

## Tämä on rinnakkaistallennettu versio alkuperäisestä julkaisusta.

Tämä on julkaisun kustantajan pdf.

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

**Tuominen, T. 2018. Avaimia elämyksen synnyttämiseen. Teoksessa T. Tuominen. (toim.) Maaseutumatkailuyrityksen tietoreppu: Opas kilpailukyvyn ja elämyksellisyyden kasvattamiseksi. Turun ammattikorkeakoulun oppimateriaaleja 111. Turku: Turun ammattikorkeakoulu, 10.**

URL: <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522166593.pdf>

Kaikki julkaisut Turun AMK:n rinnakkaistallennettujen julkaisujen kokoelmassa Theseuksessa ovat tekijänoikeussäännösten alaisia. Kokoelman tai sen osien käyttö on sallittu sähköisessä muodossa tai tulosteena vain henkilökohtaiseen, ei-kaupalliseen tutkimus- ja opetuskäyttöön. Muuhun käyttöön on hankittava tekijänoikeuden haltijan lupa.

## This is a self-archived version of the original publication.

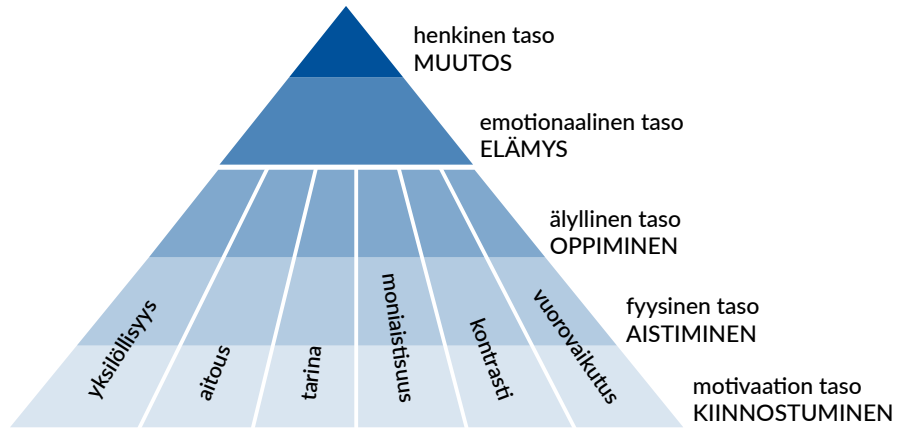
The self-archived version is a publisher's pdf of the original publication.

To cite this, use the original publication:

**Tuominen, T. 2018. Avaimia elämyksien synnyttämiseen. In T. Tuominen. (ed.) Maaseutumatkailuyrityksen tietoreppu: Opas kilpailukyvyn ja elämyksellisyyden kasvattamiseksi. Course material from Turku University of Applied Sciences 111. Turku: Turku University of Applied Sciences, 10.**

URL: <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522166593.pdf>

All material supplied via TUAS self-archived publications collection in Theseus repository is protected by copyright laws. Use of all or part of any of the repository collections is permitted only for personal non-commercial, research or educational purposes in digital and print form. You must obtain permission for any other use.



Kuvio: Sanna Tarssanen

Telle Tuominen, Turun ammattikorkeakoulu

## Avaimia elämyksen synnyttämiseen

**ASIAKKAALLA VOI** olla aiheita juhlaan tai hän haluaa kokea jotain ainutkertaista. Tällöin ei riitä peruspalvelu, esimerkiksi baarin arkilounas, vaan hän on valmis panostamaan rahallisestikin enemmän kokeakseen jotain nautinnollista ja erilaista, esimerkiksi ohjelmallisen illallisen kodassa.

Eriyisesti Lapissa on kymmenkunta vuotta sovellettu menestyksellä ns. elämyskolmiomallia kehitettäessä **elämyspalveluita** (ks. kuvio). Mallin avulla yritys voi arvioida ja kehittää tarjontansa elämyksellisyyttä.

Kuvion alareunassa näkyvät elementit, jotka edesauttavat elämyksen syntyä:

- yksilöllisyys tarkoittaa niin tuotteen ainutlaatuisuutta kuin yksilöllisten toiveiden huomioimista
- aitous näkyy alueen elämäntavan ja kulttuurin sisällyttämisenä tuotteeseen niin, että asiakas kokee tuotteen uskottavana ja paikkaan sopivana
- tarina sitoo palvelun osat tiiviiksi, mukaansatempaavaksi kokonaisuudeksi
- moniaistisuus tukee kokonaisvaltaista kokemista; se on harmoninen kokonaisuus miellyttäviä näkö-, kuulo-, maku-, tunto- ja hajuaistimuksia
- kontrasti eli tuotteen erilaisuus verrattuna asiakkaan arkeen tuo tuotteeseen eksotiikkaa
- vuorovaikutus on onnistunutta kommunikointia asiakkaan ja palveluhenkilökunnan välillä, mutta tavoitteenä on myös yhdessä kokemisen tunne.

Mallin oikean reunan tasot kuvaavat, miten asiakas etenee kiinnostuksen heräämisestä elämyksen, jopa henkilökohtaisen muutoksen tasolle:

- Kiinnostumisen taso viittaa markkinointiviestintään eli kiinnostuksen herättämiseen sisällyttämällä elämys-

elementtejä kuten aitoutta, tarinaa ja kontrastia jo markkinointiviestintään.

- Fyysisellä tasolla yrityksen tulee pyrkiä varmistamaan, että asiakkaan aistimukset tuotteesta ovat miellyttäviä, turvallisia, odotusten mukaisia tai jopa odotukset ylittäviä.
- Oppimisen taso tarkoittaa sitä, että tuote tarjoaa asiakkaalle tietoisesti tai tiedostamattomasti mahdollisuuden oppia, harjaantua tai kokea älyllisesti uutta.
- Emotionaalinen taso eli positiivinen tunnereaktio on todennäköinen, jos alemmilla tasoilla on onnistuttu. Tuloksena on elämys, jonka asiakas muistaa pitkään ja josta hän mieluusti kertoo.
- Henkisellä tasolla voimakas elämys saattaa johtaa muutokseen. Sen seurauksena asiakas esimerkiksi omaksuu uuden ajattelu- tai toimintatavan.

Positiivisia aistimuksia ja tunnereaktioita tavoitellaan myös **tunnelmamuotoilussa**, joka on tuore lähestymistapa asiakaskokemusten kehittämiseen. Tunnelmamuotoilu nostaa ihmiset – työntekijät ja asiakkaat – kaiken tekemisen keskiöön. Tavoitteena on saada työntekijät ja asiakkaat kokemaan arvostusta, vaikuttamisen mahdollisuutta, yhteenkuuluvuutta ja reilua sekä luoda molempia osapuolia miellyttävä fyysinen toimintaympäristö. Näin luodaan edellytykset hyvälle tunnelmalle, joka sitouttaa niin työntekijät kuin asiakkaatkin yrityksen puolestapuhujiksi.

Lue lisää:

Tarssanen, S. (toim.) 2009. Elämystuottajan käsikirja.

Rantanen, M. 2016. Tunnelmamuotoilu.