

POROTILAMATKAILUYRITYSTEN LAATUKÄSIKIRJA



Aila Kumentola

”LAATU ON ANNETTU LUPAUS”

Porotilamatkailun laadun kehittämisen hankekokonaisuus käynnistyi vuonna 2006 inventointi-hankkeella, jossa kartoitettiin porotilamatkailun sen hetkinen tilanne ja kehittämistarpeet. Toisessa hankeosiossa laadittiin perusteet laatukäsikirjalle. Kolmannessa hankkeessa on panostettu erityisesti laatuun ja turvallisuuteen. Neljäs hanke on tiedonvälityshanke, joka jatkuu kuluvan vuoden loppuun.

Avainyhteistyökumppanina on ollut alusta lähtien Paliskuntain yhdistys. Hankekokonaisuuteen on osallistunut 26 porotilamatkailuyritystä, jotka kaikki ovat Porotilamatkailu ry:n jäseniä ja myös varsinaisen porotalouden harjoittajia. Hankekokonaisuuden päärahoittaja on ollut Lapin ELY -keskus.



MITÄ ON POROTILAMATKAILU?

AITO porotilamatkailu lähtee poronhoidosta ja porotaloudesta. Suomen porotilamatkailuyrittäjät ovat aitoja poromiehiä ja -naisia, jotka ovat myös omien paliskuntiansa jäseniä ja tekevät varsinaiseen poronhoitoon liittyviä töitä matkailutoiminnan ohella. Usein taustalla on pitkät perinteet, ja porotaloutta on harjoitettu useiden sukupolvien ajan. Porotilat tarjoavat asiakkailleen ainutlaatuisia pohjoisen elämyksiä.

Yrittäjä ja koko perhe sekä henkilökunta ovat oleellinen osa porotilan matkailutuotetta. Matkailu on vahvasti verkottunut toimiala ja yhteistyökumppaneiden merkitys on suuri.

Porotilan töihin kuuluu erilaisia tehtäviä kuten vanhanmerkinnot, porojen ruokinta ja hoito, poroerotukset, teurastukset, poronlihan käsittely, ajokkaiden kouluttaminen, varusteet ja niiden huolto, rakennusten, poroaitojen, reittien, koneiden ja muiden laitteiden kunnossapito, korjaukset ja siivoukset.



Porotilamatkailun palveluita ovat poroajelut/porosafarit, tutustuminen poroelinkkeeseen, historia, ruokailu esim. kodassa, kotimuseot, vanhat tarinat, saunominen, majoitus jne.

Porotilamatkailun liiketoiminnan avaintekijöitä ovat laatu ja turvallisuus. Niiden tulee käsittää koko yrityksen toiminta. Asiakkuuksien määrittäminen ja niiden hallinta (mm. palvelu), tuotekehitystyö, viestintä, markkinointi ja myynti tulee olla hallussa. Tuotekehitykseen tulee panostaa ja muistaa, ettei ole ”kaikkea kaikille” -tuotteita, vaan ne kehitetään niin, että ne vastaavat yrityksen osaamista ja mahdollisuuksia.

Matkamuistot ja niiden valmistus ja myynti kuuluvat myös porotilamatkailuun. Nykyisin asiakkaat haluavat yhä enemmän myös tehdä itse käsitöitä, mikä asettaa yrittäjälle omat vaatimuksensa. Ruokailu on yksi keskeinen tekijä porotilavierailulle.

Lisäarvoa tuo EU:n myöntämät suojatut alkuperänimitykset (SAN): Lapin Poron liha, Lapin Poron kuivaliha ja Lapin Poron kylmäsavuliha.

Yritystoiminnan jatkuvaan kehittämiseen tulee panostaa. Porotilamatkailuyritysten asiakkaista yli 90 % on ulkomaalaisia eri puolilta maailmaa. Asiakkaat ovat yhä vaativampia ja laatumietoisempia ja haluavat kokea jotain erityistä. On myös hyvä miettiä, miten saadaan myös suomalaiset matkailijat ostamaan porotilamatkailun palveluita.

Tämä laatukäsikirja on laadittu erityisesti porotilamatkailuyritysten käyttöön. Porotilamatkailuyritykset, kuten muutkin yritykset ovat erilaisia ja niiden kehitystaso on erilainen. Vasta toimintansa aloittanut ei osaa samoja asioita kuin pitkään toimintaa harjoittanut. Myös yrityksen asiakaskunta asettaa omat vaatimuksensa laadulle.

Porotilamatkailu ry:llä tulisi olla yhteiset arvot, missio ja visio.

Porotilamatkailun vahvuuksia ja myös tulevaisuuden menestystekijöitä ja vahvuuksia ovat mm. seuraavat asiat. Niillä myös kehitetään ja myydään porotilamatkailua:

- Porotalouden/poronhoidon tuntevat yrittäjät: vahva substanssiosaaminen. Tämä nähdään yhteistyökumppaneiden taholla yhtenä avainasiana, johon tulee kiinnittää riittävästi huomiota.

- Aitous: mitä kaikkea se voi olla. On tärkeää voida määrittellä sana ”aitous” porotilamatkailun näkökulmasta. Aitous korostetaan joka paikassa.
- Yrittäjien persoonallisuus: tämä tulee olemaan haaste sukupolvenvaihdoksen yhteydessä. Nyt kaivataan mukaan myös nuoria, jotka uskaltavat panna oman persoonallisuutensa ja ainutlaatuisuutensa peliin ja kehittää sitä.
- Tilojen erilaisuus ja monipuolisuus: paikkakunta/kylä ja sen historia ja perinteet, tilan ikä, kulttuuri (saamelainen eri muodoissa, peräpohjalainen, kainuulainen), suvun historia.

Mitä on porotilamatkailun aitous?

Aidon porotilamatkailun perustekijä on porotalous, jonka porotilamatkailuyrittäjät hallitsevat. He osavat poronhoitoon kuuluvat asiat. Heillä on oma porokarja. Porotilamatkailu rakentuu usein porotilan ympärille. Tila on voinut olla saman suvun hallussa useiden sukupolvien ajan. Vanhat rakennukset ja pihapiiri on säilytetty. Porotilamatkailun toiminta voi myös olla matkailutarkoitukseen rakennettu kokonaisuus, jossa on perinteisiä rakennuksia toimintoihin. Poro ja poronhoitoon liittyvät asiat ruokineen ja käsitöineen kuuluvat kokonaisuuteen. Usein porotiloilla on myös vanhaa poronhoitoon ja paikkakuntaan kuuluvaa esineistöä ja historiaa.

Eri kulttuurit ja niiden vaikutus ovat nähtävissä: saamelaisuus, lappilaisuus, peräpohjalaisuus. Utsjoki ja Tenon laakso muodostaa erilaisen kokonaisuuden kuin Käsivarren Lappi. Poronhoitoalueen eteläinen osa on kulttuuriltaan, tavoiltaan ja luonnonolosuhteiltaan erilainen kuin Lappi. Aitous kuuluu myös saamen kieli ja oman alueen murre. Ne ovat rikkaus. Usein sanotaan, ettei ulkomaalainen ymmärrä, mitä he puhuvat. Ruumiin kieli on kuitenkin se, jota he pystyvät lukemaan. Kun yrittäjä saa puhua omaa murrettaan, hän on vapautunut ja ”aito” ja se näkyy ulospäin ruumiinkielenä ja erilaisina eleinä. Poron kohtelu näkyy myös samalla tavalla asiakkaalle, vaikkei hän kieltä ymmärräkään. Aitousessa ihmisen ja eläimen välinen kommunikaatio ja yhteistyö ovat tärkeä osa sitä tunnetta ja tunnelmaa, mikä asiakkaalle jää. Sen vaistoaa ilman puhuttua kieltä.

Segmentoi (tee lohkoja) eli valitse tarkoin kohderyhmät, sillä kohderyhmä/alue vaikuttaa myyntitapaan. Ulkomaan markkinoinnissa on erityisen tärkeä



ää pohtia, millaisia asiakkaita yrityksessä halutaan ja kuinka paljon?

Muista huomioida tuotesuunnittelu, markkinointi, saatavuus, asiakastilojen yms. suunnittelu, varsinaisen palvelutapahtuma, ihmisten erilaiset tarpeet ja vaatimukset. Paras myyntimies on tyytyväinen asiakas. On syytä pitää mielessä, ettei ole ”kaikkea kaikille” -tuotetta.

Palvelun laatu: Mittaa hymyjä! Pohdi seuraaviin kysymyksiä. Miten kehität omaa asiakaspalveluosaamistasi? Mitä pidät haastavana asiakaspalvelussa? Yrityskuva = mielikuva: jokaisella yrityksellä on yrityskuva. Yrityskuva muodostuu ihmisten kokemusten, tietojen, asenteiden, tuntemusten ja uskomusten summan. Millainen on sinun yrityksesi yrityskuva?

Poro matkailutuotteena

Poro on keskeinen tekijä porotilamatkailussa. Ihmisen ja poron välinen toiminta on sekä laatu- että turvallisuustekijä. Poron hyvinvointi on oleellinen osa porotilamatkailua. Porojen valinta koulutettaviksi on tärkeä. Varsinaiseen koulutamiseen tulee panostaa riittävästi.

Poron kohtelu asiakastilanteessa on merkittävä laatu- ja turvallisuustekijä, onpa kyseessä omistaja, ohjastaja tai asiakas.

Poron asialliset varusteet ovat tärkeitä, (reet, ahkiot, kuljetuskalusto, länget (valjaat), (ajo)hinnat, aisat) ja niiden tulee olla asianmukaiset ja turvalliset.

Poroajelut asiakkaille tulee suunnitella hyvin: reitien suunnittelu, rakentaminen, kunnossapito ja varareitit. Poroajeluun on ohjeet, jotka myös kerrotaan asiakkaille. Poron hyvinvointi ja turvallisuus tulee taata.



Ruoka ja käsityöt matkailutuotteina

Jokainen matkailija syö matkallaan ainakin kerran. Kannattaa miettiä, miten ruoka tarjoillaan. On syytä hyödyntää poronlihan EU:lta saamat hyväksynnät eli aito Lapin Poron liha, aito Lapin Poron kylmäsavuliha ja aito Lapin Poron kuivaliha. Tämän ympärille katetaan muut lappilaiset raaka-aineet, kuten esim. Lapin opiston tomaatit, puikulaperunat, erilaiset marjat ja juurekset - ja mausteeksi vähän tarinoita. Tarjotaan aitoa ja terveellistä (jopa eksoottista) ruokaa siistissä ympäristössä.

Ruokailu porotilalla on elämys, jonka hinnoitteluun tulee kiinnittää riittävästi huomiota. Hinnan tulee vastata erikoistuotetta: myydään laatua eikä halpaa hintaa.

Osana porotilamatkailua voi olla myös käsityömatkailu, joka tarkoittaa esimerkiksi sitä, että asiakkaalle kerrotaan porosta saaduista käsityömateriaaleista, kuten sarvesta, nahasta, poron kontti- eli sääriluista



sekä jänsteistä. Koti- ja ulkomaalaisia asiakkaita eivät kiehdo ainoastaan tarinat. Asiakkaat haluavat nähdä omin silmin käsityötuotteiden valmistusta porosta saatavista materiaaleista. Tämä voi antaa asiakkaalle enemmän kuin tuotteiden ostaminen matkamuistomyymälöistä tai käsityöalan kaupoista.



Aidot käsin tehdyt tuotteet voivat olla matkamuistoja, käyttö- ja koriste-esineitä, leluja, vaatteita yms. Niissä voidaan käyttää porosta saadun raaka-aineen lisäksi esim. suomenlampaanvillaa, jota voidaan hyödyntää varsin monipuolisesti. Se on monipuolinen, erinomainen ja luontoystävällinen raaka-aine. Käsityötuotteissakin tulee huomioida oikea hinnoittelu. Asiakas ei osta halpaa hintaa, vaan laadukkaita tuotteita, joista hän on valmis maksamaan. Ruoan ja käsitöiden ympärille voi rakentaa myös oman elämystuotteen.

teutua kaikessa yrityksen toiminnassa. Erityisesti luonnossa tehtävissä ohjelmapalveluissa turvallisuuden merkitys korostuu. Vaativat luonnonolosuhteet ja pitkät välimatkat lisäävät riskejä. Tavoitteena on ollut laatia erityisesti pienten ja mikrotason matkailun ohjelmapalveluyritysten käyttöön selkeä ja helppokäyttöinen laatuohjelma. Kansainvälisten tutkimusten mukaan yli 90 % matkailun ohjelmapalveluyrityksistä on pieniä ja mikrotason yrityksiä, usein perheyriityksiä useassa sukupolvessa. Yrityksille on tärkeää mahdollisimman hyvä kilpailukyky.

MIKÄ ON POROTILAMATKAILUN LAATUKÄSIKIRJA?

Porotilamatkailun laatuun on kehitetty nk. laatupyramidi, jossa yrittäjät on jaettu kolmeen eri tasoon: perustason yritykset, kisälliyrietykset ja mestariyritykset. Jokaiselle tasolle on määritelty omat laatuvaatimukset.

Laatukäsikirja auttaa yrittäjää arvioimaan toiminnan laatua ja tehokkuutta. Tärkeää on myös yrityksen jatkuva kehittäminen. Laadun tulee yritystoiminnan lisäksi sisältää ohjeistuksen porojen turvallisuudesta ja käytöstä matkailupalveluissa sekä perusohjeet poroajeluun. Ruoka (erityisesti poronliha), ruokailutilat ja hygienia ovat tärkeitä. Poroon liittyvät aidot käsityöt ja matkamuistot kiinnostavat erityisesti ulkomaisia asiakkaita. Monet asiakkaat haluavat itsekin kokeilla käsillä tekemistä.

Laadun ja turvallisuuden tulee kattaa koko yritystoiminta ja niiden pitää to-

POROTILAMATKAILUN LAADUN KEHITTÄMINEN

❖ Tiennäyttäjät ovat mestariyritykset, jotka ovat porotilamatkailun Best Practice - yrityksiä, jotka luovat toimialan imagon ja saavat ensimmäisinä porotilamatkailun laatumerkin. Mestariyritykset toimivat myös tiennäyttäjinä muille yrityksille.

POROTILAMATKAILUN MESTARIYRITYKSET

- ❖ Liiketoimintaosaaminen kehittyntä, asiat kirjallisina
- ❖ Talousasiat ja hinnoittelu pitkälle viety
- ❖ Laadun kehittäminen, turvallisuus- ja ympäristöosaaminen koko henkilöstöllä, työhön perehdyttäminen, kirjalliset ohjeistukset,
- ❖ Useamman kuukauden sesonki, voi olla myös kesämatkailua
- ❖ Riittävät resurssit, ulkopuolista työvoimaa
- ❖ Sitoutuneet systemaattiseen kehittämistyöhön
- ❖ Toimivat yhteistyöverkostot poronhoitoalueen ohjelmapalveluyritysten, aluepalveluorganisaatioiden ja muiden toimijoiden kanssa
- ❖ Nettisivut, yrityskuvaan ja viestintää panostetaan
- ❖ Panostaa sähköiseen osaamiseen (e-osaaminen)
- ❖ Alueellaan porotilamatkailun kärkiyrityksiä

POROTILAMATKAILUN KISÄLLIYRITYKSET

- ❖ Liikeidea ja liiketoimintasuunnitelma kirjallisena
- ❖ Budjetti, hinnoittelu
- ❖ Asiakkuuksia mietitty, tuotekehitystä tehdään
- ❖ Laatu-, turvallisuus- ja ympäristöasiat otettu mukaan
- ❖ Pääasiassa ulkomaisia matkailijoita
- ❖ Sesonki useamman kuukauden, lähinnä talvi
- ❖ Ohjelmapalveluyritysten alihankkijoita
- ❖ Yhteistyöverkostojen luominen aloitettu
- ❖ Suurin osa porotilamatkailuyrityksistä sijoittune tähän

POROTILAMATKAILUN PERUSYRITYKSET

- ❖ Uudet porotilamatkailuyritysideat ja yritystoiminnan alkuvaiheessa olevat: liikeidean analyysi ja menestystekijöiden rakentaminen mukaan alusta lähtien
- ❖ Oman yrityksen laadun määrittelmä
- ❖ Liikeidean hiominen, liiketoimintasuunnitelman perusversio, kilpailuanalyysi, swot -analyysi
- ❖ Toimenpide ehdotus toiminnan kehittämiseksi ja tavoitteet
- ❖ Työ voidaan tehdä esim. pienissä ryhmissä
- ❖ Lyhyt sesonki, esim. toisen porotilamatkailuyrityksen alihankkija



Yrityksen liiketoiminta

Yritystoiminnan menestymisen edellytyksenä on hyvin suunniteltu ja hallittu liiketoiminta, joka lähtee huolellisesti laaditusta liikeideasta. On tärkeää hankkia tietoa toimintaympäristöstä, markkinatilanteesta ja kilpailijoista. Yrityksen resurssien eli voimavarojen kartoitus tulee tehdä perusteellisesti: talous, ihmiset, toimitilat ja tavarat. Tarvittavat lait ja asetukset sekä luvat tulee olla kunnossa.

Rahoitus-lähteiden selvittäminen ja riittävän rahoituksen saanti tulee olla kunnossa.

Hyvä suunnittelu on avainasia yrityksen koosta ja toimialasta riippumatta. Suunnitteluun kannattaa käyttää riittävästi aikaa. Myös muilta yritystoiminnan ammattilaisilta voi pyytää neuvoja. Liiketoiminta sisältää mm. seuraavat asiat kirjallisina: liikeidea, tarvittavat luvat ja vakuutukset, kirjanpito ja veroasiat, suunnittelu (kirjallisesti), yrityksen perustuotteet (ideointiin ja suunnitteluun on hyvä panostaa riittävästi aikaa), tuoteideoista valitaan paras/parhaat. Asiakkaiden valinta tulee tehdä huolellisesti ja muistaa, ettei ole olemassa ”kaikkea kaikille” -tuotetta. Yrityksen tuotteiden ja asiakkuuksien tulee vastata toisiaan.

Yritystoiminnan yksi kehittämisen väline on mm. yrityksen swot eli nelikenttäanalyysi: vahvuudet ja heikkoudet (nykytilanne) sekä mahdollisuudet ja uhat (tulevaisuus). Budjetti tulee laatia ja seurata sen toteutumista, rahoitus ja rahoituslähteet pitää selvittää. Taloushallinto on syytä antaa ammattitilotoimiston hoidettavaksi. Mitkä ovat yrityksen taloudellista tehokkuutta kuvaavat tunnusluvut? Yritystoiminnan mittareita ovat mm. liikevaihdon kasvu, kannattavuus, henkilöstötyytyväisyys, talouden mittarit ja luottokelpoisuus.

Yrityksen johtamiseen kuuluu seurata liiketoiminnan tulosta ja asiakassuhteiden kehitystä. On tärkeää miettiä, miten yrityksen laatukäsikirja pidetään ajan tasalla ja miten sitä kehitetään.

Yrityksen toiminnan kehittäminen perustuu jatkuvaan parantamiseen, jonka tulee perustua tosiasioiden ja yrityksen toimintaan nähden tarkoituksenmukaiseen mittaamiseen. Toimintaa mitataan eri näkökulmista, kuten asiakas, yrityksen toiminta, talous ja kehittyminen. Mittareita ovat esim. asiakastyytyväisyys ja henkilöstön tyytyväisyys.

Mitä yrityksen talouteen ja asiakassuhteisiin liittyviä tunnuslukuja ja asioita seurataan?

Miten seurataan varojen riittävyyttä laskujen maksuun? Miten usein tai missä tilanteissa em. asioita tai tunnuslukuja seurataan? Miten seurannan havaintoja hyödynnetään ja miten niistä tiedotetaan? Miten ja millä perusteella seurattavien asioiden ja tunnuslukujen kattavuutta ja riittävyyttä arvioidaan ja parannetaan?

Turvallisuuteen liittyvät asiakirjat tulee laatia ja pitää ne ajan tasalla. Myös yrityksen riskikartoitus on syytä tehdä (se on tehtävä aina, kun tulee muutoksia, ja muutenkin kannattaa ainakin kerran vuodessa käydä riskikartoitus läpi). Yrityksen tulee täyttää lakisääteiset vaatimukset ja kehittää turvallisuusosastamistaan palvelun laadun, markkinoinnin, myynnin ja muiden perusosaamisalueiden osalta.

Verkottuminen on tärkeä. Yrityksen on syytä miettiä oma verkostonsa ja nimetä kaikki ne, jotka kuuluvat yrityksen verkostoon. Verkoston jäsenten määrä ei ole tärkein, vaan se mitä hyötyä verkostosta yritykselle on. Yrittäjän on hyvä myös miettiä, mitä hän itse antaa verkostolle. Porotilamatkailu ry on yksi verkosto, jossa tulee olla yhteiset pelisäännöt ja joita kaikkien jäsenten tulee noudattaa.

Yrittäjä ja perhe sekä henkilöstö ovat osa liiketoimintaa

Yrittäjä ja muu henkilöstö ovat laadun avaintekijöitä. Ihmisen osuus korostuu matkailuyrityksissä.



sä. Erityisesti pienissä matkailuyrityksissä yrittäjän ja yrittäjäperheen rooli ja vastuu ovat tärkeitä. Matkailun ohjelmopalveluyrityksessä koko henkilökunta on oleellinen osa matkailutuotetta. Henkilöstö on myös merkittävä tekijä elämysten tuottajana.

Yrityksen laatu lähtee yrittäjästä, joka näyttää omalla esimerkillään suuntaviivat ja vastaa siitä, miten laatu toteutetaan ja mitkä hänen yrityksensä laadun pelisäännöt ovat. Yrittäjä luo paikan hengen.

Yritystoiminnasta vastaa yrittäjä, perheyrityksessä usein yrittäjäpariskunta. Sesonkina voidaan palkata harjoittelijoita tai muuta apu työvoimaa. Yrittäjä tekee itse kaikki päätökset, hän ideoi ja rakentaa tuotteet ja pyörittää jokapäiväistä yritystoimintaa. Yrittäjä on eräänlainen ”joka paikan höylä”. Yrityksen laatu on hänen näköisensä: ”Tehdään, mitä osataan ja ehditään.” Yrittäjällä ei välttämättä ole varsinaista yrittäjäkoulutusta.

Porotilamatkailuyrittäjän työpäivät ovat pitkiä ja monet erilaiset tehtävät vaativat aikaa. Matkailusesongit ovat haastavia ja työpäivät usein pitkiä. Yrittäjän ja henkilöstön hyvinvointiin ja jakamiseen tuleekin kiinnittää huomiota.

Asiakas

Asiakkuuksien määrittelyyn on syytä varata riittävästi aikaa ja työ tulee tehdä huolella. Asiakkaiden valinta liittyy yrityksen omaan osaamiseen ja voimavaroihin. On syytä olla rehellinen itselleen: jos voimavarat eivät riitä yritysasiakkaiden vaatimuksiin, kannattaa panostaa esim. ”tavallisiin” lomamatkailijoihin. Myös yhteistyö muiden porotilamatkailu- tai ohjelmopalveluyritysten kanssa voi olla hyvä vaihtoehto – kunhan pelisäännöt on sovittu ja laadittu kirjallisesti. Yrittäjän tulee miettiä, ketkä ovat yrityksen asiakkaita ja mitkä ovat asiakasprofiilit sekä asiakkaiden tarpeet.

Pohdi seuraavia asioita: Mitkä ovat yrityksen tärkeimmät asiakasryhmät ja millä perusteella nämä on valittu? Miten eri asiakasryhmien tarpeet, odotukset ja vaatimukset selvitetään? Miten yrityksessä selvitetään asiakkaiden tyytyväisyys ja tyytymättömyys? Miten asiakkaille tehdään helpoksi tietojen, tuen ja avun hankkiminen, palautteen antaminen ja valitusten tekeminen? Miten valitukset käsitellään ja miten ehkäistään valituksen syyn toistuminen?

Millaisia ovat asiakkaiden näkemykset yrityksen tuotteista, palveluista ja toiminnasta?

Tuotekehitys on osa laatua. On panostettava riittävästi aikaa tuotekehitykseen ja mietittävä, mikä on yrityksen ”oma juttu” eli millaisia ohjelmopalveluita asiakkaille tarjotaan. Tuotteiden hinnoittelu tulee laskea tarkoin.

Jokaisesta yrityksen tuotteesta tulee olla kirjallinen kuvaus. Tee tuotteista oman yrityksesi ja itsesi näköisiä – älä matki muita! Panosta tähän kohtaan riittävästi aikaa. Kirjoittele ideoita paperille ja pohdi niitä. Muista tämä: mikä sinulle on tavanomaista, voi muualta tulleelle olla ”aivan mahtavaa”. Sinä et tee tuotteita itsellesi, vaan asiakkaillesi. Pyydä kommentteja ammattilaisilta.



Tuote ja asiakas

Yrityksellä on liikeideaan pohjautuvat suunnitelmat siitä, miten tuotteita kehitetään asiakaslähtöisesti ja kestävästi, ja miten tuotekehityksessä huomioidaan elämyksellisyys, laatu-, turvallisuus- ja ympäristötekijät sekä kannattavuus. Asiakkaat on segmentoitu eli jaettu lohkoihin, ja asiakassuhteita kehitetään asiakasryhmittäin. Asiakastyytyväisyyttä tulee mitata säännöllisesti.

Ihmiset ovat avainasemassa eli yrittäjä perheineen, ulkopuolinen työvoima ja yhteistyökumppanit.

Porotilamatkailuun kuuluvat mm. seuraavat asiat: poronhoito, rakennusten, poroaitojen, reittien, koneiden ja laitteiden kunnossapito, korjaukset, sii-



voukset. On syytä huomioida myös muut porotilan työt kuten vasanmerkinnät, erotukset, teurastukset, poronlihan käsittely, ajokkaiden koulutus, ruokinta, hoito ja varustaminen.

Porotilamatkailu sisältää mm. seuraavat asiat: yrityksen liiketoiminta (laatu ja turvallisuus), poroajelut (safarit) ja muut ohjelmapalvelut: ruokailu, tutustuminen poroelinkeinoon, historia, kotimuseot, erilaiset tarinat, majoitus, saunominen jne. Aidot matkamuistot ovat tärkeitä. Asiakkaat haluavat usein myös itse tehdä esim. käsitöitä tai osallistua ruoanlaittoon jne.

TOIMINNAN JATKUVA KEHITTÄMINEN

Markkinointi, myynti, viestintä

Markkinointi ja myynti ovat haastavia. Oman yrityksen markkinointisuunnitelma on syytä laatia perusteellisesti. Myyntityöhön tulee panostaa riittävästi. Porotilamatkailuyritykset voivat tehdä yhteistä markkinointityötä esim. markkinoinnin ammattilaisen kanssa. Yrityksessä laaditaan kirjalliset markkinointisuunnitelmat ja tuotekortit, määritellään jakelutiet ja myyntikanavat. Nettimarkkinointi on tätä päivää.

Turvallisuus

Yrityksen turvallisuustoiminnassa on kyse kulttuurista, joka muodostuu yksilöiden arvoista, asenteis-



ta, havainnoista, taidoista ja käyttäytymisestä. Ne määräävät, miten turvallisuuden johtamiseen sitoudutaan. Henkilöstön osaaminen, yhteiset toimintäsäännöt ja käytänteet, turvallisuutta edistävät työolot ja työympäristö ja asiakastuntemus ovat osa turvallisuutta.

Matkailijat ovat entistä ympäristötietoisempia, joten ympäristöasioihin on syytä panostaa. Yrityksellä tulee olla suunnitelma, jonka avulla se pyrkii vähentämään yritystoiminnasta aiheutuvia ympäristövaiikutuksia.

Lait ja asetukset tulee huomioida yrityskohtaisten tarpeiden ja vaatimusten mukaan.

Ohjeita yrityksille

Yrittäjän ja henkilöstön rooli on keskeinen pienissä matkailun ohjelmapalveluyrityksissä: he ovat usein merkittävä osa matkailutuotetta ja asiakkaan kokemusta.

Millä mittareilla mitataan esim. asiakastytyväisyyttä ja millaisia tuloksia on saatu aikaan? On hyvä tarkastella, miten tulokset ovat kehittyneet ajan kuluessa. Tulokset kannattaa esittää kaavioina, joihin kerätään historiatietoja ja mittaustuloksia sitä mukaa kun niitä syntyy.

Yrityksessä voi olla työkirja, jota täytetään. Miten esimerkiksi eri asiakasryhmien tarpeet, odotukset ja vaatimukset selvitetään?

Pienessäkin yrityksessä on varauduttava liiketoimintaan liittyviin riskeihin. Samat lainalaisuudet ovat voimassa yrityskoosta huolimatta. Usein pieni matkailuyritys on alihankkijan asemassa suuremmalle yritykselle. Liiketoiminnan riskit kasvavat huomattavasti, mikäli toiminnan määrästä on huomattava määrä sidottu esim. yhden tai kahden henkilön menestykseen. Muita riskejä, joita yrityksessä joudutaan pohtimaan, ovat mm. toimittaja-, sopimus-, rahoitus-, vahinko- ja tietoturvariskit. Yhä useammin riskityyppinä ovat sähköiseen kaupankäyntiin liittyvät riskit.

Miten yrityksessä tunnistetaan liiketoimintaan liittyvät riskit? Miten seurataan riskejä aiheuttavien asioiden kehittymistä ja millaisia suunnitelmia riskien toteutumisen varalle on tehty? Miten poikkeustilanteiden vastuut ja valtuudet on määriteltävä?



Yrittäjä ja henkilökohtaiset yrittämiseen liittyvät riskit

Yrittämiseen liittyy aina huomattava henkilökohtainen panos. Sen lisäksi, että yrittäjä laittaa itsensä ja ammatillisen osaamisensa täydellisesti peliin, vaaditaan usein yrittäjää ja hänen perhettään koskevia taloudellisia sitoumuksia. Tämä antaa toisaalta vapautta, mutta toisaalta johtaa siihen, että esim. sosiaaliturvaan ja toimeentulon turvaan liittyvät tekijät jäävät yrittäjän itsensä vastuulle. Tässä huomioitavia asioita ovat mm. sosiaali-, eläke-, työkyvyttömyys- ja työttömyysturva sekä henkilökohtaisen omaisuuden turvaaminen. On syytä pohtia, miten turvataan yrittäjän perheen asema mahdollisten riskien toteutuessa ja miten huolehditaan sosiaali-, eläke-, työkyvyttömyys- ja työttömyysturvasta. Millaisia varasuunnitelmia riskien toteutumisen varalle on tehty?

Työterveys yrityksen toiminnassa

Usein yritykset toteavat henkilöstön olevan yrityksen tärkein voimavara! Mitä se tarkoittaa sinun yrityksessäsi?

Työterveysasiat on syytä ottaa huomioon. Kohdassa tarkastellaan, millaisia terveydelle haitallisia tekijöitä työpaikalla on, esim. melu, kuumuus, kylmyys, homeet, stressi, yksipuoliset työliikkeet jne. Terveysteen liittyvät myös ergonomiset tekijät eli työvälineet ja työskentelytavat eivät aiheuta henkilöstölle terveydellistä kuormitusta.

Tärkeä tekijä turvallisuuden ylläpidossa on myös työpaikan siisteys sekä sisä- että ulkotiloissa. On selvítettävä mm. millaisia vaarallisia töitä ja turvallisuusriskejä yrityksen toimintaan liittyy ja miten näihin on varauduttu turvallisuuskoulutuksella ja -ohjeilla turvallisuusriskien eliminoimiseksi.

Työvirheiden ja asiakasvalitusten eliminoimiseksi uusille työntekijöille ja henkilöille, jotka siirtyvät uusiin työtehtäviin, kannattaa järjestää hyvin suunniteltu opastus ja perehdytyskoulutus. Opastus ja perehdyttäminen voivat tapahtua monella tavalla, esim. luentojen ja videoiden avulla, harjoitteluvaiheilla vanhemman työntekijän kanssa, omaehtoisella opiskelulla jne.

Työhyvinvoinnilla on suuri merkitys koko yritykselle. Miten yrityksessä edistetään henkilöstön hy-

vinvointia ja tyytyväisyyttä sekä niiden kehittymistä. Esimerkkejä tällaisesta toiminnasta voivat olla harrastustoiminnan tukeminen, virkistystoiminta ja muu kuin suoranaisesti työtehtäviin liittyvä koulutus ja siihen kannustaminen. Toiminnan tulisi kattaa yrityksen koko henkilöstö.



Miten yrittäjä huolehtii ammattitaitonsa ja yrityksen johtamiseen liittyvän osaamisen kehittamisestä?

Usein yritys perustetaan yrittäjän oman ammattitaidon varaan. Tällaisessa yrityksessä omistajayrittäjä käytännössä osaa, tietää ja tekee kaiken. Mikäli yrityksen toiminta lähtee kasvuun, pitää palkata uusia henkilöitä ja jossain vaiheessa alkaa toiminnan organisoimisessa ja hallinnassa esiintyä ongelmia. Tilanne on synnyttänyt yrittäjälle uuden henkilökohtaisen haasteen. Hänen pitäisi tekemisen sijasta alkaa siirtää toimintansa painopistettä esimiehenä olemisen suuntaan. Mikäli yritys edelleen kasvaa, nousee uusia johtamiseen liittyviä haasteita. Yrittäjän pitäisi pysyä kasvamaan tekijän ja esimiehen roolistaan yrityksen johtajan rooliin, jossa korostuvat toiminnan suunnittelu, tavoitteiden asettaminen sekä toiminnan



suunnan tunnistaminen ja näyttäminen. Mikäli yrittäjä ei henkilökohtaisesti tunnista tätä polkua ja ala systemaattisesti kehittää itseään ja osaamistaan kasvavan liiketoiminnan vaatimuksia vastaavaksi, voidaan ajautua tilanteeseen, jossa kaikki asiat ja päätöksentekotilanteet ovat käytännössä edelleen yhden henkilön vastuulla. Tämä taas aiheuttaa kankeutta ja hitautta yrityksen toimintaan ja saattaa aiheuttaa motivaatio- ja asenneongelmia yrityksen muun henkilöstön parissa.

Mitkä ovat yrityksen tärkeimmät asiakasryhmät ja millä perusteella ne on valittu?

Asiakassuuntautuneen toiminnan lähtökohtana ja edellytyksenä voidaan pitää kokonaismarkkinoiden jakamista osiin eli segmentteihin (lohkoihin). Yritykset eivät yleensä voi palvella tehokkaasti kaikkia, vaan joutuvat keskittymään omalle toiminnalleen sopivimpiin osiin. Näin yrityksen menestymisen edellytykset paranevat, kun rajalliset resurssit voidaan kohdentaa järkevämmiin valittuihin asiakasryhmiin, joiden edustamat asiakastarpeet ovat samansuuntaisia. Menestyminen määrätyn asiakasryhmän kohdalla edellyttää lisäksi kyseisten asiakkaiden tarpeiden selvittämistä ja toimimista näiden mukaisesti.

Yritykset voivat segmentoida markkinat esim. kulluttajien iän, sukupuolen, elämäntilanteen, koulustaustan jne. tekijöiden perusteella. Yritysten välisessä kaupankäynnissä segmentointi voi perustua esim. tuotteisiin, palvelutasoon, asiakasyritysten toimialaan ja/tai maantieteelliseen sijaintiin. Keskeistä on, että kokonaismarkkinoiden jakaminen perustuu asiakasryhmien tarpeisiin, odotuksiin ja vaatimuksiin.

Asiakkaiden ryhmittelyä tulee pitää yllä. Aika ajoin on syytä istua alas ja esim. asiakastarvekartoituksista saadun tiedon perusteella arvioida yrityksen asiakkaiden ryhmittelyn tai segmentoinnin järkevyyttä ja tehdä tarvittavia parannuksia käytettyyn menettelyyn.

Mitkä ovat yrityksenne asiakasryhmät tai markkinasegmentit (lohkot)? Millä perusteella juuri nämä on valittu? Miten ryhmittelyn tai segmentoinnin ajankohtaisuutta arvioidaan ja pidetään yllä?

Miten eri asiakasryhmien tarpeet, odotukset ja vaatimukset selvitetään?

Tässä tarkastellaan menettelyjä ja toimintatapoja, joilla yrityksessä selvitetään asiakkaiden tarpeita, odotuksia ja vaatimuksia.

Kysymys liittyy läheisesti kysymykseen, jossa yritys on määritellyt asiakasryhmänsä tai markkinasegmenttinsä.

On erittäin tärkeää, että yrityksessä tiedetään, mistä asiakkaille syntyy tosiasiaa arvoa. Asiakkaiden tarpeet, odotukset ja vaatimukset selvittämällä siirrytään luulosta tietoon.

Miten tarpeet, odotukset ja vaatimukset sitten eroavat toisistaan?

Esimerkiksi voidaan ottaa taksimatka. Asiakkaalla on tarve siirtyä paikasta A paikkaan B. Odotukset voivat liittyä esimerkiksi siihen, että taksia ei tarvitse odottaa kohtuuttoman kauan tai että auto on siisti.

Tärkeää on huomata, että asiakkaiden tarpeiden selvittäminen ei ole itsetarkoitus. Kerättyä arvokasta tietoa tulee hyödyntää esim. yrityksen tarjoamien tuotteiden ja palvelujen suunnittelussa, yrityksen toiminnassa ja henkilöstön kehittämisessä.

Miten yrityksessä selvitetään asiakkaiden tyytyväisyys ja tyytymättömyys?

Miten yrityksessä selvitetään, ovatko sen asiakkaat tyytyväisiä vai tyytymättömiä? Lisäksi selvitetään, miten tyytyväisiä tai tyytymättömiä he ovat. Asiakkaiden tyytyväisyys riippuu siitä, miten hyvin heidän tarpeensa kyetään täyttämään. Asiakkaiden tyytyväisyyttä kannattaa tarkastella asiakasryhmit-



täin, jolloin saadaan tarkempi kuva eri asiakasryhmien tilanteesta. Tällöin mahdolliset korjaavat toimenpiteet pystytään kohdistamaan nopeasti oikein. Erityisesti porotilamatkailussa ulkomaisten asiakkaiden määrä on huomattava. Eri kulttuurit ja kansallisuudet saattavat poiketa suuresti toisistaan. On syytä ottaa huomioon erilaiset tavat ja tottumukset ja kiinnittää huomiota asiakkaiden toivomuksiin. Asiakkaiden kommentit ja heidän antamansa palaute on syytä käydä huolella läpi.

Esimerkkejä menettelytavoista asiakastytyväisyyden selvittämiseksi ovat asiakastytyväisyyskyselyt, asiakkaiden uudelleenostojen seuraaminen sekä asiakkaiden näkemys yrityksestä ja sen tuotteista verrattuna kilpailevaan tarjontaan (esim. porotilamatkailu verrattuna koiravaljakko- ja hevosityyksiin sekä muihin matkailun ohjelmopalveluihin). Asiakkaiden tyytymättömyyttä sitä vastoin voivat kuvata esim. valitusten lukumäärä ja asiakkaiden menettäminen kilpailijoille.

Asiakasyhteydenpito on yhtä tärkeä kuin se, miten siitä saatavaa tietoa hyödynnetään yrityksen toiminnassa.

Miten asiakkaiden yhteydenpito yritykseen on järjestetty (mitä tapoja on käytössä asiakasryhmittäin)?

Kuka/ketkä yhteydenpidosta vastaavat? Mitkä ovat yhteydenpidolle asetettavat tärkeimmät vaatimukset (esim. kuinka nopeasti kyselyyn tulisi reagoida) Miten em. vaatimuksista sovitaan henkilöstön kanssa?

Miten asiakkaille tehdään helpoksi palautteen antaminen ja valitusten tekeminen?

Kuka ottaa yhteyttä - ja miten nopeasti - valittaneeseen asiakkaaseen ilmoittaakseen, että asian selvittäminen on aloitettu? Kuinka nopeasti valitusten ratkaiseminen tulee saattaa päätökseen? Miten varmistetaan, että valituksen syyn toistuminen ehkäistään? Miten ja millä perusteella valitusten käsittelyn tehokkuutta arvioidaan ja parannetaan?

Mistä asiakas maksaa?

Asiakkaiden tarpeiden, odotusten, vaatimusten ja palautteen huomioon ottaminen toiminnan kehittämisessä ja parantamisessa on tärkeää.

Tiedon kerääminen on ensimmäinen askel jatkuvaan parantamiseen ja oppimiseen. Yrityksessä tulee olla sovittuja toimintatapoja, joilla varmistetaan, että kerättyä tietoa myös hyödynnetään. Vain ottamalla tämä huomioon yritys voi hyötyä mittauksistaan ja selvityksistään. Tietojen hyödyntämisessä kannattaa keskittyä erityisesti tuotteiden, palveluiden ja toiminnan asiakaslähteiseen kehittämiseen siten, että asiakkaiden odotukset täyttyvät.

Miten huolehditaan siitä, että tieto- ja asiakkaiden tarpeista, tyytyväisyydestä, palautteesta ja valituksista hyödynnetään tuotteiden ja/tai palvelujen sekä toiminnan kehittämisessä?



Laatukäsikirjan pitäminen ajan tasalla

Yrityksen toiminnassa hyvien ja tehokkaiden toimintatapojen osaaminen ja noudattaminen edistää koko yrityksen menestystä ja auttaa uusia työntekijöitä omaksumaan alusta alkaen parhaimmaksi koettavat tavat toimia. Käsikirja on tarkoitettu tietolähteeksi, jota pidetään ajan tasalla.

Päivittämistarpeita käsikirjaan aiheuttavat mm.: muutokset asiakaskunnassa, asiakkaiden tarpeissa, toimintatavoissa, työprosesseissa, ostotoiminnoissa, asiakaspalautteiden ja muiden tietojen hankinta- ja seurantatavoissa jne.

Asiakkaiden näkemykset yrityksen tuotteista, palveluista ja toiminnasta

Mittarit kuvaavat asiakkaiden näkemyksiä yrityksestä: Mitä mieltä asiakas on yrityksen tuotteista ja palveluista, toiminnasta, kanssakäymisestä jne. Näitä tuloksia saadaan esim. asiakastyytyväisyystutkimuksista, -selvityksistä ja -kyselyistä, asiakaspaneelista, asiakkaiden tekemistä luokituksista, asiakkaiden jakamista palkinnoista jne. Mittaukset voivat liittyä asiakkaiden tyytyväisyyteen, asiakkaiden tyytymättömyyteen, asiakasuskollisuuteen jne. Mitä mitataan, millaisia tuloksia mittauksilla on saatu ja millaisia tavoitteita yrityksessä on näiden asioiden suhteen omalle toiminnalle asetettu?

Sen lisäksi, että luetellaan asiakkaisiin liittyvät tunnusluvut, yrityksessä tulee olla järjestelmällinen tapa seurata tietoja. Seurannassa kannattaa hyödyntää myös aikaisempia tuloksia ja muodostaa ns. trendejä suorituskyvyn kehittymisestä. Mikäli aikaisempia tuloksia ei enää löydy, kannattaa sopia, miten suorituskykyä koskevat tiedot jatkossa kirjataan ylös. Näin päästään ajan kuluessa käsitykseen siitä, miten ja mihin suuntaan yrityksen suorituskyky kehittyy.

Asiakkaiden näkemyksiin liittyvät yrityksen sisäiset mittaukset

Mittarit liittyvät yrityksen sisäisiin toiminnan mittauksiin, joiden tuloksia voidaan hyö-

dyntää asiakkaiden näkemysten analysoinnissa, ennakoinnissa ja parantamisessa. Mittaukset liittyvät asiakkaille tärkeisiin tekijöihin (niihin, jotka tekevät asiakkaat tyytyväisiksi). Ne voivat liittyä esim. tuotelaatuun, asiakkaiden osto-volyymiin kehitykseen, valitusten määrään, takuukorjauksiin, uusiin ja menetettyihin kauppoihin, asiakassuhteen keston jne. Sen lisäksi, että luetellaan käytettävät tunnusluvut, yrityksessä tulisi olla järjestelmällinen tapa seurata näitä tietoja. Seurannassa kannattaa hyödyntää myös aikaisempia tuloksia ja muodostaa ns. trendejä suorituskyvyn kehittymisestä. Mikäli aikaisempia tuloksia ei enää löydy, kannattaa sopia, miten suorituskykyä koskevat tiedot jatkossa kirjataan ylös. Näin päästään ajan kuluessa käsitykseen siitä, miten ja mihin suuntaan yrityksen suorituskyky kehittyy.

Liiketoiminnan tulokset

Mitkä ovat yrityksen taloudellista tehokkuutta kuvaavat tunnusluvut? Mittarit liittyvät yrityksen taloudelliseen suorituskykyyn. Ne voivat liittyä esim. liikevaihtoon, kustannuksiin, katelukupiikkiin, voittoon, kannattavuuteen, omavaraisuuteen, pääoman tuottoon, kassavirtaan, luottokelpoisuuteen jne.

Lisätietoja

projektipäällikkö Aila Kumentola,

aila.kumentola@ulapland.fi tai

040 728 6383.

