



HAAMUASIAKKAANA EXTREME- RUNISSA

Tutkimus palveluiden toimivuudesta

Tiia-Maria Leminen

Opinnäytetyö
Joulukuu 2014
Matkailun koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma

TIIA-MARIA LEMINEN
Haamuasiakkaana ExtremeRunissa
Tutkimus palveluiden toimivuudesta

Opinnäytetyö 29 sivua, joista liitteitä 1 sivu
Joulukuu 2014

Opinnäytetyöni toimeksiantajana toimi ExtremeRun Oy. Tehtävänäni oli toimia haamuasiakkaana ExtremeRun juoksutapahtumassa. Tarkoitukseni oli kartoittaa mitä kehitettävää tapahtumassa on asiakkaan näkökulmasta. Tutkin tapahtumaa, tapahtumanpaikkaa ja palveluiden toimivuutta alueella ja olen tehnyt tutkimukseni pääosin tekemieni havaintojen pohjalta.

Olen koennut tutkimukseni toimien haamuasiakkaana. Keräsin käyttämäni tiedot keskustelemalla muiden asiakkaiden kanssa, haastatteluilla ja havainnoinnilla tapahtumapaikalla. Tutkimus on luonteeltaan toiminnallinen.

Suuria kehittämisen tarpeita en tutkimuksessani löytänyt. Tapahtumaa kehitetään kokoajan, mutta löysin kuitenkin pieniä mielestäni tärkeitä kehitettäviä asioita, joten uskon että tutkimuksesta on hyötyä tapahtuman järjestäjille.

Asiasanat: extremerun, juoksutapahtuma, haamuasiakkuus, tapahtumanjärjestäminen, asiakastyytyväisyys, extreme urheilu

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism

Tiia-Maria Leminen:
Mystery shopping at ExtremeRun
A Study on Service Functionality

Bachelor's thesis 29 pages, appendices 1 page
December 2014

The study was commissioned by ExtremeRun Oy. My task was to work as a mystery shopper in the running event ExtremeRun. My intention was to identify what improvements the event could do from the customer's point of view. The study dealt with the event, the venue and the service functionality and it was mostly based on my own observation.

The study was completed with the help of my working as a mystery shopper. The data for the study was collected through discussions with other customers, through the interviews and by observing the venue. The method of the study was functional.

The study did not reveal great development needs. The event will be developed all the time, but the study still identified some small but important areas to be developed, so this study most likely will be useful for the organizers.

Key words: ExtremeRun, running event, mystery shopping, event management, customer satisfaction, extreme sport

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TUTKIMUSSUUNNITELMA	6
	2.1 Tutkimuksen kohde	6
	2.2 Käsitteet ja teoria.....	6
	2.3 Tutkimuskysymykset.....	7
	2.4 Aineisto ja menetelmät	7
	2.5 Tutkimuksen kulku.....	8
3	EXTREMERUN.....	9
	3.1 ExtremeRun.....	9
	3.2 ExtremeRun Vantaa	10
	3.3 ExtremeRun Oulu, Tahko & Peuranka.....	11
	3.4 Säännöt	12
	3.5 Rata.....	12
	3.6 Ajanotto	13
	3.7 Ilmoittautuminen	14
	3.8 ExtremeRun arviointi SWOT-analyysillä	14
4.	HAAMUASIAKKUUS ELI MYSTERY SHOPPING.....	17
	4.1 Haamuasiakkuus.....	17
	4.2 Tapahtuman järjestäminen	18
	4.3 Haamuasiakkaana ExtremeRunissa.....	19
	POHDINTA	26
	LÄHTEET.....	28
	LIITTEET	29
	Liite 1. Haastattelu kysymykset tapahtuman toimitusjohtaja Mika Hirviselle	29

1 JOHDANTO

ExtremeRun on Vantaalla vuodesta 2010 asti järjestetty juoksutapahtuma. Tapahtumassa on 16 km pitkä rata joka tarjoaa haasteita kovemmallekin kestävyysurheilijalle. Rata sisältää muun muassa yli kymmenen metriä korkeat ”Goljatin portaat”, vettä syöksevät tykit, vesiesteet ja ylitettävät autonromut. Vuonna 2013 ExtremeRuniin osallistui 4300 juoksijaa.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia mitä kehitettävää ExtremeRun juoksutapahtumassa on. Toimin tapahtumassa haamuasiakkaana ja yritin löytää kehitettäviä asioita osallistumalla ja havainnoimalla tapahtumaa. Oman urheiluharrastuksen vuoksi olin halukas tekemään opinnäytetyn liikuntatapahtumasta. Otin yhteyttä tapahtuman toimitusjohtajaan, ja sovimme toimeksiannosta.

Osallistuin juoksuun 17.5.2014 ja kokemuksieni pohjalta olen tehnyt arvion tapahtumasta. Tutkimuksessani käyn läpi vaihe vaiheelta, mitä kehitettävää löysin. Parannusehdotusten löytäminen ei ollut helppoa, mutta uskon että havainnointini kautta tapahtuma pystyy kartoittamaan, mitä kehitettävää jo valmiiksi hyvin toimivassa tapahtumassa vielä voisi olla.

2 TUTKIMUSSUUNNITELMA

2.1 Tutkimuksen kohde

Tämän tutkimuksen kohteena on ExtremeRun juoksutapahtuma vuonna 2014. Tarkastelen tapahtuman palveluita ja tapahtumaa haamuasiakkaana, ja tutkin tapahtumassa olevia puutteita ja kehittämisen kohteita. Lähdin kiinnittämään huomiota kehitettäviin asioihin heti nettisivuista lähtien. Keskityn muun muassa tapahtumapaikalle saapumiseen, itse tapahtumaan ja sen palveluihin. Tapahtuma järjestettiin Vantaalla Hakunilan urheilupuistossa, jossa havainnointi pääasiassa tapahtui. Päädyin tekemään opinnäytetyön tästä aiheesta, koska halusin toiminnallisen aiheen, jossa pääsen itse osallistumaan johonkin tapahtumaan. Oman urheilu harrastuksen vuoksi oli selvää, että tapahtuman oli oltava urheiluun liittyvä. Mietin sopivia juoksutapahtumia, ja muistin nähneeni aiempina vuosina televisiosta ohjelmaa tapahtumasta. Otin yhteyttä tapahtuman toimitusjohtajaan Mika Hirviseen ja sovimme toimeksiannosta.

2.2 Käsitteet ja teoria

Pääkäsitteinäni opinnäytetyössäni ovat haamuasiakkuus, tapahtumanjärjestäminen ja asiakastyytyväisyys. Nämä siksi, että tutkimuksessani toimintatapana on haamuasiakkuus, ja sen pohjalta tutkin asiakastyytyvääisyyttä. Mietin työssäni kaiken myös tapahtuman järjestämisen kannalta. Muita käsitteitä työssäni on urheilutapahtuma ja extreme-urheilu.

Haamuasiakas on ikään kuin valeasiakas. Haamuasiakas on kontaktissa yritykseen ja toimii oikean asiakkaan tavoin, eikä hän käyttäytymisellään paljasta olevansa tekemässä tutkimusta. Tarkoituksena on että mahdollisimman harva yrityksessä tietää haamuasiakastutkimuksesta, näin saadaan mahdollisimman aito tutkimustulos. Tapahtuman jälkeen tutkija raportoi havainnoistaan toimeksiantajalleen.

Asiakastyytyväisyyttä voidaan pitää yhtenä tärkeimmistä mittareista, kun selvitetään miten hyvin yritys menestyy tai tulee menestymään tulevaisuudessa. Asiakaspalvelu, palvelun laatu ja palveluodotukset ovat kaikki suorassa yhteydessä asiakastyytyväisyyteen. Asiakastyytyväisyys kertoo kuinka hyvin yritys on onnistunut

vastaamaan asiakkaiden odotuksiin tai parhaassa tapauksessa ylittämään odotukset. (Economics, 2002-2014.)

Asiakastyytyväisyys on työssäni myös teoria. Muita teorioita työssäni ovat elämyksen tuottamisen teoria ja haamuasiakkuus Nykysuomen sanakirjan mukaan (1978) elämys on voimakkaasti vaikuttava kokemus, tai muu sellainen tapahtuma, joka tekee voimakkaan vaikutuksen. Elämyksen on käynnistettävä kaikki viisi aistia. Mitä useammalla tavalla elämyksiä voidaan aistia, sitä tehokkaampi elämyksestä tulee. (Lassila 2002, 16–18)

Elämykset ovat tilannesidonnaisia ja ainutkertaisia. Elämykset voivat olla yksittäisiä, nopeasti ohi meneviä hetkiä, tai pitkiä jatkuvia, kuten esimerkiksi matkailuelämys. Kun elämys jatkuu pidempään, koostuu se usein monista eri tapahtumista, jotka usein seuraavat toisiaan prosessina. (Komppula&Boxberg 2005, 28.)

Maataloustuotteet ovat vaihdettavia, tavarat ovat aineellisia, palvelut aineettomia ja elämyksiä pidetään mieleenpainuvina. Elämys on erilainen hyödykelaji, joka eroaa palveluista yhtä selkeästi kuin palvelut eroaa tavaroista. Elämystä ei voi varata tai noutaa, kuten esimerkiksi teatteri- tai lentolipun voi. Se, että elämyksiä pidetään erityisesti mieleenpainuvina erottaa elämykset palveluista. (Pine&Gilmore 1999, 11-12.)

2.3 Tutkimuskysymykset

Tutkimuksellani haen vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

- Mitä kehitettävää on ExtremeRun tapahtumassa asiakkaan näkökulmasta?
- Miten tapahtuma voi hyötyä valeasiakkuudesta?
- Miten valeasiakkuudella tutkitaan asiakastyytyväisyyttä?

2.4 Aineisto ja menetelmät

Päätutkimusmenetelmänäni on havainnointi. Osallistuin itse tapahtumaan kuin kuka tahansa asiakas ja havainnoin tapahtumaa ja sen palveluiden toimivuutta. Tapahtumassa eteen tulevia ongelmia havainnoidaan osallistuvan havainnoinnin kautta. Osallistuvassa havainnoinnissa tutkija osallistuu tutkimukseen yhdessä sen jäsenten kanssa (Vilkkä 2006, 44.)

Tutkimukseni on laadullinen tutkimus, eli kvalitatiivinen tutkimus. Kvalitatiivinen tutkimus tuottaa ymmärrettävää tietoa ja se vastaa kysymyksiin miksi, millainen ja miten. Tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää asioita ihmisten, kuluttajien ja asiakkaiden näkökulmasta. Laadullinen tutkimus on parhaimmillaan tuodessaan kohderyhmän näkökulman inspiroimaan esimerkiksi tapahtuman kehitystyötä. Se on tutkimusta, joka perustuu arkielämän tilanteissa tehtyjen havaintojen, niistä tehtyjen raporttien tai taltiointojen analysointiin. (Inspirans, 2009.)

Aineistona opinnäytetekoon minulla oli toimeksiantajani, tapahtuman toimitusjohtajan Mika Hirvisen haastattelu. Ennen varsinaista tapahtumaa en tehnyt paljon esitutkimuksia tapahtumasta enkä kysellyt yhteyshenkilöltäni tietoa tapahtumasta, koska halusin mahdollisimman asiakaslähtöisen ja aidon näkökannan tapahtumaan. Käytin myös omia muistiinpanojani, joita tein tapahtumassa omien havaintojeni ja kokemuksieni pohjalta.

2.5 Tutkimuksen kulku

Kolmannessa luvussa esittelen ExtremeRun tapahtumaa ja kerron hieman tapahtuman historiasta. Kerron tapahtuman säännöistä, juoksuradasta, esteistä, tapahtumaan ilmoittautumisesta ja arvioin tapahtumaa SWOT-analyysia apuna käyttäen. Neljännessä luvussa avaan käsitettä haamuasiakkuus ja kerron omista kokemuksistani haamuasiakkaana. Tässä luvussa myös käyn läpi tapahtumasta löytämäni kehitettävät alueet ja vastaan tutkimuskysymyksiin. Neljännessä luvussa kerron myös mitä tapahtuman järjestämisessä on otettava huomioon.

3 EXTREMERUN

3.1 ExtremeRun

ExtremeRun on juoksutapahtuma joka tarjoaa pelkän juoksutapahtuman lisäksi myös mahdollisuuden haastaa itseään ja omia pelkojaan erilaisilla esteillä.

Tapahtuma sai alkunsa, kun tapahtuman toimitusjohtaja Mika Hirvinen osallistui itse samanlaiseen tapahtumaan Saksassa. Paljon kisoja kiertäneenä, tämä tapahtuma jätti sellaisen fiiliksen mitä muut tapahtumat eivät olleet saaneet aikaan. Matkanjohtajana ja kilpailijana Saksassa oli myös tapahtuman toinen järjestäjä Jaajo Linnonmaa, jolle Mika ehdotti, että tällainen tapahtuma tulisi järjestää myös Suomeen. Seuraavana syksynä alkoi jo tapahtuman järjestäminen. Työnjako oli selvä. Mika järjesti tapahtuman ja Jaajo hankki sinne osallistujat. (Hirvinen, 2014.)

Tapahtumassa esteet ovat suuressa osassa. Ne voivat olla esimerkiksi vesi- ja vaahtoesteitä, 15m korkeat ”goljatin portaat”, kalliolta laskeutumista ja autonromujen ylitystä. ExtremeRun on suosittu saksalainen formaatti, joka toteutettiin ensimmäistä kertaa Suomessa vuonna 2010. Tapahtuma nousi heti ensikerrasta suosioon myös Suomessa, ja Vantaan Hakunilassa järjestettiin seuraava ExtremeRun heti vuonna 2011. Vuonna 2013 tapahtumaan osallistui 4300 juoksijaa. (ExtremeRun, Mikä ihmeen ExtremeRun?, 2014)



KUVA 1: Vaahtoeste. (Kuva: ExtremeRun, 2014)

Vuonna 2014 Tapahtuma järjestettiin jo neljällä eri paikkakunnalla: Vantaalla, Oulussa, Peurankassa ja Tahkolla.

Tapahtuman tarkoituksena on, että kaikki liikkuu. Tapahtumaan voi tulla joko hupimielessä pukeutuneena vaikka naamiaisasuun tai sporttivaatteissa. Tapahtumassa voit juosta tai kävellä ja matkankin voi itse valita. Tapahtumapaikalla ei ole pelkästään juoksurata. Paikalla on myös DJ, olut- ja ruokatarjoilua ja muuta ohjelmaa. Tapahtuma päättyy ilta-bileisiin, jossa juoksivat juhlivat saavutuksiaan.

3.2 ExtremeRun Vantaa

Ensimmäistä kertaa ExtremeRun järjestettiin Vantaalla vuonna 2010. Tapahtuma sai heti suuren suosion ja jatkoa päätettiin järjestää vuonna 2011. Hakunilan Urheilupuistoon rakennettiin silloin entistä rankempi ja haastavampi 16 km pitkä juoksureitti. Vuonna 2012 ExtremeRun järjestettiin jo kolmannen kerran. Tuolloin tapahtumaan osallistui yli 3000 juoksijaa. (ExtremeRun 2014.)

Vuonna 2013 Tapahtumaan osallistui 4300 osallistujaa. Samana vuonna tapahtuma sai enemmän mediahuomiota ja Nelonen näytti tapahtumasta puolen tunnin koosteen.



Kuva 2: Juoksijat odottavat lähtölaukusta. (ExtremeRun 2014)

3.3 ExtremeRun Oulu, Tahko & Peuranka

Oulussa Tapahtuma järjestettiin ensimmäistä kertaa vuonna 2011. Tapahtuma siirrettiin Raatin urheilukentältä Nallikarin kauniisiin merellisiin maisemiin. Vuonna 2013 Oulun tapahtumaan osallistui lähes 1000 osallistujaa.

Tahkolla järjestettiin ensimmäinen ExtremeRun vuonna 2013. Tahkon tapahtuma on suunniteltu olemaan talvitapahtuma ja se järjestetään jo huhtikuussa. Reitti ja järjestelyt onnistuivat erinomaisesti joten tapahtuma sai jatkoa. (ExtremeRun 2014)



Kuva 3: Tahkon ExtremeRun. (Extreme Run,2014)

Peurankassa järjestettiin ExtremeRun ensimmäistä kertaa vuonna 2014. Tapahtuma oli uudella paikkakunnalla jättimenestys. (Hirvinen 2014)

3.4 Säännöt

- Kilpasarjassa nopein ja kaikki esteet suorittanut kilpailija on voittaja. Kilpasarjassakin on sallittua kiertää esteitä, mutta silloin ei ole oikeutettu palkintoihin. Esteitä ja niiden suorittamista valvotaan.
- Myös hupisarjalainen voi voittaa kilpailun, jos hän on nopein ja suorittaa kaikki esteet. Hupisarjassa kukin valitsee oman kuntotasonsa mukaan esteet, jotka suorittavat.
- Kilpailun maksimi suoritusaika on kolme tuntia.
- Kilpailun keskeyttämisestä on ilmoitettava lähimmälle huoltopisteelle.
- Jokainen kilpailija kilpailee omalla vastuullaan. Kilpailijoita ei ole vakuutettu järjestäjän toimesta.
- Osallistumisen ikäraja on 16 vuotta, ja alle 18 vuotiaat tarvitsevat huoltajan suostumuksen osallistumiseen.
- Valitukset tulee tehdä viimeistään tunnin kuluttua kilpailun päättymisestä. Valitus tulee jättää kirjallisena kilpailukansliaan.
- Järjestäjillä on oikeus hylätä suoritus, jos kilpailijan huomataan häiritsevän muiden kilpailijoiden suoritusta, tai huomataan että kilpailija oikaisee.
- Alkoholien vaikutuksen alaisena kilpailu on kielletty.
(ExtremeRun: säännöt 2012)

3.5 Rata

Rata kulkee suurimmalta osin maastossa. Reitillä on korkeuseroja ja osa reitistä saattaa olla hidaskulkuista. Reitillä on erilaisia esteitä, jotka tulee joko ylittää, alittaa tai muuten

suorittaa. Reitillä on myös vesiesteitä, joita joutuu kahlaamaan ja uimaan. Radat ja esteet vaihtelevat tapahtumien välillä suuresti. Rata on suunniteltu niin, että juoksija voi valita, montako kierrosta haluaa juosta. Kierroksia on kaksi tai useampi. jokainen yhdenkin kierroksen juossut on oikeutettu urhoollisuusmitaliin.

Kaikki esteet on suunniteltu turvallisuutta silmällä pitäen. Niitä valvotaan koko juoksun ajan. Kaikki esteet ollaan valmiita sulkemaan, jos niissä ilmenee turvallisuutta vaarantavia seikkoja. Esteet myös hyväksytetään viranomaisilla. Poliisi, pelastuslaitos ja Valvira käy kaikki esteet läpi ennen tapahtumaa. (Hirvinen 2014)



Kuva 4: Goljatin portaat. (ExtremeRun 2014)

3.6 Ajanotto

Osallistujille otetaan aikaa Champion Chip – mikrosirun avulla. Osallistuja kiinnittää mikrosirun itse kenkäänsä ja saa tätä varten ohjeet ennen tapahtuman alkua.

Jokainen määräajassa maaliin juossut saa virallisen tuloksen, joka lasketaan lähtölaukauksesta maalilinjan ylittämiseen. Mikrosiru antaa myös juoksuajan. Tulos ja juoksu aika ovat luettavissa tapahtuman jälkeen ExtremeRunin nettisivuilta.

3.7 Ilmoittautuminen

Ilmoittautuminen tapahtumaan tapahtuu internetin kautta. Ilmoittautuminen päättyy noin kuukautta ennen tapahtumaa, tai kun tapahtuma on täynnä. Tapahtuma maksetaan online-maksuna. Osallistuminen tapahtumaan maksaa vuonna 2015 50–65 euroa.

Osallistumismaksu sisältää:

- Osallistumisen ExtremeRuniin
- Kisajuomat ja huollon kisan aikana
- Tavarasäilytys kisan aikana
- Sponsori – kassi, jossa noin 50 euron arvosta kisatuotteita ja etuja kilpailijalle
- Bussikuljetukset kilpailupaikalle
- Peseytyminen
- Iltabileet

3.8 ExtremeRun arviointi SWOT-analyysillä

SWOT-analyysi (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) on yksi maailman suosituimmista analyyseistä. Sen avulla tunnistetaan yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhkat, ja kootaan ne oheisen kuvion (KUVIO 1.) mukaiseen nelikenttään.

Analyysia voidaan hyödyntää laajalti eri asioiden arvioinnissa. Sen avulla johtopäätösten tekeminen helpottuu ja niiden pohjalta voidaan suunnitella toimenpide-ehdotuksia. Johtopäätösten tekemisen apuna voidaan käyttää seuraavia sääntöjä:

- Vahvuudet: Käytä hyväksi, vahvista
- Heikkoudet: Vältä, lievennä, poista
- Mahdollisuudet: Varmista niiden hyödyntäminen
- Uhat: Kierrä, lievennä, poista (Pk-yritysten johtamis- ja kehittämistyökalupakki)

Oheiseen taulukkoon tein SWOT-analyysin ExtremeRun juoksutapahtumasta (kuvio1).

<p>STRENGTHS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erilaisuus/omaperäisyys(erilainen juoksutapahtuma) - Hyvä maine - Innostaa ihmisiä liikkumaan (sellaisiakin ketkä ei ole niin liikunnallisia) - Liikunnasta tehdään hauskaa 	<p>WEAKNESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ympäristön aiheuttamat rajoitteet tapahtumalle - Ei sovi kaikille (voi olla liian rankka fyysisesti)
<p>OPPORTUNITIES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vetovoimaiset esiintyjät (esim.after partyissa) - Esteiden lisääminen - Enemmän kojuja/tuotteiden esittelijöitä tapahtumaan 	<p>THREATS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ympäristön aiheuttamat rajoitteet tapahtumalle - Hintojen nousu - Lupien peruuntuminen - Huonot sääolosuhteet

KUVIO 1. SWOT- analyysi ExtremeRun tapahtumasta 2014

Vahvuudet

ExtremeRunin vahvuuksiin kuuluu ehdottomasti se, että juoksutapahtumana se on erilainen kuin muut tapahtumat. Idea on omaperäinen ja hauska. Juoksijat pukeutuvat hauskoihin pukuihin ja kaveriporukat erottuvat värikkyydellään. Kuitenkin rata antaa haastetta jopa kovemmalle kuntoilijalle. Puolimaratonin juosseena voin sanoa että ExtremeRun vastaa varmasti fyysisesti rankempaa suoritusta kuin puoli maraton.

ExtremeRunilla on hyvä maine turvallisena ja hauskana tapahtumana. Ja se innostaa myös kaikkia liikkumaan. Juoksu on tehty tapahtumassa hauskaksi ja erilaiseksi, tämä innostaa urheilun pariin varmasti myös uusia kasvoja.

Heikkoudet

Ympäristö aiheuttaa tiettyjä rajoitteita tapahtumalle. Esimerkiksi suihkujen käyttö lähellä urheilukentällä oli kielletty, joka vaikeutti peseytymisen järjestämistä.

Tapahtuma ei välttämättä sovi kaikille, vaikka hupisarjassa esteet pystyy kiertämään, niin tapahtuma ei välttämättä houkuttele kaiken ikäisiä ja kuntoisia kävijöitä.

Mahdollisuudet

Tapahtuman tunnettavuuden lisääntyä on tapahtumalla paljon mahdollisuuksia kehittyä. Tapahtuma on saanut muillakin paikkakunnilla kuin Vantaalla hyvän vastaanoton, joten mahdollisuus kasvaa yrityksenä on tässä suhteessa suotuisa.

Esteitä voi kehittää kokoajan ja niiden lisääminen antaa taas uusia mahdollisuuksia kehittymiselle.

After Run tapahtumassa näen paljon mahdollisuuksia, joita ei ole käytetty. Vetovoimaiset esiintyjät tai ohjelmanumerot tapahtumassa voisi lisätä tapahtuman mielenkiintoa.

Tapahtumapaikalla voisi olla enemmän tuotteiden esittelijöitä tai muuta ohjelmaa.

Uhat

Järjestelykulut voivat kasvaa ja se voi vaikuttaa lippujen hintoihin, joka taas voi vaikuttaa kävijämääriin. Tällöin hinta-laatu suhde voi kärsiä.

Jos lupa-asioiden kanssa tulee ongelmia, tai paikka jossa tapahtuma järjestetään, ei olisi-kaan enää käytettävissä, niin se voisi tuoda ongelmia järjestämisen kannalta.

Sää olosuhteet voi nähdä uhkana. Tapahtuma järjestetään toukokuussa, ja jos sattuu olemaan kylmää ja sateista, se vaikuttaa varmasti ihmisten intoon ja mielipiteeseen tapahtumasta.

4. HAAMUASIAKKUUS ELI MYSTERY SHOPPING

4.1 Haamuasiakkuus

Haamuasiakastutkimus (engl. mystery shopping) on lähtöisin Yhdysvalloista, jossa se kehitettiin 1950-luvulla pankkien palvelulaadun tutkimiseksi. Nykyäänkin on yleistä, että haamuasiakkuutta käytetään tutkiessa palvelun laatua. Tutkimuksen avulla saadaan tietoa palvelun laadun todellisesta tilanteesta ja siitä miten asiakkaat sen kokevat. (Mysteryshopper. Jos et tutki, et tiedä vaan luulet...2006.) Suomeen haamuasiakkuus menetelmä rantautui vasta viime vuosikymmenellä, ja se onkin kokoajan yleistyvä menetelmä. Nykyään Suomessa toimii monia markkinatutkimusyhtiöitä, joiden kautta voi ostaa yritykselleen haamuasiakastutkimuksia. (Järvinen&Lehtinen 2008,11.)

Haamuasiakas on ikään kuin valeasiakas. Haamuasiakas on kontaktissa yritykseen ja toimii oikean asiakkaan tavoin, eikä hän käyttäytymisellään paljasta olevansa tekemässä tutkimusta. Tarkoituksena on että mahdollisimman harva yrityksessä tietää haamuasiakas tutkimuksesta, näin saadaan mahdollisimman aito tutkimustulos. Kontaktin jälkeen tutkija raportoi havainnoistaan toimeksiantajalleen. (Järvinen&Lehtinen 2008,11.)

Syy miksi tavallinen asiakaspalaute ei riitä, vaan tarvitaan haamuasiointia on tutkimustuloksia silmälläpitäen varsin selvä. Ulkomaisen tutkimustuloksen mukaan 96 % tyytymättömistä asiakkaista ei valita suoraan yritykselle, vaan kertoo siitä suoraan tuttavilleen. Yritys ei näin ollen saa tietää antaneensa huonoa palvelua. Haamuasiakkuuden tarkoitus on löytää mahdolliset ongelmakohdat palvelussa, ja kertoa niistä yritykselle, jotta ne voidaan pyrkiä korjaamaan. (Miettinen, 1997.)

Asiakaspalvelua on perinteisesti arvioitu asiakastyytyväisyyden, asiakaspalautteen, asiakasuskollisuuden ja myynnin avulla. Nämä lähestymistavat mittaavat asiakkaan reaktiota asiakaspalveluun, mutta eivät välttämättä riitä todelliseen arviointiin. (Järvinen&Lehtinen 2008,11.)

Mystery shopping – menetelmässä haamuasiakas esiintyy aitona asiakkaana ja havainnoi asiakaspalvelu tilannetta. Näin varmistetaan, että arvioitava ja mitattava kokemus on luonnollinen palvelutilanne eikä ennalta järjestetty. (Järvinen&Lehtinen 2008, 11.)

Mystery shopping – menetelmää käytetään laajasti rahoituspalveluiden ja vapaa-ajan palveluiden arvioinnissa sekä hotellialalla ja vähittäiskaupoissa. Monet kauppaketjut käyttävät ns. havainnoivia ostajia arvioidakseen henkilöstön ja liikkeen toimintatapaa. Menetelmän monipuolisuuden vuoksi se on sopiva myös tapahtumien palvelun laadun tutkimiseen. (Järvinen&Lehtinen 2008, 11.) Mystery shoppin – menetelmä pyrkii arvioimaan ennemminkin prosessia kuin palvelutilanteen lopputulosta. (Järvinen&Lehtinen 2008,11.)

4.2 Tapahtuman järjestäminen

Tapahtuman järjestäminen on laaja prosessi jossa on paljon huomioon otettavia seikkoja. Se on kolme vaiheinen prosessi johon kuuluvat suunnittelu, toteutus ja jälkitoimenpiteet. (Vallo & Häyrinen 2003, 178.) Tapahtuman suunnittelussa hyvin suunniteltu on puoliksi tehty. Tämän vuoksi tapahtuman suunnitteluun kannattaa varata hyvin aikaa. Hätiköiden ja nopeasti suunniteltu tapahtuma on usein toteutukseltaankin huono, eikä saavuta tavoitteita ja asioita jää huomaamatta suunnitteluvaiheessa. Tapahtuman järjestämisessä lähdetään usein alkuun kysymällä, miksi tapahtuma järjestetään. Sitten mietitään tapahtuman tavoitetta ja tarkoitusta. Tapahtuman järjestämiseen vaikuttaa monet seikat, kuten budjetti, tapahtuma, tapahtumapaikka, tapahtuma-aika ja aikataulu. (Vallo & Häyrinen 2003, 179.)

Tapahtuman järjestämisessä on aina omat riskinsä. ExtremeRunin järjestäjän Mika Hirvisen mukaan ensimmäisen tapahtuman järjestäminen oli hankalaa ja työlästä. Hänellä ei ollut kokemusta tapahtuman järjestämisestä ja kaikki piti aloittaa ihan nollostasta. Tarjouspyyntöjen lähettäminen ja tilausten määrä yllätti, mutta kaikki kuitenkin sujui hyvin ja ilman suurempia takaiskuja. (Hirvinen 2014)

4.3 Haamuasiakkaana ExtremeRunissa

Tässä luvussa arvioin tapahtumaa ja sen palveluita havaintojeni ja kokemuksieni pohjalta. Toimeksiantajalla ei ollut mitään tiettyä aluetta johon olisi halunnut minun keskittyvän, joten yritin keskittyä laajalti koko tapahtumaan ja sen palveluihin.

Tapahtuman nettisivut ja ilmoittautuminen

Tapahtuman nettisivut olivat selkeät ja sieltä löytyi kaikki tarvittava tieto tapahtumasta. Ilmoittautuminen onnistui helposti, hinnat olivat selkeästi esillä ja maksaminen kävi vaivattomasti.

Tapahtuma info ilmoittautumisen jälkeen

Tapahtuma pidettiin 17.5.2014. Sähköpostiin lähetettiin kisainfo 13.5.2014. Sähköpostissa kerrottiin selkeästi mitä tapahtumaan tullessa pitää ottaa huomioon, missä tapahtuma järjestetään ja miten tapahtumapaikalle saavutaan. Itse infosähköposti oli mielestäni liian pitkä. Henkilökohtaisesti en sitä jaksanut kokonaan lukea ennen kuin vasta matkalla kisapaikalle. Ymmärrän kyllä, että kaikki asiat pitää olla kerrottuna, ja oli asiat jaoteltu onneksi niin, että sieltä pystyi etsimään asiat joista tietoa halusi. Mutta joku tiivistelmä olisi vaikka ollut hyvä viestin alkuun.

Tapahtumapaikalle saapuminen

Info sähköpostissa oli kerrottu millä bussilla pääsee paikan päälle mistäkin ja, että bussikuljetuksia on järjestetty riittävästi. Omat autot kehoitettiin jättämään kotiin, ja mainittiin myös, että ilmaisia parkkipaikkoja on Sokos hotelli flamingolla runsaasti, ja sieltä on järjestetty ilmaiset kuljetukset tapahtumapaikalle. Tulimme itse Tampereelta omalla autolla. Päätimme jättää auton flamingolle ja tulla siitä sitten ilmaisella bussikuljetuksella. Etsiessämme paikkaa, josta bussin piti hakea meidät, ilmeni pieniä epäselvyyksiä, että mistä bussi lähtee. Törmäsimme muutamaan muuhunkin juoksijaan,

jotka etsivät kyytiä, mutta bussin saapumispaikkaa ei ollut ilmoitettu tarpeeksi selkeästi. Löysimme parkkipaikan busseille mutta myös kadun vierellä oli bussipysäkkejä. Seisoskelimme siinä parkkipaikalla ja pikkuhiljaa siihen lipui lisää ihmisiä ja kaikki ihmetteli, että mistähän bussi lähtee. Tähän ehdottaisin vaikka pientä kylttiä, jossa lukisi että: ”ExtremeRun ” tästä myös ulkopaikkakuntalainen saa varmuuden, että on oikeassa paikassa. Muuten kuljetukset sujuivat hyvin ja sujuvasti.



KUVA 5: Minä ja siskoni bussissa matkalla tapahtumaan. (Kuva: Tiia Leminen 2014)

Numeroiden nouto

Numeroiden nouto sujui ongelmitta. Jonot olivat pitkiä, mutta homma oli organisoitu hyvin, ja kun oman numeron tiesi valmiiksi, niin osasi sijoittua oikeaan jonoon ja jonot liikkui ripeästi eteenpäin. Noutopisteeltä sai myös kivan sponsorikassin, jossa oli ExtremeRun tuotteita, ajanottosiru ja joitakin maistiaisia eri tuotemerkeiltä. Pussi oli kiva ja tuotteet hyödyllisiä. Tapahtuma T-paidan sai ostaa erikseen 5 €:n hintaan, joka oli mielestäni oikein kohtuullinen hinta, ja paita lähti kyllä mukaan.

Tavaroiden säilytys ja narikka

Tavarasäilytys toimi erinomaisesti. Tästä osiosta ei ole mitään negatiivista sanottavaa. Ruuhkaa ei ollut ja säilytykseen sai jättää enemmänkin tavaraa. Itselläni oli mukana kylmälaukku joka vei tilaa, mutta säilytyksessä oli isot laatikot joihin sai kätevästi kaiken pakattua. Jonoja näihin ei muodostunut kun oli kilpailunumeroittain nämäkin järjestetty. Erityisen mukavia talkoolaisia oli näissä pisteissä.

Lähtö

Kun osallistujia on noin paljon, on tietysti odotettavissa, että lähtö ruuhkautuu, ja ensimmäisiin esteisiin tulee jonoa. Lähtö sujui kuitenkin melko mukavasti. En tiedä, voisiko lähtöä vielä porrastaa, tai voisiko jossain vielä korostaa, että kävelijät jäisivät ryhmän hännille. Tuntui että se tukki omaa juoksua aika paljon, että osa käveli alusta asti ja heitä sai sitten ohitella ojan kautta. Tietysti jokainen menee omalla tahdilla, mutta ehkä sitten vielä voisi mennä niin, että kilpajuoksijat edellä, hölkkäilijät perässä ja kävelijät loppuksi.

Reitti

Reitti oli sopiva, oli ylä- ja alamäkeä, suoraa, tasaista ja vaihtelevaa maastoa. Matkan pituus oli mielestäni sopiva. Osallistujalle oli hieman tylsää, että sama rata piti mennä kahteen kertaan, jos halusi sen 16 km juosta. Moni siis jättikin radan juoksemisen vain yhteen kertaan, koska piti mennä samat esteet toiseen kertaan jos halusi koko reitin suorittaa. Tästä kuulin palautetta paljon juoksijoilta. Ymmärrän kyllä tämän järjestäjän kannalta, mutta asiakkaalle olisi mukavampi että olisi koko 16 km uusia esteitä ja jännitystä siitä, mitä on vielä tulossa. Erityismaininta talkoolaisille. Reitin varrella olevilla juomapisteillä työskentelevät talkoolaiset olivat kokoajan iloisia ja kannustavia.

Esteet

Esteille tuli hieman ruuhkaa, mutta se ei tuntunut olevan ongelma. Iloinen fiilis säilyi, vaikka hieman joutuikin välillä odottelemaan. Esteet olivat mukavia ja niitä oli sopivin välimatkoin. Esteitä oli tarpeeksi monen tasoisia. Osa oli selkeästi haastavampia, ja osan pystyi suorittamaan helposti. Oli hyvä, että esteet pystyttiin ohittamaan, jos ei jostain syystä pystynyt tai halunnut suorittaa estettä. Ainoa selkeä miinus esteissä oli se, että kun oli ”jäältaan” ylityksen aika, olivat altaasta kaikki jäät jo sulaneet. Vesiesteen ylityksessä oli sukeltaja, jonka piti ilmeisesti olla apuna ja turvaamassa ylitystä, mutta sukeltaja oli mukana vasta toisella kierroksella (ryysiksestä johtuen voi olla myös mahdollista ettemme vain nähneet sukeltajaa ensimmäisellä ylityksellä). Tämä aiheutti ihmetystä

juoksijoissa.



KUVA 6: Joen ylitys (Kuva: ExtremeRun 2014)



KUVA 7: Rengaseste (Kuva: ExtremeRun 2014)

Maaliintulo

Maaliintulo sujui ongelmitta. Talkoolaiset onnittelivat iloisesti, ja osallistujat vaikuttivat oikein tyytyväisiltä.



KUVA 8: Palkintojen jako (Kuva: ExtremeRun 2014)

Peseytyminen

Peseytymistilanteesta olikin jo selitetty infopostissa. Edellisinä vuosina on tullut sotkua viereisellä uimahallilla ja urheilukentän pukukopeissa. Niinpä tänä vuonna peseytyminen niissä ei onnistunut. Suihkut olivat siis erikseen pihalla. Ymmärrettävää että tämä on nyt ainoa vaihtoehto, mutta se on ehdoton miinus. Itse tulin toisesta kaupungista ja täältä oli tarkoitus lähteä After runille jatkamaan iltaa. Itsensä laittaminen ”juhlakuntoon” ei ollut tuolla mahdollista. Sää oli melko kylmä joten siksi tuo ulkona suihkuttelu tuntui myös epämiellyttävältä hikisen juoksun jälkeen. Niinpä maksoimme ystäväni kanssa uimaliput, ja menimme uima-halliin lämpöiseen saunaan ja suihkuun. Suihkupaikka oli myös sellaisessa paikassa, että sinne olisi voinut olla joku kyltti. Ihmiset etsivät paikkaa ja kyseli toisiltaan, että missä se on.

Vessat

Pajamajat olivat siistit, mutta vessapapereiden tilannetta olisi voinut tarkastaa useammin. Myös miesten avopisoaarien sijoittaminen vessajonojen keskelle ihmetytti. Sijainnin takia tämä toimitus oli kiusallinen sekä jonottajille, että laarien käyttäjille. Ääneen siinä moni mies ihmetteli tätä paikka valintaa, ja pyyteli anteeksi muilta jonottajilta, että joutuivat tulemaan viereen tarpeilleen.

Ohjelma tapahtuma-alueella ja ruokailu

Terveellinen, vähärasvainen tai lihaton ruoka olisi ollut kiva lisä. Rankan urheilusuorituksen jälkeen olisi maistunut muikin kuin perus festariruoka. Näistä ruokailu mahdollisuuksista oli onneksi informoitu etukäteen, niin osasi itsekin varautua eväillä.

Ilmainen makkara juoksun jälkeen oli mukava lisä, ja sitä juoksijat jonottivat innokkaasti. Pojat takanani kaipasivat ketsuppia.

Mielestäni kojuja ja tuotteiden esittelijöitä olisi voinut olla enemmänkin.

After run

Hermojamme koeteltiin, kun yritimme päästä tapahtumapaikalle. Tietöiden vuoksi navigaattori neuvoi minne sattui ja parkkipaikan löytäminen tuntui haasteelliselta. Päästyämme perille, oli ravintolassa hyvin vähän porukkaa. Mietimme, että jos paikalla olisi joku esiintyjä, voisivat juoksijat ehkä saapua paikalle aiemmin. Muutenkin esiintyjä jtai muu lisäohjelma olisi ollut mukava lisä iltaan. Olimme autolla liikenteessä, joten ohjelman puutteen vuoksi ilta jäi meidän osalta lyhyeksi.

POHDINTA

Tutkimukseni tavoitteena oli löytää kehitettäviä alueita ExtremeRun juoksutapahtuman toiminnasta ja palveluista. Toimin tapahtumassa haamuasiakkaana, ja tein havaintoja tapahtumasta omien kokemuksieni kautta. Oman urheiluharrastukseni vuoksi minulle oli selvää, että halusin opinnäytetyön aiheeksi toiminnallisen tutkimuksen urheilutapahtuman parissa. Olen osallistunut aiemmin urheilutapahtumiin kilpailijana, työntekijänä ja talkoolaisena, joten sain näistä kokemuksista hyvää vertailukantaa tutkimukseen.

Otin yhteyttä tapahtuman toimitusjohtajaan, ja sovimme yhteistyöstä. Tämä toimeksianto mahdollisti mielenkiintoisen aiheen, jossa sain yhdistää osallistumisen itseäni kiinnostavaan tapahtumaan, ja perehtymisen tapahtumaan myös syvällisemmin. Osallistuminen ExtremeRuniin oli mielenkiintoista, ja se antoi motivaatioita opinnäytetyön työstämiseen. Tutkimuksen tekeminen kuitenkin hidastui kesän ajaksi muiden kiireiden vuoksi, ja se toi mukanaan aikataulumuutoksia.

Kehitettävien asioiden löytäminen tuntui hieman haastavalta. Tapahtuma on järjestetty jo aiemmin menestyksekkäästi, ja tapahtuma on selkeästi hyvin suunniteltu. Kuitenkin osallistuessa huomasin pieniä asioita, joihin toivoi asiakkaan näkökulmasta muutoksia. Kirjoitin jo tapahtumassa ylös puhelimeni muistiin asioita, joissa olisi kehitettävää, jotta työskentelyni myöhemmässä vaiheessa olisi helpompaa. Tapahtumaan osallistuin sisareni kanssa, joka oli hyvänä apuna tutkimuksen teossa. Asiakaspalvelutilanteet ovat aina henkilökohtaisia, ja niinpä olikin hyvä että pystyimme keskustelemaan tapahtumista ja tilanteista heti paikanpäällä.

ExtremeRunin asiakastyytyväisyyttä on aiemmin mitattu Mynextrun-palvelun asiakastyytyväisyyskyselyllä ja muutaman opinnäytetyön avulla. Asiakastyytyväisyys on ollut huippuluokkaa ja Mynextrunilta on saatu tieto, että minkään muun tapahtuman suhteen ei ole saatu niin paljon hyvää palautetta, kuin ExtremeRunin kohdalla. (Hirvinen, 2014) Tämän tyytyväisyyden kyllä pystyi aistimaan paikanpäällä katselemalla asiakkaiden iloa tapahtuman aikana. Itsekin joutui ottamaan selkeästi normaalia kriittisemmän asenteen, että kehitettävää löytyi.

Jälkikäteen ajateltuna on muutama asia joita olisin voinut muuttaa. Minun olisi pitänyt aloittaa kirjoitusprosessi heti tapahtuman jälkeen. Työn venyminen aiheutti motivaation puutosta, mutta kuitenkin kiinnostus aiheeseen säilyi kokoajan. Ennen tapahtumaa mietin, että olisiko pitänyt tehdä tapahtumapaikalla asiakaskysely juoksijoille, mutta tulin siihen tulokseen että se on eri tutkimusmenetelmä, kuin haamuasiakkuus, ja jääköön se siksi sivuun. Tämä oli mielestäni oikea päätös, koska tutkimuksesta tuli tarpeeksi laaja yhdelle tekijälle näin. Ennen tapahtumaa olin ajatellut myös ottavani tapahtumassa kuvia tutkimustani varten. Ajatus kuitenkin osoittautui hankalaksi toteuttaa, koska puhelinta oli vaikea kuljettaa mukana juoksussa esteiden vuoksi. Kuvia räpsin siis hieman ennen ja jälkeen juoksun. Paikalla oli onneksi kuvaajia, jotka kuvasi tapahtumaa ja kuvia löytyi runsaasti tapahtuman Facebook sivustolta.

Uskon että tutkimuksesta on hyötyä järjestäjille. Etenkin pienemmät parannusehdotukset on helppo toteuttaa. Ottamalla huomioon parannusehdotukset, voi tapahtuma kehittyä entisestään, ja kohottaa mainettaan vielä paremmaksi.

Jatkotutkimusta voisi tehdä esimerkiksi asiakastyytyväisyys kyselyllä. Näin voisi saada mielipiteen vielä laajemmalta asiakaskunnalta.

Haamuasiakkuuteni ja tapahtumaan osallistumiseni pohjalta voin suositella tapahtumaa kaikille, jotka haluavat osallistua hauskaan ja fyysisesti haastavaan urheilutapahtumaan. ExtremeRun on ainutlaatuinen urheilutapahtuma, joka erottuu muista juoksutapahtumista sen iloisuudella ja haastavilla esteillä.

LÄHTEET

Painetut lähteet:

Komppula R. & Boxberg M. 2005. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita prima Oy.

Lassila, H. 2002. Elämyksillä tuloksiin. Pohjois-Savon ammatikorkeakoulu. Savonia.

Pine B. & Gilmore J. 1999. The experience economy. Harvard business press.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus: Opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Helsinki: Tietosanoma OY.

Vilka,H.2006. tutki ja havannoin. Helsinki:Tammi.

Elektroniset lähteet:

E-conomic 2002–2014. Asiakas tyytyväisyys. Luettu 14.11.2014.
<https://www.e-conomic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/asiakastyytyvaisuus>

ExtremeRun. Mikä ihmeen ExtremeRun?. Luettu 10.10.2014.
http://www.extremerun.fi/2011/mika_ihmeen_extremerun/

ExtremeRun. Säännöt. Luettu 10.10.2014.
<http://www.extremerun.fi/2011/saannot/>

Inspirans. Laadullinen tutkimus. 2009. Luettu 25.11.2014.
<http://www.inspirans.fi/laadullinen-tutkimus>

Järvinen, R., Lehtinen, A-R. 2008. Piensijoittaja haamuostoksilla. Pdf-julkaisu. Kuluttajatutkimuslaitos. http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/5244/2008_115_tyose-loste_piensijoittaja.pdf

Miettinen,A.1997.Haamuasiakas haistaa huonon palvelun. <http://www.hs.fi/arkisto/su-ojatut/artikkeli?id=970824174>

Mystery Shopper. Jos et tutki et tiedä, vaan luulet. Luettu 14.10.2014.
<http://www.mysteryshopper.fi/index1.htm>

PK-yritysten johtamis- ja koulutustyökalupakki. SWOT-analyysi. Luettu 10.10.2014.
<http://www.oamk.fi/hankkeet/pkk/pakki/nykytila2.htm>

Haastattelu:

Hirvinen, Mika. Toimitusjohtaja. 2014. Haastattelu 21.11.2014. Haastattelija Leminen,T.

LIITTEET

Liite 1. Haastattelu kysymykset tapahtuman toimitusjohtaja Mika Hirviselle

- Mistä saitte idean alun perin ExtremeRunin järjestämiseen, ja kuinka lähditte sitä ideaa kehittämään?
- Onko itselläsi millaiset taustat? Oliko sinulla valmiiksi kokemusta/koulutusta tapahtumien järjestämisestä, ja oliko tapahtuman vireille pano hankala prosessi?
- Miten tapahtumat tänä vuonna omasta mielestäsi onnistui? Oliko kävijöitä odotettu määrä ja menikö kaikki muutenkin odotetulla tavalla?
- Onko tiedossa montako kävijää Vantaan tapahtumassa oli?
- Tapahtuma kun on extreme luonteinen, niin kuinka tapaturmat on pyritty välttämään ja miten suuri prosessi on kävijöiden turvallisuuden takaaminen?
- Millaisia rajoitteita tapahtumassa on järjestämisen kannalta? Esimerkiksi onko ympäristön rajoitteet suuret? Aiheuttaako esimerkiksi asutus, säännöt/lait ja luonto yms. paljon rajoitteita tapahtumalle?
- Oletteko ottamaan huomioon kestävän kehityksen tapahtuman järjestämisessä? esim. luonnon ja ympäristön osalta.
- Onko tapahtuman järjestämisessä tullut esiin suuria ongelmia ja jos on, kuinka niistä on selvitty?
- Onko asiakastytyväisyyttä mitattu aiemmin? jos on millä keinoilla?