

OPINNÄYTETYÖ

MERVI VEIJOLA 2011  
SANNA LESKELÄ 2011

**RADISSON BLU HOTEL OULU  
MERITERASSISTA LISÄARVOA**



Rovaniemen  
ammattikorkeakoulu  
University of Applied Sciences

**MATKAILUN KOULUTUSOHJELMA**

ROVANIEMEN AMMATTIKORKEAKOULU  
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA  
Matkailun koulutusohjelma

Opinnäytetyö

**RADISSON BLU HOTEL OULU  
MERITERASSISTA LISÄARVOA**

Mervi Veijola  
Sanna Leskelä

2011

Ohjaaja Jaakko Naasko

Hyväksytty \_\_\_\_\_ 2011 \_\_\_\_\_

**Tekijä** Mervi Veijola Vuosi 2011  
Sanna Leskelä

**Työn nimi** Radisson Blu Hotel Oulu, Meriterassista lisäarvoa

**Sivu- ja liitemäärä** 73 + 9

---

Opinnäytetyön tavoitteena on Oulun Radisson Blu -hotellin Meriterassin toimintakuntoon saattamiseen tarvittavien edellytysten, mahdollisuuksien ja kustannusten kartoittaminen sekä toiminnan ideointi. Viitekehyksenä toimivaa lisäarvoa käsitellään teoriapohjalta sekä Meriterassin mahdollisuuksia lisäarvon tuottamiseen.

Opinnäytetyö on toiminnallinen ja hankkeistettu työ. Aineistoa on kerätty laadullisilla menetelmillä. Työtä varten on konsultaationa kerätty aineistoa hotellin esimiehiltä ja henkilökunnalta. Tämä on muodostanut pohjan ja raamit terassin käyttökunnon ja toiminnan ideointiin. Eri yritysten edustajilta on tiedusteltu terassin käyttökuntoonlaiton mahdollisuuksista ja alustavista kustannusarvioista. Opinnäytetyöhön on kerätty terassia koskevia asiakaspalautteita hotellin omasta asiakaspalauttejärjestelmästä.

Opinnäytetyön tuloksena on selvitetty Meriterassin tämänhetkinen kunto ja käyttökuntoonlaiton minimipanostus. Opinnäytetyössä esitellään eri vaihtoehtoja Meriterassin toimintakuntoon vaadittavista toimenpiteistä. Opinnäytetyöhön on koottu tietoa hotellista ja ravintola Toivon sekä Meriterassin historiasta ja toimintaideoista.

Haastattelujen ja asiakaspalautteiden perusteella opinnäytetyön aiheelle oli selkeästi tilausta. Hotellinjohtajan mukaan Meriterassi aiotaan kunnostaa ja avata käyttöön ensi kesänä, ainakin hotellin omille asiakkaille. Terassin toteutuksen valinnat ja käyttöönotto jäävät hotellin johdon päätettäväksi. Opinnäytetyö jää hotellin käyttöön työkaluksi Meriterassin käyttöönottoa suunniteltaessa.

**Avainsana(t)** lisäarvo, terassi, merellisyys, käyttökuntoonlaitto, toimintaidea



# SISÄLTÖ

## TIIVISTELMÄ

## ABSTRACT

<b>1 JOHDANTO .....</b>	<b>2</b>
<b>2 RADISSON BLU .....</b>	<b>4</b>
2.1 LIIKEIDEA.....	4
2.2 KANTA-ASIAKASJÄRJESTELMÄT .....	6
2.3 RADISSON BLU HOTEL OULU .....	7
2.4 ASIAKASPALAUTTEET .....	8
2.5 TOIMINTAYMPÄRISTÖ.....	9
<b>3 RAVINTOLA TOIVO.....</b>	<b>11</b>
3.1 HISTORIA.....	12
3.2 LAIVA TOIVO, OULU.....	15
<b>4 LISÄARVON TUOTTAMINEN.....</b>	<b>17</b>
4.1 ASIAKASSEGMENTOINTI .....	19
4.2 ASIAKKUUDET.....	20
4.3 ASIAKKUUKSIEN ARVO .....	21
4.4 LISÄARVON TUOTTAMINEN PALVELUINA.....	23
4.5 LAATU .....	27
4.6 MERITERASSIN LUOMA LISÄARVO .....	28
4.7 PALVELUN MUUTOKSET.....	30
<b>5 MERITERASSI.....</b>	<b>32</b>
5.1 KÄYTTÖKUNTOON LAITTO .....	35
5.1.1 Minimipanostus avaamiselle .....	38
5.1.2 Lattia .....	39
5.1.3 Kalustus.....	40
5.1.4 Markiisi .....	47
5.1.5 Valokate.....	50
5.1.6 Lasitus .....	52
5.1.7 Muu terassikalustus.....	53
5.2 TOIMINTAIDEOITA .....	54
<b>6 POHDINTA .....</b>	<b>65</b>
<b>LÄHTEET .....</b>	<b>68</b>
<b>LIITTEET .....</b>	<b>74</b>

## KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO

<b>KUVIO 1 RADISSON BLU HOTEL OULU .....</b>	<b>7</b>
<b>KUVIO 2 RAVINTOLA TOIVON POHJAPIIRUSTUS.....</b>	<b>11</b>
<b>KUVIO 3 HOTELLIN RAVINTOLATILOJEN TOIMINTA ERI VUOSIKYMMENINÄ.....</b>	<b>13</b>
<b>KUVIO 4 ARVOKETJUKAAVIO .....</b>	<b>17</b>
<b>KUVIO 5 OULUN KAUPPATORIN SUUNNITELMA.....</b>	<b>24</b>
<b>KUVIO 6 ESIMERKKI YKSINKERTAISEN RAVINTOLAPALVELUN TUOTANTOKULUTUSKAAVIOSTA .....</b>	<b>29</b>
<b>KUVIO 7 RADISSON BLU HOTEL OULU JA MERITERASSI ETUALALLA .....</b>	<b>32</b>
<b>KUVIO 8 HOTELLIN 1. KERROKSEN SUUNTAAN ANTAVA POHJAPIIRROS .....</b>	<b>32</b>
<b>KUVIO 9 HOTELLIN ETUPIHA, RAVINTOLA SASSIN TERASSI .....</b>	<b>34</b>
<b>KUVIO 10 MERITERASSI (TORIN SUUNNASTA KUVATTUNA) .....</b>	<b>36</b>
<b>KUVIO 11 LOUNGE-TERASSI .....</b>	<b>40</b>
<b>KUVIO 12 JACPOINTIN SUUNNITELMA KALUSTEIDEN SIOITTELUSTA (EI MITTAKAAVASSA) .....</b>	<b>42</b>
<b>KUVIO 13 ARIZONA SOHVARYHMÄ .....</b>	<b>42</b>
<b>KUVIO 14 SELKAN KUKKAPÖYTÄ JA MAMBO TUOLI.....</b>	<b>43</b>
<b>KUVIO 15 VANHA KIVIPÖYTÄ JA MARIA TUOLI.....</b>	<b>43</b>
<b>KUVIO 16 ORBIT KATOSSOHVA JA PUNOTTU KUKKARUUKKU .....</b>	<b>43</b>
<b>KUVIO 17 SARA-PÖYTÄRYHMÄT .....</b>	<b>46</b>
<b>KUVIO 18 BRUSTOR TWINSTOR -MARKIISI + YKSI SIVUVARJO .....</b>	<b>48</b>
<b>KUVIO 19 FASTLOCK UNI -VALOKATE .....</b>	<b>50</b>
<b>KUVIO 20 TOIVON RAVINTOLASALIA.....</b>	<b>56</b>
<b>KUVIO 21 SISÄÄNKÄYNTI TOIVON SALIIN .....</b>	<b>56</b>
<b>KUVIO 22 HOTELLIN RAVINTOLOIDEN SIJAINNI NYT (YLÄRIVI) JA VAIHDON JÄLKEEN (ALARIVI).....</b>	<b>57</b>

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena on Oulun Radisson Blu -hotellin Meriterassin potentiaalinen lisäarvo. Opinnäytetyössä kartoitetaan terassin toimintakuntoon saattamiseen tarvittavia edellytyksiä ja kustannuksia sekä ideoidaan terassin toimintaa.

Opinnäytetyössä käsitellään Oulun Radisson Blu -hotellia, hotellin tilaus- ja aamiaisravintola Toivoa sekä sen yhteydessä sijaitsevaa Meriterassia. Opinnäytetyössä selvitetään Meriterassin käyttöönottoon ja sen kehittämiseen liittyviä kustannuksia sekä kuvataan Meriterassin lähtötilannetta ja kuntoa. Näiden lisäksi kootaan terassin sekä ravintolan käyttö- ja toimintahistoriaa.

Työn tavoitteena on kehittää Meriterassia niin, että se saataisiin toimintakuntoiseksi ja toimivaksi kokonaisuudeksi, mielellään jo olemassa olevista resursseista kulujen minimoimiseksi. Tavoitteena on myös ideoida terassille uutta ilmettä ja uusia toiminta-ajatuksia. Tällöin terassia voitaisiin hyödyntää mahdollisimman paljon ja saataisiin tuotettua lisäarvoa hotellille sekä asiakkaille. Opinnäytetyötä varten on kartoitettu alustavia kustannusarvioita eri yrityksiltä Meriterassin mahdollisista kalustamis-, kate- ja lasitusideoista. Opinnäytetyö on toiminnallinen ja hankkeistettu työ, josta ei saa palkkaa tai muuta vastinetta. Työstä ei koidu suoraan rahallisia kustannuksia.

Aiheeseen liittyen lisäarvon tuottaminen on yksi tärkeimmistä viitekehyksistä ja lisäarvon käsitettä avataan teoriapohjalta. Työtä varten on keskusteltu hotellin esimiesten ja pitempiaikaisten työntekijöiden kanssa Meriterassin historiasta, aiemmasta käytöstä, ongelmista, tulevaisuuden ajatuksista sekä terassin kehittämisideoista.

Oulussa käydään jatkuvasti keskustelua merellisyyden ja merellisen maiseman hyödyntämättömyydestä. Meriterassilla saadaan Oulun merellisyyttä hyödynnettyä. ”Laiva Toivo, Oulu” on yksi osa Oulun merellistä kulttuurihistoriaa ja sitä voitaisiinkin hyödyntää Meriterassin ja ravintola Toivon kehittämisessä.

Toiminnallisen opinnäytetyön ideasta ei itsestään saada tutkimusongelmaa, vaan ideaan liittyvät asiaongelmat muodostavat tutkimusongelmat. Asiaongelma voi olla tietyn puuttuvan tiedon kerääminen, joka tukee toiminnallista osuutta. (Vilkkä–Airaksinen 2003, 58.)

Mervi työskentelee Oulun Radisson Blu -hotellin vastaanotossa. Oma kokemus sekä asiakaspalautteiden määrä antoi ajatusta kehittää Meriterassia niin, että se saataisiin asiakaskäyttöön. Meriterassi on perinteinen ja hienolla paikalla oleva terassi, joka on ollut vuosia kiinni. Tämän vuoksi aihe kiinnosti myös Sannaa Oululaisena. Opinnäytetyön idea otettiin hotellilla hyvin vastaan ja työlle oli selkeästi tilausta. Hotellilla useat esimiehet ja työntekijät haluaisivat ottaa tilan käyttöön ja terassiin kohdistuvalla opinnäytetyöllä saataisiin vietyä asiaa eteenpäin. Toimeksiannon tarkoituksena oli suunnitella terassi käyttöönottokuntoiseksi, jotta se voitaisiin ottaa asiakkaiden käyttöön ja toteuttaa toimeksiantajan haluamalla tavalla. Asiakkailta on tullut palautetta Meriterassin käyttämättömyydestä. Myös laajemmin hotelliketjun työntekijöiltä on kuulunut palautetta asiasta, kuten esimerkiksi Helsingin keskusmyyntipalvelusta.

Toiminnallinen opinnäytetyö yhdistää toiminnallisuuden, teoreettisuuden, tutkimuksellisuuden ja raportoinnin. Toiminnallisessa opinnäytetyössä täsmennetään, rajataan, kehitetään, uudistetaan sekä luodaan kohdetta käyttäjää paremmin palvelevaksi tuotteeksi. Tutkimustietoa sovelletaan toiminnallisuuden ja käytännöllisyyteen raportoinnissa. (Vilkkä 2010.)



## 2 RADISSON BLU

Rezidor Hotel Group on yksi maailman nopeimmin kasvavista majoitusalan yrityksistä, joka omistaa yli 300 hotellia noin 50 eri maassa. Rezidorin pääkonttori ja ketjujohto sijaitsevat Brysselissä. The Rezidor Hotel Group on listautunut Tukholman pörssiin vuonna 2006. Rezidor hallinnoi viittä hotelli-brändiä Euroopassa, Lähi-idässä ja Afrikassa. Nämä brändit eroavat toisistaan niin luonteeltaan kuin tyyliltäänkin. (Radisson SAS Hotels & Resorts 2008, 6.)

Radisson Blu on ensimmäisen luokan täyden palvelun hotelliketju. Se on Rezidorin suurin hotelliketju, jonka yksiköt vaihtelevat pienistä boutique hotelleista suuriin kaupunkimaamerkkeihin. (Radisson SAS Hotels & Resorts 2008, 7.)

Radisson Blu hotellien liiketoiminnasta Suomessa vastaa Sokotel Oy, joka on SOK:n majoitus- ja ravitsemistoimintaan keskittyvä tytäryhtiö. Suomen Radisson Blu -hotellien toimintaa johtaa Regional Director eli maajohtaja. Hotellien toiminnasta vastaavat hotellinjohtajat. (Radisson SAS Hotels & Resorts 2008, 9-10.)

Ensimmäinen Radisson SAS Royal -hotelli avattiin Helsinkiin vuonna 1991 ja Radisson SAS Hotel Oulu avattiin 1999. Radisson SAS -hotellien nimi muuttui Radisson Bluksi 2009 ja tänä päivänä Suomessa on seitsemän Radisson Blu -hotellia. (Radisson SAS Hotels & Resorts 2008, 8.)

### *2.1 Liikeidea*

Radisson Blu -hotellien toimintaa ohjaa yhtiötasoinen visio, joka on yksinkertaisuudessaan "Yes I Can! -asenne". Tällä asiakaspalvelufilosofialla ketju lupaa jokaisen asiakkaan kohtaamisen positiivisella asenteella. Jokaisella on tärkeä rooli tuottaa asiakkaalle unohtumattomia palveluelämyksiä, oli sitten hotellinjohtaja, tarjoilija, vastaanottovirkailija tai siivooja. (Radisson SAS Hotels & Resorts 2008, 5.)

Ketjun missiona on tarjota yritys- ja vapaa-ajan matkustajille valikoima erinomaisia palvelutuotteita, jotka ovat hyvää vastinetta rahoille, samalla taaten hyvä tuotto omistajille ja osakkeenomistajille. Työntekijöille tarjotaan inspiroiva työympäristö ja -paikka. (Radisson SAS Hotels & Resorts 2008, 5.)

"Yes I Can!" -palvelukonseptin lisäksi Radisson Blu Hotels & Resorts:n perusarvoina ovat myös "host", "fresh", "easy" ja "grazy". "Host" lähtee asenteesta olla hyvä isäntä asiakkaille. "Fresh" tuo raikkautta ja ennakkoluulottomuutta toimintaan. "Easyllä" keskitytään tuotteen helppoon saatavuuteen. "Grazyllä" asenteella haetaan uskallusta olla erilainen hausalla tavalla. (Radisson SAS Hotels & Resorts 2008, 5.)

Radisson Blu -hotellin liiketoiminta tunnetaan Suomessa Super Breakfast -aamiaisbuffetista, Magic Dreams -unielämyksestä ja Free Internet -saatavuudesta. Ketju on keskittynyt kehittämään palveluitaan juuri liikematkustajien tärkeimpiä valintakriteerejä palvellin. (Radisson SAS Hotels & Resorts 2008, 9.) Radisson Blu -hotellien palvelukonsepteihin kuuluvat myös 100 % tyytyväisyystakuu, One Touch Service, kolmen tunnin pikapesu, Express Check Out, myöhäinen uloskirjautuminen ja Grab & Run -varhaisaamiainen. (The Rezidor Hotel Group 2010a.)

Radisson Blu -ketju on maailmanlaajuinen ja helposti saavutettavissa. Internetin hakukoneet ja hotellivarausjärjestelmät tarjoavat ketjua ensimmäisten yritysten joukossa ja hotellit sijaitsevat aina kaupungin keskeisillä paikoilla. Oulun Radisson Blu -hotelli on kärkipaikalla muun muassa hotels.comin, booking.comin sekä tripadvisorin nettisivuilla, kun hakukoneesta etsitään Oulun hotelleja. Oulun Radisson Blu -hotelli on asiakastyytyväisyyskyselyiden mukaan Suomen paras Radisson Blu -hotelleista.

## 2.2 Kanta-asiakasjärjestelmät

Radisson Blu -hotellilla on erilaisia kanta-asiakasjärjestelmiä:

- Club Carlson -kanta-asiakaskortti on maksuton Rezidor hotelliketjun ja yhteistyökumppaneiden kansainvälisille matkustajille ja kokousvaraajille. Yöpyessään asiakas ansaitsee erilaisia etuja ja alennuksia sekä pisteitä, joita voi vaihtaa esimerkiksi lentopisteisiin tai palkintoyöpymiisiin. Näitä pisteitä voidaan käyttää yli 950 hotellissa yli 70 maassa. Kortin saa hotellin vastaanotosta heti mukaan.
- S-Card on kotimaiseen työmatkustukseen suunniteltu kanta-asiakaskortti, jonka asiakas ostaa itselleen. S-Card käy Suomen Radisson Blu -hotelleissa sekä kaikissa S-ryhmän hotelleissa. Korttiin liittyy palveluetuja ja sillä kerätään pisteitä hotellipalvelujen käyttämisestä. Ansaituista pisteistä asiakas saa plus-etuseteleitä, jotka ovat käyvän rahan arvoisia S-ryhmän hotelleissa ja ravintoloissa. Väliaikaisen kortin saa hotellin vastaanotosta heti mukaan.
- S-etukortti on S-ryhmän asiakasomistajuuden tunnus, jonka käyttämisestä hotelleissa liittyy monia etuja. Näistä merkittävin on kertyvä S-bonus kaikista ostoista.
- SAS EuroBonus -kortti on kansainvälisen lentomatkustajan kanta-asiakaskortti. Yöpyessään Radisson hotelleissa asiakas ansaitsee peruspisteitä, joita voi käyttää EuroBonus -ohjelman bonusmatkoihin SAS:n lisäksi kaikilla Star Alliance -lentoyhtiöillä sekä auton vuokraamiseen ja hotelliyöpymiseen.
- Lisäksi hotellilla käyvät melkeinpä kaikki lentoyhtiöiden bonuskortit. (Radisson SAS Hotels & Resorts 2008.)

### 2.3 Radisson Blu Hotel Oulu



Kuvio 1 Radisson Blu Hotel Oulu

Oulun Radisson Blu -hotellissa on 221 huonetta, joista viisi yhden hengen economy huonetta, yksi presidentin sviitti ja loput kahden hengen huoneita standard-, superior-, business- ja suite-luokissa. Suurimpaan osaan huoneista on mahdollista saada lisävuode kahdelle hengelle sekä pinnasänky. Hotellilla on omaa henkilökuntaa noin 50–60, työskennellen ravintoloissa (keittiö ja sali, aamiainen, á la carte- ja tilausravintola), kerroksilla, myynnissä, vastaanotossa ja huollossa. Hotellissa toimii Italialainen á la carte -ravintola Sassi ja tilausravintola Toivo sekä monipuoliset kokous- ja saunatilat. Radisson Blu Hotel Oulun liikevaihto on noin kuusi miljoonaa euroa. Talossa sijaitsevat ulkopuolisten yrittäjien pitämät yökerho Dione ja kauneushoitola Baline Spa.

Hotellirakennus on rakennettu vuonna 1973, jolloin tiloissa toimi Sokos Hotel Vaakuna. Radisson SAS avattiin vuonna 1999 ja syksyllä 2009 nimi muuttui Radisson Blu Hotelliksi. Hotellihuoneet on uudistettu vuosina 2005–2006. (Radisson SAS Hotels & Resorts 2008, 8, 13.)

Oulu on tunnettu Pohjois-Suomen johtavana bisneskaupunkina sekä kulttuuritarjonnastaan, kuten teatterista, sinfoniaorkesterista ja monista taidegallerioista. Oulu on monille tuttu pysähdyspaikka matkalla Lappiin. Radisson Blu -hotellin kilpailuetuna on sijainti kaupungin keskustassa, torin ja meren laidalla. Oulun Kaupunginteatteri on naapurissa ja ostoskaduillekin on vain muutamien minuuttien kävelymatka. Ulkoilijalle hotellin sijainti on täysi kymppi, koska Oulujoen ympäristön ulkoilureitit lähtevät aivan hotellin ovelta. Juna- ja linja-autoasemille on matkaa noin kilometri ja lentokentälle 14 km. (The Rezidor Hotel Group 2010b.)

Muita vastaavan tason kilpailevia hotelleja Oulussa ovat Scandic, Sokos Hotel Arina, Holiday Inn ja Cumulus, jotka kaikki sijaitsevat myös kaupungin keskustassa. Radisson Blu on osa S-ketjua eli hotellilta saa S-bonusta. Liikematkustajille on myös oma S-Card, joka käy kaikissa S-ryhmän hotelleissa Suomessa. Kanta-asiakasohjelmilla ja bonusjärjestelmillä saadaan houkutelua ja sitoutettua asiakkaita.

#### *2.4 Asiakaspalautteet*

Hotellilla asiakkaiden tarpeita ja käyttäytymistä selvitetään markkinatutkimusten voimin ja omilla asiakastytyväisyyskyselyillä, joilla kerätään sekä positiiviset että negatiiviset palautteet ja kehittämisehdotukset. Hotellissa asiakaspalautteet käsitellään kuukausittain. Tätä tietoa hyödynnetään kaikessa toiminnan kehittämisessä. Asiakkaalle on palautteen antamiselle monta helppoa väylää. Suullistakin palautetta otetaan vastaan ja palautteet laitetaan aina eteenpäin. Asiakaskyselyt ovat kaikille avoimia, eikä mitään ole erikseen kohderyhmittäin suunnattu tai rajattu.

Asiakaspalautteita systemaattisesti käsiteltäessä pystytään nopeasti näkemään niissä piilevät uuden kaupankäynnin mahdollisuudet. Kun asiakkaiden antama palaute noteerataan ja niihin reagoidaan, pystytään asiakastytyvyyttä varmistamaan. Asiakastytyväisyysmittauksilla saadaan selville se, onko pystytty vastaamaan asiakasarvoihin. (Lecklin 2002, 70–71, 97.)

Opinnäytetyötä varten asiakaspalautteita on kerätty hotellin omasta asiakaspalautekanava Medalliasta sekä keräämällä suullisesti paikan päällä ja sähköpostin välityksellä.

## 2.5 Toimintaympäristö

Oulun kaupunki mielletään teknologiakaupunkina. Muita Oululaisten ylpeyden aiheita ovat muun muassa terva, ilmakitara, Oulun Kärpät ja meri. Oulu on tunnettu monesta erilaisesta musiikillisesta tapahtumasta. Olipa musiikkimaku millainen tahansa, sitä pääsee kuulemaan Oulussa livenä. Oulu on ollut kiinnostava vierailukohde jo yli 400 vuotta ja kaupunki toimii kaupan ja liikenteen solmukohtana etelästä pohjoiseen ja mantereelta merelle. Oulu on pitkään ollut Suomen kokous- ja konferenssipaikkojen kärkipaikoilla. (Oulun kaupungin matkailuneuvonta 2011.)

Oulun kaupungin perusti Ruotsin Kuningas Kaarle IX vuonna 1605 Oulujoen suulle. Oulujoen suisto onkin ikivanha kauppapaikka. Kansainvälistä kauppaa tehneestä terva- ja lohikaupungista Oulu on kehittynyt noin 140 000 asukkaan osaamiskeskukseksi, joka tunnetaan korkean teknologian piireissä ympäri maailmaa. Myös matkailijat ympäri maailman löytävät Oulun vuosi vuodelta suuremmin joukoin. Ouluun onkin helppo tulla mihin vuodenaikaan hyvänsä. Valoisat, lämpimät kesäpäivät ja kylmä, runsasluminen talvi kuuluvat kumpikin Oulun vuodenvuoroon. Monipuoliset ostos-, kulttuuri-, ja ravintolapalvelut takaavat matkailijoille unohtumattomia elämyksiä. Tapahtumia on ympäri vuoden, mutta erityisesti kesäiseen aikaan Oulusta löytyy lukuisia mielenkiintoisia tapahtumia. Tekemistä ja kokemista riittää kaikenikäisille, myös perheen pienimmille. Vuoden 2010 matkustajajakauma oli: vapaa-aika 59,0 %, ammattiin liittyvät 40,5 %, muu tarkoitus 0,4 %. (Oulun kaupungin matkailuneuvonta 2011.)

Laajan seutukunnan ansiosta matkailutarjontaa Oulun läheisyydessä riittää moneen makuun erilaisista matkailukohteista luontoelämysten pariin. Lähettyvillä on muun muassa historiallinen Kierikkikeskus Yli-lissä, lintubongaajien paratiisi Liminganlahti, Kukka- ja Eläinpuisto Escorial Tyrnävällä, Koitelin Koski Kiimingissä ja Oulun seudun suosituin virkistysalue, Virpiniemi. Oulusta ei ole pitkä matka Rokualle – hyvinvointi- ja terveysturkaisu, Kalajoen Hiekasärkille, Syötteelle – Suomen eteläisin tunturi ja Hailuotoon.

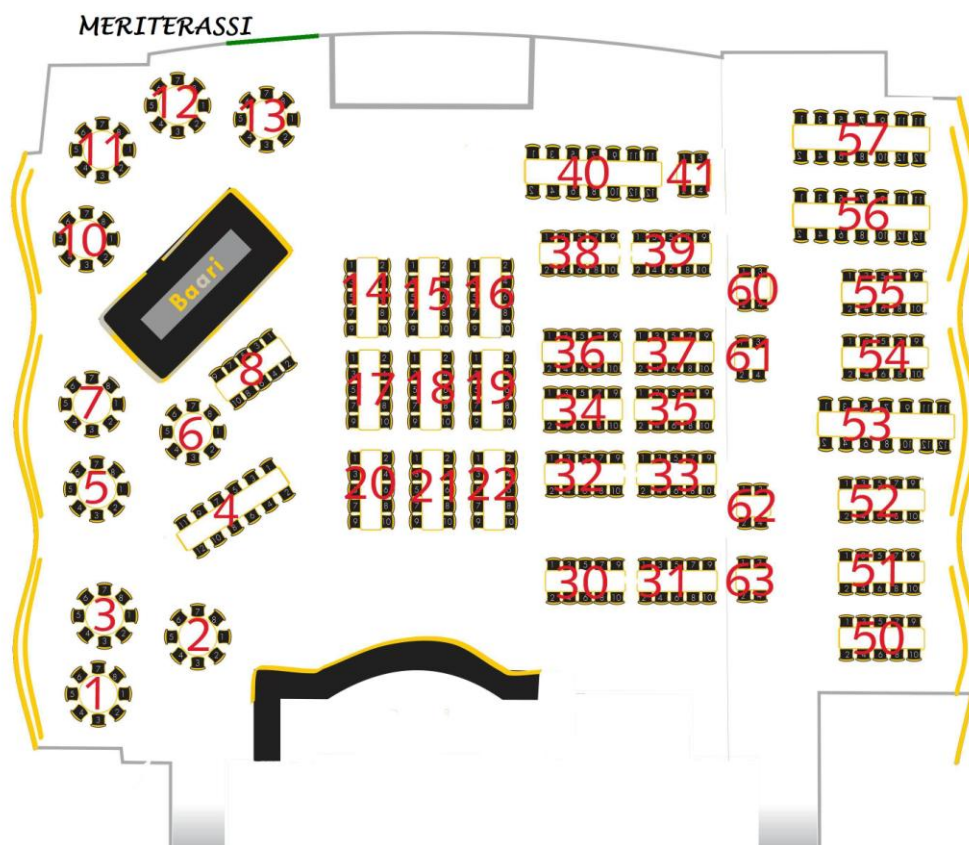
Oulunsalon lentoasema on matkustajamäärältään Suomen toiseksi vilkkain. Kentällä on tehty suuri laajennus ja vanhan uudistaminen on käynnissä, joka kokonaisuudessaan valmistuu vuoden 2012 alkupuolella. Nämä uudistukset kasvattavat lentokentän kapasiteettia 1,5 miljoonaan matkustajaan. Samalla avataan uusia suoria reittejä ympäri Eurooppaa. (OuluOn 2011.) Tämä tuo matkustajia Ouluun laajalta alueelta Pohjois-Suomesta sekä pohjoisesta Skandinaviasta ja Venäjältä. Tätä voitaisiin matkailullisesti hyödyntää ja saada nämä lentomatkustajatkin tutustumaan Oulun seudun matkailutarjontaan.

Oulu tunnetaan myös tiernakaupunkina ja tierna-aikaa vietetään tänä jouluna 18.11.2011–13.1.2012 välisenä aikana. Tierna-ajan kirkkaimmat tähdet ovat tietenkin tiernapojat, jotka kiertävät julistamassa joulun sanomaa laulaen. Tiernaperinne on vanha ja vahva Oulussa, ensimmäiset tiernapoikakilpailut järjestettiin jo vuonna 1933. (Tiernakaupunki Oulu 2011.)

### 3 RAVINTOLA TOIVO

Opinnäytetyön kohteena oleva Meriterassi sijaitsee ravintola Toivon yhteydessä. Ravintola toimii hotellin aamiaisivintolana sekä kokous- ja tilausvintolana.

Ravintola Toivossa on 600 asiakaspaikkaa, ravintolamuodossa 450 istumapaikkaa (Myyntipalvelu 2011). Ravintola Toivon liikevaihto on noin 300 000€, johon sisältyy kaikki hotellin kokous- ja tapahtumamyyni (Kovala 2011). Hotellissa on 12 kokoustilaa, yhteensä yli 700 m<sup>2</sup>. Toivon ja muihin kokoustiloihin ja kabinetteihin mahtuu yhteensä jopa 800 asiakasta. Kaikissa kokoustiloissa on maksuton Internet-yhteys, peruskokousvälineistö sekä puhujan koroke tarvittaessa. Radisson Blu on valittu Taloustutkimus Oy Kokoushotellit 2009 yleisarvosanan mukaan Oulun parhaaksi kokoushotelliksi. (The Rezidor Hotel Group 2010c.)



Kuvio 2 Ravintola Toivon pohjapiirustus



### *3.1 Historia*

Haastattelimme työntekijöitä jotka ovat olleet töissä talossa jo hotellin avaamisesta tai 80-luvulta asti, ja he muistelivat ravintola Toivon ja Meriterassin historiaa.

Hotelli on avattu joulukuussa 1973. Hotellin perustamisesta alkaen Ravintola Toivo on ollut lähes päivittäisessä käytössä, kuten myös Meriterassi sen yhteydessä kesäisin. Nykyään ravintola toimii aamiais-, kokous- ja tilausravintolana ja Meriterassi on suljettu kokonaan.

Ravintolasali on ollut avaamisesta asti Marmorisali nimellä, jossa on joka päivä ollut elävää musiikkia ja orkesteritanssit. Ravintolassa on ollut paljon lauluiltoja ja Meriterassi on ollut kesällä päivittäin auki ravintolan yhteydessä. Meriterassilla on järjestetty paljon erilaisia teemailtoja muun muassa ruokaan liittyen.

Marmorisalin jälkeen ravintolasta tuli Piccadilly 80-luvun puolivälin tienoilla. 90-luvun alusta Piccadillyn toiminta muutettiin tilausravintolaksi. Tilausravintolan yhteydessä toimi tanssiravintola Vaakuna. Meriterassilla toiminta jatkui aktiivisesti tanssiravintolan yhteydessä 90-luvun loppuun saakka, ennen kuin hotellista tuli Radisson SAS ja tilausravintolan nimeksi tuli Toivo.

Hotellilla toimi alusta asti hotellin toisessa päädyssä kahvila. Kahvilasta tehtiin hotellin á la carte -ravintola 90-luvun alussa. Ravintola toimi alkuun Grilli nimellä ja sen jälkeen Fransmannina. 1990- ja 2000-luvun vaihteessa á la carte -ravintola muutettiin Sassiksi.

	Hotellin ravintolatilojen toiminta		
Vuosikymmen	Meriterassi	Ravintola 1 (Meriterassin vieressä)	Ravintola 2 (Hotellin toisella puolella)
1970	Avoinna	Á la carte -ravintola Marmorisali	Kahvila
1980	Avoinna	Á la carte -ravintola Marmorisali / Piccadilly	Kahvila
1990	Avoinna	Tilausravintola Piccadilly / Tanssi-ravintola Vaakuna	Á la carte -ravintola Grilli / Fransmanni
2000	Kiinni / ulkopuolisilla yrittäjillä	Tilausravintola Toivo	Á la carte -ravintola Sassi

Kuvio 3 Hotellin ravintolatilojen toiminta eri vuosikymmeninä

Viimeksi Meriterassi on ollut hotellin omassa käytössä vuonna 2008, jolloin panostettiin terassin kuntoon laittamiseen ja kesän aikana terassilla järjestettiin erilaisia teemailtoja. Tällöin terassi oli myös aamiaisella ja yksityistilaisuuksissa avoinna. Tämän jälkeen vuonna 2009 terassi on ollut vuokrattuna ulkopuoliselle yrittäjälle, hotellin yhteydessä sijaitsevalle yökerho Dionelle.

Kun Meriterassi oli vuonna 2009 vuokrattuna yökerho Dionelle, se aiheutti käytännöllisiä ongelmia, sillä hotellin oma ravintola Toivo ja Dione eivät kuulu saman anniskelualueen piiriin. Dione sijaitsee hotellin kellarikerroksessa ja käynti sieltä terassille tapahtuu ravintola Toivon tai pihan kautta. Asiakkaat eivät ole myöskään osanneet hakeutua terassille epäsäännöllisten aukioloaikojen ja huonon mainonnan vuoksi.

Pitempiaikaisten työntekijöiden mukaan talo oli aiemmin ympärivuotisesti kokonaisvaltaisessa käytössä. Asiakkaat nauttivat tarjonnasta pitkän kaavan mukaan. Ensimmäinen illallisella, nautittiin tansseista ja teemailloista ja jatkettiin yökerhon puolelle, jossa oli tarjolla vielä yöruokaa. Kyseessä oli siis täyden palvelun talo huvituksiin. Ennen vanhaan Meriterassilla on jopa tapahtumien yhteydessä grillattu asiakkaille ruokaa.

Hotellinjohtaja Karvola kertoi hotellin vintille rakennetusta teemaravintolasta. Vintillä järjestettiin Agatha Christie -tyylistä murhamysteriteemallaista. Ilta oli suunniteltu niin, että jokaisella asiakkaalla oli oma rooli ja mukana oli näyttelijöitä. Ilta oli sanasta sanaan käsikirjoitettu ja sen oli kirjoittanut Joni Skiftesvik. Iltamat olivat suosittuja, mutta ongelmaa tuli siitä, että käsikirjoitus oli mitoitettu 10–20 hengelle, eikä siinä ollut joustoa. Osa asiakkaista koki osallistumisen ja näyttelemisen jopa ahdistavana. Illassa ei ollut mahdollista olla mukana pelkkänä katsojana ja nauttia illallisesta.

Hotellin kellarikerroksen kokoustilassa on 1990–2000 luvun taitteessa järjestetty ryhmille Salakapakka-teemailtoja. Asiakkaat kierrätettiin salakapakkaan piiloreittejä pitkin. Tilan ikkunat olivat peitettynä ja tunnelma hämyinen. Ilta päättyi salakapakan paljastumiseen, poliisien tuloon ja joku sai surmansa. Teemailtojen kulta-aika on ollut pitkään tauolla, mutta nyt on selkeä trendi havaittavissa niiden kasvussa. Esimerkiksi Helsingissä on lokakuussa järjestetty ravintola Lämmössä salakapakka-teemailta, jossa leikittiin vuoden 1929 kieltolakia New Yorkissa (Helsingin Sanomat 2011).

Aiemmin Toivon puolella on järjestetty lasten pikkujouluja, jotka vastaanottovirkailija Määtän mukaan olivat äärettömän suosittuja ja kysytyjä koko perheen tapahtumia. Ohjelmassa oli muun muassa oikea poro ja piparinpaistoa. Tilaisuus poikkesi edukseen monista muista pelkistä joulubuffettarjoiluista.

### *3.2 Laiva Toivo, Oulu*

Oulun historia ammentaa merellisyydestä. Nykypäivänä Oulun merellisyydestä ja varsinkin sen hyödyntämättömyydestä keskustellaan paljon. Merellinen Oulu ry pyrkii vahvistamaan Oulun mainetta merellisenä kaupunkina toteuttamalla useita hankkeita (Yle 2011). Oulu-seuran puheenjohtaja, arkkitehti Kaarina Niskala muistuttaa, että Oululla on merellinen historia ja hän kysyykin, miksi tätä ei muisteta. Oulussa on toiminut merikoulu ja täällä on koulutettu merenkulkijoita. Toppilan satama on toiminut jo vuodesta 1724, josta on lähdetty maailmalle. Ouluun on tuotu maailmalta sekä kulttuuria että ylellisyystavaroita. Kaupungin elinkeino perustui merenkulkuun ja kauppaan, joka antoi sysäyksen koko Oulun olemassaololle, kasvulle ja kehitykselle. Niskalan mukaan Oulu mielletään tänään enemmän jokikaupungiksi kuin merikaupungiksi. Meri ei tule tänä päivänä lähelle oululaisia. Tiedämme, että meri on, mutta alueella ei ole juurikaan merenkulkuliikennettä eikä matkustajalaivoja. (Yle 2010.)

Seudullisesti Perämeren alueen paikkakunnat kehittelevät yhteistä matkailullista markkinointia. Perämeren alueelle on myös suunnitteilla reittiliikennettä meriteitse, mikä yhdistäisi kaupungit Suomen ja Ruotsin alueella.

Tällä hetkellä Oulun kaupungin tahtotilana on rakentaa Oulun merellisyyttä tapahtumien kautta. Tuotekehityksessä ollaan alkuvaiheessa, joten kaikkea ei voi mitata taloudellisella tuloksella. (Oulun kaupunki 2011.)

Ravintola Toivon ja Meriterassin kehittämisessä voitaisiin ottaa huomioon Oulun merellisyys sekä ”Laiva Toivo, Oulun” historia. Ravintolan Toivon nimeen voisi linkittää historiikin Oulun merellisestä laivakulttuurista. Merellisyyttä voisi ottaa mukaan sisustukseen. Esimerkkinä sininen väri, joka voisi olla yhdistävänä tekijänä merellisyyden, ”Laiva Toivo, Oulun” ja Radisson Blu:n imagon kanssa. Hotellipäällikkö Pollarin mukaan hotellin yksi suurimmista kilpailueduista on sen merellinen sijainti.

Oulun merellisyyden ja merellisen historian hyödyntäminen ravintolassa voisi näkyä myös ”Laiva Toivo, Oulu” -aiheeseen liittyvinä tauluina. Tauluihin voitaisiin koota ”Laiva Toivo, Oulun” historiaa ja laulunsanoja sekä kuvia aikakaudelta. Tämä voisi olla yksi mielenkiintoinen lisäarvoinen elementti asiakkaille, niin Oululaisille, kuin hotellin omille asiakkaillekin. Paikallinen arki, kulttuuri ja historia ovat yksi osa matkustusmotiveista.

Laiva Toivo, Oulu -laulu on saanut kantaesityksensä 1877, kun parkkilaiva valtameripurjehtija Onni palasi kotiin Ouluun. Kotisatamaan purjehtiessaan Onnin miehistö lauloi kuorossa uuden ja ennen kuulemattoman laulun. Tästä uudesta laulusta tuli suosittu. Laulun nuotit olivat kuitenkin lainatavaraa, jonka esikuvana oli eräs Henry Clay Workin klassikko nimeltä ”Marching through Georgia”. Merimiesten laulaman laulun sanat kertoivat siitä, millaista oli pahimmillaan olla tyrannimaisen kapteenin alamainen. Tässä protestilaulussa kerrottiin fregatti Toivosta. Laiva oli Oulun ylpeys ja suurin Oulussa, Toppilan veistämöllä, rakennettu purjelaiva. Toivon laulu on arvokas historiallinen lähde, joka kertoo elämästä purjelaivoilla ja suurissa satamissa neljä–viisi miespolvea sitten. Se kertoo ajasta jolloin pohjoisen pienet kaupungit rakensivat suuria laivoja ja lähettivät ne maailman kaikille merille. ”Toivon lauluun” on säilöttyä pieni palanen menneisyyttä. (Kaukiainen 1998, 9–22.)

Oulussa ei ole selkeästi näkyvillä paljonkaan sellaista, joka tuo mieleen purjelaivojen kulta-aikaa. Torin kulmaa hallitsee muun muassa teatteritalo ja monikerroksinen Radisson Blu -hotelli, kun ennen vanhaan näillä kulmilla merimiehet odottelivat ”leipäkorin liehumista”. Hotellihuoneen ikkunoista on turha tähyillä laivojen mastoja, maisemaa hallitsee nykyään selluloosatehtaan korkeat piiput. Mitäpä tuosta merellisestä maailmasta sitten on jäänyt jäljelle? Muistona ovat ainutlaatuiset ja korvaamattomat paperit, jotka kertovat noista lavoista ja miehistöstä. (Kaukiainen 1998, 288.)

## 4 LISÄARVON TUOTTAMINEN

”Lisäarvosi arvottaa asiakas, et sinä” (Ruokonen 2009).

Ymmärtämällä kansainvälistä lisäarvomaisemaa, pystytään hyödyntämään paremmin sen mahdollista lisäarvoa (Santalainen 2009, 117). Jotta pystytään ymmärtämään kilpailuedun lähteitä, on ymmärrettävä koko toimialaa ja organisaation arvoketjua. Organisaation tavoitteena on tuottaa asiakkailleen lisäarvoa sen kaikkien toimintojensa kautta. Jotta asiakas kokee arvoa tuottavan aistikokemuksen, on palvelun kaikkien osa-alueiden tarjottava hyvää laatua (Kuusela–Rintamäki 2002, 132.) Avaamalla Meriterassi asiakkaiden käyttöön, saadaan sitä kautta tuotettua lisäarvoa niin asiakkaille kuin hotellillekin.

<b><u>Tukitoiminnot</u></b>	<b><u>Perustoiminnot</u></b>
yleisjohto, rahoitus, sidosryhmäsuhteet ↓	tuote- / palvelutuotantoa edeltävä ”sisään tukeva” logistiikka ↓
organisaation oppiminen, henkilöstövoimavarojen kehittäminen ja johtaminen ↓	tuotanto- (palvelu) operaatiot ↓
teknologia, tutkimus ja tuotekehitys ↓	”ulospäin” suuntautuva logistiikka ↓
yleishankinnat, yleisinvestoinnit ↓	markkinointi ja myynti, tiedottaminen ↓
↓	”lisäarvo” -palvelut ↓
<b>= Haltuunotettu lisäarvo</b>	<b>= Asiakkaille luotu lisäarvo</b>

Kuvio 4 Arvoketjukaavio

Arvoketjukaavion avulla voidaan tutkia lisäarvomaailman strategisia perusvalintoja niin liiketoiminta- kuin konsernitasollakin. Arvoketjuja hahmottamalla ymmärretään kilpailijoiden toimintaa paremmin ja tästä voidaan hyötyä kilpailuetuna. Tänä päivänä toimialojen perinteiset rakenteet muuttuvat uudenlaisten toimijoiden myötä. (Santalainen 2009, 118.) Santalainen kritisoikin kirjassaan arvoketjuajattelun rajoituksia, koska arvoketjumenetelmällä voidaan kuvata vain olemassa olevia toimialoja.

Arvoketjun lisäksi lisäarvomaisemaan kuuluvat kaksi muutakin keskeistä ulottuvuutta, jotka yhdessä ja erikseen tarjoavat mahdollisuuden kasvuun. Näitä kahta muuta käsitettä, markkinatilaa ja kansainvälistymisen astetta, emme kuitenkaan tässä yhteydessä lähde tarkemmin avaamaan. Nämä ovat strategisesti kaksi erillistä haastetta uuden lisäarvoketjun luomiseen. (Santalainen 2009, 128, 130.)

Se, kuinka hyvin pystytään tuottamaan lisäarvoa asiakkaille ratkaisemalla heidän tarpeitaan vaikuttaa suoraan siihen, miten organisaatio menestyy pitkällä tähtäimellä (Santalainen 2009, 134).

Asiakas haluaa, että hänen yksilölliset tarpeet huomioidaan ja että ne muistetaan, kun hän seuraavan kerran yöpyy samassa hotellissa. Erityisesti liikematkustajat arvostavat vaivattomuutta ja joustavuutta. Henkilökunnan tulee pystyä reagoimaan nopeasti esimerkiksi asiakkaan aikataulumuutoksiin. (GoFinland 2011.) Radisson Blu -ketju oli ensimmäisenä liikematkustajien valitsemista hotelliketjuista Business Travel Awards 2011 -palkintojenjaossa (Resegeometri 2011). Asiakastoiveita kuuntelemalla ja niihin vastaamalla vaikutetaan lisäarvomaisemaan.

#### *4.1 Asiakassegmentointi*

Segmentoinnilla tavoitellaan tehokasta ja kannattavaa toimintaa jolloin kohteen tai yrityksen olisi osattava kohdistaa voimavarat oikein. Tällöin asiakkaiden tarpeet ja odotukset on tunnistettava ja otettava huomioon toiminnassa. Koska yleistä segmentointimallia ei ole olemassa, niin esimerkiksi hotellin tulee analysoida omaa asiakaskuntaansa. Segmentoinnilla potentiaaliset asiakkaat erotellaan erilaisiin segmentteihin eri kriteerein. Segmenttien valintaan vaikuttavat yrityksen toimiala ja kohdemarkkinat. Segmentointi palvelee suoramarkkinointia, asiakaskohtaisen kannattavuuden seurantaa ja tuotekehitystä. (Rautiainen–Siiskonen 2010, 177.)

Asiakassuuntautuneisuus yrityksissä perustuu ajatukseen, että kasvattamalla myyntejä nykyisille asiakkaille yrityksen kannattavuus kasvaa pitkällä aikavälillä. Tämä ajattelumalli ei kuitenkaan ota huomioon kannattavuuden vaihtelua asiakkaiden keskuudessa. Vaikka taloudellisuus- ja kannattavuusarviointia tapahtuu kaiken aikaa intuitiivisesti, voi osaavasti laadituista kannattavuuslaskelmista olla korvaamatonta hyötyä erityisesti tärkeimpien ja vaikeimpien päätösten arvioinnissa. Käsitys kannattavuudesta on aina suhteessa tiettyyn ajanjaksoon ja laskentakohteeseen. (Pellinen 2003, 159–160.)

Pitkillä ja pysyvillä asiakassuhteilla on selkeästi etunsa. Tällöin voidaan säästää massiivisissa markkinointiponnisteluissa uusasiakashankintaan. (Hirvonen 2009, 36.) Kansainväliseen ketjuun kuuluvalla hotellilla on useiden kanta-asiakasjärjestelmien vuoksi jo ennestään paljon kanta-asiakkaita. Laadukkailla tuotteilla ja palvelulla saadaan luotua pysyviä asiakassuhteita, joihin ei esimerkiksi pienet hintojen nousut vaikuta (Hirvonen 2009, 36).

Pysyviä asiakassuhteita voidaan ylläpitää reagoimalla asiakkaiden toiveisiin. Vanhoille lojaaleille asiakkaille voidaan luoda uutta lisäarvoa tarjoamalla heille jotain ekstraa, uutta palvelua tai uudistunutta tuotetta.



Asiakkaan tarpeiden ymmärtäminen ja tunnistaminen on asiakkuuden hallinnan menestyksen kannalta keskeistä. Mitä parempi tuntuma on asiakkaisiin, sitä paremmin pysytään ennustamaan asiakkaan ostokäyttäytymistä ja tarjoamaan sen mukaisesti palveluita. Tätä myötä yrityksessä pitää miettiä vastausta kysymykseen, ketkä ovat ne asiakasryhmän tahot, jolle markkinointi kannattaa kohdentaa. (Mäntyneva 2001, 15.)

Yrityksen liiketoiminnan missio on ennen kaikkea kilpailuedun aikaansaaminen sekä yrityksen taloudellisen perustan turvaaminen. Kannattava liiketoiminta syntyy, kun sekä yritys että asiakas kokee suhteen itselleen tärkeäksi. On oltava luottamussuhde ja täytyy pystyä täyttämään toivomukset. Tätä myötä yrityksen tärkein tehtävä on toimivien asiakassuhteiden luominen ja kehittäminen. (Rautiainen–Siiskonen 2010, 178.)

#### *4.2 Asiakkuudet*

Asiakkuus syntyy siitä, että asiakas vapaaehtoisesti rajoittaa omia valintamahdollisuuksiaan esimerkiksi hotellin ja kohteen suhteen. Asiakkuuden muodostumiseen tarvitaan sekä tietoa että tunnetta. Yrityksessä tulisi pyrkiä kokonaisvaltaiseen toimintaan asiakkuuden muodostamiseksi. Asiakkuuteen ja asiakassuhdemarkkinointiin kuuluu kokonaisvaltaisuus, asiakasuskollisuus ja kannattavuus. (Rautiainen–Siiskonen 2010, 174.)

Asiakkuuden elinkaari jaotellaan neljään vaiheeseen: asiakkuuden hankinta, haltuunotto, kasvattaminen ja säilyttäminen. Kannattavan asiakkuudesta tekevät yleensä asiakkuuden kesto ja ostojen määrän kasvu. Kanta-asiakkaat ovat yleisesti ottaen kaikista kannattavimpia asiakkuuksia. (Mäntyneva 2001, 17–18.) Radisson Blu on suuri kansainvälinen hotelliketju jolla on jo omat kanta-asiakasjärjestelmät. Hotellilla on kaikki edellytykset saada monia asiakkaita jo pelkästään kuulumalla johonkin kanta-asiakasjärjestelmään. Kanta-asiakasjärjestelmät muokkaavat asiakkaan valintaa kohteen majoitus- ja ravintolapäätöksissä.

Hotellin asiakkaat voivat olla hyvin eri-ikäisiä ja he luonnollisesti arvostavat eri tavoin kohteen ja yrityksen palveluratkaisuja. Eroja on asiakkaiden ammatissa, koulutuksessa, tulotasossa ja arvomaailmassa. Asiakassuhteita ja asiakasprosesseja tulee korostaa ja vaalia kokonaisvaltaisesti. (Rautiainen–Siiskonen 2010, 174.)

Radisson Blu -ketjun suurimpana asiakaskohderyhmänä ovat liikematkustajat. On tutkittu liikematkustajien tärkeimpiä valintakriteereitä ja sen perusteella Radisson Blu -hotellit tarjoavat kehittynyttä palvelua juuri heidän valintakriteerien mukaan. Näistä suurimmat panostuskohteet hotellilla ovat aamiaisbuffet, hyvä uni ja hyvät työskentelyolosuhteet. Hotelleissa on ainutlaatuiset erityisesti Radisson hotelliketjulle valmistetut jenkkiängyt, langaton laajakaistayhteys veloitusetta ja aamiaisella on tarjolla yli 100 tuotetta sisältäen myös luomutuotteita.

Hotelli panostaa talvella liikematkustajiin ja kesällä lapsiperheisiin sekä muihin yksittäisiin lomailijoihin. Radisson Blu haluaa olla hotellina kaikkien saatavilla ja asiakkaiden toiveiden mukaan muokattavissa, kuitenkin yllätyksellinen ja yksilöllinen. Hotellilla on monenmoista tarjontaa eri-ikäisille ja erilaisiin tarpeisiin, kuten kauneushoitola, yökerho, italialainen ravintola, aulabaari, lasten leikkihuone, kuntosali sekä sauna- ja allasosasto.

#### *4.3 Asiakkuuksien arvo*

Asiakkuuden arvo on sitä, että yritys yhdessä asiakkaan kanssa luo prosesseja, joista syntyy arvoa ja hyötyä molemmille. Tästä on esimerkkinä muun muassa yhteistyösopimukset ja kaupankäynnin kumppanuus. Arvo määräytyy niiden tuotteiden ja lupauksen mukaan, joita asiakas saa vastineeksi korvauksistaan ja lupauksistaan. Arvoa syntyy myös yhteisestä oppimisesta, kehittymisestä tai luottamuksesta. Hotellin ja asiakkaan välinen yhteistyö on merkittävää silloin, kun asiakas osallistuu palvelu- ja tuotantoprosessiin. Kaikkia asiakkuuksia tulisi pitää pääomana, johon sekä yritys että asiakkaat investoivat. Molemmat osapuolet haluavat saada tuottoa sijoituksilleen. (Rautiainen–Siiskonen 2011, 227–229.)

Arvokkaimmat asiakkuudet tuottavat suurimman osan yrityksen liikevaihdosta ja sitä kautta vaikuttavat yrityksen toiminnan kestävyYTEEN. Asiakkaan arvoa kannattaa arvioida sekä rahallisesti että ei-rahallisesti, eli asiakkaan arvo ei tarkoita aina asiakkaan kannattavuutta. Asiakkuus voi olla yritykselle arvokas joko taloudellisen tuoton tai tulevien liiketoimintamahdollisuuksien perusteella. Asiakkuuden tärkein vaihe on jalostuminen, joka muodostuu eri osa-alueista: asiakkuuden arvon parantaminen, asiakaskannattavuus, asiakasosuus, asiakkuustulot ja asiakkuuskustannukset sekä asiakkuuden lujuus. Jalostumisen aikana tapahtuu suurin arvonnousu asiakkuudessa. (Rautiainen–Siiskonen 2011, 229–231.)

Yrityksessä tulee olla luotuna arvokkaimmista asiakkuuksista asiakaskanta. Asiakkuuksien johtoryhmä analysoi asiakaskantaa ja miettii, miten yritys voisi hyödyntää asiakkuuksien resursseja paremmin sekä antaa asiakkailleen entistä tehokkaammin kohdistettua palvelua. Arvokkaimpien asiakkuuksien näkeminen pääomana edellyttää myös, että ymmärretään asiakkuuksien johtamisesta koituvat kustannukset. (Rautiainen–Siiskonen 2011, 231–233.)

Mitä tyytyväisempi asiakas on, sitä enemmän sillä on lisäarvoa asiakkaalle ja yritykselle (Santalainen 2009, 135). Asiakaspalautteiden perusteella Merite-rassin avaaminen ja sen käytön mahdollistaminen on selkeästi toivottua. Lisäarvon tulee näkyä asiakashyötynä (Santalainen 2009, 135).

Tutkimusten mukaan tyytymätön asiakas kertoo huonosta kokemuksesta vähintään seitsemälle ihmiselle. 13 prosentin osuus tyytymättömistä asiakkaista kertoo kokemuksesta jopa 20 ihmiselle. Sen sijaan tyytyväinen asiakas kertoo onnistumisista vain kolmelle–neljälle henkilölle. (Pesonen–Mönkkönen–Hokkanen 2000, 103.)

#### *4.4 Lisäarvon tuottaminen palveluina*

Massaräätälöinnin keskeisin tavoite on kehittää, valmistaa, markkinoida ja toimittaa kohtuuhintaisia varioituvia tuotteita ja palveluita, jotka täyttävät lähes kaikkien asiakkaiden tarpeet. Asiakkaiden tarpeisiin pyritään reagoimaan kattavammalla tuotevalikoimalla ja tilaustoimitusprosessin nopeudella. Massaräätälöityjen tuotteiden avulla pystytään vastaamaan asiakkaiden vaatimukseen ja siten saavuttamaan korkeammat myyntiluvut pienemmillä yksikkökustannuksilla. (AKP 2011.)

Hotellilla on hyvät massaräätälöinnin edellytykset, sillä hotellilla on suuri valikoima erilaisia palveluita, tuotteita ja paketteja jokaisen asiakkaan toiveisiin. Hotellin asiakas- ja kanta-asiakasjärjestelmät ovat kattavia, minkä vuoksi asiakkaat ovat helposti tavoitettavissa erilaisiin markkinointitoimenpiteisiin. Hotellilla on valmiita paketteja kokousasiakkaille, ryhmille ja häävieraille sekä esimerkiksi erilaisia teatteripaketteja. Kaikki paketit ovat räätälöitävissä asiakkaan toiveiden mukaan. Hinnoittelu on tehty selkeäksi, jotta jokainen työntekijä vastaanotossa ja myyntipalvelussa pystyy näitä paketteja kokoamaan ja myymään asiakkaan toiveiden ja hintahaarukan mukaan. Oulun Radisson Blu -hotelli tekee yhteistyötä paikallisten toimijoiden kanssa ja myy hotellin asiakkaille esimerkiksi elokuva-, teatteri-, kylpylä- ja konserttilippuja.

Meriterassi saattaisi olla helppo ottaa mukaan Toivossa järjestettäviin kokous- ja ravintolapaketteihin pientä korvausta vastaan. Esimerkiksi ulkona käynti helpottuu asiakkaalle, kun ei tarvitse kiertää vastaanottoaulan kautta etupihalle, vaan pääsee heti Toivon salista terassille. Näin ei myöskään häiritäisi muita hotellin asiakkaita niin paljon.

Radisson Blu -hotellilla on keskeinen ”yksinoikeudellinen” sijainti Oulun torilla. Tällä hetkellä on kehitteillä kolme suurta hanketta, joilla kauppatorin ympäristöön tulisi mahdollisesti useita uusia maamerkkejä (Kaleva 2011). Torille kaavaillaan Elämysten Taloa, jonka tavoitteena on kehittää ja edistää torin ympärivuotista käyttöä. Toiselle puolen toria on suunnitteilla Gasthaus-tyyppinen hotelli ja talvitori kauppatorin viereen. Torin laidalla sijaitsevan kirjaston taakse rantaan on kaavailtu 22-kerroksista tornihotellia. (Kaleva 2011.) Mahdollisesti tornihotellin yhteyteen rakennettaisiin 1500-paikkainen kokous- ja kongressitila Merisali, jolloin torilla pystyttäisiin järjestämään mittaviakin kokouksia ja kongresseja (Forum24, 2011).



Kuvio 5 Oulun Kauppatorin suunnitelma  
Oikealla Radisson Blu (punainen), vasemmalla Gasthaus (sininen), keskellä Elämysten Talo (keltainen) ja yläkulmassa 22-kerroksinen tornihotelli.

Torin lisäkäyttö ja lisääntyvä ihmismäärä saattavat tuoda potentiaalista asiakaskuntaa ja lisäkysyntää Radisson Blu -hotellin palveluille. Hotellien ja elämystalon suunnitelmat torille hotellin läheisyyteen tuovat valtavasti kilpailua, jolloin lisääntyvään kilpailuun on vastattava laadulla, tuotteilla, elämyksillä ja palveluilla. Hotellin kilpailuvaltti kokoushotellina näiden hankkeiden toteutumisen myötä voi tulevaisuudessa tulla haastetuksi.

Isojen Ouluun saatavien kongressien myötä Radisson on yleensä mukana tapahtumissa. Pienemmissä kokoustapahtumissa Radisson saattaa joutua paikallisella tasolla kovaan kilpailuun uusien hotellien kanssa. Mahdollisesti hotelli joutuu jollain tavalla vastaamaan mahdolliseen kilpailuun uusilla innovaatioilla. Näin voitaisiin tuottaa asiakkaille lisäarvoa, jotta he jatkossakin käyttäisivät Radissonia. Haluaako asiakas mahdollisesti kokeilla jotain uutta palvelua jos tarjolla on useita vaihtoehtoja? Yksi palvelun tarjoaja on ollut paikallaan jo kymmeniä vuosia ja sitten vierestä löytyy uusia vaihtoehtoja. Minkäköhän vaihtoehdon asiakas valitsee seuraavalla kerralla?

Torin muut suunnitelmat etenevät, mutta tornihotellin tilanne on jäissä. Hotelli Hiltonin ja rakennuttajayhtiö Skanska Talonrakennuksen sopimus on kariutunut, eikä Ouluun ole tulossa Hiltonin tornihotellia. Skanska olisi valmis jatkamaan hanketta ehkä jonkun toisen toimijan kanssa, mutta asian eteneminen on nyt kaupungista kiinni. (Laine 2011.)

Hotellinjohtaja Karvola ei näe tällä hetkellä näitä torin suunnitelmia uhkana niiden epävarmuuden vuoksi. Myöskään Gasthausille ei ole vielä operoijaa.

”Samoja perunoita minä myyn, kun tuo naapurin Pekkakin” -ajattelu tulee haastetuksi, kun alueellinen kilpailu asiakkaista lisääntyy entisestään. Tällöin on kiinnitettävä huomiota palvelutarjontaan. On tärkeää, että kiinnitetään huomiota tuotettavien palveluiden määrään ja laatuun jo ennen kuin markkinoilla on kilpailutilanne päällä. (Hirvonen 2009, 36.)

Hirvonen on löytänyt hyvän esimerkin palveluiden lisäarvosta kirjasta Palveluiden markkinointi esimiestyön haasteena. Kirjassa matkailuyrittäjä Heli Siekkinen toteaa seuraavaa: ”Tarjoilimme asiakkaalle lasin kuohuviiniä. Hän kertoi minulle myöhemmin, että hän ei koskaan unohda sitä, että hänelle tarjottiin tuo lasillinen kuohuviiniä yritykseen tullessa. Kyse ei ole siitä, etteikö hänellä itsellään olisi ollut varaa ostaa vaikka kuinka paljon kuohuviiniä, vaan siitä että hänelle osoitettiin huomiota ja välittämistä.” Tässä on tarjottu pieni ele matkailuyrittäjältä, mutta saatu suuri tunne asiakkaalle. Tällä tavoin voidaan saada positiivinen muistijälki, joka mahdollisesti poikii suositusten kautta tulevaisuuden lisämyyntiä. (Hirvonen 2009, 36.)

Kun yritystoimintaa on jatkunut pitkään ja asiakkuuksia saatu, tulisi yrityksessä siirtyä seuraavaan vaiheeseen. Tällöin mietitään muun muassa asiakkaita kuuntelemalla, miten heille saadaan tuotettua lisäarvoa. Tällä taas parannetaan kilpailuetua. (Hirvonen 2009, 40.)

Monesti tarjotut palvelut ovat asiakkaille monimutkaisia vertailla ja lopputuloksen laatua hankala arvioida. Tällöin asiakas päättelee laatua myös ulkoisista seikoista, kuten ulkoisesta olemuksesta, siisteydestä ja siitä, miten asia tuodaan esille. (Hirvonen 2009, 37.) Meriterassi sijaitsee näkyvällä paikalla ja useiden palautteiden mukaan terassin ulkonäkö olisi saatava siistiksi. Terassein epäsiisteyden huomaa paitsi ravintola Toivon puolelta, myös ohi kulkevan pyörätien puolelta.

Yritys voi päästä kilpailijoitaan parempiin suorituksiin vain, jos se pystyy olemaan jossain asioissa pysyvästi erilainen kuin muut (Hirvonen 2009, 39). Tukholman yliopiston markkinoinnin laitoksen johtajan mukaan vain 20 % tyytyväisistä asiakkaista palaa asiakkaaksi toisenkin kerran. Erittäin tyytyväisistä tai ilahuneista asiakkaista palaa takaisin jopa 80 %. (Pesonen–Mönkkönen–Hokkanen 2000, 103.)

#### 4.5 Laatu

Palvelun laadun ominaisuudet, kuten tekninen laatu ja toiminnallinen laatu, muodostavat kuluttajalle käsityksen palvelun kokonaislaadusta. Kuluttajalle on teknisesti tärkeää, että hän saa esimerkiksi hyvää ruokaa. Toiminnallisessa laadussa asiakas esimerkiksi kiinnittää huomiota tarjoilijan käyttäytymiseen tai toisten kuluttajien vaikutukseen tunnelmasta. Usein toiminnallinen laatuosio muodostuu merkittävämmäksi tekijäksi luoda kilpailuetuja ja irrottautua kilpailijoista pitkällä tähtäimellä. Teknisesti kilpailijat voivat välittömästi esittää samanlaisia teknisiä ratkaisuja. Palveluyrityksen profiililla, esimerkiksi ulkonäöllä ja maineella, on merkitystä laatukselle. Kun halutaan kehittää uusi palvelu tai muuttaa olemassa olevaa, tulee ensin päättää, millainen laatutaso halutaan saavuttaa. Tämän yhteydessä mietitään, mitkä profiilit sekä tekninen ja toiminnallinen laatu esitetään kehittäytymisen päämääräksi. Teknisen ja toiminnallisen laadun sekä profiilin eri laatuosioita on oltava johdettuja markkinoiden tarpeisiin ja selvästi määriteltyjä. Jotta palvelukehittäminen olisi asiakkaisiin tai markkinoihin suuntautunutta, täytyy valittu kehitysstrategia olla lähtöisin markkinoiden tarpeista ja toiveista. Keskittyessä toiminnalliseen kehitysstrategiaan, täytyy kuitenkin ottaa huomioon kaikki kolme laatuosioita. Palvelukehittämiselle on olennaista selvittää, miten kuluttajat kokevat palvelun. Kuluttaja muodostaa tästä kokemuksesta palvelun laadun. (Grönroos 1983, 78–80.)

Ravintolapäällikkö Kovala kertoi haastattelussa, että Meriterassin laadun on vastattava hotellin laatumäärittäjiä. Samoin asiakaskunta, mitä terassilla halutaan saavuttaa, on oltava sama kuin hotellilla. Terassin ovia ei vain voida aukaista, ennen kuin se on siinä kunnossa, että se kulkee käsi kädessä hotellin laatuosioita kanssa. Tämä tulee ottaa huomioon, kun terassia siistitään ja mahdollisesti kalustetaan ja katetaan. Meriterassin sijainti, ulkonäkö, ruoka- ja juomalistat sekä terassin käyttö esimerkiksi aamiaisella ja kokouksissa vaikuttavat terassin tekniseen laatuun. Toiminnallinen laatu on suuri kilpailuetu, kun puhutaan esimerkiksi aamiaisen tunnelmasta. Mikä olisikaan ihanampaa, kuin nauttia aamiaista ulkona meren äärellä! Monessako Oulun hotellissa siihen on mahdollisuus? Meriterassin kokonaislaadua kehiteltäessä on kiinnitettävä huomiota asiakastarpeisiin ja -palautteisiin.



Hotellinjohtaja Karvola kertoi haastattelussaan hotellin investoineen sekä panostavan myös tulevaisuudessa laadukkaampaan palveluun ja tuotteisiin. Hotellille on kesällä 2011 hankittu uudet televisiot ja televisiojärjestelmät, joista on saatu paljon positiivista palautetta asiakkailta. Hotelli on budjetoitu sijoituskohteeksi muun muassa laadukkaampia pyyhkeitä ja lakanoita. Kaikki tämä tähtää lisäarvon tuottamiseen sekä imagon vahvistamiseen Oulun ykköshotellina. Karvola totesi, että Meriterassille on tehtävä ensi keväänä vähintään ”face lift”, jotta tila saadaan hotellin tasoon sopivaksi sekä hyötykäyttöön aamiaiselle ja Toivon tilaisuuksiin.

#### *4.6 Meriterassin luoma lisäarvo*

Laatuvaatimusten määrittelyjen jälkeen voidaan aloittaa itse palvelun kehittäminen. Se voidaan jakaa kahteen vaiheeseen: palvelun tuotantokulutuskavion kehittäminen ja voimavarojen kehittäminen. Tuotantokulutuskaviossa voidaan kuvata yksityiskohtaisesti palvelun eri osat sekä selvittää, mitkä seikat voivat vaikuttaa kuluttajan käsitykseen palvelun eri osista. Selvittämällä yksityiskohdat voidaan yrityksen voimavarat kehittää lopulliseksi palveluksi. Toisena vaiheena on varsinainen kehittelyvaihe, jossa voimavarojen käyttö päätetään. Kun kehitetään laatua luovia voimavaroja lopulliseksi palveluksi, tulee ottaa huomioon, että palveluajatus suuntautuu tarpeisiin ja että palvelu on saavutettavissa ostoon ja kulutukseen. (Grönroos 1983, 84–87.)

Palveluajatus konkretisoidaan palvelukokonaisuudeksi. Kuluttajat voivat arvioida sitä saavutettavuudella eli kuinka helposti palvelu on saavutettavissa kuluttajalle. Vuorovaikutteista viestintää asiakas arvioi kohtaamalla ja näkemällä yrityksen henkilöstöä. Palvelukokonaisuuden arvioimisen tukipalveluita ovat houkuttelevammat lisäpalvelut, joista saadaan kilpailuetua verrattuna siihen, mitä kilpailijat tarjoavat. Kuluttajavaikutus eli kuluttajan osallistuminen itse palveluun sekä muiden kuluttajien toiminta samassa tilassa vaikuttaa palvelun kokonaislaadun arviointiin. (Grönroos 1983, 84–87.)

Uuden palvelun kehittäminen voi käsittää yhden tai useamman elementin kehittämisen. Näitä ovat muun muassa palveluajatuksen kehittäminen, varsinaisen palvelun ja tukipalvelujen uudet yhdistelmät, vanhojen saavutettavuusresurssien korvaaminen uusilla, palveluhaluuden ja kontaktikyvykkyden parantaminen henkilöstön keskuudessa ja kuluttajan tuotantorutiinien muuttaminen. Mitä tahansa näitä yrityksen tuotekehityksen osia voidaan yhdistellä. Joka tapauksessa tulokseksi saadaan jollakin tavoin uusi tai uudistettu palvelu. (Grönroos 1983, 84–87.)

Osamomentti	Voimavarat
Asiakas valmistautuu menemään sisään	Julkisivu, ruokalista ravintolan ulkopuolella
Asiakas tulee sisään ja jättää päällysvaatteet	Vaatesäilytys, vahtimestari
Asiakas etsii pöytää	Hovimestari, pöydän sijainti, toiset kuluttajat
Asiakas tilaa	Ruokalista, hovimestari, tarjoilija
Asiakas odottaa ruokaa	Pöytä ja tuolit, muu sisustus, tunnelman luominen musiikilla ym., toiset kuluttajat
Ruoka tarjoillaan	Tarjoilija, ruoan kattaus
Asiakas syö	Ruoka ja kattaus, ympäristö, toiset kuluttajat
Lisämyynti	Ruokalista, tarjoilija, toiset kuluttajat
Asiakas lähtee ravintolasta	Hovimestari, tarjoilija, vaatesäilytys, vahtimestari

Kuvio 6 Esimerkki yksinkertaisen ravintolapalvelun tuotantokulutuskäytöstä

Meriterassi on olennainen ja näkyvä osa hotellirakennusta ja ravintolaa, mikä vuoksi asiakkaat olettavat sen olevan käytössä, kuten hotellikin. Asiakkaiden kysyntään myydään niin sanotusti ”ei oota” tällä hetkellä. Tarvitaan myös markkinointitoimia, jotta Meriterassi saadaan uudelleen asiakkaiden tietoisuuteen auki olevana.

Terassin ollessa avoinna, tulisi sen välittömässä läheisyydessä olla myös palvelu ja tarjoilu saatavilla. Ravintolapäällikkö Kovalan mielestä ei ole palvelukonseptin mukaista juoksuttaa asiakasta hakemaan virvokkeita hotellin toisesta päästä ravintola Sassin puolelta ja kantamaan niitä itse.

Investoimalla tuotekehitykseen saadaan yleisesti uskotusti ja tutkitusti kilpailuetua (Santalainen 2009, 155).

Kehittämällä omia resursseja tuotetaan hotellille lisäarvoa, jolla se pystyy vahvistamaan omaa asemaansa markkinoilla suhteutettuna kilpailijoihin (Santalainen 2009, 154). Meriterassi sijaitsee ainutlaatuisella paikalla ja sieltä on poikkeuksellisen hienot merelliset näkymät. Muilla hotelleilla ei ole samanlaista terassia tällä hetkellä tarjolla. Tällä tavoin pystyttäisiin saamaan lisäarvoa vanhoilla ja uusilla markkinoilla, kun ollaan tuotteen kanssa ensimmäisenä liikkeellä.

Mitä avarakatseisemmin ja kokonaisvaltaisemmin lisäarvomaaisemaa ymmärretään, muodostuu lisäarvon ansaintapotentiaalista sitä suurempi (Santalainen 2009, 142). Meriterassin ja sitä kautta palvelujen kehittämisen avulla saadaan etsittyä uusia keinoja markkinoiden ja lisämyynnin kasvattamiseen. Meriterassilla pystytään rakentamaan useita lisäarvomuuuttujia: asiakas kokee lisäarvoa, tuotteet kestävät kilpailua ja se voi olla sisäisesti kustannustehokas sekä suhdanteita kestävä innovatiivinen oivallus markkinoilla. Mitä korkeampi profiili arvomuuttujilla on, sitä paremmasta kilpailuedusta on kyse. (Santalainen 2009, 140.)

#### *4.7 Palvelun muutokset*

Yhteiskunta muuttuu jatkuvasti. Julkisissa palveluissa ja isommissa yrityksissä muutamia vuosia sitten asiakas oli vaivoin siedettävä ”haittatekijä”. Nykyaikaisessa asiakasajattelussa keskitytään kuitenkin palvelun tuottajan ja asiakkaan kestävään yhteistyöhön. Asiakkaiden kanssa tapahtuva yhteistyö on yritystoiminnan välttämätön ehto, joka johtaa kaupalliseen vaihdantaan. (Risänen 2005, 111.)

Kun yhteiskunnalliset ilmiöt, kuten rahamarkkinoiden ja kansantalouden yleinen kehitys, teknologian suuntautuminen sekä kaupallisten sopimusten kehityssuunta ovat muuttuneet, on se vaikuttanut myös palvelukulttuurin muuttamiseen (Rissanen 2005, 40–41). Ennen vanhaan henkilökuntaa on ollut reilusti ja sitä myöten asiakas on saanut parempaa ja nopeampaa palvelua. Nykyisin työ maksaa enemmän ja raaka-ainekustannukset ovat kalliimpia. Kaikesta liiketoiminnasta halutaan aina vain parempaa tuottoa vähemmillä kustannuksilla. Tarjonta, kysyntä ja sitä kautta syntynyt aina vain kiristynyt kilpailutilanne on muuttanut markkinoita entistä raadollisemmaksi.

Oulun Radisson Blu -hotellissa asiakkaille on voitu aiemmin tarjota monipuolisempaa palvelua. Aamiaisella asiakkaat ovat saaneet tilata kokilta munakkaita. Munakaskokki oli salilla näkyvillä ja asiakas pystyi tilaamaan häneltä suoraan halutunlaisen munakkaan erilaisilla täytteillä. Tänä päivänä ainoastaan jo palkkakustannukset koetaan niin suuriksi, ettei tällaista palvelua haluta järjestää. Tällainen palvelu kuvastaa lisäarvoa, mutta ei itsessään tuota rahallista hyötyä hotellille. Kun kokki on jouduttu palkkaamaan tehtävään ja lasketaan menekin mukaiset raaka-ainekustannukset, syntyy siitä selkeää rahallista menoa ilman tuloja. Pidemmällä aikavälillä tästä lisäarvosta ehkä saataisiin mahdollista rahallista hyötyä, kun asiakkaat valitsevat hotellin ja aamiaisen tämän perusteella sekä suosittelevat hotellia muille.

Radisson Blu -hotellien palvelukonseptiin kuuluu hotelliaamiaisella kahvinkaato pöytiin. Tämä vaatii henkilökuntaa enemmän verrattuna itsepalveluun. Tällä kuitenkin tuotetaan lisäarvoa asiakkaille sekä nostetaan hotellin tasoluokitusta.

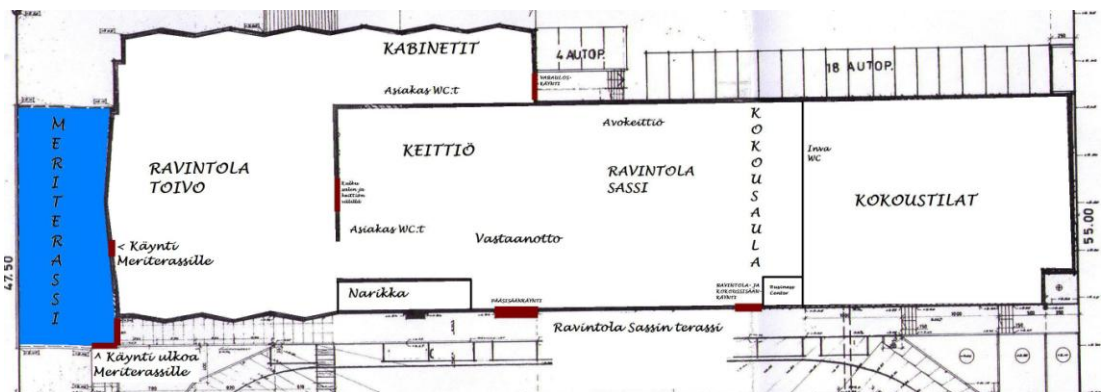
Shell huoltoasemille on otettu käyttöön palvelumestarit. Palvelumestarin työn myötä huoltamoiden palvelutaso ottaa takaloikan noin 30 vuoden päähän. Palvelumestarit auttavat muun muassa tankkaamisessa, pesevät auton laseja sekä tarkistavat nesteet, öljyt ja ilmanpaineet. Auton korjaajia he eivät kuitenkaan ole, vaan ajatuksena on tarjota hyvää asiakaspalvelua. Lähtökohtana palvelukonseptille ovat olleet asiakaspalautteet, joiden mukaan huoltoista saa nykyaikana kaikkea muuta, paitsi auton toimintaan liittyvää apua. Palvelu on asiakkaille maksutonta, mutta voivat maksaa vapaaehtoisen palvelumaksun niin halutessaan. (Akimo 2011.)

## 5 MERITERASSI

Aurinkoinen Meriterassi sijaitsee paraatipaikalla Radisson Blu -hotellin ensimmäisessä kerroksessa, vasemmassa päädyssä, upeilla ja avoimilla merimaisemilla. Terassi toimii tilaus- ja aamiaisravintola Toivon yhteydessä. Toivosta avautuvat upeat suuret ikkunat suoraan terassille ja merelle. Vaikka Meriterassia ei avattaisi päivittäiseen käyttöön kaikille, voitaisiin sitä hyödyntää ainakin kesäisin aamiaisella sekä Toivon yksityistilaisuuksissa ja erilaisissa tapahtumailloissa. Meriterassilla on paljon potentiaalia, minkä vuoksi on harmi, että sitä ei hyödynnetä. Sijainti on Oulun torin välittömässä läheisyydessä eikä torilla ole muita terasseja näin upealla merinäköalalla ja rauhallisella sijainnilla.



Kuvio 7 Radisson Blu Hotel Oulu ja Meriterassi etualalla



Kuvio 8 Hotellin 1. kerroksen suuntaa antava pohjapiirros

Jokainen henkilö, kenen kanssa olemme aiheesta keskustelleet, ovat harmittelleet kaupungin parhaalla paikalla olevan Meriterassin käyttämättömyyttä. Yrityksen oma henkilökunta on samoilla linjoilla. Sen lisäksi, että hotellin asiakkaat näkevät terassille Toivon salista, se on näkyvällä paikalla hyvin liikennöidyn pyörätien vieressä. Ohikulkijat näkevät terassin tämänhetkisen kunnon. Palautetta on tullut terassin surkeasta ulkomuodosta niin hotellin asiakailta kuin ohikulkijoiltakin.

Terassin alapuolella kulkee vain pyörätie, joten sijainti on sen puolesta rauhallinen. Kooltaan terassi on 250m<sup>2</sup> (leveys 25m, syvyys 10m) ja siellä on asiakaspaikkoja noin 150. Istumapaikkoja terassille mahtuu noin 80. Terassille on sisäänkäynti suoraan ravintola Toivosta. Ravintolasta avautuvat isot ikkunat terassille noin 20 metrin leveydeltä. Terassille on tällä hetkellä mahdollista sisäänkäyntiin myös pihalta hotellin julkisivun puolelta. Ravintola Toivossa on heti ennen terassin sisäänkäyntiä toimiva baaritiski, josta mahdollinen tarjoilu voitaisiin toteuttaa. Siinä on myös oma tiskikone astioille sekä tarvittava kassa.

Hotellin oman SWOT-analyysin mukaisesti yksi hotellin heikoista kohdista on sen ravintolapalveluiden tarjonta (Pollari 2011). Meriterassi ja Toivon sali yhdessä antaisivat uutta mahdollisuutta kehittää hotellille lisää ravintolatarjontaa. Terassin houkutellessa hotellivieraiden lisäksi myös paikallisia asiakkaita, saataisiin talon muuta ravintolatarjontaa samalla tunnetummaksi. Tämän myötä saataisiin ehkä houkuteltua asiakkaita Sassin ravintolaan.

Hotellinjohtaja Karvolan mukaan suurin este Meriterassin kehittämisessä on luonnollisesti raha. Hotelliketju tekee päätökset suurimmista investoinneista, eikä niitä pystytä paikallisella tasolla itsenäisesti päättämään. Hotelliketju investoi kansallisella tasolla sellaisiin kohteisiin, joissa investoitu raha ja siihen suhteutettu tuotto on suurin. Karvola kertoi, että ensi kesäksi terassi aiotaan laittaa vähintään sellaiseen kuntoon, että ovet voidaan pitää avoinna hotellin omille asiakkaille aamiaisella ja tilaisuuksissa. Terassin ulkonäön on oltava linjassa hotellin muun imagon kanssa, koska markkinoinnissa halutaan oikeasti panostaa ja erottua kaupungin ykköshotellina.

Kesällä 2011 hotellin etupihalla olevaa terassia on laajennettu. Terassi sijaitsee hotellin sisäänkäynnin ja á la carte -ravintola Sassin edessä ajokaistalla, parkkipaikalla. Etupihan terassi on saanut suuren suosion ja kävijöitä riittää, mutta sen sijainnista kuulee asiakkailta koko ajan moitteita. Terassi sijaitsee aivan hotellin edustalla, osittain parkkipaikalla, josta hotellin ja ravintolan asiakkaat kulkevat. Terassi on vienyt jalankulkuutilaa ja ihmisten täytyy kävellä ajokaistaa pitkin tai terassin läpi pääovelle. Taksit jonottavat terassin vieressä jolloin taksiin menijöille ei jää kulkutilaa laukkujen kanssa. Tämä järjestely häiritsee sekä terassilla istuvia että ohikulkevia hotellin asiakkaita.



Kuvio 9 Hotellin etupiha, ravintola Sassin terassi

### *5.1 Käyttökuntoon laitto*

Tällä hetkellä terassin ulkonäkö on huolestuttava. Terassin pöytäryhmät ovat miten sattuu ja osa tuoleista on kaatuneina tai pinottuna sekä pöydillä ja lattialla on tyhjentämättömiä tuhkakuppeja. Vastaako tämä hotellin tasoa, sillä terassi on kuitenkin hotellin omaa tilaa? Terassin ulkonäkö on pysynyt samanlaisena koko kesän ja syksyn, mitä olemme tätä opinnäytetyötä työstäneet. Terassin siisteys ei tällä hetkellä tunnu olevan kenenkään vastuulla. Jäävätkö pöydät ja kalusteet sekä terassin siisteys huomioimatta, koska terassi ei ole varsinaisesti käytössä? Aamiaissalin ja tilausravintolan upeat näkymät merelle häiriintyvät terassin epäsiisteyden vuoksi. Hotellinjohtaja Karvola mainitsi, että terassin yleisen siisteyden ylläpito ei maksa mitään. Kannattaisiko täsmentää, kenen vastuulla terassin jokapäiväinen siisteys on? Vastaanottovirkailija Määtän mukaan ennen vanhaan ravintolan aamusiivoojat huolehtivat siisteydestä, kun terassi oli virallisesti auki.

Sassin terassin kalusteet on hankittu laajennuksen yhteydessä Jysk-kalusteliikkeestä. Kalusteet ovat edullisia, mutta niitä ei ole varsinaisesti tarkoitettu ammattikäyttöön. Havainnointimme mukaan jo yhden kesän jälkeen niissä on havaittavissa merkkejä kulumisesta. Meriterassin vanhat kalusteet ovat myös materiaaliltaan sellaisia, jotka tarvitsisivat suojaa säältä sekä säännöllistä huoltoa. Näihin aikaisempiin valintoihin verrattuna uudet ja laadukkaammat materiaalit pystyvät kilpailemaan pitkällä aikatahtimella.





Kuvio 10 Meriterassi (torin suunnasta kuvattuna)

Hotellin strategisena tavoitteena on olla Oulun suosituin ja tasokkain hotelli majoitus-, kokous- ja ravintolapalveluissa (Pollari 2011). Strategian kehyksillä ohjataan operatiivista toimintaa ja prosesseja. Hyvä laatu vaikuttaa suoraan markkinoihin. Laadulla täytetään asiakkaiden tarpeita, vaatimuksia ja odotuksia. Asiakastyytyväisyys luo uskollisia asiakkuuksia ja ne viestivät positiivisesti myös muille mahdollisille asiakkuuksille. Laatu siis vaikuttaa yrityksen asemaan markkinoilla. (Lecklin 2002, 26, 43.)

Koettu kokonaislaatu liittyy asiakasodotuksiin ja palvelun koettuun kokonaislaatuun. Asiakas vertaa odotuksiinsa nähden kokemuksena syntynyttä laatua. Palvelua ei voi mainostaa ylisanoin, ettei asiakkaalle synny odotetun ja koetun laadun välille kuilua. Jos kokemus onkin keskinkertaista, luvattu kokonaislaatu kärsii. (Lecklin 2002, 106.) Laadukkaassa ja merelliseksi mainostetussa hotellissa asiakas odottaa, että merellisyydestä pääsee nauttimaan. Hotellin merellisyys ja maisemat tuottavat pettymystä asiakkaille niiden hyödyntämättömyyden vuoksi.

Olemme pyytäneet alustavia kustannusarvioita eri yrityksiltä selvittääksemme osan terassin kuntoon laittamiseen liittyvistä kustannuksista. Seuraavissa kappaleissa käsittelemme erilaisia vaihtoehtoja Meriterassin avaamiseen liittyvistä toiminnoista.

Kiinteistövastaava Haaranen mainitsi, että terassin suunnitteluun on hyvä satsata, jotta lopputulos olisi yhtenäinen, ajaton ja kestävä. Tähän voisi mahdollisesti käyttää suunnittelutoimistoa apuna, jolloin lopputulos ei olisi sekavaa ja monen mielipiteen yhdistämistä.

Tiedustelimme mahdollisia sisustussuunnittelijoita ja heidän taksojaan. He tekevät ilmaisia arviointikäyntejä paikan päällä, jolloin keskustelevat asiakkaan kanssa. Tämän jälkeen he tekevät tarjouksen suunnitelman kustannuksista. Eräs oululainen suunnittelija, joka on työskennellyt yksityisten ja julkisten tahojen kanssa, kertoi tuntitaksan liikkuvan noin 45 eurossa. Meriterassin sisustusprojektin tuntimääräksi hän arvioi noin 30–35 tuntia. Tarkat sisustus-suunnittelijan arviot työn kustannuksista voidaan määrittellä, kun sisustus-suunnittelija on käynyt paikan päällä arvioimassa työn laajuuden.

Hotellinjohtaja Karvola kyseli mahdollisesta yhteistyöstä oppilaitosten kanssa terassin kuntoon laittamisessa. Oman koulumme, Rovaniemen ammattikorkeakoulun, opiskelijat tekevät projekteja eri yrityksille ja oppilaitokseen tulee projektiehdotuksia jatkuvasti. Samoin Oulun oppilaitokset tekevät yhteistyötä yritysten kanssa.

Rovaniemen ammattikorkeakoulun projektiopintojen koordinaattori Rautio mainitsee, että koululle voi mikä tahansa yritys ottaa yhteyttä ja tarjota projektitöitä. Opettajat päättävät, miten tarjottuja töitä viedään opiskelijoille eteenpäin. Projektiin tarvittavan työn määrästä sekä etäisyyksistä riippuen kustannuksia voi tulla tilaavalle yritykselle. Oppilaiden työ itsessään on ilmaista, mutta kustannuksia voi tulla esimerkiksi matkakuluista ja käytettävistä materiaaleista. Jos projektityö vaatii paljon opettajien ohjausta, on koululla tarpeen miettiä muun muassa syntyviä henkilöstökuluja ohjaaville opettajille. Tällöin opettavat voivat tehdä vastatarjouksen yritykselle projektin toteuttamisesta ja asia etenee sitä kautta. Toisinaan oppilaitoksille tulee projektitarjouksia yli tarpeiden jonoksi asti ja toisinaan niistä on huutava pula.

Terassia koskien kannattaa tarjota eri oppilaitoksille projekteja sen kuntoon laittamisessa. Raution mukaan oppilaille kannattaa tarjota jotain pientä porkkanaa houkutusena. Kokemuksesta hän sanoi, että sellaiset projektitarjoukset menevät helpommin kaupaksi. Oulusta löytyy kattavasti muun muassa matkailu-, ravitsemis- ja talousalan koulutusta sekä tekniikan ja sisustuksen alalla eri suuntautumislinjoja. Koulutuslinjoja on monella eri koulutustasolla.

### 5.1.1 Minimipanostus avaamiselle

Minimipanostus terassin avaamiselle on terassin ja kalusteiden perusteellinen siivous ja järjestely. Jo tällä voidaan saada terassi avattua hotellin omien asiakkaiden käyttöön aamiaisen yhteyteen sekä Toivossa järjestettäviin tilaisuuksiin.

LujaPalvelut Oy hoitaa kiinteistön ulkoalueiden päivittäisen siivouksen, sisältäen roskien siivouksen myös terasseilta. Muu terassin siivous, kuten pöydät ja järjestys kuuluu hotellin ja ravintolan henkilökunnalle. Havainnointimme mukaan Meriterassin puolella ei ole juurikaan siivousta suoritettu, sillä siellä on pöydillä täysiä tuhkakuppeja ja tupakantumppeja. Myös kalusteet ovat sikin sokin ja kuluneet, mikä pistää silmään ja antaa epäsiistin vaikutelman. Perusteellisemmat siivoukset kuuluvat hotellille tai nämä palvelut voidaan tilata erikseen LujaPalvelut Oy:ltä tai joltain muulta alihankkijalta.

LujaPalvelut Oy:n palvelupäällikkö Korento antoi arvion, että terassin lattian laattasaumojen puhdistus ja laattojen pesu kustantaisi noin 500–800€ / 0 % Alv. Kaiteiden puhdistus sammaleesta kustantaisi noin 250€ / 0 % Alv. Heiltä on myös mahdollista tilata kaiteiden maalaustyö, tätä he eivät kuitenkaan lähteneet etukäteen hinnoittelemaan.

Terassin kaiteet tulisi maalata uudelleen ruosteläikkien peittämiseksi ja kiinteistövastaava Haarasen mukaan ne täytyisi maalata lähes vuosittain jotta ulkonäkö pysyy siistinä. Kaiteen lasit ovat hyvät ja ehjät ja ne on uusittu vuonna 2008. Terassilla on kolme lipputankoa, joita Haarasen mielestä voitaisiin ottaa tarpeettomina pois.

### 5.1.2 Lattia

Lattia on tällä hetkellä koottu betonilaatoista, jotka ovat arvokkaan näköiset ja ne voisi puhdistamalla ja stailaamalla saada siistiksi. Kiinteistövastaava Haarasen mukaan lattia on mahdollista tasoittaa niin, että kallellaan olevat laatat irrotetaan ja pohjaa tasoitetaan hiekalla. Laattojen saumat ovat täynnä samalta ja ne voitaisiin samalla puhdistaa ja täyttää esimerkiksi jollakin kivimurskeella kauniin tuloksen saamiseksi.

Yksi vaihtoehto perusteellisen siivouksen ohella on lattian laudoittaminen. Tämä toisi terassille lämpöä ja mukavuutta. Haarasen mielestä terassin lattian peittäminen valmiilla puulaatoilla ei onnistu, koska pohja on niin epätasainen. Terassilaudoituksella se onnistuisi niin, että terassialueella olisi eri tasoa ja tai lattia olisi tasoitettava kauttaaltaan ennen laudoitusta. Vastaavanlainen terassi on rakennettu 2010 kesällä Oulun Sokos Hotel Edeniin. Haarasen mukaan yksistään hotellin omalla kiinteistö- ja huoltoväellä näin iso projekti ei onnistu. Tähän tulisi ottaa jokin rakennusfirma mukaan, jos koko 250m<sup>2</sup> ala rakennetaan terassilaudoilla terassiksi. Laudoitettaessa terassin hinta pyörii helposti jo useissa kymmenissä tuhansissa. Jo pelkästään etupihan terassin laajennus maksoi hotellille 6 000€. Vaikka lattiaa ei kokonaan laudoitettaisi, voitaisiin terassille rakentaa laudoista esimerkiksi saarekkeita.

Ravintolatoimenpäällikkö Kreiviltä kuulumme uudesta lattiamateriaalista. Uusi innovatiivinen materiaalivaihtoehto terassille on puumuovikomposiitti, jossa yhdistyvät puun ja muovin parhaimmat ominaisuudet. Puumuovikomposiitti on tyylikäs, kestävä ja helppohoitoinen. Materiaali kestää kosteutta ja kulumista säilyttäen upean ulkonäkönsä vuodesta toiseen ilman pintakäsittelyä, eikä sen karhea pinta ei ole liukas märkänäkään. Kotimainen puumuovikomposiitti on ympäristöystävällinen valinta, sillä se on valmistettu pääosin kierrätysmateriaalista. (Puukeskus 2001.)

70-prosenttisen puupitoisuuden ansiosta puumuovikomposiitti käyttäytyy kuin puu. Puumuovikomposiittituotteet voidaan katkaista, muotoilla tai asentaa tavallisilla puutyökaluilla. Se ei vaadi juuri lainkaan huoltotoimenpiteitä eikä lahoa. Puumuovikomposiittia voidaan räätälöidä sovelluskohteeseen sopivaksi muun muassa värjäämällä ja muotoilemalla. (Primo 2011.)

Puumuovikomposiittia on saatavilla rautakaupoista, esimerkiksi Puukeskuksesta ja K-Raudasta. Yritysten nettisivuilta löytyvät selkeät ohjeistukset laudoituksen asentamiseen sekä hinnasto.

### 5.1.3 Kalustus

Ravintolapäällikkö Kovalan mukaan tämänhetkiset Meriterassilla olevat kalusteet ovat huonokuntoiset, eivätkä vastaa hotellin standardeja. Havainnointimme mukaan varsinkaan tuoleja ei voida enää kunnostaa. Terassilla olevat kivikuosiset pöydät ovat kuitenkin käyttökuntoisia.

Meriterassille saataisiin nykyajan modernin oloista oleskelutilaa lounge-tyyppisellä sisustuksella, jossa voisi olla aurinkotuolia, lepotuolia, divaaneja, riippukeinuja ja sohvaryhmiä istuskeluun ja nautiskeluun.



Kuvio 11 Lounge-terassi

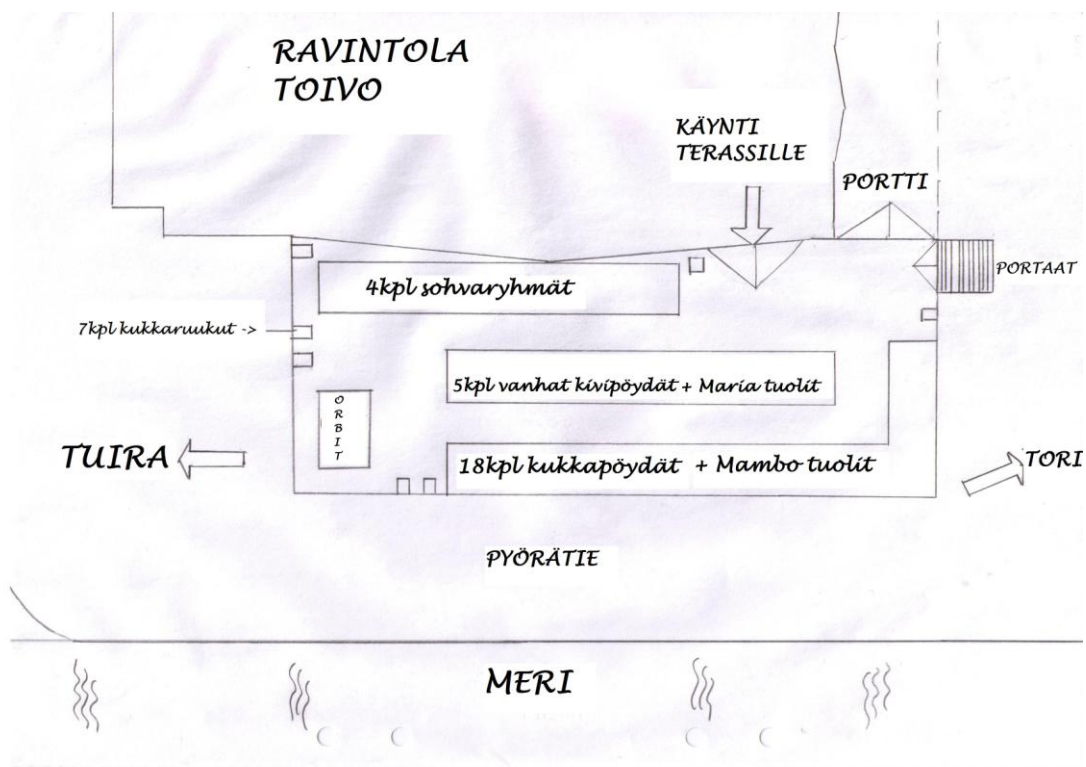
Olemme ottaneet tarkasteluun kaksi erilaista terassikalustetoimittajaa, joiden materiaalien laatu ja sitä kautta hinnat eroavat toisistaan. Jackpoint Oy:n laadukkaat tuotteet ovat suunnattuja julkisiin tiloihin ja ammattikäyttöön. Jackpoint Oy toimii Radissonin yhteistyökumppanina. Maskun myymälästä otetut esimerkit ovat vastaavan näköisiä, mutta hinnaltaan selkeästi huokeampia ja käyttöiltään ja ekologisuudeltaan vähäisempiä.

**Kalustevaihtoehto 1, Jackpoint:**

- Kokonaissumma: 22 000€ / Alv. 0 %  
27 060€ / Alv. 23 %
- Kuljetus Espoo–Oulu n. 900€
- Sisältää:
  - 54kpl Mambo tuoli
  - 18kpl Selkan kukkapöytä jalalla
  - 28kpl Maria tuoli
  - 4kpl Arizona sohvaryhmä
    - 1kpl 2,5 istuttava sohva, 2kpl nojatuolia ja 1kpl sohva-pöytä
  - 7kpl Kukkaruukun suojus
  - 1kpl Orbit katossohva

Jackpointin tarjoama kokonaissumma sisältää seuraavanlaisen sisutustyylin, jonka he suunnittelivat pohjapiirustuksen ja terassin kuvan perusteella:

- Toivon seinustalle, ikkunoiden viereen, neljä kappaletta Arizona sohvaryhmiä
- Meren puoleiselle seinustalle sekä torin puoleiseen päätyyn kolmen hengen ryhmissä 18 Selkan kukkapöytää joissa 54 Mambo tuolia
- Terassin keskialueelle voisi sijoittaa nykyiset viisi kivikuosista pöytää kunnosta riippuen, joissa 28 Maria tuolia
- Meren / Tuiran puoleiseen päätyyn yksi Orbit katossohva
- Lisäksi seitsemän punottua kukkaruukkua



Kuvio 12 Jacpointin suunnitelma kalusteiden sijoittelusta (ei mittakaavassa)



Kuvio 13 Arizona sohvariryhmä



Kuvio 14 Selkan kukkapöytä ja Mambo tuoli



Kuvio 15 Vanha kivipöytä ja Maria tuoli



Kuvio 16 Orbit katossohva ja punottu kukkaruukku



Jackpointin kalusteet ovat Polycore -punosta, joka muistuttaa ulkonäöltään polyrottinkia. Raaka-aineena on aito ja alkuperäinen, Saksassa kehitetty HDPE-kuitu, joka on säänkestävä, synteettinen ja ympäristöystävällinen kestomuovikuitu, joka ei veny eikä haalistu. Polycore eroaa niinkutsutusta polyrottingista juuri sen kestävyiden ja värinpitävyyden ansiosta. Polycore on valmistettu läpiväriä, kestävästä raaka-aineesta ja sen voi huoletta jättää auringon pahteeseen tai talveksi pakkaseen. (Jackpoint 2011.) Tuotteet ovat hinnoiltaan kalliimpia, kuin polyrottinkiset kalusteet. Pitkällä aikavälillä paremmissa materiaaleissa usein säästetään enemmän. Tällä kalustemateriaalivalinnalla voitaisiin säästyä ylimääräiseltä kalusteiden kuljettamiselta, sillä polycore -kalusteet voidaan halutessaan jättää terassille pidemmäksi aikaa ilman suojaa. Jackpointin tuotteet soveltuvat nimenomaan tällaisiin julkisiin tiloihin ja kovaan käyttöön.

Kalusteiden rungot ovat pääsääntöisesti alumiinia ja ne voidaan säilyttää ulkotiloissa läpi vuoden. Kalusteet on helppo puhdistaa vedellä, esimerkiksi painepesurilla. (Jackpoint 2011.)

Pehmusteet on verhoiltu kosteutta hylkivillä Sunbrellan ulkotilakankailla, jotka ovat likaahylkiviä ja homeenestokäsittelyjä. Pehmusteet ovat molemmin puolin verhoiltuja ja vesipestäviä. Kankaat säilyttävät värinsä kirkkaina pesusta ja auringonpaisteesta huolimatta. Kalusteiden pehmusteissa käytetty Dry Foam on uudenlainen vettä läpäisevä pehmustemateriaali. Sadevesi ei kerääny pehmusteen sisään, vaan valuu suoraan Dry Foamia läpi maahan. (Jackpoint 2011.)

**Kalustevaihtoehto 2, Masku:**

- Kokonaissumma: 9 740€ / Alv. 0 %  
11 980€ / Alv. 23 %
- Sisältää:
  - 20kpl Sara pöytäryhmiä
    - 1kpl pöytä, 150cm x 95cm
    - 4kpl tuoli

Terassin voisi kalustaa kokonaan neljän hengen pöytäryhmillä. Vaihtoehtoisesti tilaan voi sijoittaa myös kahden ja kuuden hengen pöytäryhmiä.

- Vaihtoehtona:
  - Kahden hengen Sara pöytäryhmä 202€ / kpl / Alv. 0 %  
249€ / kpl / Alv. 23 %
    - 60cm halkaiseva pöytä
    - 2kpl tuoli
  - Kuuden hengen Sara pöytäryhmä 650€ / kpl / Alv. 0 %  
799€ / kpl / Alv. 23 %
    - 200cm pitkä pöytä
    - 6kpl tuoli



Kuvio 17 Sara-pöytäryhmät

Maskun valikoiman terassikalusteet on valmistettu polyrottimesta. Polyrottinki on muovivalmistetta, joka on vaivaton ja helppo puhdistaa. Puhdistukseen riittää pelkkä vesi, pehmeä liina tai harja ja tarvittaessa voi käyttää mietoja pesuliuosta. Kalusteissa on UV-suoja, mutta voi olla, että pitkäaikainen auringolle altistuminen haalistaa kalusteiden väriä. Polyrottinki kestää hyvin säävaihteluja ja on kevyttä materiaalia. Materiaali ei kuitenkaan kestä hyvin pakkasta, joten se vaatii talvisäilytyksen. (Isku Koti 2011.)

#### 5.1.4 Markiisi

Markiisilla on monta ominaisuutta; aurinkovarjona, sadesuojana, sisätilojen viilentäjänä ja jäähdytyskulojen säästäjänä. Markiisi antaa kalusteille suojaa auringonpaisteelta. Markiisilla saadaan pidennettyä terassin käyttöä säästä huolimatta ja terassin käyttösesonki saadaan pidemmäksi. (Sunsystems 2011.)

Meriterassilla on jo ennestään markiisi, jonka kattaa vain vajaa puolet terassin syvyydestä. Markiisi on huonokuntoinen ja repeytynyt, minkä vuoksi sitä ei voida käyttää. Markiisi täytyisi uusida mahdollisesti koko terassin kattavalla markiisilla. Seinässä on useita kulmia ja tämänhetkinen markiisi on asennettu seinään kiinni ja koottu kolmesta eri markiisista. Hotellilla on markiiseja muillakin ikkunoilla. Sääolosuhteiden muutosten takia ne vaativat jatkuvaa asennelua, koska markiiseissa ei ole nykyaikaista tekniikkaa. Tuulisella säällä markiisien on oltava kiinni.

Olimme yhteydessä Kaihdinliike Sandbergin alue-edustajaan ja häneltä saimme tarjouksen juuri tälle terassille sopivista markiiseista. Junttilan mukaan terassille ei todennäköisesti kannata lähteä rakentamaan yhtä isoa markiisia joka tulisi seinään tai lippaan kiinni, koska tällöin markiisin koko vaatisi jo mahdollisesti teräsrunгон rakentamista. Teräsrunгон rakentaminen vaatii ison työn, jolloin terassin lattiaa joudutaan kaivamaan auki, johon runko saadaan upotettua.

Alue-edustaja Junttilan mielestä Meriterassille sopivimmat tuotteet ilman teräsrunгон rakentamista löytyvät heiltä Brustorin valikoimista. Paras vaihtoehto tähän tilaan voisi olla terassille sijoitettava Brustor Twinstor -markiisi. Markiisiksi keuhkkoa tukevat kaksi teräsjalustaa, jotka voidaan pultata lattiaan kiinni.



Yhden neliönmuotoisen Brustor Twinstor -markiisiyksikön leveys on maksimissaan seitsemän metriä ja ulottuma kolme metriä suuntaansa. Markiisi muodostaa 42m<sup>2</sup> varjon. Tämä yhdistettynä kahteen sivuille lisättävään pyöreään varjoon, 3m x 3m, saadaan yhden yksikön pinta-alaksi kokonaisuudessaan 60m<sup>2</sup>. Edustajan mukaan tällaisia kokonaisuuksia tilaan mahtuisi kaksi kappaletta, jolloin yhteensä saadaan katettua 120m<sup>2</sup> alue.

Nykyään markiisit ovat täysin automatisoituja ja niihin voidaan asentaa sää-automatiikkaa halutunmukaisesti. Automaattimarkiisi kelautuu ulos säilytyskotelosta auringon paistaessa. Tuulen yltyessä kovaksi, markiisi kelautuu automaattisesti sisään. Markiisin kotelo on täysin säänkestävä. Markiiseissa on valmiina asennuspaikat lämmittimille ja led-valaistukselle pimeneviin syysiltoihin. Valojen sytytys ja sammutus hoituu markiisin kaukosäätimellä. (Junttila 2011.)

Junttilan mukaan Sandbergin markiisikankaat ovat 100 % akryyliä. Kankaat ovat läpivärjättyjä, minkä avulla haalistuminen ja kutistuminen on minimoitu. Teflon-käsittelyllä kankaisiin on saatu vettä ja likaa hylkivä pinta. Kaikki markiisien osat ovat käsitelty ruostumattomiksi.

Markiisivalmistaja Visor Oy:n edustaja Pitkäseltä saimme tarjouksen 20m x 15m Monaco-terassimarkiisista. Terassin ulottuma on 10 metriä, mutta tarjottun markiisin standardiulottuma on 15 metriä.

#### **Visor Oy:n Monaco-terassimarkiisi 20m x 15m:**

- |                                 |                |
|---------------------------------|----------------|
| • Sähkökäyttöinen markiisi      | 1280€          |
| ○ Asennus ilman sähkökytkentöjä | 160€           |
| • Veivikäyttöinen markiisi      | 850€           |
| ○ Asennus                       | 140€           |
| ○ Tuulitukivarret               | 130€ / kpl     |
| • Automatiikka:                 |                |
| ○ Tuuliautomatiikka             | 215€           |
| ○ Täysautomatiikka              | 340€           |
| • Valaistus                     | 370–875€ /kpl  |
| • Kvartsilämmittimet            | 875–1000€ /kpl |

Visor Oy:n markiisit ja niiden lisävarustusten hinnat ovat suuntaa-antavat, sillä ei ole takeita, että markiisia voidaan Meriterassille asentaa. Markiisit ovat standardimittaisina huonosti sijoitettavissa tähän tilaan. Visor Oy ei tarjonnut tuotteitaan mittatilaustyönä tehtävinä.

Pitkäsen mukaan veivikäyttöisenä markiisin voi pysäyttää mihin ulottumaan haluaa. Sähkökäyttöisenä kaukosäätimellä varustettuna markiisin ulottuma voidaan säätää vain tiettyyn ulottumaan. Sähkökäyttöinen markiisi on siis kiinni tai auki.

Markiisiin on saatavilla tuulitukivarret, mutta niitä käytetään ainoastaan veivikäyttöisessä markiisissa. Halutessaan sähkökäyttöiseen markiisiin saa tuuli- automatiikkaa tai täysautomatiikkaa, jossa on tuuli- ja aurinkoautomatiikka yhdessä. Markiisin mukaan on saatavilla valaistusta ja yhteensopivia kvartsi- lämmittimiä. (Pitkänen 2011.)

#### 5.1.5 Valokate

Yksi vaihtoehto Meriterassin viihtyvyyteen on kiinteä valokate. Katetulla terassilla asiakkaat voivat viettää aikaa myös sadekelin yllättäessä. Oulun torin ympäristössä ei ole yhtään kiinteästi katettua terassia. Saataisiinko tästä kilpailuetua Radissonille? Katetta ei tarvitse rullata kiinni ja auki ja se päästää auringonvalon läpi toisin kuin markiisi. Katteeseen on tarjolla erilaisia materiaaleja lasista muovijohdannaisiin ja runko voidaan tehdä muun muassa puusta, rosterista tai alumiinista (Icopal Oy 2011).



Kuvio 19 Fastlock Uni -valokate

Icopalin Fastlock Uni -valokatteella saadaan uniikkia muotoa ja laadukkaalla materiaalilla aikaansaadaan tyylikäs ja kaunis katos. Taivuteltavuuden ansiosta materiaalilla saadaan lähes rajattomasti erilaisia mahdollisuuksia. Tilauksesta tämä voidaan tehdä mihin mittaan ja muotoon tahansa. Väri vaihtoehtoja kirkas läpäisee valoa oikein hyvin, kun taas valkoisella saavutetaan miellyttävä pehmeä valo. Fastlock Uni on iskunkestävää ja pitkäikäistä materiaalia, joka kestää pakkasia, lumikuormia ja rajumpiakin myrskyjä 10 vuoden takuulla. Sileänä ja likaa hylkivänä se on helppo pitää puhtaana. (Icopal Oy 2011.) Kun katteen syvyys ylittää terassin kaiteen ulkopuolelle, kaikki sadevesi, lumi ja roskat valuvat terassin ulkopuolelle nurmikolle.

Icopal Oy:n kehitysjohtaja Vainion selvitysten mukaan kiinteän Fastlock Uni -katteen sijoittaminen tälle paikalle vaatisi kunnon teräsrungon suunnitteleminen ja rakentamisen. Arviot teräsrungon kustannuksista ovat jo sen verran suuret, että Vainion mielestä olisi jo sama hankkia lasitukset. Hän sanoo, että talvipuutarhan rakentaminen edellyttää mittavia rakennusteknisiä töitä. Rakennus on vanha ja pihakannelta saattaa löytyä yllätyksiä, joita on mahdoton arvioida etukäteen ennen kuin rakenteita avataan. Tämän vuoksi mahdollisen teräsrungon hinta-arviota ei voida tällaisilla tiedoilla antaa. Ensin on käytettävä arkkitehtiä ja suunnittelijaa ja sitten vasta he voivat tekijänä antaa kustannusarvioita.

Kiinteistövästääva Haarasen mielessä kävi Oulun torin esiintymislavan telttamainen katos, jossa on moderni ulkonäkö. Hän pohti, mikä mahdollisesti olisi tällaisen katteen vuokrausmahdollisuus. Oulun Kaupungin tapahtumien teltat toimittaa Marrent Oy (Murtola 2011). Saimme Marrent Oy:n myyntipalvelusta hinta-arvion kesäajaksi vuokrattavasta telttakatteesta. Yrityksen edustaja kävi katsomassa paikan päällä terassia ja ehdotti tilaan 8m x 24m kokoista katosta.



**Marrent Oy, 8m x 24m telttakate:**

- koko kesä 5000€ / Alv. 0 %  
6150€ / Alv. 23 %
- viikonloppu 3 000€ / Alv. 0 %  
3 690€ / Alv. 23 %
- Hinta sisältää kuljetuksen, kasauksen ja purun

**5.1.6 Lasitus**

Ravintolapäällikkö Kovala mainitsi haastattelussa talvipuutarhasta. Meriterassin käyttöä voitaisiin kehittää rakentamalla lasitukset terassin ympärille. Terassilasituksilla saataisiin sesonkia pidennettyä jopa ympärivuotiseksi. Tällöin Meriterassi toimisi laajennusosana ravintola Toivon salille ja se antaisi mahdollisuudet käyttää ja vuokrata tilaa yksittäisenä kabinettina. Kovalan mukaan tämä kuitenkin vaatisi suurta rahallista investointia, minkä vuoksi talvipuutarhan toteuttaminen ei ole ainakaan lähitulevaisuudessa se kaikista realistisin vaihtoehto.

Lasituksen voisi rakentaa kiinteäksi tai avattavilla laseilla. Kiinteä kate antaa suojaa suuriltakin säävaihteluilta. Lasitukset ovat nykyään energiaystävällisiä. Meriterassi sijaitsee etelä-länsisuunnassa ja aurinko porottaa terassille varhaisesta iltapäivästä auringonlaskuun asti. Icopal Oy:n edustaja Säiläpohjan mukaan auringonpaisteella lasitettu terassi saattaa olla kuuma. Tämän vuoksi suunnitteluvaiheessa tulisi huomioida lasien avaamismahdollisuus ja ilmastointi. Ympärivuotisessa käytössä oleva terassi tarvitsisi myös lämmityksen ja sen kustannusten suunnittelun.

Turun Holiday Inn -hotellissa on talvipuutarha. Holiday Inn Turun ravintolan vieressä sijaitseva valoisa talvipuutarha on kooltaan 120m<sup>2</sup> ja sinne mahtuu jopa 45 henkilöä istumaan. Hotelli käyttää tilaa muun muassa pikkujouluihin, häihin, syntymäpäiviin, muistotilaisuuksiin, aamiaiskokouksiin ja tavaraesittelyihin. (Holiday Inn 2010.) Hotellin talvipuutarhan on piirtänyt Matti Haapajarvi ja rakentanut Rakennustiimi (Väätäinen 2011).

Helsingissä Royal Ravintola Sipulilla on lasikattoinen ilmava juhlatila. Talvipuutarha on 430m<sup>2</sup> sisältäen 500 asiakaspaikkaa ja istuvan illallisen jopa 340 hengelle. (Ravintola Sipuli 2011.) Hartela Oy on rakentanut ravintolan talvipuutarhan hotellin saneerauksen yhteydessä (Antila 2011).

Hotellinjohtaja Karvola huomioi, että lattian pinnoittamisesta voi tulla suuri kustannuslisä jos terassille rakennetaan talvipuutarha. On huomioitava lattian hankkimisen ja lämmittämisen kustannukset. Soveltuuko olemassa oleva betoninen laattalattia sisäkäyttöön?

Pyysimme tarjoustusta Meriterassin lasittamisesta Lumon Oy:ltä ja heidän edustajan mukaan terassil lasitus on heille liian iso työ. Lumonin lasitukset tehdään alumiinirunkoon ja Meriterassi vaatisi edustajan mukaan kestävämpää teräsrunkoa.

#### 5.1.7 Muu terassikalustus

Meriterassia voidaan kalustaa aurinkovarjoilla kiinteiden katerakennelmien sijaan. Terassia voitaisiin lämmittää erilaisilla terassilämmittimillä. Valaistusvaihtoehtoilla ja kukka-asetelmilla viihtyvyyttä voidaan muunnella.

Terassilämmittimillä saadaan käyttömukavuutta ja pidempää käyttökautta. Laitteet ovat helppokäyttöisiä ja pitkäikäisiä. Niitä pystytään tilan mukaan kiinnittämään kattoon, seinälle tai omaan jalustaansa ja niillä voidaan kohdentaa lämmitystä ihmisiin tai ympärillä olevaan ilmaan. Lämmitintä valitessa tulee huomioida tilan koko, lämmittimen teho ja lämmityksen haluttu laajuus. (Yhteishyvä 2011.)

Lämmittimet ovat ehdoton lisä terassille, sillä niillä saadaan pidennettyä terassin käyttöaikaa vuorokaudessa ja vuodessa. Tästä saadaan pitempiaikainen lisäarvo asiakkaille. Kvartsilämmittimet antavat terassille mukavan tehokasta tekniikkaa. Lämmitin saavuttaa täyden tehon sekunneissa, eikä se kuluta energiaa ympäröivän ilman lämmittämiseen – lämpövaikutus kohdistuu tarkasti ihmisiin ja esineisiin. (Tampereen Markiisi Oy 2011.)

Kvartsilämmitin on kestävämpi ja pitkäikäisempi kuin halogeeni- ja infrapunalämmittimet. Säteilylämmittimen lisäksi tarjolla on myös kaasulämmittimiä. Kaasulämmittimet ovat useimmiten käytössä avoimilla terasseilla. (Yhteishyvä 2011.)

Lasitetulla parvekkeella tai sisätiloissa lisälämpöä ja tunnelmaa voidaan tuottaa myös sähkötakalla (Yhteishyvä 2011). Tunnelmanluojana puulämmitteen takka olisi hieno vaihtoehto terassille. Oikea takka kuitenkin olisi käytännöllisesti katsoen vaikea toteuttaa, koska kiinteistövastaava Haarasen mukaan savu leviää muun muassa suoraan huoneisiin. Hotellinjohtajan mukaan oikean takan sijoittaminen terassille kuitenkin onnistuisi ja se olisikin paras tunnelmanluoja.

## *5.2 Toimintaideoita*

Palvelusektorin lisääntyvässä kilpailussa on tarvetta kehittää uusia tuotteita aktiivisesti ja systemaattisesti ja se on edellytys pitkän tähtäimen menestymiselle markkinoilla. Tuotekehittelyprosessin ydinvaiheita ovat ideoiden etsintä ja itse tuotekehittely. Tukevina prosesseina ovat muun muassa taloudellinen analyysi, tuotetestaus ja markkinoille toimittaminen. (Grönroos 1983, 76.)

Havainnointimme mukaan ihmiset kaipaavat vanhan ajan glamouria ja nostalgisia tunnelmia. Nostalgisuutta voitaisiin hyödyntää Meriterassin ja Toivon erilaisissa teemailloissa. Ajat ja ihmiset muuttuvat ja sitä myötä myös palvelukulttuuri ja tarjonta. Nykyään palvelusektorit on jaettu omiin kustannuspaikkoihin joista jokainen tarjoaa oman suppean ja kustannustehokkaasti tuotetun tuotteen ja palvelukokonaisuudet kootaan osista.

Teemailtoja, tansseja, orkestereita ja erilaisia tapahtumia voitaisiin järjestää edelleen paljon. Ravintolapäällikkö Kovala kertoi haastattelussaan, että tänä päivänä tuotto otetaan mieluiten varman päälle. Hotelli panostaa myymällä tiloja ja palveluita yrityksille. Hotellille saadaan varma tuotto vuokraamalla ravintola-, kokous- ja saunatiloja pakettihintaan, johon on sisällytetty hotellin eri palveluita. Jos hotelli lähtee itse kehittelemään tapahtumia, tällöin tapahtumaa on erikseen markkinoitava, tuotteistettava ja myytävä. Tässä on aina riskinsä, kuinka paljon saadaan osallistujia tapahtumaan ja saadaanko kaikki kulut edes katettua tai tuotettua tarpeeksi tulosta.

Oulun Radisson Blu -hotellin vetovoimatekijöitä ovat muun muassa kaupunkiin suuntautuva ostosmatkailu ja erilaiset tapahtumat sekä messut. Tapahtumia ovat muun muassa Rotuaari Piknik, Qstock, Elojazz, Teatrian konsertit, Ilmakitaran MM-kisat, Lasten elokuvafestivaalit, PikkujouluPiknik, Pohjolan Lääkäripäivät, Kansainväliset koiranäyttelyt, Jehovan todistajien Konventti. Isoja messuja ovat muun muassa Erämessut, Rakentajamessut, Puutarhamessut, Hifi & Tuning Show, erotiikkamessut, American Car Show, Häämessut, Kirjamessut sekä Koulutus- ja työelämämessut. (Pollari 2011.)

Oulu toimii porttina Lappiin ja se on pohjoisen Suomen yrityselämän keskus. Oulu on helposti saavutettavissa lentoteitse ja rautatieverkostolla. Oulusta löytyy tekemistä kaikenikäisille.

Oulussa järjestetään paljon erilaisia vakiintuneita tapahtumia, kuten Rotuaari Piknik, Qstock, Musiikkivideofestivaalit ja ilmakitaransoiton MM-kisat. Näitä vakiintuneita tapahtumia voitaisiin hyödyntää järjestämällä ravintola Toivossa ja Meriterassilla tapahtumaklubeja, kuten esimerkiksi Qstock-viikonloppuna Qstock-klubi. Hotelli on jo aiemmin markkinoinut Qstock-rannekkeella aamiaista erikoishintaan. Markkinointiin voitaisiin lisätä Meriterassin mainostus tapahtumaklubina ja liittää siihen jokin erikoistarjous.

Ravintola Toivon sisutuksesta on tullut asiakaspalautetta ja se koetaan kolkoksi ja vanhanaikaiseksi, josta tulee pikemminkin mieleen tuotantolaitos, kuin viihtyisä ravintola.

Toivon ravintolasalia pystytään jakamaan koottavilla väliseinillä kahdesta eri kohdasta. Ravintolapäällikkö Kovalan mukaan tilaa voitaisiin muunnella vielä lisää. Salia voitaisiin jakaa esimerkiksi verhoilla Toivon sisäänkäynnin ja Meriterassin sisäänkäynnin kohdalta, jolloin käyttöön jäisi Toivon puolelta baaritiskin puoleinen sali ja Meriterassi. Tällöin ravintolasta saataisiin intiimi rajattu alue, joka lisäisi ravintolan monimuotoisuutta. Tämän erikseen jaetun alueen voisi sisustaa lounge -tyylisesti sopimaan muuhun Meriterassin kalustukseen.



Kuvio 20 Toivon ravintolasalia  
Baaritiski ja takana ikkunat Meriterassille



Kuvio 21 Sisäänkäynti Toivon saliin

Meriterassille on portit ja käynti hotellin ulkopuolelta. Tämä mahdollistaa terassin monimuotoisen käytön jos halutaan terassille sisäänkäyntiä suoraan pihalta. Hotellinjohtaja Karvola kiinnitti huomiota palvelun laadun toteutumiseen jos ulkopuolelta on sisäänkäynti terassille. Tärkeää on, että asiakkaat huomataan pian ja he saavat nopeasti palvelua.

Jos terassille kulkua ei voida ravintolan sisältä valvoa tehokkaasti, lupaviranomainen voi edellyttää, että alkoholijuomat anniskellaan terassilla pöytiin tai että sinne perustetaan oma myyntipiste (Valvira 2011).

Hotellinjohtaja Karvola mainitsi ravintoloiden tämänhetkisen sijainnin olevan käytännöllinen ongelma. Hotellin kokoustilat sijaitsevat toisessa päässä hotellia, kuin kokousravintola. Kokousasiakkaat kulkevat koko hotellin, á la carte -ravintolan ja vastaanoton läpi kokousravintolaan. Ravintolatoiminta toimisi paremmin jos á la carte -ravintola Sassi toimisi nykyisen tilausravintolan paikalla ja tilausravintola Toivo toimisi á la carte -ravintolan paikalla.

HOTELLIN TAKAPIHA / PARKKIPAIKKA						KAUPUNKI ↑
MERI ↓	Meriterassi	Tilaustravintola	Vastaanotto	Á la carte -ravintola	Kokoustilat	
	Meriterassi	Á la carte -ravintola	Vastaanotto	Tilaustravintola	Kokoustilat	
TORI ↓			HOTELLIN SISÄÄNKÄYNTI	SASSIN TERASSI / ETUPIHA		

Kuvio 22 Hotellin ravintoloiden sijainti nyt (ylärivi) ja vaihdon jälkeen (alarivi)

Meriterassia tulisi hyödynnettyä paremmin jos se sijaitisi suoraan päivittäisessä käytössä olevan ravintolan yhteydessä. Tämä on kuitenkin tällä hetkellä lähes toteuttamiskelvoton ajatus, sillä todellisuudessa ravintoloiden ja keittiön uudelleen sijoittelu ja toiminnan muuttaminen vaatisi suunnattoman määrän rahaa ja työtä.

Hotellinjohtaja Karvolan mukaan Radissonin liiketoimintajohtaja Peitsalo on ideoinut tulevaisuudessa Meriterassin laajentamisesta etupihan puolelle sekä terassin rakentamisesta kaksikerroksiseksi ravintola Toivon yläpuolelle katto-tasanteelle.

Kiinteistövastaava Haarasen mukaan yksi mahdollisuus kuntoon laittamisen jälkeen on vuokrata terassi ulkopuoliselle hoidettavaksi, kuten se aiemminkin on ollut. Terassin toiminnan olisi kuitenkin oltava hotellin linjauksen mukaista, jotta hotellin asiakaskunta ei häiriinny ja terassin tarjonta on hotellin konseptin mukainen.

#### ❖ Aamiainen

Meriterassi ei ole tällä hetkellä ollut käytössä ravintola Toivon aamiaisella. Periaatteessa asiakkaat saavat terassille mennä halutessaan, koska ovet eivät ole lukossa. Terassin kunnan ja ulkonäön vuoksi asiakkaat eivät juuri osaa hakeutua terassille, vaan ajattelevat sen olevan käyttämättömänä.

Terassin ovet voitaisiin pitää avoinna lämpiminä ja aurinkoisina kesäpäivinä. Talon asiakkailta olisi vaihtoehto nauttia aamiaisesta myös terassilla. Terassin avoinna pitäminen aamiaisella ei juuri vaadi ylimääräisiä kustannuksia, eikä henkilökuntaa tarvitse palkata normaalia enempää. Terassin siivous voisi sujua samalla tavalla kuin ravintolasalinkin siivous. Ravintolasalin pöydät ovat aamiaisella valmiiksi katettuja. Voidaan pohtia, halutaanko myös terassin pöydät kattaa valmiiksi. Näin ollen kesäisin saataisiin myös lisää asiakaspaikkoja aamiaiselle. Kesällä aamiaissali on usein täynnä, joten lisätilalle on käyttöä.

Hotelli on markkinoinut kesäaamiaista hotellin ulkopuolisille asiakkaille. Aamiaisen markkinointiin voitaisiin ottaa mukaan Meriterassin mainostaminen. Oulusta ei löydy montaa yritystä, joka tarjoaa kattavan kesäaamiaisen ulkona nautittavaksi. Tällä voitaisiin saada hotellille sekä kilpailuetua että lisäarvoa. Mikä olisikaan sen ihanampaa, kuin hemmotella itseään kuohuviiniaamiaisella aurinkoisella Meriterassilla!

Terassin ollessa avoin tila saattaa lokerista muodostua ongelmaa. Asiakkaat nauttivat aamiaista ja jättivät astiat pöytiin. Lokit ja muut linnut usein hyökäävät ruoantähteiden kimppuun, jos niitä ei korjata heti pois. Linnut oppivat paikkoihin, joissa ruokaa on helposti saatavilla. Olisiko tähän ongelmaan apua mahdollisesta katteesta tai lasituksesta?

#### ❖ Kokous

Oulun Radisson hotellin myyntipalvelun mukaan suuret 200–300 hengen kokouspaketit varataan yleensä jopa kaksi vuotta ennakkoon. Tällä hetkellä varauksia on vuoteen 2013 saakka. Pienemmät kokousvaraukset, 100 hengen ja alle, varataan noin 1–6 kuukautta etukäteen. Pienryhmävarauksia tulee päivän–viikon varoajalla.

Meriterassilla voitaisiin lisätä palvelutarjontaa kokouksiin ja muihin tapahtumiin ja näin saataisiin uusia resursseja lisämyynnin hankkimiseen. Kokouspakettien markkinointiin ja myyntiin voitaisiin ottaa mukaan Meriterassi ilman erillisiä lisäkustannuksia hotellille. Myyntipalvelu voisi tarjota Meriterassia asiakkaiden käyttöön lisätilana erilaisiin paketteihin tai tarjota sitä pienempiin tilaisuuksiin omana tilana. Koska kokouspaketteja ja hintoja ei ole erikseen netissä tai paperiversioina asiakkaiden nähtävissä, niin Meriterassin lisääminen tarjontaan ei vaadi ylimääräisiä materiaalikustannuksia. Tästä uudesta tilasta on helppo liittää kuvat sähköiseen markkinointiin. Myyntipalvelu voisi myydä Meriterassia, kuten muitakin tiloja. (Myyntipalvelu 2011.)



❖ Business lounge:

Ravintolapäällikkö Kovalan mukaan liikematkustajat eivät enää vietä aikaa hotellin ravintoloissa, kuten ennen, vaan keskittyvät enemmän työntekoon. Travelconsumer.com nettisivujen mukaan liikematkustajat arvostavat seuraavia palveluita:

- ilmainen langaton nettiyhteys
- hyvät työskentelyolosuhteet (huoneessa työpöytä, hyvä tuoli ja valaistus)
- ympärivuorokautinen huonepalvelu
- lämpimän ruoan ja kahvin saatavuus vuorokaudenajasta riippumatta
- aulabaari/-kahvila
- nopeat pesula- ja silityspalvelut
- kengänkiillotus
- kauneus-, hieronta ja parturi-kampaamopalvelut ilman ajanvaraus-
- ta
- notaaripalvelut
- ilmaiset puhelupalvelut netin kautta
- monipuoliset liikunta- ja kuntosalitarjonta
- hiljaisuus
- asiantuntevaa henkilökuntaa vastaanotossa
- ravintola, jossa on erikseen liikematkustajille omat pöydät, jossa yksittäiset liikematkustajat voivat kohdata toisensa (Travelconsumer 2011).

Meriterassi ja ravintola Toivo sijaitsevat hotellin päädyssä, jossa ei ole ohikulkijoita. Siitä voitaisiin kehittää rauhallinen nurkkaus hotellin asiakkaille, joita ei välttämättä hotellin aulabaari kiinnosta. Ruoka- ja juomatarjoilu business loungeen voisi toimia ravintola Sassin puolelta ja Toivon puolen baaritiskillä voisi työskennellä yksi henkilö. Tämä kuitenkin vaatisi kustannus- ja kannattavuuslaskentaa.

Hotellin aulassa ei tällä hetkellä ole tarjoilua. Asiakkaat ostavat juomaa ravintola Sassin baaritiskiltä ja menevät sitten aulaan istumaan. Samalla tavoin voisi ajatella, että asiakas halutessaan saisi sen juoman kanssa mennä Toivon tai Meriterassin loungeen istuskelemaan. Tutkimusten varjossa juuri business matkaajat toivovat tällaista rauhallista tilaa (Travelconsumer 2011). Tällöin tarjoilijat voisivat keittiön tai vastaanoton kautta kurkata välillä loungeen ja siivota tarvittaessa. Usein Toivon puolella työskentelee henkilöitä kokousten tai muiden tilaisuuksien parissa. Vastaanoton henkilökuntakin voisi pitää silmällä tilannetta, koska heidän edestään asiakkaat kulkevat. Vastuu siivouksista ja tarjoilusta on kuitenkin nimettävä tietylle taholle, jotta palvelukonsepti toimisi.

#### ❖ Fresita klubi

Ravintolapäällikkö Kovala ideoi Toivon ja Meriterassin yhteyteen Fresita klubia. Tällainen hienostunut viinibaari voisi olla hotellin tason mukainen taustamusiikkeineen, nojatuoleineen ja takkatulineen. Oulussa ei ole paljon tarjontaa tällaisesta tasokkaammasta viinibaarista.

#### ❖ Juhla- ja teemapäivät

Ulkomaalaiset asiakkaat pitävät Suomen talvea ja joulun aikaa eksoottisena. Lappi vetää talvi- ja joulumatkaajia paljon. Samoja teemoja voitaisiin hyödyntää enemmän myös Oulussa. Teemat ja koristelu voitaisiin ottaa käyttöön myös Meriterassille. Syksyisin iltojen pimentyessä terassin kaiteet voitaisiin koristella valoilla. Näiden toteuttamiseen tarvitaan kuitenkin työvoimaa muun muassa tavaroiden esille laittoon, siisteyden ylläpitoon ja varastointiin. Alkuun kustannuksia tulee myös teematavaroiden suunnittelusta ja hankkimisesta. Kehitettäessä terassin käyttöajatuksia tuo se mukanaan haastetta kehittää itse ravintola Toivonkin toimintaa. Terassin ja ravintola Toivon toimintaa kehittäessä pitänee ajatella hotellin asukkaita, joiden huoneet sijaitsevat heti tilojen yläpuolella. Asiakkailta tulee jo tällä hetkellä palautetta yökerhon musiikin kantautumisesta huoneisiin.

Terassin koristelu- ja teemaideoita:

- Winter Wonderland
  - Joulukuukausi ja uusivuosi
  - iglu, jääpöytiä, jää- ja lumiveistokset, jääbaari ja -ravintola, porontaljaa, glögiä, minttukaakao, takka/elävä tuli, jouluvalot
  - Lasten pikkujoulut
- Pääsiäinen
- Vappu
  - Terassikauden aloitus ja kesäasuun pukeminen
- Juhannus
  - Juhannustanssit, koivu
- Venetsialaiset
  - Veden, tulen ja valon juhla
- Ystävänpäivä
  - ”Sydän TOIVOa täynnä”
- Kynttiläillalliset, brunssit, kuohuviiniaamiainen, viininmaistiaiset, suklaillaillat
- Kokkikoulu, teemaillat ruoanlaiton parissa
- Terassitanssit, karaokeillat teemoittain – eri vuosikymmenet, live-esiintymiset, stand-up ja taikuusillat, toivelauluillat (nostalgia, pop, rock, iskelmä ja niin edelleen), visailut
  - ”Torstain TOIVOn tuimmat”
  - ”Torstai TOIVOa täynnä”
- Vuokraustoimintaa hotellin asiakkaille
  - petanque, mölkky

## ❖ Terassitarjoilu

Terassilla voitaisiin myydä yksinkertaista terassimenua, joka olisi helppo koota ja tarjota, kuten tapakset, antipastit ja snacksit. Menun voisi pitää helppona niin, ettei sitä muunneltaisi asiakkaiden toiveiden mukaan. Menu koostuisi erilaisista valmiista komponenteista. Toisaalta terassilla voitaisiin myydä samaa ruokalistaa, kuin ravintola Sassin tai kehittää kokonaan oma lista esimerkiksi Oulu teemalla – rössypotut ja muikut. Jos ei haluta mennä niin pitkälle, että suunniteltaisiin omaa ruokalistaa Meriterassille, vaihtoehtona voisi olla pähkinäkuppeja, marinoituja oliiveja valmiissa kuppiannoksissa ja juustoja. Tuotteita, joita tarjoilija pystyy kokoamaan ja myymään baaritiskiltä. Näin ne toisivat lisämyyntiä, mutta niistä ei koituisi ylimääräisiä henkilöstökustannuksia, toisin sanoen ei tarvitse kokkia.

Avaamalla terassi kokopäiväiseen käyttöön, tarvitaan ravintola Toivon ja terrassin yhteyteen vähintään yksi tarjoilija. Terrassin ruokailukysyntään voitaisiin vastata Sassin keittiöstä, sillä ravintola Sassi on toiminnassa päivittäin ja keittiöön on helppo kulku Toivosta. Työntekijävahvuus mitoitetaan tilausten mukaan. Tilausten lisääntymisen myötä tarvitaan mahdollisesti lisäkokkia ja tarjoilijoita.

### **Esimerkki työvoimakustannusten kattamisesta juomamyynnillä:**

Oluen myyntihinta	5€ / 0,33l
• Alv 23 %	0,93€
= Liikevaihto	4,07€
• Ostohinta	1€ / 0,33l (n. 3€ / l)
= Myyntikate	3,07€
Työvoimakustannukset/myyntikate	<u>15€ / h</u> 3,07€
= Myytävät tuopit/tunti	n. 5

Noin 5 tuoppia myytävä tunnissa, jotta kattaa yhden tarjoilijan kulut.

### ❖ Parkkipaikka

Ravintolapäällikkö Kovala kertoi yhden hotellin heikkouksista olevan parkkipaikkojen puute. Talon takana on noin 50 parkkipaikkaa lämpötolpilla varustettuna, mutta asiakkaat toivovat talvisin lämmintä autohallia. Meriterassin paikalle olisikin ehkä mahdollista rakentaa koko hotellin korkeudelta parkkihalli, tai rakennuttaa kellarikerrokseen pysäköintitilat.

Ouluun ollaan rakentamassa maanalaista pysäköintitilaa. Kallioparkin, Oulun Kivisydämen, rakentaminen alkaneeksi syksyllä 2012 ja sen uskotaan valmistuvan joulumarkkinoille 2014 (YLE 2011). Yksi Kivisydämen sisäänkäynneistä tulee hotellin kupeeseen ja se helpottaa hotelliasiakkaiden pysäköintiongelmia varsinkin talvisin.

### ❖ Tulevaisuuden suunnitelmia

Hotellinjohtaja Karvola kertoi hotellin lähitulevaisuuden suunnitelmiin kuuluvan á la carte -ravintola Sassin salin remontti ja tähän tarkoitukseen on jo varattu 100 000 euroa. Keittiöremontti on ollut vuosia puheissa ja suunnitelmassa, mutta päätöstä sen tekemiseen ei vielä ole tehty. Vanhoihin huoneisiin on päätetty tehdä "face lift" -tyylistä remonttia uusimalla kalusteita. Huoneiden remontoinnissa käytetään kierrätystä, sillä Oulun hotelliin siirretään Helsingin Radisson Blu Plaza -hotellin käytöstä poistuvat kalusteet. Karvolan mukaan hotellin etupihan piharemontti on seuraava toteutettava hanke. Remontissa kiinnitetään huomiota pihan ulkonäköön korjausten lisäksi. Etupihan suunnittelussa tullaan käyttämään tyyli-suuntana japanilaista puutarhaa.

## 6 POHDINTA

Opinnäytetyöhön on kerätty Meriterassin kuntoon laittamiseen liittyviä erilaisia vaihtoehtoja ja sen tuomaa lisäarvoa. Terassin kuntoon laittamisen selvittelyjen lisäksi on koottu erilaisia toimintaideoita. Työn tuloksena on huomioitu, että Meriterassin käyttöönotto on kaikin puolin haluttu ja tarpeellinen. Raporttiin on koottu Meriterassin ja ravintola Toivon historiaa ja kirjoittamatonta faktatietoa sekä niiden valossa pohdittu palvelukulttuurin muutoksia.

Aluksi lähdimme heittelemään ideoita terassin toiminnalle. Ravintolapäällikkö Kovalan mukaan kaikkeen, mitä ehdotetaan, on oltava kustannuspolitiikka mukana. Tästä saimme suunnan opinnäytetyölle ja se karsi työstämme alun perin hullut idean heitot sekä toteuttamiskelvottomat ajatukset. Näin työ suuntautui palvelemaan nimenomaan tilaajaa. Selvitimme terassin senhetkisen kunnan ja kartoitimme alustavia kustannuksia ja eri vaihtoehtoja terassin kuntoon laittamiseksi. Asiakaspalautteet ja työntekijöiden haastattelut antoivat raameja terassin toimintaideointiin.

Ajattelimme aluksi, että terassi voisi olla avoinna hotellin asukkaiden lisäksi muille asiakkaille. Ravintolapäällikkö Kovalan kanssa käydyssä keskustelussa tulimme kuitenkin siihen tulokseen, että terassin imago ja sen asiakkaiden on oltava linjassa hotellin omien standardien kanssa. Täten terassin avaaminen koko kaupungin käyttöterassiksi ei ole halutunlaista toimintaa.

Toiminnallisessa opinnäytetyössämme on hankittu aineistoa laadullisilla tutkimusmenetelmillä. Keräsimme konsultaationa tietoa haastatellen asiantuntijoita, eli yrityksen työntekijöitä ja esimiehiä, strukturoidulla haastattelulomakkeella. Haastatteluilla olemme lisänneet teoreettisen osuuden luotettavuutta. Keräsimme tietoa hotellilla paikan päällä muissakin keskusteluissa ja sähköpostin välityksellä. Tutkimme terassia koskevia asiakaspalautteita hotellin asiakaspalautejärjestelmistä.

Lähteenä käyttämämme kirjat ovat luotettavia, sillä niitä käytetään alojen koulutuksissa ja ne ovat pääosin tuoreita. Grönroosin teos on tunnettu ja sitä käytetään edelleen laaja-alaisesti, vaikka teos on lähes 30 vuotta vanha. Mainitsemamme yritykset ovat oman alansa asiantuntijoita, minkä vuoksi nämä ovat luotettavia lähteitä kertoessaan oman yrityksensä tarjoamista vaihtoehtoista. Opinnäytetyössä on käytetty lähteinä myös lehtiartikkeleita. Emme tiedä onko niihin tehty tarpeellista taustatyötä ja tutkimusta, jotta ne voitaisiin luokitella luotettaviksi. Historiaa varten tehdyissä haastatteluissa esiintyviä vuosilukuja ei ole pystytty tarkastamaan. Ne ovat muisteluja, joten vuosiluvut saattavat heitellä, koska jokainen haastateltu epäili muistiaan. Historiaan kootut tapahtumat ja ravintolan toiminta ovat tietoja, jotka on saatu useammalta henkilöltä samanlaisina, joten näitä voidaan pitää luotettavina faktoina.

Hotellin esimiehiltä saatu tieto toimii opinnäytetyön perustana, sillä heiltä on saatu toiveet ja raamit Meriterassin kehittämiseksi. Yhtenä lähteenä on käytetty lisäarvoa käsittelevää opinnäytetyötä, joka on toissijainen tietolähde. Tämä lisää tiedon muuntumisen mahdollisuutta. Käytimme opinnäytetyötä lähteenä, koska saimme siitä lisää vinkkejä, missä kirjallisuudessa lisäarvoa käsitellään. Käyttämämme Internet-sivuja voidaan pitää luotettavina, sillä ne ovat yritysten omia sivuja, joissa on heidän myymien tuotteiden tuotetietoja ja hinnastoja. He toimivat alkuperäisinä tiedon tuottajina.

Olimme yhteydessä useisiin yrityksiin, joilta tiedustelimme mahdollisuuksia ja alustavia kustannusarvioita terassin kuntoon laittamiseksi. Ikävä kyllä kaikki yritykset eivät olleet kiinnostuneita yhteistyöhön koskien opinnäytetyötä. Koska kyseessä oli opinnäytetyö ja otimme sen esille kustannusarvioita pyytäessämme, kaikki yritykset eivät olleet halukkaita paneutumaan aiheeseen. Ne, joilta saimme vastauksia, on mainittu työssämme. Varmasti hotelli saa viralliset kustannusarviot kaikilta yrityksiltä, kun lähestyvät virallista tietä. Huomasimme, että pelkkä sähköinen kontaktointi yrityksiin ei tuottanut vastauksia, joten kävimme paikan päällä keskustelemassa ja pyytämässä konsulttia. Hinnat eivät ole täysin vertailukelpoisia, koska kaikista vaihtoehtoista ei ole useampaa vertailukohdetta. Ne ovat suuntaa antavia, eivät kilpailutettuja hintoja.

Meriterassin sijainti on hyvin haasteellinen merellisen ilmaston ja kovan tuulen vuoksi. Selvittelimme erilaisia vaihtoehtoja terassin kattamiseksi. Useimmat yritysten edustajat tulivat siihen tulokseen, että koko terassin kattava yhtenäinen kate vaatii kaikissa tapauksissa teräsrungon rakentamisen. Ainoastaan tällöin saadaan pysyvä ja kestävä kate. Teräsrungon rakentaminen on jo sen verran suuri ja arvokas projekti, että useat asiantuntijat suosittelivatkin talvipuutarhan rakentamista. Markiiseja ja päivänvarjoja voidaan sijoittaa terassille ilman suuria rakennustoimenpiteitä, kun niitä yhdistetään useampi pieni yksikkö.

Pyrimme selvittämään ravintola Toivon nimen alkuperän. Jokaisella haastattelulla hotellityöntekijällä tuntui olevan erilainen mielipide siitä, mistä ravintola on saanut nimensä. Hotellinjohtaja Karvolakin totesi, ettei nimen alkuperä välttämättä ole mistään lähtöisin. Koska ravintolan nimellä ei ole mitään historiaa, päätimme antaa sille historiavaihtoehdon vanhasta Oululaisesta perinteestä, "Laiva Toivo, Oulusta" ja käytimme sitä mukana ravintolan ja terassin ideoinnissa.

Opinnäytetyö oli yllättävän pitkäkestoinen ja aikaavievä projekti. Kummallakaan ei ollut aiemmin kokemusta käytännönläheisesti tällaisen tilan muuntamisen suunnittelusta, jossa tarvitaan monelta eri taholta tietoja. Työ on opettanut paljon ihmisistä ja ihmisten välisestä kanssakäymisestä, materiaaleista, tuotteista sekä erilaisen tiedon hyödyntämisestä. Itseasiassa projektia olisi todella mielenkiintoista jatkaa ja päästä toteuttamaan, jotta näkisimme, miten projekti etenisi käytännössä. Toivottavasti ensi kesänä pääsemme kuitenkin Meriterassille nauttimaan kesästä!

Opinnäytetyö jää hotellille työkaluksi Meriterassin kehittämiseksi. Meriterassin käyttöönotto ja sen toteutus ovat hotellin ja ravintolan esimiesten päätäntävällässä olevia asioita.

Liitteeksi olemme koonneet yrityksiltä saamamme tarjoukset, asiakaspalautteita, Oulun tapahtumia ja "Laiva Toivo, Oulu" -laulun sanat.



## LÄHTEET

Akimo, M. 2011. Pirjo Huusko tankkaa ja tarkistaa. Huoltoasemille ilmestyneet palvelumestarit auttavat autoilijaa arkiongelmassa. Kaleva 293/2011, 5.

AKP 2011. Tuotteiden ja tuotannon massaräätälöinti. Osoitteessa <http://www.pe.tut.fi/akp/massa.html> 22.5.2011.

Antila, P. 2011. Sähköpostitiedonanto 20.10.2011.

Forum24 2011. Kauppatorille uudet kasvot. Osoitteessa <http://www.forum24.fi/uutiset/ykkosjuttu/kauppatorille-uudet-kasvot> 30.9.2011.

GoFinland 2011. Palace Kämp Group Pohjoismaiden paras matkailuyritys. Osoitteessa [http://www.gofinland.fi/fi/Matkailuartikkelit/Palace\\_Kamp\\_Group\\_Pohjoismaiden\\_paras\\_matkailuyritys.iw3](http://www.gofinland.fi/fi/Matkailuartikkelit/Palace_Kamp_Group_Pohjoismaiden_paras_matkailuyritys.iw3) 22.9.2011.

Grönroos, C. 1983. Miten palveluja markkinoidaan. Espoo: Weilin+Göös.

Haaranen, P. 2011. Radisson Blu Hotel Oulun kiinteistövastaavan haastattelu 12.10.2011.

Helsingin Sanomat 2011. Sujahda salakapakkaan. Osoitteessa [http://omakaupunki.hs.fi/paakaupunkiseutu/uutiset/sujahda\\_salakapakkaan/](http://omakaupunki.hs.fi/paakaupunkiseutu/uutiset/sujahda_salakapakkaan/) 10.11.2011.

Hirvonen, T. 2009. Asiakkaalle tuotettava lisäarvo perustettavan tilitoimiston kilpailutekijänä. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu: Liiketalouden koulutusohjelma.

Holiday Inn 2010. Talvipuutarha. Osoitteessa [http://www.finland.holidayinn.com/hotellit/turku/kokoustilat/fi\\_FI/talvipuutarha/](http://www.finland.holidayinn.com/hotellit/turku/kokoustilat/fi_FI/talvipuutarha/) 20.10.2011.

Icopal Oy 2011. Fastlock Uni -valokate. Osoitteessa

[http://www.icopal.fi/Tuotteett/Fastlock\\_Uni\\_tuotesivu.aspx](http://www.icopal.fi/Tuotteett/Fastlock_Uni_tuotesivu.aspx)  
6.10.2011.

Isku Koti 2011. Polyrottinki ja artwood kalusteet. Osoitteessa

[http://www.iskukoti.fi/koti/actions/customer\\_base/cms/VirtualPageView.action?id=x\\_ajankohtaista\\_polyrottinki+ja+aintwood](http://www.iskukoti.fi/koti/actions/customer_base/cms/VirtualPageView.action?id=x_ajankohtaista_polyrottinki+ja+aintwood)  
9.11.2011.

Jackpoint Oy 2011. Materiaalit. Osoitteessa

<http://www.jackpoint.fi/?d=show&nav=0,20,21&t=s&l=fi>  
9.11.2011.

Junttila, J. 2011. Kaihdinliike Sandbergin alue-edustajan haastattelu

1.11.2011.

Kaleva 2011. Torin uudet maamerkit lähempänä toteutumistaan. Osoitteessa

<http://www.kaleva.fi/uutiset/torin-uudet-maamerkit-lahempana-toteutumistaan/893507> 30.9.2011.

Karvola, T. 2011. Radisson Blu Hotel Oulun hotellinjohtajan haastattelu

1.11.2011.

Kaukiainen, Y. 1998. Laiva Toivo, Oulu. Helsinki: SKS.

Korento, P. 2011. Sähköpostitiedonanto 3.11.2011.

Kovala, H. 2011. Radisson Blu Hotel Oulun ravintolapäällikön haastattelu

30.8.2011.

Kreivi, M. 2011. Sähköpostitiedonanto 3.11.2011.

Kuusela, H. – Rintamäki, T. 2002. Arvoa tuottava asiointikokemus. Tampere: Tampere University Press.

Laine, L. 2011. Ouluun ei tule Hilton-hotellia. Kaleva 279/2011, 2.

Lecklin, O. 2002. Laatu yrityksen menestystekijänä. Helsinki: Talentum.

Lumon Suomi Oy Info 2011. Sähköpostitiedonanto 29.9.2011.

- Marrent Oy Myyntipalvelu 2011. Sähköpostitiedonanto 19.10.2011.
- Maskun Kalustetalo Oy 2011. Osoitteessa <http://www.masku.com/> 9.11.2011.
- Murtola, J. 2011. Sähköpostitiedonanto 13.1.2011.
- Myyntipalvelu 2011. Sähköpostitiedonanto 28.10.2011.
- Mäntyneva, M. 2001. Asiakkuuden hallinta. Helsinki: WSOY.
- Määttä, U. 2011. Radisson Blu Hotel Oulun vastaanottovirkailijan haastattelu 7.10.2011.
- Oulun Kaupungin Matkailuneuvonta 2007. Osoitteessa <http://www.oulutourism.fi/> 21.9.2011.
- Oulun Kaupunki 2011. Oulun merellisyyttä rakennetaan edelleen: Kruzensh-ternilla 3405 vierailijaa. Osoitteessa <http://www.ouka.fi/Tiedote3.asp?ID=17386> 25.10.2011.
- OuluOn 2011. Osoitteessa <http://www ouluon.fi> 28.4.2011.
- Pellinen, J. 2003. Kustannuslaskenta ja kannattavuusajattelu. Helsinki: Ta-  
lentum.
- Pesonen, I. – Mönkkönen, T. – Hokkanen, T. 2000. Menestyvä matkailuyritys.  
Helsinki: Oy Edita Ab.
- Pitkänen, H. 2011. Sähköpostitiedonanto 4.10.2011.
- Pollari, P. 2011. Tuottojen ja hinnoittelun johtamisen työkalu. E-julkaisu. Ou-  
lu: Radisson Blu Hotel.
- Primo 2011. Puumuovikomposiitti. Osoitteessa <http://www.primo.dk/Puumuovikomposiitti-2460.aspx> 8.11.2011.
- Puukeskus 2011. Puumuovikomposiitit. Osoitteessa <http://www.puukeskus.fi/tuotteet/piha-ja-puutarha/puumuovi-komposiitit> 8.11.2011.

Radisson SAS Hotels & Resorts, Finland. 2008. Työntekijän käsikirja. E-julkaisu. Oulu: Radisson Blu Hotel.

Rautiainen, M. – Siiskonen, M. 2010. Hotellin asiakasliikenne ja kannattavuus. Helsinki: Restamark.

Rautio, L. 2011. Sähköpostitiedonanto 1.11.2011.

Ravintola Sipuli 2011. Virtuaaliesitys. Osoitteessa <http://www.ravintolasipuli.fi/ravintola-sipuli/virtuaaliesitys> 9.11.2011.

Resegeometri 2011. Business Travel Award 2011. Osoitteessa <http://www.resegeometri.se/index.cfm?pg=13&pr=1&lg=2> 22.9.2011.

Rissanen, T. 2005. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti.

Ruokonen, J. 2009. Nopeammin! Helsinki: Talentum.

Santalainen, T. 2009. Strateginen ajattelu & toiminta. Helsinki: Talentum.

Sunsystems 2011. Markiisi. Osoitteessa [http://www.sunsystems.fi/fi/tuotteet/markiisit/markiisi\\_yleista.html](http://www.sunsystems.fi/fi/tuotteet/markiisit/markiisi_yleista.html) 30.9.2011.

Säiläpohja, T. 2011. Icopal Katto Oy:n aluepäällikön haastattelu 11.10.2011.

Tampereen Markiisi Oy 2011. Kvartsilämmittimet. Osoitteessa <http://www.tamar.fi/kvartsilammittimet> 3.10.2011

The Rezidor Hotel Group 2010c. Conference & Business Hotel in Oulu. Osoitteessa <http://www.radissonblu.fi/hotelli-oulu/kokoukset> 20.9.2011.

The Rezidor Hotel Group 2010b. Find the Radisson Blu Hotel in Oulu. Osoitteessa <http://www.radissonblu.fi/hotelli-oulu/sijainti> 20.9.2011.

- The Rezidor Hotel Group 2010a. Service Concepts. Osoitteessa  
<http://www.radissonblu.com/meetings/guarantee/service-concepts> 20.9.2011.
- Tiernakaupunki Oulu 2011. Osoitteessa <http://www.tiernakaupunki.fi/>  
30.9.2011.
- Tikkanen, H. 2011. Radisson Blu Hotel Oulun tarjoilijan haastattelu  
24.10.2011.
- Travelconsumer.com 2011. What Do Business Travelers Want. Osoitteessa  
<http://www.travelconsumer.com/articles/businesstravel.htm>  
22.9.2011.
- Uski, J. 2011. Sähköpostitiedonanto 3.11.2011.
- Vainio, H. 2011. Icopal Katto Oy:n kehitysjohtajan haastattelu 1.11.2011.
- Valvira 2011. Anniskelupaikan rajaamista koskevan suunnitelman tekemisessä huomioon otettavia näkökohtia. Osoitteessa  
<http://www.valvira.fi/files/anniskelualueen%20rajaaminen.pdf>  
5.10.2011.
- Vilka, H. – Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki:  
Tammi.
- Vilka, H. 2010. Toiminnallinen opinnäytetyö. Osoitteessa  
[http://vilka.fi/hanna/Toiminnallinen\\_ont.pdf](http://vilka.fi/hanna/Toiminnallinen_ont.pdf) 2.8.2011.
- Väätäinen, P. 2011. Sähköpostitiedonanto 24.10.2011.
- Yhteishyvä 2011. Terassilämmitin jatkaa kesäkautta. Osoitteessa  
[http://www.yhteishyva.fi/asuminen\\_remontointi/kodinkoneet/terassilammitin\\_jatkaa\\_kesakau/fi\\_FI/Terassilammitin\\_jatkaa\\_kesakautta/](http://www.yhteishyva.fi/asuminen_remontointi/kodinkoneet/terassilammitin_jatkaa_kesakau/fi_FI/Terassilammitin_jatkaa_kesakautta/)  
13.10.2011.

YLE 2011. Kallioparkki on nyt Kivisydän. Osoitteessa



[http://yle.fi/alueet/oulu/2011/04/kallioparkki\\_on\\_nyt\\_kivisydan\\_2551107.html](http://yle.fi/alueet/oulu/2011/04/kallioparkki_on_nyt_kivisydan_2551107.html) 10.11.2011.

YLE 2010. Oulun merellisyys on edelleen hakemisessa. Osoitteessa

[http://yle.fi/alueet/oulu/2010/01/oulun\\_merellisyys\\_on\\_edelleen\\_hakemisessa\\_1351946.html](http://yle.fi/alueet/oulu/2010/01/oulun_merellisyys_on_edelleen_hakemisessa_1351946.html) 25.10.2011.

## LIITTEET

Kaihdinliike Sanberg, markiistarjous	Liite 1
Visor Oy, markiistarjous	Liite 2
Jackpoint Oy, kalustetarjous	Liite 3
Asiakaspalautteet	Liite 4
"Toivon laulu"	Liite 5
Oulun tapahtumakalenteri	Liite 6

 <b>Kaihdinliike SANDBERG</b>		 <b>AURINKO SUOJAUS RY</b>	
Kirkkokatu 61 L 1 90120 Oulu		JÄSENLIIKE	
		MARKIISITARJOUS	04.11.11
Kiittäen tarjouspyynnöstänne tarjoamme Teille markiisia seuraavasti			
Tyyppi	Brustor TWINSTOR		
Määrä	1 kpl		
Koko	Leveys	6000 mm	Ulottuma 6000 mm
Materiaali	Fabric Class 2 ( vedenpitävä ) Nivelvarsissa vahvat nivelketjut Alumiininen kasettiprofiili suojaa kangasta myös talvella. Kaukosäädin Somfy Telis 1 RTS 2 x Turnable 2,5 x 2,5 Päivänvarjo Ledvalot 6 varressa 2 x Lämmitin Patio heater 2000 w Hinnat Alv 0 %		
Hinta	Brustor markiisi 6000mm x 6000m moottorilla		<b>Hinta</b> 6 530,00 €
	2 x Turnable parasols P7 2,5 x 2,5 m Päivänvarjo		1 970,00 €
	2 x Patio lämmitin 2000 W	Kaukosäädettävät	1 090,00 €
	Kuudessa varressa led valaistus		1 300,00 €
	Kiinnitys / kukkalaatikot maahan		693,00 €
	Kaukosäätö		196,00 €
	Lippa ( johon voidaan laittaa tekstit )		144,00 €
	Runkojen maalaus RAL väriin		709,00 €
	Tuplamäärä Varsien jousia + Tuulimittari		428,00 €
	Rahti kustannukset		450,00 €
Toimituksen kulut yhteensä	Alv 0 %		13 510,00 €
Asennus kulu arvio			590,00 €
Toimitusaika	Noin 9 viikkoa		
Maksuehto	7 pv netto		
Voimassaolo	Tarjous on voimassa 30 vrk.		
Toimitustapa	Paikoilleen asennettuna ilman sähköasennuksia		
	Toivomme tarjouksen sopivan ja johtavan tilaukseen. Annan mielihyvin lisätietoja.		
	Ystävällisin terveisin		
	Jouni Junttila Kaihdinliike Sandberg Oy		
	Puh. 040 9682026 Sähköposti: jouni.junttila@kaihdinliikesandberg.fi		
VARJOA JA SUOJAA VUODESTA 1973!		www.kaihdinliike.fi	



VISOR OY, TARJOUS

Liite 2

Lähettäjä: Hannu Pitkänen [hannu.pitkanen@visor.fi]  
Lähetetty: 28. syyskuuta 2011 9:16  
Vastaanottaja: Veijola Mervi - A801M08  
Aihe: VL: Tarjouspyyntö markiisi.fi sivustolta

Hei,

Tarjoamme markiisin seuraavasti.

Monaco terassimarkiisi  
1kpl 2500 x 1500

Veivikäytöllä 850,00  
Sähkökäytöllä,kaukosäätimellä 1280,00  
Tuulitukivarret 130 €/kpl  
Valaisimet 370-875 € riippuen mallista  
Täysautomaatiikka 340,00 € (tuuli ja aurinko yhdessä)  
Pelkkä tuuliautomaatiikka 215,00  
Kvartilämmittimet alkaen 875-1000 € riippuen varusteista

Toimitusajat n. 2 viikkoa

Sähkökäyttöisen asennus ilman sähkökytkentöjä 160,00 € (sisältää markiisin ohjelmoinnin)  
Veivikäyttöinen 140 €  
Asennushinnat lähiseudulle

Kauttamme saa tilattua sähkömiehen joka osaa kytkentähommat hyvin

Hannu

## JACKPOINT OY, KALUSTETARJOUS

Liite 3

*Tarjous 1.11.2011*

TAVARA ON MYYJÄN OMAISUUTTA KUNNES KAUPPAHINTA ON MAKSETTU

Jackpoint Oy Ltd  
[www.jackpoint.fi](http://www.jackpoint.fi)  
 Joutsensalmi 22  
 FI-02450 Sundsberg  
 puh. 09-2211602  
 Y-tunnus: 1958158-9  
 fax. 09-2211605  
 Pankki: OP 535806-2187598

Tarjoamme teille seuraavaa:	hinta alv 0 % / kpl	Yht: alv 0 %
<b>Mambo tuoli SE</b>		
<b>Punos: Hopeanharmaa, 54 kpl:ta</b>	<b>80,00</b>	<b>4320,00</b>
<b>Kukkapöytä Selkan jalalla</b>		
Umpilaminoitu kansi ja Selka Linen jalka, 18 kpl:ta	<b>120,00</b>	<b>2160,00</b>
<b>Maria tuoli SE</b>		
<b>Punos: Hopeanharmaa, pehmuste raitakuosi, 28 kpl:ta</b>	<b>160,00</b>	<b>4480,00</b>
<b>Sohvaryhmä Arizona SE</b>		
<b>Punos: Hopeanharmaa, pehmuste raitakuosi, 4 kpl:ta</b>	<b>2200,00</b>	<b>8800,00</b>
Sohvaryhmä: 1 kpl 2,5 istuttava sohva, 2 kpl:ta nojatuoli ja 1 kpl sohvapöytä		
<b>Kukkaruukun suojus</b>		
Punottusuojus johon voidaan laittaa istutusruukku, 7kpl:ta	<b>120,00</b>	<b>840,00</b>
<b>Orbit katossohva</b>		
Optiona katossohva, esim. valkoisena	<b>1400,00</b>	<b>1400,00</b>
<b>Kokonaissumma on</b>		<b>22.000,00 alv 0 %</b> <b>27.060,00 alv 23 %</b>
<b>Rahti ei kuulu hintaan.</b>		
<b>Toimitusehto Vapaasti varastolla Espoossa</b>		
<b>Toimitus- ja kuljetusmaksu kuljetus Espoo – Oulu</b>		<b>noin 900 euroa</b>
<b>Maksuehto 14 pv netto</b>		
<b>Toimitusaika Varastotuotteilla sopimuksen mukaan.</b>		
<b>Hintoihin lisättävä alv 23</b>		
<b>Ystävällisin terveisin,</b>		
<b>Jarno Uski</b>		
<b>Jackpoint Oy Ltd</b>		
<b><a href="mailto:jarno@jackpoint.fi">jarno@jackpoint.fi</a></b>		
<b>0400 888746</b>		

*"Hei Mervi,  
Kuten jo maanantaina käydessämme teillä kerroin että minua harmittaa ja on jo monta kesää harmittanut tuo hyödyntämätön Meriterassi, ja kerroit opin-  
näytetyöstäsi ajattelin nyt laittaa muutamia ajatuksia joita minulla on mielessä  
koskien tuota terassia, minulla on tietynlaisia visioita siitä; olen myös monesti  
aikonut lähestyä jotakin siellä hotellissa, mutten ole tiennyt ketä, joten nyt  
samalla menee kopio johtajallekin : )  
pleksin pitäisi olla hieman korkeampi ja viistottu että ohjaa tuulen ylöspäin,  
isoja polyrottinkisia sohvia ja nojatuoleja päällystein, jättivarjoja kunnon beto-  
nijaloissa, ettei tuuli vie niitä, helppohoitoisia kasveja, vihersellaisia, mutta  
myös kukkia, mukavaa italialaista musiikkia, ei missään nimessä mitään ras-  
kasta jumputusta  
ovet tulisi olla auki ravintolaan, oven läheisyydessä sellaisia pöytiä, jonne  
voisi hotellin vieraat mennä syömään vaikka aamiaista  
en ajattele että Meriterassistä pitäisi tulla vain kaljajuottola, vaan sellainen  
paikka että se houkuttelisi myös hotellin asiakkaita ja muita turisteja kaupun-  
gista, toki voisi viedä aikansa ennen kuin kaupunkilaiset sen omaksi ottaisi-  
vat, mutta pieniä ilmoituksia lehteen ja happy hour- teemoja kuohareista,  
valkkareista yms.  
sitten voisi ottaa eurooppalaisen käytännön pienestä kupista, jossa suola-  
pätkkinöitä tuodaan pöytään juotavan tilanneille.  
yst.terv. Maarit Isohookana Haukiputaan Kellosta"*

*"Ainoa "haitta" oli terassin sijainti heti sisääntulon vieressä. Jotenkin häiritsi kulkea siitä kaikkien nokan edestä. Enkä edes itse mennyt terassille koska se paikkana ei vaikuttanut viihtyisältä juuri sijaintinsa mukaan." – Business mat-  
kaaja, Nainen, 45–54 vuotias.*

*"The terrace from Toivo was closed in the evening (???) and the other one is too small and dusty, because is just near the parking." – Vapaa-ajan mat-  
kaaja, Mies, 45-54 vuotias.*

*"Miksi joen puoleinen Toivon terassi on hyödyntämättä? Nyt helleaamuna se olisi ollut hieno aamiaisen nauttimispaikka, tietenkin hoidettuna ja paremmilla kalusteilla." – Vapaa-ajan matkaaja, Mies, 65+ vuotias.*

*”Ainoa asia mihin olen jokseenkin tyytymätön on aamiaisravintola Toivon ulkonäkö ja tunnelma. Toivon ulkonäkö on jokseenkin toivoton. Huoneessa ei ole hyödynnetty sijainnin ainutlaatuisuutta meren ja torin laidalla. Kauniita suuria ikkunoita rumentaa kammottavat verhot. Keskelle salia on rakennettu ikävä baari ja ikkunanurkkaan tungettu orkesterikoroke. Kaiken kamaluuden huippu on merkillinen punainen ”palomuuuri” joka estää tilan joenpuoleisen näkymän. Tilan olisi mahdollista olla elegantti ja pohjoismaisen raikas ja valoisa. Designia voisi todella hyödyntää. Nyt tunnelma on krapulainen, hämärä ja epämiellyttävä aamuisin. Tilassa on suuret mahdollisuudet jotka ovat nyt täysin hyödyntämättä.” – Vapaa-ajan matkaaja, Nainen, 55–64 vuotias.*

*Vuonna yksituhatta kaheksansataa seitsemänkymmnetä yksi,  
kun laivuri koitti saada poikia pestatuksi, hän pestas yhen, pestas toisen,  
pesta kolmannen, Laivaan Toivoon Oulu.  
Hurraa, hurraa, sen omistajalle,  
hurraa, hurraa, sen kuljettajalle,  
mutta Toivon herra kuuluu kyllä kaikkein korvissa, ja laiva Toivo, Oulu.*

*Ei saanut Vilho poikia kauvan laivassansa pitää,  
kun he pääsi Englantiin he eron otti siitä.  
He heitti herra laivurin Laiberineen,  
laivaan Toivoon Oulu.  
Hurraa j.n.e.*

*Herran äiti herjais heitä rakkareiksi siit(t)ä  
kuin he karkais pojies meidän nuorelt(a) laivurilta  
ei tiennyt äiti ennustaa eteenpäin elämää Laivassa toivossa oulun.*

*Sen harhatöitä muistella on vallan vaikeata,  
vaan koitan täs(s)ä selittää (ne) merkillisimmät {niitä,}  
mitä merimatkoiltansa miehet mainitsee  
Laivasta toivosta oulun.*

*Ystäviä kokous kerran laivurille laivaan  
ilohetkiä viettämään he tulit tuohon toivoon  
vaan niin he kuulit kuulun (kujun) keulassa kaikuvan  
Laivassa toivossa oulun.*

*Hän räpsytteli rintaa vasten revolveriänsä  
yksi alapäällikkö seisoi e{d}essänsä,  
vaan kuulaa sieltä ei kuulunut kuin ruutit oli{vat} kastuneet.  
Laivassa toivossa oulun.*

*Sitten kalpas kajuuttaan ja sieppas sieltä toisen  
karjasi jo tullessaan kyllä minä sen löydän  
se pamautti ja patruunaan se kuula komahti.  
Laivassa toivossa oulun.*

*Sitten vietti vankeuteen koko väestönsä  
vaan kuin päänsä selveni niin lausui rukouksensa  
tulkaa pojat sovinnossa oomme eteenpäin  
Laivassa toivossa oulun.*

*Sitten ryhdyit hakemahan ammutuita kuulii  
joita oli jäänyttä takataakin tiiriin,  
jonka näki koko väki perämiehineen,  
Laivassa toivossa oulun.*

*Laivaan tuli laivurille ystäviä kerran,  
tulivat he iloitsemaan luona Vilho-herran.  
Vaan kuulun kaiku keulassa ne ilot lopetti  
laivassa Toivossa Oulu.  
Huraa j.n.e.*

*Laivuri se vain räpsytteli revolveriansa  
ja yksi alapäälliköistä seiso i edessänsä.  
Vaan ruutit olivat kastuneet, ei kuulaa kuulunut  
laivassa Toivossa Oulun.  
Huraa j.n.e.*

*Kerran vilho vahin kanssa hullutteli sitä  
että kolme luutaa yhteen varteen (hänen) panna pitää,  
kun ei hän sitä saattanut niin sai hän kontata.  
Laivassa toivossa oulun.*

*Kerran kanssa kojastansa ammuskel i vilho  
matkustajan kotin läpi kuulat meni sillon,  
vaan anto sadottain daaltereita ja sovitteli sen,  
Laivasta toivosta oulun.*

*Kokkia he ruoskivat kuin järjettömät villit  
siksi kokki kyllästy kurjalle elämälleen,  
he hengiä sen vajyivät, hän hyppä(i)s merehen.  
Laivasta toivosta oulun.*

*Kauheasti vuodatit he meriläisten verta  
usein däkki punainen kuin teurastettu kenttä.  
Perämiies se pieksi heitä laivurin kanssa,  
Laivassa toivossa oulun.*

*Kolmetoista perämiestä viiden vuoten sisään  
kerke(i)s herra laivuri jo laivas{s}ansa pitää,  
ja ne kerkes kyllästyä jo kaikki oloonsa  
Laivassa toivossa oulun.*

*Kaksisataa viisikymmentä miestä kerkes pitää,  
herra laivuri laivassansa neljän reissun sisään, vaan enin osa ero(i)s  
heistä omall{a} oikeudell{a}  
Laivasta toivosto oulun.*

*Jos hän ei ois syntyisin tuon komersroodin poika  
niin ei laki antais hänen laivaa enään hoitaa,  
vaan kuin on isä vakuutuksen valittu holhooja,  
Ja Laiva(a)n toivo(o)n oulun.*

*Niin on poika puolestansa olevinaan herra.  
kerskuu muille laivureille tä(m)ä on minun laiva,  
jonka kansat kaikki kyllä toisin todistaa*

*Laivasta toivosta oulun.*

*Kerran Vilho vahdin kanssa hullutteli sitä,  
että kolme luutaa yhteen varteen hänen panna pitää.  
Vaan kun hän ei sitä taitanut niin sai hän kontata  
laivassa Toivossa Oulu.  
Huraa j.n.e.*

*Kokkia he ruoskivat kuin järjettömät villit,  
kunnes kokki kyllästyi kurjalle elämälleen.  
Hän heitti herra laivurin ja hyppäs merehen  
laivasta Toivosta Oulu.  
Hurraa j.n.e.*

*Kolmetoista perämiestä viiden vuoden sisään  
kerkes herra laivuri laivassansa pitää. He Vilhon hommiin kyllästyivät,  
sanoit hyvästit  
laivalle Toivolle Oulu.  
Huraa j.n.e.*

*Kaks ja puoli sataa miestä neljän reissun sisään  
kerkes herra laivuri laivassansa pitää.  
He karkasivat kesken reissun laivastansa pois  
laivasta Toivosta Oulu.  
Huraa j.n.e.*

*Jos ei Vilho oisi ollut kommersrootin poika,  
niin ei hän oisi kauvan saanut laivaansakaan hoitaa, sillä Toivon herran  
toimet oli kuulut kautta maan.  
Ja laiva Toivo Oulu.  
Huraa j.n.e.*

*Hurraa hurraa sen omistajalle,  
hurraa hurraa sen kuljettajalle  
Toivon herrat kuuluu kyllä kaikkien korvissa  
ja laiva toivo oulun.*

Tehnyt Oululainen merimies 1870-luvulla. Laulu on tehty kapteeni Wilh. Snellmanista, joka kuoli 1900-luvulla. Laulu tehtiin eräällä laivalla ja kun laiva tuli Baltimoreen, lähetti tekijä sen heti kenenkään huomaamatta ystävälleen New-Yorkiin, joka sen heti nimettömässä kirjeessä palautti Baltimoreen, jossa laulu ensi kerran tuli tuntemattoman miehen tekemänä julki. Se laiva toi sen Suomeen 1877, jossa sitä ensi kerran laulettiin, kun laivan vene soutu Oulun rediltä kaupunkiin, jossa se levisi aivan heti, ja sittemmin se on levinnyt ympäri Suomen monissa muunnoksissa. (Kaukiainen 1998, 309–314.)

- 29.–30.1.2011 Poroferia <http://www.poroferia.info/sivu/fi/>
- 20.–26.2.2012 Lasten ja nuorten teatteripäivät  
<http://teatteri.ouka.fi/festival/fi/etusivu>
- 10.3.2012 Tervahiihto <http://www.tervahiihto.fi/>
- 11.–25.3.2012 Oulun Musiikkijuhlat <http://www.omj.fi/>
- 30.3.–1.4.2012 Arktiset Askeleet – valtakunnallinen tanssitapahtuma  
<http://www.oamk.fi/kultt/arktisetaskeleet/>
- Kevätväkkärä <http://www.rotuaari.info/index.php?532>
- 14.5.2011 Päässäälaskukilpailu <http://www.rotuaari.info/index.php?500>
- 15.–16.6.2012 Oulun Tervasoutu <http://www.tervasoutu.fi/>
- Meri Oulu – kesäteatteri Toppilan Möljällä <http://www.merioulu.fi/>
- 11.–14.7.2012 Rotuaari Piknik <http://www.piknik.fi/tapahtumat/rotuaari-piknik-2012>
- 27.–30.7.2011 Roviantti – ruokatapahtuma <http://www.roviantti.info/>
- 29.-30.7.2011 Qstock <http://www.qstock.org/2011/>
- 4.-7.8.2011 Elojazz <http://www.jazz20.com/elojazz-2011/>
- 18.8.2011 Korttelihaipakka <http://www.rotuaari.info/index.php?541>
- 24.–28.8.2011 Oulun musiikkivideofestivaalit  
<http://www.omvf.net/fi/p%C3%A4%C3%A4sivu>
- 24.–27.8.2011 Ilmakitaransoiton MM-kisat  
<http://www.airguitarworldchampionships.com/en/event/agwc-2011>
- 2.-4.9.2011 Oulun Päivät <http://www.ouka.fi/oulunpaivat/>
- 6.-7.9.2011 De Urbe Uloa -seminaari <http://www.ouka.fi/DeUrbeUloa/>
- 29.9.-2.10.2011 The Irish Festival Of Oulu <http://www.irkku.fi/>
- 21.–27.11.2011 Oulun kansainvälinen lastenelokuvafestivaali  
<http://www.oulunelokuvakeskus.fi/lef/etusivu>
- 18.11.2011–13.1.2012 Tierna-aika <http://www.tiernakaupunki.fi/>