



Satakunnan ammattikorkeakoulu
Satakunta University of Applied Sciences

LEEVI KARIMÄKI

Pelituotteiden kehittäminen

Konsepti Yyteri Golf Links Oy:lle

LIIKETALouden KOULUTUSOHJELMA

2020

Tekijä Karimäki, Leevi	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Maaliskuu 2020
	Sivumäärä 58	Julkaisun kieli Suomi
Julkaisun nimi Pelituotteiden kehittäminen - konsepti Yyteri Golf Links Oy:lle		
Tutkinto-ohjelma Liiketalouden koulutusohjelma		
Tiivistelmä <p>Tämän opinnäytetyön aiheena oli kohdeyrityksen pelituotteiden kehittäminen. Työn aihetta taustoitti kohdeyrityksessä tehty yhtiöjärjestyksen muutos sekä uusi toimintamalli, joka mahdollistaa uusien pelituotteiden tarjoamisen.</p> <p>Opinnäytetyön tavoite oli luoda uusille pelituotteille konsepti, joka vastaa asiakkaiden muuttuneisiin tarpeisiin.</p> <p>Opinnäytetyön viitekehyksessä olen kuvannut kohdeyrityksen palvelukentän. Siitä olen rajannut ne kohdat, joihin keskityn opinnäytetyössäni.</p> <p>Käytettyjä tutkimusmenetelmiä olivat benchmarking ja teemahaastattelut. Kirjallisena aineistona käytettiin golfin tulevaisuutta käsitteleviä tutkimuksia sekä muita aiheeseen liittyviä kirjallisia materiaaleja. Teemahaastatteluissa haastateltiin seitsemää kohdeyrityksen asiakasta. Benchmarkingissa tarkasteltiin muiden suomalaisten golfkenttien pelituoteratkaisuja.</p> <p>Opinnäytetyön lopputuloksena on esitelty pelituotteiden kokonaiskonsepti, joka sisältää erilaisia pelituotteita. Lisäksi työssä on esitetty kehittämis ehdotuksia caddiemasterin palveluokioon sekä caddiemasterin palveluprosessin kehittämiseen.</p>		
<u>Asiasanat</u> Asiakaspalvelu, palvelumuotoilu, konseptisuunnittelu, tuotteistaminen, golf.		

Author Karimäki, Leevi	Type of Publication Bachelors' thesis	Date March 2020
	Number of pages 58	Language of publication: Finnish
Title of publication Product development - concept for Yyteri Golf Links Oy		
Degree programme Degree Programme in Business Administration		
Abstract <p>The topic of this thesis was to develop products for Yyteri Golf Oy. Topic was backgrounded by change of the corporate by-law and the new operational model which allows the company to offer new products.</p> <p>The purpose of this thesis was to create a concept for the new products, which respond to customers' changing needs.</p> <p>Framework of this thesis consists of all the services that Yyteri Golf offers. There I have limited those parts which I focus on.</p> <p>Methods that were used in this thesis are benchmarking and theme interview. Researches and other materials related to the future of golf were used as a written material. Seven people were interviewed in theme interviews. Product solutions of other Finnish golf courses were viewed by benchmarking.</p> <p>Result of this thesis is a concept which includes different products for Yyteri Golf Links Oy. In addition, there has been presented development suggestions for caddiemaster service process.</p>		
<u>Key words</u> Customer service, service design, concept design, productification, golf.		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	4
2	YYTERI GOLF LINKS OY	5
2.1	Taustatiedot.....	5
2.2	Yyteri Golfin erityispiirteitä.....	6
3	TUTKIMUSOTE JA PROSESSIN RAKENNE.....	8
3.1	Lähtökohdat ja tavoite.....	8
3.2	Viitekehys	9
3.3	Toteutustapa ja tutkimusmenetelmät	10
3.4	Tiedonkeruumenetelmät	11
3.5	Opinnäytetyöprosessin rakenne	12
4	TIEDONHANKINTA JA TUTKIMUS.....	13
4.1	Golf.....	13
4.1.1	Lajin synty ja historia Suomessa	13
4.1.2	Golf lajina	14
4.1.3	Golf Suomessa.....	15
4.1.4	Vision 2020 - projekti.....	15
4.2	Nykyinen palvelupolku ja pelituotteet.....	18
4.2.1	Palvelupolku	18
4.2.2	Pelituotteet	21
4.3	Palvelumuotoilu	22
4.3.1	Palvelumuotoilu käsitteenä.....	22
4.3.2	Palvelu	22
4.3.3	Palvelupolku	23
4.3.4	Asiakaskokemus	24
4.3.5	Palvelukonsepti.....	24
4.3.6	Palvelumuotoiluprosessi.....	25
4.4	Tuotteistaminen.....	26
4.4.1	Tuotteistaminen käsitteenä	26
4.4.2	Tuotteistamisen hyötyjä ja riskejä	26
4.4.3	Tuotteistamisprosessi	27
4.5	Palvelumuotoilu ja tuotteistaminen yhdessä.....	28
4.6	Haastattelut	28
4.6.1	Taustatiedot	28
4.6.2	Golfia pelaavat.....	29

4.6.3	Golfia kokeilleet	31
4.7	Käyttäjäprofiilit.....	32
4.7.1	Yyteri Golfin asiakkaiden profilointi	33
5	UUDEN KONSEPTIN SUUNNITTELU	36
5.1	Ideointi	36
5.2	Pelituotteet	37
5.3	Pelituotteiden kohdentaminen käyttäjäprofiilien mukaan	41
5.4	Caddiemasterin palvelutuokio ja palveluprosessi.....	42
5.5	Ideoiden valitseminen	43
6	PELITUOTTEIDEN KONSEPTI	44
6.1	Pelituotteet	44
6.1.1	Greenfeet	44
6.1.2	Sarjakortit ja pelioikeudet.....	45
6.1.3	Lajiin tutustuminen ja aloittelijoiden pelituotteet.....	47
6.2	Harjoitusalueiden käyttöön liittyvät tuotteet ja palvelut.....	48
7	CADDIEMASTERIN PALVELUTUOKIO JA PALVELUPROSESSI	49
7.1.1	Viestintä ja tiedottaminen asiakkaiden suuntaan.....	49
7.1.2	Caddiemasterien ohjekirja	51
8	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	52
	LÄHTEET.....	55
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on luoda pelituotteiden konsepti Yyteri Golf Links Oy:lle. Lisäksi työssä pyritään antamaan kehitysehdotuksia caddiemasterin palvelutuokioon, jolla on vahva asema jokaisen asiakkaan palvelupolussa. Opinnäytetyön tavoitteena on luoda kohdeyritykselle pelituotteisiin keskittyvä konsepti, joka vastaa asiakkaiden tarpeisiin.

Ajatus opinnäytetyön toteuttamisesta syntyi, kun kohdeyrityksessä valmisteltiin yhtiöjärjestyksen muutosta sekä uutta toimintamallia. Yhtiöjärjestyksen muutoksella pyritään vastaamaan asiakkaiden muuttuviin vaatimuksiin. Nykyisin golfia pelaavat eivät ole enää niinkään valmiita sitoutumaan vaan haluavat joustavampia vaihtoehtoja. Uuden toimintamallin myötä kohdeyrityksen operatiivisella johdolla ja hallituksella on paremmat mahdollisuudet vaikuttaa pelituotteisiin ja niihin liittyviin palveluihin. Tätä kautta opinnäytetyön aiheeksi muodostui pelituotteiden konseptin luominen.

Kohdeyritys on minulle entuudestaan tuttu niin harrastuksen kuin työtehtävien kautta. Opinnäytetyön toteuttamisen kannalta tämä on tärkeää, sillä pystyn täten katsomaan asioita niin kohdeyrityksen kuin asiakkaan näkökulmasta.

Tässä toiminnallisessa opinnäytetyössä käytetään tutkimusmenetelminä kirjallista aineistoa, benchmarkingia sekä teemahaastattelua. Kirjallisena aineistona käytetään niin golfkenttien toiminnasta tehtyjä arviointeja ja tutkimuksia kuin erilaisia kirjallisia lähteitä. Benchmarkingissa selvitän muiden kotimaisten golfkenttien pelituoteratkaisuja. Teemahaastatteluja toteutetaan seitsemän, jotta saadaan selville asiakkaiden mielipiteitä kohdeyrityksestä ja eritoten nykyisestä pelituotetarjonnasta.

Opinnäytetyön prosessi lähtee liikkeelle kohdeyrityksen esittelemisellä. Opinnäytetyön keskittyessä vahvasti golfiin, seuraavaksi käsitellään golfia lajina, käydään läpi lyhyesti lajin historiaa ja perehdytään Vision 2020- projektiin, joka on EGCOA:n (European Golf Course Owners Association) ja sen jäsenjärjestöjen luoma projekti golfiin kehittämiseksi. Teoriaosuudessa käydään läpi palvelumuotoilun ja tuotteistamisen pe-

ruselementtejä. Tutkimusvaihe koostuu kirjallisen aineiston analysoinnista, benchmarkingista ja teemahaastatteluista sekä niiden tuloksista. Tutkimuksen jälkeen siirrytään ideointiin ja ideoiden valitsemiseen ja viimeisenä työssä esitellään syntynyt produkti.

Tässä opinnäytetyössä *pelituotteella* tarkoitetaan erilaisia pelaamisen muotoja ja niihin liittyviä kokemuksia. Erilaisilla pelituotteilla voidaan luoda erilaisia asiakaskokemuksia. Pelituote voidaan siis nähdä laajempänä kokonaisuutena kuin pelkästään ostettuna tuotteena, joka oikeuttaa tiettyyn määrään golfkierroksia. Pelituotteiden ja niiden kohdentamisen avulla palveluntarjoaja, tässä tapauksessa golfkenttä, tuo esiin teemoja ja arvoja, jotka heijastuvat asiakkaille. Näiden teemojen ja arvojen avulla golfkentät ja golfyhteisöt pysyvät elinvoimaisena ja niiden jatkumo turvataan siten, että ne säilyvät elinvoimaisina myös tulevaisuudessa.

2 YYTERI GOLF LINKS OY

2.1 Taustatiedot

Vuonna 1988 perustettu Yyteri Golf Links Oy ylläpitää Porin Yyterissä sijaitsevaa golfkenttää. Yrityksen päätoiminen tehtävä on golfkentän ylläpito. Lisäksi yritys tarjoaa erilaisia golfin pelaamiseen liittyviä palveluja kuten yritystapahtumia ja erilaisia kilpailuja.

Yrityksessä työskentelee vakituisesti neljä työntekijää: Toimitusjohtaja, palvelupäällikkö, kenttämestari ja yksi kentänhoitaja. Yrityksen toiminnan kausiluonteisuudesta johtuen kausityöntekijöitä palkataan joka vuosi useita. Parhaimmillaan sesongin aikana yrityksessä työskentelee samanaikaisesti noin 15 työntekijää, joista viisi asiakaspalvelussa sekä hallinnossa ja loput kentänhoidossa.

Yyteri Golf Links Oy:n hallinnoimalla golfkentällä toimii golfseura nimeltään Yyteri Golf ry. Golfseura on yhtiön tärkein sidosryhmä, sillä se ylläpitää jäsenrekisteriä ja järjestää erilaisia tapahtumia golfkentällä.

Vuonna 2018 yrityksen liikevaihto oli 552 000 euroa ja tilikauden tulos oli 8000 euroa tappiollinen. Tätä ennen viimeisen kolmen vuoden aikana yrityksen liikevaihto on pysynyt miltei samana ja tilikauden tulos on ollut 6000-7000 euroa positiivinen. Yrityksen omavaraisuusaste on 99%. (Finder 2019.)

Vuonna 2018 Yyterin golfkentällä pelattiin kokonaisuudessaan 24 305 kierrosta. Näistä seuran omat jäsenet pelasivat 18 467 kierrosta ja muiden seurojen jäsenet 5 838 kierrosta.

Olen työskennellyt golf-alalla viimeiset seitsemän vuotta. Työskenneltyäni Nakkila Golfissa viisi vuotta siirryin Yyteri Golfiin, jossa olen työskennellyt nyt kaksi vuotta. Tällä seitsemän vuoden aikajaksolla olen työskennellyt myös Pitkäjärvi Golf Akateмиassa, joka on golfin sisäharjoitteluhalli.

Yyteri Golfissa ammattinimikkeeni on tällä hetkellä caddiemaster. Tärkeimpiä työtehtäviäni ovat asiakaspalvelu niin tiskillä kuin puhelimitse sekä golfkentän ajanvarauksen hallinnoiminen. Lisäksi osallistun erilaisten tapahtumien organisointiin ja ylläpidän jäsen- ja osakasrekistereitä.

Työsuhteen lisäksi käytän Yyteri Golfin palveluita myös asiakkaana. Pelaan golfia kansallisella tasolla, ja vietän suuren osan vapaa-ajastani golfkentällä niin harjoittelun kuin pelaamisen parissa. Tätä kautta golfkenttä ja muut aktiivipelaajat ovat minulle hyvin tuttuja. Vierailen paljon myös muillakin golfkentillä, joten omaan kokemusta erilaisista golfkentistä.

2.2 Yyteri Golfin erityispiirteitä

Yyteri Golfin kentän par-luku on 72. Kentällä on kolme eri tiitä, josta pelaaja voi valita mieleisensä. Kentän pituudet ovat punaiselta tiiltä 4741 metriä, keltaiselta tiiltä 5394 metriä ja valkoiselta tiiltä 5707 metriä. (Yyteri Golfin www-sivut 2019.)

Kuten kuvasta 1 voidaan havaita Yyteri Golf sijaitsee meren välittömässä läheisyydessä, ja ympäröivä maasto on otettu huomioon kentän toteutuksessa. Kentälle ominaisia piirteitä ovat hiekka-alueet, väylien reunoja korostavat mäntymetsät ja useat vesisteet.

Kenttä on hiekkapohjainen, joka tarjoaa monia etuja muunlaisiin pohjiin verrattuna. Kovatkaan vesisateet eivät tuota ongelmia, koska vesi läpäisee hiekkapohjan todella nopeasti. Näin ollen vesi ei jää makaamaan kentän pintaan, ja kenttä pysyy pelikelpoisena varhaisesta keväästä aina myöhäiseen syksyyn.



Kuva 1. Ilmakuva Yyteri Golfin kentästä.

Kenttää pidetään yleisesti ottaen vaikeana. Jo valmiiksi kapeita väyliä ympäröivät mäntymetsät ovat kasvultaan melko tiheitä, joten sieltä pois pääsy tai edes pallon löytäminen aiheuttaa usein päänvaivaa pelaajille. Viheriöt ovat muodokkaita, joten pallon sijoittaminen oikeisiin paikkoihin on erinomaisen tärkeää, mikäli pelaaja mielii pelata hyvän tuloksen. Ainoa hieman helpotusta antava seikka on kentän pituus, sillä kenttä ei ole valkoiseltakaan tiiltä pelattuna kovin pitkä.

3 TUTKIMUSOTE JA PROSESSIN RAKENNE

3.1 Lähtökohdat ja tavoite

Opinnäytetyöni aihe on tällä hetkellä hyvinkin ajankohtainen ja merkittävä paitsi Yyteri Golfissa myös muilla kotimaan golfkentillä. Pelaajat eivät enää halua sitoutua maksamaan suuria vuotuisia hoitovastikemaksuja, jotka osakkeen omistaminen ovat tuoneet yleensä mukanaan. Kansallisessakin mediassa pinnalle nousseita ongelmia osakepohjaisilla golfkentillä on alettu korjata, jotta asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin voitaisiin vastata. Golfkenttien onkin löydettävä sellaisia ratkaisuja, jotka vastaavat asiakkaiden tarpeita mutta ovat kuitenkin taloudellisesti kannattavia.

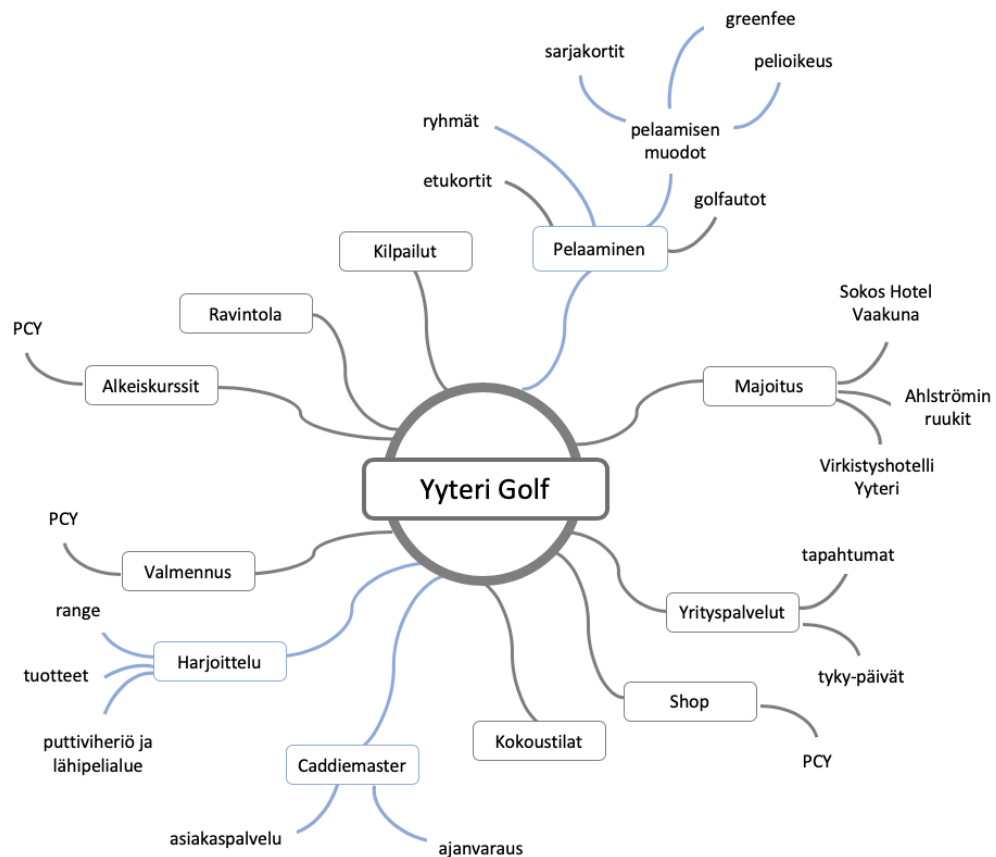
Aiheen tekee erityisen ajankohtaiseksi Yyteri Golfissa vastikään voimaan tullut uusi yhtiöjärjestys ja yhtiöjärjestyksen muutosta seuraava toimintamallin muutos. Yhtiöjärjestyksen ja toimintamallin muutoksen tavoitteena on muun muassa vastata paremmin asiakkaiden tarpeisiin, parantaa osakkeiden vaihtuvuutta ja nostaa osakkeen arvoa, nykyaikaistaa osakkeen omistamista sekä varmistaa yhtiön taloudellisen tilanteen jatkuminen vakaana.

Uuden ja vanhan yhtiöjärjestyksen välillä on muutamia eroja, jotka tulevat väistämättä vaikuttamaan yrityksen tulevaisuuden toimintamalliin. Näistä merkittävin muutos on pelioikeuksien myymisen keskittäminen yhtiölle. Vanhassa yhtiöjärjestyksessä pelioikeus oli liitetty osakkeisiin niin, että vastikemaksun maksamalla henkilö automaattisesti sai pelioikeuden seuraavaksi pelikaudeksi. Nykyisen yhtiöjärjestyksen mukaan pelioikeudet irrotetaan osakkeista. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että tulevaisuudessa myös osakkaat ostavat pelioikeutensa erikseen yhtiöltä. Tämän muutoksen kautta osakkaalla on tulevaisuudessa vapaus valita juuri hänelle sopiva pelituote. Lisäksi muutos antaa yhtiölle vapauden luoda uudenlaisia pelituotteita, jotka vastaavat asiakkaiden tarpeita.

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda uusille pelituotteille konsepti, joka vastaa asiakkaiden muuttuneita tarpeita. Työssäni pyrin sekä kehittämään nykyisiä ja että luomaan

uusia pelituotteita kohdeyrityksen käyttöön. Työssäni tuon esiin ajatuksia harjoitus-alueiden käytöstä osana pelituotteita sekä erityisesti kehitysehdotuksia liittyen caddiemasterin palveluun ja caddiemasterin palveluprosessiin.

3.2 Viitekehys



Kuvio 1. Viitekehyskuvi.

Kuviossa 1 esitän työni viitekehysten. Työni viitekehysessä olen kuvannut koko Yyteri Golfin palvelukentän. Olen kuvannut palvelukentän kokonaisuudessaan, sillä muut palvelukokonaisuuden osa-alueet vaikuttavat pelaamiseen liittyviin tuotteisiin ja palveluihin. Ne osat, joihin keskityn työssäni, on värjätty viitekehysessä sinisellä.

Yyteri Golfin ydinpalveluita ovat pelaamiseen liittyvät palvelut. Pelaamisen muotoja on erilaisia: kertaluontoinen pelaaminen, rajaton pelaaminen yhden kauden aikana

sekä erilaiset sarjakortit. Ryhmille on tarjolla erilaisia paketteja, jotka neuvotellaan yleensä tapauskohtaisesti. Lisäksi Suomen golfkentillä on käytössä erilaisia etukortteja, joilla saa esimerkiksi tietynlaisia alennuksia greenfee-hinnoista. Pelaamisen palveluihin liittyy myös golfauton käyttömahdollisuus.

Osa Yyteri Golfin palveluista tulevat muilta yrityksiltä. Valmennus, alkeiskurssien toteutus ja shopin ylläpito tapahtuu Performance Center Yyteri Oy:n (PCY) toimesta. Klubitalon ravintolaan haetaan tällä hetkellä uutta toimijaa. Majoituksen osalta Yyteri Golf tekee yhteistyötä kolmen eri toimijan kanssa, jotka ovat Sokos Hotel Vaakuna, Virkistysshotelli Yyteri ja Ahlströmin Ruukit.

3.3 Toteutustapa ja tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyöni toteutustapa on toiminnallinen. Toiminnallisen opinnäytetyön tarkoitus on luoda jokin ammatilliseen käyttöön tarkoitettu konkreettinen tuotos. Se voi olla esimerkiksi opas, ohje tai tapahtuman toteuttaminen. Työn lopputulos voi olla esimerkiksi kirja, portfolio tai järjestetty tapahtuma. Toiminnallinen opinnäytetyö yhdistää käytännön toteutuksen ja siihen liittyvän tutkimusviestinnän keinoin tapahtuvan raportoinnin. (Vilkkä, Airaksinen 2003, 9.)

Toteutan työni laadullisin eli kvalitatiivisin menetelmin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään tai kuvaamaan tutkittavaa ilmiötä ja vastaamaan kysymyksiin mitä, miksi ja kuinka. Tavoitteena on siis ymmärtää tutkittavaa ilmiötä syvällisesti. Laadullisessa tutkimuksessa tutkitaan yksittäisiä tapauksia ja yksittäisistä tapauksista pyritään samaan mahdollisimman paljon irti. Laadullisen tutkimuksen prosessi on enemminkin syklinen kuin suoraviivainen, eikä siinä ole kvantitatiiviseen eli määrälliseen tutkimukseen liittyviä tiukkoja tulkintasääntöjä. Laadullisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmiä ovat mm. haastattelut ja kirjalliset dokumentit. (Kananen 2014, 18-19; Tuulaniemi 2014.)

3.4 Tiedonkeruumenetelmät

Tässä työssä on käytetty tiedonkeruumenetelminä benchmarkingia, teemahaastattelua ja kirjallista aineistoa.

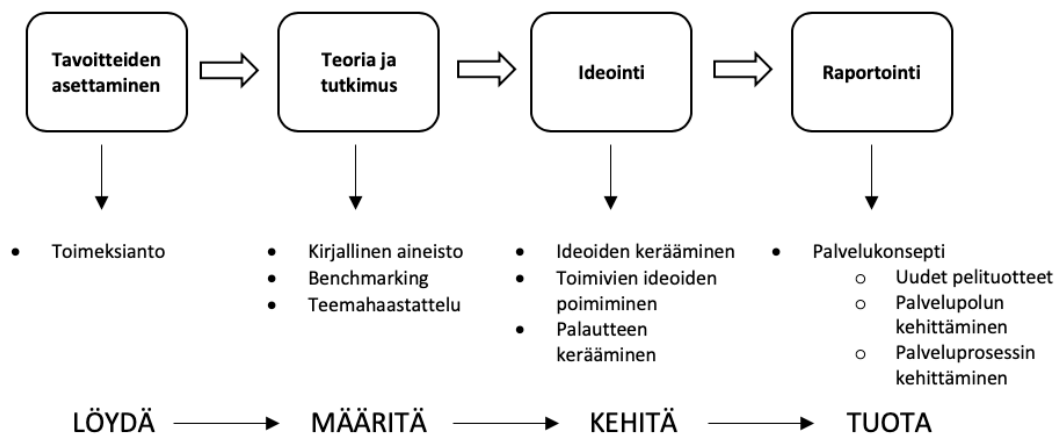
Benchmarkingilla tunnistetaan ja ymmärretään eri organisaatioiden käytänteitä, joita voidaan hyödyntää omassa organisaatiossa (Tuominen 2016, 6). Benchmarking auttaa löytämään omasta organisaatiosta heikkouksia ja luomaan kehitysideoita heikkouksien vahvistamiseksi. Benchmarkingia toteutetaan yleensä joko vierailemalla benchmarkattavassa yrityksessä tai etsimällä tietoa esimerkiksi internetistä tai kirjoitetuista artikkeleista. Benchmarkattavia yrityksiä voi etsiä tutkimalla eri organisaatioiden tunnuslukuja, jolloin löydetään sellaisia organisaatioita, joihin halutaan perehtyä paremmin. (Itä-Suomen Yliopiston www-sivut 2019.) Tutkin muiden kenttien ratkaisuja liityen pelituotteiden tarjonnan uudistamiseen. Monet Suomessa sijaitsevat golfkentät ovat uudistaneet pelituotteiden tarjontaansa viimeisten vuosien aikana ja on mahdollista, että näitä uudistuksia voidaan soveltaa myös Yyteri Golfissa.

Teemahaastattelu tarkoittaa tutkijan ja tutkittavan välistä keskustelua, joka etenee aihe eli teema kerrallaan. Tutkija on suunnitellut ja päättänyt teemat ennen haastattelua. Teemahaastattelun kautta tutkija pyrkii ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä, jossa on mukana tutkittava ihminen ja hänen toimintansa. (Kananen 2014, 70-72.) Teemahaastattelua pidetään puolistrukturoituna menetelmänä, koska haastattelun aihepiirit eli teemat ovat kaikille haastateltaville samat. Kysymyksillä ei myöskään ole tarkkaa ennalta määritettyä muotoa tai järjestystä. Haastattelujen jälkeen kerätty aineisto voidaan litteroida eli kirjoittaa sanatarkasti tai päätelmiä voidaan tehdä suoraan kerätystä aineistosta. (Hirsijärvi & Hurme 2014, 48, 138.) Toteutin teemahaastatteluja saadakseni selville Yyteri Golfin pelaajien mielipiteitä ja asenteita koskien Yyteri Golfin pelituotteiden tarjontaa. Tarkoituksena oli siis saada selville, millaisia ovat pelaajien tarpeet ja millaisilla pelituotteilla asiakkaiden tarpeisiin voitaisiin tulevaisuudessa vastata.

Kirjallinen aineisto käsittää kaikki visuaalisessa, kirjallisessa tai äänitetyssä muodossa olevat aineistot, jotka on luotu aikaisemmin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa kirjallisena aineistona voidaan käyttää esimerkiksi vuosikertomuksia, tilastoja, organisaatiokuvauksia tai melkein mitä tahansa mikä liittyy tutkittavaan ilmiöön. (Kananen

2014, 90-91.) Käytin kirjallisena aineistona niin golfkenttien toiminnasta tehtyjä arvioita ja tutkimuksia kuin erilaisia kirjallisia lähteitä.

3.5 Opinnäytetyöprosessin rakenne



Kuvio 2. Opinnäytetyöprosessin kaavio.

Kuviossa 2 on esitetty opinnäytetyöprosessin kulku. Kaavion yläosassa olevissa palkkeissa on esitetty eri työvaiheet. Palkkien alle on eritelty työvaiheen sisältö. Prosessin kulku on johdateltu palvelumuotoilussa usein käytetystä tuplatimanttiprosessimallista. Opinnäytetyöprosessini lähtee liikkeelle tavoitteiden asettamisella. Tavoitteiden asettaminen tehdään yhteistyössä kohdeyrityksen kanssa. Tämän jälkeen aloitan käsittelemään opinnäytetyöni aiheeseen liittyvää teoriaa. Tiedonkeruumenetelmistä käytän kirjallista aineistoa, benchmarkingia sekä teemahaastattelua. Näiden tutkimusmenetelmien avulla perehdyn palvelujen kehittämisen työkaluihin, muiden golfkenttien palveluihin, pelaajien mielipiteisiin sekä luon erilaisia pelaajaprofiileja konseptin ideointia varten. Tutkimusvaiheen jälkeen siirryn ideoimaan uusia pelituotteita ja suunnittelemaan konseptia. Tässä työvaiheessa hyödynnän niin tutkimusvaiheessa keräämääni tietoa kuin omaa kokemustani golf-alalta. Kerään myös palautetta toimeksiantajalta. Viimeinen työvaihe on raportointi, johon sisältyy valmis pelituotteiden konsepti.

4 TIEDONHANKINTA JA TUTKIMUS

4.1 Golf

4.1.1 Lajin synty ja historia Suomessa

Golfin tarkkaa historiaa ei ole onnistuttu selvittämään, mutta yleisesti golfin uskotaan syntyneen 1400-luvulla. Nykyisen kaltaista golfia pidetään skotlantilaisten keksintönä, sillä golf mainitaan vuoden 1457 Skotlannin parlamentin säädöksessä. Tuohon aikaan ylhäisön ja tavallisen kansan pelaama golf oli keskenään hyvin erilaista. Ylhäiset pelasivat tämän päivän golfia muistuttavaa peliä, mutta tavallinen kansa pelasi jonkinlaista joukkuepeliä, jossa käytettiin käyriä mailoja ja palloja. Ajan kuluessa golf levisi Englantiin ja ensimmäinen Skotlannin ulkopuolella sijainnut golfkenttä perustettiin Lontoon lähelle Blackheathiin. (Suomen golfhistoriallisen seuran [www-sivut](#).)

Suomen ensimmäinen golfseura Helsingin Golfklubi perustettiin Helsingin Taliin vuonna 1932. Ensimmäiset vuodet Talin kenttä toimi 9-reikäisenä, mutta vuosikymmenen lopussa kenttä laajeni 13-reikäiseksi. Olympiavieraita silmällä pitäen kenttä laajennettiin kuitenkin 18-reikäiseksi ja kenttä avattiin vuoden 1952 olympialaisten avajaispäivänä. Nykymuotoinen Talin kenttä otettiin muutostöiden jälkeen käyttöön vuonna 1968. (Tilander 2010)

Vuonna 1938 Viipuriin perustettiin Suomen toinen golfkenttä. Seuran ensimmäinen kenttä koostui vain par-3 rei'istä, mutta vuonna 1939 seuran käyttöön valmistui 9-reikäinen kenttä. Nykyisin Viipurin golfin kotikenttä sijaitsee Tuosan saarella Lappeenrannassa. (Tilander 2010.)

Suomen kolmas golfkerho perustettiin Poriin vuonna 1939. Joukko porilaisia pelasi itse rakentamallaan mailoilla Kaarluodon alueella ja sodan jälkeen he siirtyivät lentokentän alueelle. Seuran kolmas kenttä sijaitsi aivan kaupungin keskustassa urheilupuistossa. Nykyisin toimiva kenttä sijaitsee Kokemäenjoen suistoalueella kaupungin luoteisosassa. (Tilander 2010.)

Nämä kolme golfseuraa ja vuonna 1957 perustettu Kokkolan golf perustivat yhdessä Suomen Golfliiton vuonna 1957. Golfliiton ensimmäiseksi puheenjohtajaksi kutsuttiin Eljas Erkko. Samaisena vuonna järjestettiin ensimmäiset viralliset golfin Suomen Mestaruuskilpailut. 1980-luvun alkupuolelle asti golf pysyi pienenä lajina, mutta vuosikymmenen loppupuolella golfin suosio alkoi kasvaa kovalla vauhdilla. (Tilander 2010.)

4.1.2 Golf lajina

Golf on peli, jossa pelaaja yrittää saada pallonsa mahdollisimman vähin lyönnein reikään. Golfkenttä koostuu yleensä joko yhdeksästä tai 18:sta väylästä. Jokainen väylä aloitetaan tiiauspaikalta ja tästä eteenpäin palloa lyödään aina sieltä, mihin se on edellisen lyönnin jälkeen päätynt. Väylä päättyy, kun pelaaja on saanut pelattua pallonsa viheriöllä sijaitsevaan reikään. (Suomen Golfliitto 2019.)

Pelivälineenä käytetään palloa, jonka halkaisija on minimissään 42,67 millimetriä ja paino maksimissaan 45,93 grammaa (Equipment Rules 2019, 66). Palloa lyödään erilaisilla golfmailoilla, joiden ominaisuuksille on säädetty omat rajoituksensa. Pelaajalla saa olla golfkierroksen aikana mukanaan enintään 14 mailaa (The Rules of Golf 2018).

Golfkierros pelataan yleensä 1-4 hengen ryhmissä. Golfkierros kestää pelinopeudesta ja peliryhmän koosta riippuen 2,5-4,5 tuntia. Kierroksen aikana pelaaja kävelee noin 10 kilometrin matkan ja lyö tasostaan riippuen noin 70-120 lyöntiä.

Golfissa on useita erilaisia pelimuotoja. Yleisin pelimuoto on lyöntipeli, jossa pelaajan kaikki lyödyt lyönnit lasketaan yhteen. Toinen tunnettu ja paljolti pelattu pelimuoto on reikäpeli. Reikäpelissä pelaajat pelaavat toisiaan vastaan reikä reiältä siten, että alhaisemman tuloksen kullakin reiällä lyönyt pelaaja voittaa reiän. Voittaja on se pelaaja, jolla on kierroksen lopussa enemmän voitettuja reikiä.

4.1.3 Golf Suomessa

Suomen golfliiton alaisuudessa toimii 129 golfseuraa ja koko maassa on yli 180 golfkenttää, joista eteläisin sijaitsee Hangossa ja pohjoisin puolestaan Kittilässä. Suomen golfliitolla on yli 140 000 jäsentä ja golf onkin yksi Suomen suosituimmista ulkolii-kuntalajeista. (Suomen Golfliitto 2019.)

Golfkausi kestää Suomessa yleensä varhaisesta toukokuusta aina myöhäiseen syyskuuhun asti. Aivan eteläisimmässä Suomessa voidaan pelata jopa miltei ympäri vuoden säiden ollessa suotuisat.

Suomalainen kilpagolf on mennyt hurjasti eteenpäin viimeisten vuosikymmenien aikana. Suomalaiset miehet ja naiset ovat ottaneet lukuisia voittoja Euroopan pääkiertueilla. Myös maajoukkuepelaajat ovat saavuttaneet arvokisamitaleja niin henkilökohtaisissa kilpailuissa kuin joukkuekilpailuissa. (Suomen Golfliiton www-sivut 2019.)

4.1.4 Vision 2020 - projekti

Vision 2020 on EGCOA:n ja sen jäsenjärjestöjen luoma projekti golfin kehittämiseksi. Vuonna 2011 golfpelaajien määrä Euroopassa muuttui laskusuuntaiseksi monen vuoden kasvun jälkeen. Projektin onkin tarkoitus antaa golfkentille työkaluja kehittää omaa toimintaansa siten, että pelaajien määrä saataisiin taas kasvamaan. (Vision 2020 - The Future of Golf 2015.)

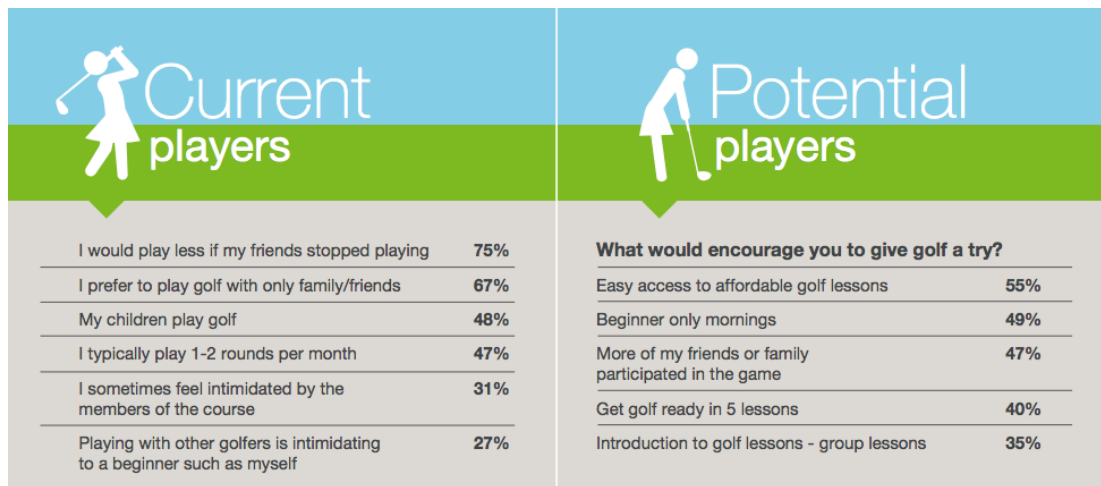
Saksan, Tanskan, Ranskan, Ruotsin ja Espanjan keräämistä tilastoista trendi on nähtävissä selkeästi: ainoa ikäryhmä, jossa pelaajien määrä on lisääntynyt vuosina 2011-2013 on yli 60 vuotiaat henkilöt. Golf ei houkuttele nuoria ihmisiä ja muiden ikäryhmien pelaajat eivät pysy lajin parissa. Tarvitaan siis uusia tapoja houkutellessa uusia ihmisiä lajin pariin sekä samanaikaisesti saada pidettyä nykyiset harrastajat lajin parissa. Vision 2020 nimeää neljä mahdollisuutta, joita golfin tulisi hyödyntää: **joustavuus, ystävyys, perheet ja naiset** sekä **hauskuus**. (Vision 2020 - The Future of Golf 2015.)

Joustavat jäsenyydet ja pelituotteet tulevat tulevaisuudessa kulkemaan rinnakkain täysien jäsenyyksien ja pelituotteiden kanssa. Golfissa jo noin 400 vuotta käytössä ollut kahden tuotteen strategian, jossa valittavissa on ollut pelioikeus tai greenfee, on muututtava. Erilaisia elämänvaiheita ja elämäntyyliä omaavat ihmiset tarvitsevat erilaisia tuotteita ja palveluja, ja tähän on pystyttävä vastaamaan.

Joustavuuteen liittyen yhtenä merkittävimmistä trendeistä nähdään lojaaliuden määritelmän muutos. Aikaisemmat sukupolvet ovat eläneet sellaisessa maailmassa, jossa päätökset ovat olleet elinikäisiä. Nopeiden muutosten ja pidentyneen eliniän odotteen yhdistelmä muuttaa lojaaliuden määritelmää siten, että lojaaliutta ei nähdä elinikäisenä sitoutumisena. (Vision 2020 - The Future of Golf 2015.)

Ystävyys ja sosiaaliset suhteet ovat merkittävässä asemassa, kun uusia pelaajia pyritään houkuttelemaan lajin pariin. Golfin pelaamisessa ja harrastamisessa kyse ei ole ainoastaan itse lajista, vaan ajan viettämisestä sellaisten ihmisten kanssa, joiden kanssa jakaa intohimon samaa lajia kohtaan. Tunne johonkin yhteisöön kuulumisesta voi olla vahva motivaation lähde golfin aloittamiselle ja lajin parissa pysymiselle. Loppujen lopuksi ihmiset eivät ole niinkään lojaalisia lajille tai tietylle golfkentälle, vaan toisille ihmisille. (Vision 2020 - The Future of Golf 2015.)

Golfia pelaavat **perheet** lisäävät golfia pelaavien lasten ja naisten määrää. Etenkin naispelaajien määrään tulee kiinnittää huomiota. Naiset ovat todistetusti useammin vastuussa perheen hankinnoista kuin miehet, aina päivittäisistä kulutustarvikkeista auton hankintaan asti (Vision 2020 2015). Vision 2020- projektin aikana tehdyn kyselytutkimuksen mukaan 73% mukana olleiden golfkenttien toimitusjohtajista näki potentiaalisimpana markkinana naiset. (Vision 2020 - The Future of Golf 2015) Kuvassa 2 on esitetty naispelaajien kokemuksia golfista. Naisille erityisen tärkeä asia on perheen ja ystävien kanssa pelaaminen. Tämä seikka tulee ottaa huomioon, kun ajatellaan naisille kohdistettuja tuotteita ja palveluita.

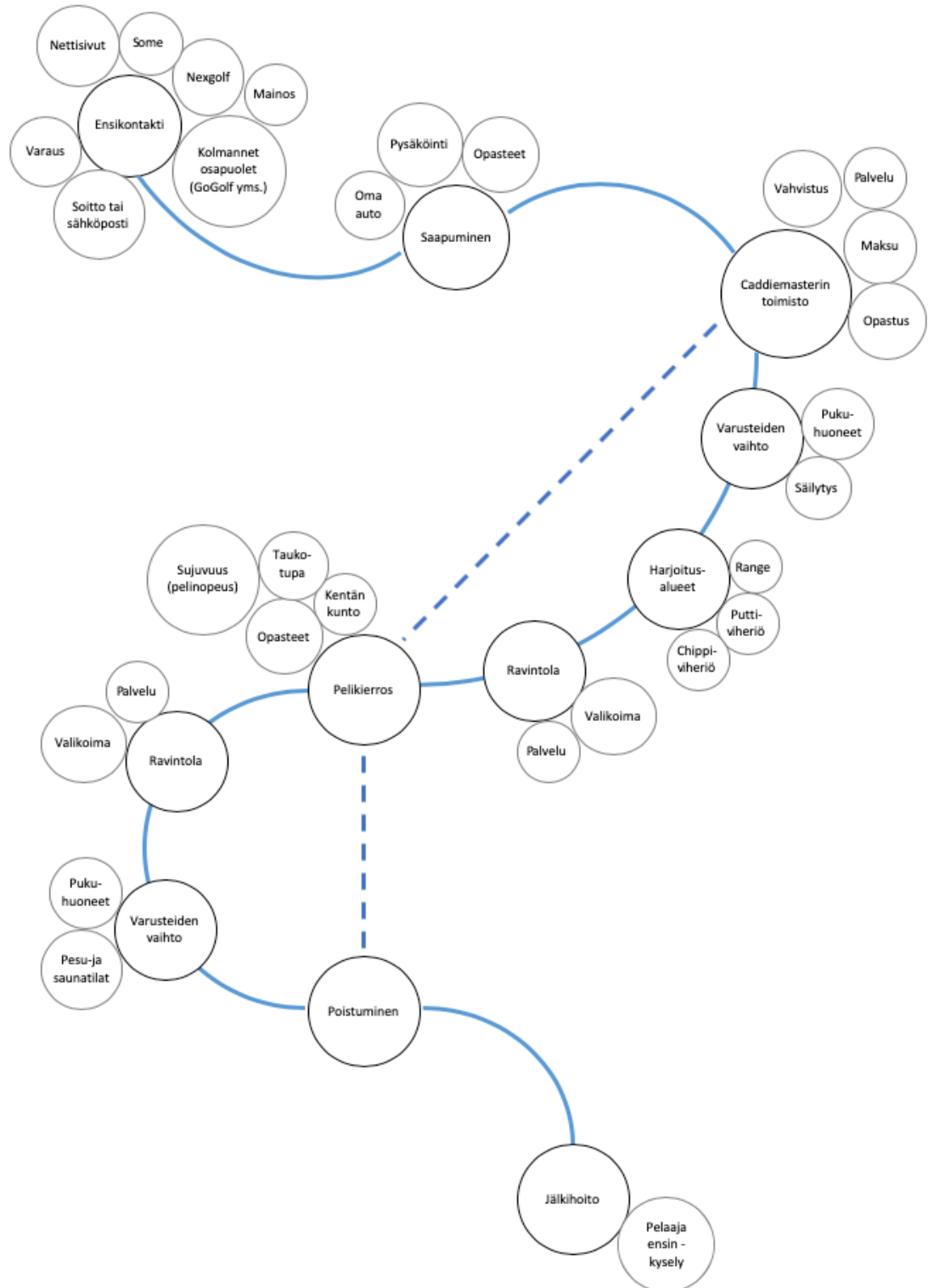


Kuva 2. Naispelaajien kokemuksia golfista. (Growing Golf in the UK, 14)

Golfkenttien tulisi keskittyä luomaan **hauskoja** kokemuksia pelkän golfin peluun sijasta. Erilaiset ja eri ikäiset ihmiset kokevat hauskuuden eri tavalla. Kun kilpapelajalle tulos on kaikki kaikessa, harrastelijalle tärkeimmät elementit voivat olla ulkona liikkuminen ja ajan viettäminen ystävien kanssa. Jokaiselle pelaajalle pitäisi pystyä tarjoamaan juuri hänelle sopiva kokemus, jossa golfin hauskuus tulisi esille. Jotta tässä onnistuttaisiin, on ymmärrettävä erilaisten ihmisten toimintaa ja tarpeita. 57% prosenttia ihmisistä omaa negatiivisen mielikuvan golfista ja golf mielletään 59% kerroista tylsäksi. Juurikin tämän takia golfin tulisi tuoda esiin sen hauskoja puolia ja pyrkiä murentamaan negatiivisia ennakkoluuloja. (The Future of Golf:n www-sivut 2015.)

4.2 Nykyinen palvelupolku ja pelituotteet

4.2.1 Palvelupolku



Kuvio 3. Palvelupolku.

Kuviossa 3 on visualisoitu normaali asiakkaan polku täyden palvelutapahtuman läpi. Kuviossa on esitetty katkoviivoin sellainen polku, jonka läpi kulkee moni aktiivisesti golfia pelaava seuran oma pelaaja.

Ensikontakti yritykseen tapahtuu jo ennen varsinaista pelaamista, kun asiakas etsii tietoa esimerkiksi kentän aukioloajoista, sijainnista ja kentän kunnosta. Usein asiakas myös soittaa tai lähettää sähköpostia caddiemasterille tiedustellakseen ja varatakseen lähtöajan pelikierrokselle. Ensikontakti voi tapahtua myös kolmansien osapuolien ja niiden tuottaman markkinoinnin kautta. Pelituotteiden hankintaa on vaikea sijoittaa palvelupolkuun. Kausipelioikeudet ja sarjakortit on ostettu kauden alkua lukuun ottamatta etukäteen, joten ne eivät kuulu varsinaisesti palvelupolkuun. Vieraspelaajan ja yleensäkin greenfee- pelaajan kohdalla pelituotteen valinta ja hankinta tapahtuu yleensä ensikontaktin kohdalla, jolloin asiakas selvittää, millaisia pelituotteita on tarjolla. Tässä palvelutuokiossa palvelukokemukseen vaikuttavia tekijöitä ovat nettisivujen ilme ja toimivuus sekä caddiemasterin asiakaspalvelun laatu.

Kentälle saavuttaessa pikatieltä käännetään pienemmälle tielle, joka johtaa suoraan golfkentän parkkipaikalle. Kentälle saapuminen tapahtuu käytännössä aina omalla autolla kentän syrjäisen sijainnin takia. Asiakas parkkeeraa autonsa parkkipaikalle, joka sijaitsee noin 200 metrin päässä klubitalosta. Reitti klubitalolle on selkeä, mutta opasteet ovat tärkeitä etenkin vieraspelaajien näkökulmasta. Varsinainen ensivaikutelma syntyy, kun asiakas lähtee kävelemään parkkipaikalta klubitalolle. Klubitalon ympäristön siisteys on tärkeässä asemassa, kun asiakas luo ensivaikutelmaansa kentästä.

Päästyään klubitalolle asiakas suuntaa caddiemasterin toimistoon klubitalon toiseen kerrokseen. Asiakas vahvistaa caddiemasterille olevansa paikalla ja maksaa pelikierroksensa, mikäli hänellä ei ole pelioikeutta. Pelioikeudet voivat vahvistaa olevansa paikalla kosketuskäyttöisen vahvistusnäytön kautta, joka sijaitsee caddiemasterin toimistossa. Caddiemaster antaa tarvittaessa ohjeistukset etenkin vieraspelaajille, jotka eivät ole ennen vierailleet kentällä. Etenkin vakioasiakkaat siirtyvät usein suoraan caddiemasterin toimistosta odottamaan omaa lähtöaikaansa ensimmäisen väylän tiiboksin läheisyyteen. Palvelukokemukseen vaikuttavia tekijöitä ovat asiakaspalvelun laatu sekä tilojen siisteys.

Mikäli asiakas haluaa säilyttää tavaroitaan kierroksen ajan tai vaihtaa varusteensa, hän suuntaa pukuhuoneeseen. Pukuhuoneet sijaitsevat klubitalon ensimmäisessä kerroksessa ja samassa tilassa ovat myös sauna- ja suihkutilat. Pukuhuoneessa on lukollisia kaappeja, joissa asiakas voi säilyttää tavaroita kierroksen ajan. Tässä vaiheessa palvelukokemukseen vaikuttavia tekijöitä ovat tilojen toimivuus ja siisteys.

Seuraavaksi asiakas suuntaa usein joko harjoitusalueelle tai ravintolaan. Harjoitusalueet ovat klubitalon välittömässä läheisyydessä, joten asiakkaan on helppo liikkua niiden ja klubitalon välillä. Ravintolassa asiakkaat hankkivat usein eväitä pelikierroksen ajaksi sekä nauttivat virvokkeita odotellessaan omaa lähtöaikaansa. Harjoitusalueilla palvelukokemukseen vaikuttavat viheralueiden kunto sekä rangella käytettävien harjoituspallojen laatu ja kunto. Palvelukokemukseen ravintolassa vaikuttavat asiakaspalvelun laatu, tuotevalikoima sekä tilojen toimivuus ja siisteys.

Pelaamisen palvelutuokio on koko palvelupolun ydin. Ensimmäisen väylän tiiboksi sijaitsee aivan klubitalon vieressä, jonne asiakas siirtyy hänen lähtöaikansa koitettua. Ensimmäisen yhdeksän reiän jälkeen asiakas saapuu taukotuvalle, josta asiakas voi halutessaan ostaa esimerkiksi kahvia tai muita virvokkeita. Tämän lyhyen tauon jälkeen asiakas siirtyy jatkamaan pelikierrosta, kunnes hän saapuu viimeisen väylän jälkeen klubitallolle. Palvelukokemukseen kierroksen aikana vaikuttavat kentän kunto, opasteet, sujuvuus eli pelinopeus sekä palvelu ja valikoima taukotuvalla.

Pelikierroksen jälkeen asiakas siirtyy mahdollisesti ravintolaan. Osa asiakkaista menee peseytymään, saunomaan ja vaihtamaan varusteensa pukuhuonetiloihin. Osa asiakkaista siirtyy suoraan parkkialueelle ja poistuu kentältä.

Jokaiselle Yyteri Golfissa kauden aikana pelanneelle lähetetään Suomen Golfliiton teettämä Pelaaja Ensin -kysely, jonka avulla mitataan asiakastyytyväisyyttä. Vieraspelaajille kysely lähetetään aina kauden ensimmäisen pelikerran jälkeen, ja seuran omille jäsenille kysely lähetetään kolmessa erässä; keväällä, kesällä ja syksyllä.

4.2.2 Pelituotteet

Yyteri Golfin pelituotteet kaudella 2020

- Greenfee
- 9 reiän greenfee
- Pariskuntagreenfee
- Opiskelijan greenfee
- Juniorin greenfee (alle 21-vuotiat)
- 10-kortti
- Viikkopelioikeus
- Kuukausipelioikeus
- Kausipelioikeus aikuinen
- Kausipelioikeus opiskelija
- Kausipelioikeus juniori (alle 21-vuotias)

Osa näistä pelituotteista on osakkaille edullisempia kuin ei osakkaille. A-osakkeen omistajilla on mahdollisuus hankkia 15 kierroksen sarjakortti yhtä ääntä kohden (Yhtiöjärjestyksessä A-osakkeen omistajalle on määritetty kolme ääntä).

Yyteri Golf on Kultakortti-kenttä. Kultakortin voi hankkia pelioikeudella pelaava osakas. Kultakortti oikeuttaa pelaamaan kauden aikana 25:llä eri vieraskentällä seitsemän kierrosta kenttää kohden. Kultakortin hinta kaudella 2019 oli 165€.

Yyteri Golf kuuluu myös Länsi-Suomen osakaskenttiin. Pelioikeudella pelaava osakas on oikeutettu pelaamaan kaksi kierrosta jokaisella mukana olevalla kentällä hintaan 30€ per kierros. Osakas voi lunastaa kortin halutessaan ja se on ilmainen.

Yyteri Golfissa alkeiskurssin rakenne eroaa perinteisestä alkeiskurssin rakenteesta huomattavasti. Alkeiskurssi koostuu itseopiskeltavasta ennakkomateriaalista, valmennuksesta sekä viidestä yhdeksän reiän kierroksesta. Alkeiskurssi sisältää lainavälineet pelikierroksille.

4.3 Palvelumuotoilu

4.3.1 Palvelumuotoilu käsitteenä

”Palvelumuotoilu on systemaattinen tapa lähestyä palveluiden kehittämistä ja innovointia yhtä aikaa sekä analyyttisesti että intuitiivisesti” (Tuulaniemi 2014). Intuitiivisuudella tarkoitetaan taitoa ikään kuin ennustaa sellaisia asioita, jotka voisivat tapahtua ja olla tulevaisuudessa mahdollisia. Analyyyttisyys taas tarkoittaa tosiasioihin ja loogiseen päättelyyn perustuvaa tietoa.

Palvelumuotoilussa kehittämisen ja muotoilun kohteena ovat tuotteiden sijasta kokonaisvaltaiset systeemit sekä kokemukset ja prosessit. Palvelumuotoilu siis perustuu muotoiluajatteluun, mutta se keskittyy palvelujen ja asiakaskokemuksen kehittämiseen. Palvelumuotoilun tavoite on palvelujen kehittäminen ihmislähtöisesti siten, että palvelu on niin asiakkaiden tarpeiden kuin liiketoiminnallisten tavoitteiden mukainen. Palvelumuotoilulla halutaan tehdä palveluista sujuvampia, helppoja vaivattomia käyttää unohtamatta kuitenkaan elämyksellisyyttä sekä vetoamista arvoihin ja tunteisiin. Palvelumuotoilulla voidaan innovoida täysin uusia markkinoille täysin uusia palveluja tai kehittää jo olemassa olevia palveluja vastaamaan paremmin asiakkaiden tarpeita. (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 34).

4.3.2 Palvelu

”Palvelu on aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa asiakkaan tarve täytetään vuorovaikutuksessa palveluntuottajan kanssa fyysisesti, digitaalisesti tai niiden yhdistelmällä” (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 232).

Palvelut ovat monimuotoisia kokonaisuuksia, jotka elävät muuttavassa ympäristössä. Palveluihin liittyy ihmisten välistä vuorovaikutusta, virtuaalisia ja fyysisiä toimintaympäristöjä ja erilaisia järjestelmiä. Palveluiden tuottamiseen vaikuttavat asiakaspalvelijat, asiakkaat itse sekä erilaiset ympäristöt, jossa palveluita tuotetaan. (Tuulaniemi 2014.)

Palveluiden voi ajatella olevan kokemuksia. Palvelu joko ratkaisee asiakkaan olemassa olevan ongelman tai vastaa asiakkaan olemassa olevaan tarpeeseen. Palveluita toteutettaessa tuotteen omistajuus ei vaihdu eikä palvelua voi teoriassa koskaan kuluttaa loppuun. (Tuulaniemi 2014.)

Palveluilla voidaan myös tuottaa lisäarvoa asiakkaalle. Arvolla tarkoitetaan hyödyn ja hinnan suhdetta. Lisäarvoa voidaan tuottaa liittämällä johonkin fyysiseen tuotteeseen palvelu. (Tuulaniemi 2014.)

4.3.3 Palvelupolku

Palvelupolku kuvaa asiakkaan kokemusta palvelusta ajan funktiona. Palvelupolku jaetaan erilaisiin osiin, palvelutuokioihin ja palvelun kontaktipisteisiin, missä yhdessä palvelutuokiassa on useita kontaktipisteitä. Näiden kontaktipisteiden kautta asiakas on kontaktissa palveluun. Palvelupolku voidaan jakaa myös asiakkaan saaman arvon mukaisesti esipalveluun, ydinpalveluun ja jälkipalveluun. Esipalveluvaiheessa organisaation asiakkaalle tuoma arvo alkaa muodostua, kun asiakas on yhteydessä organisaatioon. Varsinaista arvoa asiakas saa ydinpalveluvaiheessa. Jälkipalveluvaihe koostuu asiakkaan kontaktista organisaatioon esimerkiksi asiakaspalautteen muodossa. (Tuulaniemi 2014.)

Palvelutuokioiden kontaktipisteitä ovat esimerkiksi ihmiset, esineet ja ympäristöt. Näistä kontaktipisteitä rakentuvat palvelun ominaispiirteet ja kontaktipisteiden kautta palveluntarjoaja pyrkii vaikuttamaan asiakkaaseen. Ihmiset, niin palvelua tuottavat kuin kuluttavat, ovat yhdenlainen kontaktipiste. Esimerkiksi asiakaspalvelija pyrkii ohjaamaan asiakasta jollekin toiminta-alueelle. Asiakkaan kokemukseen voidaan pyrkiä vaikuttamaan myös asiakaspalvelijan vaatetuksella ja käyttäytymisellä. (Tuulaniemi 2014.)

Palvelumuotoilussa palvelupolku on kehittämisen keskipisteenä. Tavoitteena on, että jokainen kontaktipiste suunnitellaan harkitusti ja niistä koostuu selkeä ja johdonmu-

kainen asiakaskokemus. Kehittämisen kohde voi olla mikä tahansa palvelupolun kontaktipiste, esimerkiksi verkkopalvelu tai asiakaspalvelu palvelupisteellä. (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 35).

4.3.4 Asiakaskokemus

Asiakaskokemus tarkoittaa asiakkaan kokemusta palvelusta. Asiakaskokemuksen aikana asiakas ikään kuin kulkee yrityksen tarjooman läpi aina ennen palvelua tapahtuvista kontakteista jälkimarkkinointiin asti. Hyvän asiakaskokemuksen edellytys on, että palvelun tarjoaja ymmärtää miten ja milloin ihmiset kohtaavat yrityksen tarjooman. (Tuulaniemi 2014.)

Asiakaspalvelu ja myynti ovat sellaisia toimintoja, joiden yhteydessä on yleensä eniten kohtaamisia asiakkaiden kanssa. Muilla yrityksen toiminnoilla on merkittävä vaikutus siihen, pystyvätkö asiakaspalvelijat ja myyjät luomaan hyviä asiakaskokemuksia. Esimerkiksi jos golfkenttä on hoidettu huonosti ei asiakaspalvelija voi puheillaan muuttaa asiakkaan pelikokemusta paremmaksi. Näin ollen jokaisen organisaatiossa työskentelevän, myös niiden jotka eivät työskentele asiakasrajapinnassa, on ymmärrettävä asiakaskokemuksen ja siihen liittyvien seikkojen merkitys. (Löytänä & Korteso 2011.)

Asiakaskokemuksen vakiintunut osa on fyysisesti tapahtuvaan kohtaamiseen, jossa asiakas kohtaa asiakaspalvelijan. Toisena osa-alueena on nykyisin tärkeää huomioida myös digitaalisessa ympäristössä ja sosiaalisessa mediassa tapahtuva asiakkaiden kohtaaminen. Kolmas osa-alue on tunnekokemus, jossa kaikki asiakkaan mielikuvat yhdistyvät ja luovat kokonaisvaltaisen brändikokemuksen. Nämä kolme osa-aluetta liitettyinä toisiinsa muodostavat kokonaisvaltaisen asiakaskokemuksen. (Ahvenainen, Gylling & Leino 2017.)

4.3.5 Palvelukonsepti

Palvelukonsepti rakentuu palvelupolusta siten, että siinä määritellään palvelutuokiot ja niiden kontaktipisteet. Palvelukonsepti tuo ymmärrystä siihen, mitä palvelu oikeasti

on, miten se tuotetaan, miten se vastaa asiakkaiden tarpeisiin ja mitä palvelun tuottaminen vaatii palvelun tarjoajalta. Palvelukonseptissa kerrotaan siis palvelun ydinidea ja se antaa palvelusta laajan kuvan yksittäisten ideoiden sijasta. (Tuulaniemi 2014.)

Hyvä palvelukonsepti on käytännöllinen. Siitä tulee löytyä niin heti käyttövalmiita ideoita kuin enemmän resursseja vaativia pidemmän ajan kehittämisideoita. Palvelukonseptissa tulee ottaa huomioon organisaatio, palvelun käyttäjät sekä eri sidosryhmät. (Raijala 2018.)

4.3.6 Palvelumuotoiluprosessi

Design Councilin vuonna 2005 esittelemä Tuplatimanttiprosessimalli toimii yleensä pohjana palvelumuotoilun prosessille. Prosessi sisältää neljä vaihetta: *löydä, määritä, kehitä ja tuota*. *Löydä*-vaiheessa kerätään tietoa asiakkaiden tarpeista ja selvitetään palveluntarjoajan liiketoiminnalliset tavoitteet. Tiedonkeruu tapahtuu yleensä laadullisin menetelmin, joita voivat olla esimerkiksi haastattelut ja havainnointi. *Määritä*-vaiheessa analysoidaan ja tulkitaan aiemmassa vaiheessa kerättyä tietoa. Tästä saatu ymmärrys voidaan purkaa helposti havainnoitavan ja hyödynnettävän muotoon esimerkiksi asiakasprofiileina tai palvelupolkuna. *Kehitä*-vaiheessa ideoidaan vaihtoehtoisia konsepteja ja ratkaisumalleja sekä simuloidaan kokemuksia ja visualisoidaan ideoita. Ratkaisuja myös kehitetään yhdessä eri sidosryhmien kanssa. *Tuota*-vaiheessa rajataan aiemmissa vaiheissa syntyneistä ideoista sellaisia, jotka ovat toimivia ja vastaavat asiakkaiden tarpeisiin. Syntyneitä ideoita arvioidaan myös sidosryhmien ja taloudellisen kannattavuuden näkökulmasta. Lopuksi tuotetaan palvelusta määrittely tai konsepti, joka voidaan halutessa toteuttaa. (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 42.)

4.4 Tuotteistaminen

4.4.1 Tuotteistaminen käsitteenä

”Tuotteistaminen on palvelun ja sen tarjoaman arvon kiteyttämistä eri osia kuvaamalla ja vakioimalla” (Tuominen, Järvi, Lehtonen, Valtanen & Martinsuo 2015, 5).

Tuotteistamisen päämäärä on selkeyttää palvelun peruselementtejä niin palvelun kuluttajan kuin palvelun tarjoajan näkökulmasta. Ulkoinen tuotteistaminen tarkoittaa sellaisten palveluelementtien kuvaamista, jotka näkyvät asiakkaalle. Sisäinen tuotteistaminen taas tarkoittaa palvelun tuottamisen yhdenmukaistamista ja kuvaamista. (Tuominen ym. 2015, 5.)

4.4.2 Tuotteistamisen hyötyjä ja riskejä

Tuotteistamisen kautta palvelun tasalaatuisuus paranee ja palvelusta tulee toistettavampi. Palvelun tuottajan toimintatapojen yhtenäistäminen luo palvelulle paremman perustan, jolloin palvelun laatuun mahdollisesti liittyvä henkilöriippuvuus vähenee. Sisäinen tiedonjako ja yhteistyö paranevat, kun henkilöstö osallistetaan palvelun tuotteistamiseen. Samalla myös palvelun myynti helpottuu, kun henkilöstöllä on yhteinen ymmärrys palvelusta ja palvelusta viestitään yhdenmukaisesti. (Tuominen ym. 2015, 7.)

Tuotteistamisessa piilee myös tiettyjä riskejä. Mikäli asiakkaiden osallistaminen tuotteistamisessa on puutteellista voi käydä niin, että tarjotut palvelut eivät enää vastaa asiakkaiden tarpeita. Tuotteistaminen ei saa mennä standardisoinnin puolelle, jolloin henkilöstöstä voi alkaa tuntua siltä, että heidän kätensä olisivat sidotut johonkin tiettyyn toimintamalliin. Tuotteistamisen yksi suurimmista haasteista on se, että palvelusta tulee jäykkä. Mikäli vakioinnin ja asiakaskohtaisen räätälöinnin tasapaino ei ole oikea tai palvelu painottuu vain tiettyyn mielipiteeseen, palvelulla ei välttämättä enää pystytä vastaamaan asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin. (Tuominen ym. 2015, 7.)

Tuotteistettavan palvelun on täytettävä tietyt tuntomerkit. Tuotteistettavalla palvelulla on oltava toistuva asiakastarve ja palvelun toteutuksessa on oltava toistuvia osia. Palvelun tulee olla myös taloudellisesti kannattava ja palvelun toteuttamiseen tulee löytyä osaamista ja kokemusta. (Tuominen ym. 2015, 8-9.)

4.4.3 Tuotteistamisprosessi



Kuvio 4. Osallistavan tuotteistamisen sykli (Tuominen ym. 2015, 12).

Kuviossa 4 on esitetty osallistavan tuotteistamisen sykli. Tuotteistamisen alkuvaiheessa on syytä määritellä tavoitteet eli ne asiat, joita tuotteistamisella tavoitellaan. Tämän jälkeen kartoitetaan nykytilanne yhdessä eri sidosryhmien kanssa. Nykytilanteen kartoittaminen on erityisen tärkeää tehdä huolellisesti, koska siitä saadaan tietoa seuraaviin prosessin vaiheisiin. Seuraavassa vaiheessa palvelua katsotaan erilaisista näkökulmista ja pyritään löytämään uusia tapoja ja keinoja, joilla palvelua voidaan kehittää haluttuun suuntaan. Tämän jälkeen muodostetaan yhteinen näkemys siitä, mihin suuntaan palvelua kehitetään ja miten palvelun kehitys toteutetaan. Lopuksi arvioidaan ja simuloidaan lopputulosta. Tähän vaiheeseen on tärkeää osallistaa sellaisia henkilöitä, joiden työnkuvaa muutokset varsinaisesti koskettavat. Tällöin näiden henkilöiden ymmärrys omasta roolista palvelussa kasvaa. (Tuominen ym. 2015, 12-13.)

4.5 Palvelumuotoilu ja tuotteistaminen yhdessä

Palvelumuotoilu ja tuotteistaminen ovat kaksi erilaista palvelukehitykseen liittyvää menetelmää ja ne eroavatkin toisistaan melkoisesti. Tässä työssä pyrin käyttämään näitä menetelmiä toisiaan täydentävästi. Palvelumuotoilua ja siihen liittyviä työkaluja käytän uusien pelituotteiden ja niihin liittyvien palveluiden kehittämisessä. Tuotteistamista ja etenkin sisäistä tuotteistamista tulen käyttämään caddiemasterin palveluprosessin kehittämisessä.

Uusien pelituotteiden ja palveluiden ideoinnissa hyödynnän palvelumuotoilun eri menetelmiä. Kehittämisessä ja ideoinnissa ajattelen asioita niin analyyttisestä kuin intuitiivisesta näkökulmasta. Analyyttinen näkökulma tulee pitkälti omasta kokemuksestani ja tietämyksestäni golf-alalta. Intuitiivista näkökulmaa haen golfin tulevaisuuteen keskittyvistä tutkimuksista, haastatteluista ja muiden kenttien pelituoteratkaisuista.

Palveluprosessin kehittämisessä hyödynnän sisäisen tuotteistamisen menetelmiä. Palveluprosessissa on useita toistuvia osia, joten sisäisen tuotteistamisen menetelmien avulla on mahdollista kehittää prosessia entistä paremmin toimivaksi. Palveluprosessiin liittyviä osia tuotteistamisen näkökulmasta ovat esimerkiksi viestintä asiakkaille sekä työntekijöiden pukeutuminen. Etenkin oikeanlainen viestintä asiakkaiden suuntaan on tärkeää, jotta jokainen asiakas tietää kuinka tulee toimia.

4.6 Haastattelut

4.6.1 Taustatiedot

Toteutin haastattelut teemahaastatteluina. Haastattelin yhteensä seitsemää eri henkilöä, jotka valitsin ennakkotietojeni perusteella. Haastateltavat jakautuivat siten, että viisi haastateltavaa olivat golfin harrastajia ja kaksi haastateltavaa olivat kokeilleet golfia, mutta eivät harrasta lajia. Loin haastatteluja varten kaksi erilaista teemahaastattelun runkoa, jotka löytyvät liitteistä 1 ja 2. Toteutin haastattelut aikavälillä 22.1.2020 - 6.2.2020. Haastattelut on litteroitu valikoiden, eli haastatteluista on poimittu tutkimusta ajatellen olennaiset seikat. Äänitin ja tallensin kaikki haastattelut.

4.6.2 Golfia pelaavat

Haastattelun ensimmäinen teema käsitteli haastateltavan motiiveja golfin pelaamiseen. Esille nousseita seikkoja olivat sosiaalinen kanssakäyminen ja ennen kaikkea ystävien kanssa ajan viettäminen, itsensä haastaminen, kilpailumahdollisuudet sekä liikunta. Useampi vastaajista oli päätenyt harrastamaan golfia ystävien innoittamana. Erään vastaajan mukaan golfkentällä keskittyy vain itse peliin ja kaikki arjen murheet unohtuvat.

”Alukshan mä lähin pelaamaan vaan sen takia, kun moni kaveri pelas eli pääsee kaverien kans harrastamaan yhdessä. Nykyään haen siitä haasteita, koska peli on äärimmäisen vaikee niin mä haluan haastaa siinä itteeni ja mä haluan suoriutuu siinä vaan joka kerta paremmin ja paremmin. Ja jotenkin golfkentällä unohtuu kaikki muut asiat kun sinne menee, jos on ollut vaikee päivä niin on kiva mennä pelaamaan golfia, kun siellä ei ajattele kun sitä peliä. Se on sellanen irti arjesta harrastus.” [Mies, Ulvila]

”Sosiaalinen osa on tärkeä, voihan sitä autokauppaa tehdä sielläkin. Itsensä haastaminen on hienoa ja kaverien haastaminen se vasta onkin hienoa.” [Mies, Pori]

”Haaste, kilpailumahdollisuudet toisia vastaan, ylipäättään ajanviete ja voi viettää kaverien kanssa aikaa. Ihan alusta alkaen pieni kilpailuhenkisyys on ollut mukana.” [Mies, Jyväskylä]

Toinen teema koski pelaamisen muotoja ja hinnoittelua Yyteri Golfissa. Hinnoitteluun oltiin yleisesti ottaen tyytyväisiä. Pelioikeuden hinta oli jokaisen vastaajan mielestä sopiva eikä yksikään vastaaja pitänyt sitä liian kalliina. Etenkin opiskelijahintoihin oltiin tyytyväisiä, ja niitä pidettiin hyvinkin edullisina.

Useat vastaajat toivoivat greenfeen hinnoitteluun lisää joustavuutta. Nykyistä hintaa (50 euroa) pidettiin hyvänä hintana sesonkiajalle. Vastaajien mukaan hintojen tulisi olla joustavimpia eri vuodenaikoina, koska kenttä ei ole niin hyvässä kunnossa etenkin keväällä. Myös eri kellonajoille ja päiville toivottiin joustavuutta. Esimerkiksi

perjantai ja lauantai-illat nähtiin sellaisina aikoina, jolloin hinnan tulisi olla edullisempi, koska kentällä on silloin yleensä rauhallista.

”Greenfeen hinta saisi elää enemmän, koska Yyteri on sellainen paikka, että kenttä ei ole toukokuusta lokakuuhun samassa kunnossa. Ja sitten joustava hinnoittelu olisi hyvä, tietyt iltalähdöt saisi olla halvempia kuin prime time ajat.” [Mies, Ulvila]

”Greenfeen hintaan pitäisi ottaa huomioon monia juttuja. Jos esimerkiksi keli on huono ja ei oo pelaajia paljon niin greenfee pitäis olla halvempi, vastaavasti jos on paljon pelaajia niin hinta voisi olla enemmänkin kuin 50 euroa.” [Mies, Jyväskylä]

”Hinnassa täytyisi olla enemmän joustoa, eli alkukesästä ja loppukesästä hinta saisi olla merkittävästi alempi. Hiljaiset hetket saisi olla halvempia, esimerkiksi perjantai- ja lauantai-illat.” [Mies, Pori]

Kolmannessa teemassa aiheena oli pelaamiseen liittyvät palvelut. Tämän teeman kohdalla keskustelu painottui harjoitusalueiden käyttöön ja hinnoitteluun, caddiemasterin palveluihin sekä mahdollisiin lisäpalveluihin, joita pelituotteisiin voitaisiin tulevaisuudessa mahdollisesti lisätä.

Harjoitusalueiden ja etenkin rangen käyttöön vastaajat toivoivat uudenlaisia muotoja. Suurin osa vastaajista piti erittäin hyvänä sellaista ratkaisua, jossa tietyn summan maksamalla saisi käyttää kauden ajan vapaasti rangea. Rangen käyttö voitaisiin myös vastaajien mukaan liittää eri pelituotteisiin, esimerkiksi greenfeehen. Tämä herätti kuitenkin epäilyjä väärinkäytön mahdollisuudesta.

”Kyllä tulisi käytyä enemmän, jos olisi mahdollisuus kertamaksuun.” [Mies, Pori]

”Näkisin tällaisen ratkaisun (kertamaksu rangen käytölle) erittäin hyvänä.” [Mies, Jyväskylä]

Vastaajien keskuudessa ärsytystä aiheutti se, että kentällä lainattaviin kärriihin tarvitsee asettaa pantiksi kolikko (2€, 1€ tai 50snt). Monikaan ei kannata käteistä saatikka kolikoita mukanaan, jolloin kärriksen lainaaminen voi olla yllättävänkin vaikeaa.

Ois parempi, että ne (kärryt) ei tarvii kolikkoja. [Mies, Pori]

Caddiemasterin palveluihin vastaajat olivat yleisesti ottaen tyytyväisiä. Vahvistusnäyttö, jonka kautta pelioikeudet voivat vahvistaa oman lähtöaikansa koettiin hyväksi ja asiointia nopeuttavaksi uudistukseksi.

”Caddiemasterin palvelut on monipuolisia, sieltä saa ohjeistusta mitä tulee golfkentällä yleiseen toimimiseen, palvelu on yleisesti osaavaa ja ammattitaitoista.” [Mies, Pori]

Taukotuvan palveluihin vastaajat olivat yleisesti ottaen tyytyväisiä. Taukotuvan palvelut eivät kuulu opinnäytetyöni aiheeseen, mutta halusin silti kuulla mielipiteitä siihen liittyen. Käytännössä jokainen pelaaja pitää tauon yhdeksän reiän jälkeen, joten taukotupa on merkittävässä osassa ajatellen pelaamiseen liittyviä palveluita. Vastaajat toivoivat, että taukotuvalla olisi useammin henkilökuntaa paikalla, koska nykyisen välipala-automaatin ja jääkaapissa säilytettävien tuotteiden tarjonta on melko suppea. Myöskään alkoholituotteita ei ole saatavilla muuten kuin henkilökunnan ollessa paikalla.

Neljännän teeman aiheena oli muut kehitysehdotukset. Esiin nousi eritoten klubitalon ja kentän alueen ympäristön ilme. Miljöötä itsessään pidettiin kauniina ja viihtyisänä, mutta pieniin yksityiskohtiin tulisi vastaajien mukaan kiinnittää enemmän huomiota.

”Kentän ja klubitalon ympäristön siisteydestä täytyisi pitää enemmän huolta.” [Mies, Pori]

”Klubitalon ympäristö voisi olla siistimmässä kunnossa.” [Mies, Pori]

4.6.3 Golfia kokeilleet

Haastattelun ensimmäisessä teemassa käsiteltiin haastateltavien omia kokemuksia golfista sekä siihen liittyviä ennakkoluuloja. Haastateltavat olivat käyneet kokeilemassa

golfia kerran, toinen Yyteri Golfissa ja toinen Rauma Golfissa. Kumpikaan haastateltavista ei ollut käynyt kentän puolella, eli kokeileminen oli rajoittunut pelkkään rangella ja lähipelialueella vierailuun. Molemmat haastateltavista olivat käyneet kokeilemassa golfia ilta-aikaan, koska silloin golfkentällä on vähiten muita ihmisiä. Molemmat haastateltavista pitivät lajia vaikeana ja totesivat, että sen oppimiseen menisi varmasti paljon aikaa. Lisäksi molemmat haastateltavat ajattelivat, että golf vie paljon aikaa.

”Se vie niin paljon aikaa se oppiminen ja se on vaikeeta, ainakin se alku.” [Mies, Pori]

”On sellanen olo, että se veis paljon aikaa.” [Nainen, Pori]

Toinen teema käsitteli nykyisiä ja tulevaisuudessa mahdollisia pelituotteita, joiden avulla golfin kokeilemisen ja aloittamisen kynnystä voitaisiin madaltaa. Molemmat haastateltavat olivat sitä mieltä, että kaverien kanssa lajiin tutustuminen madaltaisi kynnystä huomattavasti. Lisäksi molemmat haluaisivat mennä tutustumaan lajiin sellaiseen aikaan, että kentällä ei olisi paljon muita pelaajia.

”Kyllä se mahdolltais ehdottomasti kynnystä jos sais mennä kaverin kanssa koittamaan. Ois hyvä, etä pääsis vaan sillee kokeilee. Sama kun sä pääset niiku tutustumaan kuntosalin ilmatteeks, ja sit jos sä kiinnostut ni sit voit ostaa niit juttui mitä tarvii.” [Nainen, Pori]

”Jos ois yks, joka opastais ja sit ois kaveriporukan jos ois muutki alottelijoita ni selasii vois käydä kokeilemas. Sellanen kiinnostais että sais tulla vaan koittaamaan, käydä lyömässä ja vähän pelata.” [Mies, Pori]

4.7 Käyttäjäprofiilit

Käyttäjäprofiili, toiselta nimeltään asiakasprofiili, on kuvaus jostain tietystä käyttäjäryhmästä. Tavoitteena on luoda mahdollisimman totuudenmukainen kuvaus jostain

käyttäjryhmästä saatavilla olevan tiedon avulla. Käyttäjäprofiileihin tiivistetään hankittu tieto asiakkaan käyttäytymisestä, arvoista ja toiminnan motiiveista. (Tuulaniemi 2014.)

Huolellisesti rakennetut käyttäjäprofiilit toimivat yritykselle apuna uusien palveluiden suunnittelussa ja konseptoinnissa. Palveluiden suunnitteluvaiheessa eri vaihtoehtoja voidaan katsoa eri käyttäjäprofiilien näkökulmasta, jolloin epäkohtien karsiminen helpottuu. Käyttäjäprofiilien avulla myös jo olemassa olevia palveluita ja viestintää voidaan kohdentaa tehokkaammin. (Tuulaniemi 2014.)

Liitteessä 6 on esitelty kaksi Suomessa tehtyä golfpelaajien profilointeja. Olen käyttänyt näitä profilointeja hyödyksi tehdessäni Yyteri Golfin pelaajien käyttäjäprofiilit.

4.7.1 Yyteri Golfin asiakkaiden profilointi

Pelituotteiden kehittämistä varten olen luonut neljä erilaista käyttäjäprofiilia. Nämä neljä käyttäjäprofiilia edustavat kukin omaa suurempaa ryhmäänsä asiakaskunnassa. Profiilien luonnissa olen käyttänyt pohjatietona omaa havainnointiani työnteon yhteydessä, Suomen golfliiton teettämiä profilointeja sekä haastatteluista keräämääni tietoa. Profiloinnissa olen kuvannut kuvitteellisen asiakkaan iän, ammatin, golftaustan, muut harrastukset, luonteenpiirteet, motiivit, arvostuksen kohteet ja moton.




Antti
41 vuotta
Prosessinhoitaja

- Pelannut golfia 9 vuotta
- Tasoitus 12,8
- Pelaa 80 kierrosta kauden aikana
- Avioliitossa, kaksi teini-ikäistä lasta
- Asuu omakotitalossa kaupungin laitamilla
- Harrastaa kalastusta silloin kuin golfin peluulta ehtii
- Luonteeltaan sosiaalinen ja positiivinen
- Motiiveja ystävien kanssa oleminen ja onnistumisen kokemus
- Arvostaa hyvää kentän kuntoa ja hyviä harjoittelumahdollisuuksia

"Kaikki muu on turhaa paitsi golf"

Kuva 3. Antin persoonakortti.

Antti kuvaa tavallista aktiiviharrastajaa. Aktiiviharrastaja tulee kentälle miltei päivittäin heti töiden tai muiden pakollisten menojen jälkeen. Hän viettää aikaa kentällä kuin olisi kotonaan ja on yleensä erityisen sosiaalinen. Häntä ei pelota vieraiden ihmisten kanssa pelaaminen ja hän pitää uusiin ihmisiin tutustumisesta. Aktiiviharrastaja pelaa kauden aikana useita kilpailuita ja osallistuu seuran järjestämiin aktiviteetteihin, kuten seuramatkoille ja talkoisiin. Aktiiviharrastaja pelaa myös paljon vieraskentillä.




Sari
55 vuotta
Sairaanhoitaja

- Pelannut golfia 16 vuotta
- Tasoitus 25,3
- Pelaa 30 kierrosta kauden aikana
- Avioliitossa, yksi aikuinen lapsi
- Asuu rivitalossa lähellä keskustaa
- Viettää paljon aikaa ystävättäriensä kanssa
- Luonteeltaan iloinen ja avulias
- Motiiveja luonnosta nauttiminen ja ystävien kanssa oleminen
- Arvostaa hyvää kentän kuntoa ja hyvää palvelua

"Mihin tässä on kiire valmiissa maailmassa"

Kuva 4. Sarin persoonakortti.

Sari kuvaa semiaktiivista pelaajaa. Semiaktiivinen pelaaja pelaa golfia usein perheensä ja tuttujensa kanssa ennalta sovittuina aikoina. Hänen harrastaa myös muita lajeja kuin golfia. Semiaktiivinen pelaaja voi arastaa pelaamista vieraiden pelaajien kanssa, koska hän pelkää tuntevansa itsensä huonommaksi pelaajaksi kuin muut. Hän osallistuu joihinkin seuran järjestämiin aktiviteetteihin, muttei esimerkiksi niinkään talkoisiin. Semiaktiivinen pelaaja pelaa sekä muutaman kilpailun että vieraskierroksen kauden aikana.

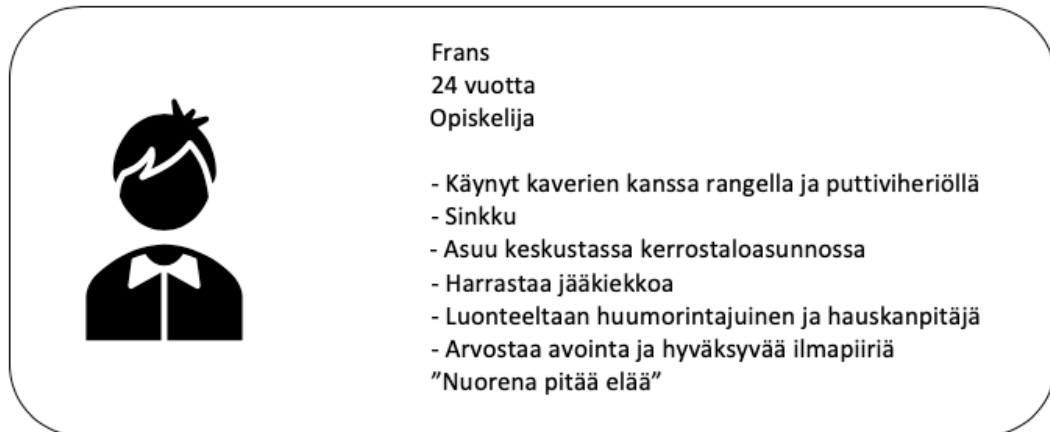


Juho
31 vuotta
Yrittäjä

- Pelannut golfia 3 vuotta
- Tasoitus 37,4
- Pelaa 15 kierrosta kauden aikana
- Avoliitossa, ei lapsia
- Asuu kaupungissa kerrostaloasunnossa
- Harrastaa kuntosalilla käyntiä
- Luonteeltaan ahkera ja tunnollinen
- Motiiveja oman kunnon ylläpito ja luonnosta nauttiminen
- Arvostaa hyvää ja toimivaa palvelua
"Aikaa ei ole hukattavaksi"

Kuva 5. Juhon persoonakortti.

Juho kuvaa harrastelevaa pelaajaa. Harrastelijalle golf on elämän yksi monista aktiviteeteista, eikä hän varsinaisesti panosta lajiin niin ajallisesti kuin rahallisestikaan. Hän pelaa yleensä tuttujensa, esimerkiksi liikekumppanien tai kavereiden kanssa. Harrastelija ei osallistu juuri lainkaan seuran järjestämiin aktiviteetteihin tai kilpailuihin. Harrastelija pelaa muutaman vieraskierroksen kauden aikana.



Kuva 6. Fransin persoonakortti.

Frans kuvaa golfia kokeillutta henkilöä. Hänen lähipiirissään on useita golfia pelaavia henkilöitä, mutta hän itse ei ole vielä itse aloittanut pelaamaan. Hänen elämässään on paljon aikaa vieviä asioita, joten golf ei välttämättä mahtuisi enää hänen arkeensa. Hän on kuitenkin innostunut lajista, ja haluaisi jonain päivänä aloittaa golfharrastuksen. Hänen lähipiirinsä kysyy häntä säännöllisesti mukaan kentälle.

5 UUDEN KONSEPTIN SUUNNITTELU

5.1 Ideointi

Pelituotteiden suunnittelussa halusin painottaa joustavuutta ja asiakaslähtöisyyttä. Pelituotteiden kokonaisuuden tulisi luonnollisesti sisältää pelituotteita niille, jotka jo pelaavat golfia, mutta huomiota tulisi jatkossa kiinnittää erityisesti siihen ryhmään, jotka ovat tai eivät ole kokeilleet golfia, mutta ovat kiinnostuneita siitä.

Kaikkiin pelituotteisiin liittyy vahvasti caddiemasterin toiminta, koska jokaisen pelituotteita käyttävän asiakkaan palvelupolkuun liittyy caddiemasterin palvelutuokio. Tästä caddiemasterin toiminnan kehittäminen on hyvä ottaa esille tässä opinnäytetyössä. Sisäisen tuotteistamisen menetelmät, omat kokemukseni caddiemasterin työstä sekä asiakaspalveluosaaminen olivat tämän osan kehittämisessä tärkeimpiä työkaluja.

Pelituotteiden ideoinnissa olen benchmarkannut muiden suomalaisten golfkenttien pelituoteratkaisuja. Suomessa on kaiken kaikkiaan yli 150 golfkenttää ja kenttien sijainnit ulottuvat Hangosta Kittilään ja Joensuusta Ahvenanmaalle. (Suomen Golfliiton www-sivut 2019). Jo pelkästään maantieteellisestä sijainnista johtuvan pelikauden pituuden perusteella voidaan päätellä, että kaikki golfkentät eivät voi toimia samantyyppisellä toimintamallilla. Pohjoisessa golfkausi kestää keskimäärin kolme kuukautta, kun aivan eteläisimmässä Suomessa voidaan parhaimpina vuosina pelata miltei läpi vuoden. Golfkentän toimintaan vaikuttaa maantieteellisen sijainnin lisäksi esimerkiksi se, onko lähistöllä muita golfkenttiä tai se, onko kentän toiminta seura- vai yhtiöpohjaista. Golfkentät ovat siis keskenään erilaisia. Suomen Golfkentät ry:n johdossa toimiva Antti Hiltunen on profiloinut erilaisia Suomessa toimivia golfkenttiä. Profilointi on tehty kenttien tulovirran rakenteen sekä kentän käytön (omat pelaajat vs. vieraspelaajat) mukaan. Näistä profiileista Yyteri Golfiin sopivin on ”Klubikenttä, muu Suomi (ei sijaitse Uudellamaalla)”. Benchmarkingissa olen ottanut huomioon profiloinnin, ja pyrkinyt benchmarkkaamaan samaan profiiliin sopivia kenttiä. Tällä tavoin on mahdollista löytää sellaisia palvelumalleja, jotka voivat sopia myös Yyteri Golfiin. (Hiltunen nd.) Benchmarkatut pelituoteratkaisut olen esittänyt taulukoituna liitteessä 3.

5.2 Pelituotteet

Pelituotteiden kehittämisen tavoitteena oli kehittää nykyisiä ja luoda uusia pelituotteita eri kohderyhmille. Kuten Vision 2020- projektin tuloksista voidaan päätellä, joustavuus on nyt ja tulevaisuudessa tärkeä teema ajateltaessa pelituotteita ja niiden ominaisuuksia. Erilaisissa elämäntilanteissa oleville ihmiselle on pystyttävä tarjoamaan erilaisia, kokonaisvaltaisia pelituotteita ja palveluita. Erilaisilla ihmisillä on myös eri motiiveja golfin harrastamiseen. Osa haluaa kilpailla ja haastaa itseään, osa haluaa viettää aikaa ystävien ja perheen kanssa ja osalle golf on puhdasta ulkoilua ja liikuntaa. Toiselle golf on elämäntapa, kun toiselle se on sitä, että käydään muutaman kerran kauden aikana viettämässä mukavaa kesäpäivää. Jokaiselle tällaiselle ryhmälle pitäisi pystyä tarjoamaan heidän tarpeensa tyydyttävä palvelukokonaisuus ja palvelukokemus. Pelituotteiden kehittämisessä valitsinkin pääteemaksi juuri joustavuuden.

Nykyisistä pelituotteista osa on hyvinkin toimivia, ja niille on olemassa selkeät kohderyhmät. Näitä pelituotteita ovat tavallinen greenfee sekä pelioikeus. Aktiivipelaaja valitsee usein pelioikeuden, joka on tälle käyttäjärhymälle täysin luonnollinen valinta suurista pelimääristä johtuen. Aktiivipelaajalle voitaisiin kuitenkin tarjota vielä kokonaisvaltaisempi palvelukokonaisuus. Monesti aktiivipelaaja viettää aikaa myös harjoitusalueilla, jolloin heille voitaisiin tarjota siihen soveltuva tuote, esimerkiksi rajaton harjoitusalueiden käyttö kauden ajaksi. Aktiivipelaajille voitaisiinkin luoda hyvin kokonaisvaltainen pelituote, joka sisältäisi eri pelioikeuden lisäksi erilaisia palveluita ja tuotteita. Teettämissäni teemahaastatteluissa kävi ilmi, että tällaista kokonaisuutta kohtaan on kiinnostusta.

Myöskin semiaktiivien pelaajien yleisin pelituote on pelioikeus. Tälle ryhmälle pelioikeus ei kuitenkaan ole sillä tavoin itsestään selvä hankinta kuin aktiivipelaajille. Semiaktiivien voi olla vaikea sitoutua pelioikeuteen, kun omista pelimääristä ei ole selkeää kuvaa kauden alussa. Tälle ryhmälle pitäisikin pystyä luomaan erityisen joustava malli, joka mahdollistaisi kohtuullisen suuret pelimäärät, mutta ei sitouttaisi samalla tavoin kuin pelioikeus. Yksi mahdollinen pelituote tälle ryhmälle on jo nykyisiinkin pelituotteisiin kuuluva sarjakortti, johon voi sisällyttää viisi tai kymmenen pelikierrosta. Uusi yhtiöjärjestys mahdollistaisi myös sen, että sarjakortti olisi mahdollista täydentää pelioikeudeksi maksamalla hinnan erotuksen. Tällöin pelaajan ei tarvitsisi kerralla sitoutua pelioikeuteen ja pelituotetta valitessa ei tarvitsisi miettiä sitä, tuleeko kauden aikana pelattua niin paljon, että pelioikeus olisi kannattavaa hankkia.

Harrastelijoiden kohdalla yleisin pelituote on ylivoimaisesti greenfee. Greenfee sellaisenaan on toimiva tuote, eikä sen perusajatusta ole mielestäni tarpeellista muuttaa, koska kertaluontoista tuotetta tullaan aina tarvitsemaan. Seuraavassa kappaleessa pohdin ja ideoin enemmän greenfeehen liittyviä seikkoja.

Greenfee eroaa muista pelituotteista siten, että sitä käyttävät paljolti myös vieraspelaajat. Tiedyt vieraspelaajat saattavat myös hankkia sarjakortteja tai lyhempiä pelioikeuksia (viikko-tai kuukausipelioikeus), mutta vieraspelaajan yleisin valinta on ehdottomasti greenfee. Vision 2020-projektin tuloksissa todetaan, että greenfeellä pelaaminen

tulee tulevaisuudessa yleistymään. Tätä varten tarvitaan luonnollisesti myös erilaisia greenfeen muotoja, jotta erilaisiin tarpeisiin pystytään vastaamaan.

Aika	MA	TI	KE	TO	PE	LA	SU
07:00 - 07:59	19,64% (66/336)	14,88% (50/336)	14,72% (53/360)	21,61% (86/398)	16,19% (62/383)	17,37% (58/334)	15,06% (47/312)
08:00 - 08:59	52,91% (227/429)	40,04% (181/452)	37,97% (180/474)	47,77% (236/494)	38,8% (194/500)	49,88% (206/413)	38,13% (151/396)
09:00 - 09:59	76,37% (530/694)	54,14% (281/519)	56,09% (313/558)	58,39% (334/572)	49,57% (286/577)	72,37% (330/456)	69,65% (443/636)
10:00 - 10:59	75,86% (396/522)	66,37% (442/666)	63,68% (440/691)	68,18% (450/660)	60,54% (425/702)	82,95% (584/704)	75,83% (502/662)
11:00 - 11:59	52,2% (297/569)	54,7% (297/543)	51,76% (294/568)	51,79% (318/614)	48,83% (293/600)	83,43% (438/525)	73,42% (406/553)
12:00 - 12:59	39,67% (219/552)	44,96% (250/556)	50,42% (300/595)	43,54% (273/627)	40,73% (233/572)	69,89% (318/455)	67,83% (350/516)
13:00 - 13:59	38,99% (225/577)	41,73% (237/568)	40,9% (236/577)	43,86% (268/611)	45,48% (272/598)	57,28% (244/426)	63,91% (317/496)
14:00 - 14:59	29,86% (186/623)	33,62% (193/574)	41% (237/578)	40,84% (254/622)	42,81% (244/570)	52,92% (245/463)	56,04% (334/596)
15:00 - 15:59	31,19% (194/622)	36,92% (206/558)	42,71% (252/590)	42,93% (261/608)	41,25% (238/577)	46,49% (245/527)	48,44% (295/609)
16:00 - 16:59	35,69% (212/594)	45,08% (270/599)	50,82% (309/608)	43,62% (260/596)	34,95% (202/578)	33,8% (193/571)	42,62% (260/610)
17:00 - 17:59	41,04% (245/597)	46,3% (263/568)	49,04% (308/628)	43,32% (253/584)	34,49% (199/577)	22,69% (118/520)	38,06% (220/578)
18:00 - 18:59	33,16% (130/392)	38,6% (176/456)	38,46% (195/507)	47,52% (259/545)	29,25% (124/424)	23,94% (113/472)	34,15% (167/489)
19:00 - 19:59	15,15% (60/396)	20,41% (80/392)	18,5% (74/400)	19,9% (78/392)	13,83% (57/412)	10,22% (38/372)	14% (56/400)
20:00 - 20:59	13,04% (12/92)	14,13% (13/92)	10,71% (9/84)	12,5% (11/88)	4,35% (4/92)	7,14% (6/84)	6,82% (6/88)

Kuva 7. Yyteri Golfn kentän käyttöasteraportti.

Kuvassa 7 nähdään Yyteri Golfn kentän käyttöaste toukokuusta syyskuuhun kaudelta 2019. Käyttöaste on esitetty prosentteina kellonaikojen mukaan. Kuvasta nähdään, että perjantai- ja lauantai-illat ovat hiljaisempia kuin muut illat. Käyttöaste myös laskee joka viikonpäivän kohdalla noin kello 19. Jotta käyttöastetta saataisiin tasaisemmaksi, voitaisiin hiljaisiin aikoihin soveltaa joustavaa hinnoittelua. Greenfeen hinnoittelu ei

siis siirtyisi täysin joustavaksi, mutta käyttöastetta voitaisiin tasoittaa hinnoittelun avulla. Tämä seikka tuli ilmi myös teemahaastatteluissa.

Erikseen aloittelijoille suunnattuja pelituotteita ei ole tällä hetkellä tarjolla. Alkeiskurssiin kuuluvien viiden yhdeksän reiän kierroksen jälkeen asiakas jää ikään kuin hie- man tyhjän päälle. Tässä vaiheessa olisi tärkeää pystyä sitouttamaan henkilö Yyteri Golfin asiakkaaksi ja yleensäkin jatkamaan golfharrastusta. Tästä syystä olisi hyvä luoda houkutteleva tuote tai tuotteita, jonka avulla henkilö jatkaisi golfharrastusta Yy- teri Golfin asiakkaana.

Golfista kiinnostuneet tai sitä jo kokeilleet tulisi huomioida paremmin ja heille tulisi luoda omia pelituotteita. Kuten teemahaastatteluissa kävi ilmi, kiinnostus golfin ko- keilemiseen voisi olla suurempi, jos se olisi mahdollista ystävien kanssa ja golfia pää- sisi kokeilemaan kentälle. Tällaiset tutustumiskierrokset olisi hyvä toteuttaa ilta-ai- kaan, jolloin paineet pelinopeuden säilyttämiseen eivät ole niin suuret. Lisäksi ilta- aikojen käyttöastetta saataisiin lisättyä.

Aikaisten aamujen käyttöaste on ymmärrettävästi alhainen. Aamuisin asiakkaat koos- tuvat pääosin vanhemmista ihmistä, jolla on aikaa pelata aamuisin. Aamukierroksen voisi tarjota yhdeksänreikäisenä ja pelituotteeseen voisi kuulua myös aamupala. Näin työssäkäyvät voisivat jatkaa golfkentältä suoraan töihin.

Halusin nostaa harjoitusalueiden asemaa osana pelituotteita entisestään. Yyteri Golfin harjoitusalueet ovat hyvät, ja niiden käyttö on niiden tasoon nähden vähäistä. Rangen käyttöä voisi yhdistää tiiviimmin pelituotteisiin. Esimerkiksi voitaisiin luoda tuote, joka mahdollistaa rajattoman rangen käytön. Rajattomalla käytöllä tarkoitetaan sitä, että asiakas saisi lyödä ja harjoitella kauden ajan niin paljon kuin haluaa. Harjoittelua rangella voitaisiin myös elävöittää. Monikaan ei vietä aikaa harjoitusalueilla, koska se mielletään tylsäksi. Rangella harjoittelua voitaisiin monipuolistaa siten, että järjestet- täisiin esimerkiksi erilaisia haasteita ja kilpailuja. Tätä kautta harjoitusalueiden käy- tössä korostuisi hauskuus ja yhteisöllisyys.

5.3 Pelituotteiden kohdentaminen käyttäjäprofiilien mukaan

Tässä kappaleessa olen esitetty esimerkkejä siitä, miten pelituotteet voidaan kohdentaa eri asiakasprofiilien mukaan.

Aktiivipelaaja eli Antti pelaa kauden aikana niin paljon, että hänelle luonnollinen vaihtoehto on valita pelioikeus. Antti viettää paljon aikaa pelaamien merkeissä mutta pitää myös harjoittelusta. Nyt Antti voisi hankkia itselleen tuotteen, joka oikeuttaa hänet rajattomaan rangen käyttöön koko kauden ajaksi. Antin olisi tästedes halutessaan helppo suunnata harjoitusalueelle tietäen, että hän saa harjoitella niin paljon kuin haluaa. Todennäköisesti Antti suuntaisi kentälle myös pienemmiksi ajanjaksoiksi, jolloin hän menisi rangelle ja käyttäisi samalla mahdollisesti myös esimerkiksi ravintolan palveluita.

Semiaktiivi eli Sari toivoo joustavuutta pelituotteisiin, koska hän ei tiedä paljonko hän ehtii kauden aikana pelaamaan. Sari voikin ostaa kauden alussa viiden tai kymmenen kerran sarjakortin, jonka hän voi halutessaan täydentää pelioikeudeksi maksaessaan näiden kahden pelituotteen hinnanerotuksen.

Harrastelija eli Juho pelaa aina greenfeellä. Erilaisten greenfeet antavat Juholle paljon erilaisia pelaamisen vaihtoehtoja. Yrittäjänä Juhon arki on välillä kiireistä ja hän hänelle voi sopia hyvinkin pelaaminen aikaisin aamulla, jonka jälkeen aamupalan nautittuaan hän voi lähteä suoraan kentältä töihin. Juho hyödyntäisi myös hiljaisten aikojen, perjantai- ja lauantai-iltojen, edullisempia hintoja. Kun Juho haluaa tulla ystäviensä kanssa pelaamaan, hän varaa viikonlopulle lähtöajan ja käyttää tavallista greenfeetä.

Golfia kokeillut eli Frans voisi lähteä lähipiirinsä kanssa kokeilemaan golfia pelkäämään rangen sijasta kentälle. Fransin lähipiiri voisi tutustuttaa häntä lajin pariin ja halutessaan Frans voi jatkaa golfharrastusta alkeiskurssin muodossa. Alkeiskurssin jälkeen Fransin on helppo jatkaa harrastuksen parissa edullisesti alkeiskurssin suorittaneille suunnattujen pelituotteiden avulla.

5.4 Caddiemasterin palvelutuokio ja palveluprosessi

Caddiemasterin palvelutuokio kuuluu jokaisen Yyteri Golfin palveluita käyttävän palvelupolkuun ja sillä on merkittävä vaikutus asiakaskokemukseen. Caddiemasteria kutsutaankin golfkentän käyntikortiksi, sillä caddiemaster on usein ainoa henkilökunnan jäsen, joka on yhteydessä asiakkaaseen. Tämän vuoksi onkin tärkeää, että caddiemasterin palvelutuokio etenee sujuvasti ja asiakkaan tarpeet täyttäen. Caddiemasterin palvelutuokiota ja palveluprosessin kehittämistä lähdin ideoimiaan ja kehittämään etenkin viestinnän välineiden ja toiminnallisuuden näkökulmasta.



Kuva 8. Caddiemasterin tiski sisäänkäynnin vierestä kuvattuna.

Caddiemasterin palvelutuokioon kuuluu useita kontaktipisteitä, joista otin erityiseen tarkasteluun caddiemasterin toimintatavat ja esineet. Kokemukseni mukaan asiakkailla suunnatussa viestinnässä ei ole ollut tiettyä linjaa ja toiselle asiakkaalle on saatettu kertoa asiat eri tavalla kuin toiselle. Esimerkiksi tietyille pelaajille on voitu antaa lupa toimia sellaisella tavalla, joka ei ole yleisellä tasolla sallittua. Tästä aiheutuu luonnollisesti epäreilu tilanne. Caddiemasterille täytyisi siis luoda yksi yhteinen linja, jonka mukaan pelaajia ohjeistetaan ja palvellaan. Tällöin epäreiluja tilanteita ei tulisi

ja kaikki toimisivat samojen pelisääntöjen mukaan. Tässä tapauksessa voidaan hyödyntää osallistavan tuotteistamisen menetelmiä.

Esineiden kontaktipisteistä erityisesti viestintään liittyviä esineitä tulisi kehittää. Tähän asti yleisiä ilmoituksia on asetettu caddiemasterin tiskille käyttäen asettimille asettuja printtejä. Tämä ei kuitenkaan ole kovin toimiva tapa, koska printti lentää suoraan roskiin, kun sitä ei enää tarvita tai siinä olleet tiedot vanhentuvat. Lisäksi näitä printtejä voi olla tiskillä samanaikaisesti useita, jolloin vaikutelma voi olla sekava ja haluttu tieto ei välity parhaalla mahdollisella tavalla. Yksi ratkaisu tähän olisi asettaa tiskille infonäyttö, johon voitaisiin päivittää tarpeellista sisältöä ja vanhentunut tieto voitaisiin helposti päivittää ajankohtaiseksi.

Palautteen kerääminen ja lopullisten Caddiemasterin toimistossa sijaitsevalle ilmoitustaululle olisi hyvä saada selkeä järjestys. Ilmoitustaulua käyttävät pääsääntöisesti toimikunnat, jotka asettavat ilmoitustaululle ilmoituksia erilaisista tapahtumista. Ilmoitukset ovat kuitenkin taululla sekaisin keskenään ja asiakkaan näkökulmasta ilmoitustaulu näyttää monesti todella sekalaiselta. Taulun voisi jakaa selkeästi eri osiin siten, että jokaisen toimikunnan ilmoitukset olisivat samassa osassa taulua. Näin ollen tietyn toimikunnan ilmoituksia olisi helpompi tarkastella ja tiedottaminen olisi tehokkaampaa.

5.5 Ideoiden valitseminen

Lopullisten ideoiden valinta alkoi palautteen keräämisellä kohdeyrityksen edustajalta. Esittelin kohdeyrityksen edustajalle visioitani ja keskustelimme niistä. Isoista linjoista olimme hyvin pitkälti samaa mieltä. Pelituotteiden osalta sain positiivista palautetta eritoten rangen käyttöön sekä käyttöasteen tasoittamiseen liittyvistä ideoista. Ajatus infonäytön asettamisesta caddiemasterin tiskille sai myös hyvän vastaanoton. Kokonaisuudessaan palautteen kautta sain vahvistuksen sille, että toimeksiantajan puolesta olen kehittämistyössäni oikealla polulla.

Seuraavaksi lähdin tekemään varsinaisia valintoja liittyen siihen, mitkä ideat sisällytän varsinaiseen uuteen konseptiin. Pelituotteiden toimivuutta arvioin Vision 2020- teemojen, käytännöllisyyden ja hinnoittelun näkökulmasta. Idoihin liittyvät päätelmät ja pohdinnat löytyy taulukkona liitteestä 4.

6 PELITUOTTEIDEN KONSEPTI

Tässä konseptissa en ole ottanut kantaa tarkkaan hinnoitteluun. Tarkka hinnoittelu määritellään, jos konsepti viedään käytäntöön. Ne pelituotteet, joita olen kehittänyt tai jotka olen ideoinut, on merkattu tähdellä (*).

Konseptissa esiin tulevien pelituotteiden lisäksi Yyteri Golf ja kolmannet osapuolet mahdollistavat erilaisten etukorttien hankkimisen ja käytön, mutta näihin palveluihin ja tuotteisiin en ole ottanut konseptissani kantaa.

6.1 Pelituotteet

6.1.1 Greenfeet

Greenfeet ovat kertaluontoisia pelituotteita, jotka oikeuttavat yhteen pelikierrrokseen.

Greenfeet hinnoitellaan joustavasti, eli hiljaisina hetkinä greenfee on edullisempi kuin ruuhkaisina hetkinä. Tätä hiljaisiin hetkiin saadaan enemmän pelaajia ja kentän käyttöaste tasoittuu. Etenkin perjantai- ja lauantai-illat ovat havaitusti sellaisia aikoja, joihin joustavaa hinnoittelua tulisi käyttää.

Täysin uutena pelituotteena on perheille tarkoitettu yhteisgreenfee, jonka avulla on tarkoitus tarjota perheille edullisesti hinnoiteltu pelituote. Kuten tutkimuksessa todetaan, perheen kanssa pelaaminen on erityisesti naisille tärkeää. Mikäli naisten määrää pystytään kasvattamaan golfharrastajien keskuudessa, hyötyvät siitä kohdeyrityksen lisäksi kaikki muutkin golfkentät.

Greenfee*

Greenfee oikeuttaa yhteen pelikierrokseen.

9 reiän greenfee*

9 reiän greenfee oikeuttaa yhteen yhdeksän reiän pelikierrokseen.

Opiskelijan greenfee

Opiskelijan greenfee on opiskelijoille tarkoitettu greenfee (opiskelijakortti näytettävä tuotteen ostohetkellä). Opiskelijan greenfeen hinta on edullisempi kuin tavallinen greenfee.

Juniorin greenfee

Juniorin greenfee on tarkoitettu alle 21-vuotiaille. Juniorin greenfee on huomattavasti edullisempi kuin normaali greenfee.

Pariskuntagreenfee

Pariskunnille tarkoitettu yhteisgreenfee. Pariskunta saa yhdessä greenfeen edullisemmin kuin kaksi greenfeetä erikseen.

Perhegreenfee*

Perheille tarkoitettu yhteisgreenfee (kaksi aikuista ja yksi tai kaksi lasta). Perhe saa yhdessä greenfeen edullisemmin kuin kaikki greenfeet erikseen.

6.1.2 Sarjakortit ja pelioikeudet

Sarjakortit oikeuttavat sarjakortin nimeämään määrään pelikierroksia. Pelioikeus oikeuttaa rajattomaan määrään pelikierroksia yhden kauden aikana.

Uutena asiana sarjakorttien osalta on mahdollisuus korottaa sarjakortti pelioikeudeksi. Kohdeyritys ei menetä tässä toimintamallissa mitään, kun taas asiakas voi halutessaan joustavasti ja helposti siirtyä sarjakortista pelioikeuteen.

Pelioikeuden hankkineille tarjotaan mahdollisuus liittää pelioikeuteen erilaisia tuotteita ja palveluita. Pelioikeuden hankkimisen kynnys voi osaltaan tätä kautta madaltua ja pelioikeuden hankkinut voi kokea saavansa konkreettisia etuja. Samalla asiakkaat käyttävät enemmän kohdeyrityksen palveluita ja tuotteita.

5-kortti*

Sarjakortti, joka oikeuttaa viiteen 18 reiän pelikierrokseen. Sarjakortin voi jakaa myös yhdeksän reiän kierroksiksi. Sarjakortin voi korottaa kausipelioikeudeksi maksamalla hinnan erotuksen.

10-kortti*

Sarjakortti, joka oikeuttaa kymmeneen 18 reiän pelikierrokseen. Sarjakortin voi jakaa myös yhdeksän reiän kierroksiksi. Sarjakortin voi korottaa kausipelioikeudeksi maksamalla hinnan erotuksen.

Opiskelijan 5-kortti*

Opiskelijoille tarkoitettu sarjakortti (opiskelijakortti näytettävä tuotteen ostohetkellä), joka oikeuttaa viiteen 18 reiän pelikierrokseen. Sarjakortin voi jakaa myös yhdeksän reiän kierroksiksi. Sarjakortin voi korottaa kausipelioikeudeksi maksamalla hinnan erotuksen

Opiskelijan 10-kortti*

Opiskelijoille tarkoitettu sarjakortti (opiskelijakortti näytettävä tuotteen ostohetkellä), joka oikeuttaa kymmeneen 18 reiän pelikierrokseen. Sarjakortin voi jakaa myös yhdeksän reiän kierroksiksi. Sarjakortin voi korottaa kausipelioikeudeksi maksamalla hinnan erotuksen

Pelioikeus*

Pelioikeus oikeuttaa pelaamaan rajattoman määrän pelikierroksia kauden aikana. Pelioikeuteen on mahdollista liittää erilaisia tuotteita ja palveluita, kuten rangen vapaa käyttö kauden ajaksi. Hinnoittelu tapahtuu siten, että pelioikeuteen liitettävät palvelut ja tuotteet saa edullisemmin liitettynä kuin erikseen.

Opiskelijan pelioikeus

Opiskelijan pelioikeus on tarkoitettu opiskelijoille (opiskelijakortti näytettävä tuotteen ostohetkellä). Opiskelijan pelioikeus on edullisempi kuin tavallinen pelioikeus.

Juniorin pelioikeus

Juniorin pelioikeus on tarkoitettu alle 21-vuotiaille. Pelioikeus hinnoitellaan siten, että hinta on 10€/ikävuosi (esim. 16-vuotiaalle pelioikeus maksaa 160€).

Viikkopelioikeus

Viikkopelioikeus oikeuttaa pelaamaan yhden viikon aikana rajattoman määrän pelikierroksia.

Kuukausipelioikeus

Kuukausipelioikeus oikeuttaa pelaamaan yhden kuukauden aikana rajattoman määrän pelikierroksia.

6.1.3 Lajiin tutustuminen ja aloittelijoiden pelituotteet

Näiden pelituotteiden on tarkoitus tehdä golfiin tutustumisesta ja golfharrastuksen aloittamisesta helpompaa.

Golfiin tutustuminen kentällä herätti kiinnostusta toteuttamieni teemahaastattelujen perusteella. Myös benchmarkingissa ilmenee, että tämän kaltaista pelituotetta on käytetty muillakin golfkentillä. Käytännön toteutus voisi olla sellainen, että golfiin tutustuminen kentällä olisi mahdollista yhtenä päivänä viikossa.

Aloittelijoille on oltava omia pelituotteita. Tätä kautta todennäköisyys golfharrastuksen jatkamiseen paranee ja alkeiskurssin käyneet eivät päädy ikään kuin väliinputoajiksi. Kohdeyrityksille hyöty on ilmeinen uusien asiakkaiden muodossa, mutta itse aloittelijalle juuri heille suunnatut ja hinnoitellut pelituotteet viestivät siitä, että heidän tarpeitaan on ajateltu.

Tutustu ja tykästy*

Tälle pelituotteelle olen keksinyt nimen, joka erottaa sen selkeästi muista pelituotteista. Pelituotteen idea on, että golfia pelaava voi tuoda golfista kiinnostuneen henkilön tutustumaan golfiin. Peliryhmässä voi olla maksimissaan neljä pelaajaa siten, että yhden henkilön on oltava golfin harrastaja. Lähdöt tapahtuvat kello 18 jälkeen illalla, jolloin kentällä ei ole enää ruuhkaa ja nopeaan etenemiseen ei ole kovia paineita. Golfista kiinnostuneille hintaan sisältyy lainamailat. Kierros on yhdeksänreikäinen.

Pelituotteet aloittelijoille*

Alkeiskurssin suorittaneille tarjottavat pelituotteet, jotka ovat normaalihintaisia pelituotteita edullisempia. Alkeiskurssin suorittaneille tarjolla olevat pelituotteet ovat 5-kortti, 10-kortti ja kausipelioikeus.

6.2 Harjoitusalueiden käyttöön liittyvät tuotteet ja palvelut

Mielestäni rangelle tarkoitetut tuotteet ovat osa pelituotteita, vaikka ne monesti mielletään omaksi tuotekategoriakseen. Etenkin monelle aktiivipelaajalle, mutta myös muillekin harjoitusalueet ovat kokonaisuudessaan tärkeä osa asiakaskokemusta. Tämän takia rangelle tulee olla valittavissa erilaisia tuotteita, jotka vastaavat asiakkaiden erilaisiin tarpeisiin. Rangella lyöminen ja yleisesti harjoitusalueiden käyttö mielletään usein hieman tylsäksi. Harjoittelua pitääkin tuoda esille hauskana ajanvietteenä, jonka avulla on mahdollista kehittää omia pelitaitoja ja tehdä omasta pelaamisesta miellyttävämpää.

Rangen kausikortti*

Maksamalla kertausmaksun asiakas on oikeutettu vapaaseen rangen käyttöön yhden kauden ajan. Vapaalla rangen käytöllä tarkoitetaan sitä, että asiakas voi lyödä rangella niin paljon palloja kauden aikana kuin haluaa.

10 ja 30 pallokorin sarjakortti

Sarjakortti, joka sisältää 10 tai 30 korillista palloja (yksi korillinen sisältää noin 30 palloa).

Poletti

Yhdellä poletilla saa yhden korin palloja.

Tulevaisuudessa rangelle on hyvä hankkia pallokoneeseen integroitava korttimaksupääte. Tällöin poleteista ja niihin liittyvistä ongelmista (katoaminen yms.) päästäisiin eroon. Pallokone olisi maksupäätteen avulla käytettävissä milloin vain, kun tällä hetkellä polettien saatavuutta rajoittaa caddiemasterin toimiston aukioloajat.

Rangella harjoitteluun voi tuoda uutta ilmettä luomalla erilaisia viikoittaisia haasteita ja harjoitteita rangen käyttäjille. Tätä kautta rangen käyttöä saataisiin houkuttelevammaksi hauskuuden sekä omien taitojen haastamisen ja kehittämisen kautta. Palvelu toisi myös lisäarvoa harjoitusalueita käyttäville asiakkaille.

7 CADDIEMASTERIN PALVELUTUOKIO JA PALVELUPROSESSI

Caddiemasterin palvelutuokio on siitä ainutlaatuinen, että se sisältyy käyttäjäprofiilista huolimatta jokaisen asiakkaan palvelupolkuun. Caddiemasterin palvelutuokiolla on siis erityinen merkitys asiakkaalle muodostuvassa asiakaskokemuksessa. Pohdittuani caddiemasterin palvelutuokiota, havaitsin etenkin viestinnän kontaktipisteissä kehitettävää. En käsittele niinkään viestinnän ja tiedottamisen sisältöä, vaan tapoja viestiä ja tiedottaa.

7.1.1 Viestintä ja tiedottaminen asiakkaiden suuntaan

Viestinnässä käytettäisiin infonäyttöä, joka sijoitettaisiin caddiemasterin tiskille. Infonäytön sisältöä on helppo päivittää, jolloin tiedotus pysyy ajantasaisena. Infonäytön sisältöä voivat olla niin erilaiset kenttään liittyvät tiedotteet, kilpailukutsut kuin lyhyen ajan sääennuste. Infonäytöllä avulla voitaisiin korvata suurin osa aiemmin viestintään käytetyistä esineistä. Tällöin suurin osa tiedotteista olisi nähtävillä yhdessä paikassa ja

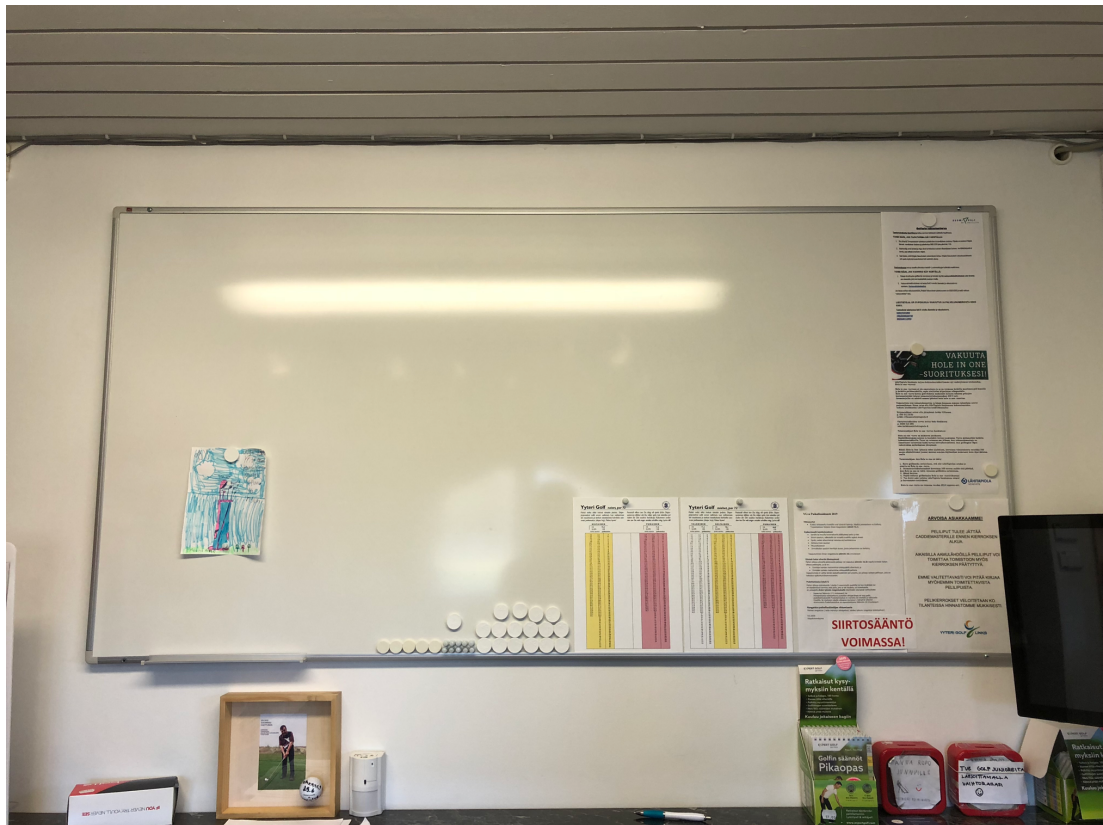
caddiemasterin tiskin visuaalinen ilme pysyisi siistinä. Mikäli halutaan käyttää printattuja tiedotteita, ne voidaan asettaa näkyviin seinällä olevalle ilmoitustaululle, johon voidaan varata tilaa yleisille ilmoituksille toimikuntien ilmoitusten lisäksi.



Kuva 9. Inforuudun sijoittaminen caddiemasterin tiskille.

Inforuutu sijoitettaisiin edestä katsottuna caddiemasterin tiskin vasempaan reunaan, kuten kuvassa 9 on esitetty punaisen ruudun avulla. Tällöin inforuutua voi tarkastella rauhassa siten, ettei tiskin oikeanpuoleinen kulkuväylä ruuhkaudu.

Toinen viestimiseen käytettävä väline on caddiemasterin toimistossa sijaitseva ilmoitustaulu, joka näkyy kuvassa 10. Ilmoitustaulu on pitkälti eri toimikuntien viestintään käyttämä väline, jossa ilmoitetaan tulevaista tapahtumista ja muista toimikuntien järjestämistä aktiviteeteista. Ilmoitustaulu järjestetään selkeästi siten, että jokaiselle toimikunnalle on oma osansa taululla. Tällöin asiakkaan on helppo tarkastella ilmoituksia, kun yhden toimikunnan ilmoitukset ovat samassa paikassa yhdellä alueella. Tämä parannus on yksinkertainen ja helppo toteuttaa ja sillä on positiivinen vaikutus asiakaskokemukseen. Tulevaisuudessa ilmoitustaulun voisi ainakin suurimmilta osin korvata digitaalisella inforuudun kaltaisella ratkaisulla.



Kuva 10. Caddiemasterin toimistossa sijaitseva ilmoitustaulu.

7.1.2 Caddiemasterien ohjekirja

Caddiemasterille luotaisiin yhteinen ohjekirja, jonka kehittämiseen osallistettaisiin kaikki caddiemasterit, yrityksen johto (toimitusjohtaja) ja sidosryhmät. Ohjekirja pitäisi sisällään yhteisen viestinnällisen linjan ja tietyt ohjeet, joiden mukaan toimitaan niin jokapäiväisissä kuin poikkeavissa tilanteissa. Tätä kautta henkilöriippuvuus palvelun laadun näkökulmasta vähenee sekä palvelun tuottaminen helpottuu, kun kaikilla on yhteinen käsitys siitä, miten palvelua tuotetaan ja miten asiakkaille viestitään. Ohjekirjaa voitaisiin käyttää niin jokapäiväisissä tilanteissa kuin myös uusien caddiemasterien kouluttamisessa.

Caddiemasterin työvuoro sisältää paljon toistuvia työtehtäviä, mutta päivittäin eteen tulee myös poikkeustilanteita. Näihin tilanteisiin olisi hyvä olla olemassa tietty linjaus, jonka mukaan jokainen caddiemaster toimii. Linjaukset eivät kuitenkaan saa olla liian sitovia, koska silloin paras toimintatapa voi jäädä toteutumatta.

Ohjekirjan kautta asiakkaille viestiminen muuttuisi yhdenmukaisemmaksi. Tätä kautta jokainen asiakas saisi samat tiedot ja asiakkaiden keskuudessa ei liikkuisi toisiinsa nähden ristiriitaisia tietoja.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Opinnäytetyöni tavoitteena oli luoda pelituotteiden konsepti Yyteri Golf Links Oy:lle. Opinnäytetyön aihe oli kohdeyrityksessä hyvin ajankohtainen uuden yhtiöjärjestyksen ja siitä johtuneen uuden toimintamallin myötä. Mielestäni opinnäytetyölleni asetettu tavoite toteutui. Prosessin aikana eteeni tuli myös muita asioita, jotka sisällytin opinnäytetyöni lopputulokseen.

Tutkimuksessani suureen osaan nousi Vision 2020- projekti, joka käsittelee golfin tulevaisuutta Euroopassa. Lisäksi toteutin teemahaastatteluja Yyteri Golfin asiakkaille sekä bechmarkkasin muiden golfkenttien ratkaisuja pelituotteisiin liittyen. Lisäksi pystyin käyttämään hyväksi omaa tietotaitoani ja kokemuksiani niin harrastuksen kuin työelämän parista. Koko prosessin ajan olin kriittinen käyttämieni lähteiden suhteen ja ne ovat mielestäni luotettavia.

Tutkimuksen ja ideoinnin tuloksena on pelituotteiden konsepti. Konsepti sisältää uuden jo aikaisemmin käytössä olleita pelituotteita, kehitettyjä pelituotteita sekä kohdeyritykselle täysin uusia pelituotteita. Lisäksi työni lopputuloksessa esitellään paranneltu caddiemasterin palvelutuokio. Caddiemasterin palvelutuokion parantaminen nousi esille työn keskivaiheilla, kun ymmärsin sen tärkeyden palvelupolussa. Caddiemasterin palvelutuokion kehittäminen keskittyi lähinnä viestintään liittyvien esineiden kontaktipisteisiin, joiden avulla voidaan parantaa viestintää asiakkaiden suuntaa. Esitelin myös ajatuksen caddiemasterien ohjekirjasta, jonka avulla voidaan parantaa palveluprosessia. Pelituotteiden konsepti on mielestäni onnistunut. Se sisältää jo käytössä olleita pelituotteita, joilla on vahva segmentti asiakaskunnassa, mutta myös uusia pe-

lituotteita, joille on kasvavissa määrin kysyntää asiakkaiden tarpeiden muuttuessa. Pelituotteiden konseptin testaaminen ei tässä tapauksessa ollut mahdollista, mutta tiettyjä osia luomastani konseptista tullaan mahdollisesti käyttämään jo tulevalla golfkaudella. Oman työni puolesta pystyn viemään caddiemasterin palvelutuokioon tekemiäni parannuksia käytännössä testiin tulevalla golfkaudella.

Golfala on jatkuvassa murroksessa ja golfkenttien on pystyttävä kehittämään omaa toimintaansa jatkuvasti. Näin ollen jatkokehittämistä tullaan tekemään tulevaisuudessa varmasti. Mielestäni luomani pelituotteiden konsepti antaa hyvän pohjan ja mahdollisuuden jatkokehittämiselle. Mielestäni jokaisen golfkentän on kannettava vastuuta lajin tulevaisuudesta ja siitä mihin suuntaan lajia halutaan kehittää. Pelituotteet ovat tärkeä osa tätä, koska niiden avulla asiakkaille luodaan erilaisia asiakaskokemuksia ja tuodaan esille lajin eri puolia ja teemoja. Näitä puolia ja teemoja ovat juurikin hauskuus, ystävyys, perheet ja joustavuus. Golfkenttien ja yhteisöjen tulee tuoda näitä puolia golfista esille entistä enemmän, jotta lajilla on mahdollisuudet kasvattaa vetovoimaansa maailmassa, jossa kilpailu ihmisten ajasta käy koko ajan kovemmaksi ja kovemmaksi.

Itse opinnäytetyöprosessi oli kaiken kaikkiaan mielestäni onnistunut. Työlle asettamani aikataulu oli melko tiukka ja prosessin loppupuolella kiire meinasi yllättää, mutta onnistuin kuitenkin toteuttamaan työn aikataulussa. Lähtökohdat huomioiden voin olla tyytyväinen lopputulokseen. Useat prosessin aikana kehittämäni ideat eivät liittyneet varsinaisesti pelituotteisiin vaan olivat esimerkiksi ajatuksia erilaisista tapahtumista ja kampanjoista, joten en sisällyttänyt niitä luomaani pelituotteiden konseptiin. Ajatuksena oli myös ottaa taloudellinen näkökulma vahvemmin huomioon, mutta päädyin ottamaan kantaa konseptissani vain hinnoittelun pääpiirteisiin. Palvelumuotoilu ja tuotteistaminen olivat minulle melko vieraita aiheita työni alkuvaiheessa, jolla oli oma vaikutuksena työn lopputulokseen. Työn aikana vaikeuksia tuotti pysyä asiakaslähtöisessä näkökulmassa, koska työskentelin suurimman osan opinnäytetyöprosessin ajasta kohdeyrityksessä ja välillä ajatukseni meinasit suistua liikaa palveluntarjoajan näkökulmaan. Kohdeyrityksessä työskentelystä oli myös hyötyä, koska sen antoi minulle mahdollisuuden käydä paljon keskusteluja toimeksiantajan edustajan kanssa opinnäytetyöhön liittyen. Prosessin aikana löysin myös paljon sellaisia kehityskohteita, jotka eivät liittyneet opinnäytetyöni aiheeseen. Näihin kohteisiin liittyviä ajatuksia voin

hyödyntää tulevaisuudessa työtehtävieni puitteissa ja toivon niistä olevan hyötyä kohdeyritykselle.

Opinnäytetyöprosessi oli minulle opettavainen niin ammatillisesta kuin ajankäytöllisestä näkökulmasta. Ammatillisesta näkökulmasta tämän prosessin läpikäynnistä on varmasti hyötyä työelämässä niin tämänhetkisessä kuin tulevaisuuden työtehtävissä. Ajankäytön näkökulmasta pystyin priorisoimaan omaa ajankäyttöäni kiireen keskellä paremmin kuin ennen ja tulen käyttämään oppimani toimintatapoja nyt ja tulevaisuudessa.

Lopuksi toimeksiantajan palaute opinnäytetyöstä:

”Toimeksiantajan näkökulmasta yhteistyö opinnäytetyön osalta oli erittäin sujuvaa ja prosessi eteni sovitussa aikataulussa. Pelituotteiden kehittäminen on tällä hetkellä yhtiömme yksi tärkeimmistä asioista uuden yhtiöjärjestyksemme vuoksi. Opinnäytetyö antaa meillä hyviä taustatietoja ja kivijalan tuotteidemme kehittämisessä asiakaslähteisemmäksi sekä nykyaikaisempaan suuntaan. Leevi Karimäki / Opiskelija osoitti opinnäytetyön tekemisessä aktiivista otetta ja oma-aloitteisuutta, jota toimeksiantajana arvostamme suuresti.” -Toimeksiantaja Markus Björlin, Yyteri Golf Links Oy.

LÄHTEET

- Ahvenainen, P., Gylling, J. & Leino, S. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus. Helsinki: Kauppakamari. Viitattu 21.3.2020.
[https://kauppakamaritieto-fi.lillukka.samk.fi/ammattikirjasto/teos/viiden-tahden-asiakaskokemus-2017#kohta:Viiden\(\(20\)t\(\(e4\)hden\(\(20\)asiakaskokemus](https://kauppakamaritieto-fi.lillukka.samk.fi/ammattikirjasto/teos/viiden-tahden-asiakaskokemus-2017#kohta:Viiden((20)t((e4)hden((20)asiakaskokemus)
- Finder. 2019. Yyteri Golf Links Oy. Viitattu 28.10.2019.
<https://www.finder.fi/Golfkenttä/Yyteri+Golf+Links+Oy/Pori/yhteystiedot/376734>
- Itä-Suomen Yliopiston www-sivut. 2019. Viitattu 12.11.2019. <http://www.uef.fi/>
- Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä: JAMK
- Koivisto, M., Säynäkangas, J. & Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent.
- Kortesuo, K. & Löytänä, J. 2011. Asiakaskokemus: Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum. Viitattu 6.1.2020.
<https://www.ellibslibrary.com/reader/9789521416866>
- Koskela, T. & Linnolahti, O. 2012. Suomen Golfliiton harrastaja -ja terveysprofiili. Viitattu 4.1.2020.
<https://golf.fi/wp-content/uploads/2018/06/Harrastaja-ja-terveysprofiili-2011.pdf>
- Hiltunen, A. Golfkenttien profiloituminen. Viitattu 8.1.2020
- Hirsijärvi, S. & Hurme, H. 2004. Tutkimushaastattelu - Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Nordqvist, A. & Suomen Golfliitto. 2019. Asiakkaiden profilointia. Viitattu 9.1.2020
- R&A Rules Limited and The United States Golf Association. 2018. The rules of golf. Viitattu 15.12.2019.
<https://www.randa.org/en/rog/2019/rules/the-rules-of-golf/rule-4>
- R&A Rules Limited and The United States Golf Association. 2019. Equipment rules. Viitattu 18.10.2019.
<https://www.usga.org/content/dam/usga/pdf/Equipment/Equipment%20Rules%20Final.pdf>
- Raijala, M. 2018. Palvelukonsepti - ideoista kokonaisuuksiksi. Viitattu 2.1.2020.
<http://www.palvelupolkuja.fi/ideointi/palvelukonsepti-ideoista-kokonaisuudeksi/>
- Suomen golfhistoriallisen seuran www-sivut. Viitattu 18.10.2019. <http://www.sghs.fi>
- Suomen Golfliitto. 2019. Golfin perusteet. Viitattu 9.12.2019.
<https://golf.fi/aloita-golf/golfin-perusteet/>
- Suomen Golfliitto. 2019. Golf Suomessa. Viitattu 9.12.2019.
<https://golf.fi/pelaajalle/golf-suomessa/>

- Syntega. 2013. Growing Golf in the UK.
<https://www.greencast.co.uk/growing-golf-uk-headline-report>
- Tilander, L. 2010. Suomen golfin historiaa. Viitattu 18.10.2019.
http://www.sghs.fi/historia_suomi.html
- Tuominen, K. 2016. Introducing Benchmarking. Turku: Oy Benchmarking Ltd. Viitattu 17.10.2017.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/samk/reader.action?docID=4883137>
- Tuominen, T., Järvi, K., Lehtonen, M., Valtanen, J. & Martinsuo, M. 2015. Palvelujen tuotteistamisen käsikirja. Helsinki: Perustieteiden korkeakoulu. Viitattu 2.1.2020.
<https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/16523/isbn9789526062181.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum. Viitattu 19.12.2019.
<https://www.ellibslibrary.com/book/978-952-14-1688-0>
- Vilkka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Tammi.
- Vision 2020 - The Future of Golf. Viitattu 3.2.2020. <http://thefutureofgolf.eu>
- Yyteri Golfin www-sivut. 2019. Viitattu 16.12.2019. <https://www.yyterigolf.fi>

TEEMAHAASTATTELURUNKO GOLFIA PELAAVILLE

Haastateltavan taustatiedot

Nimi

Ikä

Kotiseura

Tasointus

Teemahaastattelun toteutus

Haastattelija

Kesto

Teemat

Teema 1	Intressit
Teema 2	Pelaamisen muodot ja hinnoittelu
Teema 3	Palvelut pelaamisen yhteydessä
Teema 4	Muut kehitysehdotukset

TEEMAHAASTATTELURUNKO GOLFIA KOKEILLEILLE

Haastateltavan taustatiedot

Nimi

Ikä

Teemahaastattelun toteutus

Haastattelija

Kesto

Teemat

Teema 1

Näkemys golfista

Teema 2

Aloittelijoille suunnatut pelituotteet

BENCHMARKING - TAULUKKO

KENTTÄ	PELITUOTTEEN TAI HINNOITTELUN YDINAJATUS
Lakeside Golf	Lakeside Golfissa on käytössä täysin joustava greenfeehinnoittelu. Malli käytössä jo usealla golfkentällä Suomessa. Hinnoittelu perustuu kysyntään sekä viikonpäivään ja kellonaikaan. Näin ollen hiljaisina hetkinä greenfeen hinta on edullisempi kuin ruuhkaisina hetkinä.
Oulun Golf	”Kipinäkiertos” nimellä kulkeva pelituote, joka on suunnattu golfista kiinnostuneille henkilöille. Golfia pelaava voi tuoda golfista kiinnostuneen kentälle pelaamaan ja tutustumaan golfiin. Kierroksen pelataan yhdeksän reikäisenä, hinta on 15 euroa ja se sisältää lainamailat
Harjattula Golf	Pelioikeudet hinnoitellaan erikseen jokaiselta alkavalta kaudelta. Näin ollen pelaajan ei tarvitse maksaa koko kauden pelioikeutta, mikäli hän esimerkiksi ehtiikin pelata vain kesäkuusta eteenpäin.
Kurk Golf	Uudenlainen pelituote, jossa yhdistyy greenfee ja pelioikeus. Greenfeen hinta tippuu eurolla joka pelikerran yhteydessä siten, että ensimmäinen pelikerta maksaa 40 euroa ja 25:s pelikerta maksaa 16 euroa. Tämän jälkeen loppukausi on ilmainen. Pelaajan ei siis tarvitse sitoutua pelioikeuteen tietämättä paljonko hän ehtii pelaamaan kauden aikana, vaan jos pelikiirroksia kertyy riittävästä hän lunastaa automaattisesti pelioikeuden.

PELITUOTTEIDEN VALINTA JA POHDINTA

Tuote tai kehitysidea	Perusajatus	Vision 2020-teenmat	Suunniteltu kohderyhmä	Huomioita
Perhepaketti	Perheille tarkoitettu paketti (2 aikuista + lapset), hinnoittelu siten, että edullisempi kuin erikseen ostetut greenfeet	Perhe Hauskuus	Perheet, joilla ei pelioikeutta	Hinnoittelu voi olla haastavaa, jottei mene ristiin muiden tuotteiden hintojen kanssa
Neljän reiän greenfee	Neljän reiän greenfee, tarkoitettu nopeisiin pelikierroksiin (aikaa enintään yksi tunti)	Joustaruus Hauskuus	Harrastelijat ja vieraspelaajat	Mahdollinen tulevaisuudessa, pelattavat väylät mietittävä tarkasti, jottei peliryhmien väliin jää tyhjiä rakoja
Golfiin tutustuminen kentällä	Golfia pelaava voi ottaa golfista kiinnostuneen (1-3 henkilöä) mukaan kentälle tutustumaan lajiin. Lähtöajat iltaisin klo 18 eteenpäin	Hauskuus Ystävyys Joustaruus Perhe	Golfista kiinnostuneet	Pidettävä huolta, että pelinopeus pysyy ”järkeväenä” ja että kentällä eteneminen on turvallista
Rangen kausikortti	Kertamaksu, joka oikeuttaa vapaaseen rangen käyttöön kauden ajaksi	Joustaruus	Aktiivipelaajat ja aktiiviharjoittelijat	Mahdollista väärinkäyttöä on seurattava

Erilaiset pelioikeudet	Pelioikeus hinnoitellaan erikseen jokaiselta alkavalta kuukaudelta	Joustavuus	Aktiivipelaajat, semiaktiivit ja harrastelijat	Mahdollinen tulevaisuudessa, tällä hetkellä tarvitsisi suuria muutoksia pelituotetarjontaan ollakseen mahdollinen
Aamuysi ja aamiainen	Yhdeksän reiän greenfee aamulähdölle (klo 07-08), johon sisältyy aamupala. Aikaisen aamun myötä voi toteuttaa myös tiiltä 10, jolloin	Joustavuus	Harrastelijat ja vieraspelaajat	Aamupalan tarjoamisesta keskusteltava ravintoloitsijan kanssa
Aloittelijoiden pelituotteet	Alkeiskurssin käyneille suunnatut pelituotteet, joita on mahdollista hankkia alkeiskurssin suorittamisen jälkeen	Joustavuus	Aloittelijat	Otettava huomioon myös muita seikkoja (markkinointi yms.)

SANASTO

Alkeiskurssi

Alkeiskurssilla opetetaan golfin perusteet niin pelaamisen kuin sääntöjen osalta. Alkeiskurssiin kuuluu usein myös green cardin suoritus, joka vaaditaan golfin pelaamiseen.

Caddiemaster

Golfkentän työntekijä, joka vastaa ajanvarauksesta ja muista golfkentän käytännön asioista.

Greenfee

Kertamaksu yhdestä golfkierroksesta.

Osakas

Golfosakkeen omistaja (omistaa osan golfyhtiöstä).

Pelioikeus

Pelioikeus oikeuttaa henkilön pelaamaan golfkentällä rajattoman määrän kierroksia yhden pelikauden aikana.

Range

Lyöntiharjoittelualue.

Tasoitus

Luku, joka kuvastaa pelaajan tasoa. Tasoitusjärjestelmän ansioista eri tasoisten pelaajien tulokset ovat keskenään vertailukelpoisia.

Vieraspelaaja

Kun pelaaja pelaa kentällä, joka ei ole hänen kotikenttensä, kutsutaan häntä vieraspelaajaksi.

GOLFPELAAJIEN PROFILINTIA SUOMESSA

Kuntoutussäätiön arviointi- ja koulutusyksikkö teetti vuonna 2012 yhteistyössä Suomen Golfliiton kanssa Suomen Golfliiton harrastaja- ja terveysprofiilin. Tässä profiloinnissa harrastajat jaettiin kolmeen eri luokkaan pelaajan tasoituksen perustella. (Koskela & Linnolahti 2012.)

Tasoitus alle 27

- Miehiä 81% ja naisia 19%
- Kierroksia keskimäärin 46 vuoden aikana, joista kotikentällä noin 30, vieraskentillä noin 10 ja ulkomailla noin 2
- Osallistuu keskimäärin neljään kilpailuun vuoden aikana
- Motiiveja golfin harrastamiselle: ulkoilu ja oman kunnon ylläpito, onnistumisen kokemus, maisemista ja luonnosta nauttiminen sekä ystävien kanssa oleminen

Tasoitus 27-36

- Miehiä 59% ja naisia 41%
- Kierroksia keskimäärin 22 vuoden aikana, joista kotikentällä noin 12 ja vieraskentillä noin 5
- Eivät osallistu juurikaan kilpailuihin
- Motiiveja golfin harrastamiselle: ulkoilu ja oman kunnon ylläpito, onnistumisen kokemus, maisemista ja luonnosta nauttiminen sekä ystävien kanssa oleminen

Tasoitus 36-54

- Miehiä 45% ja naisia 55%
- Kierroksia keskimäärin 10 vuoden aikana, joista kotikentällä noin 4 ja vieraskentillä noin 2
- Eivät osallistu juurikaan kilpailuihin

- Motiiveja golfin harrastamiselle: ulkoilu ja oman kunnon ylläpito, onnistumisen kokemus, maisemista ja luonnosta nauttiminen sekä uusien lajitaitojen oppiminen

Suomen Golfliitto profiloi golfpelaajat vuonna 2019 seuratoimintaan sitoutuneisuuden perusteella. (Nordqvist 2019)

Seuratoimintaan sitoutumaton

Tämän ryhmän jäsenet ottavat osaa sellaisiin aktiviteetteihin, joita ei järjestetä seuran toimesta. Erilaiset heimot ovat tämän ryhmän jäsenille tärkeimpiä sosiaalisia ryhmiä.

Seuratoimintaan sitoutunut

Tälle ryhmälle seuratoiminnalla on suuri merkitys. He arvostavat toimikuntia ja ottavat osaa niihin.