

# Kokousemännän- ja isännän käsikirja

Ravintola Huviretki Lahti ja Cumulus Hotelli  
Lahti

LAHDEN  
AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailun ala  
Matkailun Koulutusohjelma  
Tapahtumamatkailu  
Opinnäytetyö  
Kevät 2016  
Soila-Maria Halme

Lahden ammattikorkeakoulu  
Matkailun Koulutusohjelma

HALME, SOILA-MARIA:

Kokousemännän- ja isännän käsikirja  
Ravintola Huviretki Lahti

Tapahtumamatkailun opinnäytetyö, 25 sivua, 11 liitesivua

Kevät 2016

TIIVISTELMÄ

---

Opinnäytetyön tavoitteena on laatia prosessinkuvaus Hotelli Cumulus Lahden ja Ravintola Huviretken henkilökunnalle talon tarjoamista kokouspalveluista. Tavoitteena on prosessikuvauksen avulla perehdyttämisen ja palvelun laadun yhtenäistäminen. Toimeksiantoni on määritellä Cumulus-kokousprosessi ja kuvata sen tärkeimmät vaiheet.

Työ on toteutettu toiminnallisen opinnäytetyön mukaisesti. Itse tuote, prosessin kuvaus esitellään kahdella eri mallilla: kaaviolla ja etulinja-tuotelinjalla. Lisäksi liitteenä on kuvausten yhteyteen niin teoreettista kuin käytännönkin tietoa Cumulus Lahden kokoustiloista ja niiden myymisestä.

Opinnäytetyön tuloksena ovat prosessin kuvaus käsittäen ennen ja jälkeen asiakaspalvelun tapahtuvat toiminnot sekä kokousasiakkaan palvelun. Nämä toiminnot ovat esitetty prosessikaavion ja etulinja-tuotelinja-mallin mukaisesti sekä sanallisesti. Näin prosessin eri vaiheissa on onnistuttu parantamaan sisäistä toimivuutta sekä asiakaspalvelun laatua. Jatkotutkimuksen aiheet eli kokousasiakkaiden tyytyväisyyskysely sekä prosessijohtaminen ja muutoksen läpivienti alalla ovat myöskin esitelty.

Asiasanat: Prosessi, prosessinkuvaus, kokouspalvelut, kokoushotelli

Lahti University of Applied Sciences  
Degree Programme in Tourism Management

HALME, SOILA-MARIA: A handbook for a host and hostess  
Restaurant Huviretki Lahti

Bachelor's Thesis in Event Tourism 25 pages, 11 pages of appendices

Spring 2016

ABSTRACT

---

The aim of this thesis is to create a description of a process for meeting facilities in Hotel Cumulus Lahti. It is meant to be a simple description that is easy to read for the staff of the restaurant Huviretki who are in charge of providing the service in the hotel. After the renovation in the hotel, the meeting facilities expanded and it was a new area in customer service for the staff. This is why a proper and exact description of different functions in the process was needed to maintain the quality of the chain.

The description is made with two different models to represent different functions in the process. Also a theory part is added to increase the knowledge of the meeting facilities in the hotel and how to sell them.

As a result a proper description of the process and all its different stages is made. It satisfied the staff and superiors and increased the functionality in the process and also the satisfaction of the customers.

Key words: process, description, meetings facilities, hotel

## SISÄLLYS

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 1   | JOHDANTO   | 1  |
| 1.1 | Aiheen taustaa                                     | 1  |
| 1.2 | Ravintola Huviretki                                | 2  |
| 1.3 | Toimeksianto ja rajaus                             | 3  |
| 2   | KOKOUSPALVELUT                                     | 6  |
| 2.1 | Cumulus-asiakas                                    | 6  |
| 2.2 | Asiakaspalvelu                                     | 6  |
| 2.3 | Kokoushotelli muiden tarjoajien joukossa           | 8  |
| 3   | TULEVAISUUS JA TRENDIT KOKOUSPALVELUISSA           | 9  |
| 3.1 | Kokouspalveluiden trendit vuonna 2015              | 9  |
| 3.2 | Huomisen kokoushotelli                             | 10 |
| 3.3 | Cumulus brändi ja Cumulus-kokous                   | 11 |
| 4   | PROSESSIN KUVAUS                                   | 13 |
| 4.1 | Prosessista yleisesti                              | 13 |
| 4.2 | Terminologiaa ja käsitteitä                        | 14 |
| 4.3 | Prosessin määrittäminen                            | 15 |
| 4.4 | Prosessiajattelu asiakaspalvelussa                 | 16 |
| 4.5 | Prosessinkuvaus kartalla, kaaviolla ja kuvauksella | 17 |
| 5   | TYÖN TOTEUTUS                                      | 19 |
| 5.1 | Toiminnallinen opinnäytetyö                        | 19 |
| 5.2 | Kokousemännän- ja isännän käsikirjan esittely      | 19 |
| 6   | JOHTOPÄÄTÖKSET                                     | 22 |
| 6.1 | Työn ja työskentelyn arviointi                     | 22 |
| 6.2 | Ammatillinen kasvu ja jatkotutkimuksen aiheita     | 23 |
|     | LÄHTEET  | 24 |
|     | LIITTEET   | 26 |

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni lähti liikkeelle uudistuneesta kokouskonseptista ja Cumulus-hotellien ilmeen raikastamisesta. Perspektiivini opinnäytetyöhön on ollut koko ajan työntekijäomainen sekä käytännönläheinen. Hyödynsin paljon käytännön kokemustani ja työskentelyäni kohteessa. Tämä myöskin helpotti osaltaan tiedonhankintaa. Aihe oli mieluinen ja sopi hyvin erikoistumislinjaani.

Tällaiselle prosessin kuvaukselle oli kysyntää, sillä sen selvittäminen lisää organisaation sisäistä kehitystä, työntekijöiden suorituskykyä ja tuotteen laatua.

### 1.1 Aiheen taustaa

Työlle oli konkreettinen tarve, sillä aloittaessani työn alkuvuodesta 2013 vastassa oli uusi tuotekonsepti, jonka parissa henkilökunta ei ollut tottunut työskentelemään. Yritysassiakkaat lisääntyivät ja heidän vaatimustasonsa kokousasiakkaina tuli yllätyksenä. Työntekijöiden toimintatavoissa ja tietotasossa oli hajontaa, jonka seurauksena laadun seuranta sekä sen tasaisena pitäminen oli haastavaa. Vaadittiin selkeä, yksityiskohtainen ja helposti luettava prosessikuvaus, kuinka Cumulus-kokous vedetään alusta loppuun ketjun ja talon linjan mukaisesti.

Laadin kokousemännän- ja isännän käsikirjaa opinnäytetyökseni työpaikalleni Cumulus Lahden Ravintola Huviretkeen. Kyseessä oli prosessinkuvauksen laadinta henkilökunnalle myynti- ja asiakaspalvelutapahtumasta uusissa kokoustiloissa aina ensimmäisestä kohtaamisesta asiakkaan kanssa tilan loppusiivoukseen asti.

Opinnäytetyöni tietoperustaksi muodostui aihe ”prosessi” ja kokouspalvelut. Näin ollen opinnäytetyölläni on kolme sisältökokonaisuutta; Suomen suurimpia hotelli- ja ravintola-alan yrityksiä Restel Oy, Lahden toimipisteiden Hotel Cumuluksen ja Ravintola Huviretken tarjoamat kokouspalvelut sekä prosessin kuvaus. Opinnäytetyöni alkuun olen kuvaillut Restel Oy:n ja Hotelli Cumulusta

ketjuna ja sen toiminnan historiasta. Yksityiskohtaisempaa tietoa olen kerännyt työhöni Lahden toimipisteestä ja sen palveluista. Prosessin kuvaus sisältää teoriaa prosessin määrittelystä, prosessiajattelusta ja sen kuvaamisesta parhaalla mahdollisella tavalla.

## 1.2 Ravintola Huviretki

Toimeksiantajani on Cumulus Lahden yhteydessä toimiva ravintola Huviretki. Vaikka virallisesti kyse onkin kahdesta eri yrityksestä, esittelen myös kuitenkin lyhyesti hotellipuolenkin. Itse kokouksen palveluprosessin suorittaa enimmäkseen Huviretki mutta Restel mainostaa ja myy nimenomaan Cumulus-kokouksia.

Cumulus Lahti on osa 1970-luvulla perustettua Cumulus-ketjua, joka käsittää tällä hetkellä 27 hotellia. Lahteen oma Cumulus-hotelli perustettiin vuonna 1992.(Restel 2015.)

Cumulusta kuvaillaan rennoksi ja viihtyisäksi kaupunkihotelliksi, joka löytyy tällä hetkellä 21 kaupungista eri puolelta Suomea, aina lähellä kaupunkien keskusta-alueita ja hyvien liikenneyhteyksien varrelta. Lahdessa 171 huoneen hotelli sijaitsee Trion kauppakeskuksen yhteydessä. Asiakkailla on valittavanaan tarpeidensa mukaan yhden hengen huoneista aina kolmen hengen perhehuoneisiin. Tarjolla on lisäksi vielä myös sekä väliovella varustettuja kombi-huoneita että paremman tason superior-huoneita. Majoitukseen sisältyy aamupala noutopöydästä, tyyntymenu, ilmainen WiFi, tv, radio ja hiustenkuivain.(Restel 2015.)

Vuoden 2012 remontissa yökerho NightLifen jo hylkäämät tilat hyödynnettiin uudella tilavalla vastaanotolla, Lobby Barilla sekä kahdella kokouskabineteilla. Myös ravintola Huviretki sai lisää asiakaspaikkoja.

Ravintola Huviretki on osa Resteliä ja on yksi sen 230:sta ravintolasta. Huviretkiä on Suomessa yhteensä 15. Sen sijainti on useimmiten juuri Cumulus-hotellien läheisyydessä.(Restel 2015.)

Ravintolassa tarjoillaan hotellin aamupala ja lounas noutopöydästä sekä à la carte. Listalta löytyy perinteisiä makuja ja klassisia annoksia sekä kausittain vaihtuvia kampanjaruokia. Myös aamupalalla on joukko kausittain vaihtuvia tuotteita. Kahvi- ja kokostarjoilut onnistuvat myös etukäteen tilattaessa. Asiakaspaiikkoja on yhteensä 105. Lisää istumatilaa löytyy hotellin lobby baarin tiloista, joka tulee tarpeen erityisesti isoilla aamupaloilla hotellin ollessa täysi. Ravintolan yläpuolella sijaitseva 20 hengen parvi on suosittu pienille kokouksille tai ryhmäruokailuille.

Sekä hotelli että ravintola pyrkivät miellyttämään monipuolista asiakaskuntaa niin lapsiperheestä yritysasiakkaaseen, paikallisia kuin muualta tulleetkin. Tätä myötäilevät esimerkiksi Cumulus-ketjun liikematkustajille tarkoitettu Hotel Bonus Club-klubi ja lapsiperheitä huomioivat kampanjat kesäisin. Lisäksi asiakkaita tuovat myös niin Plussa kuin Pins-pisteiden kerryttäjät.

### 1.3 Toimeksianto ja rajaus

Tavoite on uuden sekä vanhan henkilökunnan perehdyttäminen Cumuluksen kokouskonseptiin ja palvelun laadun yhdenmukaistaminen. Laatimani prosessikuvaukseni mahdollistaa toiminnan tehokkuuden ja ketjun mukaisen ideologian mukaisen suorituksen. Tavoite on kertoa missä järjestyksessä ja miten eri toiminnot tapahtuvat.

Tarve työlle syntyi kun taloa remontoitiin talvella 2011-2012, jonka yhteydessä kokoustilakapasiteetti kasvoi kahdella uudella kabinetilla. Jo ennestään käytössä olevan ravintolaparven ja 50 henkilön kokoustilan myynti jatkui entisellä mallillaan. Uudet kokoustilat mahdollistivat suuremman kokousmyyntikapasiteetin sekä uusien asiakkaiden saavuttamisen ja kyseessä oli selkeästi uusi tuote uusine asiakaskuntineen.

Työntekijöiden suoritusten kesken syntyi hajontaa ja tarvittiin prosessinkuvaus, miten eri toiminnot palvelutapahtuman eri vaiheissa kuuluisi suorittaa. Tämä ei tarkoittanut sitä, että uudet kokousasiakkaat olisivat olleet tyytymättömiä tai saaneet huonompitasoista palvelua mutta

isossa ketjussa ollessa palvelun samankaltaisuus ja laadun tasaisuus ovat tärkeitä asioita.

Käyn myös läpi eri tapoja kuvata prosessia, miten se vedetään läpi menestyksekkäästi ja miksi sitä edes tarvitaan. Työn periaatteena ei ole keksiä pyörää uudelleen vaan kehittää toimintamalli miten pyörä pyörisi tehokkaasti sekä asiakasystävällisesti henkilöstön näkökulmasta. Lopputulokseksi halutaan Cumulus-brändin mukainen kokoustuote sekä tyytyväinen ja uusiutuva asiakas-suhde. Palvelun laatu ja samankaltaisuus ovat tärkeitä asioita kuuluessa isoon ketjuun, mutta ne lisäävät myös asiakkaan luottamusta pelkästään yksikönkin sisällä. Kokousmyynnin siirtyminen yhden ja saman järjestelmän alle sekä muut organisaatio muutokset Restelillä ovat tuoneet haastetta matkan varrella.

Opinnäytetyössäni olen keskittynyt ainoastaan niin sanottuun talon sisäiseen toimintaan ja prosessinkuvaukseen. Näin ollen jätin asiakaskokemuksen- ja palautteen tämän työn ulkopuolelle. Asiakkaita olen käsitellyt vain yleiskuvauksen muodossa, selvittääkseni keitä he ovat ja mistä he tulevat. Syvällisempään analysointiin, miksi he ovat valinneet Cumulus Lahden, en ole ryhtynyt. Hinnoitteluun en ole myöskään puuttunut. Käsittelen toimeksiantajaani nimenomaan kokoushotellina enkä pelkästään kokouspalveluja tarjoavana yrityksenä.

Teoreettista osaa tehdessäni olen keskittynyt tietoisesti pelkästään pienempien kokousten ja konferenssien järjestämiseen, koska Cumulus-hotellien kokouspalveluiden resurssit eivät ole yhtä suuret kuin kongressitaloilla tai messukeskuksilla.

Prosessiin ja sen määrittelemiseen, johtamiseen sekä kuvaamiseen on olemassa paljon tietoa, kuinka sen avulla saadaan onnistuneita muutoksia aikaan organisaatioissa ja miten koko organisaatiota johdetaan erilaisia prosesseja käyttäen. Olen rajannut työni pelkästään prosessinkuvaukseen. Mikä se on, miksi sitä tarvitaan ja miten yksilö voi vaikuttaa sen kulkuun. Prosessinkuvauksia on monenlaisia ja mikä sopii parhaiten Cumulus Lahteen. Mutta koska teen työni nimenomaan

henkilöstölle, olen jättänyt muutos- ja prosessijohtamisen tämän työn ulkopuolelle.

## 2 KOKOUSPALVELUT

### 2.1 Cumulus-asiakas

Suurin osa järjestettävistä kokouksista ja kongresseista käsittelevät liiketoimintaa. Vain pienessä osassa on kyse voittoa tavoittelemattomasta toiminnasta. Kokouksia ja kongresseja järjestävät kolme pääasiallista ryhmää: yrityssektori, seura ja yhdistyssektori sekä yrittäjät. Toinen ryhmä käsittää esimerkiksi valtiollisia elimiä, julkisia palveluorganisaatioita ja poliittisia puolueita. Se on ainoa taho näistä kolmesta, joka ei tavoittele taloudellista voittoa. Se ei tarkoita etteikö senkin vuosittaiset sääntökokoukset ja koulutukset voisi olla yhtä lailla monen tuhannen osallistujan suuruisia globaaleja tilaisuuksia kuin yrityssektorinkin. Viimeksi mainitulla on laaja kävijäjoukko ja sen järjestämät työpalaverit, kokoukset ja koulutukset voidaan jakaa pienempiin ryhmiin jo pelkästään esimerkiksi organisaation yksiköiden, tiimien ja sidosryhmien perusteella. Kolmas ryhmä yrittäjät ovat pienin mutta kantavat mukanaan tärkeitä tietoja ja ideoita. (Blinnikka, Kuha 2004, 25-26.)

Cumulus Lahden kokoustilat ovat löytäneet nopeasti omat vakituiset käyttäjänsä. Usein käyviä seuroja ja yrityksiä on paljon, ja ne tulevat pitkälti Päijät-Hämeen alueelta. Kauempaa, yli yhden päivän kokouksia pitäviä, Hotellissa majoittuvia asiakasyrityksiä käy myös säännöllisesti. Tiloja käytetään eniten talvikautena, arkipäivisin. Muina aikoina esimerkiksi viikonloppuisin ja kesäisin tilojen käyttöaste on selkeästi alhaisempaa.

### 2.2 Asiakaspalvelu

Asiakkaan ja organisaation kohtaaminen on vuorovaikutustilanne, jossa yritystä edustaa joko henkilökunnan jäsen, laite, järjestelmä tai jopa fyysinen tila. Konkreettisen tuotteen lisäksi yhtä isossa osassa on yrityksen toimintatapa, jota asiakasta palveleva työntekijä toteuttaa. Asiakkaalle luodut mielikuvat lunastetaan ja vahvistetaan tai rikotaan tässä tilanteessa. (Reinboth 2008, 31-33.)

Asiakaspalvelussa heijastuvat yrityksen liikeidea, strateginen johtaminen, toimiala sekä tehtävät. Organisaation sisäinen kehitys näkyy niin myytävässä tuotteessa kuin myös tuotetta myyvässä asiakaspalvelijassakin. Tuotokseni kokousprosessin kuvauksesta kehittää käytännön toimintaa ja näin ollen tasapainottaa asiakaspalvelun laatua. (Pesonen, Lehtonen, Toskala 2002, 7).

Tietyt erityispiirteet määrittelevät palvelutapahtumia. Ne ovat aina prosesseja tai toimintasarjoja sekä ainakin osaksi aineettomia. Palveluita voidaan käyttää ja tuottaa samanaikaisesti. Näihin asiakas voi itsekin osallistua. (Valvio 2010, 45-46).

Toimintatapojen sähköistyessä ja siirtyessä yhä enemmän Internetiin, riski kadottaa palvelun perimmäinen ajatus on suuri, vaikka itse palvelutapahtuma ei ole muuttunut ajan kuluessa. Asiakkaiden kohtaaminen on vain erilaista kun palvelut ovat saatavilla kellon ympäri. Esimerkiksi verkkosivustojen luoma mielikuva varmistuu tai murskaantuu fyysisessä kohtaamisessa, jossa pätevät yhä asiakaspalvelun perinteisimmät säännöt. (Valvio 2010, 19-26).

Kuten asiakaspalvelussa yleensä, myös kokouspalveluissa näkyvin elementti on henkilökunta. Henkilökunnan tärkein työkalu on, kuinka se palvelee asiakasta ja siksi tuon sen tässä esille. Kokousavustajien, -myyjien ja muun henkilöstön on oltava motivoitunutta palvelemaan asiakasta, perehtynyttä hetkeen sekä paikkaan ja valmistautunut ratkaisemaan erilaisia ongelmia. Näistä syntyy kyky toteuttaa asiakaspalvelua asiantuntevasti. Se luo osallistujan mielikuvaa palvelusta ja paikasta enemmän kuin fyysinen tila tai käytössä olevat modernit kokousvälineet. (Blinnikka, Kuha 2004, 165-166.)

Kokouspalveluiden tuottajalla on monta asiakasroolia huomioitavana jo pelkästään yhdessä tilaisuudessa. Näitä ovat päättävä, maksaja, tilaaja ja osallistuja eli loppukäyttäjä. Viimeisen tyytyväisyys on tärkeintä niin kokouksen tuottajalle kuin tilaajallekin. Kokoustuotteen koostuessa monenlaisista osuuksista ja sisältäessä paljon toimijoita palvelun haaste

on miellyttää montaa näkökulmaa. Prosessien huolellinen suunnittelu ja organisointi ovat tärkeitä eritoten silloin kuin totuuden hetkiä, jolloin palvelun laatu paljastuu, on asiakaspalvelussa paljon. Asiakkailta piilossa tapahtuvaa toimintaa esimerkiksi tilaisuuden valmistelu voidaan vielä tilanteesta riippuen yrittää salailla, mutta jos se puuttuu kokonaan tai sen laatu kärsii. Asiakas huomaa sen kyllä kaikissa rooleissaan. Tämä on yksi tärkeimmistä teemoistani omassa prosessinkuvauksessani. (Blinnikka, Kuha 2004, 27-27.)

### 2.3 Kokoushotelli muiden tarjoajien joukossa

Kokouksen pitäjän ohjelma määrittelee, minkälainen tila sopii tapahtumalle parhaiten. Monesti ostopäätökseen kuitenkin vaikuttavat myös tavoitteiden ja budjetin lisäksi tilaisuuden mahdolliset imago, arvot sekä teema. Jokainen asiakas hakee toimivuutta asialleen sekä tilaisuudelleen ja positiiviseen kokemukseen vaikuttaa moni muukin kuin pelkästään vuokrattava kokoustila. (Blinnikka, Kuha 2004, 106-107.)

Etsittäessä tiloja ja tuottajia tilaisuudelle tilaaja valitsee mitä luultavammin hotellin, risteilyaluksen, kongressi- tai messukeskuksen tarjoaman palvelun. Hotelleista suurin osa tarjoaa kokouspalveluita, ja niitä pidetään hyvin vaihtoehtoina pienille kokouksille sekä seminaareille. Niiden etuja ovat yleensä keskeinen sijainti hyvien yhteyksien varrella ja se, että ruokailu-majoitus- ja kokouspalvelut onnistuvat kaikki saman katon alla. Lisäksi monista löytyvät monipuoliset vapaa-ajan tilat kuten esimerkiksi sauna, kuntosali tai erilaisia ravintoloita. Majoitusyrityksiä pidetään myös hyvinä pitopaikkoina ammattitaitoisen henkilöstön, kokouspakettien ja hinnan puolesta. Varaus on helppoa ja palautteeseen reagoidaan herkästi. (Blinnikka Kuha 2004, 106-107.)

### 3 TULEVAISUUS JA TRENDIT KOKOUSPALVELUISSA

#### 3.1 Kokouspalveluiden trendit vuonna 2015

Kokouspalvelut muuttuvat muun matkailualan mukana nopeassa tahdissa ja siksi tulevaisuden ennakoiminen on tärkeää. Trenditietoisuus helpottaa alalla toimimista ja asiakkaiden tarpeiden tyydyttämistä. Olosuhteet muuttuvat usein ja toimijoiden on osattava varautua parhaan kykynsä mukaan yllättäviinkin tilanteisiin. Tämä on normaali osa kokouspalvelualalla työskentelevän arkea ja sitä ajatellen olen etsinyt opinnäytetyöni sisällön mukaisesti tietoa vuoden 2015 trendeistä, jotka helpottavat kristallipalloon katsomista.

Kokoustoiminta on muuttumassa yhä suuremmissa määrin tee-se-itse-siinä-sivussa-harrastuksesta yhä enempi erilaisia ammattilaistahoja hyödyntäväksi liiketoiminnaksi. (Blinnikka, Kuha 2004, 29.)

Kokouspalveluiden vallitseva trendi painottuu tällä hetkellä yksittäisten ja nopeasti järjestettäviin tilaisuuksiin. Kokoukset pidetään mielellään pieninä ja lyhyinä. Valmiit paketit kiinnostavat mutta kaipaavat pientä muuntautumista ja joustoa tarpeisiinsa. Kysyntä keskittyy tiettyihin päiviin, joilloin sama tila saatetaan myydä moneen kertaan. Valitessaan paikkaa tilaisuudellen asiakaalle tärkeintä on 1) sijainti 2) hinta ja 3) räätälöinti, palvelu sekä varustus. Lisäarvoa tuovat mahdollisesti ympäristöystävällisyys, tarjoilut sekä oheispalvelut. (Restel Kokous Revenue Management 2013.)

Kokousmatkailu on nouseva ala. Sitä muuttaa jatkuva informaatioteknologian kehitys, joka antaa myös uusia mahdollisuuksia luoda elämyksiä ja lisäarvoa niin kokoustilaajille kuin osallistujillekin. Kokous- ja kongressipalveluihin halutaan yhdistää nykyään yhä enemmän elämyksellisyys. Tilaisuuden perimmäisten tavoitteiden rinnalle ovat nousseet myös yrityksen ja paikkakunnan imagon luominen tai vahvistaminen. (Blinnikka, Kuha 2004, 197-198.)

Järjestäjille tämä tarkoittaa kokoustoimintojen jatkuvaa kehittämistä. Taloudellisen tehokkuuden lisäksi tilaisuuden massapalvelut on yksilöllistettävä kutakin asiakasta kohden. Lopputilanteen pitää olla 'win-win' kummallekin osapuolelle. Lisäarvoa tuotetaan uudistuvan teknologian taitavasta hyödyntämisestä sekä tilaisuuden ja sijainnin mukaisesta elämyksellisyydestä. Suomalaisuus on valttia niin kotimaiselle kuin ulkomaalaisellekin asiakkaalle, ja se pitää saada konkretisoitua todellisiksi arvoiksi. Markkinat ovat asiakkaan ja näin ollen kilpailu järjestäjien keskuudessa on kovaa.(Blinnikka, Kuha 2004, 197-198.)

### 3.2 Huomisen kokoushotelli

Tulevaisuuden kokousten haasteena on saada henkilökohtaiset tapaamiset kannattavaksi. Kokouksilta ja tapaamisilta haetaan elämyksiä, jopa kivoja sekä hauskoja hetkiä. Kokouspalveluiden tuottajalta vaaditaan yhä enemmän tehokkuutta ja helppoutta niin asiakaspalvelussa kuin teknillisesti, jotta asiakkaan aikaa sekä vaivaa säästyisi mahdollisimman paljon. Itse kokoustamisessa että sen tuottamisessa on paljon kirjoittamattomia sääntöjä, jotka on tarkoitettu muokattaviksi ja jopa rikottaviksi.(Huomisen kokous, 2012.)

Tulevaisuuden kokoustila on kotoisa, valoisa, hyvin ilmastoitu ja viihtyisä. Pöytämuodoissa suositaan yhä vähemmän perinteistä luokkatilaa vaan käytetään mallia, jossa osallistujat voivat nähdä toisensa ja keskustelu on avoimempaa. Ilmapiiri muuttuu näin epäpalaverimaisemmaksi. Tilojen muunneltavuus ja persoonallisuus pysyvät yhä tärkeinä.(Huomisen kokous, 2012.)

Kokousvälineiltä vaaditaan modernia tekniikkaa. Smart Boardit yleistyvät ja ilmaisen WiFi:n on oltava tehokas, jotta osallistujat pystyvät esimerkiksi hyödyntämään kasvavaa kokoustapahtuma-sovelluksia ja live-twiittaamaan tilaisuuden kulkua. Kokousvälineissä ja niiden käytössä on selkeä sukupolvien välinen ero kun nuoremmat soveltavat lahjakkaasti uusimpia menetelmiä ja vanhemmat tyytyvät perinteisimpiin välineisiin. (Huomisen kokous, 2012.)

### 3.3 Cumulus brändi ja Cumulus-kokous

Cumulus-hotellit ovat Restelin hotelliliiketoiminnan kivijalka. Se on kaikista Restelin hotellibrändeistä ilmapiihirtään ja palvelultaan rennoin ja välittömin. Tuttu ja turvallinen, joka saa vanhat kanta-asiakkaat palaamaan. Cumulus on perinteinen kaupunkihotelli, jolla on monipuolinen asiakaskunta, joka voi olla ongelmana tuotteita suunniteltaessa ja muokatessa. Niiden pitää olla vetovoimaisia kaikille. Ammattitaitoiset työntekijät sekä henkilökohtainen ja räätälöity palvelu ovat ketjun ylivoimatekijöitä, jonka kuuluu näkyä hinta-laatu suhteessa. Asiakas saa korkean tason palvelua kohtuuhintaan. Cumulus nähdään suomalaisena hotelliketjuna ja tätä leimaa pyritään pitämään yllä hyödyntämällä mahdollisimman paljon kotimaisia tuotteita. Viime aikoina Cumulus-hotelleja on uudistettu reippaasti ja pyritty lisäämään kuvaa nimenomaan modernina alan toimijana sekä ”kokoushotellina”. (Restel 2015.)

Cumulus-kokous on määritelty jo hotellin imagoa luodessa. Sen kohderyhmänä on laaja kirjo erilaisia yrityksiä ja asiakaskuntia yksityissektorillakin. Tämä näkyy myös Lahdessa. Siinä on paljon perinnettä Cumulus-hotellien pitkän historian kautta mutta myös rentoutta sekä uudistuksen tuomaa moderniutta. Juurikin uudistuminen on Cumuluksilla nousussa ja sitä korostetaan voimakkaasti. Tätä tarvitaan kokouspalvelu-alalla jossa teknologian merkitys ja asiakkaiden vaatimustaso kasvavat jatkuvasti.

Laatutasoltaan Cumuluksen kokoukset tähtäävät korkealle mutta pyrkivät tavoittamaan hintojensa puolesta myös niin sanotusti varallisuudeltaan tavallisia ihmisiä ja yrityksiä. Tilojen monipuolista hyödyntämistä ja yksityissektoreiden käyttöastetta pitää kasvattaa tulevaisuudessa. Kotimaisuus on valttia ja tätä toivoisin tuotavan esille voimakkaammin esimerkiksi markkinoinnissa. Sijainnit tarjoavat muita avaintemoja kuten kaupunkimaisuutta sekä tapahtumien ja kulttuurin ytimessä oloa. Niin majoitus-kuin kokousasiakkuuksienkin toivoisi olevan yhdenmukaisia. Asiakas, joka käyttää kokouspalveluita pystyisi siirtymään arvoiltaan,

toiveiltaan ja kriteereiltään helposti myös hotelli- tai ravintolapalveluiden käyttäjäksi.

Sijaintinsa ja toimintaperiaatteensa puolesta Cumuluksen suurimmat kilpailijat ovat muut kaupungissa toimivat kokoushotellit Sokos Hotel Seurahuone sekä Scandic Lahti, koska ne toimivat samalla liikeidealla. Muita kilpailijoita ovat sijaintinsa ja osaltaan myös palveluidensa puolesta esimerkiksi Fellmannia ja Vanha Walimo.

## 4 PROSESSIN KUVAUS

### 4.1 Prosessista yleisesti

Prosessi kuvaa organisaation suorituskykyä ja sanalla prosessi onkin useita eri merkityksiä. Keskityn opinnäytetyössäni kuitenkin nimenomaan termeihin ”toimintaprosessi” ja ”liiketoimintaprosessi”, jotka kuvaavat organisaation sisällä tapahtuvia toimintoja. Mielikuvasta huolimatta ne ovat paljon muutakin kuin pelkkää toimintaa. Sen tarkoituksena on luoda järjestystä kaaokseen. (Laamanen 2005, 19.)

Tällaista prosessin kuvausta tarvitaan, sillä sen selvittäminen ja näin yrityksen sisäinen kehittäminen parantavat työntekijöiden suorituskykyä mutta lisäävät myös tuotteen laatua ja toimivuutta asiakkaankin rajapinnassa. (Hannus 2003, 35.)

Hyvä prosessi tuottaa, mitä on luvattu vaaditussa ajassa sekä laadussa. Näin ollen se on iso arvon luoja ja vastaa yrityksen tavoitteita. Hyvä prosessi on yksinkertainen ja sillä estetään virheitä tapahtumasta. Sitä kehitetään jatkuvasti ja kun kaikki on tiedossa, poikkeamat tulevat helposti esiin. (Logistiikan maailma, 2016.)

Liiketoimintaprosessi käsittää sisälleen joukon toisiinsa liittyviä toistuvia toimintoja sekä niiden toteuttamiseen tarvittavat resurssit, joista syötteet muodostuvat tuotteiksi. Toimintaprosessi tarkoittaa loogisesti toisiinsa liittyneitä toimintoja sekä niiden toteuttamiseen tarvittavia resursseja, josta muodostuvat toiminnan tulokset. (Laamanen 2005, 18-19.)

Liiketoimintaprosessit ovat asiakkaalle arvoa tuovia prosesseja, sillä ne kuvaavat sitä toiminnallisuutta minkä vuoksi yritys on olemassa. Ne tarvitsevat aina tukiprosesseja tukemaan toimintaansa. (Virtuaali AMK, 2016.)

Prosessin ideana on, että organisaatiossa tapahtuu jotakin pysyvää ja toistuvaa ja josta voidaan sopia. Niitä voidaan myös mallintaa ja kehittää eteenpäin. Perusmääritelmä prosessista on, että se koostuu toiminnasta

(activity), resursseista (resource) ja tuotoksesta (artifact). Myös suorituskyky (performance) kulkee mukana koko matkan ajan. Prosessinkuvauksen selvittämiseksi myös asiakkaan palautteen hyödyntäminen on suositeltavaa vaikka se ei pääroolissa olekaan. (Laamanen 2005, 18-19.)

Onnistunut prosessin jäsentäminen edesauttaa yhteistyötä asiakkaan kanssa sekä hyvän palvelun syntymistä. Työntekijät ymmärtävät organisaation kokonaiskuvaa sekä omaa roolia ja tehtävässään siinä. Näin ollen koko yrityksen kehittäminen perustuu kokonaistavoitteisiin ja asiakkaiden tarpeisiin. Puhutaan Imperiaatteesta tai JOT (Juuri Oikeaan Tarpeeseen)-periaatteesta, jolloin prosessi käynnistyy aina asiakkaan tarpeen ilmaisusta. (Laamanen 2005, 19-22.)

#### 4.2 Terminologiaa ja käsitteitä

Olen kerännyt tärkeitä termejä liittyen prosessin määrittelemiseen ja kuvailemiseen. Näihin kohtasin lähteissäni useasti määritellessäni ja kuvaillessani omaani. Olen valinnut seuraavat termit, koska ne helpottavat oppimistäni lukua ja auttavat ymmärtämään prosessin kuvausta.

Määrämuotoisuus prosessissa tarkoittaa toimintojen ketjujen toistumista muuttumattomina sisällöltään ja etenemisjärjestykseltään. (Hannus 2004, 107).

Prosessi käsittää joukon toisiinsa liittyviä toistuvia toimintoja, joiden avulla syötteen muuttuvat tuotoksiksi. (JHS-Suositukses 2002.)

Prosessikaaviolla kuvataan graafisesti prosessin toiminnot, tietovirrat ja tuotteet tietyillä symboleilla. Sen tarkoituksena on auttaa ymmärtämään niiden järjestystä ja keskinäisiä riippuvuuksia. (JHS-Suositukses 2002.)

Prosessikartalla tarkoitetaan graafista kuvausta organisaation tärkeimmistä prosesseista ja niiden keskinäisistä suhteista.

Prosessin omistaja on vastuussa prosessin kehittämisestä, toiminnasta ja

tuloksesta. (JHS-Suosituksset 2002.)

Strateginen tärkeys on kehittämisen kannalta tärkeää. Kuinka kriittinen prosessi on yrityksen strategisten tavoitteiden ja valintojen kannalta? Strategisesti tärkeitä prosesseja voidaan kutsua ydinprosesseiksi. (Hannus 2004, 106-107).

Syöte (input) eli tiedot ja materiaali, jota tarvitaan prosessin luomiseen. Se ei käsitä rahaa, ihmisten osaamista tai laitteita.

Tehtävä on käsittelyvaihe. Käytännön toimenpide, jonka suorittaa yleensä yksilö tai työryhmä. (JHS-Suosituksset 2002.)

Toiminto tarkoittaa tehtäviä, joista syntyy tietty tulos.

Tuotos on prosessin lopputulos. (JHS-Suosituksset 2002.)

Vapaamuotoisuus prosessissa merkitsee vaihtelevuutta toimintojen etenemisjärjestyksessä ja sisällössä. Tämän vaihtelun voi aiheuttaa esimerkiksi erilaiset asiakkaat ja heidän tarpeensa. (Hannus 2004, 107).

#### 4.3 Prosessin määrittäminen

*”Prosessi alkaa asiakkaasta ja päättyy asiakkaaseen.”*

(Laamanen 2005, 53.)

Prosessien kuvauksen asiakaslähtöisyys on selvää silloin, kun ensimmäisen ja viimeisen vaiheen tekijänä on asiakas. Alun ja lopun tunnistamisen lisäksi on tärkeää luokitella, nimetä ja valita kuvattavat elementit. Oikeilla keskeisimmillä asiakkailla, tuotteilla, syötteillä ja toimittajilla on toimintaa parantava vaikutus. Jatkuvan kehityksen periaate toteutuu, kun prosessin alku alkaa suunnittelusta ja loppu päättyy arviointiin. Käytetään nimityksiä On-line ja Off-line prosessit. Ensimmäisessä syvennyttään siihen mitä tehdään tuotteiden aikaansaamiseksi ja toisessa keskityttään niihin, joilla kehitetään ja ohjataan prosessia. (Laamanen 2005, 53-54.)

Lukuisista prosessinluokittelumahdollisuuksista huolimatta, puhutaan ydin- ja tukiprosesseista. Ytimet ovat niitä, joilla on välityön yhteys asiakkaaseen ja joista kehitty yrityksen jalostusarvoa. Niitä ovat tukemassa pienemmät prosessit, tukiprosessit, joiden tehtävänä on mahdollistaa ydinprosessien toiminta. Näistä vielä yleensä valitaan yrityksen avainprosessit. (Laamanen 2005, 53-58.)

Prosessia määriteltäessä on tärkeä miettiä esimerkiksi organisaation toimintaympäristöä, tuotteita, palveluita, sidosryhmiä ja resursseja. Työkokonaisuuksien työpanos on selvitettävä, jotta prosessit tulisi tunnistetuksi. Niistä valitaan liiketoiminta- ja tukiprosessit. Laajassa prosessissa se voidaan rikkoa pienempiin ali- tai osaprosesseihin (Virtuaali AMK, 2016.)

#### 4.4 Prosessiajattelu asiakaspalvelussa

Prosessiajattelussa olennaisinta on, että kokonaisuus ymmärretään ja jokaisen tekijän vastuu siinä. Tärkeää on myöskin, että rajapintana toimivat tulokset eivätkä toimintaa pyörittävät yksiköt. Kehityksen kuuluu perustua asiakkaan tarpeisiin (Virtuaali AMK, 2016.)

Prosessiajattelu lähtee liikkeelle aina asiakkaasta ja tämän tarpeista, joihin organisaatio yrittää vastata tuotteillaan ja palveluillaan. Tätä varten laaditaan prosessi eli tehdään tarvittavat toimenpiteet ja luodaan resurssit tuotteen syntymiselle. Prosessia varten tarvitaan syötteitä (input) tietoa sekä materiaalia, jota organisaatiolle hankkivat toimittajat. (Laamanen 2005, 21.)

Prosessia kuvataan paljon fyysisenä tuotteena, sen valmistamista ja saamista asiakkaalle sekä sen konkreettisesta hyödyistä, vastaamisesta asiakkaan tarpeisiin. Kun organisaation tuote on palvelu, jonka etenemiseen vaikuttavat voimakkaasti asiakkaat, on hyvin mahdollista, että asiakkaat vahingoittavat usein prosessia arvaamattomin tavoin. Siitä, miten prosessi etenee tai mitkä tekijät johtavat prosessin onnistumiseen ei ole välttämättä varmuutta, sillä avainasemassa on aina asiantuntijan eli

työntekijän tilannekohtainen arvio. Näin ollen prosessinkuvauksessa pitää aina pyrkiä myös työntekijöiden osaamisen ja tilannetajun parantamiseen sekä ylläpitoon. (Laamanen 2005, 20-21.)

#### 4.5 Prosessinkuvaus kartalla, kaaviolla ja kuvauksella

Prosessin kuvaus voidaan suorittaa monin eri tavoin eikä siihen ole oikeaa tai väärää tapaa. Se millä tavalla prosessia lähestytään, käytetäänkö perinteistä karttamallia, kaaviota vai hierarkista kuvausta tai kenties kaikkia, riippuu täysin siitä, kuinka tärkeä määriteltävä prosessi on strategisesti, sen määrä- tai vapaamuotoisuus sekä yhtenäisyyden aste. (Hannus 2004, 106-107).

Prosessikartta on tunnetuimpia muotoja kuvata prosessia. Siinä esitellään pää- tai avainprosessit yksinkertaisen karkealla tasolla. Taustalle voidaan lisätä toimintarakenne syventämään karttaa. Kartta on huono kuvaamaan työnkulkua, mutta sillä voidaan kertoa, miten prosessit ovat kytkeytyneitä toisiinsa. (Hannus 2004, 104-105).

Prosessikartta on hyvä pitää yksinkertaisena ja sen otsikoinnin kuuluu olla informatiivinen. Inspiraationa voi käyttää yrityksen missiota tai visiota. Kuvauksessa on tärkeää tuoda esiin asiakkaan toiminta. Prosessikartassa pystytään tuomaan esiin toimintaa läpi organisaatorajojen, jonka kautta tuotteet ja palvelut syntyvät. Tämä lisää ymmärrystä prosessin koko mallia kohtaan. (Laamanen 2005, 59-64.)

Prosessikaaviota suositellaan käytettävän aina silloin, kun prosessi on määrämuotoinen tai kun halutaan kuvata työnkulkua. Siinä tulevat esiin eri toiminnot ja niiden keskinäinen suoritusjärjestys ja ajoitus sekä muut tarpeelliset funktiot. Kaavioon voi lisätä myöskin erillisen kuvauksen jokaisen toiminnon syötteistä ja mittareista. (Hannus 2004, 106-107).

Kaavio kuvaa hyvin, mitä eri ihmiset tekevät missäkin prosessin vaiheessa. Tämä on yksi vahvemmista perusteista, miksi valitsin juuri kaaviomallin kuvaamaan varauksenotto-vaihetta omassa tuotoksessani. Kuten kartassakin asiakkaalla on ylin rooli vaikka kaaviossa ei tarvitse

noudattaa hierarkista järjestystä. Yksinkertaisuus on valttia ja kuvaukset on suositeltavaa pitää niin lyhyinä kuin mahdollista mutta niin, että niistä ymmärtää kriittiset toiminnot. Eri vaiheita ei kuuluisi olla enempää kuin noin 15-20 kappaletta. (Laamanen 2005, 79-81.)

Prosessin kuvauksessa vieraampia tapoja ovat etulinja-tuotelinja-malli ja hierarkinen kuvaus. Ensimmäinen on kaksi osainen rakenne, jossa kuvataan asiakas- ja tuotelähtöistä linjaa. Puhutaan Front End:istä, joka kertoo suoraan asiakkaaseen kytköksissä olevista toiminnoista esimerkiksi tuotteen toimittamisesta. Back End-nimitys viittaa taas taustalla toimiviin tapahtumiin. Tällä mallilla onnistuin kuvaamaan niin sanotusti asiakkaalle näkyviä ja piilossa olevia toimintoja kokouksen aikana. Tuotelinjoja ja asiakasryhmiä voi olla useita ja niitä on helppo lisätä kuvaukseen. Tämä tekee tästä kuvausmallista joustavan. Olennaisinta on, että linjat toimivat keskenään. (Hannus 2004, 48).

Hierarkisessa kuvauksessa esitellään nimensä mukaisesta hierarkia-suhteiden tasoja, joita voi olla 3-5 kappaletta. Niihin yleensä sisältyvät pääprosessi, liiketoimintaprosessi, aliprosessi ja muut toiminnot. (Hannus 2004, 105).

## 5 TYÖN TOTEUTUS

### 5.1 Toiminnallinen opinnäytetyö

Toteutin työni toiminnallisena opinnäytetyönä. Se oli yksi kriteereistäni aiheelleni, sillä koin, ettei minusta olisi analysoimaan jäntevämpää, teoreettisempaa tutkimustyötä. Tämä toteutusmalli sopi niin omalle kuin työnikin luonteelleni.

Toiminnallinen opinnäytetyö eli työelämän kehittämistyö on käytännöllinen työ valitulle toimeksiantajalle. Se koostuu karkeasti kahdesta osasta; itse tuotteesta (product), joka voi olla kirja, opas, suunnitelma tai jopa tapahtuman suunnittelu. Tuotteesta pitää käydä ilmi tavoitellut päämäärät ja sitä pitää säestää teoreettisella viitekehysellä. Toinen osa on opinnäytetyön dokumentointi, jota rytmittää ammattiteoria. On suotavaa, että työssä on tutkiva, pohtiva, kriittinen ja kehittävä ote, joka näkyy teoreettisen lähestymistavan valinnan perusteluna.

Toiminnallisessa opinnäytetyössä on neljä avaintekijää; 1) toiminta, joka kuvaa ammatillista taitoa 2) teoreettisuus ammatillista tietoa, joka sisältää viitekehysten käsitteineen, malleineen ja määritelmineen 3) tutkimuksen eli tutkivaa tekemistä ja tutkimuksen tekemisen 4) raportointi eli ammatillinen viestintätaito. (Vilkkä 2010).

Tutkimustieto tavoittelee tässä tapauksessa tietoa, jolla toiminnallisuutta voidaan täsmentää, rajata, kehittää, uudistaa tai muuten perustella. Siihen perustuu tuotoksen ideointi ja kehittäminen. Se miten sitä sovelletaan, on aina tapauskohtaista. On tärkeää, että viitekehys, lähde ja tutkimustieto keskustelevat keskenään työn edetessä (Vilkkä, 2010).

### 5.2 Kokousemännän- ja isännän käsikirjan esittely

Määrittelen Cumulus-kokousprosessin tukiprosessiksi, sillä kyseessä on pääasiallisesti majoitusalan yritys, jonka oheispalveluna kokoustamismahdollisuudet toimivat. Käsittelen sitä ainakin Lahden

Cumuluksen yhdeksi avainprosesseiksi. Pysin pitämään kuvaukseen mahdollisimman kompaktina ja helposti luettavissa. Vaikka tiedon vanhenemista ei voi estää, toivon, että työni kestäisi aikaa. Alussa esittelin karkeasti mitä Cumulus Lahden kokouspalvelut sisältävät; tilat, henkilömäärät, mahdolliset pöytämuodot, varustelut ja kokouspaketit. Tällä teoria osuudella pyrin vähentämään tekstin osuutta, sillä halusin prosessin toimintamallista mahdollisimman yksinkertaisen ja helposti luettavan. Sen jälkeen seurasi itse tuote.

Etsiessäni oikeanlaista tapaa prosessin kuvaukseen, hain tietoa, esimerkkejä vastaavanlaisista palveluista ja miten prosessiajattelua oli sovellettu niihin. Sovittelin erilaisia kuvaustyyliä prosessiini mutta varsinaisen päätöksenteon perustin tietotaitooni ja havaintoihini kentältä. Laadin kaksi eri tapaa kuvaamaan eri vaiheita prosesseista perustuen niissä kuvattavaan työn luonteeseen. Nämä ovat prosessin tärkeimpiä vaiheita mutta myös niitä, joissa on aikaisemmin kompasteltu eniten. Näitä ja koko laatimaani työtä tukivat esimiehiltä saamani palaute Cumulus Lahdesta. Tämä sisäisen toiminnan korjausliike parantaa myös asiakaskokemusta. Tämä prosessinkuvaus liitettiin toisen työntekijän tekemän perehdytyskansion liitteeksi.

Prosessin kuvaukseen päädyin käyttämään lopulta kahta eri tapaa esittelemään tuotetta ja sen työkulkua. Alun perin laadin kaavion, jolla oli tietenkin helppo kuvata asioiden tapahtumisjärjestystä. Mutta oliko työni määrämuotoinen? Periaatteessa kyllä. Kokoukset sekä niitä järjestävät tahot ja asiakkaat toimivat suhteessa kaikki samalla kaavalla. Mutta, koska kyse on asiakaspalvelusta ja koska Cumulus-ketjun yksi avainperiaatteista on tuotteen räätälöinti asiakkaan tarpeiden mukaan, lähdin työstämään etulinja-tuotelinja-mallia. Kaksi mallia toivat prosessista esiin eri tasoja esimerkiksi silloin kun samaa toimintoa voivat suorittaa eri osastot. Asiakkaiden erilaisuus ja kokous-tuotteen muokkaaminen korostuivat. Varsinaiset toiminnot visuaalisiin kuvauksiin valitsin niiden arvon mukaan. Kuinka tärkeitä ne ovat koko prosessille ja kuinka herkästi uusi työntekijä tekee virheen juuri näissä toiminnoissa.

Valmiiseen tuotukseeni tein vain muutamia esimiesteni ehdottamia muutoksia. Lisäksi liitin työhöni mukaan, joitakin tarvikelistoja ja malleja, jotka tulivat valmiiksi talon puolesta.

Valmiissa tuotoksessani prosessikaavio kuvaa varauksen teko vaihetta asiakkaan kanssa. Se on yksi näkyvimmistä sekä tärkeimmistä vaiheista prosessissa ja siinä onnistuminen on tärkeää. Se pitää suorittaa aina määrämuotoisesti eli samalla tavalla vaikka tekojärjestyksessä on olemassa pientä joustoa.

Etulinja-tuotelinja-mallini kuvastaa itse kokousta ja sitä edeltäviä hetkiä kuin myös mitä tapahtuu kun kokous on ohi. Siinä kuvastuvat nimenomaan toiminnot, jotka ovat kytköksissä suoraan asiakkaaseen mutta myös ne toiminnot, jotka tapahtuvat taustalla ja joita asiakas ei näe.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

### 6.1 Työn ja työskentelyn arviointi

Omasta opinnäytetyöprosessista jäi sellainen olo kuin olisinkin tehnyt kaksi yhden sijaan; kokouskäsikirjan ja siitä kertovan raportin. Aluksi tein itse tuotteen, prosessin kuvauksen Cumulukseen keväällä 2013.

Valtava tietomäärä hämmensi vaarantaen työni rajausta ja hidastutti sekä vaikeutti työn kulkua.

Olen tyytyväinen, että alkuperäinen toiveeni tehdä toiminnallinen opinnäytetyö pääsi toteutumaan. Käsikirja on vastannut sekä minun että toimeksiantajan odotuksia. Teoreettisempi, syvällisempi paketti olisi ollut ihanteellisempi mutta koska tiesin sen tulevan nopeaa perehdyttämistä varten, koin sen tarpeettomaksi. Pidin mielessäni sen, että kenelle työtäni laadin. Työni pysyi tiiviinä pakettina, jota on helppoa lukea ja tämän vahvistivat myös työkaverit ja esimiehet työpaikalla. Pyrin välttämään tietoa, joka vanhenisi äkkiä henkilökunnan tai työtapojen vaihtuessa ja onnistuinkin siinä. Käytännönkokemukseni auttoi arvioimaan prosessin merkitystä ja eri vaiheiden kulkua. Tietoa ketjusta ja talosta oli helposti saatavilla ainakin teoriassa.

Raportin tekeminen ontui koko matkan ajan ja se on ollut harvoin prioriteetti. En hyödyntänyt tarjolla olevaa ohjausta parhaalla mahdollisella tavalla. Pitkä teko aika aiheutti lisäongelmia, kun aikaisemmin hyödyntämäni asiakaspalautteet, joita kerättiin vielä sähköisesti vuonna 2013, ei kerätty enää esimerkiksi vuonna 2014. Oman palautteen tekeminen sekä analysointi olisivat teettäneet liikaa lisätyötä toiminnalliselle opinnäytetyölle, joten vähäisen määrän takia jätin ne kokonaan työni ulkopuolelle. Ketjun suuruus ja rivityöntekijän pienuus tuntuivat kun olisin esimerkiksi halunnut lähestyä korkeampaa tahoja tai saada esimerkiksi kaipaamiani jo teetettyjä asiakaspalautteita.

Käytännön puolella saavutin tavoitteeni. Tein tuotteen, mitä toimeksiantajani minulta pyysi ja mihin he ovat myöskin olleet tyytyväisiä.

Erilaisiin prosessikuvauksiin syventyminen on ollut mielenkiintoista. Oikeanlaisen tavan löytäminen kuvaamaan juuri tätä prosessia on ollut silmiä avartavaa myös käytännön työni kannalta. Kahden eri mallin käyttäminen syventää prosessinkuvaustani. Uskon tuotokseni palvelevan hyvin uusia ja vanhoja työntekijöitä. Raportti-osuudessa en päässyt samalle tasolle.

## 6.2 Ammatillinen kasvu ja jatkotutkimuksen aiheita

Opinnäytetyöni aihe tuki ammatillisia valintojani ja suuntautumistani opinnoissani. Aihe oli mielenkiintoinen ja toimesianto liittyi kiinteästi työhöni sekä alaani, jolla tulen luultavastikin toimimaan hyvin pitkään. Aihe ja käytännön työntelemiseen syventyminen tietoperustan kautta syvensi omaa tietouttani kuinka toimia työvuorossa. Vaikka opinnäytetyöni käsitteli pitkälti kokoustuotteita voi samaa prosessiajattelua ja kuvausta soveltaa laajastikin erilaisiin käytännön toimiin asiakaspalvelualalla. Ymmärsin myös erilaisten prosesien kuvaamisen tärkeyden esimiestasolta vaikka varsinainen prosessijohtaminen jäikin etäiseksi.

Aihe on laaja ja siitä riittää mahdollisuuksia tutkimukseen niin kokoushotelli kuin prosessi mielessäkin. Kummastakin voi tehdä syvällisemmän työn ja erityisesti Cumulus Lahteen tyytyväisyyskyselyn muodossa kokousasiakkaille. Prosessijohtaminen ja muutoksen läpivienti ovat myös potentiaalisia suuntia jatkotutkimusta ajatellen.

## LÄHTEET

### Kirjalliset lähteet

Blinikka, P. & Kuha, M. 2004. Ideasta kokoukseksi: Asiakslähtöisten kokouksen ja kongressien järjestäminen. Jyväskylä. Jyväskylän yliopisto.

Hannus, J. 2003. Prosessijohtaminen: ydinprosessien johtaminen ja yrityksen suorituskyky. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.

Hannus, J. 2004. Strategisen menestyksen avaimet. Jyväskylä. Protalent Oy.

Hirsjärvi, S. Remes, P. Sajavaara, P. 2004. Tutki ja kirjoita. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.

Laamanen, K. 2005. Johda liiketoimintaa prosessien verkkona – ideasta käytäntöön. Keuruu. Otavan Kirjapaino Oy.

Laamanen, K. & Tinnilä, M. 2009. Prosessijohtamisen käsitteet – Terms and concepts in business process management. Espoo. Redfina Oy.

Pesonen H-L. Lehtonen J. Toskala A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena, markkinointia, viestintää, psykologiaa. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.

Reinboth C. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Helsinki. Gummerus kirjapaino Oy. Helsinki.

Valvio T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Hämeenlinna. Kariston Kirjapaino Oy.

### Sähköiset lähteet

Cumulus 2015. Cumulus Lahti. [viitattu 13.4.2015] Saatavissa:

[\]https://www.cumulus.fi/hotellit/cumulus-lahti](https://www.cumulus.fi/hotellit/cumulus-lahti)

HuomisenKokous'sChannel. 2016. Huomisen trendit kokoustamisessa: osa 2 Kokousten tekniset ratkaisut. [viitattu 12.5.2015] Saatavissa: [https://www.youtube.com/watch?v=mJOCwT8SE\\_g&feature=relmfu](https://www.youtube.com/watch?v=mJOCwT8SE_g&feature=relmfu)

HuomisenKokous'sChannel. 2016. Huomisen trendit kokoustamisessa: osa 3 Virkistävä ja tehokas kokoustila. [viitattu 12.5.2015] Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=LNKJKBbOX8g&feature=relmfu>

Ennuste 2015: Kokoukset ja tapahtumat. [viitattu 14.5.2015] Saatavissa: <http://www.carlsonwagonlit.com/export/sites/cwt/fi/countries/fi/finland-pdf/meetings-events/ME-2015-Forecast-FI.pdf>

LAMK. 2016. Reppu: Opinnäytetyön ohje [viitattu 10.1.2016]. Lahden Ammattikorkeakoulu. Saatavissa: <http://reppu.lamk.fi/mod/book/view.php?id=116250>.

Logistiikan maailma 2016. Prosessien kehittäminen [viitattu 9.2.2016] [http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Prosessien\\_khitt%C3%A4minen](http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Prosessien_kehitt%C3%A4minen)

Hartvaara, M. 2008. Miten ja miksi prosesseja mallinnetaan. [viitattu 12.4.2015] Saatavissa: Teknillinen korkeakoulu Lahden Keskus. Saatavissa: [http://www.lpt.fi/tykes/news\\_doc/prosessit\\_mea-hartvaara.pdf](http://www.lpt.fi/tykes/news_doc/prosessit_mea-hartvaara.pdf)

JHS-Suosituksset. 2002. JHS 152 Prosessien kuvaaminen. [viitattu 12.4.2015] Saatavissa: <http://docs.jhs-suositukset.fi/jhs-suositukset/JHS152/JHS152.html>

Tapahtumamaailma: Cumulus Kokoushotellit 2015. [viitattu 13.4.2015] Saatavissa: <http://www.tapahtumamaailma.fi/cumulus-kokoushotellit>

Virtuaali AMK 2015. Liiketoimintaprosessien kehittäminen. [viitattu 9.2.2016] <http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0303012/1106227851022/1106577077518/1107020071174/1107020265421.html>

## LIITTEET

Kokousemännän-ja isännän käsikirja