

# **Viking Lines Konferenstjänster**

En benchmarking undersökning

Nicole Hudák

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Turism
Identifikationsnummer:	4265
Författare:	Nicole Hudák
Arbetets namn:	Viking Lines Konferenstjänster- en benchmarking undersökning
Handledare (Arcada):	Hellevi Aittoniemi
Uppdragsgivare:	Viking Line Abp
<p>Sammandrag:</p> <p>Affärsturism är ett brett begrepp. Allt från belöningsresor och evenemang till stora konferenser. Affärsturism sysselsätter milliontals med människor runt om i världen och är det största marknadssegmentet för många destinationer. Idag har affärsturism ett mera professionellt och arbetsrelaterande ändamål. Finland har även blivit känt för att vara ett populärt konferensland på grund av dess hög kvalitet på service och pålitlighet.</p> <p>Viking Line uppfattas som hela folkets flotta och det kan det vara svårt att segmentera produkter för kunder. Syftet med detta arbete är att kartlägga Viking Lines konferenstjänsters konkurrenskraft jämfört med det konkurrerande företaget Tallink Silja. Arbetets avgränsning är på Helsingfors-Stockholm ruten för den behöver mest utveckling. Arbetets delsyfte är hur konferenstjänsterna skiljer sig, samt vad påverkar och avgör valet av rederi.</p> <p>Arbetets teorigrund baserar sig på konferenstjänstens olika komponenter. Dessa är b.la konferensutrymme, servering, logi, teknik och socialt program. Som litteraturkällor har b.la Aarrejärvi, Komppula &amp; Boxberg refererats till. För datainsamling har en kvalitativ metod använts i samband med egna observationer.</p> <p>Undersökningens resultat visar sig att konferenskunder utgår från konferensutrymmet vid bokning av konferensresor. Konferensutrymmet väljs beroende på konferensens natur och deltagar antal. Priset har inte en stor betydelse i valet av rederi. De värdesätter bra kundservice och personlig kontakt. Konferenskunderna har varierande åsikter angående vad de värdesätter av rederierna och utgår från vad deras organisation står för.</p>	
Nyckelord:	Konferenstjänst, Tjänsteutveckling, Tjänsteprocess, Benchmarking, Viking Line
Sidantal:	51 (+37)
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Tourism and Hospitality Management
Identification number:	4265
Author:	Nicole Hudák
Title:	Viking Line's Conference services- a benchmarking study
Supervisor (Arcada):	Hellevi Aittoniemi
Commissioned by:	Viking Line Abp
Abstract:	
<p>Business tourism is a broad concept. It consists of incentive travel, events and big conferences. Business tourism employs millions of people around the world and is one of the biggest segments for many destinations. Today business tourism is more professional and work-related. Finland has also put its marks on the global map and has become a popular conference country because of its high quality services and reliability.</p> <p>Viking Line is perceived as the cruise company for everyone. It can be hard to segment products for customers. The aim of this study is to benchmark Viking Lines conference services compared to the competing cruise company Tallink Silja. The study is focused on the route Helsinki-Stockholm because it requires more development. The research also outlines how these services differ and what affects the choice of company.</p> <p>The theory in this study consists of the components that a conference should consist of. Some of these are conference facility, restaurant services, technology and social activities. Some of the sources used in this thesis are Aarrejärvi and Komppula &amp; Boxberg. A qualitative research method was used with implementation of personal observations.</p> <p>The results show that the conference customers start with looking at how the conference facility fits with the segment and size of the group. The conference facility is chosen basis on the purpose of the travel. The price does not affect the choice of the cruise line. Customers value good customer service and personal contact. The customers have very different opinions concerning what they value from a cruise line and the base for choosing the cruise line is according to what the organization stands for.</p>	
Keywords:	Conference service, Service development, The process of a service, benchmarking
Number of pages:	51 (+37)
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

# Innehåll

<b>1</b>	<b>INLEDNING</b> .....	<b>7</b>
1.1	Frågeställning .....	8
1.2	Syfte och avgränsning .....	8
1.3	Metod och materialbeskrivning.....	9
1.4	Begreppsdefinitioner.....	9
<b>2</b>	<b>KONFERENSTJÄNST</b> .....	<b>10</b>
<b>3</b>	<b>TJÄNSTEUTVECKLING</b> .....	<b>17</b>
3.1	Turismprodukt.....	17
3.2	Tjänsteprocess .....	19
<b>4</b>	<b>VIKING LINES OCH TALLINK SILJAS KONFERENSPAKET</b> .....	<b>23</b>
4.1	Webbplats.....	24
4.1	Konferensoffert .....	30
<b>5</b>	<b>METODDISKUSSION</b> .....	<b>31</b>
5.1	Val av metod.....	32
5.2	Intervjuguide .....	33
5.3	Respondenter och genomförande .....	34
<b>6</b>	<b>RESULTAT REDOVISNING</b> .....	<b>34</b>
6.1	Tjänsteutveckling.....	39
6.2	Slutlig värdering av rederierna .....	40
<b>7</b>	<b>DISKUSSION</b> .....	<b>40</b>
7.1	Konferenstjänst.....	41
7.2	Tjänsteutveckling.....	43
7.3	Tjänsteprocess .....	44
<b>8</b>	<b>AVSLUTNING</b> .....	<b>45</b>
8.1	Konklusioner och förbättringsförslag åt Viking Line .....	46
8.2	Arbetets begränsningar och förbättringsförslag .....	48
8.3	Slutord .....	49
	<b>KÄLLOR</b> .....	<b>50</b>
	Litteratur .....	50
	Elektroniska källor .....	51

<b>BILAGOR .....</b>	<b>52</b>
Bilaga 1: Frågeguide på finska .....	52
Bilaga 2: Intervju, Respondent Erkki Lavonsalo, STTK RF. ....	53
Bilaga 3: Intervju, Respondent Taina Nylund, MTK .....	67
Bilaga 4: Intervju, Respondent Arja Mäkinen, Akava .....	76
Bilaga 5: Intervju, Kirsi Härkönen, Företagarna i Finland .....	81

## FIGURER

Figur 1 <i>Turismprodukten (Se Komppula &amp; Boxberg 2002:15)</i> .....	19
Figur 2 <i>Tjänsteprocessen för kunden (Tuulaniemi 2011:79, modifierad av skribenten)</i>	20
Figur 3 <i>Processbeskrivning för gruppresor (Viking Line 2014)</i> .....	22
Figur 4 <i>Screenshot på Viking Lines Konferenspaket innehåll (Viking Line 2014)</i> .....	24
Figur 5 <i>Screenshot på Viking Lines Konferenspaket priser (Viking Line 2014)</i> .....	25
Figur 6 <i>Screenshot på Tallink Siljas Konferenspaket innehåll (Tallink Silja 2014)</i> .....	25
Figur 7 <i>Screenshot på Tallink Siljas reseexempel (Tallink Silja 2014)</i> .....	26
Figur 8 <i>Konferensutrymme på M/S Gabriella (Viking Line 2014)</i> .....	27
Figur 9 <i>Konferensutrymme på M/S Mariella(Viking Line 2014)</i> .....	28
Figur 10 <i>Silja Serenades och Silja Symphonys konferensutrymmen (Tallink Silja 2014)</i> .....	28

## TABELLER

Tabell 1 <b>Prisjämförelse</b> .....	30
--------------------------------------	----

## 1 INLEDNING

Affärsturism är ett brett begrepp. Allt från belöningsresor och evenemang till stora konferenser. Affärsturism sysselsätter millioner med människor runt om i världen och är det största markandssegmentet för många destinationer. Rob Davidson (1994) definierar affärsturism såhär:

*”Business tourism is concerned with people travelling for purposes which are related to their work. As such it represents one of the oldest forms of tourism, man having travelled for this purpose of trade since very early times”*

Med dessa ord menar Davidson att affärsturism är personer som reser p.g.a deras jobb. Resan är på något sätt relaterad till det de gör. Affärsturism representerar även ett av de äldsta typer av turism. Affärsresenärer är brett igenkända som de resenärer som spenderar mest under deras resor. Idag har affärsturism ett kommersiellt, professionellt och arbetsrelaterande ändamål. Den moderna affärsturismen har olika former. Det finns de resenärer som deltar i konferenser och andra typ av möten, belöningsresor, resor för att delta i utställningar eller mässor eller individuella affärsresor. Som jag nämnde ovan är konferensresor en del av affärsturism och Finland har blivit känt som ett konferensland på internationella marknader. Vårt läge är inte mera i Europas periferi. Om vi räknar hur länge det tar och flyga från de största europeiska städerna till Finland kan vi konstatera att det tar två till tre timmar och vi är bara på åtta timmars avstånd från New York. Direkta flygen till Japan och annanstans till Asien och den rakaste vägen till Ryssland från USA och Kanada är via Finland. Det tar bara tre och en halv timme att åka med tåg från Helsingfors till St. Petersburg. Detta har öppnat ett kraftigt konkurrensvärde för Finland som konferensland i jämförelse med de andra Europeiska länderna. Finland Convention Bureau tillsammans med Taloustutkimus utför en undersökning vart tredje år angående konferensturismen i Finland. De konstaterar att Finlands konferensturism har stigit med 63 procent år 2013 i jämförelse med år 2010. Detta innebär att Finland fick 117 miljoner euro i intäkter av konferensturism år 2013. Det är en stor ökning på tre år. UIA (Union of International Associations) listade Helsingfors som 20nde mest populäraste konferensland 2013 och Finland blev listad som 18nde. Visit Helsinki säger att succén bakom Helsingfors som konferensland är ett långvarigt samarbete med

konferensindustrin. Många internationella organisationer tycker att Finland är ett intressant konferensland p.g.a dess pålitlighet och hög kvalitet på service. Konferenschefen Leena Sipilä på FCB säger även att Finlands styrkor är säkerhet och tillgänglighet. (Se Swarbrooke & Horner, 2001: 3; Aarrejärvi, 2003:9; Holloway & Humphreys, 2012:299; Finland Convention Bureau 2014; Visit Helsinki 2014)

”Viking Line, alla människors flotta”. Är ideologin hos Viking Line som erbjuder olika tjänster och produkter får olika segment. Viking Line har blivit uppfattad som alla människors rederi vilket betyder att de har att erbjuda något för alla. Viking Line har starkt blivit igenkänt som ett rederi som erbjuder värde för pengar. De är i dagens läge det största finska rederiet och de hade under året 2013, 6 533 650 miljoner passagerare. Jag gjorde min praktik för Viking Line våren 2012 och efter det har jag jobbat i företaget vid sidan av mina studier. Jag har fått en bred uppfattning om hur rederier fungerar och därför tänkte jag att det skulle vara ypperligt att göra mitt examensarbete för Viking line. (Viking Line 2014)

## **1.1 Frågeställning**

Viking Line uppfattas som hela folkets flotta och det kan det vara svårt att segmentera produkter för kunder. Nuförtiden prefererar resenärerna unika, individuella tjänster. Detta innebär utmaningar för rederibranschen. Tack vare att resenären som reser med Viking Line vill ha något just för den kan det vara svårt att få inbakat allt på en och samma båt som skulle passa alla segment. Det jag vill få fram med detta arbete är hurdana konferenstjänster har Viking Line att erbjuda för tillfället? Hurdana är de jämfört med konkurrerande företaget Tallink Silja? Vilka är de faktorer som påverkar och avgör valet av rederi? Är Viking Lines konferensprodukter tilltalande från kundens synvinkel?

## **1.2 Syfte och avgränsning**

Syftet med detta arbete är att kartlägga Viking Lines konferenstjänsters konkurrenskraft jämfört med det konkurrerande företaget Tallink Silja. Hurdana tjänster har de båda företagen att erbjuda. Jag avgränsar mitt arbete på Helsingfors-Stockholm ruten för att den behöver mest utveckling. Jag vill även få fram hur dessa konferenstjänster skiljer



sig, samt vad påverkar och avgör valet. På basen av min undersökning vill jag få fram vad eventuellt kunde utvecklas med tanke på de nuvarande konferentjänsterna Viking Line har att erbjuda, samt ge förslag åt Viking Line på vad kunde förbättras.

### **1.3 Metod och materialbeskrivning**

Denna undersökning är en benchmarking undersökning, jag kartlägger både Viking Lines och Tallink Siljas konferentjänster. Jag kommer även att göra en kvalitativ undersökning för att få fram varför kunderna valt just det företaget och för att få en ännu bredare inblick över vad borde förbättras angående konferentjänsterna hos Viking Line. Arbetet är delat upp i två huvudteman konferentjänster och tjänsteutveckling. Min teorigrund baserar sig på litteratur av b.la. Holloway och Humphreys för att få den nyaste inblicken på vad affärsturism innefattar i dagens läge. Teorin innefattar även de komponenter som en konferens skall innehålla samt tjänsteutveckling, vad en tjänsteprocess är och hur borde den utvecklas. Huvudsakligen har jag använt mig av b.la. Aarrejärvi, Komppula & Boxberg och Smiths modell.

### **1.4 Begreppsdefinitioner**

I arbetet kommer jag att ta upp begreppen konferentjänst och tjänsteprocess. En konferentjänst baserar sig på en plats där en grupp människor kommer samman och håller en konferens. Komponenterna i en konferentjänst är bland annat konferens utrymmen, servering, teknik, socialt program med mera. Med konferentjänst hänvisas till alla former av möten och kongresser. (Aarrejärvi 2003: 7,11,15,106)

Med en tjänsteprocess menas den process kunden går igenom då denne är i kontakt med företaget och utför tjänsten. Från att boka ett konferensrum, anlända och delta i konferensen samt ge feedback åt företaget efter konferensen. Kunden är med i så kallade tjänstestunder där denne kommer i kontakt med personal. Dessa kallas för kontaktpunkter. (Tuulaniemi 2011:78)

## 2 KONFERENSTJÄNST

Konferens resor är en stor del av affärsturism. Det finns många olika typer av konferensresor och de hålls på olika platser men det som primärt stimulerar business turismen är de typ av organiserade konferenser där målen är att föra samman deltagarnas yrkeskunnighet. Detta syns tydligast då när personer från samma yrke eller organisation slås samman. Många av de högt profilerade konferenserna lockar tusentals med delegater och den ekonomiska påverkan för destinationen kan vara enorm. Ett bra exempel är ”European Society of Cardiology”. Denna typ av konferens attraherar över 20 000 läkare som är specialiserade på hjärtsjukdomar regelbundet. Konferensen hålls varje år och destinationen varierar. År 2014 var konferensen hållt i Barcelona. Det är klart att dessa typer av konferenser hämtar in ekonomisk nytta för de städer de är hållda i. Oftast brukar dessa delegater spendera på transport, logi och mat. Maarten Vanneste säger att det inte bara är destinationerna som genererar ekonomisk nytta. Han anser att andra destinationer och länder också gör det. Internationella konferenser genererar kunskap hos människor, vilket de för med sig till sitt hemland och med hjälp av nya innovationer kan generera ekonomisk nytta. De som planerar samt organiserar konferenser strävar efter att göra resan samt konferensen lyckad med hjälp av att ge en positiv bild av destinationen. Oftast visas de finaste platserna i hopp om att de någon gång kommer tillbaka tillsammans med sin familj eller vänner. Alla konferenser är visserligen inte av den skalan jag nämnde tidigare. Största delen är konferenser är, där personer från samma företag slår samman och diskuterar eventuella utvecklingsmöjligheter. Oftast är dessa typ av möten relativt små och man kan hålla dem i seminarieutrymmen som hotell kan eventuellt erbjuda. Alla typ av företag organiserar möten men många branscher som t.ex. läkemedels-, fordons-, teknikindustrierna tenderar att ha möten oftare och är den primära marknaden i många länder. Konferens- och affärsturism är även en året runt aktivitet medan de flesta andra grenarna inom turismen tenderar att vara säsong artiga. På norra halvklotet är sommar månaderna samt januari tider då det minst hålls konferenser. Detta är en fördel med tanke på fritidsturismen. Det uppstår mindre krockar mellan fritids- och affärsturism. Detta leder även till att nya och permanenta arbetsplatser uppstår. Fritidsturismen är mera säsong artig och under sommarmånaderna anlitas mera anställda för att hjälpa till. Jonathan Wilson (Association of British Professional Conference Organisers) säger att många trodde att teknologi kommer att minska på konferenser. Men

det som många glömde är att människor tycker om att träffa andra människor. Fastän tekniken i dagens läge erbjuder möjligheten att skicka olika bilder, erbjuder möjligheten för "live stream" diskussioner så kan den ändå inte erbjuda den känslan som framkommer på en föreläsning. Den direkta kontakten som framkommer vid olika konferenser mellan talarna och de som lyssnar värderas stort och därför kommer konferensordnarna vara sysselsatta i Finland samt annanstans i världen. Som nämnades tidigare så är meningen med olika konferenser att hämta samman människor från olika branscher för att utbyta erfarenhet och expertis. Meningen med konferenser är även att sprida information och knyta partnerskap med kolleger från runt om i världen. (Holloway & Humphreys 2012: 299-301; Vanneste, 2008:29; Se Rogers 2008: 27-28; European Society of Cardiology 2014)

Konferens industrins struktur är uppbyggd på en komplex blandning av kunder samt leverantörer. För många konferensordnare (i detta fall köparen) så är planeringen av en konferens bara en del av deras jobb. Oftast har de fått lite utbildning inom planering och har bara ett temporärt ansvar under planerings skedet. Det är många steg man måste ta i beaktande och personer som planerar och organiserar konferenser måste ha god förmåga att hantera stress, likaså måste de vara kreativa för att åstadkomma ett minnesvärt tillfälle för delegaterna. Man kan nästan jämföra konferenser till pussel. De innehåller många olika komponenter och detaljer man måste ta i beaktande. Alla dessa komponenter bildar en helhet. Om denna helhet inte motsvarar de förväntningar och bilder delegaterna har så lider helheten på konferensen. Orderna har många utmaningar framför sig, man måste kunna bilda en bra atmosfär, erbjuda bra arbetsmiljö och garantera fungerande teknik samt bra kundservice. På internationella konferenser måste även ordnarna ha bra språkkunskaper och känna till sitt land, historia och kultur. De är även viktigt för ordnarna att känna till delegaternas kultur. Är det fråga om en konferens på 500 eller ett möte på 50 personer så är de grundläggande komponenterna de samma. Tydliga mål måste vara förutsatta; budget skall vara etablerad, en konferensfacilitet skall vara vald, delgaternas inkvartering skall vara uttänkt och ett program skall vara planerat för hela konferensens gång. Konferenssäkerhet, administrativa detaljer samt utvärdering är också faktorer att ta i beaktande. Vid planering kan det vara bra att utgå från att besvara frågorna; vem? vad? när? var? och varför?. (Aarrejärvi 2003:7; Vanneste 2008: 66; Rogers 2008: 4, 27, 142-147)

## **Konferensplats**

Möten kan generellt hållas var som helst men det finns platser som är populära för möten samt konferenser. Det största som finns är säkert konferenscenter. Konferenscenter är oftast väldigt synliga tack vare deras vackra, och på många ställen unika arkitektur. Olika konferens centra har även blivit symboler i många städer som t.ex. Hong Kong Convention and Exhibition Centre (HKCEC). Förrän dessa konferenscenter var byggda så var hotell populära platser för att ordna olika typ av möten och mindre konferenser. Även idag är de populära platser på grund av att det finns hotell överallt. Fastän hotell är belägna överallt och människor behöver logi så är de till en viss mån beroende av de inkomster de får av att hyra ut konferensutrymmen. Rederier erbjuder även konferensmöjligheter. Oftast brukar rederier erbjuda olika konferenspaket som inkluderar logi, mat och underhållning. På grund av att konferenser är hållda borta från hemmet en längre tid så måste rederier erbjuda annat, utöver själva konferens faciliteten. Det är upp till rederierna och kundens efterfrågan att se till att paketen innehåller de komponenter som kunden önskar sig, detta kan vara t.ex. diverse fritidsprogram ombord och i land. Utmaningen för rederierna är att de erbjuder liknande tjänster som i land och att resande kräver mycket tid. Man kan inte avlägsna sig från platsen. Detta kan vara ett problem för många affärsresenärer för att de inte kan vara borta ett dygn eller två. Några fördelar är att rederier är ett lätt alternativ p.g.a. att allting ordnas för dem. Delegationerna själva behöver inte sätta mycket tid på att arrangera. Rederierna erbjuder och arrangerar mat, spa möjligheter samt affärer. Oftast är konferensfaciliteterna belägna på övre däck av fartygen vilket betyder att delegationerna har en vacker utsikt över havet. Om konferensens natur innefattar intensivt jobbande är det ypperligt att ordna en konferens ombord tack vare att det inte finns mycket distraktioner. Fördelen med detta är att delegationerna måste koncentrera sig på vad det kommer och göra. (Holloway & Humphreys 2012:302–305; Viking Line 2014; Aarrejärvi 2003:13; Rautiainen & Siiskonen 2002: 47; Verhelä 2000:92)

## **Budget och finansiell planering**

Att fundera ut den finansiella delen för en konferens är utmanande. Det är svårt att kunna kalkylera på förhand kostnader för stora konferenser. Här kan tidigare konferensers ekonomiska uppskattningar samt bokslut vara till stor hjälp. Det underlättar att

börja den finansiella planeringen redan före eller samtidigt man skickar ut inbjudan åt delegaterna. Från de uppskattningar som gjorts tidigare samt boksluten får man en helhetsbild på vad det är som särskilt kostar. Man får även fram av detta vad för avsikter man har haft på storleken av konferensen under de tidigare åren. Ett bra råd är att inte börja ändra på sätt som har fungerat tidigare, det gör bara arbetet svårare för de som ordnar konferensen. Man skall inte glömma att det är bra att kontrollera budgeten med jämna mellanrum för att undvika ”osynliga” kostnader så som t.ex. skatter, pensionskostnader och bankkostnader. Beroende på konferensens natur så kan även staden eller kommunen hjälpa med en start summa om företaget inte kan finansiera hela konferensen. De som planerar vetenskapliga konferenser kan t.ex. få ekonomisk hjälp från undervisnings- och kultur ministeriet (OMK) i Finland. När organisationen räknar ut kostnader för konferenser måste man ta i beaktande konferensen i sin helhet, alla evenemang och dess redskap, personalkostnader, föreläsarnas kostnader osv. När man väl uppskattar konferenskostnader på basen av tidigare besökarantal är det även viktigt att ta i beaktande den ekonomiska situationen i världen, föreläsningarnas relevans av ämne, eventuella ”keynote speakers” och om det hållits eller är på kommande en konferens med samma ämne annanstans i världen. Inte bara den organisationen eller företaget som ordnar konferensen får en nytta av den, även näringsidkare inom området så som logi-, restaurang-, affärer-, transportföretag mm. får en ekonomisk nytta tack vare konferensen. Dessa företag kan även medverka i konferensen som sponsorer för fritidssysselsättning eller köpa annonsutrymme i konferensprogrammet. (Aarjärvi 2003: 34–35; Finland Convention Bureau 2011; Rogers 2008:179–181)

## **Konferensprogram**

Stora konferenser är oftast uppbyggda kring ett tema. Speciellt vetenskapliga-, ekonomiska och kulturella konferenser har oftast ett tema för dessa typ av konferenser hålls med ständiga mellanrum. Det är visserligen inte nödvändigt att använda sig av ett tema men alla konferenser har ändå en mening varför de är hållda. I stora konferenser finns det alltid en allmän föreläsning (plenary sessions) och till dessa bjuds in experter (sk. keynote speakers) från diverse fält för att berätta om de centralaste forskningsresultat. Utöver dessa föreläsningar kan även mindre parallella föreläsningar (parallel session) finnas. Free papers innefattar de ämnesområden som konferensen kommer att innehålla. Oftast brukar företagen lista upp rubriker och ämnesområden på internet så att frivilliga

personer med en yrkeskunnighet inom området kan skicka ett abstrakt till företaget. Här listas det även fram vad som bör behandlas i abstraktet och eventuella deadlines. Mindre konferenser innefattar oftast inte dessa komponenter. (Aarrejärvi 2003: 41-43; Leadership 2009; Verhelä 2000: 21)

## **Transport**

Transporten bör man också ta i beaktande. Behöver deltagarna buss- eller biltransport eller räcker kollektivtrafiken och fungerar den tillräckligt smidigt. Det lönar sig att i alla fall ordna transport från och till flygfältet om delegaterna kommer utomlands ifrån. Oftast är flygfälten längre borta från konferensplatsen och det kan vara svårt och tidskrävande för delegaterna att hitta hotellet de skall stanna på. Att informera delegaterna om vilka transporter är inkluderade i konferensavgiften är viktigt. Man måste informera delegaterna om transport tider och avhämtningsplatser. Ett bra alternativ för att påminna delegaterna om transport tider är att lägga upp skyltar på konferensplatsen. På så sätt hindrar man eventuella förseningar. När man bestämmer sig för att hålla en konferens i samband med en kryssning och om man ordnar fritidsprogram i land kan det vara värt att kontrollera om transporten inkluderad i paketet. (Aarrejärvi 2003: 76-77; Finland Convention Bureau 2011; Viking Line 2014)

## **Inkvartering**

När det kommer till inkvartering så brukar man utgå från att hotellet (inkvarteringen) är på gå avstånd från konferensplatsen. Det är bra att ta reda på om logi alternativet man har tänkt sig innehåller rökfria rum, allergirum eller rum för rörelsehindrade. I dagens läge är de flesta hotellen rökfria men det kan vara bra att ta reda på det i alla fall. Beroende på när konferensen tar plats så kan det vara värt att kontrollera om hotellet erbjuder luftkonditionering. Diskon och andra barer som eventuellt kan störa delegaternas nattro kan också vara värt att ta i beaktande. De flesta hotell kräver en reserveringsavgift och har egna avbeställningsregler. Detta varierar stort beroende på vilket inkvarterings alternativ man tänkt sig. Detta måste man också komma överens om på förhand. Hotell vill oftast ha namnlistor på personer som kommer att stanna i diverse rum. Om man håller en konferens ombord måste man fundera ut i förväg vilken hyttkategori man prefererar och p.g.a att konferensen hålls emellan två olika länder och det är fråga om resande måste man även informera personernas namn och födelsedatum. Rederierna har

olika priser för gruppresenärer och erbjuder olika rabatter beroende på hur många personer gruppen består av. Därför är det viktigt att försöka få delegaterna att informera i tid om sitt deltagande i konferensen. (Arrejärvi 2003: 71-74; Viking Line 2014; Tallink Silja 2014)

## **Servering**

Servering kan vara ett prick på i och kan medföra en god helhetsbild av konferensen. För att servera kaffe och te är det behändigast att placera tillräckligt med många kaffekokare/behållare runt om, så att delegaterna kan på egen hand hämta kaffe eller te när det är lämpligast för dem. Om man använder sig av en gångs muggar så måste man ha tillräckligt med stora sopkorgar vart delegaterna kan kasta en gångs muggar i. Det minimerar jobbet för ordnarna och medför att delegaterna själva håller utrymmen rena. Avgiften för kaffeserveringen kan inkluderas i konferensavgiften eller så kan delegaterna själva köpa det från restaurangen. Om så, måste betalningen ske smidigt och det får inte uppstå långa köer. Oftast brukar kaffe samt te avgiften vara inkluderad i konferenspaketet. När det kommer till måltider, måste man bestämma på förhand om det är i fråga om till bords servering eller buffet. De är bra om måltiderna är varierande så att delegaterna inte äter samma sort av mat varje dag. Tider för måltider måste bestämmas på förhand. Det som rekommenderas är att lunchserveringen skulle vara relativt lätt, eventuella sallader kan vara bra att erbjuda. Det gör att delegaterna inte gäspar efter lunchen eller känner sig trötta på föreläsningarna. När man väl funderar och bestämmer sig för serveringen måste man ta i beaktande eventuella allergier, specialdieter (vegetarianer, veganer, personer med diabetes osv.) Vid internationella konferenser är det bra och komma ihåg delegaternas religioner, vad de får och inte får äta. Detta kan eventuellt fås fram av registrerings blanketter som delegaterna fyller i samband med registrering till konferensen. (Arrejärvi 2003: 37-39; Finland Convention Bureau 2011; Rautiainen, & Siiskonen 2002: 92)

## **Teknik**

Konferenstekniken och dess betydelse under en konferens är stor. Om någon teknisk aspekt inte fungerar kan det förstöra hela konferensen. De flesta konferens platser erbjuder bas utrustning som t.ex. mikrofoner och videoprojektorer. Bas utrustningen kan dock variera. Oftast brukar konferensplatserna också ha personal som sköter om de tek-

niska aspekterna. I detta fall är det viktigt att berätta för dem hur man vill att allting skall se ut och i vilken ordning man har tänkt presentera allt material. Om platsen inte erbjuder tillgänglig personal, måste man se till att man har kontaktuppgifter till någon som kommer och åtgärder om problem uppstår. Om det behövs någon utrustning som inte konferens platsen erbjuder är det viktigt att i god tid ta reda på vem beställer dem och vad de kostar. Vid stora konferenser brukar man även utnyttja internet i samband med registrering till konferensen, delegaternas inkvartering och hotell information, fritidsprogram samt olika rapporter (statistik, transport listor mm.). Om man använder sig av internet sidor måste man se till att konferensplatsens personal vet hur man använder dem. Ibland så vill talarna även använda sina egna datorer för att presentera något visst material, i detta fall måste man kontrollera att utrustningen på konferensplatsen är kompatibel med delegaternas. (Aarrejärvi 2003: 15-16; Rautiainen & Siiskonen 2002:62; Vallo & Häyrinen 2008: 159)

### **Socialt program**

Socialt program är en viktig del när man vill åstadkomma en positiv helhetsbild i delegaternas ögon. För någon kan det vara ett avgörande val över att delta i konferensen. Sociala programmet kan vara väldigt brett men det är viktigt att utgå från att tänka hurudana delegaterna är. Ett kulturellt program kan vara ett bra alternativ då delegaterna på så sätt får bekanta sig med kulturen och landet i fråga. Välkomstfesten är bra att planera väl för den ger en positiv atmosfär till resten av konferenstiden. Detta är även ett ypperligt tillfälle för delegaterna att lära känna varandra och därför lönar det sig att planera något sådant var delegaterna blir ”tvingade” att diskutera med varandra. Något som är värt att komma ihåg är att delegaterna kan ha med sig följeslagare och man måste även planera något program för dem undertiden som delegaterna är på konferensen. Följeslagarna kan vara både män och kvinnor så man måste se till att programmet är något som passar för båda parterna. Följeslagarnas program skall sluta samtidigt som det själva konferensprogrammet så att både delegaterna och följeslagarna har tillräckligt med tid före kvällsprogrammet börjar. Ibland kan även barn följa med på konferensresor. I detta fall bör man även beakta deras önskemål. Finland har mycket att erbjuda angående socialt program. Naturen, speciellt vid sjöområden, Lappland och skärgården kan vara bra alternativ och exotiskt för internationella delegater. Ett stop vid grannländer kan även väcka ett intresse i delegaternas ögon. (Finland Convention bureau 2014)



### 3 TJÄNSTEUTVECKLING

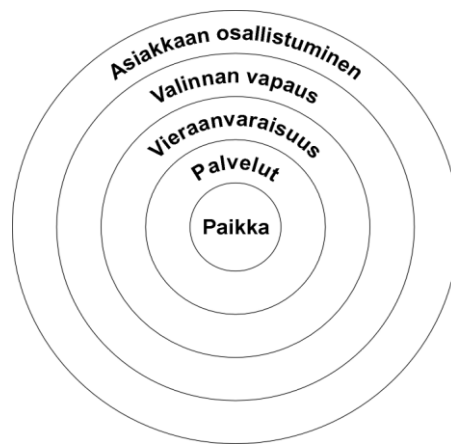
En tjänst kan vara allt från personlig service till fysiska produkter. Produkter omvandlas till tjänster då säljaren med hjälp av produkter hittar lösningar till kundens begär. Tjänster produceras och konsumeras samtidigt och kunden deltar helt eller delvist i tjänstproduktionens process. En tjänst är opåtaglig. När kunder beskriver tjänster kommer ord som; ”upplevelse”, ”trygghet” och ”förtroende” upp. I många tjänster ingår också påtagliga faktorer, så som t.ex. konferens mat, konferensteknik med mera. Men det centrala i en tjänst är ändå att den är opåtaglig. Tjänster är inte heterogena vilket betyder att det är svårt att ge samma nivå av service varje gång. På grund av dessa faktorer så är det svårt att utvärdera en tjänst. Hur skall man lägga värde på ”upplevelse”, ”förtroende” eller ”trygghet”? (Grönroos 2002: 57,59; Swarbrooke & Horner 2007: 69-70)

#### 3.1 Turismprodukt

En turismprodukt är uppbyggd av olika företag som erbjuder olika tjänster. För ett företag som erbjuder turism tjänster börjar tankeprocessen från företagets verksamhetsidé och affärsidé. Affärsidens kärna kan t.ex. vara att erbjuda inkvartering. Företagets huvuduppgift är i detta fall erbjuda rum och bäddar för resenären. Det som kunden får ut av detta är en bra sömn. Men detta räcker inte, företaget måste erbjuda något utanför kärnprodukten. Med komponenter som tex sängens bredd, madrassens mjukhet, rumstemperaturens justering osv medförs en djupare helhet för kunden. En turismprodukt innefattar också bitjänster som t.ex. hotellets reception. Fastän kärnprodukten är i detta fall övernattnings så bildar kunden en helhetsbild av hela hotellet och dess tjänster. Med hjälp av bitjänster kan man medföra mervärde. Till dessa tjänster kan höra t.ex. TV kanaler, tvättservice, värdesakers förvaring osv. Konferens- och mötestjänster är tilläggstjänster som även kan erbjudas. Kärnprodukten är oftast väldigt likadan för de flesta företag och därför vill företagen skapa mervärde för kunden via bitjänster och tilläggstjänster. Sist och slutligen är det helhetsbilden som räknas i kundens ögon. (Kompula & Boxberg, 2002:13-14)

Raija Kompula och Matti Boxberg refererar till Smiths modell (se figur 1) om turismprodukten för en plats där Smith utgår från platsen som centrum. Platsen är den fysiska platsen resenären besöker. Platsen kan vara en destination i sin helhet eller ett företag

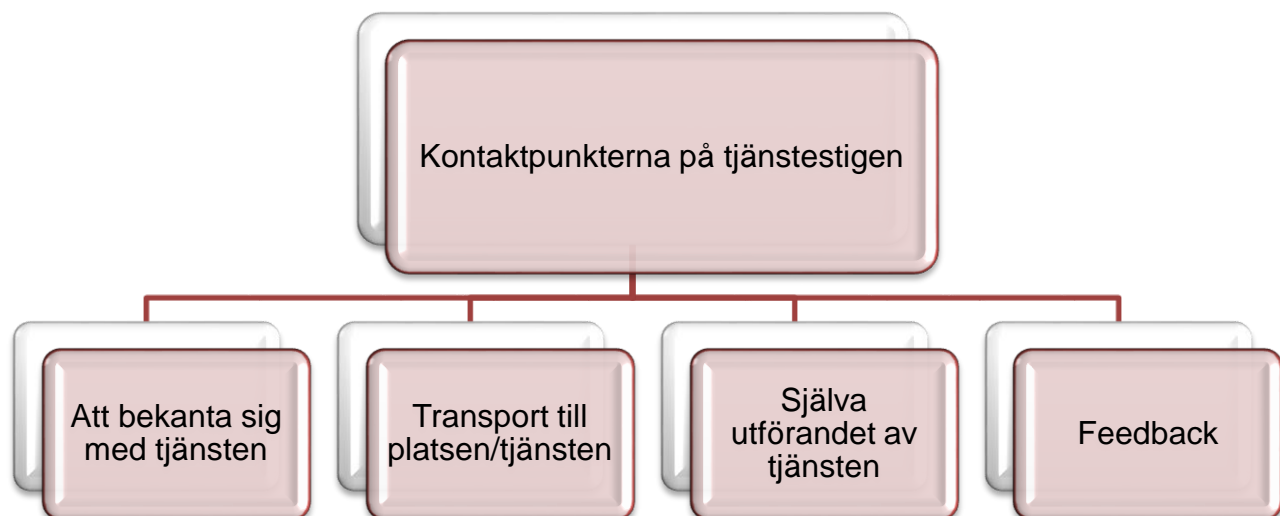
som t.ex. ett hotell. Till platsen hör landskapet, klimatet, strukturer, byggnader och hur man når platsen. Bara platsen räcker inte dock för resenären. Resenären behöver även tjänster, t.ex. logi, mat, transport och eventuella programtjänster som destinationen eller ett enskilda företag erbjuder. Ett turistföretags tjänster är de bitjänster och tilläggstjänster jag nämnde tidigare. Den tredje komponenten i en turismprodukt är gästvänligheten. Gästvänligheten innefattar den service och attityd personen ger åt sina kunder och hur denne tar emot sina kunder. I ett företag innebär detta den interaktion som uppstår mellan personen som arbetar på företaget och kunden. Den fjärde komponenten i Smiths modell är viljan för resenären att välja själv. Resenären måste i detta fall ha tillräckligt med möjligheter att välja mellan. Möjligheternas mängd varierar stort beroende på vilken typ av resenär det är i fråga. T.ex. många affärsresenärer vill att hotellet skall ha en nattklubb fast få av dem faktiskt använder den. Sista komponenter innefattar den komponent var turismproduktens producent har den minsta påverkan dvs. kundens engagemang. Visserligen så beror detta mycket på vilken typ av resenär det är i fråga. En resenär som reser ensam och har byggt upp sin resa med separata flyg, logi osv. behöver kanske mindre hjälp, vägledning eller tjänster än en resenär som använt sig av pakettresor. Fastän en resenär är självständig på sin resa, behöver denne ändå någon grad av tjänster. (Se Ibid:15-16)



Figur 1 *Turismprodukten* (Se Komppula & Boxberg 2002:15)

### 3.2 Tjänsteprocess

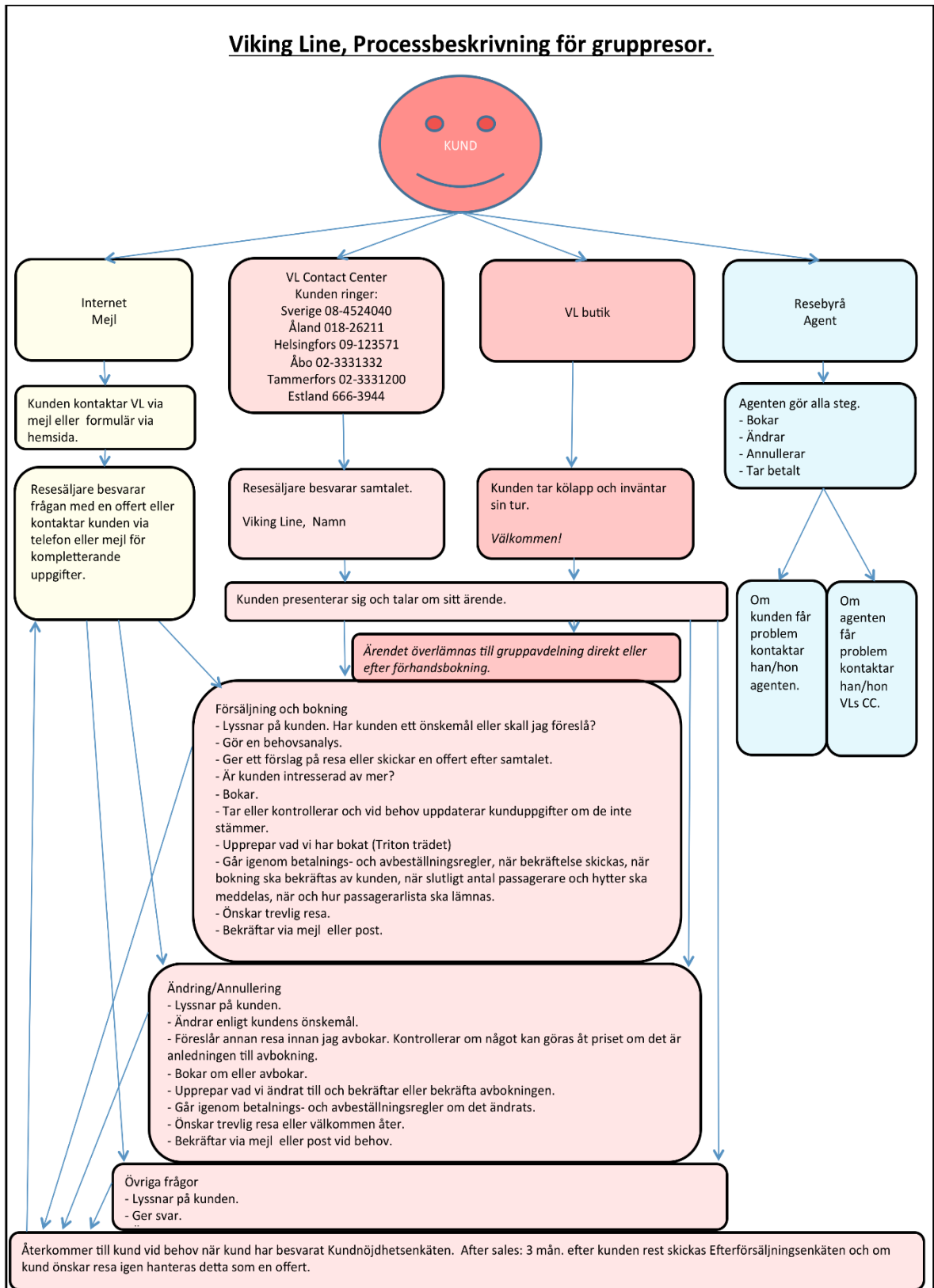
Tjänsteprocess är den process kunden går igenom när denne deltar i en tjänst. Många företag utvecklar sina tjänster med hjälp av en tjänstestig för att se de olika kontaktpunkterna kunden går igenom. I en tjänstestig ingår tjänstestunder och kontaktpunkter. Tjänstestigen innehåller alltså tjänstestunder som i sin tur innehåller flere kontaktpunkter. Genom dessa kontaktpunkter är kunden i kontakt med tjänsten med alla sina känslor. Till kontaktpunkterna hör människor, miljö, objekt och tillvägagångssätt. Företag kan även använda sig av service blueprints vilket också är ett hjälpmedel för att se hela processen från kundens synvinkel. I blueprint modeller kan man även se de s.k. back-office komponenter. Dessa komponenter innefattar det som personalen måste göra för att producera tjänsten men som kunden inte kanske ser. Till dessa hör b.l.a. hotellfrukost och förberedelse av konferensutrymmen. (Komppula & Boxberg 2002: 22; Tuulaniemi 2011: 78-80)



Figur 2 *Tjänsteprocessen för kunden (Tuulaniemi 2011:79, modifierad av skribenten)*

Tjänstestigen skall beskriva helheten av processen (se figur 2). Man kan kartlägga tjänstestigen även från kundens synvinkel. Från det när kunden bekantar sig med en viss tjänst till kundfeedback. Kunder kan bekanta sig med tjänster genom olika distributionskanaler som t.ex. internet eller genom att ringa upp företaget. Genom dessa kanaler kan kunden bekanta sig med tjänsten och eventuellt köpa tjänsten. Efter det sker transport skedet. Hur kunden tar sig till platsen där tjänsten utförs. När kunden väl anlant till platsen där tjänsten tar plats kan det även finnas ytterligare kontaktpunkter för kunden. Det är oftast här man måste vara noga med att dessa kontaktpunkter mellan företaget och kunden sker smidigt. Feedback och kundrespons är även en del av tjänstestigen fastän kunden redan upplevt själva kärntjänsten. När kunden ger feedback på den tjänst företaget gett måste företaget även besvara kunden. När man väl kartlägger en tjänstestig och de olika kontaktpunkterna kunden går igenom är det viktigt att utgå från vilken del av tjänstepunkterna man fokuserar på. Denna kontaktpunk måste ha en signifikant roll i hela tjänstestigen. På detta sätt är det lättare att utveckla vissa delar av kontaktpunkterna och utveckla kvaliteten i de redan existerande tjänsterna. Med hjälp av tjäns-

testigen kan man få fram de aspekter som bör tas i beaktande för att utveckla på kvalitén. Några viktiga aspekter att ta i beaktande när det gäller kvalitetsutveckling är att ständigt utveckla sin personal, är kundservicen smidig och sker den relativt fort eller måste kunderna vänta, fungerar samarbete mellan personalen, är ledningen insatt i vad som händer på andra avdelningar av företaget och är företaget inställt på att kontinuerligt förbättra sig. (Tuulaniemi 2011: 78-79; Lecklin 2002:27-31)



Figur 3 Processbeskrivning för gruppresor (Viking Line 2014)

Viking Line har utvecklat en processbeskrivning för gruppresor (se figur 3). Med denna processbeskrivning ser man klart genom vilka kanaler kunden kan kontakta företaget. Kunden har fyra kanaler vilken denne kan kontakta Viking line igenom. Dessa är internet (Viking lines nätsida, Facebook och e-post), telefontjänsten i diverse länder, Viking lines resebutiker och igenom agenter som säljer Viking line tjänster. För bokningar och förfrågningar via e-post, formuläret på hemsidan, telefon och i butiken så är strukturen av processen relativt liknande. Kunden kontaktar företaget, berättar om sitt ärende och försäljaren besvarar/bokar. Av egen erfarenhet så ringer konferens-och grupp-kunder lätt till fel avdelning och i detta fall är det viktigt att veta vart man kopplar konferens-och grupp-kunder. Vid agent bokningar är processen annorlunda. P.g.a. att alla agenter har sina egna regler angående priser och annulleringvillkor måste kunden kontakta agenten denne bokar sin resa av. Agenterna i sin tur kontaktar Viking Line om det uppstår problem. Efter resan så skickar Viking Line en kundnöjdhets enkät till alla grupper. Kundnöjdhets statistiken hanteras på månads basis. Tre månader efter resan skickar Viking Line även en efterförsäljningsenkät. Om kunden önskar sig att resa pånytt, hanteras denna enkät som en offert.

#### **4 VIKING LINES OCH TALLINK SILJAS KONFERENSPAKET**

I detta kapitel jämför jag Viking Lines och Tallink Siljas konferenspaket. Jag öppnar ett konferenspaket per företag för att se vilka komponenter paketet innehåller angående konferensutrymme, hytter, servering, socialt program med mera. Meningen med detta är att se om paketet skiljer sig; erbjuder de olika tjänster? finns det en prisskillnad? Båda företagen har fastlagda priser för konferens-och gruppresor. De säljer rabatterade erbjudanden till först och efter att de blivit slutsålda säljer de normalprissatta paket. Visserligen varierar paketernas pris enligt säsong men det är lättare att få en inblick i vilken prisklass de säljer sina paket med fastlagda priser. Därför bestämde jag mig för att fråga efter en offert för 10 personer av båda företagen med samma avgångsdag och hyttkategorin är fönsterhytt. Då är huvudkomponenterna de samma och på så sätt är det lättare att jämföra dem. (Viking Line 2014; Tallink Silja 2014)

## 4.1 Webbplats

Jag började med att observera båda företagens webbplatser. Båda företagen har klara för-och nackdelar angående strukturen av webbplatserna. På Viking Lines webbplats kan man välja språket finska, svenska, engelska. Hittade inget ställe på Tallink Siljas webbplats var man kan byta språket till t.ex. svenska. Viking Line har lagt upp, om det är det fråga om Tallinn ruttens konferenskräysningar eller Stockholm. Något som båda företagen erbjuder är exempel på vad ett konferenspaket kan eventuellt innehålla. Tallink Silja erbjuder även reseexempel så att kunden ser hur varje dag kan vara uppbyggd. Detta saknas från Viking line. (Viking Line 2014; Tallink Silja 2014)


The screenshot displays the Viking Line website for a conference package. On the left, a navigation menu lists various routes: Helsingfors-Stockholm, Helsingfors-Tallinn, Åbo-Stockholm och Pöcknick, Åland, Konferensrum ombord, and Offertbegäran. The main content area is titled 'Havskonferens' and includes a sub-header 'Konferenspaket i vuxensmak'. Below this, a description states: 'I Viking Lines förmånliga konferenspaket ingår konferensutrymmen, logi och måltider. Ta teamet med dig och lämna kontoret – håll ett möte till havs!'. A list of inclusions under 'I paketet ingår' includes: kryssning Helsingfors-Stockholm i vald hyttkategori, tre rätters Food Garden konferensmiddag, Viking Buffet middag (inkl. öl, vin, läsk, kaffe), Sjöfrukost tur-retur, konferensrum för 4 timmar/dag, and konferenskaffe och frukt tur-retur. A note specifies that the package price applies to groups of at least 10 adults, with a maximum of 2 single cabins per group. A price example is given: 'Prisexempel/person i två personers hytt. Övriga priser (1, 3 och 4/hytt) får du från vår grupp- och konferensavdelning.' On the right, contact information for conference bookings is provided, including phone numbers (09) 123 571, (02) 333 1332, and (02) 333 1200, along with email addresses: kokous@vikingline.com, ryhma@vikingline.com, ryhma.turku@vikingline.com, and ryhma.tampere@vikingline.com. The operating hours are listed as weekdays from 8:30-17:00 via e-post. A 'Servering till' button is visible at the bottom right.

Figur 4 Screenshot på Viking Lines Konferenspaket innehåll (Viking Line 2014)



Konferenspaket 1.3–23.12.2014 (FKKONF)			Konferensutrymmen
Prisexempel/person	Hyttkategori	Pris/pers i dbi-hytt *)	1.3.2014-1.5.2015
Söndag- onsdag	LXA	207	<b>Gruppförmån:</b> vi ger en extra gruppörmån om du har 20 eller fler personer i din grupp.  <b>Priser för konferensutrymmen</b> För tilläggstimmar utöver de timmarna i konferenspaketen debiteras 4 €/person/timme.  För grupparbetsrum eller konferensutrymmen som säljs utan konferenspaket debiteras 40 €/10 personer/timme.
	LXB/LXR/B2X/A2L	180	
	A/BL	158,50	
	B	146	
	C/B2P	133	
Torsdag + lördag	LXA	234	
	LXB/LXR/B2X/A2L	205,50	
	A/BL	188,50	
	B	171,50	
	C/B2P	158,50	
Fredag	LXA	288	
	LXB/LXR/B2X/A2L	252	

Figur 5 Screenshot på Viking Lines Konferenspaket priser (Viking Line 2014)

 [Print](#)

## HINTAESIMERKKI

**Päivä Tukholmassa -kokousteily Helsingistä**

Esim.

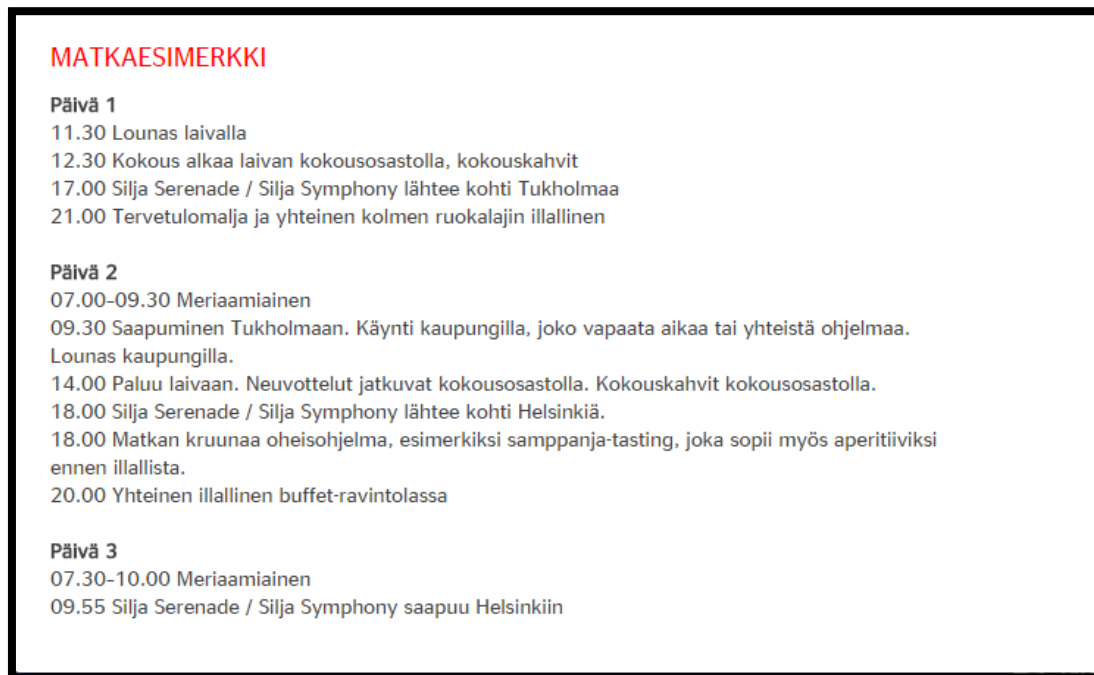
180 €/hlö su-ke-lähdöillä 10.8.-14.11.2014  
 182 €/hlö su-ke-lähdöillä 15.11.-22.12.2014  
 177 €/hlö su-ke-lähdöillä 4.1.-11.2. ja 10.8.-30.9.2015  
 192 €/hlö su-ke-lähdöillä 1.3.-10.6. (ei 13.5.) ja su-ke 4.10.-2.12.2015

Näiden pakettien laivamatkan osuudesta myönnämme yrityssovitussopimuksen.

**Hintaan sisältyy:**

- Päivä Tukholmassa -kokousteily kahden hlön Promenade-luokan hytissä
- Tervetulomalja
- Buffet päivällinen ruokajuomineen
- 2 x meriaamiainen
- 2 x non-stop-kahvitarjoilu kokoussalilla (sis. kahvit, hedelmät, keksit)
- À la Carte päivällinen (kolme ruokalajia)
- Kokoustila 8 h su-ke-lähdöillä

Figur 6 Screenshot på Tallink Siljas Konferenspaket innehåll (Tallink Silja 2014)



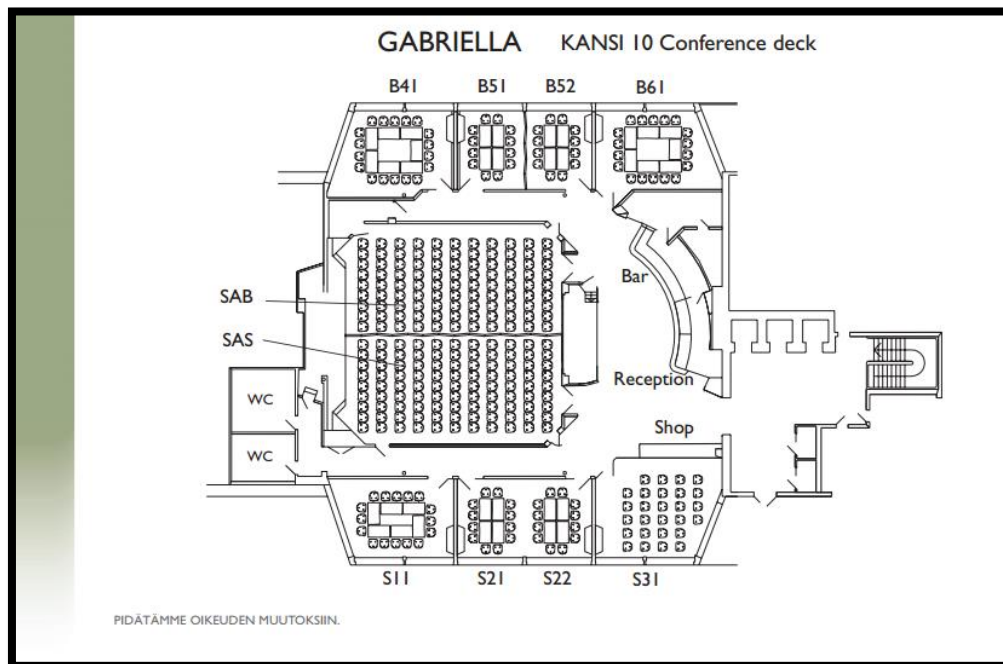
Figur 7 Screenshot på Tallink Siljas reseexempel (Tallink Silja 2014)

Viking Line erbjuder även råd och ideér för gruppleddare. I denna pdf fil får gruppleddaren all nyttig information om t.ex. hyttfördelning, incheckning, åldersgränser med mera. Där hittas även ett formulär vart gruppleddaren kan fylla i passagerarnas uppgifter. På Tallink Siljas webbplats finns inte något sådant. På Viking Lines webbplats kan man även beställa nyhetsbrev för grupp-samt konferensresor. I detta nyhetsbrev får man mera information om resorna, teman och aktiviteter. Båda företagen erbjuder alternativet att lämna offerbegäran virtuellt via webbplatsen. Tallink Silja har samma offertbegäran för både konferens- samt grupp kunder medan Viking Line delar upp dem i två grupper; konferensgrupper och gruppresa, men ändå kan man bara fylla i själva offertförfågan på konferensgruppfliken. Något intressant jag även märkte var att Tallink Silja talar om fartyget Europa på Helsingfors-Tallinn ruten, fastän själva båten inte mera opererar på denna rutt. Med andra ord har de föråldrad information på nätsidan (5.11.2014). (Viking Line 2014; Tallink Silja 2014)

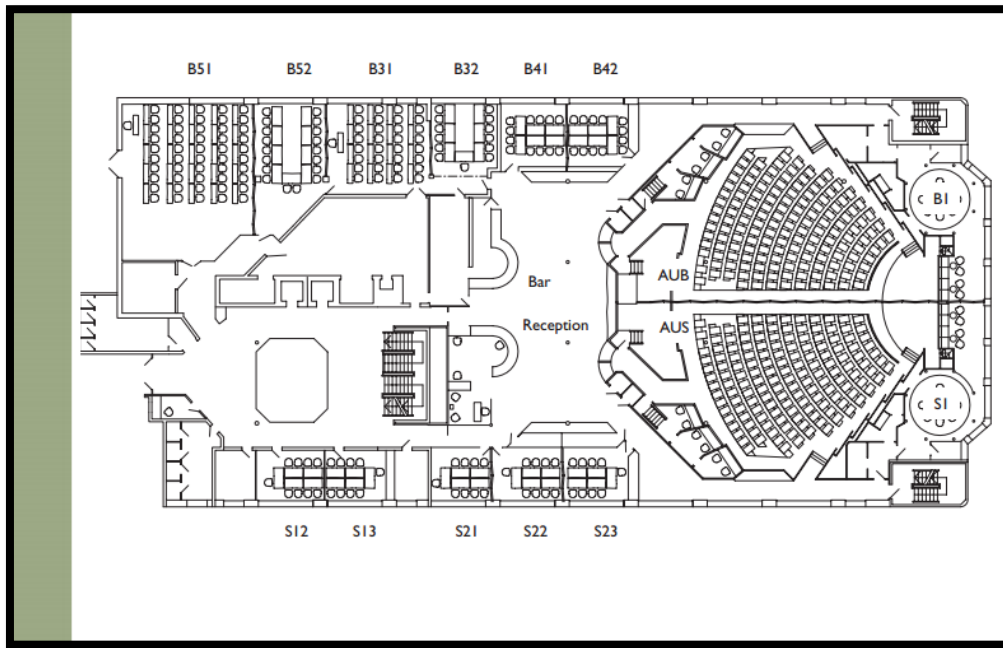
### **Konferensutrymme**

Viking Line erbjuder olika konferensutrymmen på M/S Mariella och M/S Gabriella. På grund av att fartygen är olika så erbjuder de olika konferensutrymmen beroende på med

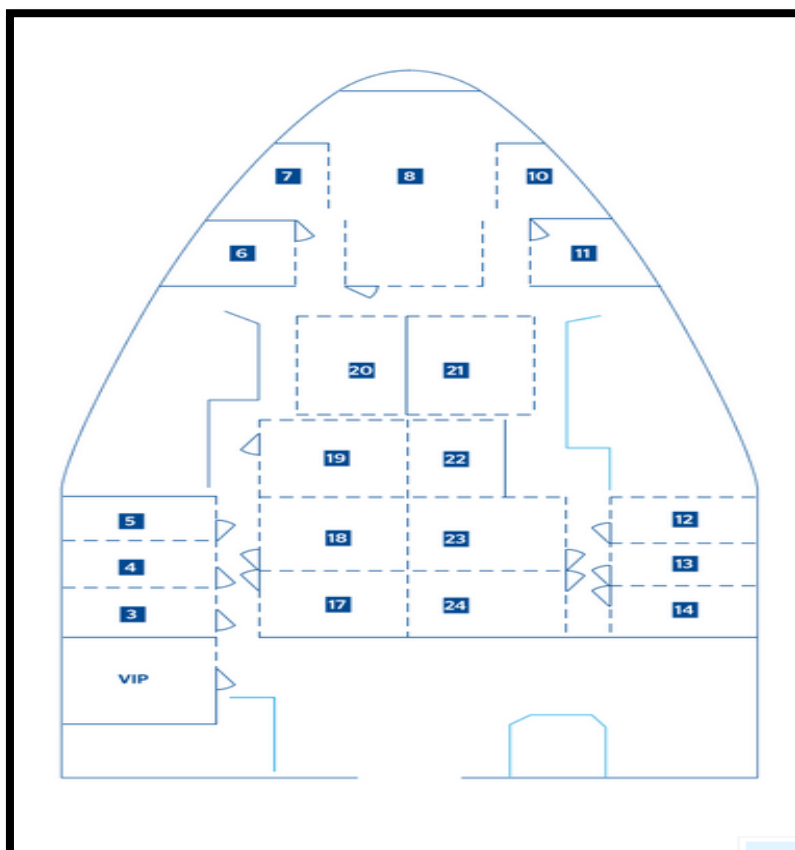
vilket fartyg man åker. M/S Gabriella erbjuder 13 olika konferensutrymmen på däck 10 som kan formateras till olika slags konferenser samt möten. M/S Mariella i sin tur erbjuder 13 konferensutrymmen på däck 8. Tallink Silja erbjuder på Silja Serenade och Silja Symphony 21 konferensutrymmen på däck 6. Dessa 21 konferensutrymmen kan formateras till ett stort konferensutrymme på 1100m<sup>2</sup>. De erbjuder även ett skilt VIP rum för max 12 personer. Båtarnas nattklubb Atlantis Palace fungerar även som konferensutrymmen av kundernas begäran. (Viking Line 2014; Tallink Silja 2014)



Figur 8 Konferensutrymme på M/S Gabriella (Viking Line 2014)



Figur 9 Konferensutrymme på M/S Mariella (Viking Line 2014)



Figur 10 Silja Serenades och Silja Symphonys konferensutrymmen (Tallink Silja 2014)

## **Hytter**

M/S Gabriella erbjuder 11 olika hyttkategorier. Från suite till economy (C4) hytter. M/S Mariella är ett mindre fartyg och de erbjuder i sin tur 8 olika hyttkategorier från suite till budget (Q4) hytter. Silja Serenade och Silja Symphony är i stort sätt likadana fartyg och de erbjuder 9 olika hyttkategorier från suite till C-hytt. Båda rederierna erbjuder detaljerad information på webbplatsen om hyttkategorierna, vad de innehåller samt bilder på hur de ser ut. M/S Gabriellas och M/S Mariellas suiteer kan bokas för möten samt workshops. Silja Serenades och Silja Symphonys Executive Suites kan även bokas för möten upp till 8 personer. Båda rederierna har med andra ord ett brett erbjudande med konferensmöjligheter ombord. Hyttinformationen hittas lätt på webbplatsen och innehållet är uttänkt hos båda företagen. (Viking Line 2014; Tallink Silja 2014)

## **Servering**

Både Viking Line och Tallink Silja har lagt upp menualternativ för grupper i deras a la carte restauranger. Båda har klart och lätt tillgänglig informationen på webbplatsen. Tallink Silja har föråldrad menu på webbplatsen (26.11.2014). Menun var tillgänglig till 30.9.2014. Visserligen har de också en menu som är tillgänglig ända till mars 2015. Viking Lines gruppmenu är tillgänglig ända till maj 2015. Båda rederierna erbjuder också konferensservering. Viking Line erbjuder kaffe, te samt frukter som är inkluderat i konferenspaketet när man bokar konferensutrymmen. De har skilt en konferensmenu var man kan utöver detta beställa smörgåsar, sallader och sötsaker. Tallink Silja i sin tur erbjuder två olika konferensmenu paket. I ena paketet ingår kaffe, te, keks och fruktsallad under hela konferensen. I andra paketet ingår kaffe, te, vatten, tre valfria sorters salt-och sötsaker. Alternativen hittas på webbplatsen. (Viking Line 2014; Tallink Silja 2014)

## **Viking Events och Tallink Silja Experience**

Båda företagen erbjuder olika idéer för konferens- och gruppresor om vad man alternativt kan göra ombord och i land. De erbjuder relativt likadanna program. Några av dessa är vintasting, privat karaoke och privat shopping stund. Viking Line erbjuder privata shoppingturen kostnadsfritt medan Tallink Siljas pris är 7€/person. Viking Lines privat karaoke kostar i sin tur 230€/1h medan på Tallink Silja 150€/1h. På Tallink Siljas sida

är programalternativen klart upplagda samt de har flere olika alternativ i jämförelse med Viking Line. (Viking Line 2014; Tallink Silja 2014)

#### 4.1 Konferensoffert

I detta kapitel jämför jag Viking Lines och Tallink Siljas kryssningsoffert. Avgångsdagen är under högsäsong onsdagen den 3.12.2014. Komponenterna i konferensofferten är: 10 personer, 5 stycken A-hytter (2 personer/hytt), buffet middag samt buffet frukost tur och retur, konferensutrymme samt vintasting.

Tabell 1 **Prisjämförelse**

<b>Viking Line</b>	<b>Tallink Silja</b>
<b>A-hytt 122,50€/person:</b>	<b>A-hytt 120€/ hytt</b>
<b>Buffet middag tur/retur</b>	<b>Buffet middag och frukost tur/retur 90€/person</b>
<b>Buffet Frukost tur/retur</b>	
<b>Konferensutrymme tur/retur</b>	<b>Konferensutrymme på utresan</b>
<b>Kaffe/te och frukter</b>	<b>Kaffe/te och frukter 5,50€/person</b>
<b>Vintasting 25€/person</b>	<b>Vintasting 25€/person</b>
<b>Total: 1475€</b>	<b>Total: 1805€</b>

I offerten (se tabell 1) finns det klara skillnader på båda företagens prisklass. I Viking Lines offert är buffet middag, frukost, konferensutrymme, kaffe/te och frukter inkluderat i hyttpriset. Hytterna var 5 st vilket betyder att totala priset inklusive vintasting är 1475 euro. Tallink Silja i sin tur erbjuder hyttpaket, måltidspaket samt konferensutrymmet. Hyttpaketet är 120 euro per hytt vilket betyder att priset för hytterna sammanlagt blir 600 euro. Måltiderna blir sammanlagt för 10 personer 900 euro. Konferensutrymmet inklusive kaffe/te och frukter blir sammanlagt för 10 personer 55 euro. Konfe-

rensutrymmen erbjuds endast på utresan. Vintasting priset är samma som Viking Lines 25 euro per person. Det totala priset för Tallink Siljas konferenspaket är 1805 euro. Detta är en stor skillnad i jämförelse med Viking line. När jag jämför dessa priser till de priser som båda företagen marknadsför på deras webbplatser så stämmer de. Viking Line har prisexempel 158,50 euro/person. I offerten jag fick så är priset 147,50 euro. Lika så erbjöd Tallink Silja 180,50 euro per person och deras prisexempel på webbplatsen är 182 euro. Visserligen så har exemplet a la carte middag på hemresan och det står inte heller i vilken hyttkategori prisexemplet är gett vilket betyder att om jag skulle ha bett efter en offert med a la carte middag på returen skulle priset på 182€/person kanske blivit dyrare. Man måste även ta i beaktande att priset på webbplatsen innefattar inte vintasting. Man kan även lägga märke till att strukturen på offerten är annorlunda. Viking Line prissätter hyttpriset per person som inkluderar dessa andra komponenter som måltider, konferensutrymme och vintasting medan Tallink Silja i sin tur erbjuder olika paket; hyttpaket, måltidspaket samt konferensservering. Båda företagen prissätter vintastingen skiljt p.g.a att det är ett socialt program som man kan boka som en ” extra” komponent till paketet. Något man också bör ta i beaktande är att offerten båda företagen gett kan vara ett erbjudande eller normalpris. Detta kommer inte heller fram i offerten.

## **5 METODDISKUSSION**

Det finns olika metoder samt forskningsstrategier som kan användas till olika ändamål. Det som man oftast brukar tala om är kvantitativa och kvalitativa metoder. När man utför en kvantitativ undersökning handlar det om att samla in numerisk data. Relationen mellan teori och forskning har ett mera deduktivt synsätt på förhållandet mellan teori och forskning. Det handlar mera om att pröva på teorier. Vid kvalitativa undersökningar handlar det mera om ord än siffror. Man drar slutsatser av enskilda fall och istället prefererar att förstå hur individer uppfattar sin sociala omgivning. När man utför en kvantitativ undersökning använder man sig oftast av enkäter. Man vill mäta förhållandet av två variabler i en population. Vid kvalitativa undersökningar i sin tur använder man sig av intervjuer. Med dem vill man få fram upplevelser, attityder samt känslor. (Bryman & Bell 2005: 40-41, 85, 297, Altinay & Paraskevas 2008: 75)

## **Intervjuer**

Det finns huvudsakligen fyra olika metoder att intervjua; ostrukturerad, strukturerad, semistrukturerad och fokus grupp intervjuer. Ostrukturerade intervjuer innefattar oftast 3 till 4 breda frågor. Detta gör att respondenten måste ge detaljerad information om ämnet. Styrkan i denna metod är att den begränsar inte diskussionen. Strukturerad intervjuer i sin tur innefattar frågor som är väl uttänkta och oftast standardiserade. Detta är en bra teknik och användas om man har knappt om tid. Styrkan med denna teknik är att intervjuaren har mera kontroll över intervjun. Semi-strukturerade intervjuer är något mitt emellan. Intervjuaren har uttänkta frågor på förhand men ordningen på frågorna kan ändras samt omformuleras under diskussionens gång. Den sista tekniken är fokus grupper. En grupp personer är valda och intervjuas kollektivt. Oftast har dessa personer liknande erfarenheter och en viss expertis inom något område. Respondenterna diskuterar om ett visst ämne och diskussionen analyseras. Styrkan med fokus grupper är att man får mycket med information på en gång samt man får kombinerade perspektiv på ett visst ämne. (Altinay & Paraskevas 2008: 112-116)

## **Observationer**

Observations metoden används oftast i samband med någon annan undersöknings metod. Denna metod kan fungera som en kompletterande faktor vid undersökningar var man vill jämföra och hitta starka skillnader inom ett visst ämne. Personen som utför en observations undersökning kan antingen vara med i själva undersökningen som en deltagare eller så kan personen följa med en viss situation, med andra ord observera. Med att vara med i själva undersökningen som en av deltagarna kan man få en fördjupad förståelsen över ämnet man vill undersöka. (Altinay & Paraskevas 2008: 117)

### **5.1 Val av metod**

För att detta arbete baserar sig på en benchmarking undersökning så har jag använt mig av det kvalitativa tillvägagångssättet för att få en mera djupare inblick över varför kunderna valt diverse företag. Jag valde även att observera båda företagen för att se hur kunden uppfattar dem och få en mera kompletterande insikt från undersökningen. Genom att observera båda företagen på webben och genom att be om en offert kommer man närmare företagen och på så sätt fungerar man som kund. Det kvalitativa tillväga-



gångsättet hjälper mig att få en djupare inblick över respondenternas erfarenheter och det ger mig möjligheten att analysera och jämföra respondenternas åsikter. Jag har valt att använda mig av semistrukturerade frågor för att det ger mig möjligheten att modifiera frågornas följd samt struktur beroende på respondenternas personlighet samt attityder.

## 5.2 Intervjuguide

Jag har intervjuat 6 respondenter inför den kvalitativa delen av min undersökning. På grund av att Viking Line utför kvantitativa undersökningar varje månad till konferens- samt grupp kunder anser jag att det är viktigt att även få fram respondenternas känslor och djupare inblick på ämnet (Viking Line 2014). Jag har ställt respondenterna åtta uttänkta frågor och under diskussionens gång har även tilläggsfrågor uppstått. Frågornas struktur och innehåll baserar sig på teorin jag använt i detta arbete.

### Frågor

1. Hur ofta använder ni Viking Lines/Tallink Siljas konferenstjänster?
2. Vilka faktorer tar ni i beaktande och avgör valet av rederi när ni planerar/bokar en konferensresa?
3. Beskriv hur du tycker processen har fungerat hos båda företagen? (från bokning till utförande av själva konferensen samt feedback)
4. Beskriv hur ni upplever Viking Lines/Tallink Siljas tjänster angående mat, konferensutrymmen, hytter, program och service rederierna erbjuder?
5. Har ni blivit erbjudna tilläggstjänster vid konferensresans planeringsskede? Om så, beskriv hur ni upplevde dem?
6. Vilket betyg skulle du ge Viking Line/Tallink Silja av helheten av processen? från 5 mycket dåligt till 10 mycket bra. Vad inverkar mest valet?
7. Vad tycker du Viking Line/ Tallink Silja kunde förbättra angående helhetsprocessen?
8. Vilken slags brand image tycker ni Viking Line/Tallink Silja har?

### **5.3 Respondenter och genomförande**

Intervjuguiden skickades till alla respondenter via e-post så att de fick bekanta sig med frågorna på förhand. En kort beskrivning på syftet av arbetet var tillägg till intervjuguiden. Intervjuerna utfördes i de olika företagens/organisationernas egna utrymmen. En av respondenterna ville vara anonym och hänvisas därför till respondent A. Denna intervju bandades inte. Andra intervjun hänvisas i resultatredovisningen enligt namn men bandades inte. Fyra av intervjuerna bandades samt hänvisas enligt namn i resultatredovisningen.

Intervjuerna började med att respondenterna berättade om sig själva, deras position och arbetsuppgifter i företaget. Respondent A jobbar inom kommunförbundet men ville vara anonym. Respondent Marjo Mäki-Paavola på FFC jobbar som förenings assistent. Respondent Erkki Lavonsalo jobbar som finanschef på tjänstemannacentralorganisationen, STTK rf. Respondent Taina Nylund jobbar som organisations assistent på centralförbundet för lant-och skogsbruksproducenter, MTK. Den tredje respondenten var Arja Mäkinen från centralorganisationen för högutbildade i Finland, Akava. Hon jobbar som assistent för Akavas ordförande. Sista respondenten jobbar som assistent för vice ordförande i organisationen Företagarna i Finland. Alla respondenter har långvarig erfarenhet av både Viking Lines och Tallink Siljas konferenstjänster. De är med i planerings skedet, bokar resorna samt är med på diverse resor. Dessa resor har varit seminarieresor, skolningsresor och även stora gruppresor som innefattat upp till 400 personer och mer. Personliga erfarenheter reflekterades även i intervjuerna samt diskussioner om Tallinn rutten kom även upp.

## **6 RESULTAT REDOVISNING**

Resultaten redovisas enligt teorins huvudteman. Till dessa hör då konferenstjänst. Här tas upp vad respondenterna anser om de två rederiernas konferensutrymmen, hytter, restauranger och servering, service och incheckning, underhållning samt diverse socialt program ombord och i land. Andra huvudtemat är tjänsteutveckling. Här tas upp hur

respondenterna anser rederiernas tjänsteprocess ser ut. Från bokningskedet till själva utförandet av tjänsten med dess kontaktpunkter till feedback av resan.

### **Konferensutrymme**

Alla respondenter utgår från vilken typ av resa det är i fråga. Konferensutrymmet väljs enligt gruppens storlek och syfte med resan. De utgår från vilket segment reser, hur många personer deltar i konferensresan och är det i fråga om skolning, seminarie eller annan typ av konferensresa. Alla respondenter pointerade att Viking Line inte har tillräckligt stora konferensutrymmen för stora grupper. Kirsi Härkönen från Företagarna i Finland säger att p.g.a att Viking Lines konferensutrymmen inte är tillräckligt stora för stora grupper leder det till att de automatiskt bokar från TallinkSilja om resan innefattar många personer. Hon tillade även att Viking Lines auditorium är bra för skolningsresor. Erkki Lavonsalo i sin tur säger att han uppfattar att TallinkSiljas konferensutrymmen har en mera modern känsla än Viking Lines. Respondenterna påpekar även att det oftast alltid finns plats hos båda företagen för att de är i god tid ute. Ibland har det kanske funnits situationer där fartygens konferensutrymmen har varit bokade men det är något som hänt väldigt sällan.

### **Hytter och allmänna utrymmen**

Erkki Lavonsalo personligen tycker att Viking Lines fartyg Mariella och Gabriella är mera hemtrevligare. Visst tycker han att Silja Serenade och Symphonys promenad typ fartyg är fina men han har blivit litet ledsen på dem. Alla respondenter tycker att Mariella och Gabriella behöver definitivt en uppgradering. Fartygen samt hytterna är slitna. Arja Mäkinen påpekar även att hon måste fundera noga vart hon skickar Akavas ordförande. Hon säger att hon inte kan boka vad som helst för resa och på vilket fartyg som helst. Resorna måste ha en viss standard. Både Arja Mäkinen och Taina Nylund tycker att Tallink Siljas fartyg Serenade och Symphony är mera attraktiva än Mariella och Gabriella. Respondent A påpekar även att fastän Mariellas och Gabriellas hytter är gamla och slitna så har de ändå alltid varit rena. Detta är något hon värdesätter men visst håller hon med om att det behöver en uppgradering om man jämför dem med Serenade och Symphony. Alla respondenter anser att Viking Grace borde hämtas till Helsingfors-Stockholm ruten. De påpekar att i det skedet skulle de välja Viking Line.

## **Servering**

Alla respondenter anser att Viking Line och TallinkSilja har god mat. Erkki Lavonsalo säger att det är omöjligt att jämföra dessa två rederierna angående mat p.g.a att det finns alltid tidpunkter när maten inte kanske var så bra hos båda företagen. Han tycker även att tema dagarna båda företagen erbjuder är en bra idé och något att hålla fast vid. Med temadagar följer det nya kulinäriska upplevelser men att det samtidigt finns något för alla. Taina Nylund från MTK säger att en gång var det faktist så att maten i buffen tog slut hos TallinkSilja. Detta var något hon aldrig upplevt tidigare och lämnade en dålig smak i munnen. Hon pointerar även att p.g.a att organisationen representerar lantbrukare tittar hon noga på varifrån maten härstammar. Hon anser att det är viktigt att stöda finska produkter. Att servera korn istället för ris t.ex., tillägger hon. Arja Mäkinen påpekar att det är synd att TallinkSilja slutat med Maxim a la carte restaurangen. Restaurangkonceptet vad ypperligt för de typ av resor hon bokar. Restaurangen representera än viss standard och därför kunde hon alltid boka den. Hon påpekar även att p.g.a restaurangkoncepten som TallinkSilja erbjuder och p.g.a att hytterna är i bättre skick, bokar hon väldigt ofta konferensresorna från TallinkSilja. Marjo Mäki-Paavola från FFC säger att alla allergier etc. också tas i beaktande, är det fråga om Buffet eller a la carte så åtgärdas det hos båda företagen. Alla respondenter tycker att serveringen i konferensutrymmet har alltid fungerat bra hos båda företagen. De kommer inte ihåg att det skulle ha uppstått några problem. De säger även att om det har, så har saken åtgärdas på ett bra sätt p.g.a att de inte kommer ihåg sådana tillfällen.

## **Socialt program och tilläggstjänster**

Ingen av respondenterna har använt sociala program ombord eller i land. Alla respondenter sade att tiden räcker oftast inte till att planera något utöver konferensprogrammet. Kirsi Härkönen sade att de provat en gång en rundtur på en Viking Lines resa till Stockholm. Var delegaterna själva på förhand fick välja om de vill delta eller inte. Detta skulle informeras vid registrerings skedet. Hon sade att det hade fungerat väldigt bra och att guiden på rundturen hade fått positiv feedback. Erkki Lavonsalo från STTK sade att TallinkSilja var den som började koppla och marknadsföra olika aktiviteter i Stockholm. Från dem fick han den inblicken att rederierna faktist erbjuder aktiviteter i land som kan bokas på förhand. Han säger att visserligen erbjuder Viking Line också dessa

tjänster men han anser att TallinkSilja var snabbare på att marknadsföra detta för konsumenterna. Han pointerar även starkt att han tycker att detta hör till rederierna. Att marknadsföra och sälja destinationen. Inte bara sälja själva resan utan att också berätta för konsumenten vad denne kan eventuellt göra på destinationen. Han säger även att underhållningen fartygen erbjuder ombord inte kan vara något märkligt. Han tycker att Viking Line oftast har bättre trubadurer men att underhållningen inte kan vara något jätte stort och märkligt på grund av faciliteterna och resurser. Alla respondenter pointerar att sociala programmet och underhållning är något de inte ser på när de bokar konferensresor. Visserligen pointerar de även att detta marknadsförs inte tillräckligt bra och att vid bokningsskedet föreslår inte försäljarna eller kontaktpersonerna olika alternativ för socialt program. Respondent A säger att det ända hon vet om är att båda rederierna samarbetar med VR och att man kan få förmånligare tågbiljetter om man bokar en båtresa via någotdera företaget. Hon säger även att privata shoppingturen som båda företagen erbjuder är något hon nu sett igenom någon marknadsföringskanal och att sånär kostnadsfria ideér borde företagen utnyttja mera. Hon tycker även att Östersjön som en produkt är ypperlig och intressant produkt för internationella gäster. Hon anser att företagen inte tagit till vara denna stora fördel vi har i deras marknadsföring. Erkki Lavonsalo uttrycker även sin åsikt angående kostnadsfria och förmånliga tilläggstjänster. Han pointerar att karamellerna företagen erbjuder i hytterna är något man blir glad över. Han menar att med sånär små tilläggs produkter eller tjänster ger man medvärde åt kunden. Han fortsätter med att pointera att vid juletid skulle rederierna kunna tillägga en tomte i varje hytt. Det kostar inte mycket för företagen.

### **Service ombord och i land**

Alla respondenter anser att båda företagen erbjuder bra och yrkeskunnig service ombord. De säger att visst finns det en skillnad mellan Helsingfors-Stockholm ruttens service och Helsingfors-Tallinn ruttens servicenivå. Bemanningen på Stockholm ruttens är oftast finsk eller Skandinavisk, som Erkki Lavonsalo pointerar. På Tallinn ruttens finns det eester som inte kanske alltid kan finska. Detta anser alla respondenter att är en stor nackdel. Respondenterna undertäcker att detta är ett större problem hos TallinkSilja än på Viking Line. Erkki Lavonsalo berättade om ett tillfälle på TallinkSilja, var han besökt tax-free affären och p.g.a mycket dålig service, lämnade han alla produkter och gick sin väg. Alla respondenter tyckte att Viking Line har en aning bättre organiserat

service konsept i land. De anser att TallinkSilja ännu har en estnisk ”twist” till servicen de erbjuder vid bokningsskedet. Visserligen har alla respondenter en kontaktperson hos båda företagen de kan kontakta angående bokningar men att den allmänna telefon gruppbokningen fungerar bättre hos Viking Line. Alla respondenter säger att det är viktigt att behålla goda kontakter. P.g.a att Viking Line har personer som jobbat inom företaget i många år så har dessa personer blivit bekanta med respondenterna. Respondenterna säger att detta leder till att det är lätt att kontakta Viking Line när en konferensresa uppstår och att personen på Viking Line genast vet vad som skulle passa just denna grupp. Att få personlig service på denna nivå är något respondenterna tycker man skall hålla fast vid.

Alla respondenter påpekar även att de värderar Viking Line p.g.a att det är ett finskt företag. Det är en sak att vara stolt över påpekar alla. Erkki Lavonsalo säger att flaggor och kollektiv avtal är något de följer efter. Om de upptäcker något som enligt kollektivavtalet inte stämmer överens hos båda rederierna skulle de bli boikoterade. Alla respondenter säger att de ger vikt till faktum att Viking Line är ett finskt företag, men att om det påverkar valet, är ingen säker på. Erkki Lavonsalo säger även att TallinkSilja är väldigt aggressiva att skicka olika erbjudanden samt presentkort åt goda långvariga kunder. Han säger att det har varit väldigt tyst från Viking Lines sida en längre tid och att det är lite alarmande. Han pointerar även att sådant här aggressivt beteende kan leda till att konsumenterna börjar omedvetet använda mera TallinkSilja. Tidigare var Viking Lines ledning också mera synlig för konsumenten, nu har han inte sett det på en längre tid. Detta är något TallinkSilja sköter väldigt bra upprepar han.

Alla respondenter nämnde även att de använder sig av resebyråer. Kirsi Härkönen nämnde att de väldigt sällan bokar direkt av rederierna konferensresor. Hon pointerade att resebyråerna har en god uppfattning om produkterna och tjänsterna rederierna erbjuder. De har alltid kunna besvara diverse frågor angående fartygen, tidtabeller och övrigt om resan. Arja Mäkinen säger även att hon använder väldigt ofta resebyrå för att boka konferensresor. Hon vill inte sätta sin förman och köa efter biljetter. Resebyråerna skickar biljetterna föregående dag. Alla respondenter säger att pris är något de tittar på men att det inte är en primär aspekt vid valet av rederi. Om konferensutrymmet passar gruppen i fråga, bokar de resan enligt det.

## 6.1 Tjänsteutveckling

Alla respondenter anser att tjänsteprocessen hos båda företagen är fungerande. De säger att det aldrig uppstått några större problem. Erkki Lavonsalo säger att han kontaktar personligen alltid kontaktpersonerna hos båda företagen. Men han påpekar att alla på STTK inte gör så men att han aldrig hört att det skulle ha varit några problem vid bokningsskedet. Vissa av respondenterna tittar på webbplatsen. De söker oftast konferensservering men de påpekar att de inte söker konferensutrymmen från webbplatsen på grund av att de redan är så bekanta från tidigare. Kirsi Härkönen påpekar visserligen att hon tycker att båda företagen har råddiga webbplatser och att de borde utvecklas. Arja Mäkinen påpekar även att Eckerö line har upperlig service när man kan kvällen innan söka landstignings biljetterna från Eckerös affär. Hon säger att det underlättar och man behöver inte köa när man skall resa.

Inchekningen har alltid fungerat bra påpekar alla respondenter. Kirsi Härkönen säger att om man bokar resan via en resebyrå eller researrangör får man biljetterna en dag innan och man kan kontrollera att allting stämmer samt sätta dem i kuvert färdigt för delegaterna. Hyttkorten är något som inte kanske fungerar varje gång hos båda företagen påpekar respondenterna. Kirsi Härkönen säger att ända från inchekningen till ombordsstigningen har allting fungerat ypperligt hos båda företagen. Hon säger att båda erbjuder utrymme var man kan förvara sina väskor och andra saker före hytterna är färdigt städade. Alla respondenter tycker att konferenspersonalen är kunnig och utrustning finns för diverse tillfällen. Om det uppstår tekniska problem finns det personal hos båda företagen som åtgärder problemet genast.

Taina Nylund påpekar att feedback blanketterna som företagen skickar efter resan är för långa. De kräver tid och fylla i och blir därför oftast ofyllda. Hon säger även att de gånger hon ger feedback så blir svaren alltid dit åt. Hon orkar inte satsa på dem för att de är för långa och tidskrävande. Respond A säger att Viking Line reagerar bättre på reklamationer än TallinkSilja. Hon säger att svaret kommer inte alltid direkt från TallinkSilja och compensationen är mera generös från Viking Line. Erkki Lavonsalo tycker att det är viktigt för båda företagen att fundera mera på mobilen. Yngre kundsegment är så mobiliserade i dagens läge och rederierna borde utnyttja detta. Han anser att feedback blanketter är föråldrade och att rederierna borde komma på nya innovationer kring

hur man kan få feedback på ett innovande sätt. Han föreslår att varför inte komma på något spel var kunderna kan spela diverse kryssningsspel. På detta sätt kan rederierna utveckla sitt brand och även få gratis feedback av konsumenterna.

Majoriteten av respondenterna påpekar även att Helsingfors-Stockholm rutten kan vara krånglig p.g.a att det kräver mycket tid. Två nätter ombord kan med vissa grupper vara krävande och i dessa fall har de oftast valt Tallinn-rutten. Antingen gör de en dagskryssning till Tallinn eller övernattar en natt på hotell och kommer tillbaka nästa dag.

## **6.2 Slutlig värdering av rederierna**

Alla respondenter fick som uppdrag att ge betyg åt båda rederierna. Slutliga medeltalet för TallinkSilja är 8,8 och för Viking Line 8,6. Respondent A ville inte ge ett betyg åt rederierna. Alla respondenter gav höga vitsord åt båda företagen. Alla anser att servicen är bra och yrkeskunnig. Helhetsprocessen från bokning till själva resan fungerar. Taina Nylund gav högre vitsord åt Viking Line på grund av att servicen är bra i land. Kirsi Härkönen i sin tur gav åt båda rederierna samma vitsord på grund av att de båda har för och nackdelar. Erkki Lavonsalo gav högre vitsord åt TallinkSilja men pointerade att han gjorde det p.g.a. att få en jämförelse av båda företagen. Han anser att p.g.a att TallinkSilja ger så mycket extra, kör de förbi Viking Line i detta fall. De vet hur man sköter det sk. ”tack” upprepar han. Arja Mäkinen i sin tur ger högre vitsord åt TallinkSilja p.g.a att fartygen är nyare. Viking Line måste uppgradera Mariella och Gabriella för att få ett högre vitsord.

## **7 DISKUSSION**

I detta stycke analyseras materialet från respondenterna och jämförs med teorin. Analysen följer teorins ramar; konferenstjänst och tjänsteutveckling. I diskussionen tas upp materialet som framkommit i intervjuerna och analyseras med teorin samt mina personliga åsikter framkommer.



## 7.1 Konferenstjänst

Enligt Holloway & Humpreys så är meningen med konferensresor att föra samman mänsikor för att utbyta erfarenhet och expertis. I samband med intervjuerna kunde man se klara mönster av detta. Respondenterna deltar i diverse konferenser och seminarier som hålls varje år ombord fartygen. Detta stöder även påståendet som Johnatan Wilson säger om att teknik inte ersätter personlig kontakt. Dessa grupper deltar i konferensresorna på grund av någon orsak. Personligen tror jag att det är just på grund av detta. För att utbyta erfarenhet, skapa mål inom projekt och viljan att umgås med andra organisaioner och medlemmar inom samma organisation.

Rogers uttrycker att de personer som oftast ordnar konferenser har oftast lite utbildning inom planering och att dessa personer måste ha god förmåga att hantera stress. Majoriteten av respondenterna anser att ordna samt boka konferensresor skall ske smidigt. De vill inte återkomma till rederierna om deras bokningar p.g.a att det inte är deras primära jobb. Verhelä säger även att ordna en konferens ombord är ett lätt alternativ för kunden p.g.a att det inte går mycket tid till att ordna. Fartygen erbjuder logi, mat med mera i ett paket. Detta kan förknippas till majoriteten av respondenternas svar. Att få färdigt uttänkta paket och att personalen vet vad skulle passa just denna grupp är ett dragplåster. Här är det viktigt att se till att kunderna inte behöver återkomma angående deras bokning. Att se till att bokningen har allt det kunden önskar sig från första början ger ett gott intryck av företaget. Verhelä påpekar även att nackdelen är att konferenskryssningar kräver mycket tid. Speciellt på Helsingfors-Stockholm ruten var man spenderar två nätter ombord kan vara en nackdel för Viking Line. Detta är även något respondenterna påpekar att är en nackdel med vissa konferensgrupper på Helsingfors-Stockholm ruten.

Enligt Aarrejärvi så är servering och måltider ett prick på i och medför en god helhetsbild av konferensen. Allergier och specialdieter måste även tas i beaktande. Enligt intervjuernas resultat så har detta fungerat bra på Viking Line. Konferensserveringen samt andra måltider har varit bra och diverse allergier samt dieter har tagits i beaktande. Självt anser jag att kulinäriska temadagar är något att hålla fast vid. Aarrejärvi pointerar även att vid den finansiella delen av konferensplaneringen är det bra att se på tidigare uppskattningar och tidigare konferensresor. Respondenterna deltar i seminarier och skol-

ningresor med ständiga mellanrum. Dessa tidigare ekonomiska räkningar är säkerligen till stor hjälp för respondenterna och de följer enligt samma mönster varje år.

Enligt Finland Convention Bureau så är socialt program också viktigt för att åstadkomma en positiv helhetsbild av en konferensresa. De skriver även att sociala programmet kan vara väldigt brett men att man måste utgå från hurdana delegaterna är. Detta kan kopplas till respondenternas åsikter och svar om Viking Lines tilläggstjänster. Respondenterna har inte en bred uppfattning om vad Viking Line erbjuder för tilläggstjänster som t.ex. privat karaoke, vinetasting, privat shoppingtur etc. Respondenterna pointerade att under en konferensresa finns det oftast inte mycket tid till socialt program och annat utöver själva konferensprogrammet. Personligen tycker jag att fastän respondenterna säger att de inte har mycket tid för diverse socialt program så tror jag att detta beror på att de inte vet hur man kan förknippa olika aktiviteter till en konferensresa. Speciellt på denna rutt Helsingfors-Stockholm finns det mycket tid. Viking Line borde utveckla en klar tidtabell och alternativ av socialt program för konferenskunderna. Att föreslå vintasting på kvällen före de går på middag, eller erbjuda en privat shoppingtur kostnadsfritt nästa dag när de är i Stockholm skulle eventuellt kunna vara alternativ. Rogers talar även om samma ämne. Om Viking Line erbjuder olika aktiviteter på destinationen. Medför det en nytta till lokala näringsidkare. Att utveckla detta koncept mera skulle kanske leda till att dessa företag utvecklar och satsar mera på samarbetet med Viking Line.

Finland Convention Bureau lyfter fram att Finland har mycket att erbjuda vid sjöområden. Detta kan förknippas med respondent A och hennes åsikt om att rederierna borde mera utnyttja denna aspekt i deras markandsföring. Finland Convention Bureau och Visit Helsinki pointerar även att Finland som konferensland värdesättes p.g.a dess hög kvalitet på service och långvarigt samarbete inom konferensindustrin. Detta kan förknippas till respondenternas svar om Viking Lines goda service konsept. Finlands konferensturism har stigit 63 procent år 2013 i jämförelse med år 2010. Viking Line skulle i detta fall kunna satsa på internationella kunder. Statistiken visar att det finns ett intresse att ordna konferenser i Finland, varför inte ordna sin konferens på ett finskt rederi? Vanneste påpekar även att konferens-och affärsturismen tenderar att vara säsong artig. Under sommar månaderna hålls det minst konferenser. Denna säsong är även hektisk inom rederibranschen medan de andra månaderna tenderar att vara lugnare. Under dessa

månader är det ypperligt för Viking Line om de skulle satsa ytterligare på konferenskunder. Det för med sig stora volymer och mera köpkraft ombord fartygen för de lugnare månaderna.

## 7.2 Tjänsteutveckling

Swarbrooke & Horner samt Grönroos refererar tjänster som ”upplevelser”. Tjänster är opåtagliga och inte heterogena vilket betyder att det är svårt att ge samma nivå av service varje gång. Viking Line har hög kvalitet av service ombord samt i land. Fastän fartygen Mariella och Gabriella är slitna så väljer respondenterna ändå Viking Line. Detta beror eventuellt på konferensutrymmet. Ordet upplevelse skulle säkert värdesättas mera om sociala programmen skulle vara inkluderade. Det är oftast de man talar om när man kommit tillbaka hem från en affärsresa.

Komppula & Boxberg säger att en turismprodukt innefattar en kärnidé men att företagen måste erbjuda något utanför kärnprodukten. Kärnprodukten kan i detta fall vara att erbjuda logi men att med tilläggstjänster och bitjänster hämtas en djupare helhetsbild och mervärde för kunden. Att komma på ytterligare små ideér i hytten, ta vara och utnyttja Östersjön och erbjuda tilläggstjänster. Dessa hämtar ett större mervärde för kunden. Personligen anser jag att detta är något Viking Line kan på ett lätt sätt hämta mera mervärde åt kunden på ett kostnads effektivt sätt. Av egen erfarenhet så säljer jag a la carte frukost bara med att nämna att ett glas skumvin är inkluderat i a la carte frukosten. Små saker som detta kostar inte företaget mycket men hämtar mervärde för kunden.

Enligt Smiths modell utgår man från den fysiska platsen. Själva platsen räcker inte till för att bilda en helhet för resenären. Tjänster som mat och program behövs. Gästvänlighet och interaktion med personal, viljan att välja samt kundens engagemang ingår. Detta tangerar till respondenternas svar. Själva platsen, fartygen Mariella och Gabriella behöver uppgradering. Fartygens allmänna utrymmen samt hytter är slitna. Brandet och Viking Lines finskhet är något som värdesättes stort och kunde markandsföras bättre. När vi lever i ekonomisk depression och överallt påpekas det om finska produkter samt finskt arbete och hur det borde stödas. Viking Line kunde se detta som en fördel och använda det i marknadsföring. Fastän Viking Lines hytter är slitna kunde de påpeka och marknadsföra auditoriernas funktionalitet. Viking Lines nackdel är att de inte erbjuder

konferensutrymmen för stora grupper och därför väljer respondenterna konkurrerande företaget. Detta kan även kopplas till Smiths modell angående den fysiska platsen samt viljan att välja. Fastän Viking Line har fungerande auditorium, kan respondenterna inte välja Viking Line p.g.a. deras begränsade konferensutrymmen. Tjänsternas mängd och viljan att välja själv tangerar även till respondenternas svar. Viking Line marknadsför eller säljer inte tillräckligt tilläggsprogram som eventuellt kan kopplas till konferensresor.

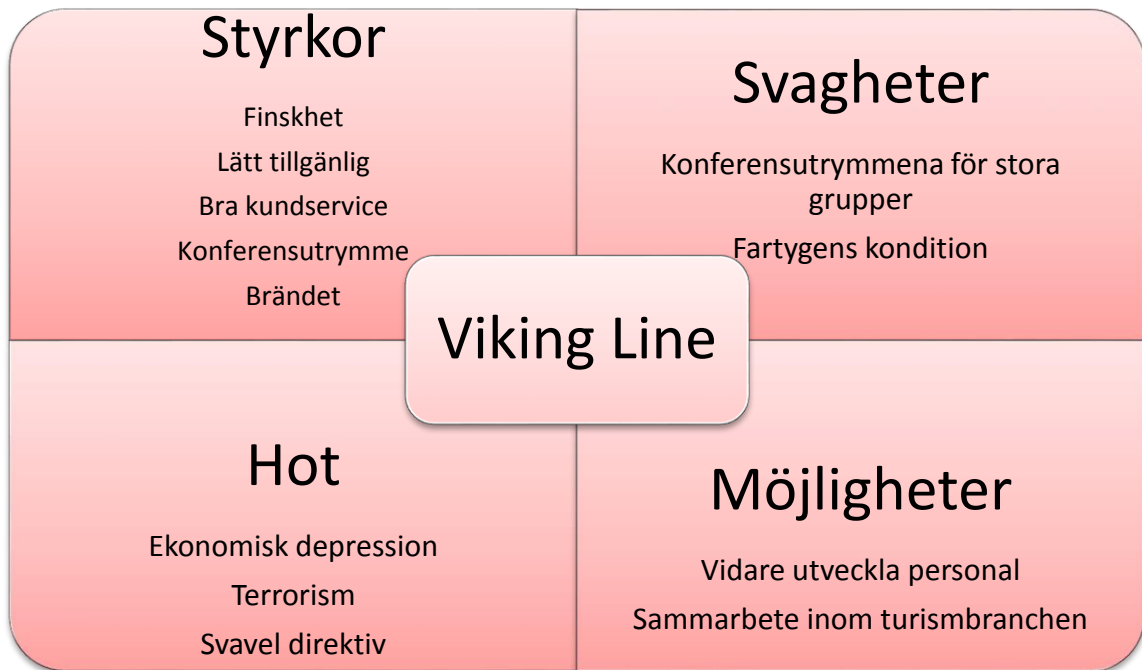
Personlig service värdesättes stort av alla respondenter. Viking Line erbjuder bra kundservice i bokningskedet samt ombord fartygen. Respondenterna har inga negativa minnen över Viking Lines service vid bokningsskedet eller ombord. Kundens engagemang tenderar även till respondenternas svar. Respondenterna tycker det är lätt att kontakta Viking Line p.g.a. kontaktpersonerna som jobbat inom företaget i så många år, det har uppstått en bekantskap mellan kund och personal. Detta borde Viking Line ta vara på. Hålla fast vid personal som jobbat i företaget i en längre tid vet vad företaget står för och känner till dess produkt sortiment.

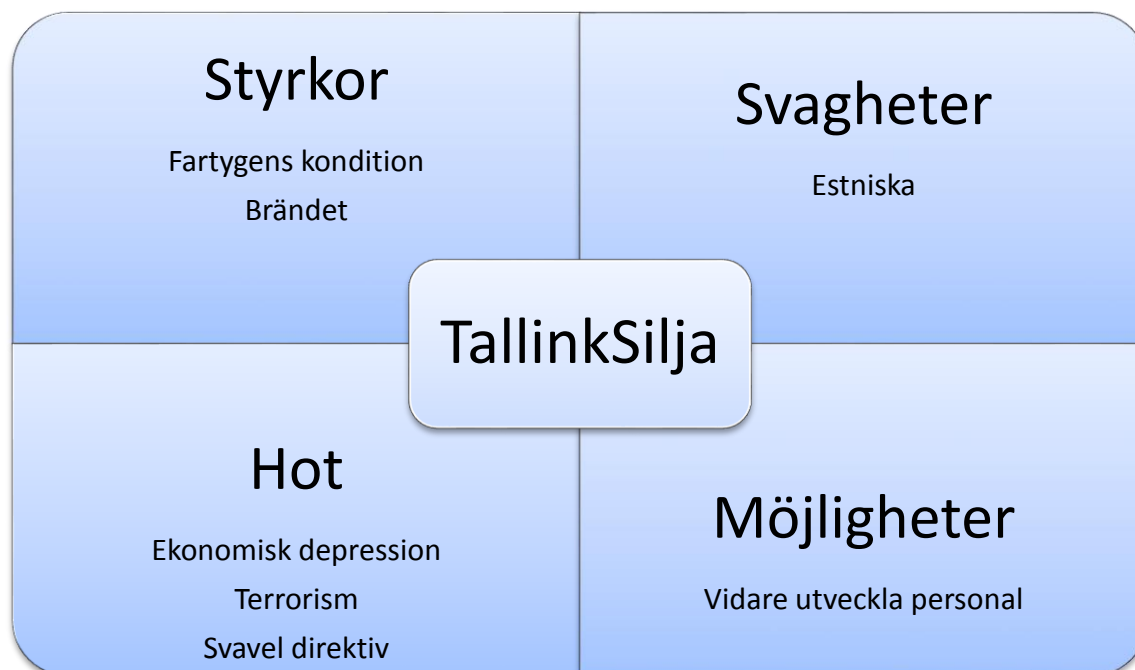
### **7.3 Tjänsteprocess**

Enligt Viking Lines processbeskrivning för bokning av gruppresor och respondenternas svar så kan man se en klar enhetlighet. Respondenterna tycker att den allmänna gruppbokningen fungerar och att Viking Lines kontaktperson gör ett mycket bra jobb. Agentbokningarna (resebyråer) har en klar uppfattning om Viking Lines produkter vilket betyder att denna kanal och interaktion mellan Viking Line och resebyrå fungerar. I processbeskrivningen berättas även hur Viking Lines personal skall göra en behovsanalys och enligt de flesta respondenterna klarar Viking Line av detta. Kontaktpunkterna inom företaget fungerar. Enligt Lecklin så måste kontakten med personal och kund ske smidigt och fort. Detta kan även kopplas till respondenternas positiva svar om Viking Lines service i land. Respondent A påpekade att Viking Line är snabbare på att svara och är mera generös när det kommer till reklamationer. Nya innovationer för feedback blanketterna behövs. Själv håller jag med om att Viking Lines feedback blanketter är för långa.

## 8 AVSLUTNING

I denna avslutning analyseras resultaten med mina personliga åsikter och erfarenheter av rederibranchen i form av två SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) analyser för båda rederierna. I SWOT analyserna kommer fram rederiernas svagheter och styrkor samt eventuella hot och möjligheter. Möjligheterna fungerar även som utvecklings förslag åt Viking Line.





I SWOT analyserna är det intressant att se hur Viking Lines styrkor är TallinkSiljas svagheter enligt materialet i denna undersökning. Enligt respondenternas svar och medeltal av båda rederierna så har båda starka bränd vilket kan ses till båda rederiernas fördel och styrka. Visst måste rederierna ytterligen utveckla brändet och försöka få mera lojala kunder. Detta är svårt p.g.a hög konkurrens inom östersjön. Hoten för båda företagen kan vara den ekonomiska depressionen vi lever i i dagens läge och med de nya svavel direktiven som är på kommande får man med stor nyfikenhet se vem som överlever. Båda rederierna måste satsa på att vidare utveckla deras personal. Tallink Silja fick mera ris än rosor i detta fall och måste utveckla ytterligare personalen.

## 8.1 Konklusioner och förbättringsförslag åt Viking Line

Syftet med detta arbete var att kartlägga Viking Lines konferenstjänsters konkurrenskraft i jämfört med konkurrerande företaget TallinkSilja på Helsingfors-Stockholm rutten. Jag frågeställde hurdana tjänster Viking Line erbjuder för tillfället. Hurdana är de i jämfört med konkurrerande företaget TallinkSilja. Vilka faktorer påverkar och avgör valet av rederi samt är de tilltalande från kundens synvinkel. Enligt respondenternas svar så har min frågeställning samt syfte uppnåtts. Viking Line har en hög konkurrenskraft i jämförelse med TallinkSilja. Medeltalet av båda rederiernas helhetsprocess var

höga och väldigt lika. Detta betyder att respondenterna har varit nöjda med rederiernas konferenstjänster samt helhetsprocess. Vissa saker kunde dock utvecklas.

Enligt mina observationer om Viking Lines nätsida så måste informationens tillgänglighet om programmet/aktiviteter ombord och i land utvecklas. För tillfället är den inte lätt tillgänglig och informationen som finns är begränsad. Offerbegäran fliken är råddig. För tillfället har de konferens-och grupp-kunder skilt men offerten hittas bara på ena fliken. Den skulle kunna slås samman. Viking Line borde definitivt utnyttja sig av reseexempel så som TallinkSilja har. Det medför en mera klar bild åt kunden på kur konferensresan eventuellt kan se ut. Detta borde finnas på webbplatsen samt i Viking Lines tryckt material. Webbplatser är alltid svåra att analysera. Några tycker de är jätte bra medan andra tycker de är råddiga. För att få specifik information så tycker jag man alltid måste leta oberoende av vilken webbplats där i fråga om. Personligen tycker jag att det som är viktigt med webbplatser vidare utveckling är att när man väl hittar informationen man letar efter skall den vara förståelig så att kunden inte behöver kontakta eventuell telefon-tjänst för att få en förklaring.

Utgående från respondenternas svar och mina personliga erfarenheter samt observationer, så borde Viking Line satsa på personalens skolning och vidare utveckling. De skall hålla fast vid personal som varit i företaget i en längre tid samt satsa på att vidare utveckla dem. Viking Line kunde satsa på att binda ett även starkare förhållande med de redan existerande konferenskunder. Dela upp konferenskunderna i grupper. När en viss kund kontaktar företaget så vet personen till vilken försäljare denna grupp hör. På detta sätt lär sig försäljaren känna kunden och gruppen i fråga. Samtidigt blir det även lättare för försäljaren att erbjuda diverse socialt program samt tilläggstjänster. Sociala programmet samt aktiviteter som kan göras på destinationen måste Viking Line sätta en satsning på. Av personlig erfarenhet så är det svårt att sälja något som man inte vet hur det ser ut eller fungerar. Viking Line skulle kunna låta personalen få prova på diverse program ombord så att personalen vet vad de säljer. Fartygs besök och hotell besök är något Viking Line gör med sin personal, varför inte inkludera även detta?

Något som respondenterna inte påpekat att varit ett problem är transporten från och till terminalen. Något som skulle kunna vara en bra idé för Viking Line är att samarbeta med bussbolag och sälja även bussar för konferenskunder som kommer längre bort

ifrån. Det medför även mindre arrangerande från kundens synvinkel. Att boka även bussen via Viking Line betyder att hela tjänsteprocessen erbjuds av Viking Line. Här är det svårt för Viking Line att monitera kvalitén på service men jag tror starkt att konferenskunderna skulle uppskatta en sådan här tjänst.

Alla respondenterna använder sig även av resebyråer. Viking Line borde försöka skifta viktiga konferenskunder som dessa bort från resebyråerna för att alltid boka direkt från Viking Line. Viking Line erbjuder för enskilda kunder "late check-in" med fordon. Att få detta koncept för konferens- och grupp kunder var de skulle kunna sköta incheckningen på förhand skulle vara en stor konkurrenskraft för företaget. Utgående av respondenterna svar så finns det en efterfrågan för tjänster som detta. Detta kunde även utvecklas vidare till enskilda resenärer. Flygbolag har utvecklat mycket väl och förstått att det finns en efterfrågan till "early check-in". Att tillägga liknande koncept till rederibranschen är nog framtiden. Att ha en fysisk person eller en automat som erbjuder denna tjänst är bara en tidsfråga.

## **8.2 Arbetets begränsningar och förbättringsförslag**

Examensarbetets teoridel var utmanande p.g.a att det inte fanns relevant information till mitt arbete. Det som jag märkte var att när jag använde mig av äldre litteratur och i ett senare skede fick tag på nyare litteratur av samma författare om samma ämne, så var innehållet mycket likadant. Det hade inte uppkommit mycket nytt.

Examensarbetets begränsning visade sig att vara utmanande på grund av att respondenterna blandade mycket Helsingfors-Stockholm ruten samt Helsingfors-Tallinn ruten. Detta ledde till att jag inte alltid visste vilken rutt de talade om. När respondenterna berättade om något som inte kanske fungerat måste jag fråga vilken rutt de menar. Jag ville även få fram en bredare åsikt på hur organisationerna använder rederiernas tjänster och hur de anser dem. I många fall så måste jag fråga om åsikten var personlig eller talar de om organisationen som en helhet. Jag märkte även att p.g.a att jag jobbar på Viking Line så ville respondenterna inte vara så kritiska. Med följdfrågor fick jag ut en mera bredare inblick på vad Viking Line kan eventuellt förbättra. På grund av att jag bara intervjuat 6 respondenter som har långvarig historia och långvarigt samarbete med Viking Line så märkte jag även att jag inte kan ta ställning till mindre konferens-



grupper som använder rederierna mera sällan. Dessa grupper har säkerligen inte avtal med Viking Line om special priser och därför kan deras erfarenheter vara annorlunda än de respondenterna jag intervjuade. Något som även var utmanande var att respondenterna inte hittade ”fel” på rederiernas tjänsteprocess. De tyckte att allting har alltid fungerat bra. För att grundligare få ut tankar om processen hos båda rederierna skulle jag ha kunnat visa en bild på tjänsteprocessen. I detta fall skulle respondenterna kanske kommit på några detaljer som kunde utvecklas. På grund av detta bidrog det inte stora utvecklings förslag till Viking Line.

### **8.3 Slutord**

Arbetsprocessen i detta examensarbete har varit krävande men intressant. Det som var intressant att se var att mina fördomar i många fall visades vara totalt annorlunda än vad jag tänkt mig. När Viking Line föreslog åt mig att göra en undersökning angående konferenstjänsterna för Helsingfors-Stockholm rutten tänkte jag att det skulle vara en bra idé på grund av att jag visste att den behöver utveckling. Konferensindustrin har alltid intresserat mig och därför valde jag denna rubrik. Fastän det var svårt att få tag på relevant teori och arbetet gav inte många förbättrings förslag åt Viking Line så anser jag ändå att materialet jag fått av respondenterna är något Viking Line värdesätter och kan utnyttja till vidare forskning.

# KÄLLOR

## Litteratur

Aarrejärvi Leena 2003, *Kokoukset ja kongressit-järjestäjän käsikirja*, 1 uppl., Helsingfors: Edita Prima Oy 130 s.

Grönroos Christian 2002, *Service management och marknadsföring*, 1 uppl., Sverige: Liber AB 436 s.

Holloway Christopher, Humphreys Claire 2012, *The business of tourism*, 9 uppl., England: Pearson Education Limited 778 s.

Komppula Raija, Boxberg Matti 2002, *Matkailuyrityksen tuotekehitys*, 1 uppl., Helsingfors: Edita Prima Oy 176 s.

Lecklin Olli 1997, *Laatu yrityksen menestystekijä*, 1 uppl., Jyväskylä: Talentum Media Oy 464 s.

Rogers Tony 2008, *Conferences and Conventions, A global industry second edition*, 2 uppl., England: Butterworth-Heineman publications 424 s.

Swarbrooke John, Horner Susan 2007, *Consumer behaviour in tourism*, 2 uppl., England: Butterworth-Heineman publications 428 s.

Tuulaniemi Juha 2011, *Palvelumuotoilu*, 1 uppl., Hämeenlinna: Talentum Media Oy 303 s.

Verhelä Pauli 2000, *Liikematkailu*, 1 uppl., Helsinki: Oy Edita Ab 143 s.

Vallo Helena, Häyrinen Eija 2014, *Tapahtuma on tilaisuus, Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen*, Helsinki: Tietosanoma Oy 275 s.

## Elektroniska källor

*European Society of Cardiology*, ESC Congress 2014, Tillgänglig:

<http://www.escardio.org/congresses/esc-2014/Pages/welcome.aspx> Hämtad 21.11.2014

*Finland convention bureau*, järjestä kongressi 2013, publicerad 20.9.2011, Tillgänglig:

<http://www.fcb.fi/?pageid=122&parent0=4&parent1=118&parent2=122> Hämtad  
4.3.2013

*Finavia*, Suomi on suosittu kongressimaa, 2014, Tillgänglig:

<http://www.finavia.fi/fi/tiedottaminen/ajankohtaista/2014/mek-suomi-on-suosittu-kongressimaa/> Hämtad 5.11.2014

*Mek*, Kongressisuunniteluopas, 2014, Tillgänglig:

<http://www.mek.fi/wp-content/uploads/2013/04/Kongressisuunnittelu-opas.pdf>

*Visit Helsinki*, Meeting planners manual, 2014, a, Tillgänglig:

[http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/Esitteet/EN/meetingplannersmanual\\_2014\\_lores.pdf](http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/Esitteet/EN/meetingplannersmanual_2014_lores.pdf) Hämtad 5.11.2014

*Visit Helsinki*, Tiedotteet, 2014, b, Tillgänglig:

[http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/Tiedotteet/EN/2014/helsinki\\_20th\\_most\\_popular\\_congress\\_city\\_in\\_the\\_world.pdf](http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/Tiedotteet/EN/2014/helsinki_20th_most_popular_congress_city_in_the_world.pdf)

*Viking line*, Press release, 2014, Publicerad 13.2.2013. Tillgänglig:

<http://www.vikingline.com/Documents/investors/financial%20reports/Lehdistotiedote%20130214%20tilin%C3%A4%C3%A4t%C3%B6s.pdf> Hämtad 6.3.2013

*Leadership*, Planning a conference, 2009, Tillgänglig:

[http://leadership.uoregon.edu/resources/exercises\\_tips/events/planning\\_a\\_conference](http://leadership.uoregon.edu/resources/exercises_tips/events/planning_a_conference)  
Hämtad 20.3.2013

# BILAGOR

## Bilaga 1: Frågeguide på finska

Olen tekemässä benchmarking tutkimusta Viking Linen kokouspalveluista verrattuna Tallink Siljaan Helsinki-Tukholma reitillä. Tutkin minkälaisia palveluita molemmilla laivayhtiöillä on tarjota. Olen kartoittamassa molempien yritysten kokonaisprosessin; varausvaiheesta, itse kokoukseen sekä palaute osioon. Haluan myös saada selville miten nämä palvelut eroavat ja mitkä tekijät vaikuttavat valintaan (Viking Line vai Tallink Silja).

Kysymykset:

1. Kuinka usein käytät/olet käyttänyt Viking Linen/Tallink Siljan kokouspalveluja?
2. Mitkä tekijät otat huomioon kun suunnittelet/varaat kokousmatkan?
3. Kuvaile kuinka sinun mielestä prosessi on toiminut Viking Linella/Tallink Siljalla? (varausvaiheesta, itse kokoukseen sekä palaute osioon) Onko prosessi selkeä vai onko ilmaantunut ongelmia?
4. Kuvaile kuinka koet Viking Linen/Tallink Siljan palveluja? ruoka? kokoustilat? hytit? oheisohjelma? palvelu maissa sekä laivoilla?
5. Onko sinulle tarjottu myös lisä palveluja kokousmatkan suunnitteluvaiheessa? esimerkiksi yksityiskaraokea, viininmaistelua. Jos olet käyttänyt näitä palveluja aikasemmin. Kuvaile miten koit ne?
6. Minkä arvosanan antaisit Viking Linelle/Tallink Siljalle prosessi kokonaisuudesta? 5 erittäin huono, 10 erittäin hyvä. Miksi annoit kyseisen arvosanan? ja mitkä tekijä vaikutti eniten valintaasi antaa esim. 8?
7. Missä mielestäsi Viking Line/Tallink Silja voisi parantaa?
8. Minkälainen brändi kuva sinun mielestäsi Viking Linella/Tallink Siljalla on?

## **Bilaga 2: Intervju, Respondent Erkki Lavonsalo, STTK RF.**

I: Noni..

EL: Eli tämä eka kysymys, eiks niin, eli jos tässä puhutaan käytät niin kysymys voidaan ajatella että se kohdistuu meidän yhteisön eikä vältämättä just minuun henkilönä. Eli kuinka usein Sttk on käyttänyt Viikarin tai Tallinkin kokouspalveluja. Niin Sttk keskusjärjestönä niin vähintään kerran vuodessa siis. Mutta sitten tietenkin liiathan käyttää kovinkin paljon mutta nyt puhutaan vaan pelkästään Sttksta keskustoimistona niin kun tämä koko haastattelu pääsääntöisesti on ja sitten vielä tetenkin omakohtaisesti. Sanoetaan että se on kerran vuodessa. Me ei käytetä niin paljon kun noi jäsenliitot kenellä on se kontakti sinne omiin jäseniin, meidän jäsenethän on nämä jäsenliitot. Mä vedän jotain työryhmiä ja olen niissä itse asiassa menossa ens viikolla Tallinkilla eli Baltic Queenillä vedän tällöisen työryhmän. Lähdetään ja tullaan seuraavana päivänä sitten takaisin. Eli tän tyyppiset ne voi olla. Sttkllä on sitten ollu tällöisiäkin matkoja kun on ollut juhlavuosi nin on varattu koko laiva. Mutta tämä on tietysti harvemmin. Mutta vähintään kerran vuodessa voisoin sano. Meillä on tyyppillistä kun on tuota opiskelija toimintaa, ne oli teidän laivoilla Turun risteilyllä ja tota sit meillä on tätä aluetoimintaa, yritän vähän kuvata sulle mitä meillä on, just hyväksyin laskun Graceilla menevät, toi Varsinais Suomen aluetoimisto pitää tällöisen itsenäisyyspäiväkokouksen/vuositapaamisen. Ja se on sitten taas teidän laivoilla. Mutta mä en oo ollu siinä itse varausprosessissa mukana. Kun se taas tapahtuu sieltä heidän alueelta. Niin he saa sitten itse ottaa sieltä yhteyttä mutta mä puhun ihan tästä vaan keskustoinmistosta. Toki tämä meidän opiskelija asiantuntia sitten varaa suoraan itse ja olen antanut vapaat kädet että hän saa katsoa ihan tilaneetn mukaan kummalta ottaa. En ole halunnut lähetä siinä ohjailmaan. Välillä olosuhteet pakottaa, toisella ei ole tilaa tai just sopivaa jotain. Mut puhun mä nyt sit itsestäni tai Sttkstä niin 1-3 vuodessa. Kai se on siellä se oikea totuus.

I: Ja tämän on jommallakummalla yrityksellä sitten?

EL: Jo. ja jommaltakummalta aina sitten sisältyy kokouspalvelu. Eli jos sulla ei ole sen enempää tohon ykköseen niin voidaan varmaan mennä eteenpäin.

I: Ei, se on ihan hyvä kyllä

EL: sitten mitkä tekijät otetaan huomioon niin me ollaan yleensä tai ainakin minä oon huomannu että, ja aika moni muukin tässä että ei välttämättä haeta ”jee nyt mä otan ehdottomasti Viikkarilta tai Tallinkilta” vaan lähetään nöyrästi kysyy et onko tilaa. Ennenkun me mietitäänkään liikaa tai pidemälle. On se sitten kolmen kuukauden päästä tai puolen vuoden päästä oleva reissu tai sitten vaikka jotkut tulee aika nopeellakin varotusajalla niin kyllä siinä yleensä lähetään on se sit minä varaajana jolloin minä lähestyn Teissalan Marjoa suoraan tietenkin sähköpostilla. Sehän katsoo heti et onko tilaa ja mitä halutaan. Pannaanko meidät sinne autokannelle meteliin vai halutaanko A:sta vielä parempaan vai A:ta. Niin kyllä se on melkein niin että mä kartotan sen ensin ja olen huomannu että se on sama on se sitten se meidän opiskelija porukka vai alueporukka niin kyllä hekin katsoo ensin että onko tilaa. Toki sitten tulee seuraavaksi ei vielä hinta mutta nämä tilat, elikkä jos mulla nyt on se 20 henkeä tai 50 tai mitä hyvänsä niin lähden sitä katsomaan että onko se kokoustila sitten sellanen että mä saan sen jaettuna kokoustilana vai just sellane ideaallinen kokoustila. Eli nämä on tekijät jotka me otetaan siinä kun me lähetään miettimään/varaamaan. Toki me tiedetään aika hyvin nämä laivat ”aah siellä on se kiva 20 hengen tila ja tuolla tuota”.

Jäiks mulla nyt oleellista sanomatta? mutta nämä on siis ne mitä me ensisijaisesti mietitään. Mutta toki kyllä sittenhän tulee kyllä se hintakin. Enhän mä paina YES nappulaa ennen kun mä oon hyväksyny kaiken.

I: Onko tullut sitten joskus sellasta tilannetta missä se hinta on sit ollu sellane vaikuttava tekijä?

EL: Ei, en usko et koskaan.

EL: En tiedä mitä muuta oikein sanoa tuohon kakkoseen..

I: Se on juuri sitä mitä haluan tietää. Siis se et mitkä on ne asiat mitä te mietitte kun te suunnittelette tai halutte lähteä kokousmatkalle.

EL: Eli sitten me lähetään siitä että onko tilaa, mutta sitten jos molemmilla on tilaa niin silloin katsotaan niitä kokoustiloja itsessään että kuinka nämä just tähän tilaisuuteen sopisi. Eli meillä ei ole mitään ennakkoluuloa että pitää olla tuo Serenade tyyppinen, siis että on tämä ostoskatu tyyppinen. Nämä tekijät ei merkkä meille sinänsä mitään. Toki sit katsotaan että mikä ruoka mutta kun me ei nähdä niissä kauheasti eroa. Me koetaan

että me saadaan tilattua niin samanlaista. Se että siellä on jollain Symphonylla ja Serenadella on jotain sushibaareja niin se ei ole kuitenkaan sen meidän juttu siihen kokoukseen. Tavallaan me ollaan kummiski sitten tilaamassa sitä massatuotetta, liittyy se sitten ruokailuun tai muuhun.

I: Mutta voisko se sushi baari silti olla sellane vaikuttava tekijä jos sanotaan että teidän tilanne on se että molemmat yhtiöt tarjoo teille samaa? siis että on tilaa, ja on samantyyppinen kokoustila tarjolla ja sanotaan vielä että hinta on suht koht sama.

EL: No voi olla, mä en osaa sanoa. Se on sen verran uus vielä tää sushi juttu että vaikka me ei oltas se maksajakaan niin tokihan me mietitään käyttäjän näkökulmasta. Jos olis esimerkiksi Grace Helsingissä niin eihä tässä olisi kahta sanaa et me lähettäs Tallinkilta es kysymään, koska siinä on sitä uutuutta ja siellä on iha vastaavanlaista kaikennäköstä extraa. Ei silloin mut tietenkin nyt tää tilanne mikä on nyt nii voi olla toki et siinä vaikutais se että Tallinkilla on tämmönen ja tämmönen uus juttu. Niin kylhä se voi sitten olla jos lähet arvuuttaa tai antamassa pisteitä mutta ei me koskaan olla niin pitkälle menty. Jos mennään nyt sitten Tallinan puolen reitille niin Tallinkillahan on sitten nähä VIP loungit. Et sä ostat niitä sillä 50€ vai mitä mahto ollakkaan, niin tähän on tuotteena sinänsä aika helppo. Näissä tuotteissa voi toki olla eroja mutta jos me puhutaan tällasesta perus 30 hengen kokousmatkasta niin se on sitten taas ehkä liian iso ryhmä ajatellakseen että tilaat sellasen vip loungen. Mutta mehän voidaan tähän vielä palata jos keksitään siihen jotain.

EL: Sitten sinulla oli tämä kolmonen, tämä prosessi. Sanotaanko kummankin osalta niin ei ole koskaan ilmaantunut mitään ongelmia. Ehkä mä oon huono haastateltava siinä mielessä koska mä lähestyn sähköpostitse jonka jälkeen mahdollisesti käydään vielä puhelinkeskustelu. Viikkareista niin otan yhteyden suoraan Marjo Teissalaan ja Tallinkilta toiseen henkilöön. Eli sitten kun puhutaan että minä olen siinä niin kyllä se menee näin ja sujuvasti. Sitten kun täällä on näitä meidän muita henkilöitä ketkä varaa niin he eivät vältämättä ole suoraan Teissalaan yhteydessä vaan ne menee sit tän ehkä normaalin prosessin kautta, niin siihen oikein osaa sanoa mutta en ole koskaan kuullut että olisi ollut mitään ongelmia. Kaikki vaan niku pelaa hyvin. Eli ei ole edes mitään tällasta että joudut odottaa puhelimessa kauan tai jotain sellaista. Ja sitten kun sanotaan että meillä on tämä Sttk sopimus niin oli se nytten Viikkari tai Tallinki niin on se homma pelannu.

I: Niin tässä on varmaan helppoa tai tässä on varmasti jotain mitä te haette, tietyn tyyppistä niin otatte vaan suoraan yhteyden molempiin yrityksiin, että te ette esimerkiksi katso nettisivuja ollenkaan ensiksi että mitä olisi tarjolla.

EL: Ei ei..ei ikinä. En usko että tässä menee mun lisäksi, otetaan nyt vaikka tämä nuori-  
sovastaava meiltä tai järjestöyksikön sihteeri, he eivät edes mene nettiin.He menevät  
kyllä suoraan puhelinmyyntiin tai sitten Teissalaan. Ollan jotenki kasvettu siihen kun  
meillä on tämä sopimusasiakkuus. Se voi olla että sellasissa tapauksissa mennään nettiin  
kun mietitään että minkälaiset oli nytten ne tilat mitkä oli tarjolla. Molemilla laivayhtiöillä  
on aika hyvät ne sellaset esitteet missä näkee että mitä laivalla on plus että nämä  
niin sanotut tuotteet.

I: ja ihan fyysinen esite?

EL: Jo

I: Saatteko molemmilta yhtiöiltä nämä esitteet?

EL: Jo

EL: Jos ajatellaan tätä prosessia niin en pysty sanomaan mitään eroa tai että toisella olisi  
jotenkin parempi.

I: Mites sitten lähtöselvitys? ja itse laivaan meno?

EL: ne on ollu ihan. Isomissa ryhmissähän meillä on oma vastaanotto ja on opastettu  
että täällä on Sttk. Se menee aika samalla formaatilla molemilla yrityksillä ja hirveen  
sujuvasti. Tähän prosessiin vielä sen verran että kun kaikki nykyään menee netin tai  
mobiilin kautta, niin tota olenko mä sitten vanhanaikainen tai ei mutta mä nään vaaroja  
siinä että jos aletaan asiakasta liikaa ohjaamaan tai pakottamaan että kaikkien pitäis käy-  
dä jonkun formaatin kautta. Jos otetaan Kaleva Travel esimerkiksi kenen kautta vara-  
taan usein niin he ovat menny hyvin mobiiliksi mutta he ovat tullu vähän takas sitten  
että sä voit varata edelleenkin meidän ryhmältä, siis kun heillä on omat ryhmänsä, ol-  
tiinkohan me ryhmä kahdeksan. Jossa he sitten tietävät nämä meidän asiat, sopparit  
yms. Kovasti heillä on kyllä yritystä sinne mobiiliin ja että heitä ei missään enään häirit-  
tä. Niin onneksi ei ole näin väkisin ohjattua kummallakaan laivayhtiöillä, tässä on  
kaikki mahdollista edelleen eikä koe sellasta omantunnontuskaa että tekisi väärin.



EL: onko sulla vielä jotain tähdentävää tähän kolmoskysymykseen?

I: Entäs sitten kun olette päässyt tähän sinne itse laivalle, lähtöselvityksen jälkeen, molemmat laivayhtiöthän on tuttuja teille mutta sitten kun olette itse kokoustamassa ja näin niin onko aikataulu selkee?

EL: joo on. mutta siinä kohtaa en osottas mitenkään laivayhtiöitä vaan se on meidän oma asia tehdä tälle meidän kokousväelle, että heillä on stkn itse tekemä proggis. Me ei nähdä sitä niinku et se laivayhtiö joutus kantaa siitä huolta. Se on hienoa että hytistä löytyy laivayhtiön oma risteilyohjelma että millon pääsee pallomereen ja millo mihinki mutta meillä on se oma ohjelma.

I: Onko nämä laivayhtiöt silti ollu, sanotaan että teidän oma aikataulu muuttuis, niin onko he ollu joustavia siinä?

EL: Mä aloin miettiä et onko meillä koskaan muuttunu...

I: tai että, sanotaan että kaksi henkilöä on unohtanu ilmoittaa että ne on allergisia jollekin tuotteelle esimerkiksi sämpylälle mitä olette tilannu sinne kokoustilaan, niin miten siinä tapauksessa?

EL: Siinä tapauksessa voin kyllä ehkä sanoa että Viikkari toimii paremmin. Kyllä tällamösiä on ollut ja jotenkin se on ollu, en tiedä voiks tätä nyt näin sanoa mutta jotenkin se palvelukulttuuri vielä se virolainen joka oli aluks oikeasti aika selkeä miinus heille. Ihan hurja. Se on tasottunu iha älyttömästi mutta se on jotenkin viel kuitenkin mä koen että se Viikkarilla tällane toimii paremmin. Mutta en muista kyllä mitään selvää esimerkkiä mutta tällane tilanneherkkyys nin kyllä Viikkarilla on paremmin. Et siellä menee Tallinkilla vielä jotenkin sormi suuhun.

I: Niin.. että sitten jos ei mennä sen kaavan mukaan niin, joku menee vähä eri tavalla niin he eivät tiedä miten toimia.

EL: aivan joo..Eli jotenkin se asiakkaan käsitley tapahtuu ehkä luonetvammin Viikkarilla. Tällane mielikuva mulla on.

EL: Sit jos kattoo tota nelosta.. Kuinka koet Viikkarin/Tallink Siljan palveluja. Ruoka, kokoustilat, hytit, oheisohjelma niin nämä on aika samanlaisia. Mulla on toki sellane mielikuva että Tallinkilla alotti enemmän kytkemään näihin näitä maissa olevia juttuja.

Ne on niissä oll aika vahvojakin että siellä on näitä kytetty otetaan esimerkiksi Tukholma niin siellä on kytetty näitä museokäyntejä, tai jonnekki seikkailumaailmaan. Mutta ne on sanotaanko tuotteistettu paremmin. Eihän ne ota kantaa sitten siihen kuinka siellä sitten palvellaan mutta he tekee tämmöstä yhteismarkkinointia. Toki onhan näitä Viikkarillakin mutta tässä mun mielestä Tallink oli nopeampi ja teki niitä ehkä enemmän ja paremmin. Siitä mä ehkä antasin heille enemmän pisteitä. Ruuasta, Mä oon kyllä niin, vaikka olen hirveä kulinaristi niin tota tää on niin vaikee ala verrata. Kummassakin yhtiössä toki voi olla joskus että ei ollu ihan hyvä. Mut ei tällasta ikinä pysty tekee, niin plajon mäki oon reissannu näillä että mä voisin tästä jälkeenpäin arvioida että jommallakummalla olisi parempi. Ei missään nimessä. Toki siellä on näitä teemoja molemmilla yhtiöillä, Italia viikkoo, Ranksa viikkoo ja whatever viikkoo..joka on tietysti ihan hyvä asia että on nämä perusjutut mutta sitten voit myös hakea jotain muuta. Tänään mä muuten syön siellä sen Signature menun joka maksaa 120€, kahdeksan ruokalajin menuun johon kuuluu jokaselle omat viinit.

I: Joo itse asiassa mä näin sen kanssa netissä sen menun.

EL: otetaan vähän alkuskumppaa ensin ja sitten kun tullaan siihen nii oot kyllä sitten aika tillintallin ku kolme tuntia siellä syöt pieniä juttuja ja otat joka paikaan viiniä ja sit sen jälkeen vielä nämä konjakit. Tuli tästä ruuasta vaan mieleen mikä tänään odottaa..

I: niin niin..aivan..

EL: Nämä kokoustilat sitten. Tässä tule nyt osaks se Tukholman laivojen puolesta että ne on ehkä vähän uudemman oloiset tolla Tallinkilla mutta nämä, en menisi niinku niitä sillai merkittävästi ”rankaamaan” että toisella on parempi ja niin pois päin. Ja hytit ne on aika samanlaiset. Sit siinä on vähänkin sellane ongelma kun en ole pitkään aikaan matkustanut normaalisti niin en osaa oikein enään verrata että miten ne A:t ja B:t nyt sit sillai lailla eroaisi toisitansa. Ainakin XPRS:llä olin silloin kastajaisissakin mukana nin onhan siellä sitä tyyliä että Graceia en ole edes ehtinyt käydä katsomassa, kaksi kertaa kun on ollut se kutsu niin mulla on aina ollu jotin työesteitä mutta olen kuullut että on todella hieno mutta en osaa sanoa muuta sitten. Ja ihan yhtä lailla niin alkaahan nää Siljan ostoskadu laivat vai miksikä nämä nyt sitten sanoisi nekin alkaa olemaan jo niin tuttuja ja käytettyjä..

Pling pling..hitto nyt on jäänyt puhelin päälle..

I: ei se mitään..

EL: mä katson että se ei ole kuitenkaan pomo joka lähettää mulle..haluutsä panna välillän ton pois vai..mulle on ihan sama..

I: Jo.

PAUS

EL: Nelonen

I: puhuit tota niistä hyteistä ja kävelykadusta että se on niin tuttua..

EL: Jo, ei niinkun enään siis. Kun puhun henkilökohtasesti niin mä melkein enemmän tykkään lainausmerkeissä ”vanhasta” mallista elikka siis viikkarin tyylistä että on kerrokset. Mun mielestä se on sit kodikkaampaa kuitenkin. Se oli ihan uutuus viehätys silloin aikanaan se ostoskatu mut jotenkin kun on se ostoskatu niin tulee sellane et ”tässä tää nyt kaikki on” . Viikkarin laivoilla on kummiski kiva se että voi mennä erikseen ”trubis” kerrokseen ja siellä on niiku ne omat lohkonsa. Mä tykkään henkilökohtasesti enemmän tästä. Sit tää oheisohjelma niin en mä osaa sanoa vertausta. Et jos mä nyt hypään tänään..en muitsa kummalla mut meen Serenadella vai Symphonyllä niin siellä on taas joku tervetulias akrobaatti heluu siellä käytävillä tai muuta mut se on jotenkin niiku nähty et tota.. Nämä oheisohjelmatkin on aika samanlaisia ja mä ymmärrän sen että siellä ei voi olla, se olisi kustannus kysymys jos siellä olisi joku Rolling Stones. Kiva oheisohjelma varmasti. Että se niinkun mahdollisuuden rajoissa nämä ei voi olla muuta kun näitä tietyn tyyppisiä. Viikkarilla on aina ylensä ollu paljon paremmat tubaduurit, minä tykkään niistä. En mä pysty erottaa tota palvelua, että jos sä meet nyten vaikka pyytämään pahoinvointi pilleriä tai vaikka mitä niin kyllä nämä niinkun, kaikki tällainen toimii.Ennen oli kun yö ja päivä tämä, minä nyt sanon sen näin Eestiläinen tai Virolainen palvelukulttuuri. Mulla on käyny Tallinkin laivalla aikanaan kun kävin Tax free myymälässä ja tulin siihen hihnalle niin siellä oli nuori nainen, se jauho purkkaa siinä. Mä olin siinä seuraavaksi vuorossa niin se edelleenkin vain jauho sitä ja hyvin tämmöinen ”ärsyttävää olla töissä”, ei mitään katsetta. Mä jätin ne kamat siihen, kävelin kassasta ohi. Mä jätin ne siihen. En viitsinyt edes katsoa taaksepäin että mitä se jäi ih-

mettelemään mutta kun ei ollut mitään. Hän ehti jo syöttää pari tuotetta siihen ja edelleenkin ei mitään, olin kuin ilmaa joten kävelin pois siitä. Mua otti niin päähän.

I: Kun ei voi sanoa edes Hei...

EL: No olisi edes katsonut...

I: Niin katsonut..Aivan..aivan...

EL: Kun siis tämä kulttuuri. Nyt tämä vähän rönsyilee mutta...

I: Ei se mitään..

EL: Kun tämä kulttuuri Eestissä on ollut vähän tämmöstä että ovat olleet alistetussa asemassa ja ei saa katsoa sillai silmiin. Tämä oli Silloin Tallinkilla ihan hirveä puute ja silloinhan me ihan boikotoitiin. Tää oli nyt sitä alkuvaihetta, 10-7 vuotta sitten. Silloin Marjo oli ainut kenen kanssa me asioitiin. On tämä kyllä nytten tasoittunut ihan selkeästi että enään ei voi sanoa niin. Sen huomaa Tallinki itsekin ja sit joutu vähän enemmän rekryyt sitä Suomalaista porukkaa ja tota onhan se edelleenkin niin että heillä on Tukholman reitillä ”scandi” miehitys jos nyt näin voi sanoa ja Tallinkin reitti on enemmänkin sitten missä on virolaisia. Mutta vähän sama piirrehän on teilläkin, tai siis Viikkarilla. Tallinkhan satsas siihen koulutukseen sitten. Mutta tänä päivänä niin en enään voi sanoa että Viikkarilla olisi kilpailuetu tässä asiassa. Ja tokihan me katsotaan tätä lippuasiaa. Edelleen me arvostetaan yhtiönä enemmän Viikkareita, suomalainen, ahvenanmaalainen perheyritys. Se on niin hieno arvo että ei ole tosikaan. No liput tuntuu menevän vähän yhtä lailla että ne ei välttämättä enään ole, tai niissä ei ole enään suurta eroa. Mutta näitä katsotaan hyvin tarkaan. Molemmilla yrityksillä. Ja miten henkilökuntaa kohdellaan, näissä on nytten molemmat saanut tahransa kiinni. Eli Tallink Siljallahan oli suhtkoht raskaat YT:t mutta ne hoiti sen sitten loppujenlopuks ihan hyvin. Niin kun se teilläkin. Ainahan nämä on kurjia juttuja mutta mistä me ollaan erityisen tarkkoja on sitten työehtosopimukset ja kenen työehtosopimusta noudatetaan. Et jos me nähtäs että tässä olisi jotain työehtosopimus soppaa jota tässä oli vaarana olla niin silloin me pannaan ne heti boikottiin. Eli se tarkoittaa sitä että mä laittasin liitoille tosta sähköpostia että, jokuhan liitohan tekee itse omat päätöksensä mutta mä laittaisin silti että me emme työehtosopimus soppailu hyväksytä. Tällasesta ollaan tarkkoja. Tämä nyt vähän rönsyili tästä nelosesta mutta oheisohjelma on aika samanlaista että jos iinä pystyisikin

keksiä jotain todella erillaista niin toki mitä ettei. Mutta tuoko se silti juts tämä lisäasia jotain. Tämän uuden oheisohjelman keksiminen sitten kummiski maksaisi. Ja ratkaiseeko tämä kotisohvalla olevaa perhettä että nytten lähdetään matkalle ja kumpi yhtiö valitaan. Tai että me täällä valittais sen perusteella, kun me kummiski olemme menossa sinne kokousmatkalle. Mutta niin kun sanottu että jos yökerhossa on Rolling Stones niin ei epäilystäkään. Tämä ehkä oli vähän huono esimerkki mutta oli se nyt mikä hyvä tahansa niin mielummin Pink Floyd vaikka. Ei olisi epäilystäkään kummalle laivalle me haluttais lähteä. Me ei olla koskaan katottu näitä ohjelmia kun lähdetään tekemään reissua, tämä ei ole vaikuttanut meihin ollenkaan siihen. Toki jos mennään ihan siihen että on pakko vertailla, tai haluttais vertailla niin mikä ettei. Onko siellä Frederik vai ”Mr nobody”. Onko siinä eroa?

I: Kun mainitsit tuosta että Viking Line on ahvenanmaalainen tai suomalainen niin, voisko se olla yksi tekijä että valitsisitte Viking Linen?

EL: Tota..

I: Sanotaan että molemmissa laivayhtiöissä on tilaa..

EL: Se on ollut tähän menessä ja tulee aina olemaan sellainen asia joka painaa. Siinä mielessä Viikkareiden pitäisi aina tämä kilpailu kyllä voittaa. Tullaan myöhemmin siihen että ei ole ihan aina näin käynyt mutta..Tuolta vaihtu joku kuusi vuotta sitten yhteyshenkilö TallinkSiljalta. Siellä oli semmoinen pystyynnukahtanut minuuttia vaille eläkkeelle siirtyvä kaveri joka, plus tämä tuote oli epäkunnossa ja palvelu formaatti niin kun minä kerroin niin tämä oli Viikkareiden juhlaaika. Minä olen joskus sähköpostillakin laittanut, kun olen levittänyt tämän meidän sopimusken, niin olen kirjottanut että tässä tämä meidän pitkäaikainen, suomalainen yhteistyökumppani ja niin teen sen nyttenkin ku minä sen levitän liitoihin. Eli kyllä se on meille iso arvo.Tietenkin pitää aina miettiä se suomalaisuus sillä lailla että yhtä tärkeä siinä on se työllistävyys, että minkälainen henkilöstöpolitiikka ja kuinka se työllistää, se että se työllistäisi nimenomaan suomalaisia. Siinä tämä Tallinkki on kumminkin parantanut. Tällastahan me ei aina saada tietämään, tämä on vaan sormituntuma. Tallinan laivoillahan on sellainen tunne että ei siellä kauheasti suomalaisia ole. Mutta tällä on suuri arvo edelleenkin.

I: Jos mä palaan noihin hytteihin niin, Kokoustiloista mainitsit sen verran että non suht-koht samanlaiset. Mutta jos mietit nytten Serenade ja Symphonya ja Mariella sekä Gabriellaa.

EL: En ole pitkään aikaan käynyt näissä tavallisissa hyteissä mutta tota.

I:Oletko käynyt Mariellan tai Gabriellan luksushyteissä vähän aikaan?

EL: En ole vähän aikaan. Se on sitten yksi asia minkä Tallink hoitaa huomattavasti paremmin. Se menee kymmene/nolla Tallinkille. Saan vähintään kolme vuodessa lux-hytti vapaa lippua. Tämä tulee vain siitä että hoidan tämän asiakassuhteen johdosta. Ja nytten tämä oli jopa tämä seniori sviitti. Viikkarilta ei tule ollenkaan. Aikaisemmin oli. Minun mielestä tämä on huolestuttava piirre. Kun huomaan että täällä meillä on näitä aktiivisia liittovaraajia jotka reissaa paljon. Jyty oli Tallinnassa, niin tämä henkilö joka siellä hoitaa ja moni muukin siellä, niin he saavat ei vaan mitään joulumuistamista vaan se huomioidaan kunnolla. Minä mainitsin tässä että lähdän pitämään tämmöistä viidentoista hengen kokousta ensi viikon torstaina. Niin tämä on meille kaikki ilmaista. Matkat ei maksa mitään, ruuat ei maksa mitään, meillä on täysi ylläpito. Ei makseta senttiäkään. Tämä on nyt sitten varmaan se mikä tässä loppuarvostelussa painaa että tuota se henkilökohtainen asiakashuolto. Marjohan on ihan kymmenen pluss, maailman ihanin ihminen. Mutta tämä Tallink on ollut niin agressiivinen tuossa. että he hoitavat tuon ihan käsittelemättömästi, sanotaanko että yli. Tuleehan sieltä Viikkarilta lahjakortti mutta siinä on hyvin rajallinen voimassaoloaika ja nekin taitaa olla A-hyttiin. Mutta aikasemmin nämä oli LUX-hyttiin. Jos mä esimerkiksi näitä kans vertaan. Olen ollut Viikkarin lux hytissä missä on se parveke, ne on todella kivoja. En muista meneeko ne nimellä luxit, nimet menee sekaisin, kun Tallinkilla on taas Comondoret. Kun puhun näistä niin puhun yleisesti, kansankielellä näissä paremmista hyteistä. Mutta tämä LUX-hytti oli tosi kiva silloin Viikkailla. Sellainen kaksiotyyppinen, parveke, kyllä oli tosi kiva. Näitä hyttejä en osaa arvuuttaa tai verrata.

I: Vielä tuohon palaan kun sanoit että TallinkSilja todella agressiivisesti painaa päälle niin vaikuttaako se silti siihen valintaan?

EL: Olen alkanut huomaamaan että vaikuttaa ainakin meidän liitoille. Kerron vielä tästä agressiivisuudesta sen verran että ne kutsu tuossa kesän jälkeen, olikohan meitä noin

kolmesataa, ei pelkästään ammattiliitoja vaan siellä oli kauppakamareja ja firmoja. Heidän tämmöisiä hyviä asiakkaita. Lähdettiin Tukholman reisulle jossa oli sitten taas kaikki ylläpito taas hoidettu ja siellä oli järjestetty eri ohjelmia. Juuri näitä seikkailuratoja ja oli museoita yms. Tässä oli johto myös mukana. Viikkarilla johto on äärettömän etäinen. Se tekee sillä lailla pahaa että johto ei tule ollenkaan asiakkaitten luokse. Tallink taas antaa kasvonsa ja tulee näille reisuille mukaan. Ei tällaisia ole ollut Viikkarilla. Grace on ollut mutta en päässyt. Ei Viikkarilla ole ollut herran aikoihin. Viikkarilla on sitten tämä pikkujoululaiva joka on todella lämminhenkinen. Tallink teki nytten ensimmäistä kertaa sellaisen. Mutta siis.. tämä on selkeä puute ja tämä alkaa ohjaamaan ehkä käytöstä. Se on totta. Mennäänkö eteenpäin. Vitonen. Itseasiassa vastasin tähän jo aika paljon mutta jos puhutaan normaali olotiloissa niin molemmista yhtiöistä tulee aina joku ellaine asia mistä asiakkaalle tehdän hyvä maku. Elikkä siis sulla on joku tietty meidän hinnoittelun mukainen juttu ja sitten siihen annetaan drinkki tai jotainjoka tulee on the house. Tämä on minun mielestä hirveän tärkeää. En osaa sanoa mikä se tuote on, onko se sitten extra videotykki mutta molemmat yhtiöt hoitaa tuon hyvin että tehdään asiakkaalle hyvä maku.

I: Lähinnä tarkoitan, jos mietitään tätä Helsinki-Tukholma reittiä niin siellähän on aika paljon aikaa, niin oletteko kokeilleet esimerkiksi viininmaistajaisia tai jotain muuta hauskanpitoa kun privaatti karaokea tai muuta? Onko näisät palveluista tietoa?

EL: Jo itse asiassa aika vähän loppujen lopuksi kuitenkin. Ja jos tämä kysymys on vielä että onko tarjottu niin ehkä siellä olisi skarppaamisen varaa. Muutenkin suomalaisina ollaan ehkä vähän huonoja myymään. Kyllä näitä voisi paremmin mainostaa. Minun mielestä oli itse asiassa siinä Viikkarin painetussa mainoksessa taidettiin ottaa se paremmin esiin. En ala kaivaa sitä nytten mutta just vähän aikaa sitten tul nämä tuoteselosteet, jos näin nyt voi sanoa niin minun mielestä siellä tuli esille nämä tuotteet. Ainakin minulle jäi mieleen se että nyt se on kerrankin tuotu esille. Mutta kyllä minä sanoisin että molemmat yritykset niin ei ole ollut kauhean aktiivisia tässä.

I: Henkilökohtainen kokemus taas sano sen minulle että moni ei varmaan tiedä kuinka paljon erillaisia palveluja on tarjottavana ryhmille ja kokousasiakkaille.

EL: Niin aivan, hyvä extra palvelu olisi myös se jos siihen kytkettäisi esimerkiksi, vaikka se ei olisi teidän business niin te vaan hoidatte sen asiakaspalvelun hiton hyvin että

kerrotte että Tallinassa olisi joku juttu. Sanotaan nyt vaikka lauluviikot tai jotain, tai sitten Tukholmassa olisi jotain. Mutta se että toisitte ne esiin. Minun mielestä se kuuluu kyllä teidän tuotteeseen myös myydä sitä. Ymmärrätkö mitä tarkoitan?

I: Ymmärrän tosi hyvin kyllä.

EL: No niin arvosana kokonaisuudesta.

I: Eli nyt pitäis just kokonaisuudesta, siitä että suunnitellu vaiheesta, otat yhteyttä, itse matka ja palaute.

EL: Minun on kyllä pakko sitten sanoa että haluan antaa äärettömän korkeat pisteet molemmille mutta kun tässä pitää kummiski hakea sitä vertailtavuutta niin sen takia en anna samoja pisteitä vaikka suuri kiusaus olisikin. Mulla on viime aikoina painanut niin paljon ja jotenkin se vaikuttaa tähän arvosteluun mutta se vaikuttaa myös siihen kokouskohteluunkin. Tallink panee niin paljon sitä extraa oikeasti niin se vie sen sittenniin että annan Tallinkille kympin ja Viikkarille ysin. Viikkari on ihan kympin yhtiö mutta mun piti se ero laittaa ja se ero tulee siitä että ne osaa tän niin sanotun kiitoksen hoitaa. Tämähän on ollut aika yletöntä niin saan nähdä kuinka kauan se kestää mutta näin se nytten on ollut. Sympatiat minulla on ollut huomattavasti enemmän Viikarilla jo pelkästään Marjo Teissala vaikuttaa siihen niin paljon. Plus sitten tämä kuinka pitkällä ajalla ollaan hoidettu näitä asioita. Sitten myös tämä suomalaisuus. Jos ei tätä olisi, tätä Tallinkin höösäämistä tässä vaiheessa niin melkein heittäisin päinvastoin nämä arvosanat, heittäisinki. Sitten tämä seiska kysymys on tavallaan, missä voisi parantaa niin, minun mielestäni kaikissa näisää minun vastauksissa on ollut jotain esimerkkejä siitä. Sitten tämä kun raha aina tulee vastaan, Pink Floyd soittaa ensi viikolla. Nämähän on ihan mahdottomia. Järjen rajoissa pitää miettiä, niin ne on vaikeita ne innovaatiot siihen. Sitten on huolestuttavaa se että miten Pietarin matkailu yleistyy. En puhu pelkästään Allegrosta joka on aika ”kova” juttu mutta sitten jos ne jossain vaiheessa osaa sanotaanko aika venäläisestä tuotteesta vielä tehdä tällaisen laivareissun sinne Pietariin. Ne voi jossain vaiheessa vaihtua tämmöseks Päivä Pietarissa matkaksi.

I: Ei ole siis mitään sellaista isoa puutetta mitä sinä olisit huomannut että on molemmissa yrityksissä?



EL: Ei, Ei ole. Nämä on jo aikanaan korjaantunut nämä että ei olisi näitä teinejä kannissa joka olisi vallanut koko laivan. Nämä on niinkun siistitty molemmilla yrityksillä. Jos tätä oltaisi kysytty joskus silloin kymmenen vuotta sitten niin asia olisi toisin. Minä en tiedä sitten järjen rajoissa onko sellanen asiakkaalle aina jonkunlainen ”ylläri”. Se voi olla ihan pienikin. Tämä on ihan keskenkasvuista ajattelua mutta se että kun hytissä löytyy marianne karkki tai mikä hyvänsä, niin se on aina kiva juttu että sua aina jollain tapaa huomioidaan. Jos pystyy keksiä tällaisia jolla sinä yllätät asiakkaan, on se sitten joku pieni asia palvelussa tai sitten joku pieni kiinalainen lelu hytissä. Mutta että olisi joku jolla sinä aina yllätät asiakkaan. Tällaisia pitäisi keksiä, ja erillaisia asioita jolla huomioidaan asiakasta. Toki tätä mobiilia ajattelen myös. Että jonkinlainen jälkihoito vielä tapahtuisi, ei vaan vastaa meidän kyselyyn että kuinka sinulla meni vaan, nyt menen aika kauas mutta jos mietin nykypäivän innovaatioita. Kaikki tehdään pelillisyyden kautta eli hirveästi ihmiset pelaa kaiken näköisiä pelejä. Okei, tämä ehkä menee siihen max 40 v. Mutta kuitenkin he pelaa kaikennäköisiä mobiilipelejä. Tämähän ulottuu jo myös rekrytointimaailmaan että tehdään pelillistymisen kautta kaikennäköistä. Jos Viking line kehittäisi jotain, myisivät tuotteitansa pelillistymisen kautta. Jos olisi netissa ja mobiilissa joku sellainen portaali jossa pääset pelaa risteilyä. Joku sellainen hauska, tosi ”makee” juttu. Toki voisit kytkeä siihen jonkun sellaisen asian että kun olet päässyt jollekin tietylle tasolle niin saat ehkä jonkun voucherin kenties tai 20% alennusta jostain matkasta. Mutta tällä pelillisyydellä kytkettäisiin se että saataisiin ne tuotteet esille, oli ne sitten viini maistajaiset tai tapahtumat Tukholmassa. En tiedä kuinka pitkälle sillä uskalletaan mennä että siitä tulisi hauska tuote ja hittituote. Tipuinko kannelta ja hukuinko? eli tiedätkö mitä tarkoitan. Eli kuinka ääripäähän sen uskalletaan viedä. Alussa voisi arvioida sitä pelinappulaa, eli oletko hauskanpitäjä, oletko herkuttelija vai tykkäätkö käydä altaalla uimassa etc. Ensiksi pitäisi jotenkin profiloida ja sitten se pelillinen risteily matka lähtisi menemään. Eli tällaisella pelillisyydellä ja hirveän kokouuttavalla tavalla jota nuorisokäyttää tänä päivänä. Eli tällaisella voisi varmaan lähestyä niitä max 40v ihmisiä. Sittenhän on nämä lastenvaunu työntäjät erikseen. Voihan sitäkin profiloida, kahden lapsen perhe lähtee pallomeri risteilylle. Kun kysymys on miten voisi parantaa niin pelillisyydellä Viking Line voisi kehittää brändiä ja tuotetta ja saate siitä kenties myös ilmaista feedbackia. Jos minä olisin teidän markkinoinnissa niin lähtisin miettimään tällaisia todella vakavasti. Tämähän koskee siis molempia yhtiöitä, mutta kuka keksii tä-

män ensin. Kahden vuoden päästä jommalla kummalla on joku tällainen pelillistämisen brändi tuotteena.

Sitten tuo minkälainen brändi. Niin Viikkarillahan on, vaikka kymppin annoin Tallinkille tietyistä syistä mutta brändi on minun mielestä jotenkin läheisempi ja suomalaisempi. Tallinkilla on edellen se sellainen muinainen Siljan vähän finimpi. Sinne ei mennyt niinkun normaali keskiverto suomalainen työntekijä perhe. Se oli sellainen missä piti mennä kravatti kaulassa. Mutta minä olen sen verran iäkäs että minulla on jäänyt tällaiset brändit päähän. Jos menet kysymään kolmekymppiseltä niin eihän se ikinä vastaa näin. Eihän hän tiedä tällasta. Eihän tämä nyt tietysti enään ole. Punainen väri on kyllä sellainen jonka Viikkari on hyvin brändannu. Minun mielestä brändinä Viikkarin on vetävämpi. Hyljehan on ihan hieno juttu kanssa, se on kanssa aina ajassa mutta se on jotenkin niin kuin Tallinkin brändi jäänyt vähän kuivemmaksi. Vikingistä tulee heti semmoinen lämpö, kaikille kansalle. Koen sen näin että jos haluan mennä pitämään vähän hauskaa niin otan ehdottomasti mielummin Viikarilla.

I: Onko sinulla vielä semmoista näkemystä että Tallinki olisi se ”finimpi”?

EL: Ei ole ei. Kun käyn kummallakin yrityksellä niin ihan yhtä lailla näet kravattia kaulassa tai kokoustajaa tai ihan mitä vaan. Ihan yhtä lailla on ”mixed and mingle” molemmissa. Minulla aikaa loppumaan aika..

I: Jo, mutta onneksi saatiin kaikki käyty läpi.

EL: Kun lähet tätä kirjoittamaan puhtaaksi, mikä on ihan hirveä ”duuni” niin silloinhan sinulla saattaa tulla vielä lisäkysymyksiä. Jos haluat vielä kysyä jotain jälkeenpäin niin ota ihmeessä sitten yhteyttä.

I: Ihanaa. Kiitos paljon.

EL: Ja jos sinulla oikeasti tulee ongelma että et saa haastateltavaa niin ota sitten yhteyttä minuun. Voin sitten lainausmerkeissä ”pakottaa” porukkaa vastamaan.

I: Ihanaa kiitos paljon.

EL: Toivottavasti sait tästä nytten jotain...

I: Ehdottomasti, sain erittäin paljon. Kiitos!

### **Bilaga 3: Intervju, Respondent Taina Nylund, MTK**

I: Aloitetaanko sillä että kerrot itsestäsi vähäsen, mitä teet täällä MTK:lla?

TN: Jo, minä siis olen Taina Nylund ja olen ollut tässä talossa vuodesta 1987, eli pitkä tämä ura takana. Kivaa on olla tässä talossa kun olen saanut olla kolmessa eri paikassa. Silloin kun tulin tänne niin olen tullut assistentiksi, tai silloin ei puhuttu assistenteista vielä, siis sihteeri. Tulin tuonne metsäryhmään ja näin sitä metsä puolta sieltä. Sitten olin yhdeksänkummentäluvun alusta meidän koulutus paikassa koulutussihteerinä siellä yhdeksän vuotta ja tähän nykyiseen paikkaan tulin vuonna 2000. Eli olen ollut järjestöassistenttina siitä lähtien. Tämä järjestöryhmä missä minä olen vakituisesti niin se on semmoinen joka työllistää mua kaikkein eniten mutta sitten on ollut erillaisia ryhmiä ja tässä nytten tilanteet on elänyt niin minulla on ollut muitakin ihmisiä tässä mun rinnalla ketkä on kulkenut minun kanssani. Nyt tällä hetkellä niin minulla on tämä järjestöryhmä ja sitten minulla on nämä meidän KV ihmiset joita ei itse asiassa ole tällä hetkellä kun kaksi. Meillä on tuolla Brysselissä toimisto ja Seppo Kallio on siellä paljon. Hän on siellä komissiossa, siellä tekee hommia ja tuota sitten tämä Juha niin hän tekee tällöistä kehitysyhteistyötä. Ja tosiaan niin assarin hommat, laidasta laitaa, ja kun tämä on järjestö ja olen järjestöryhmässä niin järjestöhän on tällöinen edun valvoja ja jos on jotakin jäsenillä sanottavaa jos tulee mielenilmauksia tai muita niin minä olen siellä etunenässä järjestelemässä. Eli tämä on tällöistä tulipalojen sammuttelua, koskaan ei tiedä kun puhelin soi että sitten voi hanskat tippuu pöydälle ja sitten aletaan tekemään jotain muuta. Tällaista akuuttia. Sitten on toki nämä perinteiset kokous järjestelyt ja sitten olen meidän liittoihin yhteyshenkilönä. MTK:ssa on neljätoista tällaista MTK liittoa, paljon yhteistyötä tehdään ja hoitelen heidän puheenjohtajien kokoukset. Sitten hoidan myös talon PR asiat ja valtiolliset kunniamerkit. Niitä jaetaan keran vuodessa, mitkä presidentti myöntää.

I: Aika paljon. Tai todella monipuolista.

TN: Joo sitä tämä kyllä on. Siinä oli varmaan ne tärkeimmät.

I: Sitten voidaan varmaan mennä kysymyksiin.

TN: Joo

I: Kerroin tässä alussa mikä minun päämääräni on tässä työssä. Eli pointtina on verrata näitten kahden yritysten kokouspalveluja Sanoitkon aikaisemmin että olet käyttänyt paljon Viikkaria etkä niinkään paljon Tallinksiljaa, eikö ollut näin? Mutta sinulla oli kummiski jotain kokemusta Tallinksiljalta?

TN: Jo on ja itse asiassa kun muistelin menneitä niin meillä on ollut kolmena vuotena peräkkäin tällaiset MTK:n uudet tuulet nimellä oleva seminaari ja se on järjestetty itse asiassa kolme kertaa tuolla Tallinnan puolella. Meillä on ollut siinä tällainen Livonia travel, ei kun Livonia Event. Tämä yritys on hoitanut tämän kokoustilojen varaukset ja matkavaraukset. Ovat hoitaneet matkustukseen liittyvät käytännön asiat. Itse asiassa se meni tänä vuonna konkurssiin se yritys mutta taustalla sen omisti tällainen pariskunta. Mies oli ihan suomalainen mutta vaimo oli sitten eestistä, Tallinnalainen. Eli heillä oli hyvät verkostot sinne ja näin. Se oli todella hyvä yhteistyökumppani, siis he tekivät tosi hyvin asiat.

I: Harmillista sitten.

TN: No kyllä. Mutta tämä lama sitten varmaan vaikutti ja yleinen taloustilanne. Mutta anyway niin nämä kolme tapahtumaa järjestettiin sillain että me mentiin Viikkarilla ja tultiin takaisin Tallink shuttlella. Ja siinä mulla on kyllä vähän kokemusta, tai osaa verrata niitä jonkun verran.

I: Eli teillä oli silloin itse kokous Tallinnassa?

TN: Meillä oli kokous Tallinnassa Se seminaari oli yhden yön yli. Mentiin siis tällä XPRS:llä yli ja siellä päivän, ilta, ja itse asiassa seuraava päivä oli kokusta. Ja sitten taas illalla pois. Tultii tuolla Tallinkilla. Ja se että miksi näin, niin ihan puhtasti aikataulu

I: Arvasinkin jo että se on varmaan se syy mikä on vaikuttanut. Onko teillä sitten kerran vuodessa jonkin näköisissä seminaareja tai kokouksia laivoilla?

TN: Sanotaan että keskimäärin on ollut kerran vuoteen. Tämä vuosi on nytten ollut poikkeus että ei ole ollut. Meidän muuta ryhmät kyllä varmaankin järjestää jotakin aina mutta ne on sitten sellaisia pienempiä ryhmiä. Meitä on monta eri ryhmää täällä ja eri assistentteja niin kyllä me nyt suurinpiirtein tiedetään toistemme menoista. Mutta tämä oli nyt sellainen isompo missä oli keskimäärin sellainen 250 henkeä

I: Eli iso sitten.

TN: Joo. Ne on kyllä ollut isoja juttuja. Ja kun on ollut pienempiä ryhmiä niin olen sitten melkein Viikkaria käyttänyt. Minulla on sinne hyvät suhteet. On tehnyt paljon töitä tämän yhteyshenkilön kanssa ja homma on hoitunut hyvin.

I: Sehän on tietysti helppo sitten.

TN: Joo se on helppo toimia silloin, kyllä,joo.

I: Sitten tuo toinen kysymys. Mitkä tekijät otat huomioon kun suunnitelet tai varaat kokousmatkan?

TN: No tietysti riippuu ensinnäki siitä että minkä tyylinen matka on kyseessä. Minkä kokoinen se on. Sitten ohjelma, kenelle se on suunnattu ja kuinka paljon sinne tulee ihmisiä ja sitten se ohjelma pitää olla tiedossa. Tarvitaanko me laivalle jotakin kokoustilaa. Eli pitää olla tiedossa miten se rakennetaan se kokousmatka.

I: Oletteko sitten ollenkaan Helsinki-Tukholma reitille järjestänyt mitään kokousmatkoja?

TN: Ollaan kyllä järjestetty niitäkin.

I: Siinä olette varmaan tarvinnut sen itse kokoustilan laivalla?

TN: Ollaan kyllä. Eli siinä ollaan sitten pidetty päivällä ja sitten seuraavana päivänä myös kokousta. Viikkarilla ollaan itse asiassa menty ja meillä on ollut se auditorio varattuna menen tullen.

I: Mites sitten, sanotaan että teille tulisi nytten kokous Helsinki-Tukholma reitille. Mistä lähet liikkeelle? kysytkö molemmilta yrityksiltä että onko tilaa vai? Vai oletko heti näin että mennään Viikarille.

TN: En, mä kysyn molemmilta. Ehdottomasti ja kyllä se on sitten loppupeleissä se hintakin joka ratkaisee. Kun meillä ylensä nämä ihmiset itse tai yhdistykset maksaa nämä kulut niin tottakai se hintakin ratkaisee.

I: Jos sanotaan näin että molemmilla yrityksillä on tilaa ja hinta on suhtkoht sama. Mitäs sitte? Mikä olis sellane asia joka silloin ratkaisee valinnan?

TN: Sitten mietin kyllä sitä että onko nämä faciliateetit, eli nämä kokoustilat, ovatko ne samanlaiset tai vastaavat. Tai mikä soveltuu meille paremmin ja tälle ryhmälle. Eli se on kyllä sit varmaan se joka...

I: on se päättävä tekijä?

TN: Jo kyllä.

I: Miten sitten tämä kokonaisprosessi. Eli nyt puhutaan koko prosessista. Eli saat tiedon että kokous järjestetään. Sitten otat yhteyttä molempiin yrityksiin. Mitä kautta sinä otat yhteyttä?

TN: No viikkarilla minulla on siellä tämä yhteyshenkilö. Laitan sähköpostia. Ja TallinkSiljalle niin saattaa olla että menen nettisivujen kautta ja pyydän tarjouksen. Tai jos on oikein hoppu niin soitan TallinkSiljan ryhmämyyntiin. Tallinksiljalla minulla ei ole niin tuttua yhteyshenkilöä.

I: Katsotko ollenkaan ennen nettisivuja että mitä kummallakin yrityksellä on tarjota?

TN: Jo, kyllä katson. Ja se että mitä minä katson ja mitä me katsotaan ja pidetään tärkeänä on kotimainen ruoka. Lihat yms. että ne olisivat kotimaiset. Kotimaisuus aste on meille todella tärkeä. Eckeröhän mainostaa itseään suomalaisena, kotimaisena yrityksenä. Että heillä on paljon ruokaa joka on kotimaista. Jo on tuolla Viikarillakin mutta nytten en muista TallinkSiljasta. Mutta se on yksi kriteeri, se suomalainen ja kotimaisuus siinä ruuassa.

I: Onko tämä kotimaisuus ollut ollenkaan mitenkään mukana siinä kun päätät laivayhtiöstä?

TN: Tota, ei siihen oikein voi. Tässä kohtaa niin eurot ratkaisee. Tähän asiaan ei kauheasti pysty vaikuttaa koska jos aikataulu, hinta ymt. osuu kohdilleen niin se vaikuttaa siihen kyllä sitten sen verran.

I: Mites sitten kun olet saanut varauksen tehtyä, onko siinä muuten ilmaantunut mitään ongelmia mitä tulisi mieleen?

TN: Ei ole tullut ei. Se mikä nyt välillä tuntuu et on ongelmallista on se että pitää hirveen aikaisin vahvistella niitä paikkoja. Ja kun on ryhmä niin nehan ilmoittautuu ihan

viime metreillä. Mutta minä kyllä ymmärrän sen, näin se pitää ollakkin. Se voi vaan olla sellainen asia joka ei nyt suoranaisesti vaikeuta mutta meidän pitää sitten vaan varata niitä paikkoja ja uskoa siihen että he/me menevät.

I: Mites sitten kun matkaa alkaa? Onko lähtöselvityksessä ikinä ollut mitään molemmissa yrityksissä? tai jotain sellasta mieleenpainuvaa?

TN: on toiminut hyvin molemmilla. Nämä isot tilaisuudet mitkä mainitsin niin Livoniahan hoiti nämä asiat ja näissä pienemmissä missä itse olen ollut matkanjohtajana niin ei mulle ole koskaan tullut että ei olisi toiminut.

I: Toimiiko lähtöselvitys samalla tavalla molemmissa yrityksissä?

TN: Jo. kyllä. Saan vajvistuksen ja menään me sitten yhdellä isolla autolla yhdessä tai kävellen niin menen tiskille vajvistuksen kanssa ja saan sieltä liput. Se on aina toiminut ihan jouhevasti. Ei ole koskaan tullut mitään.

I: Kun olet varannut kokoustilat laivoilta, niin nissähan on sitten laivan kokoushenkilökunta paikalla. Mitä mieltä olet heistä? ovatko ammattitaitoisia?

TN: Molemilla on todella ystävällinen palvelu. Ottavat hyvin vastaan ja kertoo siinä miten mennään. Joskus ollaan käyty katsomassa etukäteen. Kummassakin paikassa on ihan asialliset ja asiantuntevat ihmiset.

I: Oletteko joskus tilanneet sämpylää tai muuta vastaavaa kokoustilaan?

TN: Ollaan kyllä.

I: Onko joskus ilmaantunut niin että teillä olisi pitänyt olla esimerkiksi jotain tiettyä tuotetta. Jollekin allergiselle tietynlainen sämpylä ja sitten sitä ei ole löytynyt. Niin ovatko he pystyneet korjaamaan tilanteen.

TN: Ei tule mieleen mitä sellasta tilannetta mutta varmasti on ollut ja ovat pystyneet sen hoitamaan. Kerran oli tässä isossa tapahtumassa missä kerroin aikaisemmin niin siellä Tallinkillä oli varattu buffet ja loppu ruoka. Se totaalisesti vaan loppu se ruoka. Siitä kyllä tuli sanomista. Ruoka on ollut aina ihan hyvää ja siinä ei ole ollut mitään moittimista mutta yksi kerta niistä niin loppu kesken. Ja tämä tilanne ei ollut hyvin järjestetty.

I: Mites sitten hyttien osalta, onko koskaan ollut mitään ongelmia?

TN: Ei, nyt kun olemme nämä viimeiset kolme vuotta oltu näillä matkoilla niin meillä on ollut siellä kokoustila mihin ihmiset on vienyt tavaransa. Sitten on ollut näitä hyttejäkin mihin ihmiset voi viedä päällysvaattensa tai matkatavaransa. Pienempien ryhmien kanssa jos ollaan menty Viikkarilla niin ei ole ollut mitään moitittavaa. Toiminut ihan hyvin. Hyttkortit toki eivät aina toimi. Mutta ei ne hotelleissakaan aina toimi. Ja monesti jos kortti on puhelimen lähellä niin sen takia se ei toimi. Mutta tämä oon tosiaan ainut asia mikä tulee mieleen et se ei toimi. Ei minulla muuta ole.

I: Kuvaile kuinka koet molempien yritysten palveluja?

TN: Palvelu on kummassakin mun mielestä ihan hyvä. On asiantuntijoita omilla aloillaan. Ruoka, se on sitten nyt vaan ehkä jäänyt korvien väliin se Tallinkin ruuan loppuminen niin se jätti tietysti vähän jonkun muistinjäljen. Se että Viikkarilla on jotenkin minun mielestä, tämän minun omia kokemuksia ja ajatuksia, Viikkarilla mun mielestä on parempi ruoka. Jos puhutaan Buffetista. En tiedä miksi se on näin kääntynyt. Ennenvaanhan se oli päinvastoin. Vaikea tässä tilanteessa sanoa että toisella on paljon parempi kun en ole niin paljon Tallinkilla matkustanut mutta se on mun mielikuva. Vuosia sitten minun mielestä oli ihan selkeä ero mutta nyt Viikkari on parantanut tosi paljon. Viikkari on minun mielestä pitänyt sen tason ihan korkeana. A la cartesta en oikein pysty sanoa. Mutta varmaan ihan hyvä.

I: Ja nyt jos miettii niin Silja Serenade ja Symphony on muutunut kun tekivät sen remontin. Tuli uusia ravintoloita nyten, mutta tämä on kummiskin se mielikuva mikä sinulla on nyten molemmista yrityksistä. Mitä mieltä olet sitten jos mietit Mariella ja Gabriellaa laivoina ja Serenadea ja Symphonia laivoina. Niin mikä mielikuva sinulla on niistä laivoista? ravintoloista? hyteistä? henkilökunnan palvelusta?

TN: Siis kyllähän niinkun Viikkarin laivat on aika hikisiä. Kyllä Tallinkit tai Siljat niin ovathan ne nyt erillaisia. Tietysti ovat myös erin mallisia. mutta kyllä Siljat on viihdyttäviä. Viikkarin Helsinki-Tukholma laivat ovat tunkkasemman olosia.

I: Uskotko että Siljan laivojen Promande vaikuttaa siihen?

TN: Varmaan, tekee avaramman tunnelman. Tottakai se antaa oman leimansa siihen. Sitten taas jos miettii Gracea. Sehän on saman tyylinen kun nämä muutkin Viikkarin



laivat. Siellä ei ole promenadea. Mutta kyllä Siljan laivat on mukavampia. Ehdottomasti.

I: Eli olet ollut Gracella?

TN: Jo olen ollut.

I: Mitä mieltä olet siitä?

TN: Sain jonkun kutsun sinne silloin alkumetreillä. Tietysti sehän oli ihan uusi, puhdas laiva. Positiivinen kokemus, tykkäsin kyllä. Huonekalut oli ihan hienot. Aikataulu on hyvä. Se tietysti riippuu mitä taas haetaan mutta jos haluat heittää jonkun tuollaisen Tukholman keikan, tai ei sitä voi sanoa Tukholman keikaksi jos et jää sinne sitten. Ihan kiva jos haluaa vaan lähteä jollekin risteilylle. En tiedä millaisessa kunnossa se on tänä päivänä että aika paljon käy vissiin väkeä mutta ihan hieno laiva kyllä.

I: Mitäs sitten lisäpalvelut, kun kysyn tässä että onko sinulle koskaan tarjottu lisäpalveluja? Lisäpalvelut tarkoittaa sitä että jos järjestätte jonkun kokouksen laivalla, niin onko sinulle tarjottu laivalla mitään oheisohjelmaa? Koska molemmat yrityksethän tarjoaa paljon kaikenlaisia lisäpalveluja. Onko niitä tarjottu? onko sinulla mitään kuvaa niistä? oletteko koskaan käyttänyt niitä?

TN: Ei olla koskaan käytetty. Tietsti meillä on ollut ne ohjelmat niin valmiina. Olen kuullut että on oheisohjelmaa mutta nämä mitkä minä olen järjestänyt niin ne on ollut niin aikataulutettuja silleen että siihen ei oikein sovi enään mitään muuta. Sitten toki jos on sellanen ohjelma missä on tilaa paljon niin onhan se tervetullutta ja ihan jees. Meillä on ne omat ohjelmat, niitten mukaan mennään niin ei mahtuisi oheisohjelmaa.

I: Minkä arvosanan antaisit prosessikokonaisuudesta? eli siitä varauksesta, itse kokoukseen sekä palaute osioon. Varmaankin molemmat yhtiöt lähettää palaute kyselyjä?

TN: Jo. Siis nämä palautteet on ihan liian pitkät. Aivan kamalia. Ihan oikeasti ei niitä niinkun pysty/kykene. Jos minulla ei olisi muuta kun aikaa niin silloin voisin istua tunnin siinä ja mennä kaikki ruksit läpi mutta liian yksityiskohtaisia ovat ja liian paljon. Minun hermo ei kestä. Tietysti jos jotain sanottavaa on niin sitten pitää tietenkin itse ilmoittaa ja tehdä reklamaatio. Joskus olen jostain tehnyt reklamaation mutta en kuol-

lakseni muista että mistä. Onko ollut yksityismatka vai mikä mutta itse pitää olla aktiivinen. Mutta tosiaan liian yksityiskohtaisia ovat. Minkä arvosanan antaisin vai?

I: Jo kyllä, molemmille yrityksille.

TN: Toki kun meillä oli tämä toimia joka hoiti näitä käytännön järjestelyjä niin tiedän että siellä on aina jotakin haasteita laivayhtiöitten kanssa ollut, mutta sehän ei ole vaikuttanut minuun mitenkään.

I: Mutta onko se vaikuttanut sinun mielikuvaan yrityksestä?

TN: No jo. On kyllä toki. Esimerkiksi tämä ruuan loppunen niin se vähän kyllä on tehnyt mielikuvan Siljasta. Ei välttämättä saisi tehdä niin mutta se on tehnyt. Kyllä minä varmaan antaisin. Kymppiä minä en anna koskaan koska kukaan ei ole täydellinen. Annan Viikkarille yhdeksän ja Siljalle kahdeksan. Tämä ruoka on yksi mikä sen aiheuttaa ja jostakin syystä tuo Viikkari on se mitä olemme enemmän käytetty, siitä on enemmän kokemusta. Ei sinänsä ole mitään moitittavaa.

I: Miksi luulet että käytätte Viikkaria sitten enemmän?

TN: Niin se on hyvä kysymys. Minulle henkilökohtaisesti merkkää nämä henkilöt kenen kanssa olen tehnyt yhteistyötä. Viikkarilla on kaksi ihmistä. Hirveän tärkeät on tällaiset henkilökemiat ja henkilösuhteet. Minun mielestä se on yksi tärkeimmistä asioista. Tässä tapauksessa se on näin.

I: Mitä tai missä Viking Linen tai Tallink Silja voisi parantaa?

TN: Jos mietin kotimaisuutta niin käyttävät varmaan kotimaisia tuotteita mutta voisivat parantaa että käyttävät vielä enemmän. Koska tämä vaikuttaa kaikkeen. Työllisyyteen yms.

I: Tämä voi olla jotain ihan pientäkin, ei tarvitse miettiä isoja asioita. Ihan kaikki asiat mitkä tulee mieleen. Esimerkiksi juuri tämä että hyttiävain ei toimi.

TN: Aivan juuri näin, sitä voisi parantaa kyllä. Onkohan siellä sitten... Minun mielestä molemmat yritykset on hyvin huomionnut matkustajia kun menevät laivaan ja laivalla. Monet paikat on jo auki kun sinne menet. Ei tule mitään ihmeellistä mieleen mitä halu-

aisin että ne parantais. Tietysti niin vähän kuljen niillä Tietysti jos matkustaisi enemmän niin tulisi varmaan enemmän tällaisia yksityiskohtia.

I: Jos mietit Helsinki-Tukholma reitillä niitä laivoja taas. Nythän Serenade ja Symphony on remontoitu mutta mitä mieltä olet Mariellasta ja Gabriellasta laivoina?

TN: No nehän on vanhoja kuluneita. Voishan niitä parantaa uudella laivalla. Tuo Grace voisi tulla Helsinki-Tukholma välille. Voisivat vähän vaihtaa eri laivoja eri reiteille. Mutta kyllä Viikkarin laivat on vähän apeita jos vertaa niitä Siljaan.

I: Jos saat tarjouksen molemmilta yrityksiltä, missä on hytit, ruoka ja kaikki. Toinen on Serenade lähdöllä ja toinen Mariella lähdöllä ja sanotaan että Viikkarin hinta on vähän alhasempi mutta Siljan on ihan vähän korkeampi mutta melkein sama. Niin mitä mietit silloin?

TN: Eli samoilla mausteilla kaikki?

I: Joo eli sama hyttiluokka, sama kokoustarjoilu....

TN: Tässä kohtaa mieltäni kyllä ehkä Siljaa. Syy olisi se että viimeisinä vuosina ollaan meny Viikkarilla ja tämä meidän porukka, tai nämä mitä mä järjestän nii niissä on hyvin paljon samoja henkilöitä mukana. Niin vaihtelun vuoksi ottasin ehkä Siljan. Onhan se erillainen ja mukavampi. Kyllähän se menee näin. Itse menisin mielummin Siljalla kun se on vähän avarampi ja uudempi, eikä niin tunkkanen.

I: Aikasemmin sanoit että sinulla oli sellainen mielikuva että Viikkarilla on parempi ruoka, niin valitsisit silti Siljan?

TN: Jo, jos mä ite lähtisin niin ottasin Siljan. Ja itse asiassa tälle porukalle myös koska voi olla että tänä päivänä siellä on asiat toisin ruuan suhteen. Ei koskaan pidä silti antaa negatiivisen asian vaikuttaa. Että ei voi sanoa että en koskaan menisi. Tottakai negatiiviset asiat on jättänyt jonkun jutun tonne korvan taakse mutta kyllä minä itse olen avoin. Tilanteet muuttuu..

I: Minkälainen Viking Linen brändikuva on? TallinkSiljan brändikuva on?

TN: Siljalla on joku semmoinen brändikuva mulla että se on jotenkin ”fiinimpi”, hienompi. Että se on muutenkin parempi. Ja viikkari on sitten tällaisen tavallisen Maija

Meikäläisen tuulipukukansan laiva. Tällainen kielikuva on. Väheksymättä siis yhtään mutta vähän tällainen mielikuva minulla on.

I: Kun Tallinkillahan on kaksi brändiä, niin onko sinulla sama kuva Tallinkista sitten?

TN: Jo, tämä TallinkSiljahan kyllä sotkee. Mutta Siljasta mulla tulee tällanen parempi, hienompi, kalliimpi. Mutta Tallinkista taas tulee mieleen tällainen rupusakki, dokaaminen. Minkälainen se ennen vanhaan oli. Niin siitä kieltämättä tulee tämä örventäminen mieleen. Minun mielestä tämä Tallink Silja niin minulla ei ole sellasta selkeätä. On kaksi erillistä.

I: Pohdin että onkohan minulla muuta kysyttävää. Tämä on kyllä varmaan riittävä

TN: Ja jos tulee jotain mieleen niin laita sähköpostia tai soita.

I: Jo kiva kiitos!

#### **Bilaga 4: Intervju, Respondent Arja Mäkinen, Akava**

I: No niin, nyt on päällä. Voitaisiin vaikka aloittaa sillä että kerrot vähän itsestäsi ja mitä teet täällä.

AM: Eli minä olen Arja Mäkinen ja olen ollut täällä Akavassa jo 16 vuotta. Olen puheenjohtajan assistenttina ja vastaan myös Akavan toimistopalveluista. Mitäköhän minä teen, kaikennäköistä. Hoidan puheenjohtajan kalenteria, matkavarauksia, sitten teen näitä matkasopimuksia joka koskee koko Akava yhteisöä. Eli tämän keskustoimisto lisäksi niin kaikkia liittoja ja informoin sitten niistä. Eli siinä mielessä tämä matkustus asia on, sen takia Marjo varmaan antoi minun nimen. Meillä on muitakin ihmisiä jotka varaa enemmän mitä minä varaan mutta kyllä minäkin jonkun verran varaan. Eli ihan lyhyesti niin...

I: Tämä riittää vallan mainiosti. Sitten voitaisiin varmaan aloittaa ykkösestä. Eli kuinka usein järjestätte, varaatte, suunnittelette kokousmatkoja? vuositasolla?

AM: Kyllä sanoisin että 10-15 vuodessa.

I: Onko nämä minkä kokoisia?

AM: No nämä ovat aika pieniä, sanotaan että 5-15 henkilöä koska nämä ovat ylensä näitä puheenjohtajan tapaamisia.

I: mitenkäs sellasia missä on yöpymisiä? Nämä ovat varmaan sellaisia missä mennään päiväksi vai?

AM: No ylensä niissä on yöpymiset mukana ja suurin osa suuntautuu. Mitä minä varaan niin Tallinan suuntaan. eli aika vähän olen viime aikoina varannut Tukholman risteilyjä. Siinä menee kummiskin sitä aikaa. Eli tämän takia Tallinna, yksi yöpyminen ja sitten koska laivoilla ei ole niin hyvät kokoustilat niin saan sitte sieltä nämä kokoustilat. Laitamatka on niin nopea. Mitenköhän nyt sanoisin, aika usein he ovat Tallinkille menneet vaikka siinä on omat ongelmansa. Mutta sitten taas Tukholmaan ovat menneet Viikkarille. Voisin melkein sanoa että, jos otetaan nyt vaikka viisitoista Tallinkille 9-6 Viikkarille. Noin pyöreästi.

I: Entäs mitkä tekijät otat huomioon kun suunnittelet/varaat kokousmatkan?

AM: Se riippuu hirveästi millainen se on tämä kokousmatka. Eli ketkä ne on nämä ihmiset ja mitä siellä on tarkoitus tehdä. Yksi asia mikä minun mielestä on tosi tärkeää että minkälainen se kokoustila on ja minkälaiset tarjoiut on. Minkälainen mahdollisuus on siellä ruokailuun. Nämä ovat tosi tärkeitä. Ja sitten myös se että onko siellä joku ihminen siellä kokousosastolla auttamassa näitä. Niin kun Viikkarilla on. Siljalla ei ole aina. Mutta tuohon hirveän vaikea vastata yksiselitteisesti, että aina on joku tietty asia. Mutta sitten taas jos on Akavan puheenjohtajan matkoja niin siinä pitää olla tietty taso. En voi lähettää häntä ja hänen vieraitaan ihan missä tahansa purkissa. Tämä kertoo joku aika paljon siitä, ylensä joku business lounge on jos Tallinnaan mennään esimerkiksi. Tai sitten parempi hytti. Siljalta taas löytyy paremmat hytit sitten Tukholmaan.

I: Katsotko ollenkaan nettisivuja ennen kun varaat? kun puheenjohtaja tulee sanomaan että tarvitsee tätä ja tuota niin tiedätkö heti mitä tarjota hänelle. Tiedätkö heti mitä molemmat yhtiöt tarjoaa?

AM: Kyllä minä tiedän joo, olen niin kauan tehnyt näitä. Samalla kun sovin näitä sopimuksia niin kuulen asioita. Esimerkiksi Siljalle on tulossa musikaaleja. Mikä minun mielestä on tosi kiinnostavia juttuja, että siellän jotain sellaista oikeata, kivaa ohjelmaa.

Eikä semmoista keksimällä keksitty. Tämän tyyppisiä, aika harvoin minä katson netistä mitään. Kyllä minä sitten soitan tai laitan meiliä.

I: Onko molemillä yrityksillä yhteyshenkilö?

AM: On kyllä. Marjolle laitan aika helposti mutta Viikkarillahan on hirveän hyvä se myyntipalvelu. Sieltähän saa vastaukset. Siljallahan se tökkii, mutta silloin soitan sille meidän yhteyshenkilölle jolta ne vastaukset saan. Mutta tiedän aika hyvin mitä molemmat tarjoaa eli osaan varata niitä. Tiedän mitä Akavan puheenjohtaja haluaa, ei hänen tarvitse sanoa sitä minulle. Itse asiassa, minä ehdotan että tehkää näin ja tehkää näin. Se on niinkun minun duuniani ja hän hoitaa muut duunit. Ei hänen tarvitse miettiä, hän sitten hylkää tai hyväksyy sen. Et se menee yleensä niin päin.

I: Onko molemmilla yrityksillä sitten, jos mietitään kokoustilaa niin onko se kokoustila voinut olla sellainen tekijä että olet poissulkenut jommankumman yrityksen?

AM: Joskus on saattanut olla kyllä. Jos mennään Tukholmaan niin silloin se on tosi tärkeä. Koska kokoustilassa ollaan niin kauan. Siinä olen käyttänyt aika paljon Siljaa koska varsinkin aikaisemmin he harmi kyllä lopettivat sen Maxim a la carten. Se oli aivan ihana tämmöiselle ryhmälle joka söi hyvin ja rauhassa. Ja kun siellä oli sitten kaikennäköistä ruokaa. Jos menit johonkin Happy Lobsteriin niin kala ei käykkään kaikille. No saahan sieltä nykyään muutakin mutta se on jotenkin epämiellyttävä kun se on siinä käytävällä. Sen takia tykkäsin Maximista ja se toimi aina hyvin. Huippu hyvä palvelu että olin tosi pettynyt kun he nyt muuttivat sne sellaiseksi trattoriaksi. Ja se on meidän kentässä vähän muiltaki kuulunut se sama. Isoimille tyhmille se oli alyttömän hyvä ja tällaisille matkoille joka meidän järjestössä tehdään aika paljon eli ihmiset jotka tekee palkatonta työtä, meillähän ei sanota luottamusmiehiä mutta kummiskin niin halutaan tarjota sellainen ihana dinner ja sitten on pidetty kokousta ja sitten on kolmen viiva viiden ruokalajin juhlava dinner, niin eihän siellä trattoriassa saa sellaista. Sehän on ihan eri konsepti. Viikkarilla on hyvät ruuat, buffet. Mutta se oli todella hyvä se Maxim a la carte, harmittaa että he lopettivat sen.

I: Onko mitään kokemusta Viking Linen Food Garden a la carte ravintolasta?

AM: Jo se on ihan toimiva mutta siitä ei saa tavallaan sellasta. Siljan hytit on kanssa parempia. Ne on aika vanhoja nuo Viikkarin laivat, kun eivät tuoneet Gracea tänne. Sitä minä kysyn aina Marjolta että milloin Grace tulee tänne Helsinkiin.

I: Mites sitten, onko aina tilaa laivalla kun tarviitte?

AM: En kyllä muista mitään kertaa, että ei olisi ollut tilaa. Olen varmaan sitten niin ajoissa minun varauksieni kanssa. Tai sitten on ollut hyvä tuuri.

PUHELIN SOI

I: Voit vastata kyllä jos haluat..

AM: En minä vastaa.

I: Eli sitten tämä, kuvaile kuinka sinun mielestä prosessi on toiminut, eli sillä tarkoitan sitä kokonaisprosessia. Eli saat tehtävän suunnitella ja varata kokousmatkan. Sitten otat yhteyttä yhteyshenkilöön tai ryhmämyyntiin, niin kun mainitsitkin. Miten tämä toimii? Sitten siitä kun koko kokousmatka alkaa, lähtöselitykseen, itse kokoukseen ja palaute osioon.

AM: Täytyy sanoa että minä tykkään siitä Viiking Linen myyntipalvelusta, se toimii todella paljon paremmin kun TallinkSiljan. Viking Linella saa aina saman ihmisen kanssa hoitaa asioita joten ei tarvitse aina uudelleen kertoa koko matkasta jollekin uudelle henkilölle. Mutta kyllä TallinkSiljaa myös toimii, yhdessä vaiheessa se oli todella onneton. En tiedä oliko heillä Virossa se myyntipalvelu. He sanoivat ennen että ”kyllä onnistuu” ja silti ei toiminut. Eli siitä ovat kyllä parantuneet. Mites mä nyt prosessia... Minun mielestä laivalla yleensä ne kokoukset, en muista että meillä mitään suurempaa olisi ollut. Jotain tällaista on ollut kun olemme menneet Tukholmaan että samat ruuat on ollut. Siitäkin on jo vähän aikaan. Mutta ei sen isompia ”kämmejä” ole ollut. Hirveän usein on ollut, jos meitä on useampi ihminen, niin otan matkatoimiston kautta jotta saisin ne maihinnousu kortit kun viitti panna minun esimiestä sinne jonottamaan, ja kun ei voi teitä ollenkaan onko siellä väkeä vai ei. Sillä tavalla on helpompi, niin hän saa ne kaikki ja jakaa sitten vaan ryhmälle. Yritän tehdä niin selkeäksi koko kuvion. Siinä ei ole Eckerötä tässä mutta heillä on aivan loistavasti se kun voi hakea myymälästä nämä maihinnousukortit ennakkoon. Jopa viikoakin ennen. Se on ihan super hyvä.

Omillakin reissuilla se on aivan mainiota. Haet edellisenä iltana maihinnousukortit Eckerön myymälästä. Sitten ei tarvitse siellä jonotella.

I: No mites jos, kun mielestäsi molemilla yrityksillä tämä prosessi toimii hyvin. Saat varauksen tehtyä, lähtöselvitys toimii, kokoustiloissa tai palveluissa ei ole mitään moitittavaa niin sanotaan että saat molemmilta yrityksiltä tarjouksen jossa hinta on suhtkoht sama ja tilat mitä tarviitte löytyy molemmista. Tässä vaiheessa pitäisi valita että kumman laivayhtiön otatte.

AM: Se riippuu ihan siitä minkälainen matka on. Tavallaan mä päätän sen jo siinä vaiheessa kun mietitään että minkälainen reisu on tulossa. En vältämättä pyydä monestakaan paikkaa tarjousta vaan mietitään että tämä sopii sen ja sen takia Viking Linelle. Tallinnan suuntaan taas niin ratkasee aikataulu aika lailla. Tallinkilla on aikataulu sitten taas parempi joten sen takia aika useasti menemme sillä.

I: Mites silloin kun olet suunnitellut Helsinki-Tukholma reitin kokousmatkaan ja valitset Viking Linen niin mikä on se tekijä, minkä takia valitset Viking Linen? Mikä on ollut sitten se sopiva asia siihen kokoukseen?

AM: Katson aina sen porukan mukaan. Nyttten esimerkiksi kun ei ole sitä Maxim a la carte, niin valitsisin ehkä Viking Linen koska siellä on sopivimmat ruokailu mahdollisuudet. Mutta kyllä olen Ruotsin reissuilla enemmän käyttänyt Siljaa koska laivat on tasokkaammat, ja nyt he ovat vielä remontoineet niitä. Konsepti on ehkä parempi kans kun siinä on se käytävä. Viikkarin pitäisi vähän ruveta niitä laivoja uusimaan. Tiedän kyllä että se maksaa mutta.

I:Tämä nelonen, niin mentiin ehkä vähän siihen päälle, kuvaile kuinka koet palveluja?

Palvelulla tarjoitan kaikkea. Ravintoloissa, kokoustiloissa yms.

AM: No Tallinkillahan on ihan kamalaa. Eihän siellä mitään palvelua ole. Se on edelleen ihan kauheata. Miten ihmiset voi olla niin jynseitä. Siljalla on kyllä vielä hyvä. Sitä ei olla vielä onnistuttu tuhoamaan. Vikingillä on ihan hyvä, ystävällinen ja asiallinen laivalla. Sehän siellä näkyy sitten. Kun ihmiset on siellä. Siljalla on taas paremmat hytit kun Viikkarilla.



I: Voiko tämä sitten olla syy minkä takia otte valinnut aika useasti Tallin Siljan? koska se on tasokkaampi.

AM: Jo kyllä, se on aika usein se syy.

I: Niin varmaan, varsinkin kun tulee vieraita nii pitää varmaan pohtia sitä...

AM: Ihan siitäki jos lähetän pomoni vaikka Tallinnaan johonkin kokouseen niin aika harvoin se sinne yksin menee mutta jos menee, eikä mene sinne lentäen niin kyllä minä panen hänet mahdollisimman nopeaseen lauttaan. Tässä tapauksessa se on tämä Tal-linkin Shuttle kun se menee koko ajan tuossa. Sitten hän saa olla siellä business lounge-ssa rauhassa.

I: No onko sitten tarjottu lisäpalveluja?

AM: Kyllähän niitä tarjotaan. En tiedä haastatteletko muita meidän kentästä? Antoiko Marja sinulle muita meiltä?

I: Ei antanut ei.

AM: Voisit haastatella jotain sellaista joka järjestää isommille ryhmille, vaikka Leinkian Anitaan just tuossa naapuritalossa. Häneltä saisit erillaisen näkökylmän. Minä järjestän näitä sopimuksia ja puheenjohtajan matkoja. Nämä on profiililtaan ihan ei erillaisia reissuja. Niin mutta mistä me harmauduttiin.

I: Lisäpalveluista.

AM: Niin. Niitä en ylänsä ota koska reisulla on jonkin näköinen agenda. Siihen liittyy se ruokailu mutta ylänsä mitään muuta.

Nauhoitus katkesi

## **Bilaga 5: Intervju, Kirsi Härkönen, Företagarna i Finland**

I: Noniin nyt se alkoi. Alouetaanko sillä että kerrot vähän itsestäsi?

KH: Eli Kirsi Härkönen, Suomen Yrittäjistä. Olen täällä varatoimitusjohtajan assistenttinä. Minun toimenkuvaan on kuulunut järjestää käytännössä näitä kokousmatkoja. Aika paljon kyllä on lavoilla ollut koska siellä on helppo järjestää. No nyt on kyllä osa tilai-

suuksita siirretty maihin. Pari isoa tilaisuutta mitä on ollut laivoilla, niin tämän taloudellisen tilaisuuden takia ei olla sitten järjestetty ollenkaan.

I: Harmi, okei. Aloitetaan vaikka tuosta ensimmäisestä. Eli kuinka usein käytät, tässä tarkoitan Suomen Yrittäjiä kokonaisuudessaan, käytätte vuositasolla laivan kokouspalveluja?

KH: Keskimäärin niin meillä on neljä viiva viisi tilaisuutta. Me pyritään siihen että puolet on Viking Linella ja puolet Tallink Siljalla. Käytetään tasapuolisesti.

I: Onko siihen jotain syytä miksi käytätte tasapuolisesti? onko se perjaate vai?

KH: No se on vähän niin kun perjaate koska molemmat yritykset on meidän Suomen Yrittäjien jäsenyry kumppaneita. Tarjoavat jäsenille etuja matkustamisesta, niin tämän takia pyritään että käytetään molempia. Sitten riippuu vähän toki kohderyhmästä että mikä sen tilaisuuden kohderyhmä on, että kummalla laivalla mennään. Helmikuun alussa meillä on nyt tällainen iso neljän ja puolen sadan tilaisuus ja TallinkSilja on paremmat tilat siihen kun Viking Linella tällä hetkellä.

I: Eli isoon tilaisuuteen? Onko se kokoustila jonka se määrittää vai?

KH: Kokoustilat joo lähinnä. Ravintolat riittää mutta kokoustilat tällä hetkellä. Sitten meillä on perinteisesti taas marraskuussa tällainen yrittäjävero seminaari. Se on ihan puhdas koulutustilaisuus, siihen taas Viking Linella on paremmat tilat. Mariellan auditorioa tullaan käyttämään siihen. Eli tällä tavalla katsotaan vähän mikä se kohderyhmä on ja paljonko on henkilöitä.

I: Onko tämä iso joka on tulossa helmikuussa, niin järjestätekö sen Symphonylla tai Serenadella?

KH: Jo kyllä Helsinki-Tukholma reitillä.

I: Mietin lähinnä niitä kokoustiloja siellä.

KH: Pääseminaari tullaan pitämään siellä yökerhossa. Kun he myy sitä kokoustilana. Sitten meillä on seuraavana päivänä kun olemme Tukholman päässä niin on teemaseminaareja, olisikohan niitä viisi kappaletta, sellainen viisikymmentä henkilöä per tila. Tällaisia tiloja ei sitten taas Viking Linelta löydy. Aluepalaverit on, siihen tarvitaan suun-

nileen kaksikymmentä eri kokoustilaa niin se on kanssa vähän haasteellista Viking Linella.

I: Kakkoinen. Mitkä tekijät otata huomioon kun suunnittelet/varaat kokousmatkan?

KH: Tosiaan se henkilömäärä, kohderyhmä. Eli minkälaisia tiloja me siellä tarvitaan. Välillä on myös sitten sellaisia viikkoja jossa toinen yhtiö on jo myynyt paikat. Eli sekin vaikuttaa siihen välillä. Sitten on tietenkin tämä hinta. Kyllähän me sitäkin katsotaan. Laivaliikenteessähän on kanssa se että minä viikonpäivänä matkustaa.

I: Kysytkä ylensä molemmilta tarjouspyyntöä? vai tiedätkö jo kumman yrityksen valitset kun saat tietyn ryhmän eteesi?

KH: Veroseminaarin osalta joka on Marraskuussa, niin se on aina ehdottomasti Viking Linelta mutta sitten on ollut pari semmoista tilaisuutta millä ei ole oikeastaan välillä että kumalla yrityksellä se on. Niin silloin katsotaan molemmilta, kummalla on tilaa.

I: Tällaisessa tilanteessa, niin sanotaan että on tilaa molemilla, hinta on suht koht sama. Niin mikä tekijä silloin ratkaisee valinnan?

KH: Silloin se on tällainen fiilis vaan...

I: Voisko se olla ruoka tai viihde tai joku muu tekijä mitä mietit siinä tapauksessa?

KH: No ei oikeastaan. Kun on kyseessä koulutustilaisuudet niin molemilla yrityksillä on hyvä ruoka, palvelu toimii, viihdekkään ei kuitenkaan ole se tärkeä juttu. Eli kyllä se sitten on ne kokoustilat kuitenkin.

I: Sitten voidaan mennä vaikka tuohon kolmoiseen. Kuvaile kuinka sinun mielestä prosessi on toiminut? Eli tämä koko ketju, kun olet varaamassa matkaa niin katsotko nettisivuja esimerkiksi ollenkaan?

KH: Kyllä minä katson nettisivuja. Matkat hoidetaan kyllä aika useasti matkatoimiston kautta, sieltähän me saadaan hyvin tietoa. Mutta kyllä minä etsin sieltä noita ruoka listoja, ryhmämenuita, aikatauluja. Sitten aamiaiskattausajat ja illallisen kattausajat. Mutta täytyy kyllä sanoa että molempien laivayhtiöiden nettisivut on tällä hetkellä tosi huonot. On vaikea löytää niitä tietoja että missä ne on. Mutta kyllä jo jonkun verran. Tietenkin kun olen niin monia vuosia järjestänyt näitä matkoja niin muistan että mitä missäkin on.

I: Pystyykö nämä matkatoimistot antamaan tällaisia yksityiskohtaisia teitoja?

KH: Jo kyllö pystyy.

I: Se on kiva kuulla. Mites sitten lähtöselvitys? Eroaako yritykset jotenkin siinä vai onko suhtkoht samanlainen?

KH: No kun meillä on matkatoimisto siinä kumppanina, niin matkatoimisto huolehtii aina lähtöaamuna aina nämä matkaliput että ne on meillä valmiina. Meillä on oma il-mottautumispiste. Me jaetaan sitten liput siellä terminaalissa. Matkatoimistolta on tullut palautetta...no kyllä me aika hyvin ne liput saadaan että jos on iso ryhmä niin matkatoimistosta saa jopa edellisenä iltana matkaliput. Sillä tavalla on sitten aikaa laittaa niitä kirjekuoriin ja tarkistaa että ne on oikein.

I: Se on kyllä hyvä palvelu tuo kun voi etukäteen tehdä. Niin paljon ihmisä kummiski menossa niin helposti menee sekavaksi. Entäs sitten kun tulette laivaan niin, löytyykö hytit nopeasti? siinä ei ole mitään ongelmia?

KH: Joo löytyy hytit kyllä. Hyttiinmajoittuminen on aina iltapäivästä, seminaari alkaa jo päivällä. Kokoustiloihin on järjestetty tila mihin saa matkatavarat päiväksi. Molemissa laivayhtiöissä on kyllä palveluaitis henkilökunta joka opastaa ja neuvoaa.

I: Sitten tuo nelonen, kuinka koet palveluja? Mainitsit jo se että molemmissa on ruoka hyvä.

KH: Jo, molemmissa on ruoka hyvä.

I: Onko tämä henkilökohtainen mielipide vai onko tullut palautetta muilta?

KH: Tietenkin kun on isot ryhmät niin palaute on aina plussaa. Siellä on aina joku ke-nen mielestä ruoka ei ollut hyvää ja jotkut taas tykkää. Mutta kokonaisutena ajatellen niin ryhmämenut niin on hyviä. Palvelu toimii. Kokoustilatkin jos on yli neljänsadan ryhmiä niin Viking Linella on vähän haasteellista. Viking line tarjoaa myös yökerhoa kokoustilana mutta sitä emme ole koskaan kokeiltu. Kun Mariellalla ja Gabriella ei sit-ten taas ole niitä pienempiä ryhmätyötiloja isoille porukoille niin sen takia ei ole onnis-tunut.

I: Sitten kanssa kun miettii Mariellan ja Gabreilla yökerhoa niin sehän on yhdellä tasolla että jos on paljon ihmisiä..jos vertaa Atlantis Palaceen.

KH: Jo, se on korkeampi tila. Sieltä ehkä näkee paremmin. Mutta sitten taas TallinkSiljalla on tosiaan tällaisia seminaarityyppisiä, joihin tullaan sitten ihan oikeasti opiskelemaan ja hakemaan tietoa niin heillä taas sitten kun se kokoustila on tasalattia niin siellä joku kaksisataa henkeä sellaisessa tilassa on taas huono. Vaikka siellä olisi kaksi valkokangasta siinä tilassa niin he jotka istuvat siellä viimeisessä penkkirivissä niin he ei välttämättä näe niitä. Äänentoisto toimii hyvin molemilla yrityksillä ja sitten jos jotain ongelmaa ilmenee niin on kyllä ammattitaitoinen henkilökunta jolta saa sitten apua. Hyttien osalta niin Viking Linella on vanhat laivat. Niistä hyteistä tulee kyllä palautetta joka vuosi kun meillä on seminaari. Nitten jo siisteydestäkin tulee. Oheisohjelma laivayhtiön omia emme ole käyttäneet. Palvelusta maissa niin siitä minulla ei ole kauheasti kokemusta laivayhtiöitten osalta. Paitsi terminaalissa jos on tullut jotain ongelmia niin ollaan aina saatu apua. Isosta ryhmästä kun on kyse niin tulee aina tällaisia jotka on muistaakseni ilmoittautuneet mukaan mutta nimiä ei löydy listoilta niin kaikille on sitten aina saatu hytti ja nopeasti on hoitunut.

I: Mites oletteko käyttäneet, sanotaan että esimerkiksi Tukholmaan lähдете niin oletteko siellä olleet museokäynneillä tai?

KH: Ei ole. Koska meillä on niin isot ryhmät niin niitä on sitten sen verran vaikea hallita. Paitsi nytten marraskuussa niin meillä oli ensimmäistä kertaa halukkaille niin oli mahdollisuus osallistua kiertoajelulle. Ilmoittautumisen yhteydessä kun ilmoittautuvat tilaisuuteen niin siinä sai sitten valita että osallistuko kiertoajelulle vai ei.

I: Mites se toimi sitten?

KH: Se toimi todella hyvin.

I: Oliko tämä kummalla yrityksellä?

KH: Oltiin Viking Linella. Eli matkatoimisto oli varannut sen Viking Linen kautta sen bussin ja oppaan. Opas sai todella paljon kehuja että oli todella hyvä. Uskon että matkatoimiston osalta meni kyllä nämä palauteeta Viking Linelle. Mutta muuten niin ei olla käytetty mitään oheisohjelmaa. Ylensä Tukholman päädyssä on ollut vain kaksi/kolme tuntia vapaata aikaa ja päivällä alkaa sitten seminaari.

I: No onko tarjottu lisäpalveluja sitten?

KH: Ei kyllä ole tarjottu. Mutta tässäkin on taas kun meillä on matkatoimisto siinä niin matkatoimisto ei tarjoa. En tiedä sitten pitäisikö laivayhtiöitten enemmän markkinoilla näille matkatoimistoille. He kummiskin tietävät yhteyshenkilöt niin voisivat muistuttaa että informoivat asiakasta.

I: Tosi monestihan ei ehdi kun on seminaari ja muuta mun henkilökohtainen mielipide on voi kummiski kysyä, että olisiko kiinnostunut tai haluaako. Kun on niin moni ketä ei tiedä edes mitä on tarjolla ja molemilla yrityksillä on tosi paljon tarjottavaa. Sekä laivoilla että maissa.

KH: Se on totta. Voisivat sopia kokousryhmille jotain näisät oheispalveluista.

I: Sitten, minkä arvosanan antaisit kummallekin yritykselle kokonaisuudesta?

KH: Kokonaisuudesta miten asiat toimii niin kyllä minä antaisin molemmille yhdeksän.

I: Miksi?

KH: Kun itse järjestän näitä niin pyrin hirveän tarkkaan etukäteen asiat hoitamaan ja selvittää että kaikki toimii. Kokoustiloissa on tosiaan palveluaitis henkilökunta. Ravintolatiloiista niin, TallinkiSiljalle täytyy antaa miinusta siinä mielessä että siellä on nykyisin henkilökuntaa ketkä ei osaa suomea. Se voi jollekin asiakkalle olla miinus. Meilläkin on erin ikäistä ja kaikilla ei kuitenkaan ole se kielitaito paras mahdollinen, siinä voi sitten vähän häkeltyä että hetkinen. Haluaisinkin vielä lasin viiniä tai jotain. Vaikka onkin ryhmämenut ja on etukäteen varattu juomat mutta sithän aina voi kumminkin tilata omalla kustannuksella.

I: Onko tämä just ollu Serenadella ja Symphonylla?

KH: Jo, niillä on nyt vissiin ollut parin vuoden ajan ravintoloissa henkilökuntaa jotka ei vältämättä osaa. Mutta pääpiirteittän niin palvelu on toiminut molemmilla. Jos pitäisi palvelun osalta verrata että kummalle laivayhtiöille niin ei pysty valitsemaan kuitenkaan. Kyllä se on ne kokoustilat jotka meidän tapauksessa ratkaisee aina.

I: Missä asioissa Viking Line voisi parantaa?

KH: Voisi hankkia uuden laivan, että olisi paremmat kokoustilat. Cinderellan voisi tuoda takaisin Helsinki-Tukholma linjalle. Siellä on hyvät kokoustilat. Laivat on vähän kuluneita. Ja onhan se näin että tämä asiakas, voi olla etä hän kerran vuodessa käy tämmöiseen koulutu/seminaari matkalla niin se on hänelle myös semmoinen elämys. Päästä laivalle, päästä risteilylle niin kyllä se sitten kuitenkin on plussaa jos hytit on siistit ja uudemmat.

I: Mitäs Siljan puolella? Mitäs he voisivat parantaa?

KH: Sielläkin sitten tosiaan se ravintolahenkilökunnan asiakaspalvelu. Mutta järjestelyjen kannalta kaikki on kuitenkin toiminut.

I: Kun varaatte niin varaatteko molemilta laivayhtiöiltä matkan matkatoimiston kautta?

KH: Jo. Ei olla suoraan laivayhtiöltä varattu.

I: Onko teillä yhteyshenkilöitä kummiskin molemmille laivayhtiöille?

KH: Jo, on kyllä. Molemissa on omat yhteyshenkilöt.

I: Sitten brändikuva. Minkälainen brändikuva sinun mielestäsi Viking Linella on?

KH: Minun mielestä brändikuva on hyvä. Suomen yrittäjät on kummiskin etujärjestö ja Viking Line on kummiskin suomalainen. Se on kyllä plussaa. TallinkSiljalla negatiivisuus ehkä tulee kun se omistus on kummiskin siellä ulkomalla. Mutta TallinkSiljahan on tuonut nyt sitä Silja brändiä vahvasti takaisin. Se on vähän kiilloittanut heidän brändikuvaansa. Sitä kaytta se suomalaisuuskin tulle ehkä paremmin esille. Tai ainakin se mielikuva.

I: Onko mitään muuta?

KH: Ei mulla kyl muuta oikein tule nyttien mieleen.

I: Jos puhutaan tasoista, niin onko nämä laivayhtiöt tasollisesti samanlaisia?

KH: No palvelun osalta on kyllä. Kokousmatkustuksen näkökulmasta. Mutta kyllä kun Viking Linella on laivat kuluneita niin se antaa vähän semmoisen nuhruisen mielikuvan.

I: Jo haluaa varata niin sanotusti hienon matkan, kumman sinä valitset sun ryhmälle?

KH: Kyllä se siinä tapauksessa ehkä enemmän menisi tuon Siljan puoleen. Mutta Mariellallakin kyllä jos sieltä ottaa esimerkiksi jonkun paremman hyti, sviitin tai luxarin ja sitten vielä erikoisaamiainen on kiva. Mutta kyllä mä Siljaan ehkä silti kallistuisin jos pitäisi tämmöinen vähän tasokkaampi matka varata. Vikin Linelle terveisiä että uusi laiva missä on hyvät kokoustilat.

I: Kun sanoit että suomalaisuus on plussa, niin se ei silti vaikuta sun valintaan?

KH: Ei vaikuta loppupeleissä ei. Kyllä se on kummisi ne kokoustilat. Tallinan osalta niin meillä on ollu useampana vuotena silleen että olaan menty laivalla yli Tallinnaan ja oltu Tallinnassa yön yli ja siellä pidetty seminaari. Siinä ollaan käytetty sitten kun olaan menty laivalla yli niin Tallinkin niin sanottuja näitä nopeita aluksia. Laivalla ei ole ollut mitään tapahtumaa. Miksi ei olla menty Viking Linella Tallinnaan on sen takia koska Viking Linen aikataulu on huono tämmöiseen kokousmatkaan.

I: Käytättekö näissä tapauksissa sitten aina TallinkSiljaa?

KH: On käytetty. Tänä vuonna tuo Tallinnan tilaisuus on sitten siirretty Suomeen. Viking Linen laivalla joka menee Tallinnaan niin siinä on kokoustila mutta ei me olla niitä käytetty koska se aikataulu ei ole soveltunut meille.

I: Ei mulla kyllä varmaan sitten ole mitään muuta kysyttävää.

KH: Toivottavasti sait tästä nyt jotain.

I: Jo, kyllä ehdottomasti. Kaikki on aina kotiinpäin kyllä on kyse tällaisesta työstä. Kiitos paljon sinulle tästä!

KH: Kiitos itsellesi!