennyt käyttää, kun saavuin näin myöhään. Arvostaisin, jos täällä terminaalissa olisi puheluille rauhallinen tila. Sellainen, jossa olisi takuuarva yhteys, ettei puhelut päättyisi.”

Kansainvälisten matkustajien mukaan tyytyväisyys terminaalien palveluihin on kokonaisuudessaan melko hyvällä tasolla. Vastajat kokivat palvelut riittäviksi ja niiden viihtyisyyttä positiivisena osana terminaalikokemusta. Erään vastajan mukaan saavutettavuuden parantaminen nousi kuitenkin yhdeksi kehitysehdotukseksi.

”Infotaulut olisivat hyödyllisiä myös täällä yläkerrassa. Alhaalla oli taulu lähteivistä ja saapuvista laivoista, mutta täällä ylhäällä ei ole mitään.” (Vastaja G.)

Vastausten perusteella itsensä hemmottelijat -segmenttiin kuuluvat matkustajat kokivat yleisesti ottaen terminaalien palvelut riittäviksi, mutta erityisesti he korostivat kuitenkin lisämukavuutta ja elämyksellisyyttä.

”Lisäarvoa tuottaisi erillinen Lounge-tila, johon pääsisi lisämaksutta laivavarustamon kantaasiakkuustason mukaan. Samoin priority-laivaannousu samalla periaattella. Muuten terminaalien nykyiset palvelut ovat riittävällä tasolla. Kauppaa ja sen puutetta en koe tärkeänä.” (Vastaja I.)

”Nämä nykyiset ravintolatarjonnat ovat vähän suppeat. Alkoholitarjontaa on paljon, verrattuna ruokatarjontaan. Voisi olla enemmän jotain naposteltavaa. Kauppa olisi kiinnostava konsepti terminaalissa, jos sieltä voisi ostaa suolaisia ja makeita snackseja.” (Vastaja H.)

Kysymyksen 9 (Liite 1.) avulla pyrittiin kartoittamaan haastateltavien parannusehdotuksia terminaalien viihtyisyyteen liittyen. Haastateltavat toivat esiin erilaisia ehdotuksia liittyen terminaalien viihtyvyyden parantamiseen.

Kahden eri matkustajasegmentin vastauksista käy ilmi, että selkänojallisia tuoleja kaivattaisiin lisää. Perinteisen risteilymatkustajan mukaan *”Viherkasvit olisivat tervetulleita. Meitä vielä ehkä vähän iäkkäämpiä ihmisiä ajatellen sellaiset selkänojalliset vähän korkeammat tuolit olisivat hyvät. Muutenkin tuoleja voisi olla lisää, joissa olisi selkänojat.”* (Vastaja A.)

”Enemmän istumapaikkoja selkänojilla. Myös tämä terminaalien lämpötila. Tuntuu, että suuret ikkunat vetävät viileää ilmaa sisään. Tai sitten se on vaan Suomi.” (Vastaja D.)

Haastateltavat toivat esiin erilaisia ehdotuksia liittyen terminaalien viihtyvyyden parantamiseen. Vastauksista voidaan huomata heijastuneisuus kyseisen vastaajan matkustajasegmenttiin ja käyttäytymiseen. *”Mielestäni Helsinki ja helsinkiläiset ovat siistejä. Taidetta voisi hyvin olla terminaalissa yhtenä viihtyvyyttä lisäävänä tekijänä.”* (Vastaja E.)

Itsensä hemmottelijat korostivat puolestaan teemakauppoja suomalaisista brändeistä ja värien/taiteen lisäämisestä, jotka olisivat siten viihtyvyyttä lisäävä tekijä.

”Terminaalien viihtyvyyttä voisi parantaa väreillä tai tekstiilitaiteella, joka puolestaan helpottaisi akustiikassa, kun täällä on aika kova hälinä.” (Vastaja H.)

7 Kehittämisehdotukset toimeksiantajalle

Tutkimuksen tulosten perusteella huomataan Länsiterminaali 2:n nykyisten palveluiden olevan pääosin toimivia ja riittävällä tasolla. Eri matkustajasegmenttien vastauksissa nousi kuitenkin esiin kehitystarpeita liittyen terminaalin viihtyvyyteen, palveluiden monipuolistamiseen, perheystävällisyyteen sekä saavutettavuuden ja informoinnin parantamiseen, jotka toisivat lisäarvoa. Osa kehitystarpeista tulisi tuomaan joko lyhyemmällä tai pidemmällä aikavälillä Helsingin Satamalle myös toivottua tukea organisaation tulokellisuuden kasvattamiseen nähden. Parannukset eivät pelkästään tukisi matkustajien kokemaa asiakaskokemusta vaan parantaisivat vaikutuksillaan myös organisaation liiketoimintaa ja brändimielikuvaa. Osa kehitysideoista voidaan toteuttaa suhteellisen helposti, kun taas osa kehitysideoista vaatii enemmän suunnittelua nykyisen terminaalin tilan rajallisuuden vuoksi.

Etenkin itsensä hemmottelijat -matkustajasegmentin vastauksista voidaan todeta, että erillinen odotustila niin kutsuttu ”lounge” olisi toivottu palvelu, joka toisi lisäarvoa kyseiselle asiakasryhmälle. Loungetilän lisäksi aikaisempi laivaan nousu niin sanottu ”priority” palvelu olisi lisäarvoa tuottava ominaisuus. Lounge-tilan tarjoaminen maksullisena tai osana Länsiterminaalista liikennöivien laivavarustamojen kanta-asiakkuutta, se voi mahdollistaa Helsingin Satamalle lisätuloja sekä vahvistaa samalla sataman yhteistyötä terminaalista liikennöivien laivavarustamojen kanssa.

Erillinen rentoutusalue nousi esiin puolestaan työmatkustajien vastauksissa. Vastausten perusteella sen tulisi sisältää erilaisia rentoutumiseen tarkoitettuja istuimia ja rauhallisia työskentelytiloja esimerkiksi puhelujen ja kokouksien vastaanottoon.

Informaation ja palveluiden saavutettavuus nousi esiin etenkin kansainvälisen risteilymatkustajan vastaajan ja perinteisen risteilymatkustaja -segmentin vastaajan mukaan. Esimerkiksi terminaalin nykyiset hierontatuolit ovat vaikeasti havaittavissa ja saavutettavissa. Hierontatuoleja uudelleensijoittamalla saavutettavuutta edistettäisiin, käyttöä lisättäisiin ja näin ollen asiakaskokemusta parannettaisiin.

Tutkimuksen mukaan palveluiden monipuolistaminen ja viihtyvyyden edistäminen on toinen keskeinen kehityskohde. Etenkin perinteiset risteilymatkustajat ja itsensä hemmottelijat-segmentin vastauksista voidaan huomata selkeästi suurempi ravintolapalveluiden käyttäminen, kun taas työmatkustajien tai kansainvälisten risteilymatkustajien vastauksista. Viihtyisämmät ja selkeämmät tilat edesauttavat matkustajia viettämään terminaalissa enemmän aikaa, joka puolestaan voi lisätä kahvila- ja ravintolapalveluiden käyttöä. Tutkimuksesta nousi esille Panorama Baarin pöytien ja tuolien epämukavuus, joka osaltaan voi heikentää ravintolassa vietettyä aikaa. Panorama Baarin sisustusta voitaisiin vaihtoehtoisesti muokata hieman lounge-tyyliseksi lisäämällä sohvia ja pöytänurkkauksia, joka puolestaan edistää mukavuutta ja vähentää tutkimuksessa nousseen ”kouluruokala” tunnelman esiintymistä. Haastatteluista

nousi ehdotus laajemmalle naposteluvalikoimalle ravintolassa ja baarin hanaoluiden laajentamiselle. Ravintolatarjonnan houkuttelevuutta ja kulutusta voitaisiin lisätä hyödyntämällä erilaisia sesonkeja ja juhlapyhiä, jotta valikoima pysyy mielenkiintoisena ja vaihtelevana.

Kaupan ja kioskitoiminnan kiinnostavuutta selvitettiin lisäkysymyksellä haastatteluiden edessä, mutta moni vastaajista koki kaupan epäkiinnostavaksi konseptiksi. Terminaali ympäristön ollessa hektinen, kauppaan meno ei välttämättä houkuta ihmisiä, koska ne mielletään usein kiireisiksi. Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että kioskitoiminta voisi olla potentiaalinen ratkaisu, sillä monipuolisemmat snacksit herättivät kiinnostusta. Itsepalvelutyyliset ratkaisut näyttäisivät kiinnostavan erityisesti työmatkustajia. Kioskitoiminnassa voitaisiin tarjota työmatkustajille nopeutta ja itsepalvelu ideologiaa, kun taas itsensä hemmottelijoille laajempaa suolaisten ja makeiden syötävien valikoimaa. Vaihtoehtoisesti terminaalin odotus-tilat voisivat sisältää automatisoituja palveluita, kuten kahvi- ja laajempia välipala-automaatteja.

Haastattelujen perusteella kukaan vastaajista ei ollut käyttänyt tai ollut kiinnostunut etenkin nyt syksyllä terminaalin alakerrasta löytyvästä ”Coffee & Ice cream” kahvilasta. Kioski-konsepti ja itsepalvelu ideologia nousivat puolestaan työmatkustajien ja joidenkin itsensä hemmottelijoiden vastauksista, jolloin alakerran kahvilaa voisi ajatella hyödynnettävän ja muunnettavan kioskiksi eri vuodenaikoja ja sesonkeja varten.

Etenkin perinteiset risteilymatkustajat, jotka matkustivat lasten kanssa, toivoivat lapsille laajempia leikkialueita, jotka olisivat myös helposti valvottavissa. Perheystävällisyyden huomioiminen, laajemman, monipuolisemman leikkialueen rakentaminen tekee terminaalista houkuttelevamman perheille, mikä puolestaan lisää asiakasuskollisuutta ja -tyytyväisyyttä. Leikki-alue tulisi sijoittaa siten, että vanhemmat halutessaan voivat nauttia ravintolapalveluista ilman, että näköyhteys leikkialueeseen menetetään.

Terminaalin viihtyvyyteen liittyen kerättiin monenlaisia kehitysideoita. Terminaalin viihtyvyyttä voitaisiin parantaa vaihtuvien visuaalisten ilmeiden ja taiteen avulla, erilaisten vaihtuvien kaupallisten konseptien avulla sekä kasvillisuuden ja tekstiilitaiteen lisäämisellä.

8 Yhteenveto ja pohdinta

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää Länsiterminaali 2 matkustajaliikenteen palveluita eri matkustajasegmenteille asiakaskokemuksen parantamiseksi. Tutkimuksen tarkoituksena oli tunnistaa, miten palveluita voidaan parantaa ja kehittää eri matkustajaryhmien tarpeisiin asiakaskokemusta kokonaisvaltaisesti parantaen. Tutkimusmenetelmäksi valittiin laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus. Haastattelut toteutettiin puolistrukturoituina haastatteluiluina syyskuussa 2025, johon osallistui yhteensä 12 matkustajaa.

Kuten opinnäytetyön alussa todetaan, risteilymatkustajien iällä tai sosioekonomisella asemalla ei näytä olevan merkittävää vaikutusta heidän käyttäytymiseensä tai kokemuksiinsa. Sen sijaan tärkeää on todellisuudessa se, mihin ryhmään matkustaja kokee kuuluvansa ja miten hän itse kokee viihteen, palvelun tai elämyksen merkityksen omassa matkustuskokemuksessa. Tutkimuksesta huomataan, että ikä ei erottanut matkustajien käytöstä ja ikäkysymys myös ohitettiin haastatteluiden edetessä, sillä moni ei halunnut vastata tarkkaa ikää. Vastausten perusteella voidaan huomata, että eri matkustajasegmenteillä on erilaiset tottumukset ja saapumisajat. Kansainvälisillä risteilymatkustajilla ja työmatkustajilla voidaan vastausten perusteella todeta olevan myöhäisin saapumisaika, noin 45 minuuttia ennen laivanlähtöä verrattuna perinteisiin risteilymatkustajiin ja itsensä hemmottelijoihin, jotka saapuvat jopa 1-1,5 tuntia ennen laivan lähtöä. Saapumisaikaan kuitenkin voi vaikuttaa huomattavasti se, onko kyseessä aamun aikaisin vai iltapäivän lähtö. Aamulähtöön saavutaan usein myöhemmin, kuin iltapäivän lähtöön.

Vastausten perusteella voidaan todeta, että terminaalin palveluiden käyttö on ollut melko vähäistä. Vastausten perusteella peruspalveluiden, kuten wc-tilojen käyttö korostui, mutta ravintolatarjonnan käyttö puuttui joiltain matkustajasegmenteiltä ja niiden vastaajilta kokonaan. Etenkin työmatkustajat saapuivat paikalle melko lähellä laivaan nousun alkamista, jonka takia palveluita ei ole käytetty laisinkaan. Tutkimuksen myötä voidaan huomata, että aikaisemmin saapuva työmatkustaja kaipaa mukavampia odotustiloja, jotka tukevat yksilön palautumista ennen työmatkaa. Myöhään saapuva työmatkustaja ei puolestaan osaa arvostaa samanlaisia rentoutumiseen liittyviä elementtejä, vaan korostaa puolestaan toiminnallisempaa ja teknisempää palvelua, kuten rauhallisia käytännönläheisiä tiloja puheluita varten.

Kysymysten 6, 7 ja 8 (Liite 1.) tavoitteena oli saada tietoa haastateltavien mieltymyksistä, odotuksista ja tarpeista terminaalin nykyisiin ja tulevaisuuden palveluihin liittyen. Vastaukset vaihtelivat suuresti eri matkustajasegmenttien välillä, joka kertoo palvelutarpeiden monimuotoisuudesta. Perinteiset risteilymatkustajat ja etenkin lasten kanssa matkustavat painottivat lapsiystävällisiä tiloja ja niiden parantamista. He kokevat terminaalin olevan selkeästi enemmän osana matkan alkua ja kokevat sen vuoksi viihtyisämmät odotustilat tarpeellisiksi.

Haastateltavat toivat esiin erilaisia ehdotuksia liittyen terminaalin viihtyvyyden parantamiseen. Vastauksista voidaan huomata heijastuneisuus kyseisen vastaajan matkustajasegmenttiin ja käyttäytymiseen. Työmatkustajan mukaan terminaalissa voisi olla taidetta, jota ihailta rentoutuessa ennen matkaa, kun taas itsensä hemmottelijan mukaan pop-up tyylliset teema-kaupat terminaalissa voisi olla viihtyvyyttä lisäävä tekijä. Useamman vastaajan mukaan terminaalin viihtyisyyttä voitaisiin parantaa tuomalla sinne kasvillisuutta tai erilaisia kukkia luomaan tunnelmaa.

Teoreettisen viitekehyksen ja toteutettujen haastatteluiden mukaan toimeksiantaja voi hyödyntää Länsiterminaalin tunnelman ja viihtyvyyden parantamisessa tunnelmajohtamisen 4T-mallia. 4T-mallin mukaan teoria osuus on toteutettu haastatteluiden merkeissä kysyttäessä eri matkustajasegmenteiltä parannusehdotuksia terminaalin viihtyvyyteen liittyen. Työkaluilla tarkoitetaan keinoja tai elementtejä, joilla tavoiteltu tunnelma voidaan saavuttaa. Työstö vaiheessa on tarkoitus testata kehiteltyä ideaa ennen viimeistä eli tuotos vaihetta. Tuotos on se, mitä kaikesta edeltävästä syntyy, mutta sen ei tarvitse olla lopullista, vaan sitä voidaan muokata ajan myötä. 4T-mallia voidaan hyödyntää monissa eri kehitysprosesseissa.

Haastatteluiden osallistujamäärä jäi vähäiseksi (12 vastaajaa) eikä yhtä matkustajasegmenttiä (rutiinimatkustajat) tavoitettu ollenkaan, minkä vuoksi tuloksia tulee tarkastella suuntaa antavina. Vastaukset antavat kuitenkin arvokasta tietoa toimeksiantajalle palveluiden nykytilasta ja kehittämiskohteista. Aineiston analysoinnissa ei myöskään tuotu ilmi kellonaikoja, joka voi osaltaan heikentää luotettavuutta palveluiden käyttämisen suhteen.

Vuonna 2019 Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (TENK) laatimassa ohjeistuksessa tuodaan esiin, että ihmiseen kohdistuvassa tutkimuksessa on kiinnitettävä erityistä huomiota tutkittavien henkilöiden anonymiteetin suojaamiseen, vapaaehtoisuuden varmistamiseen ja riittävään tiedottamiseen tutkimuksesta (TENK 2019, 8-9). Tässä opinnäytetyössä ja haastattelujen toteuttamisessa noudatettiin edellä mainittuja tutkimuseettisiä periaatteita. Haastateltaville kerrottiin tutkimuksen tarkoitus eli miten Länsiterminaali 2:n palveluita voitaisiin kehittää eri matkustajasegmenteille asiakaskokemuksen parantamiseksi. Osallistujille kerrottiin, että tutkimus toteutetaan täysin anonyyminä ja osallistuminen perustuu vapaaehtoisuuteen. Lisäksi annettiin selkeä ja ymmärrettävä tieto haastattelun nauhoittamisesta litteroinnin helpottamiseksi ja kerrottiin, että nauhoitukset tullaan poistamaan heti tulosten käsittelyn päätyttyä.

Eskola ym. (2005, 211) mukaan kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuusterminologia voidaan jakaa kolmeen ryhmään: uskottavuuteen, siirrettävyyteen ja vahvistavuuteen. Ensimmäinen luotettavuuden arvioinnin kriteerillä eli uskottavuudella tarkoitetaan sitä, että tutkijan tulisi tarkastaa vastaavatko hänen käsitteellistyksensä ja tulkinnat tutkimukseen osallistuvien käsityksiä. Uskottavuudella tarkoitetaan siis sitä, kuinka hyvin tutkimuksen tulokset koetaan paikansäilyttäväksi tutkimukseen osallistuneiden sekä laajemman yleisön näkökulmasta (Puusa ym.

2020, 181). Siirrettävyydellä tarkoitetaan kvalitatiivisen tutkimustuloksien soveltumista toiseen ympäristöön, jonka myötä tuloksissa korostuu sovellettavuus ja käytännön hyödyllisyys (Saaranen-Kauppinen ym. 2006). Vahvistavuudella tarkoitetaan, että tutkijan johtopäätökset saavat tukea aikaisemmista tutkimuksista, jossa on tarkasteltu vastaavaa ilmiötä (Eskola ym. 2005, 212). Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta parantaa myös tutkijan järjestelmällinen selitys siitä, miten tutkimus on toteutettu ja missä vaiheissa. Aineiston analyysivaiheessa puolestaan on tärkeää luokittelujen tekeminen ja tutkijan selostus, mistä luokittelut ovat peräisin ja miksi niihin on päädytty. (Hirsjärvi ym. 2009, 232.)

Tutkimuksen vahvistuvuutta pyrittiin tukemaan tarkalla aineistolähtöisellä tulkinnalla perustuen aikaisempiin tutkimuksiin, kuten Visit Finlandin ja Taloustutkimus Oy:n tekemiin esityksiin. Siirrettävyyttä edistettiin kuvaamalla palveluprosessin kehittämisen vaiheet, tutkimusympäristö ja segmentit mahdollisimman hyvin. Täten lukija pystyy arvioimaan tulosten sovellettavuutta muihin samankaltaisiin palveluyrityksiin. Uskottavuutta vahvistettiin tuomalla eri segmenttien suoria lainauksia kerätystä aineistosta, jotta luottamus muodostuu tuloksia lukevalle ja johtopäätökset pohjautuvat suoraan todellisuuteen.

Tutkimus tarjoaa toimeksiantajalle suuntaa antavia, mutta konkreettisia kehitysehdotuksia perustuen eri matkustajasegmenttien vastauksiin. Tulevaisuutta ajatellen, palveluita voidaan lähteä systemaattisesti kehittämään sekä seuraamaan kehitystoimenpiteiden vaikutuksia erityisesti asiakaskokemuksen parantamiseen ja organisaation liiketoiminnan kannattavuuden lisäämiseen. Jatkokehityksen kannalta on tärkeää myös, että asiakasdataa hyödynnetään edelleen, jotta toteutetut ratkaisut tukevat matkustajasegmenttien odotuksia.

Lähteet

- Ahvenainen, P., Gylling, J. & Leino, S. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus. Tee asiakkaistasi faneja. 2. painos. Helsinki: Kauppakamari
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2021. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 19. painos. Keuruu: Ota-
van kirjapaino
- Dickinson, B. & Vladimir, A. 2007. Selling the sea - An inside look at the cruise industry. 2.
painos. Yhdysvallat: Wiley
- Dowling, R. & Weeden, C. 2017. Cruise ship tourism. 2. painos. Iso-Britannia: Cabi
- Eskola, J. & Suoranta, J. 2005. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 7. painos. Jyväskylä:
Gummerus Kirjapaino
- Gerdt, B. & Korhikoski, K. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus. Työkalupakki. Helsinki: Ta-
lentum
- HH Ravintolat Oy. 2024. Panorama Bistro & Bar. Viitattu 10.9.2025. [https://www.hhravinto-
lat.fi/panorama-bistro-bar](https://www.hhravinto-
lat.fi/panorama-bistro-bar)
- Helsingin kaupunki. 2025. Länsiterminaali 2. Viitattu 5.5.2025. [https://www.my-
helsinki.fi/fi/places/lansiterminaali-2/](https://www.my-
helsinki.fi/fi/places/lansiterminaali-2/)
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. painos. EU: Tekijät ja kir-
jayhtymät
- Instagram. 2025. Port of Helsinki. Viitattu 10.9.2025. [https://www.instagram.com/p/DKHI-
oIOCG45/?igsh=MWk0bjljZzBhNTY5Yg==](https://www.instagram.com/p/DKHI-
oIOCG45/?igsh=MWk0bjljZzBhNTY5Yg==)
- Jaakkola, E., Orava, M. & Varjonen, V. 2009. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua - Opas
yrityksille. 4. painos. Helsinki: Libris
- Kaija - Helsingin Sataman verkkolehti. Matkustajasegmentit: Elämyksiä, hemmottelua, työtä
ja kokouksia. Viitattu 27.8.2025. [https://www.portofhelsinki.fi/kaija/satama-kehitty/mat-
kustajasegmentit-elamyksia-hemmottelua-tyota-ja-kokouksia/](https://www.portofhelsinki.fi/kaija/satama-kehitty/mat-
kustajasegmentit-elamyksia-hemmottelua-tyota-ja-kokouksia/)
- Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Publishing
- Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy. 2024. Viitattu 27.8.2025. [https://www.kielitoi-
mistonsanakirja.fi/#/perinteinen](https://www.kielitoi-
mistonsanakirja.fi/#/perinteinen)
- Löytänä, J. & Kortesoja, K. 2011. Asiakaskokemus - palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. 2.
painos. Helsinki: Talentum
- Mancini, M. 2011. The CLIA Guide To The Cruise Industry. Delmar: New York.
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät - Uudenlaista osaa-
mista liiketoimintaan. 3. painos. Helsinki: Sanoma Pro.

Port Of Helsinki 2025a. Matkustajaterminaalit. Viitattu 25.4.2025. <https://www.portofhelsinki.fi/matkustajille/matkustajaterminaalit/>

Port Of Helsinki 2025b. Tietoa meistä. Viitattu 25.4.2025. <https://www.portofhelsinki.fi/tietoa-meista/>

Port Of Helsinki 2025c. Tietoa meistä. Kaija verkkolehti. Viitattu 5.5.2025. <https://www.portofhelsinki.fi/tietoa-meista/helsingin-satama/>

Port Of Helsinki 2025d. Länsiterminaalit 2. Viitattu 5.5.2025. <https://www.portofhelsinki.fi/matkustajille/matkustajaterminaalit/lansiterminaalit-2/>

Port Of Helsinki 2025e. Helsingissä laivamatkustus kasvoi 2024 maltillisesti - tavaraa kuljetettiin yhtä paljon kuin edellisellä vuonna. Viitattu 5.5.2025. <https://www.portofhelsinki.fi/tietoa-meista/helsingin-satama/ajankohtaista/helsingissa-laivamatkustus-kasvoi-2024-maltillisesti-tavaraa-kuljetettiin-yhta-paljon-kuin-edellisena-vuonna/>

Port Of Helsinki 2025f. Länsisataman kehittäminen. Viitattu 26.8.2025. <https://www.portofhelsinki.fi/uudistamme-satamaa/tulevaisuuden-satama/lansisataman-kehittaminen/>

Port Of Helsinki 2025g. Ruoka ja juoma - Länsiterminaalit 2. Viitattu 10.9.2025. <https://www.portofhelsinki.fi/matkustajille/matkustajaterminaalit/lansiterminaalit-2/ruoka-ja-juoma-lansiterminaalit-2/>

Port Of Helsinki 2025h. Lapsiperheille - Länsiterminaalit 2. Viitattu 10.9.2025. <https://www.portofhelsinki.fi/matkustajille/matkustajaterminaalit/lansiterminaalit-2/lapsiperheille-lansiterminaalit-2-2/>

Port Of Helsinki 2025i. Muut palvelut - Länsiterminaalit 2. Viitattu 10.9.2025. <https://www.portofhelsinki.fi/matkustajille/matkustajaterminaalit/lansiterminaalit-2/maat-palvelut-lansiterminaalit-2/>

Port Of Helsinki 2025j. Pysäköinti - Länsiterminaalit 2. Viitattu 10.9.2025. <https://www.portofhelsinki.fi/matkustajille/matkustajaterminaalit/lansiterminaalit-2/lansiterminaalit-2-pysakointi/>

Port Of Helsinki 2025k. Avustamispalvelut. Viitattu 19.9.2025. <https://www.portofhelsinki.fi/matkustajille/matkustajietoa/avustamispalvelut/>

Puusa, A. & Juuti, P. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Tallinna: Gaudeamus

Rantanen, M. 2016. Tunnelmamuotoilu. Helsinki: Talentum Pro

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaristo. Viitattu 14.9.2025. https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Yleistäminen. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaristo. Viitattu 28.10.2025. https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_2_3.html

Suomen Asiakastieto Oy. 2025. HH Liikenneravintolat Oy. Viitattu 10.9.2025. <https://www.asiakastieto.fi/yritykset/fi/hh-liikenneravintolat-oy/31826104/yleiskuva>

Suomisanakirja.fi. 2025. Rutiini. Viitattu 27.8.2025. <https://www.suomisanakirja.fi/rutiini>

Tilastokeskus. Risteily. Viitattu 27.8.2025. <https://stat.fi/meta/kas/risteily.html>

Tilastokeskus. Työmatka. Viitattu 27.8.2025. <https://stat.fi/meta/kas/tyomatka.html>

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi

Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje. 2019. Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarvointi Suomessa. Viitattu 28.10.2025. https://tenk.fi/sites/default/files/2021-01/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2020.pdf

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino

Visit Finland. Matkailun kohderyhmät - Tunnista kohderyhmäsi, asiakkaasi ja vahvuutesi. Viitattu 13.9.2025. <https://www.visitfinland.fi/suomen-matkailudata/matkailun-kohderyhmat>

Wikipedia. Länsiterminaali 2. Viitattu 5.5.2025. https://fi.wikipedia.org/wiki/L%C3%A4nsiterminaali_2

Wikisanakirja. Tavanomainen. Viitattu 14.9.2025. <https://fi.wiktionary.org/wiki/tavanomainen#:~:text=1.%20tavanmukainen%2C%20totunnainen%2C,tavaksi%20tullut%20%5Bpiilota%5D>

Julkaisemattomat lähteet

Perälähti, M. 2025. Matkailijasegmentointi. Raportti 02/2025. Taloustutkimus Oy. Helsinki.

Tämän tekstin kieliasun muokkaamisessa on hyödynnetty ChatGPT:tä.

Kuviot

Kuvio 1: Palveluliiketoiminnan kehittäminen tuotteistamisen avulla	17
Kuvio 2: Uuden palvelun kehitysprosessi	18
Kuvio 3: Tunnelmamuotoilun osa-alueet	21
Kuvio 4: Tunnelmajohtamisen 4T	22

Kuvat

Kuva 1: Matkailijasegmentointi	15
--------------------------------------	----

Liitteet

Liite 1: Haastattelupohja.....	43
Liite 2: Interview framework	44
Liite 3: Haastattelujen värikoodaus ja teemoittelu matkailijasegmenttien mukaan	45

Liite 1: Haastattelupohja

Tämän haastattelun tavoitteena on selvittää, miten Länsiterminaali 2:n palveluita voidaan kehittää eri matkustajasegmenteille asiakaskokemuksen parantamiseksi. Haastattelu toteutetaan osana opinnäytetyötäni eikä vastauksista pysty tunnistamaan yksittäisiä henkilöitä, joten tutkimukseen osallistuminen on täysin anonyymiä. Osallistuminen on vapaaehtoista ja osallistujalla on oikeus keskeyttää haastattelu milloin tahansa. Tämä haastattelu nauhoitetaan vastausten kirjaamisen ja analysoinnin helpottamiseksi.

Haastatteluun osallistuja on nyt tietoinen tutkimuksen tarkoituksesta, osallistumisen vapaaehtoisuudesta, haastattelun nauhoittamisesta sekä siitä, että kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti. Tämän suostumuksen nojalla haastattelu voi jatkua ilman erillistä kirjallista lupaa.

Haastateltavan taustatiedot

Ikä:

Kotipaikkakunta/-maa:

1. Kenen kanssa matkustat?
2. Mikä on matkan tarkoituksesi?
3. Kuinka paljon ennen laivan lähtöä saavuit terminaaliin?
4. Kuinka monta kertaa vuodessa matkustat Länsiterminaali 2 kautta Tallinnaan?
5. Mitä palveluita olet käyttänyt terminaalissa?
6. Millaisia palveluita arvostat eniten terminaalissa?
7. Minkälaisia palveluita kaipaisit terminaaliin? Miksi ne tuottaisivat lisäarvoa sinulle?
8. Oletko tyytyväinen terminaalin palveluihin? Jos et, mitä pitäisi kehittää?
9. Miten parantaisit terminaalin viihtyvyyttä?

Kiitos ajastasi. Haastattelun vastauksia tullaan käyttämään nimettömästi Helsingin Sataman Länsiterminaali 2:n palveluiden kehittämisessä eri matkustajasegmenteille asiakaskokemuksen parantamiseksi.

Liite 2: Interview framework

The purpose of this interview is to find out how the services of West Terminal 2 can be developed for different passenger segments to improve customer experience. This interview is part of my thesis work. Participation is completely anonymous, and it is not possible to recognize individual participants from their answers. Participating is voluntary and the participant has the right to stop the interview at any time. This interview will be recorded because it helps me to document the responses.

The participant is now aware of the purpose of the research, the voluntary nature of participation, the recording of the interview and that all responses will be treated confidentially. By agreeing to these terms, the interview may proceed without separate written permission.

Interviewees information

Age:

Hometown/country:

1. Who are you traveling with?
2. What is the purpose of your trip?
3. How much earlier do you arrive at the terminal before the boarding starts?
4. How many times a year do you travel through West Terminal 2 to Tallin?
5. What services have you used in the terminal?
6. What kind of services do you appreciate in the terminal?
7. What services would you need at the terminal? What kind of value would it bring to you?
8. Are you satisfied with the services at the terminal? If you answered no, what should be improved?
9. How would you improve the comfort of the terminal?

Thank you for your time! The answers from this interview will be used anonymously by the Port of Helsinki, West Terminal 2, to develop services for different passenger segments and to improve customer experience.

Liite 3: Haastattelujen värikoodaus ja teemoittelu matkailijasegmenttien mukaan

Perinteinen risteily- matkustaja	Kansainvälinen risteily- matkustaja	Työmatkustaja	Itsensä hemmottelija
-------------------------------------	--	---------------	----------------------

Kenen kanssa matkustat (+ mistä kotoisin)? Mikä on matkan tarkoituksesi? Kuinka monta kertaa vuodessa matkustat Länsiterminaali 2 kautta Tallinnaan? (Kysymykset 1, 2 & 4)

Alkuperäinen ilmaisu	Pelkistys	Matkailijasegmentti
”Ihan vapaa-ajan matka perheen kanssa. Me matkustetaan tosi satunnaisesti, voi laskea määrät yhden käden sormilla.” Vastaja A.	Perhematka. Satunnainen matkustaminen Tallinnaan, alle 5x vuodessa. Kotoisin Helsingistä.	Perinteinen risteilymatkustaja
”Vaimon kanssa lomamatkalla. Olemme kotoisin Edinburghista. Emme ole ennen käyneet täällä eli tämä on meidän ensimmäinen kertamme.” Vastaja D.	Vapaa-ajan lomamatka. Ensimmäinen. Kotoisin Edinburghista.	Kansainvälinen risteilymatkustaja
”Työmatka muusikkoystävieni kanssa. Olen itse venäjältä kotoisin ja tämä on ensimmäinen kertani Länsiterminaalissa.” Vastaja E.	Työmatka. Ensimmäinen kerta. Kotoisin Venäjältä.	Työmatkustaja
”Vaimon kanssa matkustan. Helsingistä ollaan kotoisin. Matkustamme Länsiterminaalin kautta satunnaisesti, muutamia kertoja vuodessa.” Vastaja I.	Vapaa-ajan matka. Satunnainen matkustaminen Tallinnaan, alle 5x vuodessa. Kotoisin Helsingistä.	Itsensä hemmottelija
”Matkustan yhdessä työkaverini kanssa. Ollaan Itä-Suomesta asti tänne saavuttu. Matkan tarkoituksena on ihan pelkästään rentoutuminen. Matkustan harvoin täältä, ehkä kerran vuodessa.” Vastaja H.	Rentoutumismatka. Matkustaminen kerran vuodessa. Kotoisin Itä-Suomesta.	Itsensä hemmottelija
”Facebook yhteisön kanssa. Kyseessä iso porukka. Meitä on noin 100 henkilöä tulossa tänne	Ryhmämatka/Yhteisö, noin 100 henkilöä yhteensä.	Perinteinen risteilymatkustaja

ihän ympäri Suomen.” Vastaaja B.	Matkustuskerroista ei luotettavaa tietoa.	
----------------------------------	---	--

Kuinka paljon ennen laivan lähtöä saavuit terminaaliin? (kysymys 3)

Alkuperäinen ilmaus

Pelkistys

Matkailijasegmentti

”Me saavuimme terminaaliin 1,5 tuntia ennen laivan lähtöä.” Vastaaja A.	Yli tunti ennen.	Perinteinen risteilymatkustaja
”Saavuimme terminaaliin noin 45 minuuttia ennen laivan lähtöä.” Vastaaja D.	Alle tunti ennen.	Kansainvälinen risteilymatkustaja
”Saavuin terminaaliin noin 45 minuuttia ennen laivan lähtöä.” Vastaaja E.	Alle tunti ennen.	Työmatkustaja
”Saavuimme terminaaliin reilu tunti ennen laivan lähtöä” Vastaaja I.	Yli tunti ennen.	Itsensä hemmottelija
”Saavuin tänne 1,5 h ennen laivan lähtöä.” Vastaaja H.	Yli tunti ennen.	Itsensä hemmottelija
”Jokainen saapuu tänne vähän eri aikaan. Meitä on nyt tässä kymmenen saapunut noin 1,5 h ennen.” Vastaaja B.	Yli tunti ennen.	Perinteinen risteilymatkustaja

Mitä palveluita olet käyttänyt terminaalissa? Millaisia palveluita arvostat eniten terminaalissa? Minkälaisia palveluita kaipaisit terminaaliin ja miksi ne tuottaisivat lisäarvoa? (Kysymykset 5, 6 & 7)

Alkuperäinen ilmaus

Pelkistys

Matkailijasegmentti

”Vessassa käytiin ja leikkittiin leikkiseinällä. Vähän isompi lasten leikkinurkkaus olisi ihan	WC-tilojen käyttö. Leikkiseinän käyttö.	Perinteinen risteilymatkustaja
--	---	--------------------------------

<p>kiva, kun pitää tulla aika ajoissa tänne terminaaliin. Joku nurkkaus missä lapsia voisi helpommin valvoa. Siinä voisi olla muutenkin tämän leikkiseinän lisäksi. Pieni liukumäki pallomereen esimerkiksi.” Vastaja A.</p>	<p>Helposti valvottavat lastentilat. Tarve laajemmalle ja monipuolisemmalle lasten leikkienurkkaukselle -> liukumäki/pallomeri.</p>	
<p>”Wc-tiloja käytettiin. Ei oikein muita palveluja olla käytetty, kun täällä terminaalissa vietetty aika on niin lyhyt. Kahvilat näyttävät mukavilta. Niiden olemassaoloa arvostaa.” Vastaja D.</p>	<p>WC-tilojen käyttö. Kahviloiden olemassaoloa kuitenkin arvostetaan.</p>	<p>Kansainvälinen risteilymatkustaja</p>
<p>”En ole henkilökohtaisesti käyttänyt mitään palveluita tänä aikana. Lisäarvoa tuottaisi, jos täällä olisi jonkinlainen rentoutusalue. Mielestäni rentoutuminen kuuluu kaikille ja sen pitäisi olla kaikille avoin. Kahviautomaatit olisivat myös kiva lisä terminaaliin, jotta voisi napata kahvin nopeasti mukaan itsepalveluautomaatista.” Vastaja E.</p>	<p>Palveluita ei ole käytetty ollenkaan. Tarve avoimelle rentoutusalueelle ja kahviautomaateille lisäarvon tuottamiseksi.</p>	<p>Työmatkustaja</p>
<p>”Panorama Baaria ja Wc-tiloja ollaan käytetty. Lisäarvoa tuottaisi erillinen Lounge-tila, johon pääsisi lisämaksutta laivavarustamon kanta-asiakkuustason mukaan. Samoin priority-laivaannousu samalla periaatteella.” Vastaja I.</p>	<p>Ravintolapalveluiden ja WC-tilojen käyttö. Tarve erilliselle Lounge-tilalle ja priority-laivaannousulle (laivavarustamon kanta-asiakkailla) lisäarvon tuottamiseksi.</p>	<p>Itsensä hemmottelija</p>
<p>”En ole vielä käyttänyt mitään palveluita täällä. Ehkä haen kohta jotain virvoketta. Enemmän istumatilaa saisi olla.</p>	<p>Palveluita ei ole vielä käytetty, mahdollinen juomapalveluiden käyttö.</p>	<p>Itsensä hemmottelija</p>

<p>Sellaisia pitkiä penkkirivejä, johon mahtuu hyvin matkalaukkujen kanssa istumaan. Tai vaihtoehtoisesti jonkinlainen Lounge-tila, johon pääsisi odottamaan.” Vastaaja H.</p>	<p>Tarve lisätä istumatiloja matkalaukkujen kanssa/lounge-tila.</p>	
<p>”Tätä Panorama Baaria ja Wc-tiloja on keretty käyttämään. Lisääarvoa tuottaisi laajempi hanaolutulikoima täällä baarin puolella. Saisi olla myös enemmän istumapaikkoja, sellaisia mukavia, ei tällaisia kouluruokalaa muistuttavia pöytäasetelmiä. Rentoutusalue, kuten hierontaa tuolit olisivat tervetulleita. Infotaulut palveluista helpottaisi myös.” Vastaaja B.</p>	<p>Ravintolapalveluiden ja WC-tilojen käyttö.</p> <p>Tarve laajentaa hanaolutulikoimaa ja istumapaikkoja.</p> <p>Myös palveluiden sijoittelun kehittäminen ja niiden informointi.</p>	<p>Perinteinen risteilymatkustaja</p>

Oletko tyytyväinen terminaalin palveluihin? Miten parantaisit terminaalin viihtyvyyttä? (Kysymykset 8 & 9)

Alkuperäinen ilmaisu	Pelkistys	Matkailijasegmentti
<p>”Terminaalin nykyiset palvelut ovat ihan riittävät. Ollaan mennossa syömään laivalla, niin ei olla terminaalin kahvila- ja ravintolatarjontaan tutustuttu. Viherkasvit olisivat tervetulleita. Meitä vielä ehkä vähän iäkkäämpiä ihmisiä ajatellen sellaiset selkänojalliset vähän korkeammat tuolit olisivat hyvät. Muutenkin tuoleja voisi olla lisää, joissa olisi selkänojat” Vastaaja A.</p>	<p>Palvelut koetaan riittävinä. Esteettömyys / selkänojallisten istumatilojen parantaminen.</p> <p>Toive viherkasveista.</p> <p>Kauppa ei kiinnosta.</p>	<p>Perinteinen risteilymatkustaja</p>
<p>”Koen, että terminaalin palvelut riittävät. Enemmän</p>	<p>Palvelut koetaan riittävinä.</p> <p>Selkänojallisten istumatilojen</p>	<p>Kansainvälinen risteilymatkustaja</p>

<p>istumapaikkoja selkänojiilla. Terminaalin lämpötila. Tuntuu, että suuret ikkunat vetävät viileää ilmaa sisään. Tai sitten se on vaan Suomi.” Vastaja D.</p>	<p>parantaminen. Terminaalin lämpötilan parantaminen.</p> <p>Kauppa ei kiinnosta.</p>	
<p>”Terminaalin palvelut ovat ihan riittävät. Kauppa voisi olla kätevä, jos se toimisi samalla periaatteella mitä lentokentälläkin. Normaali kauppa normaaleilla hinnoilla. Mielestäni Helsinki ja helsinkiläiset ovat siistejä. Taidetta voisi hyvin olla terminaalissa yhtenä viihtyvyyttä lisäävänä tekijänä.” Vastaja E.</p>	<p>Palvelut koetaan riittäviksi.</p> <p>Kauppa kiinnostaa, jos se on normaalihinnoissa. Viihtyvyyden parantamiseksi taidetta.</p>	<p>Työmatkustaja</p>
<p>”Mielestäni palvelut ovat riittäväällä tasolla. Pop-up tyyliiset teemakaupat tunnetuista brändeistä Suomessa, kuten Marimekko tai Muumit voisivat lisätä viihtyvyyttä, kun niissä voisi vieraila ajankuluksi.” Vastaja I.</p>	<p>Palvelut koetaan riittäviksi. Ei koe perinteistä kauppaa kiinnostavana. Pop-up tyyliiset teemakaupat kiinnostaa, lisäksi viihtyvyyttä.</p>	<p>Itsensä hemmottelija</p>
<p>”Nämä nykyiset ravintolatarjonnat ovat vähän suppeat. Alkoholitarrontaa on paljon, verrattuna ruokatarjontaan. Voisi olla enemmän jotain naposteltavaa. Kauppa olisi kiinnostava konsepti terminaalissa, jos sieltä voisi ostaa suolaisia ja makeita snackseja. Terminaalin viihtyvyyttä voisi parantaa väreillä tai tekstiilitaiteella, joka puolestaan helpottaisi akustiikassa kun täällä on aika kova hälinä.” Vastaja H.</p>	<p>Ravintolatarjonta koetaan suppeaksi, liikaa alkoholitarjontaa suhteessa ruokaan. Kauppa kiinnostaa. Viihtyvyyden parantaminen väreillä tai tekstiilitaiteella.</p>	<p>Itsensä hemmottelija</p>

<p>”Koemme ravintola- ja juoma-tarjonnan merkityksellisenä, kauppa ei niinkään kiinnostaisi. Viihtyisyyttä voisi parantaa simpeleillä elementeillä, kuten viherkasvillisuudella tai kukilla.” Vastaja B.</p>	<p>Ravintolatarjonta tärkeä merkitys.</p> <p>Kauppa ei kiinnosta.</p> <p>Viihtyvyyttä simpeleillä elementeillä, kuten kukilla.</p>	<p>Perinteinen risteilymatkustaja</p>
--	--	---------------------------------------

Kenen kanssa matkustat (+ mistä kotoisin)? Mikä on matkan tarkoituksesi ja kuinka monta kertaa vuodessa matkustat Länsiterminaali 2 kautta Tallinnaan? (Kysymykset 1, 2 & 4)

Alkuperäisilmaisu	Pelkistys	Matkailijasegmentti
<p>”Vapaa-ajanmatka ystäväperheen kanssa Espoosta. Matkustan noin kaksi kertaa vuodessa.” Vastaja C.</p>	<p>Vapaa-ajanmatka. 2x vuodessa matkustus Tallinnaan. Kotoisin Espoosta.</p>	<p>Perinteinen risteilymatkustaja</p>
<p>”Lomamatka yksin. Olen kotoisin Espanjasta. Tämä on ensimmäinen kertani täällä.” Vastaja G.</p>	<p>Lomamatka. Ensimmäinen kerta. Kotoisin Espanjasta.</p>	<p>Kansainvälinen risteilymatkustaja</p>
<p>”Työmatkan vuoksi matkustan yksin. Täältä Helsingistä olen kotoisin. Tulee matkustettua useita kertoja vuodessa.” Vastaja F.</p>	<p>Työmatka. Useita kertoja vuodessa. Kotoisin Helsingistä.</p>	<p>Työmatkustaja</p>
<p>”Vaimon kanssa lomamatka. Matkustetaan hyvin satunnaisesti täältä kerran vuodessa ehkä.” Vastaja J.</p>	<p>Lomamatka. 1x vuodessa matkustus Tallinnaan.</p>	<p>Itsensä hemmottelija</p>
<p>”Vapaa-ajanmatka. Puolison kanssa matkustan, hän tosin meni jo tuolta alhaalta autolla. Matkustetaan satunnaisesti alle 5 kertaa vuodessa.”</p>	<p>Vapaa-ajanmatka. Alle 5x vuodessa matkustus Tallinnaan.</p>	<p>Perinteinen risteilymatkustaja</p>
<p>”Puolison kanssa lomamatka. Saavuttiin Keski-Suomesta tänne.”</p>	<p>Vapaa-ajanmatka. Alle 5x vuodessa matkustus Tallinnaan.</p>	<p>Perinteinen risteilymatkustaja</p>

Kuinka paljon ennen laivan lähtöä saavuit terminaaliin? (kysymys 3)

Alkuperäinen ilmaus	Pelkistetty ilmaus	Matkailijasegmentti
"Saavuvin noin 1,5 h ennen laivanlähtöä yhdessä ystäväperheeni kanssa." Vastaja C.	Yli tunti ennen.	Perinteinen risteilymatkustaja
"2 tuntia ennen laivanlähtöä." Vastaja G.	Yli tunti ennen.	Kansainvälinen risteilymatkustaja
"Saavuvin juuri ennen kuin laivaan nousu alkaa, noin 5 minuuttia sitten." Vastaja F.	Alle tunti ennen.	Työmatkustaja
"Me saavuimme 1,5h ennen laivanlähtöä." Vastaja J.	Yli tunti ennen.	Itsensä hemmottelija
"Noin tuntia ennen."	Tunti ennen.	Perinteinen risteilymatkustaja
"1,5h ennen laivanlähtöä."	Yli tunti ennen.	Perinteinen risteilymatkustaja

Mitä palveluita olet käyttänyt terminaalissa? Millaisia palveluita arvostat eniten terminaalissa? Minkälaisia palveluita kaipaisit terminaaliin ja miksi ne tuottaisivat lisäarvoa? (Kysymykset 5, 6 & 7)

Alkuperäinen ilmaisu	Pelkistetty ilmaisu	Matkustajasegmentti
"Bistro Baria käytin, en muuta. Arvostaisin toiminnallisempaa lastenaluetta tällaisille yli 5-vuotiaille lapsille. Nykyinen leikkiseinä on ihan kiva, mutta lähinnä taaperoilta." Vastaja C.	Ravintolapalveluiden käyttö. Tarve toiminnalliselle lasten leikkialueelle.	Perinteinen risteilymatkustaja
"Infotaulut olisivat hyödyllisiä myös täällä yläkerrassa. Alhaalla oli taulu lähtevistä ja	Saavutettavuuden ja informoinnin parantaminen.	Kansainvälinen risteilymatkustaja

saapuvista laivoista, mutta täällä ylhäällä ei ole mitään.” Vastaaja G.	Kauppa ei kiinnosta.	
”Ei tässä ole mitään kerennyt käyttää, kun saavuin näin myöhään. Arvostaisin, jos täällä olisi puheluille rauhallinen tila. Sellainen, jossa olisi takuuarma yhteys, ettei puhelut pätki.” Vastaaja F.	Palveluita ei ole käytetty.	Työmatkustaja
”Panorama Bistroa. Täällä voisi olla jotain shoppailumahdollisuuksia. Vähän taxfree tyylisesti ehkä. Mutta enemmän halvemmän tason merkivaatteita. Jos meillä olisi lapset mukana, toivoisin heille paremman alueen leikkiä.” Vastaaja J.	Ravintolapalveluiden käyttö. Tarve shoppailumahdollisuuksille. Lapsille toivoisi parempaa leikkialuetta.	Itsensä hemmottelija
”Tästä Panorama Bistrosta ostin yhden vichyn. Kaipaisin tänne suojaisampia odotustiloja, jossa voisi odotella rauhassa. Myös penkkejä saisi olla lisää, mukavuus edellä.”	Ravintolapalveluiden käyttö. Tarve rauhallisille odotustiloille.	Perinteinen risteilymatkustaja
”Jätettiin auto tuohon Satamaparkkiin. Muita palveluita ei olla käytetty. Ei tule muuta mieleen, mitä täällä arvostaisi.”	Parkkihallin käyttö.	Perinteinen risteilymatkustaja

Oletko tyytyväinen terminaalin palveluihin? Miten parantaisit terminaalin viihtyvyyttä? (Kysymykset 8 & 9)

Alkuperäinen ilmaisu

Pelkistetty ilmaisu

Matkustajasegmentti

”Mielestäni nykyiset palvelut ovat ok tasolla, kun ajanvietto	Palvelut koetaan riittävinä.	Perinteinen risteilymatkustaja
---	-------------------------------------	---------------------------------------

terminaalissa ei ole pitkä.” Vastaja C.	Kauppa ei kiinnosta.	
”Minusta täällä on kaikki kunnossa. Pidän näistä istuma-alueista.” Vastaja G.	Kokee että palvelut ovat mallillaan. Viihtyvyyks myös riittävä.	Kansainvälinen risteilymatkustaja
”En oikein osaa sanoa, kun en ole näihin hirveästi perehtynyt. Terassi on ainakin hieno. Voisihan sinne tai tänne sisälle keksiä jotain puutarhan tyylistä, mitä jollain lentokentilläkin taitaa olla... japanilaista puutarhaa sun muuta.” Vastaja F.	Ei osaa sanoa. Kokee terassin viihtyvyyttä lisäävänä tekijänä. Mainitsee puutarhamaisten elementtien lisäämisen. Kauppa ei kiinnosta.	Työmatkustaja
”Mielestäni täällä on todella siisti tilat ja kaikki on kyllä mallillaan.” Vastaja J.	Palvelut koetaan riittävinä. Kauppa ei kiinnosta.	Itsensä hemmottelija
”Jotenkin tätä terminaalin tilaa voisi jakaa paremmin. Nykyiset palvelut ovat muuten riittävät.”	Palvelut koetaan riittävinä. Tilan jakaminen eritavalla lisäisi viihtyvyyttä. Kauppa ei kiinnosta.	Perinteinen risteilymatkustaja
”Ei tule mieleen mitään.”	-	Perinteinen risteilymatkustaja