



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Lahti University of Applied Sciences

Kappeli Café: Asiakastyöpaja hiljaisen sesongin kehittämiseksi

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun ala
Hotelli- ja ravintola-alan
koulutusohjelma
Ravintola toimiala
Kappeli Café: Asiakastyöpaja hiljaisen
sesongin kehittämiseksi
Kevät 2014
Miika Posio

Lahden ammattikorkeakoulu
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

POSIO, MIIKA:

Kappeli Café: Asiakastyöpaja hiljaisen
sesongin kehittämiseksi

Ravintola-alan opinnäytetyö, 44 sivua, 4 liitesivua

Kevät 2014

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön aiheena on parantaa ravintola Kappelin kahvilaa asiakastyöpajamenetelmää apuna käyttäen. Opinnäytetyö on työelämälähtöinen, ja sen toimeksiantaja on helsinkiläinen Hok-Elannon ravintola Kappelin kahvila.

Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa Kappelin kahvilalle realistisia ja käyttökelpoisia ideoita siitä, miten kahvilan toimintaa voisi parantaa varsinkin hiljaisen sesongin, eli syksyn ja talven ajalle. Tämän lisäksi tavoitteena olisi keksiä ideoita, joilla nykyisten asiakkaiden vierailutiheyttä voitaisiin parantaa ja mahdollisesti uusia asiakkaita saataisiin vierailemaan uudestaan Kappelin kahvilassa ja että edellä mainitut asiakasryhmät voisivat suositella kahvilaa myös omille kavereilleen.

Menetelmä, jota tässä opinnäytetyössä käytin hyväkseni on asiakastyöpaja, johon hankin rekrytointiprosessin kautta jo olemassa olevasta Kappelin kahvilan asiakkaista tarkoitukseen sopivan työryhmän. Työpajaan osallistui lopulta kuusi kahdestatoista kutsutusta.

Tutkimustulokset osoittivat selvästi, että asiakkailla on valtavasti tietoa ja taitoa kehittää kahvilaa. Varsinkin nyt toteutetulla asiakastyöpajamenetelmällä saatiin paljon hyviä tuloksia. Saimme luotua useampia sellaisia ideoita, mitkä tulisivat tarpeeseen kahvilassa ja mitä on saatettu jo Kappelin johdossa ajatella, mutta toteutus on jäänyt uupumaan.

Mielestäni saavutin opinnäytetyön tavoitteet, ja sain kehitettyä Kappelin kahvilalle useita hyviä kehitysehdotuksia kahvilan parantamiseksi hiljaisen sesongin ajalle.

Asiasanat: työpajat, kahvilat, hiljainen sesonki

Lahti University of Applied Sciences

Degree Programme in Hotel and Restaurant Management

POSIO, MIIKA:

Kappeli Café: Developing business in the
low season A customer workshop

Bachelor's Thesis in Restaurant Management, 44 pages, 4 pages of appendices

Spring 2014

ABSTRACT

The subject of this thesis is how to improve Kappeli Cafe by using customer workshop as a research method. The client of this thesis is Hok-Elanto and restaurant Kappeli Cafe.

The goal of this thesis is to create realistic and useful ideas for Kappeli Cafe for how they can improve their cafe and products, specifically focusing on low-season of autumn and winter. Another goal for this thesis is to create ideas which Kappeli Cafe can induce some existing regular customers to visit their cafe even more and to get some new clients to visit Kappeli Cafe again as many times as possible. Also I find important that existing clients of the cafe recommend specifically this cafe to their friends.

The research method for this thesis is a customer workshop. I invited suitable existing customers to this workshop group. Only six of the group of twelve actually participated in the workshop evening

The results of the research show clearly that customers have lots of really good ideas and skills to improve the cafe. Especially with this customer workshop in question we got a lot of ideas and results. The results show that workshop group invented more than one idea which are definitely good for my thesis.

In my opinion I achieved my goals and I managed to develop many different proposals how to improve the cafe for low-season.

Key words: customer workshop, cafe, low-season

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	4
2	KAHVILA JA KAHVILATRENDIT	6
2.1	Kahviloiden historiaa	6
2.2	Kahvilat	7
2.2.1	Wieniläinen kahvila	8
2.2.2	Internet-kahvila	9
2.2.3	Bistro	10
2.3	Kahvi juomat	10
2.4	Kahvilatrendit	11
2.4.1	Suodatinkahvin uusi tuleminen	12
2.4.2	Paahtaminen	13
2.5	Pieni on kaunista	14
3	TYÖPAJA TOIMINNALLISEN TUTKIMUKSEN MENETELMÄNÄ	15
3.1	Toimeksiantaja HOK-Elanto ja ravintola Kappeli	15
3.2	Työpaja menetelmä	16
3.3	Tutkimusilta 20.5.2014 - suunnitelma	18
3.4	Tutkimusilta 20.5.2014 - toteutus	22
3.5	Työpajaillan tulokset/ideat	28
4	JOHTOPÄÄTÖKSET	36
4.1	Kehittämisehdotukset	36
4.1.1	Pöytiintarjoilu	36
4.1.2	Kahvi	37
4.1.3	Villit ideat	37
4.1.4	Sisustus ja tunnelma	38
4.1.5	Ruoka	38
4.2	Työpajan tulosten analyysi teoriapohjaan verraten	39
	LÄHTEET	41
	LIITTEET	45

1 JOHDANTO

Tein opinnäytteeni kahvilamaailmassa, koska kahvi kiinnostaa minua. Lisäksi taka-ajatuksenani on joskus tulevaisuudessa mahdollisesti perustaa oma ravintola, ja miksei se voisi olla jopa kahvila. Kahvissa minua kiinnostaa muun muassa suomalainen ja eurooppalainen kahvilakulttuuri sekä kahvit itsessään eri muodoissa. Itse asiassa ensimmäiset aiheeni opinnäytetyöstäni koskettivat kahvilamaailmaa ja kahvilakulttuuria. Kuitenkin monen kuopatun idean jälkeen palasin takaisin alkuperäiseen aiheeseeni ja päätin tehdä tämän opinnäytetyön kahvista. Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö. Opinnäytetyöni toimeksiantaja on helsinkiläinen ravintola Kappeli ja nimenomaa Kappeli Café.

Opinnäytetyöni aihe on lyhyesti sanottuna asiakastyöpaja Kappelin kahvilan hiljaisen sesongin kehittämiseksi. Sen tavoitteena taas on antaa ravintola Kappelin kahvilalle käyttökelpoisia ja realistisia ideoita siitä, miten se voisi parantaa toimintaansa sellaiseen suuntaan, että hiljaisella sesongilla (syksy, talvi) se saisi asiakasmääriä kasvuun ja asiakaskuntaa laajemmaksi. Opinnäytetyöllä pyrin siis vastaamaan tutkimusongelmaan, miten ravintola Kappelin kahvilaa saataisiin kehitettyä siihen suuntaan, että sen nykyiset asiakkaat tulisivat useammin viettämään kahvihetkensä juuri Kappeliin ja myös uusia asiakkaita saataisiin pysymään Kappelin asiakkaina. Pyrin vastaamaan myös tutkimusongelmaan, minkälaisia tekijöitä (ruoka, juoma tai miljö) voisi käyttää kahvilassaan, jotta olemassaolevat ja uudet asiakkaat voisivat suositella Kappelin kahvilaa kavereilleen.

Menetelmä, jota tässä opinnäytetyössä käytän, on asiakastyöpaja. Tämän aion toteuttaa yhdessä ravintola Kappelin ravintolapäällikön Saija Gerpen kanssa. Workshopissa on tarkoitus asiakaslähtöisesti luoda uusia ja yllättäviä ideoita Kappelin laadun ja viihtyvyyden parantamiseksi. Tavoitteena on saada mahdollisimman monta käyttökelpoista ideaa ravintola Kappelin kahvilan parantamiseksi, joista sitten voisi jalostaa toimivia ja järkeviä ideoita jatkokäyttöä ajatellen. Menetelmää varten kerään Kappelin asiakaskunnasta (asiakasomistajat) sopivan ryhmän, joiden kanssa sitten pidämme työpaja illan. Pääpainoisesti asiakasryhmä koostuisi noin 30-45 vuotiaista kaupunkilaisista, mutta myös

mahdollisimman erilaisista ja eri ikäisistä asiakkaista, jolloin eri asiakassegmenteistä saataisiin erilaisia näkökulmia ja erilaisia ideoita. Tällä menetelmällä saadaan mielestäni laadukasta asiakastutkimusta siitä, minkälaiseksi ravintola Kappelin kahvilaa tulisi kehittää ja minkälaisia asiakkaat siitä haluavat.

Teoria tässä opinnäytetyössä keskittyy kahviloiden ympärille. Ensimmäisenä teoriapohjassani käsittelen kahviloita ja trendejä kahvimaailmassa. Kerron, minkälaisia kahviloita maailmalla on olemassa ja kerron muutamasta eri kahvilatyypistä. Samassa kappaleessa pureudun tämänhetken kahvilatrendeihin. Avaan hieman käsitettä trendi, minkä jälkeen kerron hieman sitä, minkälaisia trendejä kahvilamaailmassa on tällä hetkellä. Kerron myös muutamassa kappaleessa, minkälaisia kahvijuomia on olemassa. Tietoperustaan lähteitä etsin muun muassa suomalaisista sekä ulkomaalaisista kahviin liittyvistä blogeista, artikkeleista sekä julkaisuista.

Tämän opinnäytetyön ulkopuolelle rajaan Kappelin ravintolan, koska tämä opinnäytetyö koskee kahviloita ja Kappelin kahvilaa. En myöskään puhu asiakkuuksista tai liiketoiminnasta. Kahvilatuotteista en puhu myöskään, poislukien kahviuomat, joista mainitsen teoriaosuudessa.

2 KAHVILA JA KAHVILATRENDIT

2.1 Kahviloiden historiaa

Yksi tarina ensimmäisestä kahvilasta sijoittuu 1475 vuodelle Turkin Konstantinopoliin (nykyinen Istanbul). Ensimmäinen kahvila, josta on tietoa, oli nimeltään Kiva Han. Tuohon aikaan kahvi oli hyvin tärkeä tuote. Se oli jopa niinkin tärkeä, että naiselle oli laillista ottaa avioero miehestään, jollei tämä pysty haalimaan tarpeeksi kahvia talouteen. Turkkilainen kahvi tarjoiltiin mustana, ja se oli vahvaa ja suodattamatonta. (Paajanen 2014.) Nykyään Turkissa suositaan enemmän vaaleapaahtoisempaa kahvia, mutta perinteinen turkkilainen kahvi on edelleen samanlaista mustaa ja vahvaa kahvia ja se valmistetaan edelleen ibrik-kannussa (Kahwiki 2010).

Tärkeitä kahvikaupunkeja kahviloiden syntyaikoihin Euroopassa ovat Wien, Lontoo, Pariisi ja Berliini. Pariisi on näistä se kaupunki, johon herkimmin kahvilat mielletään. Wieniin avattiin ensimmäinen kahvila 1680-luvulla sodan ja turkkilaisten sotilaiden avustuksella. He jättivät jälkeensä irtotavaraa, kuten säkkejä, joissa arveltiin olevan kamelinrehua. Franz Kolschutzky tiesi, että säkit kuitenkin sisälsivät kahvipapuja. (Jaatinen 2006.) Hän avasi Wieniin kahvilan, jossa hän tarjosi ihmisille suodatettua kahvia sekä kahvin makua pehmentämään maitoa ja sokeria. Tämä juoma oli menestys. Kun kahvilat ottivat omakseen myös suolaisten ja makeiden tuotteiden tarjoamisen, Kolschitzkyn tapa tarjota kahvia sai entistä enemmän kannatusta. (Paajanen 2014.)

Seuraavina vuosikymmeninä ja satoina kahvilat alkoivat yleistyä pitkin Eurooppaa. Levitessä kahvilat saivat uusia piirteitä usein sen maan mukaan, missä kahvila sijaitsi. Amerikkaan kahvilat saapuivat kutakuinkin uudiasukkaiden mukana. Siellä niiden status oli samanlainen kuin Englannin vastaavien, eli ne olivat bisneselämän kokoontumispaikkoja. Aina vuoteen 1946 asti kahvilat tarjosivat vain suodatinkahvia. Tuona vuonna espresso kahvia alettiin tarjota kahviloissa. Syy siihen oli se, että uudenlainen ja turvallinen ja helppokäyttöisempi kone tämän kuumen pienen juoman valmistukseen keksittiin ja tuotiin markkinoille. Ensimmäinen tällainen kone sijaitsi itseoikeutetusti The

Gaggia nimisessä kahvilassa Italiassa. Olihan kyseinen kahvila kahvikoneen keksijä. Tätä pidetään modernin kahvila-aikakauden syntyä. (Paajanen 2014.)

Suomeen kahvi saapui 1700-luvun alussa Ruotsin kautta turkulaisporvarien varustamien laivojen mukana. Kahvi oli Suomessa ensin vain rikkaiden ja yläluokan juoma. Suomessa kahvia juotiin aluksi kaupungeissa, Länsi-Suomessa ja rannikolla. Itäsuomalaiset ottivat kahvin omakseen vasta myöhemmin. (Saarinen 2011.) Ensimmäinen varsinainen paahtimo avattiin Suomeen 1883, jolloin C.F. Blomberg avasi pienimuotoisen paahtimon Helsinkiin. Teollinen paahtaminen Suomessa alkoi kuitenkin vasta vuonna 1904, kun Paulig aloitti oman toimintansa. Tämän jälkeen seuraavan vuosikymmenen aikana perustettiin Suomeen muitakin paahtimoita. (Baristat.fi 2014.)

2.2 Kahvilat

Huippubarista Kalle Freese toteaa, että kahvilanautinto on kokonaisuus, jonka muodostavat hyvät raaka-aineet, laadukas työ sekä itse ainutlaatuinen kahvilahetki (Koivuniemi 2013).

Kahvila on julkinen paikka, josta voi yleensä ostaa kahvia, teetä, leivonnaisia sekä pikkusuolaisia tuotteita (Wikipedia 2013). Kahvila on kiireetön. Tyypillistä perinteisille kahviloille on, että asiakkaat palvelevat itse itsensä, eikä tällaisissa kahviloissa ole ollenkaan pöytiintarjoilua. Eurooppalaiset kahvilat ovat vahvasti yhdistetty Ranskaan. Yleensä eurooppalaisissa kahviloissa on merkittävää se, että niissä on jonkinlainen terassi tai vähintäänkin istuinpaikkoja kahvilan ulkopuolella. Suomessa tätä on hankala toteuttaa jo pelkästään sääolosuhteisiin vedoten. Toki kesällä täälläkin on kahviloita, joilla on terassi tai parhaassa tapauksessa edes muutama pöytä jalkakäytävän puolella. Suurimmissa kahviloissa, jotka ovat yleensä myös anniskeluravintoloita, terassin koko alkaa olemaan jo huomattava. Suomessa täysveriset kahvilat ovat lähes poikkeuksetta auki vain päiväsaikaan. Ravintoloiden tai baarien yhteydessä toimivia kahviloita saattaa nähdä auki myöhempäänkin. Suomessa myös on tyypillistä kahvilalle, ettei siellä myydä alkoholia. Tämä ei ole kuitenkaan ihan poikkeuksetonta, sillä

joissain kahviloissa myydään kahvin kanssa likööreitä, konjakkeja tai muita perinteisesti kahvin kanssa nautittavaksi tarkoitettuja alkoholeja. (Mealey 2014.)

Kahviloilla on olemassa erilaisia tyylejä, joilla ne erottuvat. Erilaisilla tyyleillä ja niiden muunnoksilla saadaan omaa kahvilaa houkuttelevammaksi ja näin ollen kilpailukykyisemmäksi. Englantilaisen Daniel Stevensin tutkimuksen pohjalta tehdyn kyselyn mukaan esimerkiksi Lontoossa on yksistään kahdeksaa erilaista itsenäistä kahvila tyyppiä. Niitä ovat esimerkiksi ”Close For Comfort” – kahvila, jolle tyypillistä on, että barista muistaa sinut ja tilauksesi ja että ne ovat kooltaan pieniä, mutta sitäkin tunnelmallisempia. ”The Well Rounded Giant” – kahviloille on tyypillistä taas se, että he jauhavat omat kahvinsa, heillä on pöytiintarjoilu, heiltä saa myös ruoka-annoksia eli nimensä mukaan ne ovat hyvin monipuolisia kahviloiksi. Lontoossa on myös paikkoja, mistä saa kahvia mukaansa. Näitä kutsutaan totta kai ”Coffee to Go” – kahviloiksi. (Greig 2014.)

Kahvilatyyleistä ja kahvilakulttuureista monet tulevat niistä maista tai kaupungeista, mistä ne ovat saaneet alkunsa. Esimerkiksi wieniläinen kahvila tulee Wienistä. Myös Pariisissa ja Lontoossa on oma kahvilakulttuurinsa ja kahvilatyylit. Nykyaikana modernimpaan kahvilasuuntaukseen kuuluvat nettikahvilat, teemakahvilat, sekä bistrot. (Peti & Safka 2002, 336–339.)

2.2.1 Wieniläinen kahvila

Wieniläistyylisen kahvilan historia juontaa juurensa Turkkiin asti. Turkkiä puhuva puolalainen Kolschitzky oli tärkeä vaikuttaja Turkin armeijan joukoissa. Hän oli kuitenkin ymmärtänyt ja perehtynyt kahvipapuun, joka tuona aikana ei ollut vielä mitenkään erikoisessa asemassa. Silloin Wienissä asunut ja vaikuttanut herrasmies huomasi, että wieniläiset eivät pitäneet kitkerästä turkkilaisesta kahvista joten Kolschitzky keksi lisätä kahvin joukkoon kermaa tai maitoa ja hunajaa pehmentääkseen kahvia. Pian sen jälkeen wieniläinen kahvilatyylit levisi ympäri Eurooppaa. Sen jälkeen wieniläistyyliset kahvilat ovat kehittyneet. Tyypillistä kahvilalle on se, että se on rauhallinen paikka. Sanonta ”aika on se, mitä wieniläisessä kahvilassa tarvitset” kuvastaa hyvin sitä minkälainen paikka on kyseessä. Perinteisessä wieniläiskahvilassa tavataan yleensä kolleegoita ja tehdään

sopimuksia, vietetään aikaa kavereiden kanssa, keskustellaan politiikasta ja kulttuurista. 2000-luvulle tultaessa ja ruoka-kulttuurin kehittyessä monet perinteiset wieniläiskahvilat muuttuneet “espressobaareiksi”. (Butler 2000.)

Eurooppalaisille wieniläiskahvilan tyyppisille kahviloille ovat tyypillisiä, että ne ovat isoja ja niin sanotusti vanhahtavia. Ainakin monet kuuluisimmista paikoista ovat säilyttäneet sisustuksensa hyvin perinteisenä. Kuuluisimpia wieniläistyylisiä kahviloita ovat muun muassa Café Sperl, Café Central sekä Orlanso di Castello, jotka kaikki sijaitsevat Wienissä. (Bernson 2012.)

2.2.2 Internet-kahvila

Internet-kahvila tarjoaa asiakkaalleen useampia kiinteitä tietokoneita suurnopeuksisilla Internet yhteyksillä. Yleensä tämänkaltaisissa kahviloissa on minuutti tai tuntimaksu tai joissain tapauksissa esimerkiksi usein vierailevat asiakkaat voivat ostaa kuukausipassin. Niin kuin on ominaista kaikille kahviloille, internetkahvilakin tarjoaa virvokkeita, kahvia ja leivonnaisia tai pikkusuolaisia syötäviä, mutta aina ne eivät ole pääasiassa internet kahviloissa.

Internet-kahvilan synty ajoittuu 1990-luvun alkuun San Franciscoon, jossa yhtiö nimeltään SF Coffeehouse Network suunnitteli kolikkopohjaisesti toimivat “tietokone terminaalit” kahviloihin San Franciscossa. Kahvilakonsepti, joka sisälsi täydellisen internet yhteyden avattiin vasta 1994 Ivan Pope nimisen miehen toimista. Muutamina seuraavina vuosina aukesi internet- eli cyber kahviloita ympäri maailmaa tietotekniikan kehittymisen myötä, muun muassa Helsinkiin Lontooseen ja Dallasiin (Wikipedia 2014). Tämän kahvilatyypin suosio on kuitenkin ollut hiipuvaa aina vuosien 1995-2000 jälkeen, sillä teknologian kehittyessä ja laitteiden pienentyessä on esimerkiksi tietokone helpompi ottaa mukaan. Tästä johtuen internetkahvilat ovat joutuneet kehittämään tyyliänsä enempi asiakkaita palvelemaan tyyliin ja alkanet toimimaan WiFi kahviloina. (WiseGEEK 2014.)

2.2.3 Bistro

Bistro on tunnelmaltaan ja olemukseltaan rento ja ei niin virallinen paikka. Perinteisesti bistrosta saa syötävän ja juotavan nopeassa tahdissa tai vaihtoehtoisesti sinne voi jäädä vain rentoutumaan ja juttelemaan ystävien kanssa. Viime vuosien aikana bistro tyylliset kahvilat ovat kasvattaneet suosiotaan ja jopa niin, että jopa ravintolat ovat alkanet tarjota bistro tyylistä menua etenkin lounasaikaan. (Supermedia 2014.)

Bistro tyyppiset kahvilat ovat lähtöjään Pariisista missä ne ovat edelleen hyvin suosittuja. Niiden suosio perustuu pienille ja halvoille, nopeille aterioille, jotka tarjoillaan hyvin tavanomaisessa ympäristössä. Artikkelin mukaan uskotaan, että bistrot ovat syntyneet pariisilaisten katutasoasunnoissa, josta vuokraisännät tarjosivat kansalle ruokaa lisätulojen toivossa. (Supermedia 2014.)

Bistrossa tyypillistä on tarjota yksinkertaisesti ja nopeasti valmistettavaa ruokaa, jota on esivalmistettu, mutta siltikin laadukkaasti (Supermedia 2014). Esimerkkejä ranskalaisten suosimista bistro herkuista ovat sipulikeitto Gryère juuston kera, pippuripihvi ranskalaisilla sekä omenatorttu Tarte Tatin. Nämä kaikki kolme ruokaa ovat nopea ja helppo valmistaa tai vaihtoehtoisesti niitä voi valmistaa suuren määrän kerralla, jolloin esillepano on helppoa ja nopeaa. (Williams-Sonoma 2014.)

2.3 Kahvi juomat

Kahvin suosio on mahdollistanut yhä useamman kahvi juoman tarjoilun ja valmistuksen. Kahvien yhdisteleminen ei ole myöskään enää harvinaista. Espresso on kahvi juomista yksi suosituimpia. Espresso syntyy, kun vesi pakotetaan hienoksi jauhetun kahvin läpi ja tämän lopputuloksena on täyteläinen kahvi juoma, jonka pinnalla on crema. (Baristat.fi 2014b). Café au lait eli maitokahvi on ranskaa ja tarkoittaa kahvia maidolla. Tässä ranskalaisessa kahvi juomassa maito lisätään kahviin lämpimänä. Café au lait tarjoillaan perinteisesti suuresta kupista ja on etenkin pariisissa suosittu aamiaisjuoma (ParisTravelPlanner.com 2014). Cappuccino on puolestaan italialaista alkuperää ja on myös yksi suosituimpia kahvi juomia. Cappuccino on muunnelma espressosta.

Espressoon lisätään maitovaahtoa sekä kuumaa vaahtoa, jolloin cappuccino syntyy. Cappuccinolle on myös olennaista omat kahvikupit, joista juoma perinteisesti tarjoillaan. Cappuccino on perinteikäs kahvi juoma, jota tarjoillaan ja juodaan aamupäiväkahvina aina iltapäivään saakka (ParisTravelPlanner.com 2014). Caffe latte on italialainen maitokahvi juoma. Tässä juomassa maitoa käytetään reilusti ja yleensä noin puolet Latten koostumuksesta on maitoa. Maku on näin ollen hyvin pehmeä. Latte tarjoillaan cappuccinon tapaan myös omanlaisesta lasista, joka on oikeaoppisesti korkea. Caffe lattessa juoman pinnalla on myös maitovaahto. (Tietoa kahvista 2014.)

Teen nauttiminen on ollut maailmalla trendikästä jo pitkään ja myös Suomessa kahvilat ja ravintolat ovat huomanneet, että teetä pyydetään yhä enemmän kahvin sijaan. Monien kahviloiden teevalikoimista voi valita nykyisin myös terveellisiä teevaihtoehtoja, kuten Celestial Seasoning merkkisiä hedelmä- ja yrttiteevaihtoehtoja. Samoin kuten kahvissakin teen ystävät haluavat teeltänsä erilaisia ominaisuuksia. Teen ystävät hakevat teestä nautintoja, eivät niinkään terveellisyyttä. Kahviloissa onkin nykyään tarjolla myös puruista valmistettua haudutettua teetä. Se ei aina ole välttämättä parasta mahdollista teetä, koska teepurkit eivät ole ilmatiivitä enää jos niitä säilytetään kauan aikaa ja niitä availaan useasti. Pussiteissä aromit säilyvät paremmin kuin huonosti purkitetussa puruteissä. (Bal 2007.)

Muita kahvilassa tarjottavia juomatuotteita ovat esimerkiksi mehut, sooda sekä pullotettu vesi ja kuuma kaakao. Myös erilaiset smoothiet sekä cocktailit mixit ovat hyviä kahvilatuotteita. (GFS 2014.) Kylmät juomat myyvät hyvin ja kahvilayrittäjä erottuu muista kahviloista hyvällä kylmien juomien menulla. Nykyään kylmistä juomista voi sanoa leikkisästi, että kylmä on nykyään kuuma trendi, varsinkin kesää kohti mentäessä. (Coffeetalk 2014.)

2.4 Kahvilatrendit

Trendi on jonkin muun muassa ilmiön, esineen tai asian kehityssuunta pitkällä aikavälillä tarkasteltuna. Se on siis sellainen piirre joka voi jatkua nykyhetkestä tulevaisuuteen sellaisella tavalla, että sitä on suhteellisen helppo ennakoita tai

jäljittää. Trendi voi olla esimerkiksi suuntaus, virtaus tai muutoksen kaava. Trendi on aina riippuvainen ajasta, joten aika-aspekti liittyy aina trendeihin. Nykyaikana trendit ohjaavat vahvasti päätöksentekoa vaikuttamalla muun muassa valintoihin, makuun ja arvostuksiin. (Futurix 2014.)

Kahvi on trendijuoma ja siltä halutaan nykyään tuoreutta ja uusia elämyksiä. Tämän trendijuoman mukana Suomeen on perustettu useita pienpaahtimoita, jotka kilpailevat asiakkaista omilla vahvuuksillaan kuten maku ja kahvin hienovaraiset vivahteet. (Kellomäki 2014.)

Vuonna 2014 trendiksi kahvimaailmassa on muodostumassa se, että kahvia täytyy saada sinne missä itse olet. Hyvää kahvia ei aina ole tietenkään saatavilla. Ja jos on todellinen kahvin ystävä voi nykyisin tilata oman kahvilähetyksen paahtimolta, jonka jälkeen kahvin voi jauhaa ja tehdä kotona itse, kuin kahvilassa. Nettimyyni kahvillekin on siis tulossa suosioon kaikkein fanaattisimpien kahvinystävien keskuudessa. (Coffee.net 2014.)

Kuluttajat ovat erittäin tuotetietoisia nykyään kahvimaailmassa. He haluavat tietää heidän kahvistaan paljon. Trendiksi tänä vuonna on tulossa kahvin jäljitettävyyys eli traceability. Kuluttaja haluaa tietää missä kahvi on kasvatettu, kuka sen kasvatti, miten se on kasvatettu ja kuinka se on käsitelty. Kaikki nämä seikat kuitenkin vaikuttavat kahvin laatuun, aromeihin ja kahvihetkeen. (Coffee.net 2014.)

2.4.1 Suodatinkahvin uusi tuleminen

Erikoiskahvin määritelmä voisi olla laajempi Café Art kahvilassa työskentelevän Joonan Suomisen mukaan. Erikoiskahvilla voitaisiin ennemminkin tarkoittaa sitä, mistä raaka-aineista kahvi on tehty ennemminkin kuin, että erikoiskahvi olisi aina cappuccinoa tai latte macchiattoa. (Thurén 2011.) Suodatinkahvin suosio on tällähetkellä nousussa maailmalla. Tällähetkellä erikoiskahvibuumi on ollut kahvilakulttuurissa suosiossa, mutta se on väistymässä ja perinteinen suodatinkahvi on saamassa jalansijaa ja nimeä erikoiskahvina. Esimerkiksi Lontoossa on kuppiloita, joista saa peläkstään suodatinkahvia. Useissa kahviloissa suodatinkahvi tehdään kuppi kerrallaan. Kaffa Roasteryn perustajan ja paahtajan

Svante Hampfin mukaan suodatinkahvi on paljon parempi vaihtoehto ravintolalle kuin erikoiskahvi. Suodattamalla kahvia kahvista saadaan tasalaatuisempaa, mitä muista erikoiskahveista. (Vainio 2012.)

Suodatinkahviin panostaminen ei ole ravintolalle mikään hirveän kallis operaatio. Laadukas keitin maksaa yleensä 200–2000 euroa kun taas hyvästä espressokeittimesystä saattaa joutua maksamaan jopa 10 000 euroa. Veden tulee olla tasalämpöistä, mutta raikasta sekä kylmää kokoajan ja parhaimmat keittimet ottavat veden suoraan verkostosta. Parhaissa keittimissä on pulssitoiminto, jonka avulla voi määrittää kahvin uuttoajan veden määrän perusteella. Uuttovaihe on tärkeä, sillä kahvista tulee epätasaista, jos esimerkiksi vesi ei jakaudu tasaisesti. (Vainio 2012.)

2.4.2 Paahtaminen

Kahvi syntyy kahviksi vasta kun se on käynyt läpi paahtamisen.

Paahtamisprosessissa raakakahvissa olevat eteeriset öljyt muuttuvat vähitellen aromeiksi. Mitä kauemmin papuja paahtaa niin sitä tummempaa kahvia saadaan. Jos raakakahvin paahtaa tummaksi siitä tulee pehmeäpää ja täyteläisempää, mitä vaaleammaksi jätetystä kahvista. Vaaleassa kahvissa on myös enempi happoja, jonkatakia se saattaa närästä enemmän. Paahtamisen jälkeen papu jäähdytetään nopeasti ja kun se on jäähtynyt niin se alkaa muodostamaan rakanteisiin säilyvyyttä parantavaa hiilidioksidia. Tämä on syy sille, minkätakia kahvipapu säilyy paremmin kuin jauhettu kahvi. (Robert Pauligs 2014.)

Hyvää ja reilua kahvia saa jos kahvipurkin kyljestä löytyy paahtamispäivämäärä ja kahvipapujen viljelyspaikka. Tuoreuden nimittäin maistaa laadussa. Esimerkiksi jos kahvin viljelypaikkana ei ole mainittu pelkästään Brasiliaa, kahvi on todennäköisesti laadukasta. (Thurén 2011.)

Oma paahtaminen on kahviloissa nykyään valttia. Oman paahtamisen ansioista voi jatkuvasti tarjota tuoretta kahvia. Lähellä valmistettu ja paahtettu kahvi on nimittäin nykyään hyvinkin trendikästä, sillä kysyntä itsetehdyille, lähellä tuotetulle ja paikalliselle kahville on kova. Vaikka kahvipapu ei Suomessa kasvakaan on asiakkaille tärkeää tietää kehitysprosessi. (Kellomäki 2014). Hyviä

lähikahvia tuottavia paahtimoita ovat esimerkiksi Turun kahvipaahtimo ja Helsinkiläinen Kaffa Roastery (Thurén 2011).

2.5 Pieni on kaunista

Ruotsissa on jo tullut trendiksi se, että leivonnaisista, kakkupaloiasta ja kekseistä tehdään kutistettuja versioita. Tähän syynä on etenkin naisten kasvava terveystietoisuus. Suomessa tämä trendi ei ole vielä ihan ajankohtainen, mutta on vahvasti tulossa varmasti suomalaiseen kahvilakulttuuriin. Itseasiassa jotkut kahvilat ja leipomot ovat jo huomanneet, että kuluttajat toivovat pienempiä leivoksia ja kakkuja. Tällaisia ovat esimerkiksi pääkaupunkiseudella Fazerin kahvilat, Stockmann sekä Helsingin keskustan kahvila Ekberg. Ruokatutkija Mari Niva toteaa että maku ja nautinto ovat nykyään pinnalla ja että ihmiset eivät ole valmiita tinkimään ruuan mausta ja herkuttelusta. Mielenkiinnolla saa jäädä odottamaan sitä, että miten pienten herkkujen trendi otetaan vastaan Suomessa. (Tikkanen 2014.)

3 TYÖPAJA TOIMINNALLISEN TUTKIMUKSEN MENETELMÄNÄ

Opinnäytetyöni tavoitteena on kehittää ravintola Kappelin kahvilan toimintaa siten, että hiljaisilla sesongeilla, kuten syksy ja talvi, kahvilan asiakasmääriä kasvuun sekä asiakaskuntaa laajemmaksi. Pyrin vastaamaan opinnäytetyölläni tutkimusongelmaan, miten Kappelin kahvilan toimintaa saataisiin parannettua siten, että vanhat asiakkaat kävisivät kahvilassa useammin, mutta myös uudet asiakkaat kohdentaisivat kahvilakäytänsä Kappeliin jatkossa. Vastaan myös kysymykseen, minkälaisia tekijöitä Kappeli voisi kahvilassaan käyttää, että nykyiset ja uudet asiakkaat suosittelisivat kahvilaa kavereilleen.

Tässä kappaleessa esittelen opinnäytetyöni toimeksiantajan ja kerron hieman menetelmästä, mitä hyödynnän tutkimuksessa. Kerron myös suunnitelmani kokonaisuudessaan siitä, miten aion toteuttaa ravintola Kappelin asiakastyöpajan. Suunnitelmaan kirjaan kaikki askeleet, mitkä ovat kriittisiä tässä asiakastyöpaja projektissa. Suunitelmaosuuden jälkeen kirjoitan toteutusosuuden. Kerron siitä, miten rekrytointiprosessi eteni askel askeleelta. Tämän jälkeen kerron, miten asiakastyöpaja sujui aina tilojen järjestelystä, tilaisuuteen ja tilojen siivoukseen asti. Tärkeää mielestäni on kirjata tarkasti koko prosessi.

3.1 Toimeksiantaja HOK-Elanto ja ravintola Kappeli

Toimeksiantajana tässä opinnäytetyössä toimii helsinkiläinen ravintola Kappeli. Kappeli kuuluu HOK-Elantoon, joka on taas suurin osuuskauppa S-Ryhmän sisällä. (HOK-Elanto 2014a.) Ravintolapäälikkön asemassa ravintola Kappelissa on Saija Gerpe. Opinnäytetyön toimeksiantajaksi päättyi ravintola Kappeli HOK-Elannon omasta ehdotuksesta. (Savusalo 2014).

Hok-Elanto eli Helsingin Osuuskauppa Elanto on S-Ryhmän suurin osuuskauppa hieman alle 600 000 asiakkaallaan. Hok-Elanto käsittää koko pääkaupunkiseudun (Espoo, Vantaa, Helsinki, Kauniainen) lisäksi Mäntsälän, Tuusulan, Nurmijärven, Keravan, Järvenpään ja Hyvinkään. Toimipaikkoja Hok-Elannolla tällä alueella on yli 300. Kahviloita näistä toimipaikoista on muutama kymmentä, jos liikenneasiamia (ABC-ketju) tai muita toimintoja omaava toimipaikkoja ei lasketa mukaan. Tunnettuja kahvila brändejä Hok-Elannolla ovat esimerkiksi Coffee

Houset ja Pressot, mitkä toki ovat koko S-Ryhmän yhteisiä ketjuja ja ovat levittäytyneet muuallekin kuin pääkaupunkiseudulle. (HOK-Elanto 2014a). Mielenkiintoista Hok-Elannossa on se tämän opinnäytetyön kannalta, että ensimmäiset toimipaikat, mitkä Hok-Elanto on aikoinaan perustanut, ovat olleet kahviloita ja leipomoita. Näiden tarina alkaa lokakuun 15. päivänä 1905, kun irtisanotut leipomotyöntekijät alkavat puuhata omaa tuotantolaitosta. Vuonna 1907 valmistuu Elannon ensimmäinen leipomo. Saman tien avataan myös ensimmäiset leipämyymälät ja kahvilat. (HOK-Elanto 2014b).

Ravintola Kappeli on Eteläesplanadilla sijaitseva ravintola. Sen yhteydessä toimivat myös kahvila ja baari. Kappelin historia alkaa jo vuonna 1840, jolloin silloinen sokerileipuri Jerngren rakennutti paikalle myyntikojun, jossa myytiin leivoksia ja limonadia. Tätä puista rakennusta alettiin silloin kutsua Kappeliksi. Puinen rakennus kuitenkin ränsistyi ja samalle paikalle rakennettiin uusi Kappeli kesäkuun 4. vuonna 1867. Kappelista tulikin myöhemmin tämän jälkeen kaupungin ykköskesäpaikka ja iltapäivän kohtaupaikka. Kappelissa alkoivat vuoden 1883 jälkeen viihtyä myös taiteilijat sekä runoilija. Tämän jälkeen Kappelissa ovat istuneet muun muassa Sibelius, Järnefelt, Eino Leino sekä monet muut suomalaiset suurmiehet. Kappeli ei aina kuitenkaan ole ollut yhtä loistokas, mitä voisi uskoa. Etenkin 1900-luvun alussa ja kieltoain aikaan Kappeli oli kiinni talvisaikaan. Talviaikaan kylmä ilma ja kosteus tekivät pahoja tuhoja Kappelille. Vasta 1970-luvulla Kappeli on remontoitu ympärivuotista käyttöä varten. Sen jälkeen sille on tehty muutama uusi remontti, viimeisin muutama vuosi sitten. (Ravintola Kappeli 2014).

3.2 Työpaja menetelmä

Workshop eli Robert Jungkin kehittämä tulevaisuustyöpaja on usein skenaariotyöskentelyssä käytetty menetelmä. Jungkin tarkoitus oli tuoda tavalliset kansalaiset mukaan heitä itseään koskeviin päätöksentekoihin. Ensimmäisen tulevaisuustyöpajan historia ulottuu vuodelle 1987, jolloin Jungk ja hänen yhteistyökumppaninsa Norbert Müller järjestivät tulevaisuustyöpajan itävaltalaisen kaupungin köyhimmällä alueella alueen asukkaisen tueksi. Pohjalla tässä oli se, että kaupungin päättäjät olivat päättäneet, että kaupunginosan talot oli

aikomuksena repiä alas ja rakentaa tilalle moottoritie. Tulevaisuustyöpajan tavoitteena oli kehittää jonkinlainen strategia, jolla päättäjien mieli saatasiin muutettua. Tämä kyseinen työpaja kesti monta kuukautta ja sen aikana alueen asukkaan kehittivät ratkaisuja useammalle alueen ongelmalle, kuten yleiseen viihtyvyyteen ja työpaikkoihin liittyville ongelmille. Moottoritie, joka aiottiin rakentaa alueelle rakennettiin lopulta muualle työpajan ansioista. (Rubin 2004).

Tulevaisuus työpajan tarkoituksena on, että jokainen työpajaan osallistuja saa mielipiteensä ja ratkaisuehdotuksensa kuuluviin. Työpaja on usein päivän tai kahden mittainen tai joissain tapauksissa se saattaa kestää viikon tai jopa useita kuukausia. Sen kesto määätyytyy käsiteltävän asian ja osallistujien tarpeiden mukaan. Osallistujien määrä on tulevaisuustyöpajassa ratkaiseva. Määrä ei saa olla liian iso, jotta kaikki osallistujat saavat äänensä kuuluviin, mutta se ei toisaalta saa olla liian pienikään, sillä tällöin välttämättä osallistuva ryhmä ei pysty tuottamaan tarpeeksi näkökulmia skenaarion tarkoitukseen nähden. Ryhmäkoko tulevaisuustyöpajassa olisi hyvä pitää alle kahdessakymmenessä. (Rubin 2004).

Tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä asiakastyöpaja oli ihan ensimmäisenä ravintolapäälikkö Saija Gerpen idea. Ensimmäisellä tapaamisellamme Saija ehdotti tutkimusmenetelmäksi tällaista asiakastyöpajaa perinteisen lomakekyselyn perusteella. Perustana sille, miksi tällainen asiakastyöpaja olisi hyvä toteuttaa ravintola Kappelille oli se, että HOK-Elanto on ennenkin toteuttanut samanlaisia projekteja, joissa Saija on ollut mukana. Yhtenä esimerkikohteena kyseisestä projektista on ollut ravintola Dubliner. Dublinerin hyvien kokemusten perusteella Saija ehdotti minulle tällaista projektia opinnäytetyöhöni.

Kuten mainittua suunnitelma työpajasta syntyi yhdessä Saija Gerpen kanssa. Toisella tapaamisellamme varasimme tilat tutkimusiltaa varten ja samalla ideoimme ja kävimme läpi tutkimusillan kulun, joka on eritelty alempana.

Aivan ensimmäisenä askeleena työpajan järjestämisessä on työryhmän rekryäminen. Tämän toteutan siten, että menen Kappelin kahvilaan henkilökohtaisesti 8.-9.5 sekä viikolla 20 (12.-18.5). Ensimmäisessä vaiheessa

tarkoitukseni on esitietolomaketta apuna käyttäen kartoittaa hieman, onko ihmisillä kiinnostusta tällaista työpajaa kohtaan. Jos asiakas osoittaa kiinnostusta kyselyä kohtaan hän mahdollisesti on myös kiinnostunut asiakastyöpajasta. Rekryamisprosessissa on tärkeää tuoda ilmi, että ihmisillä ketä mahdollisesti valitsen on ainutlaatuinen tilaisuus päästä mahdollisesti vaikuttamaan ravintola Kappelin kahvilan toimintaan.

Rekryamisvaihe tulee toteuttaa huolella, sillä haluan työpajaan asiakkaita, jotka olisivat mahdollisimman hedelmällisiä kyseiselle työpajalle. Tärkeä asiakasryhmä on muun muassa 30-45 vuotiaat kaupunkilaiset. Tarkoituksena olisi saada tämän segmentin edustajia joukkoon useampia ellei jopa enemmistö. Toinen ryhmä joka tulee mielestäni olla edustettuna, on yli 45-vuotiaat ja jopa lähempänä 60-vuotta olevat ihmiset. He ovat Kappelille tärkeä asiakaskunta. Heidän osuutensa ryhmästä olisi kuitenkin vähemmistö. Myös alle 30-vuotiaat ovat tarpeen ryhmässä. Yritänkin rekrytää heitäkin useamman, jotta ryhmästä saataisiin mahdollisimman laajakatseinen ja monipuolinen, jolloin ryhmässä on erilaisia mielipiteitä ja erilaisia kahvilakokemuksia, jotka hyödyttävät tätä tutkimusta. Tavoitteenani on saada noin 15 hengen ryhmä koolle tutkimusiltaan.

Työpajan ajankohta on 20.5.2014, eli mahdollisimman pian asiakasrekryointi tapahtumasta. Näin ollen jokainen tilaisuuteen osallistuja saa rauhassa valmistautua tilaisuuteen, mutta kuitenkin jokaisella on mielessä, mihin on tullut ilmottauduttua. Työpaja toteutetaan ravintola Kappelin kellarissa, joka on yksityistilaisuuksiin erinomaisesti sopiva tila. Siellä asiakkaat laitetaan istumaan hevosenkenkä muodostelmaan niin sanotusti, eli tuolit on järjestelty kaaren muotoon. Kellariin on myös rakennettu ryhmätyöpöytiä, joissa on tarkoitus pienryhmissä luoda ideoita.

3.3 Tutkimusilta 20.5.2014 - suunnitelma

Tutkimusilta on tämän opinnäytetyön tärkein vaihe. Silloin kerään kaiken tarvittavan materiaalin analysointia ja yhteenvetoa varten, jotta voin vastata myös tutkimuskysymykseen. Tutkimusillasta on tärkeä dokumentoida kaikki materiaali. Yhtenä keinona on ottaa mahdollisimman paljon kuvia illan aikana sekä itse

tapahtumasta että fläppipapereista ja muusta materiaalista. Kuvat havainnollistavat kuitenkin paljon paremmin tapahtuman luonnetta sellaiselle lukijalle, joka ei tilaisuudessa ollut paikalla. Seuraavissa kappaleissa kerron, miten tutkimusilta on tarkoitus toteuttaa.

Alkuun on tarkoitus käyttää noin kymmenen minuuttia. Asiakkaat saapuvat ravintola Kappeliin ja olen vastaanottamassa heitä yhdessä Saija Gerpen kanssa. Heille tarjoillaan alkudrinkit/juotavat, jonka jälkeen he istuutuvat paikalleen. Ohjaan tässä vaiheessa asiakkaita istumaan oikeille paikoille.

Seuraavana on esittelykierron, noin 15 minuuttia. Ensimmäisenä kerron hieman itsestäni (kuka olen, mitä teen, miksi teen, suhde Kappeliin). Sen jälkeen Saija kertoo itsestään ja Kappelista hieman. Tämän jälkeen tehdään pienimotoinen esittelykierron, jossa jokainen työpajaan osallistuja kertoo hieman itsestään. Jokainen kertoo esimerkiksi nimen, iän, ammatin ja parhaan muiston Espalta. Tällätavalla tilanteesta saadaan ei niin virallisen tuntuinen.

Aiheen ja päivän ohjelman esittely, joka kestää kymmenen minuuttia. Esittelen päivän aiheen ja päivän kulun ajallisesti. Päivän aihehan on asiakasworkshop Kappeli Cafén kehittämiseksi hiljaisena sesonkina. Kerron, miksi lähdin tekemään tätä opinnäytetyötä ja miksi nimeomaa Kappelille. Kerron omasta opinnäytetyöstäni ja prosessista (mahdollisesti). Saija voi tässävaiheessa kertoa Dublinerissä järjestetystä vastaavasta tapahtumasta. (HUOM! Tässä vaiheessa Saija voi kertoa, kuinka kaikki ideat otetaan huomioon, eikä mitään ideoita tule jättää sanomatta). Kun nämä asiat on kerrottu, otetaan fläpistä esille aikataulusivu ja kerrotaan päivän kulusta.

Ensimmäinen ryhmätyö kestää noin 15 minuuttia. Kerron ensimmäisen yhteisen ryhmätyön aiheen. Saija toimii tässä ryhmätyössä kirjurina, eli kirjoittaa asiakkaiden ideoita fläppitaululle. Pohjustan ryhmätyön siten, että kerron mitä tehdään. Eli tässä ryhmätyössä on tarkoitus tuoda esille sellaisia asiota asiakkaiden mielestä, jotka ovat pieniä juttuja mitä voisi parantaa Kappelissa. Tällaisia voivat olla esimerkiksi vessan valaistus taikka kynnyksen väri tms. Ensimmäisessä ryhmätyössä on siis tarkoitus mieltä yhdessä koko ryhmän kanssa konkreettisia ehdotuksia Kappelin toimintaan ja tapoihin liittyen. Ne voivat olla

pieniä asioita, mitä parantamalla tai muuttamalla ilmapiiri parantuisi ja asiointi helpottuisi. Tämän tehtävän tarkoitus on olla lämmittelytehtävä, jonka avulla asiakkaat saadaan rentoutuneemmiksi ryhmätyötä kohtaan. Ensimmäisen ryhmätyön lopuksi minä jaan koko ryhmän pienempiin ryhmiin. Tavoitteenani on saada kolme noin 4-5 hengen ryhmää.

Toinen ryhmätyö on kestoltaan noin 20 minuuttia. Minä kerron toisen ryhmätyön aiheen. Toisessa ryhmätyössä tarkoituksena on antaa ryhmien kirjata mahdollisimman monia ideoita siitä, mitä he haluaisivat Kappeliin. Periaatteessa tehtävänä on ideoida unelmien Kappelia. Tätä ryhmätyötä varten osallistujat on siis jaettu pienempiin ryhmiin, jolloin kaikki saisivat mahdollisimman paljon ääntään kuuluviin. Ryhmässä yksi on sihteeri ja kirjaa kaikki ryhmän ideat paperille. Ryhmätyön lopuksi paperit/fläpit teipataan kiinni seinään, josta se on helppo lukea.

Seuraavassa osiossa puretaan ryhmien ideat. Aikaa on varattuna noin 20 minuuttia. Joku ryhmästä aina esittelee muulle ryhmälle, mitä heidän ryhmänsä on saanut aikaan. Porukan eteen ei tarvitse mennä yksin jännittämään, vaan kaikki ryhmät kierretään porukassa läpi.

Seuraavaksi ohjelmassa olisi kahvitauko, joka on noin 15 minuutin mittainen. Tämän aikana mahdollisuus myös tupakointiin ja wc käyntiin.

Kolmas ja viimeinen ryhmätyö kestäisi noin 20 minuuttia. Kolmannen ryhmätyön aihe on ”Mitä tekisit Kappelin kahvilalle, jotta suosittelisit sitä kaverillesi ja tulisit mielelläsi uudestaan?” Samoissa ryhmissä mitkä olivat toisessa ryhmätyössä ovat taas yhdessä. Yhden ryhmän aiheena on miettiä ruokatuotetta. Sitä minkälaisia ideoita heillä olisi ruokaan liittyen, joka saisi heidät tulemaan aina uudestaan Kappeliin. Toinen ryhmä miettisi samoja asioita, mutta vain juomatuotteen näkökulmasta. Kolmas ryhmä saisi mietittäväkseen fiilis ja miljöötekijät. Ryhmätyötä annettaessa painotetaan sitä, että mahdolliset muutokset tulisivat koskemaan syksyä ja talvea, joten ajatuksia voisi pyöritellä hiljaisen sesongin sisällä. Tässä tehtävässä ei tarvitse välttämättä olla niin paljon ideoita, mutta kunhan ideat olisivat mahdollisesti laadukkaita ja hyvin perusteltuja. Kuitenkaan ideoita ei tule jättää sanomatta vaan kaikki tulisi kirjata ylös. Onhan kuitenkin

kyse siitä, että minkätakia juuri tämän idean takana oleva asiakas tulisi käymään uudestaan ja toisi kaverinsa mukana.

Seuraavaksi ryhmätyön purku, jolle arvioin keston noin 15 minuuttia. Se etenee samalla kaavalla kuin toisenkin ryhmätyön purku, eli kierretään ryhmissä aina yhden ryhmän luokse ja aina esitysvuorossa oleva ryhmä saa itse esitellä tuotoksensa.

Viimeisenä vaiheena on tilaisuuden lopetus. Kutsutaan kaikki takaisin alkuperäisille paikoille istumaan. Tässävaiheessa työpajan vetäjä (Miika) tekee pienen loppuyhteenvedon ja kiittää kaikkia osallistumisesta työpajaan. Osallistujille jaetaan lahjakortit, jotka Saija tekee ja jakaa jokaiselle osallistujalle. Saija kiittää myös omasta puolestansa. Jos mahdollista niin ihan lopuksi ennenkuin ihmiset lähtevät otetaan ryhmäkuva.

Työpajan jälkeen alkaa minulla itselläni tulosten kirjaamis- ja analysointi osuus. Helpoin tapa kirjata tuloksia on jäädä hetkeksi Kappelin kellariin kirjoittelemaan ryhmätöitä puhtaaksi ja ensianalysoimaan niitä. Silloin kuitenkin ideoiden perustelut ovat tuoreessa muistissa ja mitään ei jää kirjaamatta. Minun ei myöskään välttämättä tarvitsen kuljettaa kaikkia fläppejä kotiin analysoitavaksi jos saan kaiken kirjattua jo tutkimusiltana. Tulosten kirjaamisessa on tärkeää, että kirjoitan kaikki puhtaaksi siten miten ne on sanottu ja kirjoitettu. Tällöin tuloksiksi saadaan oikeasti sellaisia tuloksia, mikä asiakastyöpajan tarkoituksena on ollut, eli asiakkaiden ideoita.

Työpajassa saatujen tulosten pohjalta lähdän itse analysoimaan sitten sitä, että minkälaisia kehitysehdotuksia olisi järkevä ja mahdollinen toteuttaa ravintola Kappelin kahvilan kehittämiseksi. Mahdollisesti useasti esiintyneet ideat ovat niin sanottuja hiljaisia signaaleja, mutta näinollen ne ovat varsin varteenotettavia ideoita jatkokäsittelyä varten. Käytännössä olisi tarkoitus jalostaa työpajassa saadut ehdotukset käyttökelpoisiksi ideoiksi.

Analysoinnin tuloksena kirjoitan yhteenvedon, jossa esitän tutkimuskysymykseen vastauksen, eli miten Kappelin kahvilan toimintaa saataisiin parannettua, että vanhat asiakkaat kävisivät kahvilassa useammin, mutta myös uudet asiakkaat

kohdentaisivat kahvilakäytänsä Kappeliin jatkossa, sekä minkälaisia tekijöitä Kappeli voisi kahvilassaan käyttää, että nykyiset ja uudet asiakkaat suosittelisivat kahvilaa kavereilleen.

3.4 Tutkimusilta 20.5.2014 - toteutus

Tutkimusillan toteutus lähtee siitä, millainen asiakkaiden rekryointiprosessi oli. Mielestäni olisin voinut toteuttaa prosessin paremmin, sillä kahdestatoista asiakkaasta, jotka lupautuivat tulemaan itse tutkimusiltaa, kuusi ainoastaan ilmestyi paikalle. Tämä kertoo siitä, että rekryointiprosessiin olisi pitänyt panostaa enempi. Esimerkiksi laadukkaampi kyselylomake olisi voinut helpottaa huomattavasti osallistujien kynnystä lupautua tapahtumaan ja vieläpä pitämään lupauksensa.

Rekryointiprosessi alusta asti oli haasteellinen, sillä oikeanlaisien ihmisten tunnistaminen oli aluksi aika hankalaa. Prosessi alkoi joka päivä sillä tavalla, että menin Kappelin kahvilaan istumaan johonkin tiettyyn pöytään ja join ensin itse kahvit ja tarkkailin rauhassa asiakaskuntaa. Kun olin tarpeeksi niin sanotusti kerännyt rohkeutta ja tarpeeksi mielestäni tarkkaillut ihmisiä päätin aina, keneltä menisin kysymään, että olisiko kiinnostusta tällaiseen tutkimusiltaan. Aivan ensimmäisenä aloin rekryämään ihmisiä kyselylomakkeen avulla. Lähestyin pöytää ja esittelin itseni ja asiani. Tiedustelin tietenkin, että olisiko hetki aikaa osallistua pieneen kyselyyn. Kyselylomakkeen tarkoituksenahan oli ensisijaisesti auttaa minua itseä selvittämään olisiko asiakkaat potentiaalisia osallistujia tutkimusiltaan. Monen asiakkaan kohdalla kävi sillä tavalla, että haastattelin ja kysyin lomakkeen kysymykset, jonka jälkeen kysyin halukkuutta osallistua tutkimusiltaani. Kuitenkaan tässä vaiheessa yksikään haastatelluista ei ollut valmis osallistumaan ja näin ollen päätin kokeilla erilaista lähestymistapaa kyselylomakkeen sijaan. Rekryointimenetelmän vaihtaminen niin sanotusti lennosta oli mielestäni oikea päätös, sillä esimerkiksi kieltäytyneen asiakkaan jälkeen tuntui hieman turhalta se, että haastattelu valui melkeimpä hukkaan, koska asiakkaalla ei ollut halua tai aikaa osallistua tutkimusiltaan. Haaste tai oikeastaan epäkohta myös kyselylomakkeessa oli se, että esimerkiksi viereiseen pöytään ei voinut mennä olematta kutsumatta heitä tutkimusiltaan jos taas edellistä pöytää oli

kysynyt iltamaan. Sama ilmiö toistui myös toisinpäin, eli seuraavaa pöytää ei voinut kutsua tutkimusiltaan, jos edellistäkään pöytää ei kutsunut. Menetelmä siis vaihtui ja se oli oikea ratkaisu. Se, että menin pöytään esitin asiani ja kysyin suoraan ihmisiltä, että olisiko heillä halukkuutta osallistua tutkimusiltaan herätti jo pöydässä ehkä enemmän keskustelua ja ihmiset kiinnostuivat paljon helpommin illasta. Tällä tyyllillä sainkin kutsuttua ihmisiä tutkimusiltaan sen kaksitoista kappaletta. Näistä kuitenkin vain kuusi ihmistä oli halukkaita tutkimusiltana osallistumaan paikalle.

Rekrytointi-iltojen tuloksena kuusi ihmistä osallistui itse tutkimusiltaan. Tutkimusilta alkoin sillä, että minä ja Saija yhdessä valmistelimme kellari tilan, jossa tilaisuus pidettiin. Kirjoitimme fläppitaululle illan ohjelman, ryhmätöiden selvitykset sekä muuta tärkeää. Sitten jaoin myös niin sanotuille ryhmätyöpöydille omat fläppipaperit, tussit sekä maalatinteipit, jotta ryhmät voisivat teipata tuotoksensa seinään. Tämän jälkeen kävimme läpi illan ohjelmaa ja sen miten tutkimusilta vedettäisiin läpi. Eli minun olisi tarkoitus vetää ilta läpi, sillä opinnäytetyö kokonaisuudessaanhan on minun projektini ja sen takia olisi tärkeää, että saisin vetää koko tapahtuman alusta loppuun. Sen jälkeen kun olimme yhdessä käyneet läpi illan ohjelmaa Saija lähti tekemään vielä hieman omia töitään ja minä jäin kellariin jännittämään ja keskittymään urakkaani. Olin tehnyt valmiiksi itselleni lunttilappuja, joista sitten pystyisin tarvittaessa lukemaan jos ajatus on meinaamassa katketa. Tämän jälkeen oli sitten itse vuorossa tutkimusilta, eli alkoi asiakkaiden odottaminen. Itse olin odottamassa ottamassa vastaan ihmisiä jo hyvissä ajoin puoli viiden aikaan (tilaisuushan alkoi viideltä). Kappeli omalta osin osallistui tilaisuuteen tarjoamalla alkuun välipalana ihmisille lohi- ja katkarapuleipiä sekä viiniä ja muita virvokkeita. Näin sivuhuomioma voisin sanoa, että tämä olisi voinut olla yksi vetotekijä rekrytointitilaisuudessa, joka olisi voinut houkutella ihmisiä paikalle enemmänkin kuin se kuusi.

Lopulta hieman ennen kello viittä ihmisiä alkoi saapumaan ja olin itse tervehtimässä ja ohjaamassa heitä kahvilan puolella oikeaan paikkaan. Pääsimme aloittamaan suunnitellusta noin 15 minuuttia myöhässä, sillä toivoin itse ainakin, että paikalle olisi tullut enemmän väkeä, joten tämä oli yksi syy miksi aloitus myöhästyi hieman. Toinen syy oli myös se, että halusimme antaa jo paikalla

oleville osallistujille aikaa nauttia tarjotusta syötävästä ja juotavasta, sekä sosialisoitua hieman keskenään. Seuraavassa luettelossa kerron, miten työpaja sujui.

Alkajaisiksi asiakkaat (kuusi kappaletta) saapuivat tutkimusiltaan hieman ripoitellan. Ensimmäiset tulivat noin viittä vaille 17 eli aivan sopivaan aikaan. Seuraavat viideltä ja muutama vielä hieman viiden jälkeen. Ensimmäisenä heitä vastassa olin minä, jonka tehtävä oli tervehtiä osallistujia ja ohjata heidät kellariin. Siellä vastassa heitä oli Saija, joka tarjosi välipalat sekä sellaiset juomat mitä kukakin halusi.

Esittelykierron vuoro. Ensimmäisenä toivotin asiakkaat tervetulleeksi tilaisuuteen ja kerroin hieman itsestäni, että kuka olen, mitä teen ja miksi teen tällaista opinnäytetyötä. Sen jälkeen Saija kertoi itsestään ja hieman projektista mitä olimme nyt tekemässä. Alkuun olimme Saijan kanssa ajatelleet pientä tutustumisleikkiä, jossa jokainen saisi kertoa vierustoverilleen kuka on, mitä tekee ammatikseen ja mikä on paras muisto Espanadilta (Espan puistosta). Tässä vaiheessa yleisökin alkoi aktivoitumaan, sillä jo ensimmäinen ehdotus kuului. Ehdotus oli, että pienemmän ryhmän olisi helpompi esittäytyä ihan vain jokainen vuorollaan koko porukalle. Tässä vaiheessa minun mielestäni oli ensimmäinen kunnan ongelmatilanne oman osuuteni kannalta. En ollut ehkäpä varautunut tarpeeksi vahvasti muutokseen/yllätyksiin. Saija huomioi tämän ja alkoi ottaa itselleen vahvempaa roolia. Tätä itse pidän vain positiivisena asiana, sillä itse en olisi saanut vedettyä tutkimusiltaa läpi sellaisella rentoudella ja tarmolla, että siitä olisi tullut niinkin onnistunut, mitä se oli. Tilannehan tässä oli se, että osallistujat esittäytyivät yksitellen ja olinkin siitä iloinen, että olin saanut niin kirjavan joukon paikalle. Paikalla oli muunmuassa markkinoinnin ammattilainen, poliitikko ja yliopisto-opiskelija. Esittelykierron onnistui ja mielestäni tässä vaiheessa tutkimusilta oli sujunut tavoitteiden mukaisesti, eli ihmiset eivät jännittäneet tilaisuutta, paitsi allekirjoittanut.

Aiheen ja päivän ohjelman esittely kesti noin 10 minuuttia. Kerroin muutamalla sanalla opinnäytetyöstäni ensimmäisenä. Kuitenkin pidin sen osuuden lyhyenä, koska olin jo aikaisemmin kertonut päivän aiheesta ihmisille. Tässävaiheessa sain

hieman palautetta rekrytointiprosessistani, sillä yksi osallistuja oli ainakin sitä mieltä, että olisin voinut alustaa rekrytointitilanteesta mihin ihmiset ovat tulossa. Kommentti oli ihan järkevä, sillä itse asiaa mietittyäni olisi todellakin voinut olla kannattavampaa esitellä asia monipuolisemmin jo rekrytointitilaisuudessa. Ehkä tällöin osallistujiakin olisi ollut useampi. Olimme valmistelleet fläppejä tilaisuutta varten oli tavallaan helppo alkaa esittelemään kaikille päivän epistolaa. Olimme teipanneet aikataulu-/ohjelmafläpin seinälle, jotta jo kaikki tullessaan sekä tapahtuman aikana voisivat nähdä, mitä on tulossa ja missä mennään. Ensimmäisenä esittelimme (huom esittelimme, koska Saijakin osallistui puhumiseen tässävaiheessa osaltaan) päivän ohjelman. Selitimme aina hieman jokaista ryhmätyötä eli niin sanotusti avasimme niitä jokaista ja kerroimme, että myöhemmin tarkennusta ohjeisiin. Saija oli tässä vaiheessa se, joka sanoin tärkeämpiä asioita kokonaisuuden kannalta, kuten että mitään ideoita ei tarvitse hyljätä, sillä kaikki ne ovat mahdollisesti käyttökelpoisia.

Ensimmäinen yhteinen ryhmätyö oli noin 15 minuuttin mittainen. Ensimmäisen ryhmätyön aiheena oli siis kehittää Kappeli Cafeta konkreettisilla ideoilla ja pienillä arkipäivän muutoksilla. Tämän tehtävän tarkoituksena oli olla niin sanottu lämmittelytehtävä, jolla asiakkaiden ideasuonet saataisiin kukkimaan. Tavoitteena oli saada viidentoista minuutin ajan hyvin konkreettisia ideoita Kappeliin, jotka voitaisiin heti toteuttaa pienillä muutoksilla. Tämä tehtävä toteutettiin sillä tavalla, että kerroimme ensin aiheen, jonka jälkeen puheenvuoro siirtyi osallistujille. Itse toimin lähinnä kuuntelijan roolissa ja Saija kommentoi ideoita, koska hänellä on ymmärrettävästi enemmän kosketuspintaa ja tietoa siitä, voisiko kyseistä ideaa mahdollisesti toteuttaa vaikka samantien. Saija myös kirjasi kaikki ideat fläppitaululle, minkä kerkesi. Tehtäv oli mielestäni tuottoisa, sillä ideoita saatiin runsaasti, noin viisitoista eli yksi idea minuutissa perusteluineen. Opinnäytetyön lopussa liitteenä on kuvat fläppipapereista, joita ideoimme, joten sieltä näkyy, kuinka tuotteliaita osallisuudet olivat. Ensimmäisen ryhmätyön jälkeen oli aika jakaa ryhmät ja koska ryhmäkokotavoitteeni ei tullut täyteen siirryttiin ryhmätöistä paritöihin. Päätimme yhdessä porukan kanssa, että on parempi työskennellä yhdessä tutun henkilön kanssa, jotta tilannetta ei välttämättä jännittäisi niin paljon. Eli jaoin ryhmät ryhmiin yksi, kaksi ja kolme ensimmäisen ryhmätyön päätteeksi.

Toisen ryhmätyön aiheenahan oli hullutteluideat, eli jokaisen parin oli tarkoituksena keksiä mahdollisimman omaperäisiä, ”out of the box” –tyylisiä ideoita Kappelin kahvilalle. Tässä tehtävässä ajatuksen oli tarkoitus lentää ja tarkoituksena oli keksiä niin sanotusti unelmien kahvilaa, kahvilaa, jossa olisi kaikki se, mitä itse haluaisi. Samankaltainen ohjeistus tuli pareille minulta ja Saijalta ennenkuin jokainen pari siirtyi omalle ryhmätyöalueellensa työstämään ideoitaan. Vielä ennen siirtymistä Saija tarjoili osallistujille toisen kierroksen viiniä sekä muuta mitä ihmiset joivat. Itse Saijan kanssa siirryimme oman pöydän ääreen keskustelemaan siihenastisesta tutkimusillan kulusta. Teimme oikeastaan siinä päätöksen, että on parempi, että Saija on enemmän vastuuvetäjän roolissa, sillä onhan hänellä kokemusta aikaisemminkin samanlaisesta työmuodosta, sekä hän on käynyt koulutuksissa tällaisia iltoja varten. Kun ryhmätyö oli käynnissä kävimme Saijan kanssa kiertämässä pöydissä välistä ja katselemassa minkälaisia tuloksia ihmiset ovat saaneet ja mahdollisesti tsemppaamassa heitä vielä hullumpiin ideoihin. Samalla tiedotimme aina jäljellä olevasta ajasta ryhmille.

Toisen ryhmätyön purku ja kahvittelu samassa yhteydessä oli seuraava vaihe. Kappeli oli tässävaiheessa tutkimusiltaa tullut mukaan siten, että he olivat tuoneet kahvit sekä korvapuustit asiakkaille välipalana. Koska aikataulu oli hieman venynyt päätimme, että pidämme ryhmätöiden esittelyn, sekä kahvitauon samaa aikaa. Ryhmätyöt esittelimme siten, että kävin teippaamassa aina kunkin ryhmän tuotokset seinälle pöytämme ympärille ja sieltä sitten jokainen ryhmä sai kertoa omat tuotoksensa. Ensin haettiin kahvit, jonka jälkeen kokoonnuttiin pöydän ympärille kuuntelemaan ryhmäläisiä. Oma osuus tässä taas oli se, että kuuntelin ideoita ja samalla olin mukana tunnelmassa, sekä kommentoin väliin jos minulla oli kommentoitavaa. Saija taas ravintolapäällikön ominaisuudessa otti isomman roolin kommenteissa, sillä kuten sanottua hän on tehnyt aikaisemminkin tällaisia ryhmätöitä/tutkimusiltoja ja osaa kuitenkin sanoa, mikä olisi ihan super hyvä kehitysidea Kappelille. Etenimme järjestyksessä ryhmä yksi, ryhmä kaksi ja ryhmä kolme. Kaikilla ryhmillä tuli hyviä ideoita ja monta ja osa niistä oli varsin toteuttamiskelpoisia (ideat analysoin vasta myöhemmässä kappaleessa). Tämän jälkeen lähdettiin tauolle, jolle annoimme aikaa noin viisi minuuttia. Halukkaat pääsivät siis hieman jaloittelemaan ja wc-/tupakka tauolle.

Kolmas ryhmätyö ja viimeinen ryhmätyö kesti noin 10 minuuttia. Kolmannen ja viimeisen ryhmätyön aiheena oli siis Kappeli Cafen kahittäminen kolmen eri teeman ympärillä pyörivien ideoiden kautta. Ryhmä yksi sai tehtäväkseen miettiä ruokapuolta, ryhmä kaksi mietti ideoita taas juomatuotteesta ja ryhmä kolme mietti ideoita siitä, minkälaisia tunnelma ja fiilistekijöitä Kappelissa voisi parantaa. Esittelimme aiheet ja jaoimme ne ryhmille ja painotimme ryhmätyössä sitä, että aiheena on ”mitä tekisit Kappelille, jotta tulisit uudestaan ja jotta toisit kaverinkin tänne”. Painotimme myös, että tehtävässä olisi hyvä miettiä sitä, että miten näitä tuotteita (ruoka, juoma, tunnelma) tulisi parantaa etenkin seuraavaa syksyä ja talvea silmälläpitäen. Kaava ryhmätyölle oli sama, eli jaoimme aiheet ja sen jäljkeen parin menivät tutuille paikoille istumaan ja aloittivat työskentelyn. Taas Saijan kanssa kiersimme katselemassa tuotoksia ja samalla kerroimme ajasta, että paljonko sitä on jäljellä. Syy miksi lyhensimme aikaa suunnitellusta oli se, että tutkimusilta lähenei kohti loppuaan ja ryhmäkoko oli kuitenkin pienempi mitä olin odottanut.

Ryhmätyön purettiin, noin kymmenessä minuuttissa. Viimeisenä oikeana työvaiheena oli asiakastyöpajan kolmannen ryhmätyön purku. Se tapahtui myös samalla kaavalla, mitä toisen ryhmätyön purku. Parit saapuivat takaisin pöydän ääreen, joka toimi niin sanotusti ”tukikohtana”. Sen jälkeen kävin taas teippailemassa pariin fläppipaperit seinälle, jossa ne olisivat kaikille nähtävissä ja joista ne olisi helppo esittää muille. Ryhmät esittelivät tuotoksensa ja taas kuten aiemmissakin ryhmätöissä niin minun kuin Saijankin mielestä ideat olivat todella hyviä ja toteuttamiskelpoisia.

Viimeisenä vaiheena oli tilaisuuden lopettaminen kiitimme Saijan kanssa kaikkia ja Saija piti vielä meidän molempien puolesta pienen loppupuheen. Itsekin sanoin tottakai muutaman sanan illasta ja kiitin kaikkia osallistujia ilmestymästä paikalla. Kerroin myös avoimesti miltä minusta itsestäni on tuntunut tehdä tätä projektia. Osallistujat olivat myös äänessä tässävaiheessa ja antoivat avoimesti palautetta ja kiitosta illan kulusta. Tämänjälkeen kun sanottavat oli sanottu, Saija jakoi vielä kaikille osallistujille Kappelin lahjoittamat lahjakortit, sekä muutamia kuohuviinilippuja. Tämän jälkeen otettiin vielä muutama ryhmäkuva jonka jälkeen tutkimusporukka lähti tilaisuudesta. Me itse jäimme vielä Saijan kanssa

alustavasti purkamaan tuloksia ja miettimään/fiilistelemään iltaa. Seuraamme liittyi myös yksi Kappelin päälliköistä, jolle Saija esitteli fläppejä ja ideoita mitä illan aikana oli syntynyt. Viimeisenä tehtävänä oli vielä siivota paikat ja kerätä materiaali talteen. Kuvasin kaikki fläppipaperit kamerallani ja siivosimme paikat, jonka jälkeen minä itse lähdin purkamaan tuloksia.

3.5 Työpajaillan tulokset/ideat

Ensimmäisessä ryhmätyössä oli siis tarkoituksen kerätä mahdollisimman paljon sellaisia ideoita, millä Kappeli saisi pienellä vaivalla parannettua asiakkaan Kappeli-kokemusta ja, että asiakkaan asiointi helpottuisi. Ideat olivat hyviä ja käyttökelpoisia. Ideoita saatiin aikaikseksi kaksi fläppipaperillista. Ensimmäisenä ehdotuksena oli musiikki. Asiakkaat toivoivat enemmän artisteja soittamaan Kappeliin. Yhtenä esimerkkinä toivottiin tunnettua pianisti & säveltäjä Iiro Rantala ja toivottiin niin sanottua ”Iiro Rantala- iltaa”. Samassa ideassa oli mukana myös, että Kappeliin saataisiin erilaisia teemailtoja musiikin suhteen, kuten iskelmäilta tai jazzilta. Seuraavana ideana tuli esille lehdet. Nuoremman sukupolven edustaja perusteli lehtien tarpeellisuuden hyvin sillä hänellä oli ollut hyvin vähänaikaa sitten Kappelissa tilanne, jolloin hän oli joutunut odottamaan kavereitaan ja mainitsi siksi lehdet, että ajan kuluksi olisi jotain tekemistä/luettavaa. Toivelistalla olivat esimerkiksi aikakausi- ja sisustuslehdet, sekä ulkomaiset ja sanomalehdet. Seuraava idea oli tuoksumarkkinointi, elikkäs esimerkiksi jos Kappelin kahvila haluttaisiin markkinoida laadukkaana kahvilana, kahvin hajua voisi korostaa esimerkiksi vasta jauhetun kahvi tuoksulla tai sitten esimerkiksi herkullisen pullan tuoksulla. Tuoksu voisi tulla heti ovelta vastaan tai miksei jopa levitä kadulle asti. Seuraavaksi ideoitiin viihtyisää sisustusta. Työpaja ryhmä toivoisi viihtyisämpää sisustusta esimerkiksi pehmeillä sohvilla ja sohvaryhmillä, joita voisi olla enemmän. Myös verhoja kaavailtiin, mutta tässävaiheessa kritisoitiin hieman sitä, että voiko rakennuksen puolesta asettaa esimerkiksi verhoja seinille, koska rakennushan on historiallisesti tärkeä ja myöskin suojeltu osittain. Seuraavat pari ideaa olivat teemat ja eri vuosikymmenet. Esimerkiksi tarjoilijoilla voisi olla päällään silloin tällöin

teemoittan vaihtuvia asusteita. Teemat voisivat liittyä esimerkiksi eri vuosikymmeniin. Tällätavalla saataisiin vähän elävyyttä myös henkilökunnan olalta kahvilan tunnelmaan. Pöytiintarjoilu oli seuraava idea. Oikeastaan oli hyvä, että tämä idea tuli näin alkuvaiheessa, sillä se on minun ja monen työryhmäläisenkin mielestä tärkeä tekijä kahvilassa. Varsinkin kahvila, jonka laatuodotukset on korkealla asiakkaan puolelta, sekä laatu muutenkin on korkea, kuuluisi ryhmän mielestä pöytiintarjoilu osaksi Kappelin kahvilaa. Tässä ideassa verrattiin kahvilaa muihin huippikahviloihin, kuten Kämp ja Café Ekberg.

Toinen fläppi alkoi idealla sisäänheittäjä. Toivottiin siis etelä-euroopan mallista sisäänheittäjä työntekijää, joka houkuttelisi asiakkaita käymään sisään kahvilaan. Tämän jälkeen toivottiin rennompaa tunnelmaa. Idea syntyi siitä, kun yksi ryhmäläisistä oli saanut aivan loistavaa asiakaspalvelua joltain tarjoilijalta (en muista nyt missä ravintolassa). Tarkoilija oli ollut hyvin rempseä ja rento, mutta silti hauska ja erittäin myyvä. Ideana oli siis, että Kappelin tarjoilijoilta pyydettiin samaa. Aina ei tarvitse olla niin jäykkä vaikka työpaikka onkin arvokas. Seuraavana toivottiin, että asiakkaat tuntisivat itsensä enemmän huomioiduksi. Se voisi toimia esimerkiksi sillätavalla, että heti ovella olisi vastassa joku, joka moikkaisi ja mahdollisesti ohjaisi oikeaan paikkaan (kahvila/ravintola/baari). Jonkun mielestä esimerkiksi tapaksen tyyliiset pikkupurtavat sopisivat hyvin kahvilaa. Tämä idea perusteltiin sillä, että aina ei tarvitsisi syödä sitä isoa leipää tai muuta isoa korvapuustia. Kappelin kahvilan tiski on ”linja-autoasemamainen” seuraavan idean isän mielestä. Näin hän kuvaili kahvilan tiskiä, joka on ehkä hieman kolkko ja kylmä. Ideana oli se, että Kappelin kahvilan tiskiä saataisiin jollain konstilla persoonallisemmaksi ja runsaammaksi. Seuraava idea koski akustiikkaa. Se perusteltiin sitn, että Kappelin kahvilassa on usein kova häly. Parannetulla akustiikalla saataisiin tilaa paljon viihtyisämmäksi. Taas törmättiin kuitenkin vastaam kysymykseen, että miten tämän voisi toteuttaa ottaen huomioon talon vaatimukset. Samaan ideaan liittyivät myös musiikki ja varsinkin kun sitä on niin silloin hälyn tulisi olla pois, sekä akustiikan tulisi olla myös sellaista, että keskustelu olisi mahdollista.

Toisen ryhmätyön aiheena oli hulluttelu ideat ja ajatusten lento. Ryhmä kolme sai seuraavanlaisi ideoita; ilta tarjoilijana, teemaillat, järjestöesittäytymiset,

sesonkimenut, ennustettavien turistiryhmien huomioiminen menussa/ohjelmassa sekä kulttuurien huomioiminen, keskustelua suomalaisuudesta, markkinointikanavat ja tavat, Kappelin oma erillinen kanta-asiakasohjelma ja Espa-illat, sekä taidenäyttelyt. Kaikki näistä olivat erittäin mielenkiintoisia ideoita. Esimerkiksi ilta tarjoilijana idea oli aivan loistava. Tämän idean tarkoituksena olisi esimerkiksi, että joku julkisuudesta tuttu henkilö tulisi illaksi töihin Kappeliin ja esimerkiksi henkilön sen illan palkka annettaisiin hyväntekeväisyyteen. Tämä olisi minun ja ryhmän mielestä loistavaa julkisuutta niin itse ”julkikselle”, sekä itse Kappelille. Myös vaalikampanioiden alla poliitikot voisivat kunnostautua ”ilta tarjoilijana”- tapahtumassa. Mikä olisikaan parempi keino päästä ihmisten lähelle kuin tehdä töitä heidän lähellään asiakaspalvelu ammatissa ja kyllähän se aikamoinen kokemus olisi jos esimerkiksi tiskin takaa café lattea tarjoilisikin tutun tarjoilija sijasta vaikka jo edellä mainittu Iiro Rantala tai Johanna Tukiainen. Teemaillat oli myös ryhmän yksi listalla. Esimerkiksi keskusteluillat ja konsertit/esiintymiset olisivat ideoita, itä he haluaisivat unelmien kahvilaansa. Näistä illoista voisi myös lähettää webcastia, jolloin tavallaan kahvila olisi kotonasikin. Järjestöesittäytymiset toisivat tottakai myös asiakkaita mukanaan, esimerkkeinä Martat tai Suomrn Punainen Risti. Keskustelua suomalaisuudesta tarkoitti sitä, että ihmiset saisivat kysyä esimerkiksi venäläisiltä asiakkailta, mitä mieltä he ovat Suomesta ja suomalaisuudesta. Näin saataisiin hieman erilaista näkökulmaa siihen, mitä oikeasti ihmiset ajattelevat Suomesta. Tällä mahdollisesti voitaisiin parantaa esimekiksi sesonkimenuja ja kulttuurit osattaisiin huomioida paremmin. Espa-illat taustalla oli se, että Esplanadilla sijaitsevat yritykset voisivat jossain määrin tehdä yhteistyötä ja esittäytyä Kappelissa. Esimerkiksi vaate ja koruliikkeillä voisi sillointällöin olla esillä omia tuotteitaan kahvilassa ja vastaavasti liikkeet mainostaisivat Kappelin palveluita omille asiakkailleen.

Ryhmän kaksi ideat olivat myös hyviä. He saivat seuraavanlaisia ideoita kasaan fläppipapereille. Molemmilla fläpeillä oli noin kymmenen ideaa. Ensimmäisellä oli muun muassa seuraavanlaisia ideoita; muhevammat sohvot, afterwork ja pullotarjoukset, hämyinen ja lämmin tunnelma syksyyn ja talveen, stand up-iltoja, mukavia sohvaryhmiä terassille, nimikkojuoma talveksi, hyvät naulakot päällysvaatteille, musiikki taustalle, wifi, sosiaalinen media ja erilaiset kanavat,

sekä check-in palkinnot. Näistä esimerkiksi afterwork tarjouksilla haettiin juuri samanlaisia tarjouksia myös talven ajaksi, sillä usein afterwork ajatellaan olevan vain kevään ja kesän ”juttu”. Myös pullostarjouksia haluttiin talveksi. Hämyisen ja lämpimän tunnelman talveen ja syksyyn saisi esimerkiksi kynttilöillä. Tällätavalla saataisiin kahvilaan enemmän tunnelmaa. Ryhmä toivoi myös hyviä naulakoita päällysvaatteille. Ideana ei ollut alkaa tekemään Kappeliin minkäänlaista narikkaa vaan, että naulakkoja olisi sopivissa paikoissa, ettei takkia tarvitsisi pitää aina tuolin selkänojalla tai toisella tuolilla. Naulakot eivät kuitenkaan saisi olla sellaisia, että ne ovat keskellä ja hyvin näkyvillä. Sosiaalisen median käyttöä toivottiin myös. Esimerkiksi foursquare palvelun check-in palkintoja toivottiin Kappeliin, sekä eri kanavien käyttöä esimerkiksi markkinointiin. Esille noisi facebook, instagram ja foursquare. Ryhmän ulkopuolelta tuli maininta Kanniston Leipomon sosiaalisen median käytöstä, että heillä kuulemma on tämä osio hallussa.

Toinen fläppipaperi oli hieman ehkä yllätyksellisempiä ideoita. Esimerkiksi yllätyskylkiäisiä toivottiin. Vaikkapa, että skumppapullon ostaja saisi vaahtokarkkeja tai mansikoita ostaessaan pullon. Lounaalle toivottiin ruokaisaa salaattibuffeeta. Salaattibuffee on kuitenkin kasvattamassa suosiotaan ihmisten alkaessa syömään terveellisemmin. Pyöräteline oli yksi mielestämme todella hyvä idea. Syy siihen oli, että ryhmäläinen oli joutunut jättämään pyöränsä puuhun kiinni tullessaan (mikä on vähintäänkin arveluttavaa). Pyöräteline voisi myös helpottaa muiden pyöräilijöiden saapumista ja Kappelin kahvilan valitsemista kahvitteluhetkeen. Lattioille toivottiin isoja ja paksuja mattoja, jotka voisivat luoda tunnelmaa kahvilassa. Samoin kuin ryhmällä numero yksi tuli mieleen tarjoilijoiden rentous. Tarjoilijoilta toivottiin viihtyvyyttä, mutta myös asiantuntevuutta ja haluttiin, että tarjoilija ”olisivat kuin kotonaan”. Tämä toisi myös asiakkaille ehkä rennompaa fiilistä. Viimenen ryhmän idea oli mielenkiintoinen. He toivoivat takkaa tai useampia kahvilaan. Vaikka voi olla vaikeasti toteutettavissa oleva idea, voisi takka oikeasti olla hyvin voimakas tunnelmanluoja ja vetovoimatekijä kahvilassa, varsinkin kun ollaan syksyissä ja talvikaudella. Muita ideoita ryhmällä olivat esimerkiksi, rauhallinen, mutta eivaivaannuttava tunnelma, out of the box annokset/tuotteet, kuten sämpylöiden ja

piirakoiden tilalle jotain muuta, isot eksoottiset kasvit sekä antipastot afterwork aikaan.

Ryhmä yksi sai myös kaksi fläppipaperillista ideoita aikaiseksi. Heidän ideat oli seuraavanlaisia: ”Iiro Rantala-ilta”, 50:sten ilta niin sanotusti sillä silmällä, kädentaitojen ilta/iltapäivä, takka ja sen lisäksi esimerkiksi fondue, teemailtapäivät, tule tapaamaan julkkista, ajankohtainen poliittinen ilta (esimerkiksi humanitaarinen julkkis), kahvilan värimaailman päivittäminen, mutta vanhan säilyttäminen, seisomapuoli ja istumapuoli, tunnelman luominen jo ovelta, yllätys/yhteistyöilta sekä eri ikäisille suunnattua markkinointia. Iiro Rantala oli siis työryhmäläisten keskuudessa haluttu esiintyjä Kappeliin. Voi olla, että tätä pohjustamassa on Kappelin kuuluisat piano illat, sekä piano keskeisellä paikalla kahvilassa. Viisikymmppisten sillä silmällä ilta oli hauska ja todella yllätyksellinen idea. Miksikäs ei tällaisellekin ikäryhmälle voisi järjestää vähän rohkeampaa iltaa. Kuuluuhan tämä asiakasryhmä tärkeimpiin ja isoimpiin Kappelin asiakasryhmiin. Ryhmä yksi mainitsi myös takan ideoissaan, eli sillä olisi selvästi kysyntää asiakkaiden keskuudessa. Heillä tuli myös mainittua teemailta kuten ensimmäisessä ryhmätyössä, sekä mitä aikaisemmin ryhmä kolme oli mainunut. Seisomapöydät ja istumapöydät idea oli todella hyvä. Se että kahvilassa voisi tulla vain piipahtamaan voisi tuoda lisää asiakkaita, sillä kaikki eivät välttämättä halua aina istuutua pöytään, juoda kahvikupposta ja istuskella. Muualla Euroopassa tällaiset tiskille tarjoillut kahvikupit ovat hyvin yleisiä ja hintakin tällä tavalla juodulla kahvilla on yleensä huokeampi mitä pöydässä juodulla kahvilla. Tunnelman luomista kaivattiin jo ovelle, Tässä ideana oli jo aikaisemmin kuultu sisäänheittäjä tai se, että joku tervehtii ovelta/ heti kun astut sisälle ravintolaan. Ryhmä olikin kirjannut ideaan lauseen ”lämmin tunnelma alkaa jo ovelta”. Yhtenä ideana toivottiin myös yhteistyö ja yllätysiltoja esimerkiksi matkailuun liittyen. Matkapalkinnot eri matkanjärjestäjien toimesta sekä eksoottisten kohteiden markkinointi (miksei vaikka teemojen mukaan).

Viimeisen ryhmätyön tarkoituksena oli miettiä sellaisia ideoita Kappelin kahvilan syksyyn/talveen (hiljainen sesonki), minkätakia juuri sinä, eli asiakas tulisit käymään Kappelissa kahvilla uudestankin ja toisit kaveritkin mukana. Ryhmille jaettiin aiheet, jotka olivat ruokatuote, juomatuote ja miljöö-/tunnelmatekijät.

Ryhmä yksi sai tehtäväkseen ideoida ruokatuotetta. Tuloksena oli monta hyvää ideaa, mitä mielestäni Kappeli voisi käyttää tulevana syksynä ja talvena hyödykseen. Esimerkiksi pienet suolaiset voisivat olla sellainen tekijä, jonka takia juuri tämän ryhmän jäsenet tulisivat takaisin Kappelin. Tarjottavista puhuttiin esimerkiksi tacoista, tortilloista, quicheistä, sekä piirakkapaloista. Myös keittoja toivottiin talvikaudelle. Pienet ruoka-annokset olivat ryhmän suosiossa, sillä se mainittiin jo toisen kerran. Itseasiassa olen todella tyytyväinen siitä, että pienet ruoka-annokset mainittiin, sillä siitä on maininta myös teoriaosuuden puolella. Alkudrinkkien kanssa toivottiin ”ilmaista pikkujuttua” esimerkiksi oliiveja tai suolapähkinöitä. Myös pienet pizzapalat voisivat tepsä ruokatuotteena. Yksi todella hyvä idea oli aamiainen. Esimerkiksi aamiaiset, jotka olisivat Kappelin kanta-asiakkaille hieman halvempia voisi houkutella asiakkaita lisää. Monella muulla huippu kahvilallahan on oma aamiaisensa, kuten Fazerin kahvila, joka sijaitsee aivain korttelin päässä Kappelista. Näin saataisiin sillekin alueelle luotua hieman kilpailutilannetta.

Ryhmän kaksi aiheena oli miettiä mitä uusia juomatuotteita Kappelin syksyyn ja talveen voisi tuoda. Aivan ensimmäinen ryhmän idea oli hieman poikkeava aiheesta, mutta kuitenkin juomatuotteessa pysyttiin. Kesädrinkki, eli sesonkijuoma oli idea minkä he keksivät. Esimerkiksi uutuusjuoma aperol spritzbaari tai jonkin muun merkin brändäämä terassimyyntipiste olisi houkutteleva tekijä tulemaan takaisin Kappeliin. Talveen ideoita tuli myös runsaasti. Esimerkiksi Glühwein juoma eli hehkuviini/lämmin viini ja erikoiskaakaot nousivat esille. Se johtui siitä, että aina ei tarvitse olla sitä samaa Tazzakaakaota tai ihan perusjuomia tarjolla vaan houkuttelevampaa ja kiinnostavampaa olisi tarjota omanlaisia juomia. Samasta syystä oikeastaan tuli ideaksi kahvipavut ja jauhatus. Perus Juhla Mokka on niin kutsuttu jokapaikan peruskahvi. Baristaa siis apuna käyttäen olisi Kappelille hyvä idea esimerkiksi kahvin brändäys erityiseksi ja laadukkaaksi. Luomilimut oli yksi idea. Tällä tarkoitettiin taas samaa kuin äksöisissä ideoissa, eli Graninit ynnä muut merkkituotteet ja yleisimmät juomat pois valikoimasta ja tilalle jonkin toisen esimerkiksi pienemmän yrityksen mehuja. Näin saataisiin juomatuotteeseen taas eroavaisuutta kilpailijoihin nähden. Smoothiet sekä tuorepuritstetut mehut sopisivat ryhmän mielestä Kappeliin oikein hyvin. Esimerkiksi aamun take away tarjouksien käyttäminen laatu mehuista, -

smoothieista ja –kahvista olisi todella hyvä idea. Samoin kuten seuraava; brunssi ja aamiaistarjoilu. Tämä menee hieman edellisen ryhmän alueelle, mutta esimerkiksi shamppanjabrunssi kuulostaisi jo melko tasokkaalta ja hyvältä Kappelin laatuun nähden. Brunssi on kuitenkin kasvattanut suosiotaan nykyään aivan hurjasti ja työpajalaist olivatkin sitä mieltä, että Kappelin tulisi aloittaa myös oma brunssitarjoilu. Viimeisenä ideana oli tee ja sen valikoiman kasvattaminen. Toiveena oli etenkin laatuteetä, mutta ei välttämättä valmiiksi hausutettuja teelaatuja/-merkkejä. Myös esimerkiksi Kappeli voisi itse aloittaa tapahtuman/tempauksen ”5 ’o’ clock tea”, eli tällainen iltapäivän teeetki. Tähän voisi kuulua myös erikoisemmat teeastiatot.

Ryhmälle kolme jäi siis näistä kolmesta teemasta miljöö- ja tunnelmatekijät. Aivan ensimmäisenä täytyy sanoa, että kolmannen ryhmä iskulaise ”Customer is king” oli hyvin teemaan sopiva ja oikeastaan koko illan teemaan sopiva. Akustiikkaa ideoitin tässäkin ryhmätyössä. Yhtenä esimerkkinä tuli esille turpeesta valmistettu akustiikkalevy. Eli ideassa kannatettiin eko ajattelua joka on osaltaan nykyisin hyvin trendikästä. Akustiikka on kuitenkin hyvin tärkeä tunnelmanluoja ravintolassa tai kahvilassa. Jos normaalina päivänä on liikaa hälyä huono akustiikka voi vain voimistaa hälinän tunnetta. Hyvällä akustiikalla taas saa aikaan parempaa tunnelmaa ja hälinä ei välttämättä haittaa jos taustalla soi sopivaa musiikkiakin. Suuri tunnelmanluoja Kappeliin sisään astuessa on asiakkaan tervetulleeksi toivottaminen. Tämä tulisi tehdä jo heti oven edessä kun asiakas astuu sisään, sillä esimerkiksi monesti jotkut voivat jäädä vain odottelemaan ja tuojottelemaan, että mihin he oikein menisivät. Kappelissahan avautuu mahdollisuus mennä kolmeen suuntaan sisälle tullessa, vasemmalle kahvilaan, eteenpäin baariin tai oikealle ravintolaan. Tervetulleeksi toivottaja voisi olla siis samalla neuvoja, että asiakkaalle tulisi tunne, että nyt on tultu hyvään paikkaan. Viihtyisyydessä puhuttiin jälleen takasta sekä kynttilöistä. Ne ovat muodostumassa mitä ilmeisemmin yhdeksi vartenotettavimmista ideoista, mitä tässä työpajassa saatiin. Miljöö ja tunnelma muuttuisi varmasti huomattavasti jos talvikaudelle käyttöön saataisiin takka, sekä kynttilöitä. Viimeisenä ideana oli asiakkuuksista palkitseminen. Jos tällainen käytäntö olisi nostaisi se varmasti tunnelmatekijää juuri sillä asiakkaalla, joka on palkittu ja näin ollen saisi

asiakkaan tulemaan uudestaan ja mahdollisesti suositteluun kahvilaa ystävilleen.

4 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä kappaleessa esittelen johtopäätökseni työpaja illasta, vastaan tutkimuskysymykseen ja esitän työpaja illasta saatujen ideoiden perusteella konkreettiset kehitysehdotukset Kappelin kahvilan parantamiseksi. Vastaan samalla myös tutkimuskysymykseen, millaisilla tekijöillä ravintola Kappelin kahvilaa saataisiin kehitettyä siihen suuntaan, että sen nykyiset asiakkaat tulisivat useammin viettämään kahvihetkensä juuri Kappeliin ja miten uusia asiakkaita saataisiin pysymään Kappelin asiakkaina.

4.1 Kehittämisehdotukset

Asiakastyöpaja oli mielestäni erittäin tuottoisa. Siellä tuli esille monia ideoita, jotka minua itseänikin ovat mietityttäneet, miksi ei tällaista ole vielä ideoitu suomalaisessa kahvilakulttuurissa ja/tai Kappelissa. Toisaalta olen myös aika varma siitä, että monia näistä ideoista on mietitty, mutta niitä ei välttämättä ole lähdetty jalostamaan tarpeeksi. Ehkä näin on käynyt resurssien puutteen vuoksi tai vaikkapa tarpeellisuuden puuttumisen ja näyttämisen vuoksi.

4.1.1 Pöytiintarjoilu

Itse ehdotan ainakin vahvasti Kappeli Cafélle pöytiintarjoilumallin ottamista käyttöön. Työpajassa muutamaan otteeseen kuitenkin mainittiin pöytiintarjoilu tunnelmanluojana ja itse kyllä tuntisin mielihyvää asiakkaana, jos saisin siellä pöytiintarjoilua. Se on sellainen tekijä kahvilassa ja varsinkin niinkin laadukkaassa kahvilassa kuin Kappelilla on, mikä tuo aivan takuuvarmasti ihmisiä yhä uudestaan kahvilan asiakkaiksi myös hiljaisella sesongilla. Se fakta, että muutamilla lähialueen, sekä Helsingin isoimilla ja myös historiallisesti isoilla kahviloilla on käytössä pöytiintarjoilu, puhuu vain puolestaan sille, että Kappelinkin tulisi sitä omassa toiminnassaan hyödyntää.

4.1.2 Kahvi

Ehdotan myös tuoksumarkkinoinnin jonkinasteista hyödyntämistä. Tämä liittyy hieman siihen, mitä juomatuotteen kehitys –ryhmätyössä tuli tuloksia. Ryhmältä saatiin mielipide esimerkiksi siitä, että Kappelin kahvilan tulisi brändätä itselleen oma kahvi-merkki/-laatu. Esimerkiksi yhteistyö Helsinkiläisen paahtimon Kaffa Roasteryn kanssa olisi positiivista juomatuotteen (kahvi) kohentamisessa. Seikka, että Kappelilla olisi oma kahvi, voisi tuosa asiakkaita myös muistakin asiakaskunnista, kuten kahvinautiskelijat/-hifistelijät. Kahvihifistely on kuitenkin lisääntymässä päin micropaahtimoiden ja kahvin jauhamisen lisääntymisen myötä. Sitä, miksi tämä ehdotus liittyy tuoksumarkkinointiin, on se, että vastajauhetusta kahvista lähtee aivan todella hyvänhajuinen tuoksu, ja varsinkin aamutuimaan tällainen vastajauhetun kahvin tuoksu ovesta tullessa saisi varmasti monelle asiakkaalle veden kielelle.

4.1.3 Villit ideat

Haluan ottaa myös mukaan ehdotuksiini muutamia villejä ideoita, sillä ne ovat kuitenkin sellaisia, joista loppupeleissä hyvät paikat ja erikoisemmat paikat muistetaan. Ryhmän ideoiden joukosta valitsin ehdotukseksi sen, että Kappeli panostaisi esimerkiksi yllättävyyteen tarjonnassa. Esimerkiksi stand-up ilta keskelle talvea tai syksyä olisi varmasti suuri piristysruiske asiakasmäärille ja asiakaskokemukselle. Jos ihan villeimpään ideaan mennään, erityisen mieleenpainuvaa voisi olla niin sanottu ilta tarjoilijana –ilta, jolloin julkisuudesta tuttu henkilö tulisi esimerkiksi hyväntekeväisyyskampanjan voimin tekemään töitä yhdeksi illaksi. Sillä saisi julkisuutta itse työn tekijä, Kappelin kahvila ja sillä kerättäisiin rahaa hyvään tarkoitukseen, ja tietenkin asiakkaat saisivat erilaisia elämyksiä kahvilassa. Myös pyöräteline kannattaa laittaa harkintaan, vaikka se ei välttämättä niin syksyn ja talven juttu olekaan, mutta vaikka sitten seuraavaa kesää varten.

4.1.4 Sisustus ja tunnelma

Moneen kertaan työpajassa mainittu takka on varmasti todella iso ja hyvä tunnelman luoja kahvilassa kuin kahvilassa. Varsinkin talvella ja syksyllä, kun illat pimenevät, takka voi olla sellainen tunnelmanluoja, jonka takia ihmiset saattavat hakeutua kahville juuri Kappeliin. Takanhan ei tarvitse olla oikea puutakka vaan sisustukseen ja teemaan/tyyliin sopiva takka, esimerkiksi sähkötakka, joka toisi varmasti paljon tunnelmaa jo itsessään. Takka-asiaa kannattaa selvittää, sillä työpajassahan tuli monesti esille takka ja vieläpä monesti eri näkökulmasta, joten voidaan turvallisin mielin todeta, että kysyntää varmasti on. Kappelin täytyy vain miettiä, että millä tavalla se olisi kaikista paras toteuttaa ja mikä olisi tapa, jolla sen saisi toteuttaa muuttamatta talon historiallisesti arvokkaita rakenteita. Takka ei ole kuitenkaan ainut, mitä sisustalle voisi tehdä, sillä muutamia tyyliin sopivia sohvaryhmiä voisi miettiä hankkivan kahvilan puolelle sekä muutenkin ehkä päivittää kalusteita. Sen lisäksi vielä musiikkiin, hälinään ja akustiikkaan olisi hyvä kiinnittää huomiota. Esimerkiksi musiikin äänenvoimakkuus on tärkeä, eikä sitä ei ole vaikea kuitenkaan lisätä tai vaimentaa tarpeen mukaan. Jos on paljon asiakkaita musiikkia laitetaan isommalle, jos taas on pienempi taustahälinä, laitetaan musiikki hiljaisemmalle.

4.1.5 Ruoka

Ruokatuotteen puolelta ehdotan, että Kappeli aloittaa brunssitarjoilun. Sen voisi toteuttaa joko työpajassa ehdotuksena tulleen shamppanjabrunssin muodossa (esimerkiksi lauantain ja sunnuntain shamppanjabrunssi) tai sitten panostaisi esimerkiksi laadukkaaseen sunnuntaibrunssiin, vaikkei se olisikaan nimellä shamppanjabrunssi. Kuitenkin jos nimiehdotuksia miettii niin shamppanjabrunssi voisi olla oiva vetonaula Kappelin sunnuntain aamupäiviin, sillä tietääkseni ainakan kovin monet vastaavat yritykset eivät tee brunssiaan kyseenomaisella tavalla. Ruokatuotteesta ehdotan myös pienien leivosten, kakkujen, suolaisten ja makeiden lisäämistä ja tuomista asiakkaan saataville. Tämän ehdotuksen hyödyllisyysnäkökulmaa lisää myös se, että työpajassakin useampaan otteeseen puhuttiin erilaisista syötävistä, mutta pienemmässä muodossa, joten silmät ja

korvat auki trendien suhteen ja pienempiäkin leivonnaisia/suolaisia leivoksia tarjolle.

Työpajassa saatiin myös todella paljon muita varsin varteenotettavia ideoita kahvilan kehittämiseksi. Koska kaikki ideat on kirjattu jo aikaisemmin työpajan tuloksia osiossa, en tässävaiheessa lähde niitä uudelleen kirjoittamaan.

4.2 Työpajan tulosten analyysi teoriapohjaan verraten

Hienoja tuloksia olivat kaikki, mitä saavutin Kappelin asiakastyöpaja illallani. Sain aivan loistavia ideoita siihen, että minkälaisia kehitysehdotuksia lähden Kappelin kahville tekemään. Jos vertaa opinnäytetyön teoriaosuutta siihen, minkälaisia yhteläisyyksiä sieltä löytyi työpajan ideoihin verrattuna, voi löytää joitain samanlaktaisuksia. Kuitenkaan yhtäläisyyksiä ei ollut hirveän paljon, sillä asiakastyöpajan tuloksen koskivat monessa määrin tunnelmaa, markkinointia ja miljöötä, jotka olin rajannut pois tästä opinnäytetyön teoriaosuudesta.

Erityisen tyytyväinen olen siitä, että minun niin hehkuttama ja tutkimani kahvipapu, sen paahtaminen ja jauhaminen tuli esille myös työpaja illassa. Olen vahvasti sitä mieltä, että kuitenkin kahvilan yksi kilpailuvaltti ravintola-kahviloille on juuri se oikeanlainen kahvi. Esimerkiksi jos kahvilla erottuu massasta, jos kahvissa on jotain ainutlaatuista on mahdollisuus sen kautta parantaa kahvilan laatua ja tätä kautta saada niitä asiakkaita tulemaan uudestaan. Tämän takia myös yhteistyöselvitys esimerkiksi Kaffa Roasteryn tai vastaavan suomalaisen kahvipaahtimon kanssa olisi mielestäni hyvä tehdä.

Myös pieni on kaunista –trendi-ilmiö tuli esille työpajassa, eli kyllä vain on vahvasti näyttämässä siltä, että Ruotsista kokoajan meille Suomeen päin tulossa oleva virtaus on ottamassa otetta täällä. Esimerkiksi Petit Fours –leivokset kahvin kanssa saataviksi voisi olla oiva vaihtoehto esimerkiksi tällähetkellä saatavissa olevalle Brunbergin suukolle. Tällaisella pienellä liikkellä saataisiin taas ehkäpä laatuäkökulmaa parannettua. Muutenkin pienet syötävät ovat tulossa trendiksi, kuten teoriaosuudessa olen jo maininnut.

Muutamia muitakin juttuja työpajassa mainittiin, mitä olen tutkinut teoriaosuudessa. Näitä ovat esimerkiksi smoothiet, jopa ehkä pikkuisen yllättäen teevaihtoehdot. Täytyy siltikin sanoa, että oli hyvä, että ne otettiin esille, sillä onhan teoriapohjaani viitaten suomalaiset tulossa yhä teetietoisemmaksi kansaksi. Viimeisenä esimerkiksi teestä voisi mieleen jäädä itselleni 5 'o clock tea. Tällaisen hetken/tuotteen kehittäminen voisi tuoda jotain uutta kahvilaan, mitä mahdollisesti ei muualla vielä ole.

LÄHTEET

Painetut lähteet:

Jaatinen S. 2006, Kahvilan pöydässä. 1. painos, Multikustannus Oy [Viitattu 28.5.2014]

Koppinen S., Kumpulainen E., Lehto M. ym 2002, Peti & safka. Tammi Oppimateriaalit [Viitattu 25.4.2014]

Elektroniset lähteet:

Bal M. 2007, Artikkel: Teekulttuuri vahvistumassa kahviloissa – Teema- ja elämyskahvilat seuraava trendi? [Viitattu 10.5.2014]. Saatavissa: <http://deski.fi/9/artikkeli-teekulttuuri-vahvistumassa-kahviloissa-teema-ja-elamyskahvilat-seuraava-trendid-5140>

Baristat.fi 2014a, Kahvin historiaa [Viitattu 7.4.2014] Saatavissa: <http://www.seko.fi/kahvitieto/kahvin-historiaa/>

Baristat.fi 2014b, Espresson historiaa [Viitattu 5.5.2014]. Saatavissa: <http://www.seko.fi/kahvitieto/espresson-historiaa/>

Bernson A. 2012, the Cafes of Vienna: A Guide [Viitattu 2.4.2014]. Saatavissa: <http://www.sprudge.com/the-cafes-of-vienna-a-guide.html>

Butler R. 2000, Following the Viennese Coffeehouse Tradition [Viitattu 2.4.2014]. Saatavissa: <http://www.teaandcoffee.net/1000/retail.htm>

Coffeetalk 2014, Chilly profits: Building Sales Trought Blended and Frozen Beverages [Viitattu 10.5.2014]. Saatavissa: <http://magazine.coffeetalk.com/articles/february10-frozenbev/>

Coffee.net 2014, Coffee Trends to Watch for in 2014 [Viitattu 25.4.2014]. Saatavissa: <http://www.coffee.net/coffee-trends-2014/>

Futurix 2014, Trendianalyysi tulevaisuuden tutkimuksen menetelmänä [Viitattu 24.3.2014]. Saatavissa:

http://www.futunet.org/fi/materiaalit/tutkimus/03_lahestymistapoina/06_toimintaympariston_muutosten_tarkastelu/03_trendianalyysi_tulevaisuudentutkimuksen_menetelmana

GFS 2014, Beverage Products [Viitattu 10.5.2014]. Saatavissa:

<http://www.gfs.com/en/products/product-categories/beverages.page>

Greig R. 2014, The eight types of independent coffee shops you'll find in London [Viitattu 2.4.2014]. Saatavissa: [http://www.now-here-](http://www.now-here-this.timeout.com/2014/01/30/independent-coffee/)

[this.timeout.com/2014/01/30/independent-coffee/](http://www.now-here-this.timeout.com/2014/01/30/independent-coffee/)

HOK-Elanto 2014a, Pääkaupunkiseudun oma osuuskauppa [Viitattu 25.3.2014].

Saatavissa: <http://www.hok-elanto.fi/yrityksesta/>

HOK-Elanto 2014b, Sata vuotta historiaa - ja paljon uudistushaluja [Viitattu

25.3.2014]. Saatavissa: <http://www.hok-elanto.fi/yrityksesta/historiaa/>

Kahwiki 2010, Turkkilainen kahvi [Viitattu 1.4.2014]. Saatavissa

http://www.ristretto.fi/kahwiki/Turkkilainen_kahvi

Kellomäki A 2014, Kahvi on trendijuoma [Viitattu 25.4.2014]. Saatavissa:

<http://ideakeittio.fi/ruoka-artikkelit/kahvi-on-trendijuoma/>

Koivuniemi H. 2013, Kalle Freese: Espresso tehdään nyt kuin suodatinkahvi.

Vantaan sanomat [Viitattu 7.4.2014]. Saatavissa:

<http://www.vantaansanomat.fi/artikkeli/258797-kalle-freese-espresso-tehdaan-nyt-kuin-suodatinkahvi>

Mealey L. 2014, Types of Restaurants [Viitattu 1.4.2014]. Saatavissa:

<http://www.restaurants.about.com/od/glossaryofterms/a/Concepts.htm>

Oxford University Press 2014, Petit Four [Viitattu 18.5.2014]. Saatavissa:

<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/petit-four>

Paajanen S. 2014, The Evolution of the Coffee House [Viitattu 1.4.2014].

Saatavissa <http://coffeetea.about.com/od/history1/a/shophistory.htm>

ParisTravelPlanner 2014, Coffee (Café) in Paris, France [Viitattu 10.5.2014].

Saatavissa: <http://www.francetravelplanner.com/go/paris/rests/coffee.html>

Ravintola Kappeli 2014, Cafe, Bar, Restaurant [Viitattu 26.3.2014]. Saatavissa:

<http://www.kappeli.fi/index.php?id=historia>

Robert Pauligs 2014, Kahvin valmistus ja säilytys [Viitattu 25.4.2014].

Saatavissa: <http://www.robertpaulig.fi/fi/kahvit/kahvin-valmistus-ja-sailytys/>

Rubin A. 2004, Mikä on tulevaisuusverstaas? [Viitattu 6.4.2014]. Saatavissa:

http://www.tulevaisuus.fi/topi/topi_vanha/tekstit/skenaarioty%C3%B6skentely/tulevaisuusverstaas.htm

Superpages.com 2014, What is a Bistro – café? [Viitattu 7.4.2014]. Saatavissa:

<http://www.superpages.com/supertips/bistro-cafe.html>

Tietoa kahvista 2014, Kahvia joka makuun [Viitattu 5.5.2014]. Saatavissa:

<http://www.tietoakahvista.weebly.com/kahvijuomat.htm>

Tikkanen J. 2014, Jättikorvapuusti kannattaa syödä nyt, kun vielä voi –

leivonnaisten koko pienenee, Helsingin Sanomat [Viitattu 18.5.2014]. Saatavissa:

<http://www.hs.fi/ruoka/a1395807258028>

Thurén J. 2011, Lily selvitti: Kahvin tulevat trendit [Viitattu 8.4.2014].

Saatavissa: <http://www.lily.fi/blogit/toimitus/lily-selvitti-kahvin-tulevat-trendit>

Vainio J. 2012, Hyvää suodatinkahvia, kiitos. Aromi [Viitattu 7.4.2014].

Saatavissa: <http://www.aromilehti.fi/aromi-lehti/2012/07/hyvaa-suodatinkahvia-kiitos/>

Wikipedia 2013, Kahvila [Viitattu 1.4.2014]. Saatavissa:

<http://www.fi.wikipedia.org/wiki/Kahvila>

Wikipedia 2014, Internet café [Viitattu 3.4.2014]. Saatavissa:

http://www.en.wikipedia.org/wiki/Internet_caf%C3%A9

Williams-Sonoma 2014, French Bistro Favorites [Viitattu 7.4.2014]. Saatavissa:

<http://www.williams-sonoma.com/recipe/tip/french-bistro-favorites.html>

WiseGEEK 2014, What is an Internet Cafe? [Viitattu 3.4.2014]. Saatavissa:

<http://www.wisegeek.com/what-is-an-internet-cafe.htm>

Muut lähteet:

Savusalo S. 2014. Laatu- ja ympäristövastaava. HOK-Elanto. Henkilökohtainen tiedonanto 20.2.2014

LIITTEET

Liite 1 – Kyselylomake asiakasrekrytointi tilaisuudessa

Kyselylomake – Kappelin kahvilan kehitysprojekti

Nimi ja ikä

Sähköposti

Asiakasomistajuus, omistatko S-Etukortin?

Kuinka usein vieraillet Kappelin kahvilassa?

Minkälaisia tekijöitä Kappelissa on, joiden takia tykkäät käydä täällä?

Mitä haluaisit lisää Kappelin kahvilaan?

Mitä kehittäisit Kappelin kahvilassa?

Liite 2 - Kutsukortti tutkimusiltaan (asettelu alkuperäisessä kortissa erilainen)

**TÄLLÄ KUTSUKORTILLA KUTSUN SINUT MUKAAN
RAVINTOLA KAPPELIN KAHVILAN KEHITYSPROJEKTIIN.**

**PAIKKANA TOIMII RAVINTOLA
KAPPELIN LEGENDAARINEN
KELLARI, JOSSA MONET
SUOMALAISET TAITEILIJAT OVAT
HAKENEET INSPIRAATIOTA
TÖILLEEN.**

Paikka: Kappeli (Kellari)

Aika: tiistai 20.5.2014 klo. 17.00

Projektipäällikkö: Miika Posio

Tarjolla pientä syötävää ja juotavaa

Jos jostain syystä ette pääsekään

osallistumaan lähetä sähköpostiviesti

osoitteeseen miika.posio@student.lamk.fi

– 1867 –
KAPPELI
CAFE | BAR | RESTAURANT

Tervetuloa!

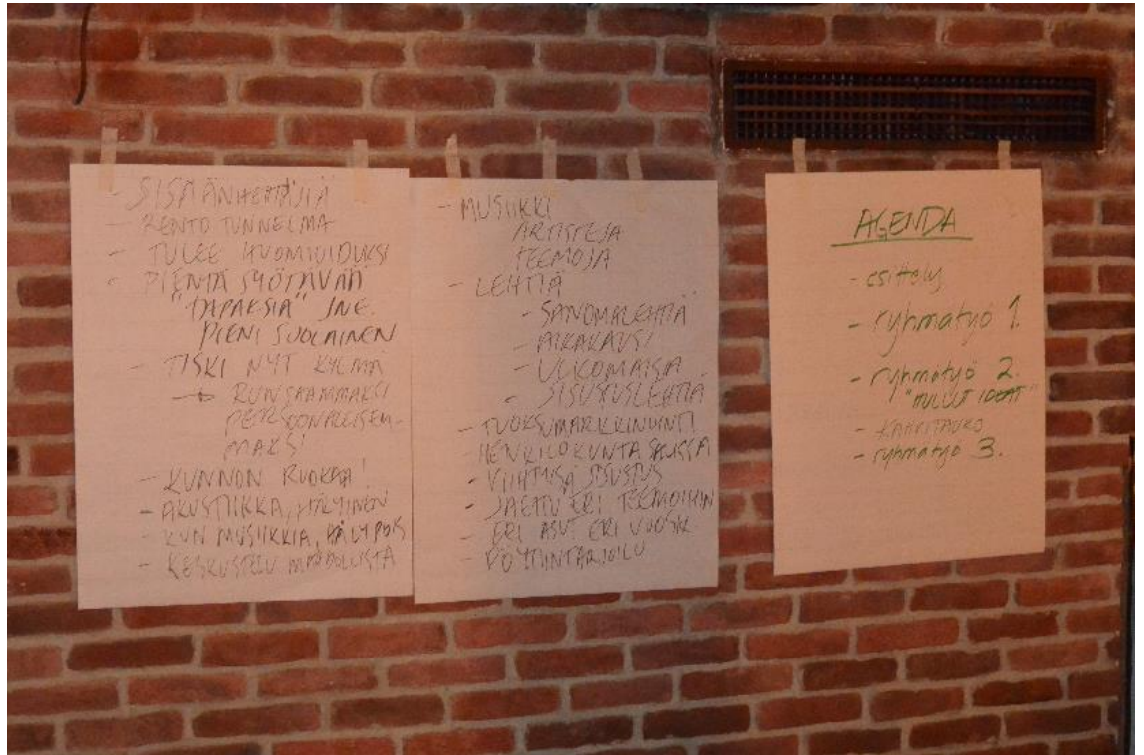
Liite 3 – Kuvia illasta



Kuva 1 Alkuasetelma



Kuva 2 Ryhmätyötila



Kuva 3 Fläppipapereita



Kuva 4 Alkuperäinen asetelma