

**Jään alle -sukelluskurssin
elämyksellistäminen
palvelumuotoilun avulla**

Anniina Haapalainen

Opinnäytetyö
Maaliskuu 2017
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala
Restonomi (AMK), matkailun koulutusohjelma

Tekijä(t) Haapalainen, Anniina	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Maaliskuu 2017
	Sivumäärä 67	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Jään alle -sukelluskurssin elämyksellistäminen palvelumuotoilun avulla		
Tutkinto-ohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) Mika Niskanen		
Toimeksiantaja(t) Tomi Väisänen, Oulun Sukelluskeskus		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää jääsukelluskurssista uudenlainen elämyksellinen palvelukokonaisuus palvelumuotoilun ja elämyskolmio-mallin avulla, joita hyödyntämällä pystytään tuottamaan asiakkaalle kokonaisvaltainen elämyskokemus. Jään alla sukeltamisesta ei ole muilla toimijoilla Suomessa tarjolla vastaavanlaista elämyspakettia, joten työssä luotu kokonaisuus on ensimmäinen laatuaan Suomessa. Toimeksianto työhön tuli Oulun Sukelluskeskukselta, joka tarjoaa pääsääntöisesti laitesukelluskursseja sekä suomalaisille että ulkomaalaisille asiakkaille.</p> <p>Työ toteutettiin palvelumuotoilua hyödyntäen toiminnallisena opinnäytetyönä, joka eteni palvelumuotoiluprosessin mukaisesti Juha Tuulaniemen Palvelumuotoilu-kirjan pohjalta. Elämyksellisyyden luomisessa käytettiin Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen (LEO) kehittämää elämyskolmio-mallia. Tutkimusosuus suoritettiin avoimena haastatteluna, jonka tarkoituksena oli selvittää asiakkaan kokemuksen taso ja löytää mahdolliset parannuskohteet jatkokehitystä varten.</p> <p>Tutkimuksen perusteella selvisi, että asiakkaille onnistuttiin luomaan uudenlainen palvelukokonaisuus palvelumuotoilun ja elämyksellisyyden avulla, jotka pystyvät kaikkien elementtensä suhteen tuottamaan asiakkaalle elämyskokemuksen. Tärkeimmäksi kehityskohteeksi nousi henkilökunnan työmäärän helpottaminen, mutta samalla tehokkuuden ylläpitämisen eteen tehtävät toiminnot. Lisäksi suureksi ongelmaksi osoittautuivat kova pakkanen ja kunnollisten lämpimien tilojen puutteellisuus.</p> <p>Opinnäytetyön avulla yritys pystyy kehittämään toimintaansa ja toteuttamaan elämyksellisen Jään alle -sukelluskurssin sujuvampana ja entistä laadukkaampana kokonaisuutena.</p>		
Avainsanat (asiasanat)		
elämys, elämyksellisyys, palvelumuotoilu, palvelupolku, palvelukehitys, jääsukellus		
Muut tiedot		

Author(s) Haapalainen, Anniina	Type of publication Bachelor's thesis	Date March 2017
	Number of pages 67	Language of publication: Finnish
		Permission for web publication: X
Title of publication Creating a sensational experience of an Ice Diving Course		
Degree Program in Tourism Degree Programme in Tourism		
Supervisor(s) Mika Niskanen		
Assigned by Tomi Väisänen, Oulu Dive Center/Oulun Sukelluskeskus		
<p>Description</p> <p>The aim of the thesis was to develop the ice diving course into a whole new experience utilizing the Service Design and Experience Pyramid. The objective was to produce a comprehensive experience to the customers. The Diving Under Ice experience is first of its kind in Finland that offers an entirety like this. The thesis was assigned by Oulun Sukelluskeskus (Oulu Dive Center) which offers mainly scuba diving courses both to Finnish and foreign customers.</p> <p>The thesis was implemented as an occupational study and the entirety proceeds based on service design process described in Juha Tuulaniemi's Service Design book. The Experience Pyramid, created by Lapland Center of Expertise for the Experience Industry (LEO), was used to create the experience. The research was executed as an open interview. The purpose was to clarify the level of the customer experience and to detect possible improvement points for further development.</p> <p>Based on the research the service concept managed to produce an overall experience to the customers with the help of all the elements included. The most important development point turned out to be easing the staff's workload and at the same time, maintaining functions to sustain efficiency. In addition, the freezing weather and the deficiency of warm spaces came to be a great issue.</p> <p>The company can develop their operations and accomplish an experiential Ice Diving Course more proficiently and in a higher quality with the help of the thesis results.</p>		
Keywords (subjects) experience, service design, service path, service development, ice diving		
Miscellaneous		

Sisältö

1 Johdanto	3
2 Tutkimusasetelma	6
3 Perehdytys lajiin	8
3.1 Laitesukellus ja sen historiaa	8
3.2 Jääsukellus.....	9
4 Palvelun kehittäminen	12
4.1 Palvelumuotoilu	13
4.2 Palvelumuotoiluprosessi	15
4.3 Palvelupolku osana palvelukehitystä	17
5 Elämys osana palvelukehitystä	18
5.1 Elämyskolmio	19
5.2 Elämyksen elementit	20
5.3 Elämyksen tasot	23
6 Kehittämistyö	26
6.1 Tutkimusmenetelmä.....	26
6.2 Tutkimuksen luotettavuus.....	27
6.3 Kehittämistyön vaiheet.....	28
7.1 Asiakkaan palvelupolku	33
7 Tulokset ja johtopäätökset	41
8 Pohdinta	46
Lähteet	52
Liitteet	55

Kuvat

Kuva 1. Valojuovat opastavat sukeltajan avannolle	10
Kuva 2. Allasorientaatio Raatin uimahallissa	36
Kuva 3. Fiilistelyä viimeisten sukellusten jälkeen	39
Kuva 4. Telttasauna ja avanto	42
Kuva 5. Surffausta ylösalaisin jään alla	44

Kuviot

Kuvio 1. Elämyskolmio-malli.....	20
Kuvio 2. Esipalveluvaihe	34
Kuvio 3. Ydinpalveluvaiheen ensimmäinen päivä	35
Kuvio 4. Ydinpalveluvaiheen toinen päivä	36
Kuvio 5. Ydinpalveluvaiheen kolmas päivä	37
Kuvio 6. Ydinpalveluvaiheen neljäs päivä	38
Kuvio 7. Jälkipalveluvaihe	39
Kuvio 8. Kokemuksen taso.....	41
Kuvio 9. Kokemuksen keskiarvo	45
Kuvio 10. Ensimmäiset asemapaikat.....	57
Kuvio 11. Toiset asemapaikat.....	58
Kuvio 12. Kolmannet asemapaikat.....	59
Kuvio 13. Neljännet asemapaikat.....	60
Kuvio 14. Toisen päivän asemapaikat.....	63

Taulukot

Taulukko 1. Ongelmat ja niiden ratkaisuehdotukset	47
Taulukko 2. Palvelutapahtuman kulku henkilöittäin.....	62

1 Johdanto

Hyytävän kylmä vesi pistelee poskia ja turruttaa huulia. Sormia ja varpaita palelee jo, mutta kehossa myllertävä jännitys on liian suuri, että palelulle tarvitsisi tehdä mitään. Näytetään ok-merkkiä, päästetään liivistä ilmat pois ja painutaan pinnan alle. Veden alla ei kuulu muuta kuin oma hengitys ja kuplien pulputus. Pistelevä kylmyys häviää syvemmälle mentäessä ja olo alkaa olla jopa miellyttävä. Käänny selälleni ja suoraan yläpuolellani on jääkatto. Paksu, hohtava, teräsjää. Näky on häkellyttävän upea. Vielä upeampaa on nousta seisomaan jään pintaa vasten, ylösalaisin, veden alla. Vedän turvaköydestäni kolme kertaa, ja pinnalla köyden toisessa päässä merkkini huomataan. Otan köydestä tukevan otteen ja surffaan jään pintaa vasten, ylösalaisin, kun pinnalla vedetään minua kohti avantoa - ainoa poistumisaukko.

Työn taustaa

Suomessa Sukeltajaliitto Ry on suomalaisten sukellusseurojen pääjärjestö. Siihen kuuluvia seuroja ja yhdistyksiä toimii noin 170, ja niissä on yhteensä kaiken kaikkiaan noin 10 000 jäsentä. (Sukeltajaliitto Ry n.d.) Sukeltajaliittoon kuuluvissa seuroissa järjestetään jääsukelluskoulutusta ja seurojen aktiiviset jäsenet sukeltavat ympäri vuoden. Koulutusta tarjotaan kuitenkin vain seurojen jäsenille. Eli myyntiä tai markkinointia ei tehdä laisinkaan. Ainoastaan Oulun, Jyväskylän, Helsingin ja Tampereen Sukelluskeskukset myyvät jääsukelluskurssia myös ulkopuolelle. Oulun Sukelluskeskus on kuitenkin Suomen ainoa sukellusyritys, joka markkinoi myös ulkomaille. (Väisänen 2017.)

Lähestyin Oulun Sukelluskeskusta (OSK) syksyllä 2016 opinnäytetyön aihetta mieltiesäni, ja kävi ilmi, että Malesiasta Ouluun olisi tulossa joulukuun alussa mielenkiintoinen ryhmä tekemään jääsukelluskurssin. Ryhmä olisi ensimmäinen Ouluun jääsukellusta kokeilemaan tullut ryhmä ulkomailta, joten Oulun Sukelluskeskus halusi panostaa siihen erityisen paljon kansainvälisen kasvun parantamiseksi.

Heinäkuussa 2013 perustettu Oulun Sukelluskeskus ei järjestänyt alussa jääsukelluskoulutusta, mutta heti ensimmäisenä talvena huomattiin selvästi, että talven pimeisiin kuukausiin tarvittiin enemmän liikevaihtoa. Vuonna 2015 Oulun Sukelluskeskuksen

yrittäjä sai jääsukelluskouluttajan oikeudet, joten koulutusta alettiin järjestää. Ensimmäisenä vuonna Oulun Sukelluskeskuksen kautta jääsukelluskurssin suorittaneita henkilöitä oli noin 6. Kahden vuoden aikana kurssin suorittaneita on ollut yhteensä noin 15. (Väisänen 2017.) Luvun oletetaan kasvavan, kunhan näkyvyyttä saadaan lisää.

Näkyvyyttä OSK onkin hakenut tehokkaasti sosiaalisen median kautta olemalla aktiivinen mm. Facebookissa sekä Instagramissa kuvia jakamalla. VisitFinland onkin jo pyytänyt saada lupaa jakaa Oulun Sukelluskeskuksen ottamia kuvia jääsukelluksesta. Saksalainen matkatoimisto huomasi sitä kautta Oulun Sukelluskeskuksen ja esitti kiinnostuksensa. Yhteistyötä on tehty viime vuoden marraskuusta alkaen, mutta myynti ei ole vielä toistaiseksi tuottanut tulosta. Myös saksalainen Aquanaut-lehti julkaisi artikkelin OSK:n jääsukelluksesta viime tammikuussa. (Väisänen 2017.)

Tutkimustyön tarve on sinänsä hyvin ilmiselvä - yrityksen tulosta halutaan parantaa. Talviaika on hyvin haastava aika sukelluskeskuksille. Talvikausi on paljon hiljaisempaa aikaa kuin kesäkausi, sillä sukeltaakseen talvella sukeltaja tarvitsee kuivapukukoulutuksen. Ilman kuivapukua ei talviaikaan voi sukeltaa veden kylmyyden takia. Lisäksi vesistö jäätyy, joten sukeltajalla on oltava jääsukelluskoulutus ennen kuin jääkannen alle voidaan sukeltaa. Siksi vain aktiivisimmat harrastajat, joilla on tarvittavat koulutukset, sukeltavat myös talvella. Uusia jääsukelluskurssin oppilaita on toistaiseksi hyvin vähän, kuten edellä on mainittu. Talven liikevaihtoa täytyi siis saada vilkastettua, jotta yrityksen tulos olisi mahdollista saada positiiviseksi. Täytyi alkaa miettiä keinoja, joilla tuloista saataisiin parannettua. OSK lähti siis tarjoamaan jääsukelluskurssia. Nopeasti kuitenkin OSK huomasi kilpailutilanteen Lapin kanssa ja se tiedosti, että tarvittiin jotain elämyksellisempää kansainvälisille markkinoille. OSK havaitsi, että Oulu toimii monille matkailijoille välipysäkkinä matkalla Lappiin, joten Lapin matkailijoita voitaisiin houkuttaa tekemään jääsukellusta Oulussa. (Väisänen 2017.)

Lisäksi hurjan suosion saanut Jäänmurtaja Sampo -risteily Kemissä voisi mahdollistaa lohkon ulkomaalaisista asiakkaistaan Oulun Sukelluskeskukselle saman tyyppisen asiakaskunnan ja sijainnin perusteella. Oulun Sukelluskeskus on tehnyt aikaisemmin selvityksen, millaisia elementtejä toivottiin jääsukelluskurssin yhteydessä järjestettävän.

Aikaisempina vuosina jääsukelluspaketista tehtiin ensimmäisiä versioita asiakkaiden toiveiden perusteella, mutta varsinaista kokonaisuutta ei syntynyt. (Väisänen 2017.)

Opinnäytetyön kehittämishaasteena ja tavoitteena on kehittää jään alle -sukelluskursista uudenlainen elämyksellinen palvelukokonaisuus palvelumuotoilun ja elämyskolmio-mallin avulla, joita hyödyntämällä pystytään tuottamaan kokijalle kokonaisvaltaisen elämyskokemus. Vastaavanlaista tuotetta ei ole tarjolla missään muualla Suomessa, joten Oulun Sukelluskeskus lähti ensimmäisenä Suomessa täyttämään vajausta. Opinnäytetyö auttaa toimeksiantajaa täyttämään tuon markkinaraon kokoamalla elämyksellisen palvelukokonaisuuden jääsukelluksen parissa.

Toimeksiantaja

Oulun Sukelluskeskus toimii sukellus-, uinti-, triathlon-, veneily-, surffailu-, ja melontaharrastusten erikoismyymälä Oulussa, joka on erikoistunut laitesukelluskoulutukseen. Oulun Sukelluskeskus sijaitsee Oulun keskustan läheisyydessä Tuirassa Oulujoen rannalla. Sukelluskeskuksen ydintoimintaa on laitesukelluksen perus- ja erikoiskurssien tarjoaminen suomalaisille asiakkaille sekä jääsukelluskurssien tarjoaminen myös ulkomaisille asiakkaille. (Oulun Sukelluskeskus n.d. Facebook.) Sukelluskeskuksen visio on olla suurin sukellusalan yritys Suomessa sekä menestyä kansainvälisillä markkinoilla jääsukelluksen toteuttajana. Arvojärjestyksessä tärkeimpinä OSK:lle ovat turvallisuus, ammattitaito ja henkilökohtainen palvelu. (Väisänen 2017.)

Vakituisia työntekijöitä yrityksellä on kaksi, ja lisäksi on yksi osa-aikainen työntekijä. Toimitusjohtajana toimii Tomi Väisänen, joka vastaa muun muassa strategioista, taloussuunnittelusta, hallitustyöskentelystä, myynnistä ja markkinoinnista, koulutuksesta, rekrytoinnista ja sopimuksista. (Väisänen 2017.)

2 Tutkimusasetelma

Työ toteutetaan palvelumuotoilua hyödyntäen toiminnallisena opinnäytetyönä, joka etenee palvelumuotoiluprosessin mukaisesti Juha Tuulaniemen Palvelumuotoilu-kirjan pohjalta. Elämyksellisyyden luomisessa käytetään Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen (LEO) kehittämää elämyskolmio-mallia. Teoriapohjassa perehdytään myös itse lajiin, laitesukellukseen, sekä sen alalajiin, jääsukellukseen. Oulun Sukelluskeskuksen yrittäjän haastatteluilla saatavaa ammattilaisen tietoa hyödynnetään laitesukelluksen teoriapohjassa. Palvelupolku asiakkaan näkökulmasta (Liite 1) rakennetaan hahmottamaan kokonaisuuden etenemistä ennen palvelua, palvelun jälkeen ja sen aikana, sekä sanallisesti että visuaalisesti. Tutkimusaihetta lähestytään laadullisen (kvalitatiivisen) tutkimusmenetelmän näkökulmasta. Tutkimusaineistoa kerätään avoimella haastattelulla ja havainnoimalla. Haastattelun tarkoituksena on selvittää asiakkaan kokemuksen taso sekä löytää mahdolliset parannuskohteet jatkokehitystä varten. Haastattelusta saadut tulokset ja johtopäätökset esitellään työn lopussa kehitysehdotusten kanssa. Lisäksi liitteenä (Liite 2) on Henkilökunnan käsikirjoitus, joka toimii henkilöstön apuna seuraavia palvelukokonaisuuksia järjestettäessä.

Palvelukokonaisuus rakennetaan nelihenkiselle malesialaiselle ryhmälle, joka oli varannut pelkän jääsukelluskurssin jo ennen kehittämistyön aloittamista. Kokonaisuus toteutetaan tämän kyseisen testiryhmän kanssa ajalla 5. - 7.12.2016. Työstä syntyvä tuote soveltuu muillekin ryhmille palvelupolkua hieman muokkaamalla.

Toimintaympäristön kartoitus

Lapin matkailu on hyvin kansainvälistä, sillä Lappi houkuttelee matkailijoita vuosittain noin 140:stä eri maasta. Yöpyjistä noin 40 % on kansainvälisiä matkailijoita. (Lapin matkailun strategian kehittäminen n.d.) Vuonna 2013 Suomessa rekisteröitiin 5,9 miljoonaa kansainvälistä yöpymistä, joista yli miljoona tapahtui Lapissa. Joidenkin arvioiden mukaan tämän rekisteröinnin ulkopuolelle jää jopa 2/3 yöpymisistä, joten luku on todellisuudessa suurempi. Kasvu nousi prosentilla edellisvuoteen verrattuna. (Luiro 2015, 9-10.)

Samana vuonna tehdyn tutkimuksen mukaan aasialaisten ja venäläisten matkailu Suomeen kasvoi myös hyvien Aasia-lentoyhteyksien ansiosta. Lapin Matkailustrategia 2015 – 2018 -raportin (2015, 9) mukaan Tilastokeskus kertoo kiinalaisten Suomen-vierailujen kasvaneen 30 %:lla, sekä japanilaisten ja korealaisten määrän kasvaneen 16 %. Kasvun odotetaan jatkavan. (Luiro 2015, 9.)

Viime vuonna ulkomaisten yöpymiset kaikissa Suomen majoitusliikkeissä kasvoivat kailta kuukausilta edellisvuoteen verrattuna, pois lukien touko- ja heinäkuu. Eniten kasvua tapahtui pimeimpinä talvikuukausina, marras- ja helmikuun välissä. Helmikuussa yöpymisten määrä nousi 16,7 % edellisvuoteen verrattuna. (Liitetaulukko 6. Yöpymiset kaikissa majoitusliikkeissä kuukausittain, 2016-2017.)

Yrityksen tulisi huomioida tuotekehityksessään ja markkinoinnissaan matkailuun vaikuttavia megatrendejä ja asiakaskäyttäytymiseen vaikuttavia yleisiä trendejä. Lapin Matkailustrategia 2015 – 2018 -raportissa (2015, 18-20) esitellään Luusuan (2014) listattamia matkailun trendejä. Listan mukaan esimerkiksi globalisoituminen edellyttää kansainvälistymistä kaikessa yritystoiminnassa. Liikenneyhteyksien kehittyminen vaikuttaa matkustamisen vaivattomuuteen, ja kasvava ympäristötietoisuus vaatii kestävä kehitystä, sillä se voi olla perusteena matkapäätökselle. Asiakaskäyttäytymiseen vaikuttavia trendejä on erityisesti kehittyvä laatutietoisuus, sillä paljon kokeneet matkailijat vaativat aina vain parempaa laatua tiedostaen tarjonnan runsauden. Myös aitous ja yksilöllisyyttä arvostetaan yhä enemmän, joten paikallisuus ja uniikit matkakohteet nousevat kiinnostuksen kohteiksi jättäen massaturistikohteet varjoonsa. Lisäksi kaupungistuminen vaikuttaa matkailijoiden haluun vastapainottaa arjen vilkkautta luonnolla, rauhalla ja hiljaisuudella. (Luiro 2015, 18-20.)

Oulu on Suomen pohjoisin sukellusalan yritys, joten se ei kilpaile sukelluskurssien osalta Lapin kanssa. Lappi kuitenkin tarjoaa laajasti muunlaista matkailutarjontaa, joka houkuttelee ulkomaalaisia asiakkaita. Opinnäytetyössä käsiteltävässä palvelukokonaisuudessa on siis mahdollista potentiaalia kilpailla asiakkaista Lapin kattavan matkailutarjonnan kanssa, sillä matkailun trendien perusteella tästä työstä syntyvä tuote vas-

taa matkailijoiden kehittyviin tarpeisiin. Oulun Sukelluskeskus on alkanut edistää ulkomaille suuntautuvaa markkinointia yhteistyössä aikaisemmin mainitun saksalaisen matkatoimiston kanssa sekä mainostamalla Diviac Taveln -sivustolla jääsukellusta.

3 Perehdytys lajiin

3.1 Laitesukellus ja sen historiaa

Laitesukellus on sukeltamista veden alle, ja siinä käytetään apuvälineinä hengityslaitteita, eli paineilmasäiliötä ja hengityssäädintä (regulaattoria). Laitesukellus kääntynä englanniksi on *scuba diving*, joka tulee sanoista Self Contained Underwater Breathing Apparatus, mikä tarkoittaa laitteita, joiden avulla voimme hengittää veden alla. (What is Scuba Diving? 2011.)

Ei tiedetä tarkasti, milloin ihminen havaitsi voivansa henkeään pidättäen päästä veden alle, mutta ainakin 5 000 vuotta sitten sukeltettiin noutamaan sieniä, koralleja ja helmiä kaupalliseen tarkoitukseen. 1500-luvulla alettiin kehittää hyvin alkeellisia välineitä, joiden avulla pystyttäisiin olemaan pidempiä aikoja veden alla. Välineet kehittyivät hitaasti sitä mukaa, kun opittiin sukeltamista koskevaa fysiikkaa. (Vikman 2007, 173.) Suomessa varhaisimmat maininnat työsukeltajista ovat 1600-luvulta. Ennen 1950-lukua maassamme sukeltettiin ainoastaan tekemään vedenalaista työtä. Erkki Koivusalon kerrotaan olevan ensimmäinen suomalainen vapaa-ajan sukeltaja, joka sukelsi 1952 itse hankkimallaan happilaitteella ja kypärällä. Neljä vuotta myöhemmin perustettiin Suomen ensimmäinen sukeltajien liitto, Urheilusukeltajain Liitto, jonka toiminta-ajatuksena oli edistää sukelluskerhojen perustamista eri puolille Suomea. Myöhemmin samana vuonna perustettiin ensimmäinen sukellusseura, Urheilusukeltajat ry. (Vikman 2007, 385-387.) Kyseinen sukellusseura on edelleen toiminnassa ja siihen kuuluu noin 500 jäsentä. (Urheilusukeltajat ry 2014).

3.2 Jääsukellus

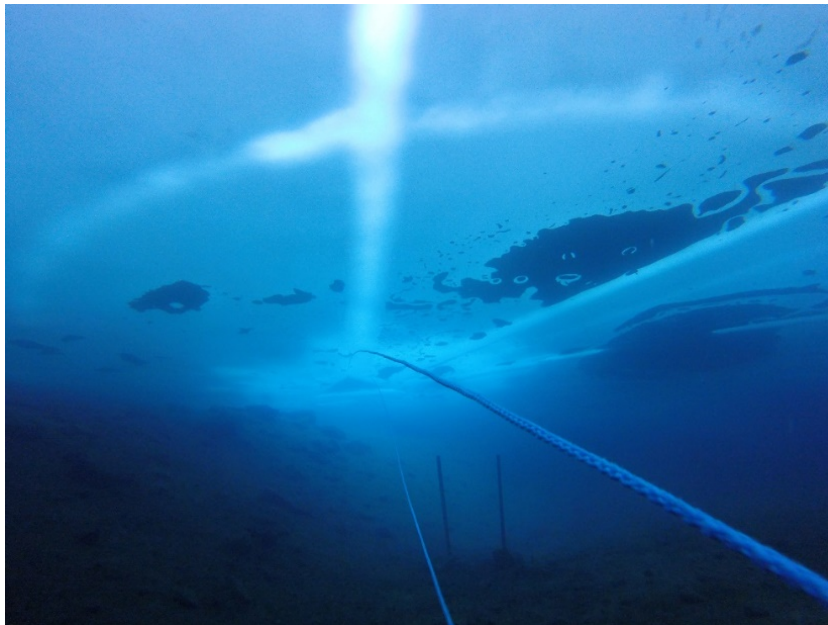
Jääsukellus, josta käytetään myös nimeä *talvisukellus*, tehtiin ensimmäisen kerran 1902 saksalaisen Willy Heinrichin toimesta (Brueggeman 2003, 2). Jääsukellus on laitesukelluksen kehittyneempi muoto, jossa sukellaan paljon haastavammissa olosuhteissa kuin tavallisesti. Veden pinta on umpijäässä, ja yleensä jäässä on vain yksi poistumisaukko, eli avanto. Pintaan ei siis voi nousta milloin tahansa mahdollisten ongelmien ilmentyessä, kuten ilman loppuessa kesken sukelluksen. Tavallisesti pintaan voi nousta mistä kohdasta tahansa, mutta jään alla sukeltaessa avanto on ainoa paikka, josta pääsee pinnalle. Sukeltajalta vaaditaan siis erityiskoulutusta jääsukelluksen suorittamiseen. (Grønfeldt Senger n.d.) Sukeltajan tulee olla vähintään 18-vuotias ja vähintään AOWD- tai vastaavan tasoisen sukeltaja. AOWD (Advanced Open Water Diver) on sukelluksen syventävä jatkokurssi peruskurssin käyneille ja OWD-kortin (Open Water Diver) hankkineille. (PADI Ice Diver n.d.)

Sukeltaminen jäätävissä olosuhteissa edellyttää vähintään + 5 asteen veden lämpötilaa. (Scuba School International SSI n.d.). Jääsukelluskurssi sisältää sukelluksen suunnittelun ja organisoinnin, sukelluspaikan valinnan ja valmistelun sekä avannon teon. Lisäksi opetellaan erikoisvarusteiden käyttöä, merkit kommunikointia varten sekä varmistavan pintaköyden käyttöä, eli köysimiehenä toimimisen. Kurssilla opetellaan myös, kuinka kylmä vaikuttaa sukeltajaan, kuinka toimitaan ongelmatilanteissa sekä turvasukeltajan toiminta. Kurssiin sisältyy yksi allasorientaatioharjoitus sekä 2 - 3 sukellusta avannossa. (PADI Ice Diver n.d.)

Avanto

Avannosta tehdään kolmion muotoinen helpottamaan vedestä ylös nousemista, sillä terävästä kulmasta on helppo punnertaa itsensä ylös. Jotta avannosta voi sukeltaa kaksi sukeltajaa yhtä aikaa, tulee avannon sivujen pituudet olla vähintään kaksi metriä. Avannon tekemiseen tarvitaan kaira, jää- tai moottorisaha sekä jokin apuväline, jolla jääpalat saadaan nostettua ylös avannosta. Tähän sopii hyvin esimerkiksi köyteen sidottu puukapula. Ensin kairalla porataan sopiva määrä reikiä kolmion sisäpuolelle, minkä jälkeen sahataan reikien välit auki, jolloin saadaan nostettavaksi kohtuullisen kokoisia jäälohkareita. Seuraavaksi työnnetään puukapula köyden varassa avannon

reiästä läpi ja jäälohkare vedetään jään pinnalle. Jäälohkareilla merkitään avannon alue noin neljän metrin säteellä. Lisäksi lumeen tehdään avannosta lähtevät säteittäiset urat, joiden läpi tehdään avannon ympäri menevät urat (ympyrät). Nämä urat näkyvät jään alle hohtavina valojuovina ja opastavat sukeltajan avannolle, jos esimerkiksi turvaköysi on lähtenyt irti. (Ks. Kuva 1.) (Vikman 2007, 304; Scuba School International SSI n.d.)



Kuva 1. Valojuovat opastavat sukeltajan avannolle. (Väisänen, Oulun Sukelluskeskus).

Varusteet

Sukelluslaitteiden tulee olla talvisukellukseen soveltuvaa tyyppiä, ja niiden käytössä tulee toimia tietyllä tavalla. Pakkasella hengityssäädin on pidettävä kuivana veteen laskeutumiseen saakka, eikä siitä saa hengittää kokeeksi pinnan yläpuolella. Myös lämpimänä pysymisen kannalta oikeanlainen pukeutuminen sukellukselle on erittäin tärkeää. Sukelluspukuksi soveltuu ainoastaan kuivapuku, ja sen alla on käytettävä hyvin eristävää aluspukua. (Vikman 2007, 306.) Lisäksi tarvitaan kuivahanskat, joiden alle laitetaan alushanskat. Päähän tulee kuivapuvun huppu. (Kuivapuvut & aluspuvut n.d.)

Jään alla sukeltaessa merkinantoköysi on välttämätön varuste. Köysi kiinnitetään sukeltajan vyötärölle kaikkien sukellusvarusteiden alle. (Vikman 2007, 306.) Köyteen tehdään oikean ranteen ympärille silmukka, josta sukeltaja pitää itse kiinni ja kommunikoi jään pinnalla olevalle köysimiehelle, jolla on köyden toinen pää. Viestintä tapahtuu nykäyksillä. Yksi nykäisy tarkoittaa, että ”kaikki on ok”. Kaksi nykäisyä tarkoittaa ”seis”, ja kolme nykäisyä tarkoittaa, että ”vedä minut pois”. (Väisänen 2016.)

Sukeltaminen

Avantosukellukseen tulee osallistua vähintään viisi henkilöä: sukeltaja, turvasukeltaja, kaksi pinta-avustajaa ja sukellusvanhin. Sukellusvanhin on kokenut jääsukeltaja, joka toimii ohjaajana sukeltajalle. Turvasukeltaja on pukeutunut sukellusvarusteisiin ja on heti valmiina sukeltamaan mahdollisten ongelmien sattuessa. Pinta-avustajat toimivat köysimiehinä molemmille sukeltajille, joiden tehtävänä on syöttää ja kelata köyttä sukeltajan liikkeiden mukaan niin, että tuntuma sukeltajaan säilyy kaiken aikaa ja köysi-merkkien antaminen on mahdollista. (Vikman 2007, 306.)

Sukelluskohde "Monttu"

Sukelluskohdetta, jossa Oulun Sukelluskeskus järjestää sukelluksia, kutsutaan *Haukiputaan Montuksi*. Monttu on kalliosuon avolouhos, joka kirkkaan vetensä ansioista toimii mainiona sukelluspaikkana. Montun rakenne on jyrkkää kallioseinää ja kivikasoja. (Haukiputaan Monttu n.d.) Kaloja Montussa ei ole, mutta sukeltajien iloksi pohjalle on laitettu ”aarteita”, kuten puutarhatonttuja, piano ja puusohva. Monttu on syvimmillään 14 metriä. (Väyrynen 2006.)

4 Palvelun kehittäminen

Palvelukehitys

Onnistuneen ja menestyksekkään liiketoiminnan perustana on vahvat tuotteet ja palvelut. Innovatiivinen toiminta on siis yrityksen liiketoiminnan strateginen ydin. (Yritys-Suomi n.d.) Matkailualan tuotekehityksen kaksi tärkeintä näkökulmaa ovat laaja ja yhteen nitoutuva prosessi, jotka kulkevat markkinatutkimuksen ja tuotekehityksen kautta aina markkinointiin asti. (Handbook on Tourism Product Development 2011, 1.) Matkailualan tuotekehitys on siis prosessi, jossa tutkimusten avulla tietyn kohteen hyödyt saadaan kohtaamaan kansallisten ja kansainvälisten asiakkaiden tarpeet. Matkailutuote voi sisältää luonnollisia tai rakennettuja kohteita, kuten hotelleja, ravintoloita, teattereita, aktiviteetteja ja tapahtumia. (Handbook on Tourism Product Development 2011, 4.) Eikä pidä unohtaa, että asiakas on osa tuotetta. Asiakas voi vaikuttaa muiden asiakkaiden aistimukseen ja siten koko kokemukseen. Palvelukehityksen onnistumisen kannalta on siis tärkeää, että koko prosessi on suunniteltu huolella ja yhteensopivaksi. (Handbook on Tourism Product Development 2011, 8, 102.) Palveluita on myös seurattava, jotta mahdolliset kehityskohteet huomataan ajoissa. On tärkeää, että yrityksellä on selkeä strategia jonka pohjalta kaikki seuranta ja kehittäminen tapahtuvat. (Handbook on Tourism Product Development 2011, 102.) Palveluita seurattaessa on otettava huomioon asiakkaan ominaisuudet, kuten kulttuurilliset taustat. Esimerkiksi aasialaiset eivät helposti ilmaise negatiivisia tunteuksiaan, vaan kätkevät hymyn taakse paljon. Kyseisessä kulttuurissa on yleistä yrittää välttää kiusallisten tilanteiden syntymistä vain hymyilemällä ja pitämällä tunteukset itsellään. Tästä syystä seurannan menetelmiin on kiinnitettävä erityistä huomiota ja asiakkaita on osattava tulkita.

Asiakkaiden tarpeet ja ostokäyttäytyminen muuttuvat vuosien saatossa, joten yrityksen on myös pystyttävä muuntautumaan ja kehittymään asiakkaiden tarpeiden mukaan. Yrityksen on myös seurattava kilpailijoiden kehitystä ja markkinoita sekä pystyttävä ennakoimaan tulevia muutoksia. Yrityksen tulee noudattaa laadittua strategiaa, kehittää ja parantaa tuotteitaan sekä palveluitaan markkinamuutoksen mukana. (Yritys-Suomi n.d.)

Oulun Sukelluskeskus on huomannut kilpailutilanteen Lapin matkailutarjonnan kanssa ja lähtenyt tekemään toimintoja pysyäkseen muutosten mukana. Lisäksi asiakkaiden muuttuvat tarpeet on tiedostettu ja huomioitu. Oulun Sukelluskeskuksen kannalta on erittäin tärkeää, että tämä ensimmäinen ”pilotti” elämystuote onnistuu, sillä sen uskotaan tuovan onnistuessaan enemmän liikevaihtoa talvelle ja edistävän kilpailuasemaa ulkomaalaisten matkailijoiden aktiviteettivalinnassaan matkustaessaan Pohjois-Suomeen.

Matkailualan yrityksen yksi tavoite on laadukas tuote ja palvelu. Jotta palvelua voidaan kehittää, on ensin pystyttävä mittaamaan sen laatua. Palvelutuotteen laadun voi jakaa viiteen ulottuvuuteen jotka ovat palveluympäristö, luotettavuus, reagointialttius, palveluvarmuus ja empatia. Palveluympäristö käsittää palvelun kaikki näkyvät osat, kuten tilat, henkilöstön ja muut asiakkaat sekä tarvittavat varusteet. Luotettavuus tarkoittaa palvelun johdonmukaisuutta ja luotettavuutta. Reagointialttius koskee työntekijän halua ja valmiutta palvella asiakasta. Palveluvarmuus sisältää turvallisuuden, uskottavuuden, pätevyyden ja kohteliaisuuden. Empatia pitää sisällään saavutettavuuden, viestinnän ja asiakkaan ymmärtämisen. Näitä osia tarkastelemalla palvelun laatua ja sen kehittymistä voidaan mitata. Nämä ulottuvuudet auttavat huomaamaan kehityskohtia, mutta kertovat myös mitkä asiat ovat jo kunnossa. (Komppula & Boxberg 2002, 52-58.)

4.1 Palvelumuotoilu

Palvelu on toimintaa, mikä ratkaisee asiakkaan jonkin ongelman. Se on myös kokemus, jonka koemme, mutta emme kuitenkaan pysty omistamaan sitä, sillä sen keskeinen osa on aineeton. Palvelu on prosessi, minkä arvo syntyy ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa. Arvo ei ole asia, joka ensin tuotetaan ja välitetään sitten asiakkaalle. Arvo syntyy siis vasta sitten, kun asiakas on itse sitä luomassa vuorovaikutustilanteessa. (Tuulaniemi 2011, 59.)

Jatkuvan globaalisten muutosten maailmassa ja palvelumuotoilun osaamisalan kasvunopeudesta johtuen on itse käsitteeseen vaikea tarttua yksiselitteisesti. Palvelumuotoilu ei ole uusi innovaatio, mutta sen avulla voidaan yhdistää vanhoja asioita uudella

tavalla synnyttäen uusia innovaatioita. Palvelumuotoilun systemaattinen tapa lähestyä palveluiden kehittämistä prosessimuodon avulla auttaa organisaatiota havaitsemaan palveluiden strategiset mahdollisuudet liiketoiminnassa, luo uusia palveluita ja parantaa ja kehittää jo olemassa olevia palveluita niin analyyttisesti kuin intuitiivisestikin. (Tuulaniemi 2011, 10-13.) Palvelumuotoilu ei ole abstraktia suunnittelua, vaan konkreettista toimintaa, minkä avulla yhdistetään käyttäjien tarpeet ja odotukset sekä palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet toimivaksi kokonaisuudeksi. Palvelumuotoilun keinoilla tavoitellaan kestäväää palvelutuotetta taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti. (Tuulaniemi 2011, 24-25.)

Palvelumuotoilun keskiössä on aina asiakas. Palvelukokemus tapahtuu asiakkaan päänsisällä, joten sitä ei pystytä sinänsä suunnittelemaan etukäteen. Palvelukokemusta voidaan kuitenkin yrittää parantaa keskittymällä asiakaskokemuksen kontaktipisteisiin, eli niin sanottuihin kriittisiin kontaktipisteisiin. Kontaktipisteitä ovat kaikki ne tekijät, joiden kautta asiakas on kontaktissa palveluun käyttäen kaikkia aistejaan. Optimoimalla palveluprosessi, työtavat, tilat ja vuorovaikutus sekä poistamalla häiritsevät asiat, voidaan asiakkaan palvelukokemusta tehdä paremmaksi. (Tuulaniemi 2011, 26.)

Koska asiakas on palvelun keskiössä, on tärkeää ymmärtää, että mitään palvelua ei ole olemassa, jos asiakas ei ole sitä kuluttamassa tai siinä läsnä. Palveluntuottajan ja asiakkaan välinen vuorovaikutus on erittäin tärkeää, sillä asiakas on itse oman elämänsä ja toimintansa paras asiantuntija. Tästä syystä asiakasymmärrys onkin elintärkeää palveluntuottajalle. Asiakasymmärryksellä tarkoitetaan asiakkaan arvonmuodostuksen ymmärtämistä, ja sitä, mistä elementeistä se muodostuu. Elementtejä ovat muun muassa tarpeet, odotukset, tottumukset, tavat, arvot, muiden ihmisten mielipiteet, palvelun hinta ja sen ominaisuudet sekä muiden vastaavien palveluiden hinta. Kun palveluntarjoaja ymmärtää nämä elementit ja osaa tulkita niitä, on yrityksellä mahdollista minimoida epäonnistumisen riski. Kun palvelu on suunniteltu asiakkaiden todellisten tarpeiden pohjalta, on palvelukonseptien suunnittelu ja palveluiden kehittäminen erottuvaksi kilpailijoista helpompaa. (Tuulaniemi 2011, 71-72.)

Palvelumuotoilu on monipuolinen työkalu, jota voidaan hyödyntää monella tavalla moniin tarkoituksiin. Sen looginen toimintamalli yhdistää organisaation tavoitteet erittäin tiiviisti asiakkaan näkökulmaan. Palvelumuotoilu on kuin kaksoisvoitto, sillä sen menetelmillä taataan molemminpuolinen tyytyväisyys asiakkaan ja organisaation välillä. Tämä tarkoittaa sitä, että palveluntarjoaja tarjoaa taloudellisesti kannattavia palveluita, jotka ilahduttavat asiakasta. (Tuulaniemi 2011, 95, 100.)

4.2 Palvelumuotoiluprosessi

Prosessilla tarkoitetaan sarjaa loogisesti eteneviä ja toisiinsa liittyviä toistuvia toimintoja tuloksen aikaansaamiseksi. Palvelumuotoiluprosessilla pyritään noudattamaan luovan ongelmanratkaisun menetelmiä. Palvelumuotoilua ei pystytä siis kuvaamaan vain yhdenlaiseksi prosessiksi, sillä luovuus on avainsana palvelukehityksessä, mikä edellyttää uuden luomista ja sitä kautta ainutkertaista palvelua. (Tuulaniemi 2011, 126.) Tuulaniemi esittää yhdenlaisen toimintarungon, joka kuvaa yleisesti palvelumuotoiluprosessin etenemistä ja josta pystyy hahmottamaan palvelun kehittämisen kokonaiskuvan. Palvelumuotoiluprosessi malli ei ole aina samanlainen, sillä sitä voi soveltaa sopivammaksi omiin tarkoituksiin. Perusmalleissa esiintyy kuitenkin aina samat ydinasiat, joita ovat esimerkiksi käyttäjälähtöisyys, ideoiden testaaminen ja prototyyppi. Tuulaniemen (2011, 126-131) luoma palvelumuotoiluprosessi koostuu viidestä osasta, jotka ovat jaettu yhdeksään vaiheeseen.

Ensimmäinen osa on määrittely, joka pitää sisällään kaksi vaihetta: aloittamisen ja esitutkimuksen. Ensin aloitetaan määrittelemällä mitä ongelmaa ollaan ratkaisemassa. Mitkä ovat koko suunnitteluprosessin tavoitteet, aikataulutus, budjetti, kohderyhmät sekä resurssit organisaatiossa. Esitutkimusvaiheessa määritellään palvelun tuottavan organisaation nykytila ja tavoitteet. Lisäksi tehdään analyysi palveluntuottajan toimintaympäristöstä. Tässä vaiheessa analysoidaan visio, strategia, markkina- ja kilpailutilanne, toimintaympäristö, liiketoimintamalli, tavoitteet, kohderyhmämäärittelyt, business case sekä asiakastutkimushypoteesin rakentaminen. Tavoitteena on luoda ymmärrys palvelun tuottavasta organisaatiosta ja sen tavoitteista. (Tuulaniemi 2011, 127-130.)

Toinen osa on tutkimus, jonka kaksi vaihetta ovat asiakasymmärrys ja strateginen suunnittelu. Asiakasymmärryksessä tutkitaan organisaation asiakkaiden toiveet ja tarpeet, tiedostetut ja tiedostamattomat, sekä tehdään tutkimus määritellyn kohderyhmän arjesta. Työkaluina tähän käytetään haastatteluita ja keskusteluita. Tavoitteena asiakastutkimuksilla on rakentaa yhteinen ymmärrys kehittämiskohteesta, toimintaympäristöstä, resursseista ja käyttäjätarpeista. Strategisen suunnittelun vaiheessa määritellään palveluntuottajan erottautumistekijät ja markkinaposition. Lisäksi suunnitellaan liiketoiminta- ja ansaintamalli. Työkaluina tähän voidaan käyttää asiakasstrategioita, mahdollisuuksien kartoitusta, strategisia valintoja ja brändipositiointia. Tavoitteena on tarkentaa strategiselta kannalta palvelun tuottavan organisaation tavoitteita. (Tuulaniemi 2011, 127-130.)

Kolmas prosessin osa on suunnittelu. Suunnitteluosan kaksi vaihetta ovat ideointi ja konseptointi sekä prototypointi. Ideointi- ja konseptointivaiheessa ideoidaan ja konseptoidaan, sekä kuvataan ratkaisuja kerrytettyyn ymmärrykseen ja tunnistettuihin mahdollisuuksiin tiettyihin rajauksiin perustuen. Ideoita testataan kohderyhmällä jo varhaisessa vaiheessa. Palvelua yhteiskehitetään kohderyhmien kanssa ja toimivaksi testattuja ideoita jatkokehitetään. Määritellään myös palveluiden mittareita. Työkaluina tässä vaiheessa voidaan käyttää brainstormingia, visualisointia ja idean jalostusta. Tavoitteena on kehittää vaihtoehtoisia ratkaisuja suunnitteluhaasteeseen organisaation tavoitteiden ja asiakkaiden tarpeiden ohjaamina. Prototypointivaiheessa testataan palvelukonseptien elementtejä kohderyhmän kanssa ja tunnistetaan palvelun kriittiset osat. Määritellään myös palvelukanavat sekä kanavastrategiat. Tavoitteena on suunnitella kehitettävää palvelua testaamalla ideoita ja konsepteja vuorovaikutustilanteissa. (Tuulaniemi 2011, 127-131.)

Palvelutuotanto on prosessin neljäs osa, jonka kaksi vaihetta ovat pilotointi ja lanseeraus. Pilotointivaiheessa palvelukonsepti viedään markkinoille asiakkaiden testattavaksi ja kehitettäväksi. Palvelua kehitetään saadun palautteen mukaan. Tässä vaiheessa tarkennetaan myös liiketoiminta- ja ansaintamallit. Lanseerausvaiheessa tehdään itse palvelukuvaus. Työkaluina tässä käytetään palvelukuvausta, joka sisältää do-

kumentoinnin, henkilökunnan roolituksen, vastuut ja tehtävät, sekä blueprintin. Vaiheen tavoitteena on antaa kaikille palveluun liittyville osapuolille ymmärrys, mitä resursseja palvelun toteuttaminen vaatii. (Tuulaniemi 2011, 127-131.)

Viides ja viimeinen osa palvelumuotoiluprosessia on arviointi, joka pitää sisällään viimeisen vaiheen: jatkuvan kehittämisen. Tässä vaiheessa arvioidaan ja mitataan kehitysprosessin onnistumista asiakaskokemuksen ja liiketoiminta-arvion perusteella. Palvelun toteutumista markkinoilla mitataan ja palvelua hienosäädetään saatujen kokemusten mukaan. Palvelu siirretään kehitystilasta tuotantotilaan. Tavoitteena on palvelun vakioiminen tuotantotilaan ja jatkuva kehittäminen. (Tuulaniemi 2011, 127-131.)

4.3 Palvelupolku osana palvelukehitystä

Palvelupolku on palvelukokonaisuuden kuvaus. Polku kuvaa aika-akselilla asiakkaan kulkeman ja kokeman palveluprosessin. (Tuulaniemi 2011, 78.) Palvelupolku auttaa hahmottamaan, kuinka asiakas etenee prosessin aikana ja kuinka hän kokee palvelun. Polku voidaan jakaa erimittaisiin osiin esimerkiksi sen perusteella, mitä osaa tai vaihetta halutaan kehittää. (Hoski & Goddard 2017.) Näitä osia ovat palvelutuokiot ja palvelun kontaktipisteet. Jokainen palvelutuokio koostuu lukemattomista kontaktipisteistä ja kontaktit tehdään kaikilla aisteilla. Kontaktipisteitä ovat ihmiset - kuten toiset asiakkaat, palveluntarjoajat -, ympäristöt joissa palvelu tapahtuu, esineet ja toimintatavat. Palvelupolussa suunnitteluhaaste on jaettu pienempiin osahaasteisiin, jotta ongelma-kohtiin on helpompi päästä käsiksi. (Tuulaniemi 2011, 78-80.)

Kun kontaktipisteet on määritelty, voidaan ne seuraavaksi yhdistää keskenään. Näin palvelukokemuksesta luodaan visuaalinen kuvaus. Kuvauksen tulee sisältää kaikki tärkeät yksityiskohdat palvelun kulusta ja sen laadusta, mutta kuitenkin siten, että sen rakenne pysyy selkeänä ja helppolukuisena. (Schneider & Stickdorn 2013, 158.)

Polkua kuvataan vaiheittain, jotta sitä pystytään analysoimaan ja siihen voidaan syventyä suunnittelun keinoin tehokkaammin. Polku voidaan myös jakaa kolmeen vaiheeseen asiakkaan arvonmuodostuksen näkökulmasta. Nämä vaiheet ovat esipalvelu,

ydinpalvelu ja jälkipalvelu. Ydinpalveluvaiheessa asiakas saa palvelusta varsinaisen arvon, joka tapahtuu palvelun aikana. Esipalveluvaiheessa valmistellaan arvon muodostumista ennen palvelutapahtumaa. Jälkipalveluvaiheessa asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä pystytään kontaktissa varsinaisen palvelutapahtuman jälkeen. (Tuulaniemi 2011, 78-79.)

5 Elämys osana palvelukehitystä

Elämyskolmion ymmärtämiseksi tulee ensin käsittää *elämys*. Elämyskäsitteen ymmärtäminen on erityisen tärkeää, ettei vain vahingossa sotke sitä palveluun. Elämys ja palvelukokemus ovat kaksi täysin eri asiaa. Pinen ja Gilmoren mukaan (1999, 3) ”Elämys eroaa palvelusta yhtä paljon kuin palvelu eroaa hyödykkeestä”.

Elämyksen erottaa palvelusta muun muassa kokemuksen räätälöinti, draamallisuus ja teemoittelu sekä kokonaisvaltainen suunnittelu. Elämystuote on tuotteistettu kokemus, minkä sisältö ja toteutustapa on suunniteltu asiakaslähtöisesti. Asiakkaille tarjotaan palveluita, kun taas elämystuotteen ostajaa kohdellaan vieraana. Elämys on huomattavasti enemmän kuin mukava ja miellyttävä kokemus tai hyvä palvelu. Palvelussa olennaista on se mitä asiakkaalle tarjotaan. Elämyksessä taas keskitytään siihen, miten ja millainen kokemus vieraille luodaan. Elämyksiä, eli merkittäviä ja ikimuistoisia kokemuksia, voidaan tuotteistaa systemaattisesti siinä missä hyviä ja laadukkaita palveluitakin. (Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti, 2010.) Pinen ja Gilmoren (1999, 4) mukaan yritys tuottaa elämyksen, kun he lähestyvät asiakasta ikimuistoisella tavalla. Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus (LEO), Suomen johtava elämystalouden kehittäjäorganisaatio, määrittelee elämyksen moniaistiseksi, merkittäväksi ja unohtumattomaksi kokemukseksi, joka voi johtaa kokijan henkilökohtaiseen muutokseen. (Tarssanen & Kylänen 2009, 11).

5.1 Elämyskolmio

Pohdin suunnittelemani palvelukokonaisuutta palvelumuotoilun työkalun lisäksi elämyskolmio-mallin näkökulmasta. Elämyskolmio-mallin ovat luoneet Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen Sanna Tarssanen ja Mika Kylänen. Elämyskolmio-malli on LEO:n käyttämä tuotekehityspalvelujen kulmakivi. Tarssasen (2009, 11-12) mukaan elämyskolmio on työkalu, jonka avulla voidaan parantaa palvelun tai tuotteen elämyksellisyyttä tarkastelemalla sitä kahdesta eri näkökulmasta: elämyksellisyyden elementtien (kuvion alareuna) sekä asiakkaan kokemuksen tasolla (kolmion sivu). (Ks. Kuvio 1.) Elämyskolmio-malli on eräänlainen ihannetyyppi, mikä kuvaa täydellistä tuotetta. Malli on selkeä työkalu tuotteen kriittisten kohtien ja puutteiden löytämiseksi, minkä avulla on helppo analysoida tuotetta ja löytää keinoja kehittää sitä. (Tarssanen & Kylänen 2009, 11-12.)

Kuitenkin, vaikka tuote suunniteltaisiin kuinka huolellisesti tahansa ja hiottaisiin hipomaan täydellisyyttä, voi palveluntarjoaja toimia vain tiettyyn pisteeseen saakka, sillä kokija määrittää aina itse oman elämyskokemuksensa. Tähän henkilökohtaiseen elämyskokemukseen vaikuttavat sekä asiakkaan ja palveluntarjoajan välillä vuorovaikutustilanne, että asiakkaan taustatekijät, kuten kulttuurilliset taustat ja arkielämänsä tottumukset. (Komppula & Boxberg 2002, 29.) Vaikka elämystä on mahdotonta takuuvarmasti kaikille vieraille luvata, voidaan kuitenkin tuotteeseen sisällyttää elementtejä, joiden avulla elämys todennäköisimmin syntyy. Näin palvelu on mahdollista jalostaa elämykseksi, kun varmistetaan elämyksen eri kriteerien täyttyminen. (Tarssanen & Kylänen 2009, 12.)

Komppulan & Boxbergin (2002, 29) mukaan elämys on viime kädessä henkilökohtainen, subjektiivinen kokemus, eikä matkailuelämyksiä voida varmuudella taata. Elämyksen syntymiseen voidaan kuitenkin merkittävästi vaikuttaa kiinnittämällä erityistä huomiota asiakkaan kokemukseen.



Kuvio 1. Elämyskolmio-malli. (Tarssanen, 2009.)

5.2 Elämyksen elementit

Yksilöllisyys

Yksilöllisyydellä tarkoitetaan tuotteen ainutlaatuisuutta ja ainutkertaisuutta niin, ettei täysin samanlaista tai samankaltaista kokemusta löydy mistään muualta. Yksilöllisyys esiintyy asiakaslähtöisyytenä, joustavuutena ja räätälöitävyytenä, joissa palvelu on mahdollista muokata asiakkaan toiveiden ja tarpeiden mukaisesti. Pähkinänkuoressa tämä tarkoittaa sitä, että ohjelmassa on jouston varaa niin, että asiakas pystyy toteuttamaan omia mieltymyksiään esimerkiksi aktiviteettien haastavuuden suhteen. Yksilöllisyyttä voidaan lisätä lähes loputtomiin, mutta kustannukset nousevat yleensä samalla. Haasteena siis on luoda helposti personoitavia tuotteita, joiden peruskonseptti on monistettavissa. (Tarssanen & Kylänen 2009, 12.)

Yksilöllisyys toteutuu jääsukelluksessa siten, että asiakkaat saavat itse valita, kokeilevatko esimerkiksi jääsuffausta, käyvätkö telttasaunassa saunomassa tai avannossa pulahdamassa uimapuvussa. Lisäksi yksilöllisyys korostuu siinä, että vastaavanlaista palvelukokonaisuutta ei tarjota missään muualla Suomessa.

Aitous

Aitoudella tarkoitetaan tuotteen uskottavuutta. Yksinkertaisimmillaan aitous on todellista alueen elämäntapaa ja kulttuuria. Edward Brunerin (1994) mukaan aitouden eli autenttisuuden, määrittää viimekädessä asiakas itse. Tuote on aito, jos asiakas kokee sen aitona ja uskottavana. Universaalia aitoa ja oikeaa ei ole olemassa, vaan kyse on aina näkökulmasta. (Tarssanen & Kylänen 2009, 12-13.)

Aitouden tunne saavutetaan asiakkaan itse tekemällä konkreettisella työllä, kuten avannon tekemisellä. Lisäksi suomalaisen ruuan ja juoman tarjoaminen luo aitoutta kokemukseen, kuten myös hyvin perisuomalainen saunominen ja avantoon jäiden sekaan pulahtaminen uimapuvussa. Aitoutta lisää vielä se, että henkilökunta tekee tämän kaiken asiakkaan kanssa - asiakkaan ei tarvitse yksin jännittää avantoon menoa, sillä henkilökunta näyttää ensin mallia.

Tarina

Tarina liittyy läheisesti tuotteen aitouteen. On tärkeää sitoa tuotteen eri elementit yhteiseksi tarinaksi, jolla kokemuksesta tulee mukaansatempaava ja tiivis. Sekoitus sopivassa suhteessa faktaa ja fiktiota tekee uskottavan ja aidon tarinan, joka antaa tuotteelle ja kokemukselle sosiaalisen merkityksen ja sisällön. Tarinalla perustellaan asiakkaalle se, mitä tehdään ja missä järjestyksessä. Tarina houkuttelee asiakkaan myös tunnetasolla osalliseksi kokemuksesta, mikä saa vieraan kokemaan tuotteen myös emotionaalisella ja älyllisellä tasolla. (Tarssanen & Kylänen 2009, 13-14.)

Tarinan avulla luodaan asiakkaille tunnelmaa. Kyseisen pilottiryhmän saapumisajankohta on siinä mielessä täydellinen, että he pääsevät kokemaan suomalaisen itsenäisyyspäivän vieton paikan päällä. Se lisää aitoutta asiakkaan kokemukseen. Sukelluskohteessa on nimittäin paikalla itsenäisyyspäivänä myös muita sukeltajia itsenäisesti. Heillä on ollut tapana suorittaa itsenäisyyspäivän sukellus, jolloin he levittävät jään alla suuren Suomen lipun. Suomalaisuutta korostetaan myös lopuksi tehtävällä rituaalilla - saunan kytevän tuhkapesän heittämisellä ilmaan. Siten kiitetään metsänjumala Tapiota metsän ja luonnon lainaamisesta ja vedenjumala Ahtia turvallisuudesta ja onnistuneesta sukelluksesta.

Moniaistisuus

Moniaistisuus tarkoittaa sitä, että kaikki aistiärsykkeet on suunniteltu vahvistamaan haluttua teemaa ja ne tukevat tuotteen mukaansatempaavuutta. Tähän tarvitaan kuitenkin huolellisuutta, ettei ärsykeitä ole liikaa, jotka siten saattaisivat häiritä kokonaisuutta. (Tarssanen & Kylänen 2009, 14.)

Makuaistia hemmotellaan heti asiakkaan saapuessa tervetuliaislahjan muodossa suklaalla. Lisäksi sukelluskohteessa asiakas pääsee näkemään kauniin ja puhtaan Suomen luonnon kaikkine äänineen. Todennäköisesti pakkasen pääsee myös puremaan poskia ja jäätävä vesi turruttamaan huulia, mutta räiskyvän nuotion äärellä voi lämmitellä kuuman glögin ja piparin tuoksuista nauttien.

Kontrasti

Kontrastilla tarkoitetaan erilaisuutta asiakkaan näkökulmasta, mitä peilataan asiakkaan arkeen. Asiakkaan on voitava kokea jotain uutta ja tavallisesta poikkeavaa. Uuden asian kokeminen mahdollistaa itsensä näkemisen toisesta näkökulmasta, joka vapauttaa kokemaan asioita vapaana arjen rajoituksista ja tottumuksista. Kontrastin tuottamisessa on kuitenkin otettava huomioon kulttuurilliset erot, sillä yhdelle eksoottinen on toiselle tuike tavallista. (Tarssanen & Kylänen 2009, 14.)

Jääsukellus on kyseiselle asiakasryhmälle aivan uudenvuodenlainen kokemus, sillä Aasiassa ei missään ole mahdollista kokea vastaavaa. Lisäksi tämä kehitetty palvelukokonaisuus on uudenvuodenlainen innovaatio Suomessa. Asiakas pääsee kokemaan jotain aivan uutta ja erilaista, tavallisesta arjesta poikkeavaa.

Vuorovaikutus

Vuorovaikutus on parhaimmillaan toteutuessaan onnistunutta kommunikaatiota oppaan ja toisten matkalaisten välillä, mutta myös tuottajien ja itse tuotteen kanssa. Vuorovaikutukseen liittyy vahvasti yhteisöllisyyden tunne - koetaan jotakin yhdessä, osana porukkaa. Tällöin on ensiarvoisen tärkeää, että asiakkaat esitellään heti alussa toisilleen. Elämyksen voi tietenkin kokea myös yksinkin, mutta yhteisöllisyyteen liittyy

tietoisuus siitä, että kokemus on yleisesti hyväksytty ja arvostettu. Näin kokemus nostaa kokijan sosiaalista statusta tai yhdistää häntä tiiviimmin tiettyyn ryhmään. (Tarssanen & Kylänen 2009, 14-15.)

Kyseisen pilottiryhmän asiakkaat ovat entuudestaan tuttuja toisilleen, joten esittelyä ei vaadita. Henkilökunnan ja asiakkaiden välillä esittäytyminen on erityisen tärkeää, jotta yhteenkuuluvuuden tunne saadaan aikaan ja jää murrettua.

5.3 Elämyksen tasot

Motivaation taso

Motivaation tasolla herätetään asiakkaan kiinnostus tuotetta kohtaan. Asiakkaalle luodaan odotuksia tuotetta kohtaan, sekä kiinnostus ja halu osallistua ja kokeilla. Tässä tuote tuodaan asiakkaan tietoisuuteen esimerkiksi markkinoinnin keinoin. Jo tässä kohtaa mahdollisimman monen elämyskriteerin tulisi täytyä. Tämä tarkoittaa, että tuotteen markkinoinnin tulisi jo olla yksilöllistä, moniaistista, vuorovaikutuksellista ja aitoa - kontrastia ja innostavaa tarinaa unohtamatta. (Tarssanen & Kylänen 2009, 15.)

Asiakkaat kiinnostuvat jääsukelluksen kokeilemisesta luultavimmin sen erilaisuutensa ja harvinaisuutensa takia. Varsinkin aasialaisille kokemuksen kontrasti omaan arkeensa on hyvin erilainen, ihan vain jään puuttumisen takia. Lisäksi palvelukokonaisuuden markkinointi tulisi suunnitella siten, että se esittelee palvelun samaan aikaan hauskana ja elämyksellisenä kokemuksena, kuin myös turvallisena vaihtoehtona. (Väisänen 2017.)

Fyysinen taso

Fyysisellä tasolla asiakas kokee tuotteen aistiensa kautta. Tällä tasolla tuote otetaan ensikädessä vastaan, koetaan, tiedostetaan, havaitaan ja tunnetaan. Fyysisten aistimusten avulla tiedostamme, missä olemme, mitä teemme ja mitä tapahtuu. Fyysisellä tasolla mitataan tuotteen tekninen laatu, käytettävyys ja toimivuus. (Tarssanen & Kylänen 2009, 15-16.)

Palvelukokonaisuudessa kaikki aistit otetaan huomioon ja mietitään ja kehitetään toimiviksi ja miellyttäviksi kokemuksiksi. Esimerkiksi kylmyys saatetaan mahdollisesti kokea epämukavana asiana, mutta toisaalta se lisää aitoutta ja siten varmistaa paremman ja autenttisemman kokemuksen. Asiakkaiden ei kuitenkaan anneta palella, vaan nuotio ja telttasauna varmistavat lämpimänä pysymisen ja luovat samalla tunnelmaa. Ympäristö on rauhallinen paikka luonnon keskellä ja ruoka on herkullista ja aitoa suomalaista, sekä itse pääaktiviteetti - sukellus jään alle - toteutetaan turvallisesti ammattilaisten kanssa, joka on samalla ainutlaatuinen ja jännittävä kokemus.

Älyllinen taso

Älyllisellä tasolla käsittelemme ympäristön tarjoamia aistiärsyksiä, toimimme niiden mukaan ja opimme, ajattelemme, sovellamme tietoa ja muodostamme mielipiteitä. Tällä tasolla päätämme, olemmeko tyytyväisiä tuotteeseen vai emme. Hyvä tuote tarjoaa älyllisellä tasolle asiakkaalle oppimis- ja harjaantumiskokemuksen, mahdollisuuden kehittyä, oppia jotain uutta ja saada uutta tietoa, niin tiedostetusti tai tiedostamattomasti. (Tarssanen & Kylänen 2009, 16.)

Palvelukokemuksen pääkohtana on opetella sukeltamaan jään alla kuivapuvussa, jota varten käydään jääsukelluskurssi. Oppiminen on siis avainasemassa. Lisäksi asiakas oppii palvelukokemuksen aikana suomalaisesta kulttuurista ja sen perinteistä mm. ruoan, saunomisen ja tarinoiden muodossa. Varsinkin itsenäisyyspäivän ajankohta testiryhmälle tuo lisämausteita kokemukselle.

Emotionaalinen taso

Emotionaalisella tasolla koetaan varsinainen elämys. Yksilöiden tunnereaktioita voi olla vaikea ennustaa ja hallita. Jos tuotteessa on kuitenkin tähän saakka otettu hyvin huomioon kaikki peruselementit ja fyysinen ja älyllinen taso toimivat, on hyvin todennäköistä, että asiakas kokee positiivisen tunnereaktion. Iloa, riemua, onnellisuutta, liikutusta - jotain sellaista, jonka yksilö kokee merkitykselliseksi. (Tarssanen & Kylänen 2009, 16.)

Palvelukokonaisuus suunnitellaan siten, että elämyksen syntyminen olisi todennäköistä. On kuitenkin vaikea ennustaa etukäteen, kuinka asiakkaat suhtautuvat ja kokevat jään alle sukeltamisen, tai edes kylmään veteen menemisen, vaikka se tehtäisiinkin kuivapuvun kanssa. Sukellukselle valmistaudutaan kuitenkin huolella, ensin harjoittelemalla uimahallin altaassa ennen avantoon menoa. Itse sukelluksen ja jääsurrffauksen lisäksi muut kehitetyt oheisaktiviteetit luultavimmin edesauttavat asiakkaalle syntyvän elämyksen toteutumisessa.

Henkinen taso

Henkisellä tasolla elämyksen kaltainen positiivinen ja voimakas tunnereaktio voi saada aikaan henkilökohtaisen muutkokokemuksen, joka johtaa mahdollisesti pysyviin muutoksiin kokijan fyysisessä olotilassa, mielentilassa tai elämäntavassa. Jos näin tapahtuu, yksilö kokee kehittyneensä ja muuttuneensa ihmisenä ja omaksuneensa jotain uutta osaksi persoonaansa. Elämyksen kautta voi omaksua esimerkiksi uuden harrastuksen, ajattelutavan, tai löytää itsestään uusia voimavaroja. Entinen vesikammoinen voi tuntea itsensä rohkeaksi kokeiltuaan laitesukellusta, materialisti voi löytää uusia arvoja vaeltaessaan erämaassa, tai laiska sohvaperuna voi innostua kuntoilusta ja terveellisistä elämäntavoista. (Tarssanen & Kylänen 2009, 16.)

Jääsukelluskokemuksen tarkoitus on antaa ainutlaatuinen ja jännittävä elämyskokemus kokijalleen. Asiakkaat pääsevät myös kurkistamaan suomalaisen kulttuurin sisälle ja kokemaan perisuomalaisia asioita, kuten saunomisen ja nuotiolla metsän keskellä makkaran paistamisen. Mahdollisesti asiakkaat rakastuvat jääsukellukseen ja haluavat harrastaa sitä enemmänkin, tai ihastuvat Suomen luonnon puhtauteen ja haluavat palata tänne takaisin. Tai saattavat jopa harkita loma-asunnon hankkimista Suomesta.

6 Kehittämistyö

6.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmäksi valikoitui kvalitatiivinen, eli laadullinen, tutkimusmenetelmä. Laadullisella tutkimuksella pyritään ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä ja sen kohderyhmää syvällisemmin. Tällöin tähdätään tutkimaan haastateltavien omia kokemuksia ja näkemyksiä aiheeseen liittyen. Kysymykset on hyvä miettiä huolella etukäteen siten, että ne herättävät ennemminkin keskustelua, eikä siten, että niihin on helppo vastata joko ”kyllä” tai ”ei”. Kvalitatiivisen tutkimuksen fokus on kerätä laaja aineiston sisältö, eikä niinkään aineiston määrä kappaleina. Laadullinen tutkimus voidaan suorittaa esimerkiksi ryhmäkeskusteluna tai teemahaastatteluna. Käytettävä menetelmä valitaan sen perusteella, millaista tietoa ja ymmärrystä halutaan kerryttää. (Kvalitatiivinen tutkimus luo aina uutta 2017; Kustula 2015.) Tutkimus toteutettiin avoimena haastatteluna, jossa vastaajina toimi neljä henkilöä. Vastaajat valikoituivat luonnollisesti palvelutapahtumaan osallistuneista asiakkaista. Haastattelu tapahtui viimeisenä päivänä Oulun Sukelluskeskuksella ennen lopetusta, hyvästejä sekä kiitoksia.

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää asiakkaan kokemuksen taso. Tavoitteena oli luoda asiakkaille elämyksellinen palvelukokonaisuus, jolloin kokemuksen taso nousisi elämyksen tasolle saakka. Lisäksi tarkoituksena oli selvittää palvelukokonaisuuden toimivuus ja mahdolliset parannuskohteet jatkokehitystä varten.

Avoimen haastattelun kysymykset koskivat suoraan elämyskolmion elementtejä, minkä perusteella elämyksellisyyden tasoa ja sen onnistumista arvioitiin. Suullisten vastausten lisäksi haluttiin konkretisoida elämyskolmion elementtien onnistumisen aste, joten vastaajia pyydettiin arvioimaan asteikolla 1 - 5 (matalimmasta korkeimpaan) kuinka elementit heidän mielestään toteutuivat palvelukokonaisuudessa. Aivan viimeisenä vaihtoehtona oli myös numero 6 joka vastasi *muutosta*, mutta realistinen tavoite ei ollut kuitenkaan päästä sinne asti.

6.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimus haluttiin toteuttaa henkilökohtaisesti havainnoiden, joten haastattelu suoritettiin kasvotusten. Tutkimuksen luotettavuuteen saattaa kuitenkin vaikuttaa haastateltavien kulttuurilliset taustat. On mahdollista, että asiakkaat eivät kehdanneet antaa kovin paljoa rakentavaa palautetta tai kritisoida epäkohtia. Heidän kulttuurissaan on yleistä, että omat tuntemukset peitetään hymyn taakse, eikä todellisia ajatuksia kerrota.

Lisäksi vieraalla kielellä kommunikointi tuotti hieman vaikeuksia haastateltaessa. Asiakasryhmän englanninkielen taidossa oli hieman puutteita, joten he yrittivät mahdollisimman lyhyesti vastata kysymyksiin. Yhteisellä äidinkielellä toteutettuna haastattelu olisi todennäköisesti antanut enemmän tietoa ja keskustelua olisi saatu paremmin aikaiseksi. Sujuvan yhteisen kielen puuttuminen aiheutti myös ongelmia haastattelukysymyksissä. Sanan *elämys* määrittelemisen englanniksi osoittautui haasteelliseksi, sillä tarkkaa käännöstä sanalle ei ole. Lähin samaa tarkoittava sana on *experience*, mutta suomennettuna se tarkoittaa enemmänkin *kokemusta*. Elämys-sanalle täytyi siis keksiä mahdollisimman osuva ilmaisu. Apuina *experience*-sanan kanssa käytettiin muun muassa sanoja *sensational* (sensaatiomainen), *outstanding* (suurenmoinen) ja *magnificent* (upea, mahtava). On siis epävarmaa, ymmärsivätkö haastateltavat täysin mitä ilmaisulla tarkoitettiin. Apuna kuitenkin havainnollistettiin elämyksen taso asteikolla 1 – 6. Tällä menetelmällä selkeytettiin kysymystä konkreettisemmaksi.

Haastateltavia asiakkaita oli ainoastaan neljä, joten muita tuloksia vertailtavaksi ei ole. Tämän ainoan testiryhmän perusteella voidaan tehdä päätelmiä tuloksesta, mutta todellisen ja luotettavan tuloksen saamiseksi tulisi vertailtavia ryhmiä ja heidän haastatteluvastauksiaan olla enemmän analysoitavaksi.

6.3 Kehittämistyön vaiheet

Määrittely

- Aloittaminen

Tärkeintä on määrittää heti alussa projektin tavoitteet ja tarpeet kehitystyölle, eli mitä työllä halutaan saavuttaa. Aloittaessa tehdään myös päätös käytettävistä resursseista, budjetti, aikataulu ja kohderyhmät. Vaiheen tavoitteena on saada suunnitteluhaasteen määrittely ja kuvaus. (Tuulaniemi 2011, 130.)

Ensimmäinen yhteydenotto Oulun Sukelluskeskukselle tapahtui puhelimitse. Myöhemmin pidettävässä ensimmäisessä palaverissa tarkentui opinnäytetyön aihe. Yrityksellä oli ollut mielessä jo jonkin aikaa, että laitesukelluksesta jään alle pitäisi saada ehjä ja kokonainen tuotepaketti myyntiin. Kohteena oli tietynlaisen paketin tarve, joten aihe rajautui kuin itsestään. Kyseessä oli uudenlaisen palvelukokonaisuuden luominen jääsukelluksen parissa ulkomaalaisille asiakkaille. Kohderyhmänä oli asiakkaat, jotka olivat jo varanneet pelkän jääsukelluskurssin aikaisemmin. Siten hintakin oli jo sovittu etukäteen, mutta yritys antoi silti vapaat kädet projektin suunnittelulle. Oulun Sukelluskeskus oli valmis panostamaan onnistuneeseen tuotteeseen. Tästä alkoi elämyksellisen jääsukellustuotepaketin kehittäminen Oulun Sukelluskeskukselle.

Toimeksiannon jälkeen alkoi teoreettisen viitekehyksen muodostaminen. Ensin etsittiin tietoa palvelumuotoilusta sekä palvelukehityksestä ja opiskeltiin aiheita. Palvelupolku nousi myös hyvin esille, jonka avulla pystyttäisiin luomaan selkeä linjan kokonaisuudesta. Lisäksi tuotteen elämyksellisyyttä varten kerättiin tietoa elämyskolmiosta ja opiskeltiin sen hyödynnettävyyttä.

- Esitutkimus

Esitutkimusvaiheessa palvelun tuottavan organisaation nykytila ja tavoitteet tulee kirjata, kuten myös sen toimintaympäristö tulee analysoida. Tämän vaiheen aikana tulee laatia visio, strategia, kartoittaa markkina- ja kilpailutilanne, toimintaympäristö, liiketoimintamalli, tavoitteet, määritellä kohderyhmät ja rankentaa asiakastutkimukselle

hypoteesi. Vaiheen tavoitteena on luoda ymmärrys palvelun tuottavasta organisaatiosta ja sen tavoitteista. (Tuulaniemi 2011, 130.)

Esitutkimuksessa etsittiin tietoa yrityksestä, sen toiminnasta ja sen tarjoamista palveluista, myyntikanavista ja palveluiden tavoitettavuudesta. Etsittiin myös perustietoa laitesukelluksesta jään alla. Lisäksi tutkittiin kilpailutilannetta Lapin kansainvälisen tarjonnan kanssa ja muita kilpailijoita sekä markkinatilannetta yleisesti.

Tutkimus

- Asiakasymmärrys

Asiakasymmärrys sisältää organisaation asiakkaiden toiveiden ja tarpeiden ymmärtämisen. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että organisaation on tehtävä tutkimus määritellyn kohderyhmän arjesta. Myös palvelua tuottavien henkilöiden tavoitteet ja tarpeet on selvitettävä. Näiden selvitysten lisäksi tulee saada ymmärrystä molempien ryhmien toiveista, sekä tiedostetuista että tiedostomattomista tarpeista. Tämän vaiheen tavoitteena on kasvattaa ymmärrystä kaikkien palvelun käyttäjien kesken tarpeista, tavoitteista, odotuksista, arvoista ja toiminnan motiiveista. (Tuulaniemi 2011 130.)

Tässä vaiheessa, kun kohderyhmä oli jo tiedossa, suurta selvittelyä ei tarvinnut tehdä. Suunnittelun aikana otettiin kuitenkin huomioon lämpimästä maasta tulevien asiakkaiden tiedottaminen matkakohteesta yleisesti, painottaen pukeutumisen tärkeyttä. Aikaisemman kulttuurituntemuksen perusteella kerättiin oleellisia tietoja infokirjeeseen, joiden oletettiin olevan informatiivisia asiakkaalle, kuten liikennekäyttäytymisestä ja säästä. Aikaisempi kulttuurituntemus auttoi myös ymmärtämään mm. kohderyhmän arvoja, tapoja ja tottumuksia, joita tulkitsemalla pystyttiin kokonaisuutta suunnittelemaan huolellisemmin - kaikkea ruokailun ja ”kasvojen menettämisen” väliltä. Kasvojen menettämällä tarkoitetaan kuvainnollisesti noloon asemaan joutumista. Sähköpostin välityksellä kartoitettiin myös taustatietoja asiakkaista, kuten sukelluskokemus. OSK oli jo aikaisemmin selvittänyt edellisiltä asiakkailtaan, mitä he toivoisivat enemmän jääsukelluskurssin yhteyteen. Näiden vastausten suuntaamina suunnittelu jatkui.

- Strateginen suunnittelu

Strategisen suunnittelun vaiheessa määritellään palveluntuottajan erottautumistekijät ja asema markkinoilla. Lisäksi suunnitellaan liiketoiminta- ja ansaintamalli. Vaiheen tavoitteena on strategiselta kannalta tarkentaa palvelun tuottavan organisaation tavoitteita. (Tuulaniemi 2011, 130.)

Oulun Sukelluskeskus on hyvässä markkina-asemassa jääsukelluksen tuottajana, sillä Suomessa Oulun lisäksi kyseistä aktiviteettia voi harrastaa ainoastaan Jyväskylän, Helsingin ja Tampereen Sukelluskeskuksien kautta, jotka tarjoavat palveluitaan vain suomalaisille asiakkaille. Lappi vahvana kilpailijana laajoine palveluineen ja aktiviteetteineen kuitenkin pakottaa myös OSK:ta kehittämään kansainvälistä tarjontaansa. (Väisänen 2017.) Tästä syystä lähdettiin kehittämään jääsukelluskurssia elämyksellisemmäksi tuotteeksi.

Suunnittelu

- Ideointi ja konseptointi

Tässä suunnittelun vaiheessa ideoidaan ja kuvataan ratkaisuja tutkimuksesta kerrytettyihin tuloksiin perustuen. Jo varhaisessa vaiheessa kohderyhmillä testataan myös ideoita, joita kehitetään yhdessä, sekä jatkokehitystä jatketaan toimivaksi testattujen ideoiden kanssa. Lisäksi palvelun mittarit määritellään. Tavoite on kehittää asiakkaiden tarpeiden sekä palvelun tuottavan organisaation ohjaamina vaihtoehtoisia ratkaisuja suunnitteluhaasteeseen. (Tuulaniemi 2011, 131.)

Innovoimme ja kehitimme yhdessä OSK:n kanssa suomalaisuutta tukevaa oheistoimintaa jääsukelluksen lisäksi. Asiakkaat halusivat tulla Suomeen kokeilemaan jotain heille todella uutta ja erikoista. Heidän kirjoittamista sähköpostiviesteistä kävi ilmi, että he aikoivat jatkaa matkaansa Rovaniemelle Joulupukkia tapaamaan. Päätimme siis korostaa suomalaisuutta, jotta vieraamme pääsisivät tutustumaan kulttuurimme mahdollisimman hyvin lyhyen vierailunsa aikana. Lisäksi OSK:n aikaisempien kyselyiden perusteella sauna, avantouinti, makkaranpaisto nuotiolla pääsivät osalliseksi palvelukoko-

naisuutta vanhojen kansantarujen kera, unohtamatta kuitenkin kuin tilauksesta tullutta - 28 pakkasasteen säätä. Lisäksi elämyskolmion mukaan ottaminen auttoi elämyksellisyyden sekä sen mittaamisen luonnissa.

- Prototypointi

Prototypoinnin vaiheessa palvelukonseptien elementtejä testataan käytännössä kohderyhmän kanssa. Lisäksi tunnistetaan palvelun kriittiset kohdat ja määritellään palvelukanavat ja kanavastrategiat. Vaiheen tavoite on konkreettisesti testata ideoita ja konsepteja vuorovaikutustilanteissa, jonka pohjalta suunnitellaan kehitettävää palvelua. (Tuulaniemi 2011, 131.)

Testasimme yhdessä projektiryhmän kanssa kokonaisuuden toimivuutta käytännössä. Näimme parhaaksi tehdä ensimmäisen testin tällä tavalla, jotta pystyisimme suorittamaan palvelukokonaisuuden asiakkaiden kanssa sujuvammin, kun osa kehityskohteista olisi jo havaittu. Suoritin siis itse Ice Diver-kurssin, jotta osaisimme uusin silmin katselutuna varautua asiakkaita mahdollisesti huolestuttaviin asioihin etukäteen. Lisäksi testasimme aikataulutusta sukelluskohteessa, että kuinka kauan kestää mm. purkaa varusteet autosta, pystyttää saunateltoa, rakentaa nuotio, tehdä avanto ja pakata auto. Tiedotin myös projektia toteuttavaa henkilökuntaa informatiivisella yhteenvedolla henkilökunnan roolituksesta sekä elämyksellisyyden tärkeydestä ja sitä edellyttävistä toiminnoista.

Palvelutuotanto

- Pilotointi

Pilotointivaiheessa ensi lanseerataan palvelu ja otetaan käyttöön beta-versio asiakkaiden testattavaksi. Palvelua kehitetään saadun palautteen perusteella. Tässä vaiheessa tarkennetaan myös liiketoiminta- ja ansaintamalli. Tavoite on viedä palvelukonseptit markkinoille asiakkaiden arvioitavaksi, jonka pohjalta palvelukonseptia hiotaan paremmaksi. (Tuulaniemi 2011, 131.)

Projektiryhmän kanssa suoritetun testauksen tulosten perusteella kehitettiin epäkohdista toimivammaksi asiakkaita varten. Malesialainen ryhmä testasi suunnittelemaamme

tuotteen todellisina asiakkaina. Testin pohjalta saadun palautteen avulla kehitettiin ratkaisuja epäkohtien parantamiseksi.

- Lanseeraus

Lanseerauksen vaiheessa tehdään palvelukuvaus, joka pitää sisällään dokumentoinnin, henkilökunnan roolituksen, vastuut sekä tehtävät. Tässä vaiheessa myös toimeenpannaan palvelu markkinoille ja lanseerataan se julkisesti. Lisäksi otetaan käyttöön yrityksen sisäinen valmennus työntekijöille ja täsmennetään palveluiden mittarit. Lanseerauksen tavoitteena on antaa ymmärrystä palvelun toteuttamista vaativista toiminnallisista edellytyksistä kaikille palveluun liittyville osapuolille. (Tuulaniemi 2011, 131.)

Oulun Sukelluskeskus on jo vienyt tuotteen markkinoille, mutta tuotteen kuvausta olisi hyvä tarkentaa esimerkiksi Diviac Travels -sivustolla opinnäytetyön avulla. Palvelupolku rakennettiin havainnollistamaan palvelun etenemistä ja antamaan sille selkeän rakenteen, sekä kertomaan kokonaisuuden kriittiset kontaktipisteet. Lisäksi tuote suunniteltiin elämykselliseksi elämyskolmio-mallin avulla ja selkeä henkilökunnan roolitus ja työnjako tehtiin helpottamaan ja nopeuttamaan toimintaa. Elämyskolmion pohjalta pystyttiin myös mittaamaan onnistuminen, eli tuotteen elämyksellisyys.

Arviointi

- Jatkuva kehittäminen

Prosessin viimeinen osa on arviointi, ja jatkuva kehittäminen viimeinen vaihe. Tässä vaiheessa mitataan ja arvioidaan palvelun kehittämisen vaikutuksia asiakaskokemusten ja liiketoiminta-arvon avulla. Palvelua kehitetään saadun palautteen perusteella ja tarpeiden mukaan. Tämän jälkeen palvelu siirretään kehitystilasta tuotantotilaan ja tavoite on vakioida palvelu tuotantotilaan, sekä kehittää palvelua jatkuvasti. (Tuulaniemi 2011, 131.)

Kehityskohteista ja niiden parannusehdotuksista laadittiin lista saadun asiakaspalautteen perusteella, sekä yhdessä projektiryhmän kanssa käydyn kehityspalaverin pohjalta. Muutosten ja parannusten loppuunsaattaminen jää kuitenkin Oulun Sukelluskeskuksen vastuulle, joka on jo tarttunut kehitystyöhön. Palvelupolku ja henkilökunnan

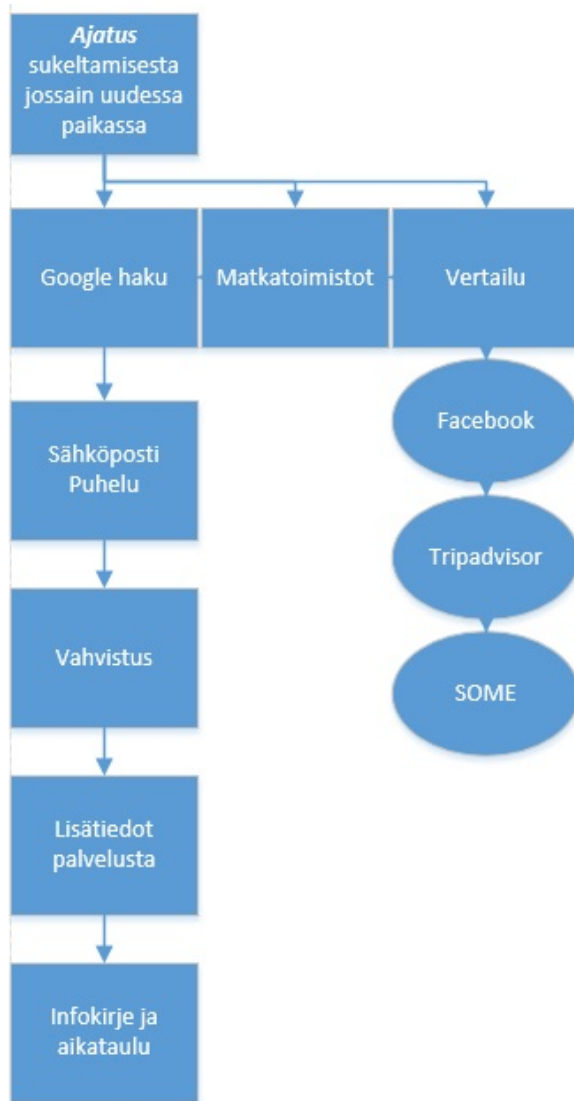
käsikirjoitus antavat pohjan ja yksinkertaisen rakenteen tuotteen ympärille, mitkä ovat muokattavissa myös seuraaville asiakasryhmille sopiviksi. Jatkuva kehittäminen edellyttää myös lisää asiakaspalautteiden keräämistä ja ongelmakohtien tunnistamista.

7.1 Asiakkaan palvelupolku

Seuraavaksi on kuvattu sanallisesti palvelupolun eteneminen asiakkaan näkökulmasta, ja visuaalinen polku on lisätty osina tekstin joukkoon helpottamaan ymmärrystä. Ensin kuvataan etukäteen suunnitellun polun eteneminen, minkä jälkeen kerrotaan todellisuudessa toteutunut polku. Polku on tarkoituksen mukaisesti aukaistu sanallisesti ennen asiakkaiden saapumista. Tämän jälkeen esitellään heidän vierailunsa jälkeen toteutunut polku. Näin siksi, että tilanteet muuttuvat eivätkä koskaan mene täysin suunnitelmien mukaan. Etukäteen suunniteltu polku antaa pohjan seuraaville ryhmille. Punaisella reunuksella merkityt vaiheet ovat palvelupolun kriittisiä kontaktipisteitä, joihin suunnittelussa käytettiin erityistä huomiota. Polussa keskityttiin erityisesti ydinpalveluvaiheeseen, eli siihen aikaan, jonka asiakkaat viettivät Oulussa jääsukelluskurssin parissa. Oulun Sukelluskeskukselle tehty palvelupolku kokonaisuudessaan laitesukelluksesta jään alla on tämän työn liitteenä (Liite 2).

Esipalvelu

Asiakkaan polku rajattiin alkamaan siitä, kun asiakas saa ajatuksen lähteä sukeltamaan jään alle. (Ks. Kuvio 2.) Rajausta tehtiin tähän kohtaan, jotta työ keskittyy elämyksen tuottamiseen yrityksen näkyvyyden tai markkinoinnin sijaan. Oletettavasti asiakas etsii ensin tietoa mahdollisista kohteista Google-haulla. Mahdollisia kanavia ovat myös matkatoimistot. Asiakas myös todennäköisesti tekee vertailua sosiaalisessa mediassa, kuten Facebookissa ja TripAdvisorissa. Asiakas löytää kanavan, jonka kautta tekee varauksen. Tässä tapauksessa testiryhmä löysi Oulun Sukelluskeskuksen tarjoaman palvelun Diviac Travels -sivuston kautta. Sivusto tarjoaa nimenomaan sukellusmatkoja ympäri maailman. Ensimmäinen kontaktipiste on, kun asiakas lähettää sähköpostia Diviac Travelsille ja vahvistaa varauksen. Seuraavaksi asiakas saa lisätietoja palvelusta sekä infokirjeen ja aikataulun suoraan Oulun Sukelluskeskukselta.



Kuvio 2. Esipalveluvaihe

Ydinpalvelu

Ydinpalvelu on vaihe, jossa asiakas kokee palvelun, ja se määrittää asiakkaalle syntyvän arvon. Tässä työssä ydinpalvelu on nelipäiväinen palvelukokonaisuus, johon kuuluu kaikki asiakkaan vastaanotosta alkaen ja sukellukset kuljetuksia ja lisäpalveluja myöten. Ydinpalvelun ensimmäinen päivä (Ks. Kuvio 3) alkaa asiakkaan saapumisesta juna-asemalle, jossa OSK:n edustaja on vastaanottamassa. Tämä on ydinpalvelun ensimmäinen kriittinen kontaktipiste, sillä ensitapaamiseen tulee kiinnittää erityistä huomiota. Onnistunut ensivaikutelma luo hyvän pohjan tulevalle.

Asiakas toivotetaan tervetulleeksi ja ojennetaan pieni lahjapussi, joka sisältää infokirjeen (liite 3) sekä pienen tervetulolahjan – Fazerin suklaata. Seuraavaksi asiakkaalle tarjotaan kuljetus tämän valitsemaan majoituskohteeseen. Asiakas saa mahdollisuuden virkistäytyä ja levähtää seuraavaa päivää varten. Ensimmäinen päivä päättyy tähän. Päivän tarkoituksena on vain tavata asiakas ja kertoa tulevien päivien ohjelmasta. Asiakas on saanut etukäteisinfomateriaalissaan vinkkejä, mitä Oulussa on mahdollista tehdä ja nähdä, sekä kartan, johon on merkitty tärkeimmät kohteet asiakkaan kannalta (juna-asema, Oulun Sukelluskeskus sekä majoituskohde), sekä mm. ravintoloita ja muita käyntikohteita.



Kuvio 3. Ydinpalveluvaiheen ensimmäinen päivä

Toinen päivä (Ks. Kuvio 4) käynnistyy OSK:n hakiessa asiakkaat majoituspaikaltaan etukäteen sovittuna ajankohtana. Sukelluskeskukselle saavuttaessa, eli toisessa kontaktipisteessä, tehdään ensin paperityöt ja pidetään kurssin teorian tunti. Sen jälkeen suoritetaan kurssimaksu. Seuraavaksi on varusteiden sovitusta, jonka jälkeen pidetään lounastauko. Asiakkaan toiveen mukaan syödään lounasta yhdessä tai erikseen, joka tapauksessa omakustanteisesti. Lounaan jälkeen siirrytään yhdessä uimahallille, jossa allasorientaatio pidetään. (Ks. Kuva 3.) Allasorientaation kontaktipisteeseen tulee kiinnittää erityistä huomiota, sillä se on ensimmäinen käytännön kosketus jääsukellukseen. Harjoituksesta syntyvä varmuus tai epävarmuus vaikuttaa suoraan asiakkaan kokemukseen. Orientaation jälkeen toinen päivä päättyy. Asiakkaan toiveiden mukaan kuljetus takaisin majoituspaikalle voidaan järjestää.

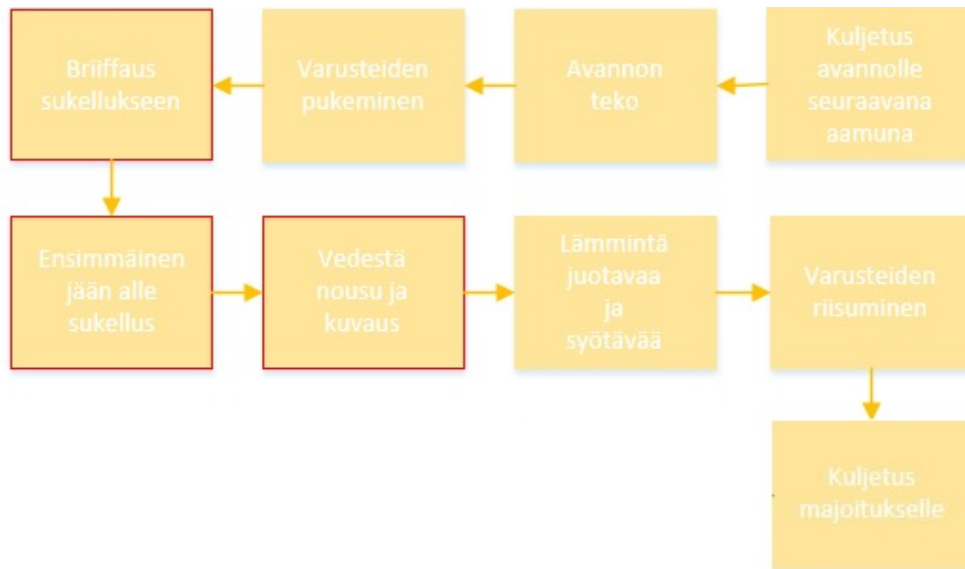


Kuvio 4. Ydinpalveluvaiheen toinen päivä



Kuva 2. Allasorientaatio Raatin uimahallissa

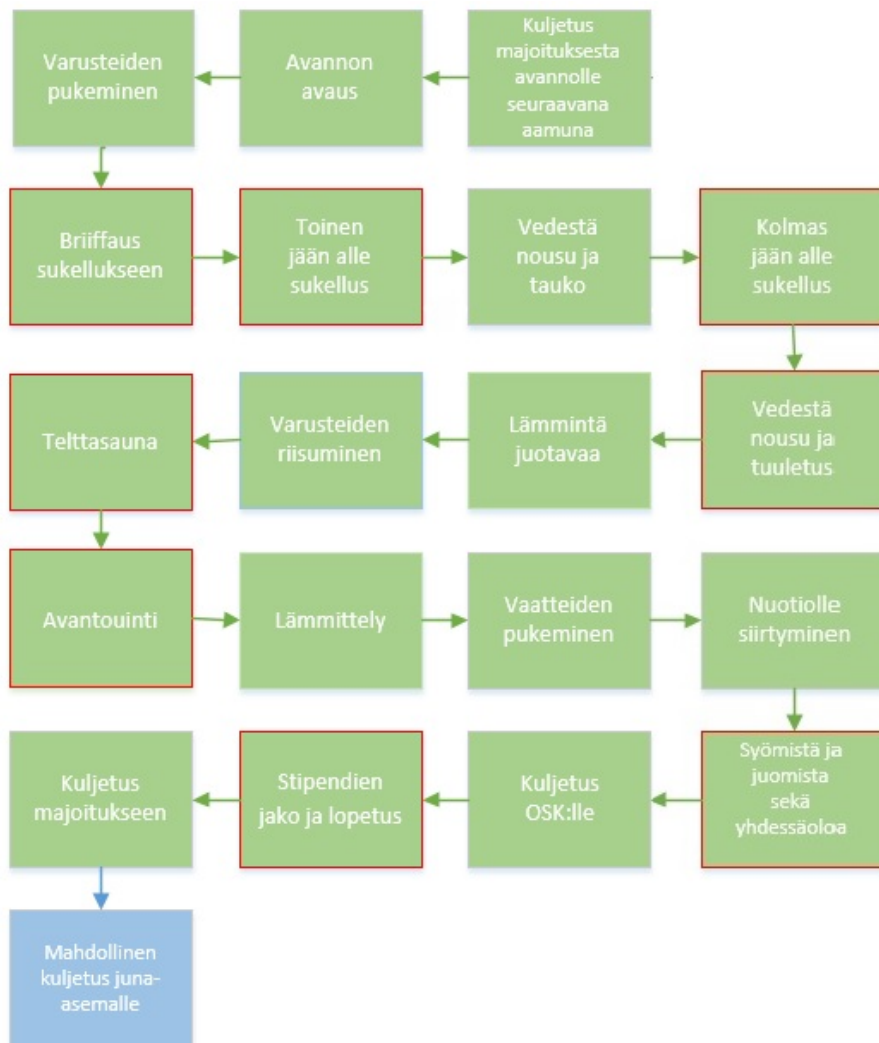
Kolmas päivä (Ks. Kuvio 5) alkaa samalla tavalla, eli OSK hakee asiakkaat majoituspaikasta. Ryhmä suuntaa kuitenkin suoraan sukelluskohteelle, jossa tehdään itse avanto. Avannon teon jälkeen puetaan sukellusvarusteet lämmitetyssä teltassa. Seuraavaksi alkaa koko matkan kohokohta, sukellus jään alle. Tässä kriittisessä kontaktipisteessä tulee kiinnittää erityistä huomiota siihen, että asiakas tuntee olonsa varmaksi ja myös innostuneeksi. Ensimmäisen sukelluksen jälkeen otetaan fiiliskuvat, nautitaan kuumaa juomaa ja pidetään ruokatauko. Varusteet riisutaan lämpimässä teltassa. Sen jälkeen asiakkaat kuljetetaan majoituspaikalleen, ja tähän päättyy kolmas päivä.



Kuvio 5. Ydinpalveluvaiheen kolmas päivä

Neljäs ja viimeinen päivä (Ks. Kuvio 6) alkaa kuljetuksella suoraan avannolle. Avanto tarvitsee vain avata ennen sukellusta. Avannon avauksen jälkeen puetaan varusteet lämmitetyssä teltassa, ja sen jälkeen seuraa briiffaus sukellukseen. Sitten taas menään. Toisen sukelluksen jälkeen pidetään tauko ja nautitaan kuumaa juotavaa ja välipalaa. Tauon jälkeen tehdään kolmas sukellus. Näissäkin sukelluksien kriittisissä kontaktipisteissä pidetään huolta, että asiakkaalla on kaikki hyvin ja mahdollinen jännitys on positiivista. Kolmas ja viimeinen sukellus tarjoaa loppuhuipennuksen - viimeisen sukelluksen lopussa sukeltajien on mahdollista kokeilla jäsurffausta ylösalaisin jään pinta vasten köysimiesten vetäessä turvaköydestä. Sen jälkeen nouseaan pintaan ja tuuletetaan ainutlaatuisia kokemusta. (Ks. Kuva 4.) Sen jälkeen asiakkaille on yllätyksenä muutettu lämmitetty teltta saunaksi. Asiakkailta on mahdollisuus päästä saunomaan ja käymään avannossa pulahtamassa – uimapuvussa. Sen jälkeen pääsee lämmittelemään ja vaihtamaan lämpimät vaatteet päälle. Seuraavaksi siirrytään nuotiopaikalle istumaan ja syömään päivällistä sekä kertaamaan omia kokemuksiaan ja viettämään mukavaa ja rentoa yhdessäoloa. Näissä yhdessäolon kontaktipisteissä sekä kriittisissä pisteissä tulee kiinnittää huomiota erityisesti asiakkaan mukavuuteen sekä heidän käyttäytymiseensä. Asiakkaita tulee tulkita, jotta osataan toimia oikein mahdollisissa

hankalissa tilanteissa, esimerkiksi haluttomuudessa kokeilla uusia aktiviteetteja (kuten uintia ja saunomista), mutta sen epävarmuutta kertoa asiasta nolostumisen pelossa kulttuurillisista taustoista johtuen. Aktiviteettien jälkeen siirrytään OSK:lle, jossa tapahtuu stipendien jako ja kurssin päätös. Lopuksi asiakkaat kuljetetaan heidän majoituspaikkaansa ja tähän päättyy palvelukokonaisuus ja on hyvästien ja kiitosten aika. Mahdollisesti kuitenkin asiakkaan toiveesta tai tarpeesta riippuen voidaan järjestää kuljetus juna-asemalle myöhemmin. Tämä viimeinen kriittinen kontaktpiste, eli hyvästelyt sekä kiitokset, antavat viimeisen silauksen kaikelle tapahtuneelle. Viimeisen jälki- maun toivotaan olevan maukas, ja että asiakkaat lähtevät hyvillä mielin jatkamaan matkaansa iloisena elämyksestään.



Kuvio 6. Ydinpalveluvaiheen neljäs päivä



Kuva 3. Fiilistelyä viimeisten sukellusten jälkeen. (Varjoranta, Oulun Sukelluskeskus).

Jälkipalvelu

Jälkipalvelu alkaa asiakkaan palattua takaisin kotiin. (Ks. Kuvio 7.) Asiakkaille lähetetään kiitosviesti ja linkki kuvamateriaaliin, jota henkilökunta on kuvannut. Lisäksi asiakkaat kutsutaan antamaan palautetta ja suosittelemaan Oulun Sukelluskeskusta sosiaalisessa mediassa. Toiveena on, että asiakas jakaa SOME:ssa kuvia matkastaan ja kurssistaan ja elämyksestään. Lisäksi myöhemmin lähetetään kutsu uudelle reissulle sekä tarjouksia.



Kuvio 7. Jälkipalveluvaihe

Toteutunut palvelupolku

Todellisuudessa palvelupolku eteni suurimmaksi osaksi suunnitelmien mukaan, mutta ryhmän pyynnöstä, heidän aikatauluihinsa liittyen, siihen tehtiin muutoksi lyhyellä varoitusaajalla. Viimeisen päivän yllätyssuunnitelmat jouduttiin siirtämään heti toiselle päivälle, eli ensimmäiselle jääsukelluspäivälle. Toisaalta tämä muutos sopikin käytännössä paremmin, sillä ensimmäisenä sukelluspäivänä varusteiden laittamiseen kului paljon ylimääräistä aikaa, joka johti aikataulutuksen muuttumiseen. Lisäksi ruokailu ei todellisuudessa toteutunut siten, että kaikki olisivat ruokailleet yhtä aikaa. Odotusajat venyivät pitkiksi, joten katsottiin paremmaksi vaihtoehdoksi, että jokainen saa syödä sitten kun haluaa. Lämmin keitto auttoi myös pysymään lämpimänä. Ensimmäinen päivä sukelluskohteella oli jäätävän kylmä, - 28 astetta. Tästä syystä varusteiden kanssa oli hieman ongelmia ja aikatauluista oli vaikea pitää kiinni. Loppujen lopuksi sukellusten jälkeen kaikki pääsivät kuitenkin yhdessä istumaan nuotion ääreen syömään välipalaa, ja saunassa ja uimassa sai halukkaat käydä. Vieraista kolme uskaltautui uimapuvussa avantoon rohkeasti. Lopuksi suoritettiin tuhkien heitto -rituaali, vaikka se oli tarkoitus myös tehdä viimeisenä päivänä. Vieraiden toiveesta tämäkin siis tehtiin samalla kerralla. Lopuksi Sukelluskeskukselle saavuttaessa suoritettiin kurssimaksu. Viimeisenä hyvästeltiin asiakkaat ja kiitettiin heitä vierailusta. Stipendien jako valitettavasti jäi tekemättä, sillä materiaalia siihen ei saatu hankittua ajoissa. Todistukset lähetettiin kuitenkin myöhemmin sähköpostilla. Kaikki sujui kokonaisuudessaan onnistuneesti, vaikkei aivan täysin suunnitelmien mukaisesti.

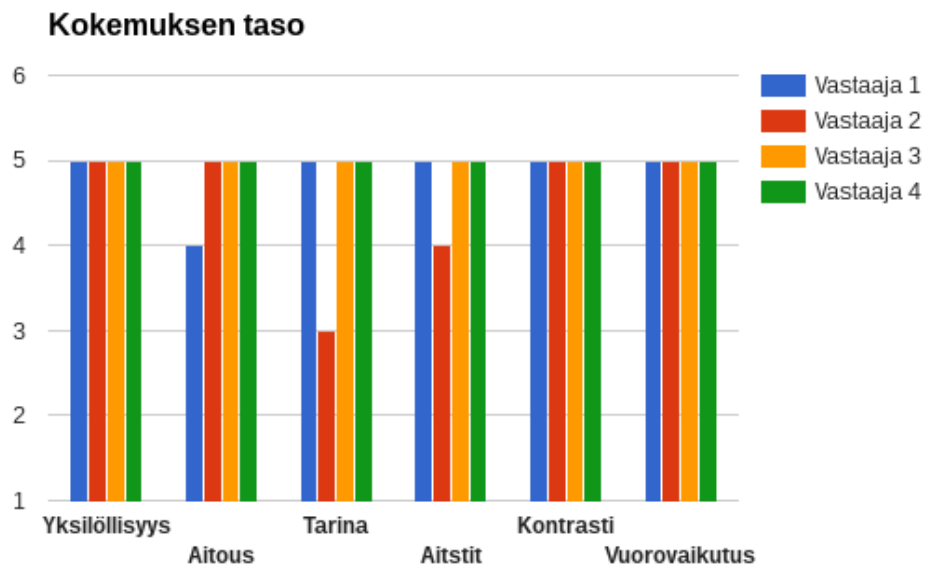
Jälkipalveluvaihe suoritetaan kokonaisuudessaan loppuun, kun videokooste tapahtuneesta valmistuu ja stipendit saadaan postitettua. Asiakkaat ovat hoitaneet omalta osaltaan kuvien ja videoiden jakamisen sosiaalisessa mediassa esimerkillisesti. Lisäksi he antoivat hienoa julkista palautetta TripAdvisorissa, jossa kertoivat suosittelleensa kavereilleen Oulun Sukelluskeskuksen tarjoamaa jääsukelluskurssia.

Palvelupolkuja en lähde muokkaamaan sen mukaiseksi, kuin se todellisuudessa toteutui, sillä seuraavia palvelukokonaisuuksia ajatellen rakenteen tulisi toimia pääpiirteittäin polussa esitetyllä tavalla. Vaikka muutoksia tulisi seuraavallakin kerralla, tämän palvelupolun pohjalta niitä voidaan onnistuneesti sovittaa sopimaan toisillekin asiakkaille. Aivan kuten tällä ensimmäiselläkin kerralla tehtiin.

7 Tulokset ja johtopäätökset

Tulokset

Kuvion (Ks. Kuvio 8) alareunasta näkee jokaisen elämyksen elementin elämyskolmion mukaan. Vasemmassa reunassa on numeroitu kokemuksen taso asteikolla 1 – 6, ja oikeassa reunassa on jokaisen vastaajan oma väri, jolla taulukkoon on jokaisen oma kokemuksen taso havainnollistettu. Näissä yksilöllisyys, kontrasti ja vuorovaikutus toteutuivat asiakkaiden mielestä yksimielisesti, kun taas aitoudessa, tarinassa ja aisteissa oli hieman vaihtelua.



Kuvio 8. Kokemuksen taso

Ensimmäinen päivä sukelluskohteella osoittautui olosuhteiltaan erityisen haastavaksi pakkasen johdosta. Tämä vaikutti vastauksiin jonkin verran, kuten aisteihin. Kylmyys ei miellyttänyt kaikkia, joten tuntoaistin vuoksi arvosana laski. Muiden vastaajien mielestä kaikkia aisteja hemmoteltiin. Saunan ja puun tuoksu saivat erityistä huomiota, kuin myös veden kylmyys, joka koettiin jännittäväksi. Tarina puolestaan ei ollut niin erityinen yhdelle vastaajalle, sillä hän ei kokenut sitä kovin erilaiseksi omaan kulttuuriinsa verrattuna, sillä heillä on myös vastaavanlaisia henkiä kotonaan. Arvosana oli siis

myös sen mukainen. Muiden vastaajien mielestä tarina oli oikein mukava ja mielenkiintoinen lisä joka myös korosti autenttisuutta. Viimeisimpänä vajailta pisteillä oli aitous. Yhdeltä vastaajalta ei tullut täysiä pisteitä aitouteen, vaikka kokonaisvaltaisesti kokemus tuntui hyvin aidolta ja autenttiselta. Jotain pientä jäi puuttumaan, mutta täysin ei vastaaja osannut määritellä, mitä se olisi voinut olla. Muuten kokemus koettiin hyvin aitona ja erittäin suomalaisena kaikkine ruokineen, tarinoineen, ympäristöineen sekä keleineen aina henkilökuntaa myöten.



Kuva 4. Telttasauna ja avanto

Yksilöllisyys oli vastaajien mielestä toteutunut erittäin hienosti, ja heistä tuntui, että he saivat hyvin henkilökohtaista ja yksilöllistä palvelua, mutta heidät oli myös huomioitu perheenä. Eli lapset oli otettu myös hyvin huomioon ja heille oli hankittu lapsenvahti paikan päälle. Lasten osuutta kirjallisessa tuotoksessa ei otettu mukaan, sillä haluttiin keskittyä ainoastaan kohderyhmään. Lisäksi heidän henkilökohtaiset tarpeet ja taitotaso oli otettu huomioon. Myös kontrasti vastaajien omaan arkielämään kotona oli erittäin suuri verrattuna heidän kokemaan kokemukseen. Pelkästään jo ilmasto ja ääriolosuhteet korostivat kontrastia entisestään, mutta osansa teki myös ruoka, ihmiset ja aktiviteetit, joista suurimpana jään alle -sukellus. Vuorovaikutus sai myös vastaajien

kesken yksimielisen viitosen. Palvelutapahtuman aikana kommunikointi sujui vaivattomasti molemmille osapuolille vieraalla kielellä, väärinymmärryksiä ei sattunut, eikä kulttuurillisista eroista johtuvia kömmähdyksiä tullut. Yhtenä tärkeimpänä vuorovaikutuksen onnistumisena oli panikoivan sukeltajan rauhoittaminen ja mahdollisen negatiivisen kokemuksen kääntäminen positiiviseksi kokemukseksi. Ahtaanpaikan kammosta jään alla paniikkiin joutuneelle sukeltajalle tilanteesta olisi voinut jäädä negatiivinen kokemus, mutta kouluttajan avulla kokemus käännettiin heti onnistumiseksi ja voitoksi, että sukellus tehtiin ja jään alla käytiin.

Joitakin kehittämiskohteita nousi myös esiin haastattelussa. Suurimmaksi epäkohdaksi osoittautui lämpimien tilojen ahtaus varusteiden vaihtamiselle. Lisäksi tilojen lämpimänä pitämiseen toivottiin toimivampaa ja tehokkaampaa ratkaisua. Myös valaistusta toivottiin lisää. Varsinkin auringon laskiessa niin aikaisin, toivottiin ympäristöön enemmän valaistusta. Myös telttasaunaan varusteita vaihtaessa kirkaampi valaistus tulisi tarpeeseen. Viimeinen parannuskohde vastaajilta oli WC paikkojen merkitseminen selkeästi, tai vielä parempana vaihtoehtona pidettiin yksityisempien WC-tilojen rakentamista. Toive tuli erityisesti naisvastaajien suunnalta.

Positiivisena palautteena korostettiin erityisesti herkullista ruokaa ja sen riittävyttä. Lisäksi makkaratikkujen vuoleminen oli erityisen mieluisa ja hauska kokemus kaikille vastaajille. Suurimpana positiivisena palautteena nousi kuitenkin yksimielisesti jääsurfauksen, ylösalaisin, jäänpintaa vasten. (Ks. Kuva 6.) Tämä kruunasi ehdottomasti koko kokemuksen vastaajien mielestä. Lisäksi yllättävänä tekijänä halkojen hakkaaminen kirveellä osoittautui erittäin mieluisaksi puuhaksi vieraille. Halkojen hakkaaminen ei ollut suunniteltu aktiviteetti heille, mutta he itse pyysivät saada kokeilla. Se, mitä tästä tulisi oppia, on ajattelukyvyyn laajentaminen ja tämän tapaisten pienten yksityiskohtien tiedostaminen. Tämä on juuri sitä kontrastia arkielämään: yhdelle eksoottinen on toiselle tuiki tavallista.



Kuva 5. Surffausta ylösalaisin jään alla. (Väisänen, Oulun Sukelluskeskus).

Vastaajat julkaisivat myös kirjallisia arvosteluja TripAdvisorissa:

Wonderful experience

Ice diving was a very great exploration for us. We were confident to go under the ice with the help of our instructor and all the crews. We succeeded to do the upside down under the ice and got our certification done. It was amazing! Outside temperature -28'c but the water is +4'c. What a crazy feeling. Thanks for the crews and our dearest instructor, Tomi. We really enjoyed it. Once again, thank you very much. (Nimimerkki kahweih2015).

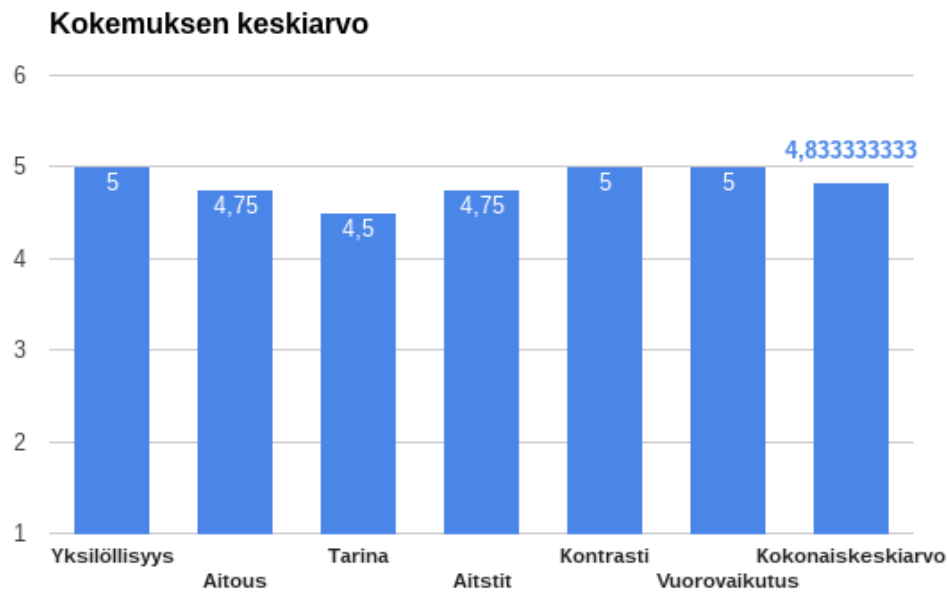
Unforgettable Experience!!! It's a Must-Do Attraction!!!

Four of us joined the Ice Diver course, it is really an worthy course!!! 6 children aging 6 to 12 following us to the dive site with a babysitter, and they were taken well care of, even though the weather reached -28'C. Kids playing happily with snow while adults having unforgettable experience under ice. We are very lucky that we managed to walk upside down on ice and jumping on it on our second dive!!! We really appreciate the instructor Mr Tomi for giving up all the accurate information and best plan to suit all of us!!! We really appreciate! Also, one of us managed to get super worth price for the Suunto Dive Computer!!! From planning up to practical, instruction, food etc, we were taken well care with!!! BIG thanks and many of our diver friends are in planning to have a GO as well ;-) (Nimimerkki Lee S).

Vastaajat olivat myös antaneet 5/5 tähteä ja arvostelleet Oulun Sukelluskeskuksen "Excellent" -tasoiseksi.

Johtopäätökset

Alla olevasta taulukosta (Ks. Kuvio 9) näkee kokemuksen keskiarvon jokaisen elämyksen elementin kohdalla erikseen, sekä viimeisessä sarakkeessa on kokonaiskeskiarvo kaikista elementeistä. Kokonaiskeskiarvo kertoo, kuinka onnistuimme elämyskokemuksen luomisessa asiakkaille. Keskiarvoksi muodostui 4,83. Jäimme 0,17 desimaalin päähän tavoitellusta tuloksesta, mutta voimme kuitenkin realistisesti todeta, että asiakkaat kokivat kokonaisvaltaisen elämyksen. Pääsimme siis tavoitteeseemme ja onnistuimme luomaan uuden palvelukokonaisuuden palvelumuotoilun sekä elämyksellisyyden avulla, joka pystyy kaikkien elementtiensä osalta tuottamaan kokijalleen elämyskokemuksen.



Kuvio 9. Kokemuksen keskiarvo

8 Pohdinta

Kehityskohteet

Kehityskohtia havainnoimalla ja ne tiedostamalla voidaan laadun mittaria nostaa. Vaikka vastaajien puolelta kehitysideoita ei tullut kovin paljoa, niin henkilökunnan kanssa keskusteltaessa niitä nousi esille paljonkin. Toisaalta haastavat keliolosuhteet auttoivat huomaamaan kehityskohtia, jotka suotuisammassa säässä olisivat saattaneet jäädä huomioimatta. Eli haasteet saatiin käännettyä eduksi, minkä ansiosta jatkossa palvelukokonaisuuden toteutus on sujuvampaa, kun huomioon on otettu niin paljon mahdollisesti sattuvia seikkoja, joille on mietitty ratkaisut etukäteen. Alla olevassa taulukossa (Ks. Taulukko 1) on havainnollistettu ongelmat ja niiden ratkaisuehdotukset.

Taulukko 1. Ongelmat ja niiden ratkaisuehdotukset

Ongelma	Ratkaisuehdotus
Sukellusvarusteiden jäätyminen	Varustepakettien käyttövalmiiksi laittaminen aikaisemmin sekä säätöjen tarkastaminen
Sukellusvarusteiden vaihtaminen	Lämmin tila
Kylmettyminen sukellusta odottaessa	Useamman lämpöliivin hankinta Lämmin tila odottamista varten
Osa varusteista liian suuria	Pienempien varusteiden hankinta (kuivahanskat, kuivapuku)
Varusteiden etsiminen	Nimetyt varustekassit ja varusteet valmiina seuraavaa aamua varten sukelluskohteessa
Varustepakettien kasaamisen hitaus	Varustepaketit kasataan valmiiksi seuraavaa aamua varten ja säilytetään kontissa sukelluskohteella
Varusteiden/tavaroiden kускаamista ja auton pakkaaminen/purkaminen	Lämmitetty kontti sukelluskohteessa, jonne voi jättää tavaroita valmiiksi
Autojen tyhjäkäynti	Lämmin tila
Asiakkaiden osalta liian hidas reagointi ohjeisiin	Jämäkkyys ohjeiden annossa
Puutteellinen pukeutuminen	Selkeämmät ohjeet pukeutumiseen sekä kuva Vaatekerrastot vuokralle
Henkilökunnan isot kustannukset	Työttömistä talkoolaisiin ja harjoittelijoihin
Roolijaossa ja vastuualueissa puutteita	Roolijako selkeytetty sekä yhteinen läpikäynti ennen aloitusta
Aikataulutuksessa haasteita	Yhteinen läpikäynti ennen aloitusta Toistoja
Tarinan puutteellisuus	Tarinan kehittäminen yksityiskohtaisemmaksi

Suureksi ongelmaksi osoittautui sukellusvarusteiden jäätyminen kovalla pakkasella, jonka seurauksena sukellusta ei voitu suorittaa ennen kuin varusteet saatiin toimi-
maan oikein. Ratkaisu tähän ongelmaan on varustepakettien kasaaminen ja valmiiksi
laittaminen jo aikaisemmin, sekä säätöjen tarkastaminen. Varusteiden vaihtamiselle
kaivattiin lämpimämpiä tiloja, sekä sukellusta odottaessa varusteet päällä tarvitsisi so-
pivan lämpimän tilan odotusajalle. Parhaana ratkaisuna tähän ongelmaan päädyttiin
*konttiin. Myös kuivapuvun alle tulevia lämpöliivejä olisi syytä hankkia lisää, sillä yh-
den lämpöliivin vaihtaminen sukeltajalta toiselle sukellusten välissä vie aikaa. Noin - 10
asteen pakkasella lämpöliivi on melkein välttämätön varuste. Lisäksi olisi hyvä hank-
kia pienempiä kokoja sukellusvarusteisiin, kuten kuivahanskoihin ja kuivapukuun. Pie-
nikokoisemmilla sukeltajilla oli välillä hankaluuksia toimia liian isojen varusteiden
kanssa. Ylimääräistä aikaa kului myös oikean kokoisten varusteiden etsimiseen sukel-
luskohteessa. Ratkaisuna tähän jatkossa nimetään jokaisen sukeltajan varustekassi
erikseen ja asiakkaalle annetaan myös vastuuta omasta kassista ja varusteista huoleh-
timiseen. Tämä vähentää henkilökunnan työmäärää ja lisää siten tehokkuutta.

*Metallinen tavarakontti olisi kaikista toimivin ratkaisu lämpimäksi tilaksi ainakin tois-
taiseksi. Tyylikkään ratkaisu olisi pienen mökin rakennuttaminen sukelluskohteelle,
mutta prosessi tulisi olemaan pitkä, sillä kaavoitusta alueella ei ole. Seuraava askel
kontin hankkimisessa olisi maanomistajan kanssa hoidettavat muodolliset seikat ja so-
pivan kontin löytäminen. Kustannuksia saataisiin laskettua alas vuokraamalla konttiti-
laa muille sukellusharrastajille.

Varustepaketin (tasapainotusliiviin kytketty paineilmasäiliö sekä regulaattori) kasauk-
seen kului sukelluskohteessa myös ylimääräistä aikaa, joten jatkossa paketit kasataan
etukäteen Sukelluskeskuksella nopeuttamaan toimintaa sukelluskohteessa. Paketit
voidaan myös jättää konttiin valmiiksi kasattuina seuraavaa aamua varten. Kontti hel-
pottaisi myös suuresti muidenkin varusteiden ja tavaroiden säilytystä ja säästäisi aikaa,
sillä niitä ei tarvitsisi aina pakata päivän jälkeen autoon ja kuljettaa takaisin Sukellus-
keskukselle. Lisäksi autojen tyhjäkäynti lämmittelypaikkana koko päivän sukelluskoh-
teessa tuo liikaa turhia päästöjä, joten kontti tässäkin tapauksessa olisi sopivin rat-
kaisu. Ja vaikka asiakkaiden kanssa pidetäänkin hauskaa, niin tietynlainen jämähän

tulee kuitenkin säilyttää. Kun asiakasta pyydetään vaihtamaan varusteita, niin osoitetaan myös, että silloin tulee toimia ripeästi, jotta saadaan säilytettyä tehokkuus.

Myöskään ei voida liikaa olettaa, että ulkomaalaiset asiakkaat täysin ymmärtäisivät kerrospukeutumisen tärkeyden Suomen pakkasilla. Vaikka pukeutumista painotettiin moneen otteeseen sekä kirjallisesti että suullisesti, niin viesti ei ollut kuitenkaan mennyt täysin perille. Joten jatkossa taotaan rautalangasta kuvien kera varustettuna asianmukainen pukeutuminen sukellusta varten. Lisävaihtoehtona mahdollistetaan sopivanlaisten varusteiden vuokraaminen.

Paikan päällä sukelluskohteessa henkilökuntaa oli runsaasti monenlaisissa tehtävissä, joten jatkossa täytyy miettiä henkilöstökustannuksia enemmän. Totesimme palaverissa, että mahdollisesti yksi käsipari on liikaa paikan päällä. Toiveena on, että jatkossa olisi mahdollista käyttää helpoimmissa tehtävissä aiheesta kiinnostuneita työttömiä, talkoolaisia tai harjoittelijoita. Kajaanissa on ammattikorkeakoulu restonomeille, joten ilmoituksia voisi laittaa myös sinne, sekä Vuokattiin ammattikouluun matkailualalle. Myös henkilökunnan osalta roolijaon ja vastualueiden tulisi olla vieläkin selkeämpiä. Toimintaa olisi nopeuttanut ja selkeyttänyt, jos kaikilla olisi ollut tiedossa muiden roolit ja vastuut. Tämän puutteessa kaikki hyppivät paikasta toiseen. Esimerkiksi, jos nuotion vahtiminen olisi kuulunut selkeästi vain yhdelle, muut olisivat voineet keskittyä omiin tehtäviinsä paremmin. Vaikka roolijaot oltiinkin mietitty Henkilökunnan polussa, jäi suunnitelmat kuitenkin vajavaiseksi yksityiskohtien puuttuessa. Jatkossa siis tulee miettiä työtehtävät ja roolitukset tarkemmin, sekä käydä henkilökunnan kanssa kaikki läpi ajan kanssa. Ja viimeisimpänä ongelmana roolituksen puutteellisuudesta johtuen aikataulun kanssa ilmeni hieman ongelmia. Ylimääräistä aikaa kului turhaan, kun vastualueet eivät olleet selkeitä. Joten kuten monessa kohtaa on jo todettu, niin asioiden yhteinen läpikäynti henkilökunnan kanssa ennen aloitusta on erityisen tärkeää. Lisäksi sujuva onnistuminen vaatii toistoja. Kun palvelukokonaisuus saadaan aktiivisempaan käyttöön ja toistoja syntyy, alkavat asiat löytää myös oman uransa.

Viimeisimpänä kehitysehdotuksena on tarinan kehittäminen yksityiskohtaisemmaksi ja siten kiinnostavammaksi. Tarinalle ei alun perin ollut kovin paljoa aikaa kehittää sitä,

joten huolella luotu tarina olisi hyvä saada koottua, jotta se toimisi kunnolla osana elämystä.

Palvelun ja tuotteen laadun toteutuminen

Palveluympäristö, jossa sukellus tapahtui, on autenttinen suomalainen maisema. Ympäristö antaa vierailijoilleen aidon tunnelman, ja aitous luo luotettavuutta. Luotettavuutta Oulun Sukelluskeskus lupaa myös jo omilla arvoillaan - turvallisuudella, ammattitaidolla ja henkilökohtaisella palvelulla. Kyseisessä lajissa turvallisuus tulee ennen kaikkea, josta ammattitaitoinen henkilökunta pitää huolen. Lisäksi asiakkaat yksilöllisesti huomioituna kasvattaa luotettavuutta. Reagoimattomuus tuli erityisen hyvin esille itse palvelutapahtuman aikana, kun ongelmien ilmetessä ne pystyttiin ratkaisemaan pikaisesti ja onnistuneesti. Ammattitaidolla pystyttiin myös rauhoitteluun panikoivaa asiakasta, ja käännettyä ahdistava tilanne loppujen lopuksi onnistuneeksi ja itsensä ylittäneeksi kokemukseksi. Oulun Sukelluskeskus on siis erittäin kykeneväinen tarjoamaan laadukasta palvelua laadukkaiden tuotteiden kanssa.

Jatkotoimenpiteet

Aikaisemmin mainittujen kehityskohteiden lisäksi Oulun Sukelluskeskuksen kannattaisi lähteä laskemaan palvelukokonaisuuden todellinen kannattava hinta. Hintatarkastelua ei ole vielä suuremmin tehty, mutta on kuitenkin tiedossa, että työmäärään nähden tuote ei ole tarpeeksi kannattava. Kontti kuitenkin tulee pudottamaan työmäärää ja siten helpottaa muuta toimintaa, ja työmäärän pudotus tulee vaikuttamaan suoraan talouteen. (Väisänen 2017.) Täytyy kuitenkin muistaa, että alkuperäinen hinta oli ainoastaan kurssista, pois lukien kaikki muu oheistoiminta. Malesialaiset olivat varanneet kurssin ennen kuin kokonaisuutta alettiin kehittää, joten hinta ei tietenkään muuttunut kyseiselle ryhmälle. Jatkossa voi kuitenkin miettiä sopivaa hinnankorotusta elämykselliselle jääsukelluskurssin palvelukokonaisuudelle. Tämän jälkeen olisi hyvä selvittää, vaikuttaako uusi hinta-laatusuhde tuotteen kysyntään.

Lisäksi olisi hyvä lähteä miettimään, olisiko kannattavaa suunnata markkinointia myös Japaniin, Venäjälle, Kiinaan ja Koreaan, joiden matkailijoiden määrä on lisääntynyt Suomessa viime vuosina, ja määrän oletetaan kasvavan entisestään.

Lisäksi voisi olla hyvä tehdä toimintasuunnitelma Lapin matkailijoiden varalle sekä selvittää, kuinka käytännössä Lapin ulkomaalaisia matkailijoita saataisiin houkuteltua tekemään jääsukellusta Oulussa. Myös Jäänmurtaja Sampo -risteilyn asiakastutkimusta olisi hyvä suorittaa. Tämän tiedon perusteella mainontaa voisi suunnata myös heille.

Lähteet

Brueggeman, P. 2003. Diving Under Antarctic Ice: A History. Viitattu 22.11.2016. <http://www.peterbrueggeman.com/uw/DivingUnderAntarcticIceHistory.pdf>.

Grønfeldt Senger, T. N.d. Ice overheard - Getting started on ice diving. Viitattu 22.11.2016. <https://www.divein.com/articles/ice-overhead-getting-started-on-ice-diving/>.

Haukiputaan Monttu. N.d. Oulun Vesimiehet Ry. Viitattu 22.11.2016. <http://www.vesimiehet.fi/toiminta/sukelluskohteet/haukiputaan-monttu/>.

Hoski, K. & Goddard, P. 2017. 5 Essential Components of Effective Customer Journey Maps. Viitattu 9.2.2017. <http://www.tandemseven.com/journey-mapping/5-essentials-for-customer-journey-maps/>.

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita.

Kustula, S. 2015. Laadullinen ja määrällinen tutkimus opinnäytetyössä. Pro Akatemia. Viitattu 6.2.2017. <http://esseepankki.proakatemia.fi/laadullinen-ja-maarallinen-tutkimus-opinnaytetyossa/>.

Kvalitatiivinen tutkimus luo aina uutta. 2017. Inspirans Oy -verkkosivut. Viitattu 6.2.2017. <http://www.inspirans.fi/kvalitatiivinen-tutkimus/>.

Lapin matkailun strateginen kehittäminen. N.d. Lappi -verkkosivusto. Viitattu 10.2.2017. <http://www.lappi.fi/lapinliitto/lapin-matkailu>.

Luiro, S. 2015. Lapin matkailustrategia 2015-2018. PDF. Lappi.fi -verkkosivut. Viitattu 10.2.2017. http://www.lappi.fi/lapinliitto/c/document_library/get_file?folderId=2265071&name=DLFE-25498.pdf.

Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti. 2010. Palvelusta elämykseksi työkalut: teema, draama ja massaräätälöinti. Viitattu 2.12.2016. <http://matkailu.luc.fi/Tuotekehitys/Tyokaluja-/Tuotteistamiseen/Palvelusta-elamykseksi>.

PADI Ice Diver. N.d. Sukelluskeskus. Viitattu 22.11.2016. <http://www.sukelluskeskus.fi/sukelluskurssit/esittelyt/ice.html>.

Pine, J. & Gilmore, J. 1999. The Experience Economy. Work Is Theatre & Every Business a Stage. Boston: Harvard Business School Press.

Schneider, J. & Stickdorn, M. 2013. This is service design thinking. Amsterdam: BIS Publishers.

Scuba School International SSI, N.d. Ice diving speciality. Sähköpostiviesti 23.11.2016. Vastaanottaja A. Haapalainen. Oulun Sukelluskeskuksen lähettämä harjoitusmateriaali jääsukelluksen erikoiskurssia varten.

Sukelluskeskus, N.d. Kuivapuvut & aluspuvut. Viitattu 16.1.2017. http://www.sukelluskeskus.fi/shop/cat/product_catalog.php?c=21.

Sukeltajaliitto Ry, N.d. Sukeltaja -verkkosivusto. Viitattu 3.2.2017. <https://www.sukeltaja.fi/content/fi/11501/50108/Sukeltajaliitto.html>.

Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. Viitattu 2.12.2016. [http://87.108.50.97/re-lis/REL_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/\\$FILE/elamystuottajan-kasikirja.pdf](http://87.108.50.97/re-lis/REL_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/$FILE/elamystuottajan-kasikirja.pdf).

Tietoja. N.d. Facebook. Oulun Sukelluskeskus. Tarina Oulun Sukelluskeskuksen tiedoissa. Viitattu 11.1.2017. https://www.facebook.com/pg/oulunsukelluskeskus/about/?ref=page_internal.

Tilastokeskus. 2017. Liitetaulukko 6. Yöpymiset kaikissa majoitusliikkeissä kuukausittain, 2016. Viitattu 10.2.2017. http://www.stat.fi/til/matk/2016/11/matk_2016_11_2017-01-19_tau_011_fi.html.

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

UNWTO & ETC. 2011. Handbook on Tourism Product Development. Madrid: World Tourism Organization.

Urheilusukeltajat, 2014. Seuraesittely. Viitattu 13.1.2017. <http://www.urheilusukeltajat.fi/joomla3/index.php/seuraesittely>.

Väisänen, T. 2017. Sähköpostihaastattelu 3.2.2017. Vastaanottaja A. Haapalainen.

Väisänen, T. 2017. Toimitusjohtaja. Oulun Sukelluskeskuksen. Haastattelu 4.1.2017.

Väisänen, T. 2017. Toimitusjohtaja. Oulun Sukelluskeskus. Puhelinhaastattelu 3.2.2017.

Väisänen, T. 2016. Toimitusjohtaja. Oulun Sukelluskeskus. Jääsukelluskurssin teoria-tunti 20.11.2016.

Väyrynen, M. 2006. Montun tontut houkuttavat veteen. Viitattu 22.11.2016. <http://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/montun-tontut-houkuttavat-veteen/91232/>.

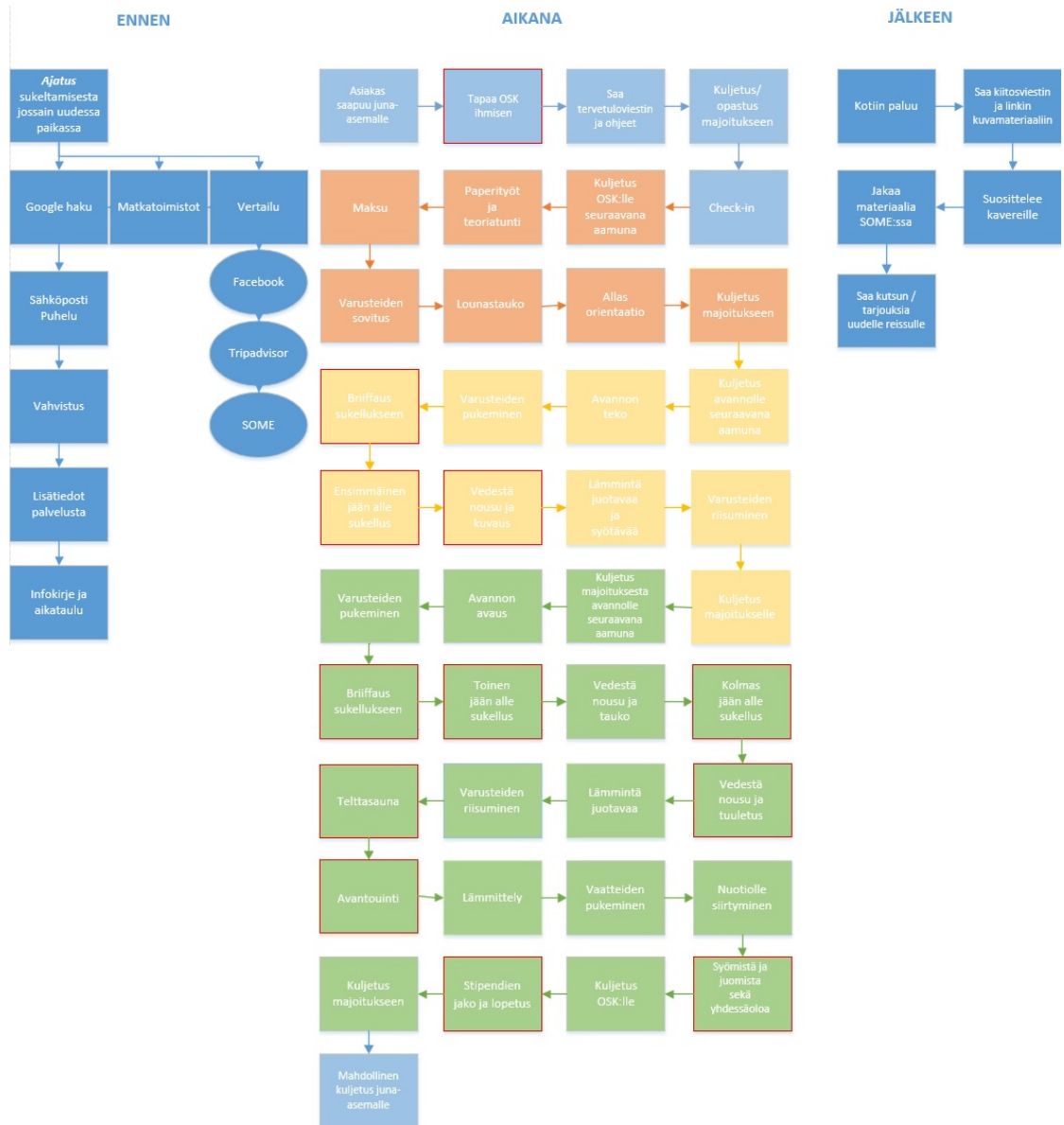
Vikman, T. 2007. Sukellus. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

What is Scuba Diving? - All You Need To Know And More, 2011. Viitattu 13.1.2017. <https://www.bookyourdive.com/blog/2011/11/20/what-is-scuba-diving#>.

Yritys-Suomi. N.d. Tuote- ja palvelukehitys. Viitattu 27.1.2017. <https://yritys-suomi.fi/tuote-ja-palvelukehitys> .

Liitteet

Liite 1. Jääsukelluksen palvelupolku



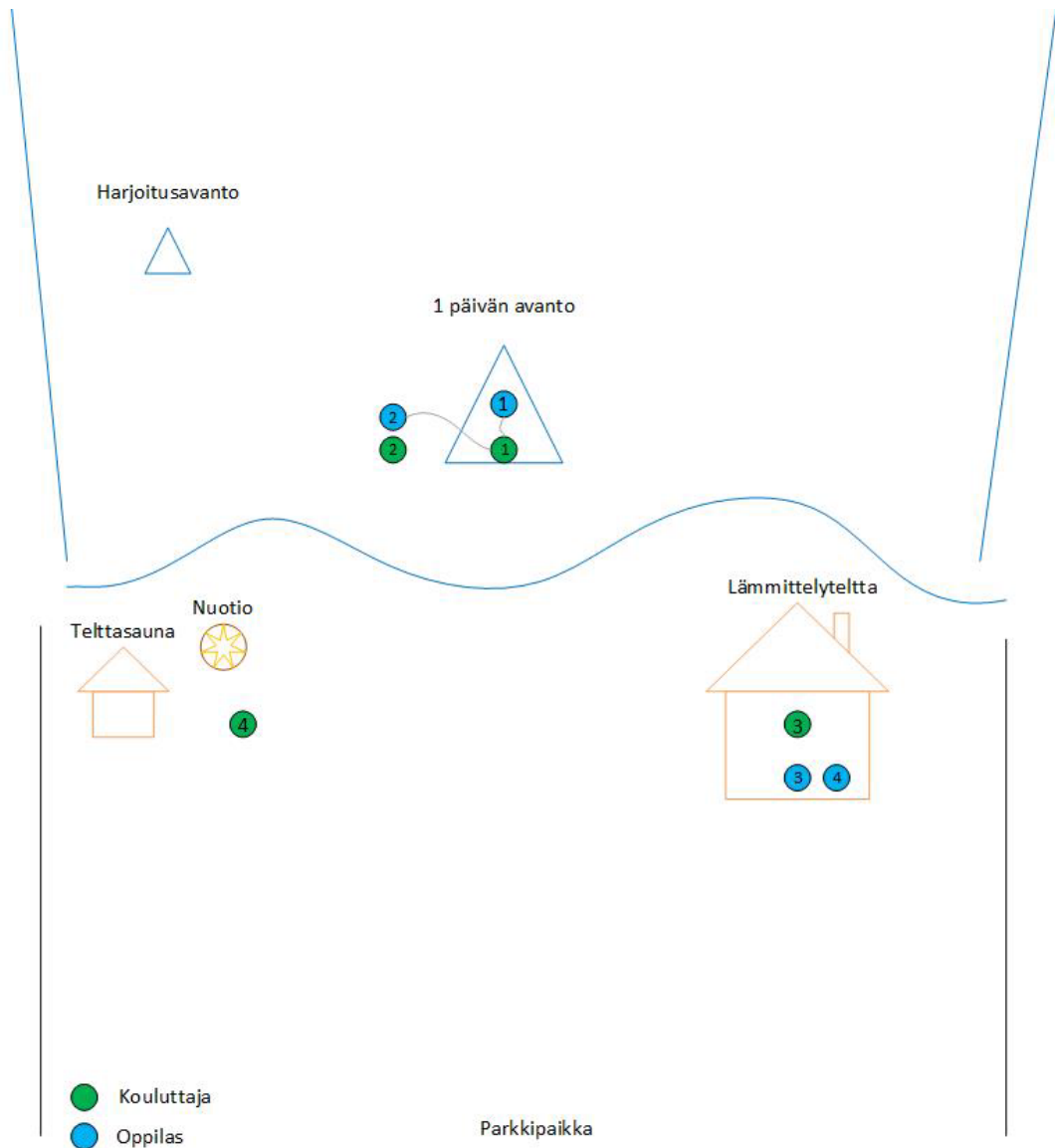
Liite 2. Henkilökunnan käsikirjoitus

Jotta henkilökunnalle olisi myös selkeää, kuinka käsikirjoitus etenee palvelutapahtuman aikana, havainnollistetaan se piirroksella myös heille. Visualisointi on monesti tehokkaampi kommunikaatioväline kuin kirjoitettu sana. Sen etuna on kehitysprosessin nopeutuminen ja yhteisen ymmärryksen luominen, sillä se konkretisoi palvelua vahvemmin kuin puhe tai kirjoitus. (Tuulaniemi 2011, 115.) Piirroksesta näkee selkeästi jokaisen tarvittavan henkilön roolit ja työpisteet. Tämä helpottaa kaikkia työntekijöitä, jos esimerkiksi yllättäen osia pitää vaihtaa tai joku joutuu jäämään pois. Näin tiedetään, mitkä tehtävät täytyy täyttää. Kuviot koskevat nimenomaan sukelluskohteessa suoritettavaa toimintaa. Työtehtävät on myös kuvattu tekstissä. Kouluttajat ja oppilaat on numeroitu helpottamaan piirroksen havainnollistamista.

Yhteensä tarvitaan neljä ammattilaista, eli kouluttajaa, ja mahdollisesti lisäksi yksi turvasukeltaja. Ensimmäisenä sukelluskohteeseen saavuttaessa oppilaat tekevät harjoitusavannon jota kouluttaja 3 opastaa. (Ks. Piirros 1.) Oppilaat 1 ja 2 aloittavat avannon, jonka jälkeen he siirtyvät lämmittelyteltaan ja oppilas 1 vaihtaa sukellusvarusteet. Oppilaat 3 ja 4 jatkavat harjoitusavannon tekoa.

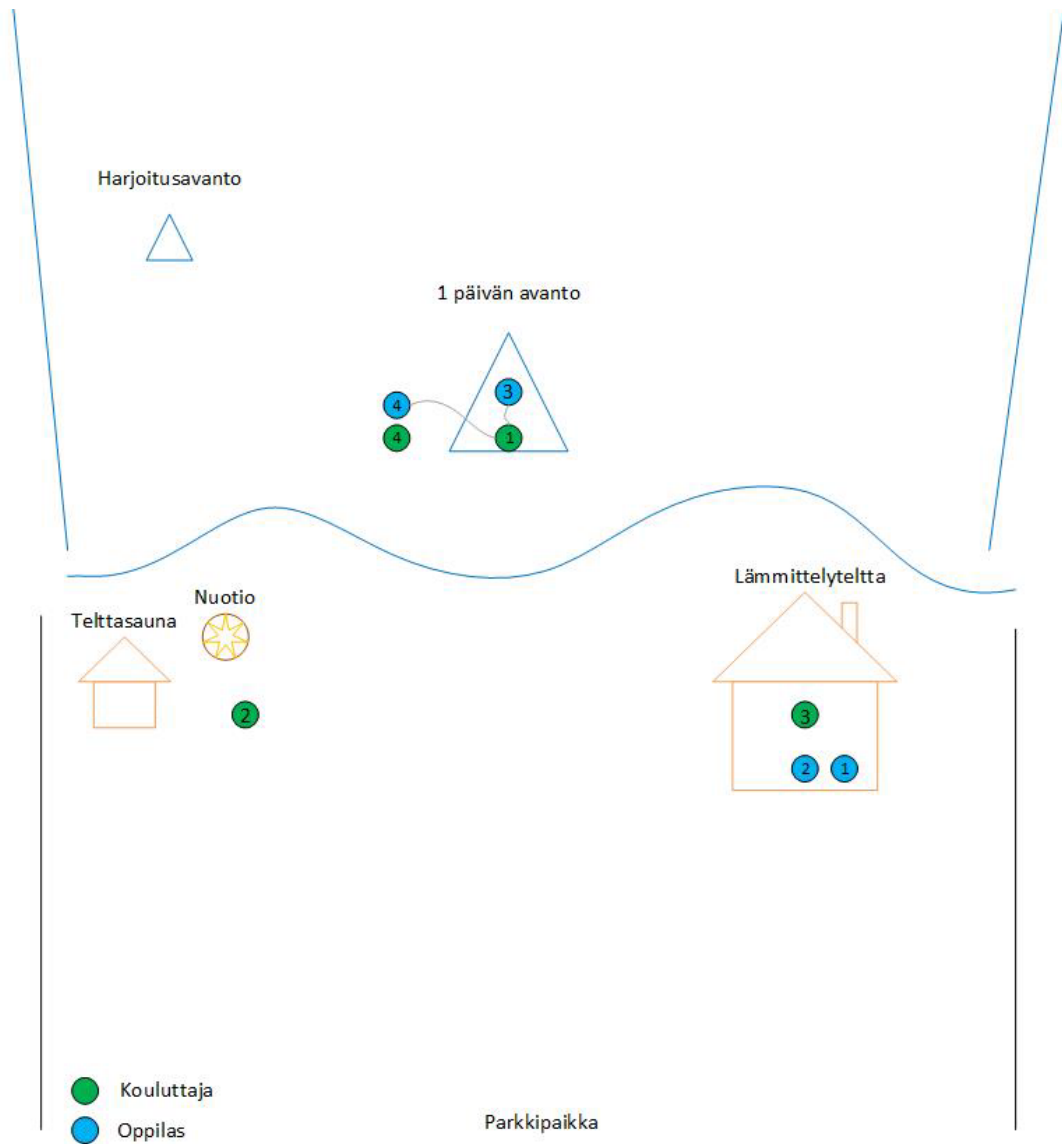
Ensimmäisenä päivänä sukellaan avanto 1:stä, jonka henkilökunta on tehnyt edellisenä päivänä valmiiksi. Tämä nopeuttaa prosessia erittäin paljon, sillä ison avannon tekemisessä kestää kahdesta kolmeen tuntia. Avanto 1 tarvitsee vain aukaista, jonka tekee kouluttaja 4.

Kouluttaja 1 on avustamassa lämmittelytellassa oppilas 1:stä varusteiden pukemisessa. Kun avanto 1 on aukaistu, lähtee ensimmäinen sukelluspari (kouluttaja 1 ja oppilas 1) sukeltamaan. Köysimiehenä toimii oppilas 2, jota opastaa kouluttaja 2. Lämmittelyteltaan siirtyy kouluttaja 3 oppilaiden 3 ja 4 kanssa. Kouluttaja 3:n tehtävänä on auttaa oppilaita varusteiden kanssa, sekä pitää seuraa asiakkaille odotellessa. Kouluttaja 4 siirtyy valmistelemaan lounasta, pitää tulta yllä sekä huolehtii muista yksittäisistä askareista.



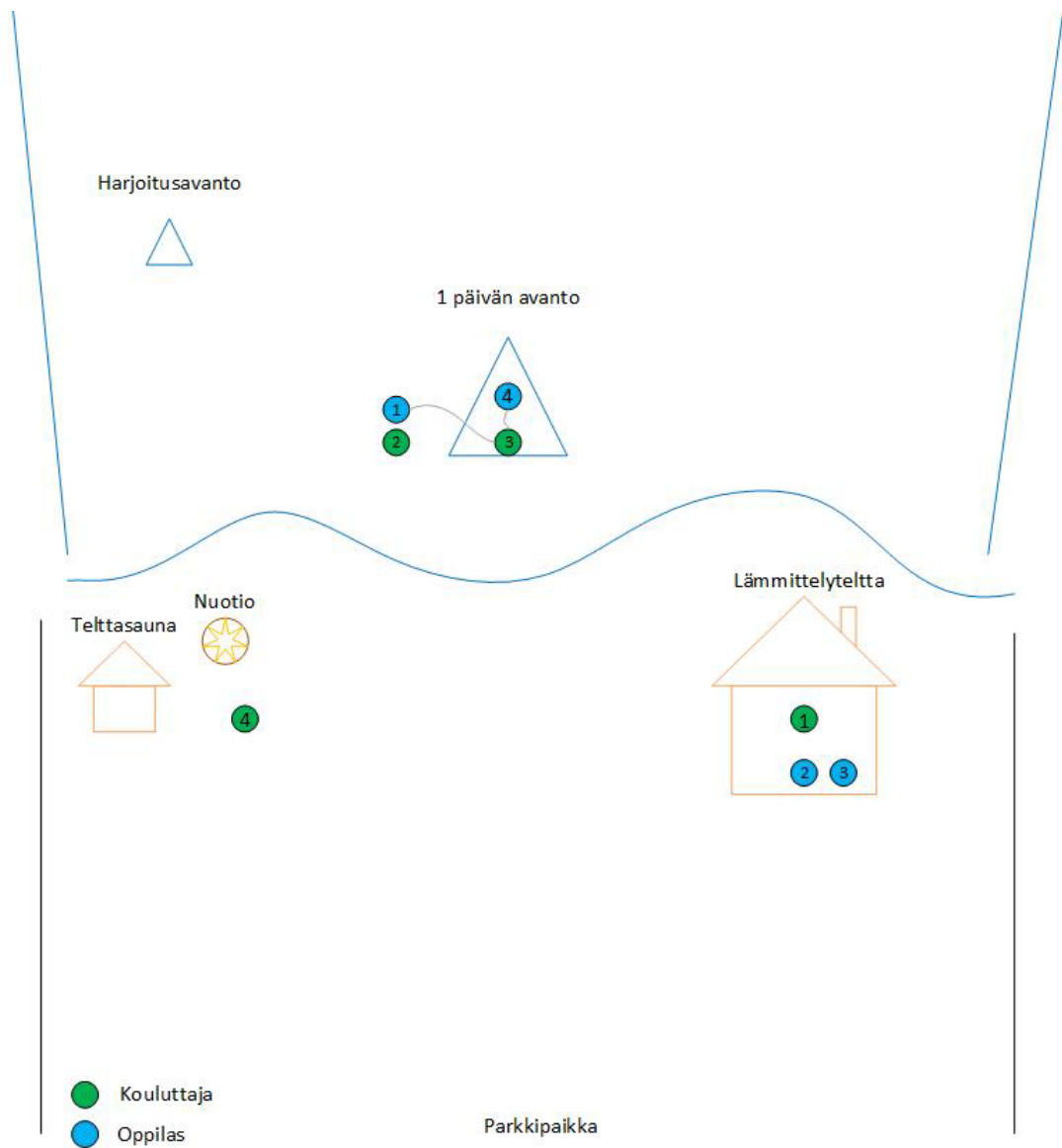
Kuvio 10. Ensimmäiset asemapaikat

Sukellusparin noustessa takaisin pintaan oppilas 1 siirtyy teltaan lämmittelemään ja vaihtamaan varusteet. (Ks. Piirros 2.) Samaan aikaan kouluttaja 2 lähettää köysimiehenä toimineen oppilas 2:n lämmittelemään teltaan ja kouluttaja 3 lähettää oppilaan 3 varusteissa avannolle sukeltamaan ja oppilaan 4 köysimieheksi. Kouluttaja 1 lähtee sukellukselle oppilaan 3 kanssa. Kouluttajat 2 ja 4 vaihtavat keskenään paikkaa, jotta köysimiehen opastaja (kouluttaja 2) pääsee myös liikkumaan ja lämmittelemään.



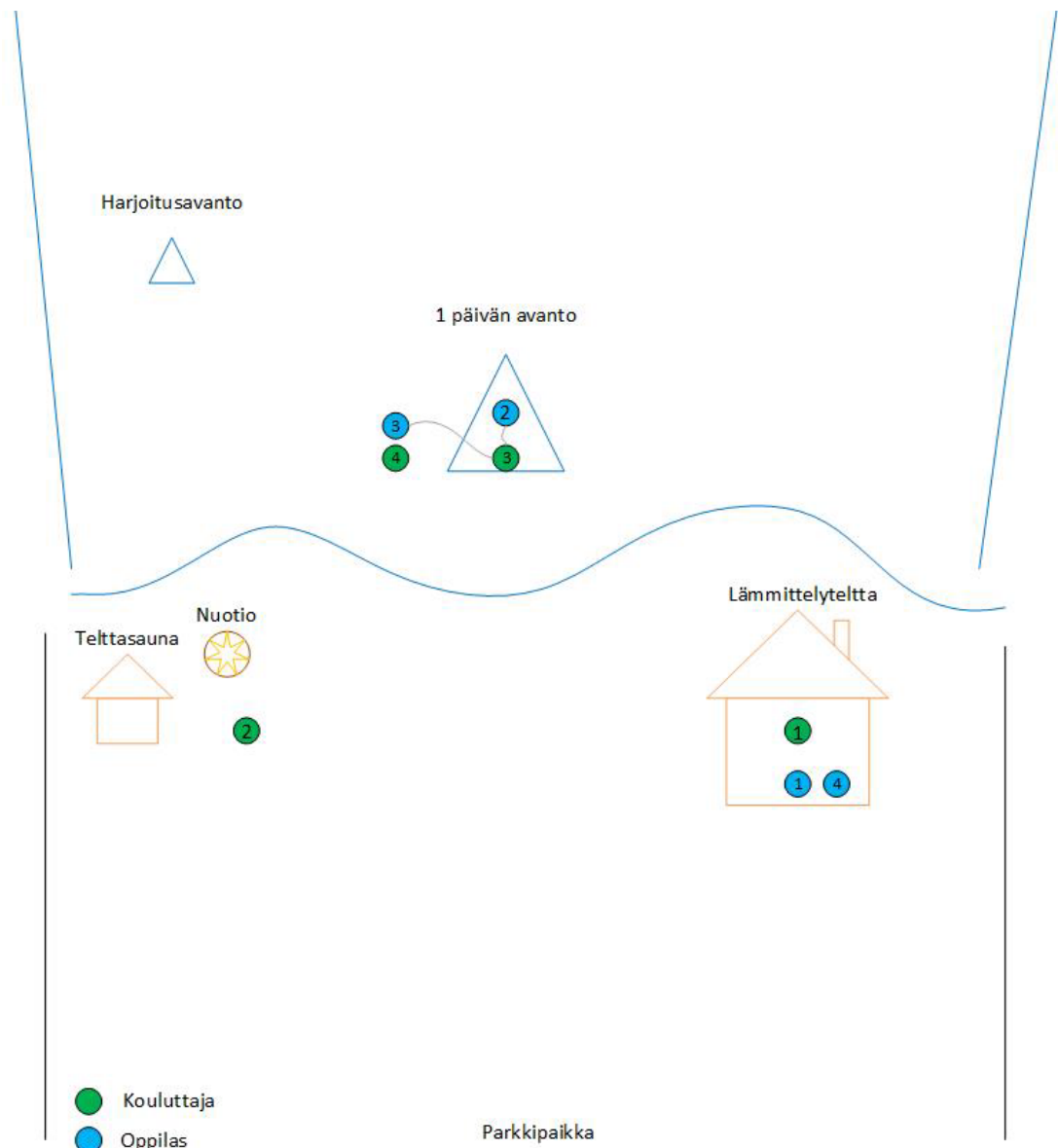
Kuvio 11. Toiset asemapaikat

Kun kouluttaja 1 ja oppilas 3 palaavat takaisin pintaan, kouluttaja 1 menee riisumaan varusteensa yhdessä oppilas 3:n kanssa. (Ks. Piirros 3.) Oppilas 4 on hieman aikaisemmin lähtenyt vaihtamaan varusteet ja oppilas 1 on tullut hänen tilalleen köysimieheksi. Oppilas 4 lähtee sukeltamaan kouluttajan 3 kanssa ja kouluttaja 4 ja kouluttaja 2 vaihtavat jälleen paikkaa, kouluttaja 2:n tullessa opastamaan köysimies oppilas 1:stä.



Kuvio 12. Kolmannet asemapaikat

Kun kouluttaja 3 ja oppilas 4 palaavat sukellukselta, oppilas 4 lähetetään vaihtamaan varusteet ja oppilas 2 menee veteen kouluttaja 3:n kanssa. (Ks. Piirros 4.) Köysimieheksi vaihtuu oppilas 3 ja häntä opastaa taas kouluttaja 4.



Kuvio 13. Neljännet asemapaikat

Palvelutapahtuman kulku henkilöittäin

Kouluttaja 1

1. Varusteiden pukemisen avustaminen oppilaalle, pukeutuu veteen menoa varten myös itse
2. Veteen oppilaan 1 kanssa
3. Veteen oppilaan 3 kanssa
4. Riisumaan varusteet yhdessä oppilaan 3 kanssa

Kouluttaja 2

1. Köysimiehen (oppilas 2) opastaminen avannolla 1
2. Oppilaan 2 lähettäminen telttaan lämmittelemään
3. Vaihto kouluttaja 4:n kanssa, lounaasta ja nuotiosta huolehtimaan
4. Vaihto kouluttajan 4 kanssa ja köysimiehen (oppilas 1) opastaminen avannolla 1

Kouluttaja 3

1. Harjoitusavannon teon opastus oppilaille 1, 2, 3 ja 4
2. Varusteiden pukemisen auttaminen oppilaille 3 ja 4, pukeutuu veteen menoa varten myös itse
3. Veteen oppilaan 2 kanssa
4. Veteen oppilaan 4 kanssa
5. Riisumaan varusteet yhdessä oppilaan 4 kanssa

Kouluttaja 4

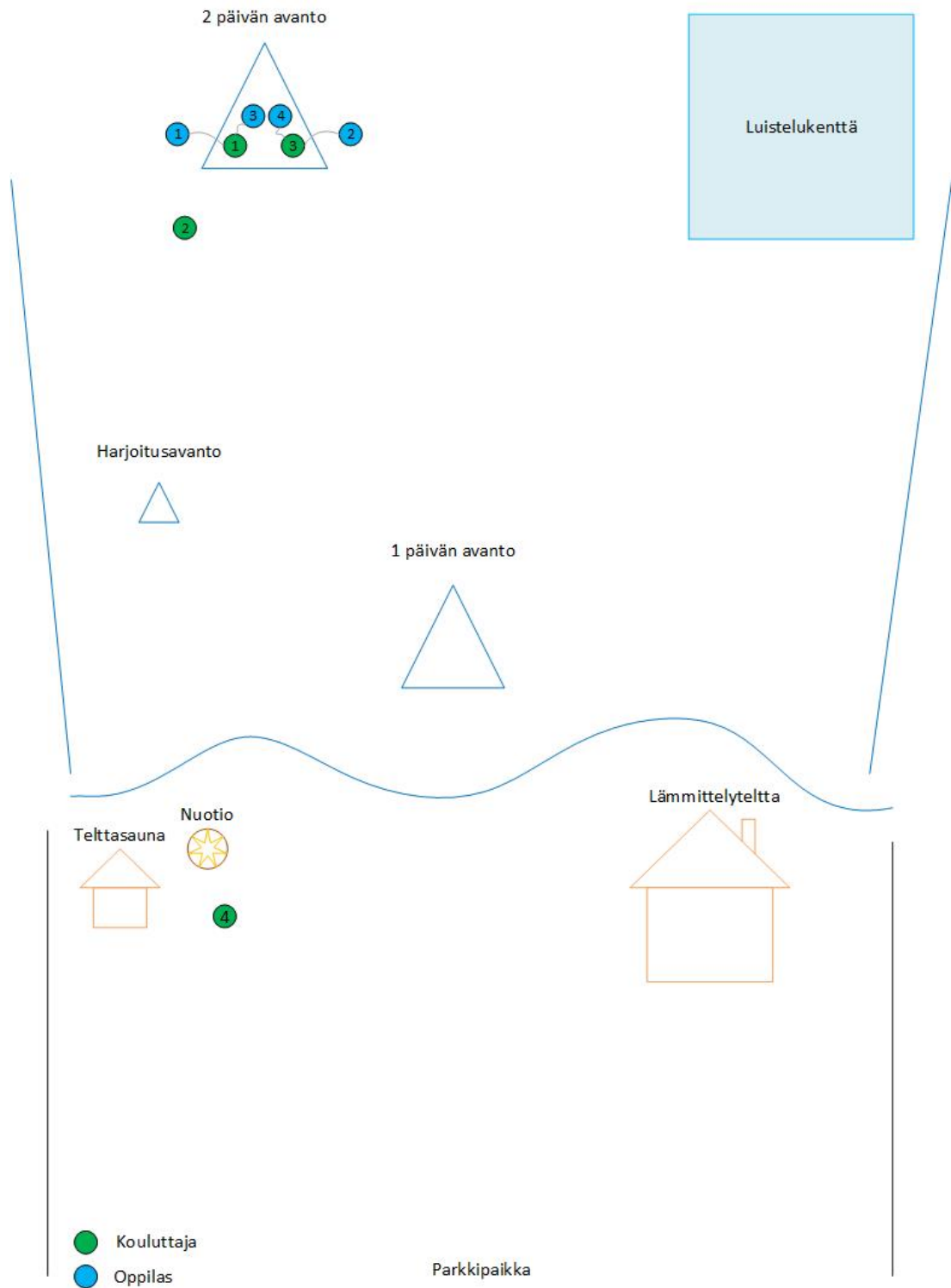
1. Avannon 1 aukaisu
2. Nuotion sytyttäminen, lounaan teko
3. Vaihto kouluttajan 2 kanssa ja köysimiehen (oppilas 4) opastaminen avannolla 1
4. Vaihto kouluttajan 2 kanssa ja lounaasta ja nuotiosta huolehtiminen
5. Vaihto kouluttajan 2 kanssa ja köysimiehen (oppilas 3) opastaminen avannolla 1

Taulukko 2. Palvelutapahtuman kulku henkilöittäin. Taulukko: Oulun sukelluskeskus, Kaakinen, S ja Haapalainen, A.

Oppilas vedessä	Kouluttaja vedessä	Oppilas köysimiehenä	Kouluttaja opastaa köysimiestä	Kouluttaja lämmittelyteltassa	Oppilas lämmittelyteltassa	Kouluttaja nuotio-/lounaspaikalla
O1	K1	O2	K2	K3	O3, O4	K4
O3	K1	O4	K4	K3	O1, O2	K2
O4	K3	O1	K2	K1	O2, O3	K4
O2	K3	O3	K4	K1	O1, O4	K2

Lämmittelyteltassa on tarjolla kuumaa mehua sekä pientä purtavaa, joita asiakkaat saavat vapaasti ottaa. Kun kaikki ovat sukeltaneet ja varusteet on vaihdettu, syödään lounas. Lounaan jälkeen lähdetään takaisin Sukelluskeskukselle.

Toisena sukelluspäivänä käytetään avanto 2:sta. (Ks. Piirros 5.) Mahdollisuuksien mukaan ja oppilaiden taidoista riippuen voidaan kaksi sukellusparia lähettää samaan aikaan. Tällöin tarvitaan kaksi köysimiestä, jotka ovat oppilaita. Kouluttajat 1 ja 3 vievät oppilaat sukeltamaan ja kouluttaja 2 opastaa köysimiehiä. Kouluttaja 4 hoitaa muita askareita, kuten lounasta, tulen ylläpitämistä, telttasaunan lämmitystä ja nuotiopaikan järjestelyä. Kouluttaja 2 valmistelee myös toiset oppilaat sukellusta varten. Kouluttajat 1 ja 3 vievät myös oppilaat 1 ja 2 sukellukselle. Oppilaat 3 ja 4 toimivat köysimiehinä. Kouluttajat 2 ja 4 voivat myös vaihtaa paikkoja.



Kuvio 14. Toisen päivän asemapaikat

Kun kaikki ovat käyneet sukeltamassa, on yllätysohjelman vuoro. Eli telttasauna on lämmitetty saunomista varten, sekä avantoon pääsee pelaamaan pelkässä uimapuvussa. Tämän jälkeen on pientä ohjelmaa yhdessä nuotion ääressä. Myöhemmin lähdetään yhdessä OSK:lle.

Liite 3. Infokirje malesialaisille ennen matkaa. (Väisänen, Oulun Sukelluskeskus).

OULUN SUKELLUSKESKUS

Information brochure on your adventure in Oulu 4-7.12.2016

About FINLAND

Generally Finland is a very safe country as all Nordic countries. Just under 6 million inhabitants live in Finland. The population density in southern Finland is about 14 person per square kilometer, where as in lapland it is about 1 person per 14 square kilometers.

The official source of information about Finland can be found online from: <http://www.visitfinland.com/about-finland/#crossfade-8>

Finnish independence day is **December 6th**. Which is a national holiday. This might mean most of the stores are closed, and people are at home or in town to celebrate during the evening. TV shows the festivities all day from the presidential castle.

About Oulu

Oulu the home of air guitar and the city where Nokia mobile phones were developed originally. High tech city with lots of new innovations being invented everyday and a home for a growing start-up community.

Oulu has grown to a city with about 200 000 people, however, distributed over a large area. People in Finland and in Oulu are friendly and you can walk to almost anyone at the city and ask for directions or help. Everyone speaks english language and especially students love to meet foreign visitors.

Official source of information about the City of Oulu can be found online from <http://www.visitoulu.fi/en/home/>

Finland is located in the UTC +2 timezone with daylight saving time corrections. During winter months the shortest day in Oulu during winter offers about 45 minutes of sunlight. During summer time the sun never sets down and we can enjoy the midnight sun. During the beginning of December sunlight is available about 4 hrs the further north you go the shorter it gets.

Car traffic in Finland is right lane based, and the steering wheel is on the left side of the car. Traffic violations might cause large fines. It is highly recommended to follow the speed limits as well as traffic lights. The traffic is peaceful and people obey the traffic law.

There is a saying that finnish people only speak when there something to say, so small talk is not very common. Finnish people keep quiet, tend to take their own space and careful when making contact with new people. When finnish people engage in conversation they might be quiet and keep long pauses while speaking. These pauses are just times when thinking process occurs and sentences are formed. Also, when spoken to, finnish people pay attention and keep quiet. If you ask a question, be prepared for a quiet period before getting a response. One place where discussions are held is sauna.

Sauna is very important for Finnish people and it is a place where life stories are told and time spent for deep discussions. Typically people go nude in the sauna with about 60-80 degrees temperature, there are often separate saunas for men and women. One of the highest compliments in Finland is being invited to a sauna. During winter people like to jump out of sauna and roll in the snow or take a short dip in ice hole.

Fun facts (esim. Suomi kuluttaa eniten kahvia koko maailmassa)

Finland consumes more coffee than anywhere else in the world per capita. So be prepared to be offered some filtered coffee every now and then when in Finland.

There are more registered saunas in Finland than there are cars. Most of Finnish people have access to at least two saunas.

Finnish ice swimmers have won several gold medals in the Ice Swimming world championship.

Tap water is pure and drinkable straight out. The water cleaning regulations are strict and tap water is very good to drink so no need to buy water bottles.

Safety

Police is respected and appreciated in Finland. Finnish people in general are all law obeying citizens although there are some criminal activity. It is safe to walk in the city and it is safe to ask directions from Finnish people. Recently there are many immigrants that came from middle east so you might see surprisingly lot of people with darker skin in the city.

Weather

One place to look at Oulu weather is to go to www.foreca.com and type in Oulu. You will see the forecast for the next 10 days or so. The forecast is quite accurate up to two-three days ahead. At the moment it has been -8 for two weeks and it looks like it will be less than that in the next 10 days.

<http://www.foreca.fi/Finland/Oulu/tenday> Ice is dependent on the temperature and night temperatures. Wind has a big effect on how cold it feels so a small -5 degrees might feel like -30 if the wind is strong. The key to being warm is **clothing**.

We recommend layered clothing so closest to the skin is thin layer of natural wool material that transports moisture from skin. Next layer is little thicker which can reserve airspace and the outside layer would be the winter clothing (winter jacket with wind resistance capabilities).

Clothing for diving under ice follows the same recommendations. Layers where thin layer is closest to the skin, then comes undergarment (we have those) and last the drysuit like this: <https://www.ursuit.com/en/ursuit-cordura-fz1>

ROADS

Roads can be slippery depending on the weather. Most of the cars in Oulu have studded tires which are best in icy roads. If there is snow on the road it is easier to drive, but it will still be slippery so you need to be careful. If there is ice on the road it will be more difficult. The most dangerous weather for driving is when it has been snowing first, then there are + degrees so the snow starts to melt and afterwards comes freezing temperatures. This condition makes the roads really dangerous and slippery. Although roads are maintained fast, one needs to be very careful and adjust speed according to road conditions. In the north reindeers or moose might occasionally jump on the roads causing accidents.

Cellphones

Needless to say Finland has extremely good mobile phone network. Coverage can be found almost everywhere. Roaming charges can be big, so please, check with your carrier what the roaming charges are. Prepaid cards can be found from many stores for a reasonable fee. Highly recommended if you are planning to use mobile data.

Payment

Credit cards are accepted almost everywhere. Most common ones are Visa and Mastercard. Amex, Diner Club are more rare. ATM's can be used to withdraw money. Currency is Euro and cash is accepted in most stores although not the notes above 100€.

Groceries

There are many grocery stores around Oulu. Largest ones are called Prisma and K-Citymarket. Smaller ones are called K-Market or S-Market. You may find almost all kind of raw materials from there. Oulu has also couple asian food markets in the city which import goods from Asia.

Schedule (Time may change during the day)

Sunday: Arrival to Oulu trainstation. You will meet me at the trainstation.

Monday: We will meet at 09.00 at the Dive Center address *Koskitie 28, 90500 Oulu*.

09.00-12.00 We will go through the paperwork, fit equipments, and start with the theory.

12.00-12.45 Lunch either together or separate. Own cost.

13.00-15.00 Confined water session in pool. Cold water diving, Dry suit excersises.

15.00- Free time for you. We might suggest activities if you choose.

Tuesday: 08.30 meeting at the dive center. Pack the van and head for the divesite.

09.00-10.00 Hole preparations

10.00-14.00 Ice diving, dive nro 1.

14.00-15.00 Field lunch

15.00 Back to the dive center and put equipment to dry.

Freetime.

Wednesday: 09.00 Meeting at the dive center. Pack the van and head for the divesite.

09.30-14.00 Ice diving, dives 2 and 3 if conditions allow.

14.00-15.00 Field lunch.

15.00- Tent Sauna and ice swimming 😊

17.00 Back at dive center.

Public Transportation

Public transportation is quite effective in Finland. Buss connections are more common, however, it varies how often the busses go. If they are interesting, ask for more details and we will try to help.

Emergency situations

General emergency service can be reached from 112. You reach police, fire department, first aid and so on. For questions about how things work in Finland / Oulu you may call me (TOMI): 0504073787. or Oulu Dive Center: 045 1046817