

Emmi-Liisa Arnberg

TUNTURI TASKUSSA

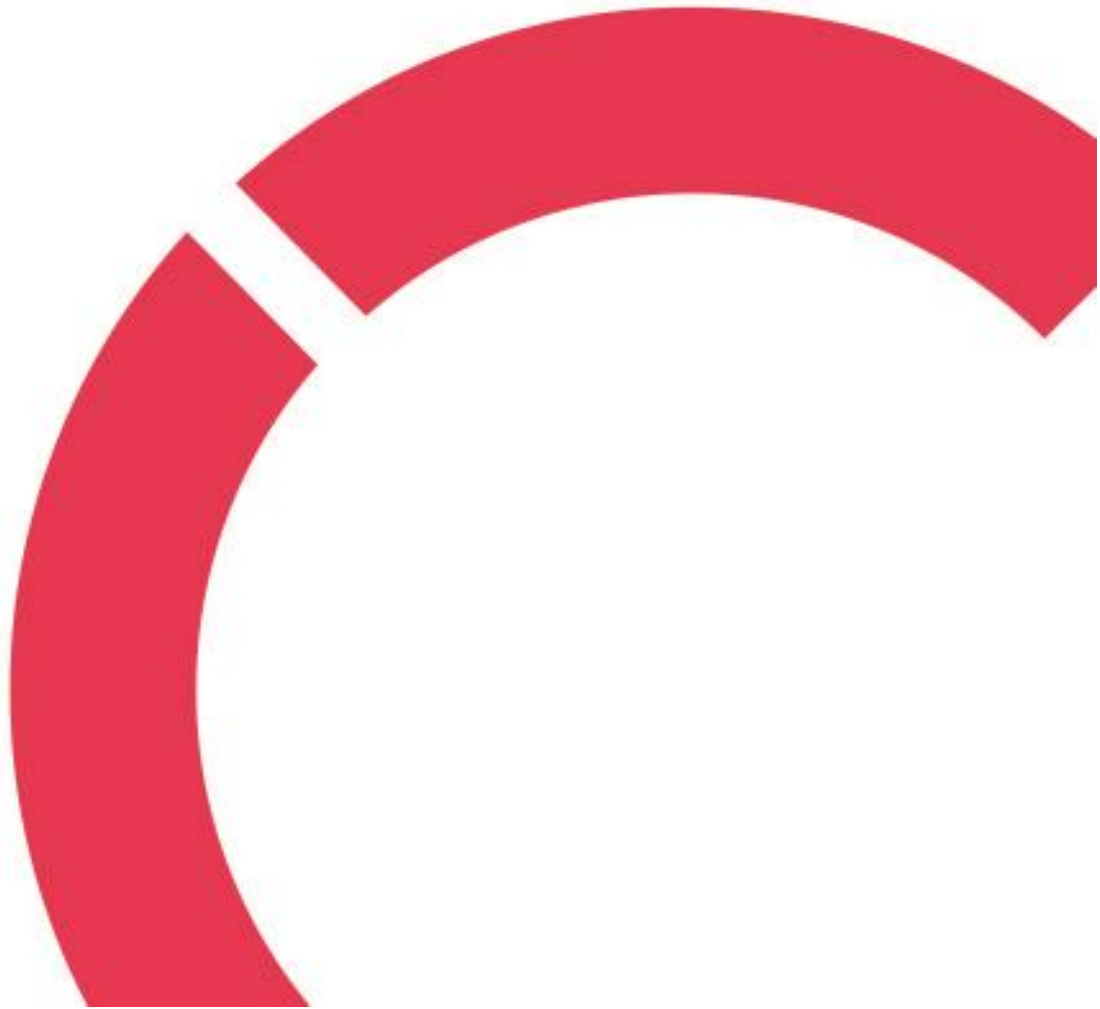
Uusi matkailukeskusmedia-applikaatio

Opinnäytetyö

CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU

Digitalisaation johtaminen

Huhtikuu 2023



TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Huhtikuu 2023	Tekijä/tekijät Emmi-Liisa Arnberg
Koulutus Digitalisaation johtaminen		<input type="checkbox"/> AMK <input checked="" type="checkbox"/> YAMK
Työn nimi TUNTURI TASKUSSA. Uusi matkailukeskusmedia-applikaatio.		
Työn ohjaaja Jari Isohanni		Sivumäärä 41+5
Työelämäohjaaja Henri Mattinen		
<p>Opinnäytetyön tutkimusaiheen ja toimeksiannon antoi Hilla Group Oyj. Työn aihe oli tutkia uudenlaisen matkailumedian tarvetta ja sitovuutta Lapin alueella sekä idean mahdollista jalostamista muualle Suomeen. Tutkimus käsitteli matkailun suosiota kotimaassa ja matkustuskäyttäytymistä turistien keskuudessa. Tavoite oli saada aiheesta valmis ohjeistus, jolla matkailukeskusmedia ideana pystyttäisiin tuotteistamaan applikaatioksi matkapuhelimeen. Työssä tutkittiin kannattavuutta tuotteistaa matkailumedia valmiiksi applikaatioksi, ja Suomen matkailumediatarjonta varmisti sen, ettei täysin vastaavaa tuotetta löydy markkinoilta. Opinnäytetyö sisälsi myös kvantitatiivisen kyselyn, joka auttoi tutkimaan sovelluksen mahdollista käytettävyyttä. Tulokset osoittivat, että kotimaanmatkailijat suuntaavat mieluiten Lappiin ja haluavat matkaltaan sujuvuutta, jota TunturiTaskussa voisi tarjota.</p> <p>Tutkimuksen johtopäätökset osoittivat, että applikaatiolle olisi tarvetta kansan keskuudessa ja sen kehittäminen prototyypiksi vaatisi vain hyvän asiantuntijaryhmän.</p>		
Asiasanat Applikaatio, Lappi, matkailumedia, prototyyppi, sovellus		

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date April 2023	Author Emmi-Liisa Arnberg
Degree programme Digitalization Management		
Name of thesis THE FELL OF LAPLAND IN YOUR POCKET. New tourism center media application.		
Centria supervisor Jari Isohanni	Pages 41+5	
Instructor representing commissioning institution or company Henri Mattinen		
<p>The thesis research topic and assignment were given by Hilla Group Oyj. The topic of the work was to investigate the need and engagement of a new type of tourism media in the Lapland region and the possible refinement of the idea to the rest of Finland. The study dealt with the popularity of tourism in the home country and travel behavior among tourists. The goal was to get ready instructions on the subject, with which the tourism center media idea could be produced as an application for a mobile phone. The work investigated the profitability of producing travel media as a ready-made application, and Finland's travel media supply ensured that no completely similar product could be found on the market. The thesis also included a quantitative survey, which helped to investigate the possible usability of the application. The results showed that domestic and international travelers prefer to go to Lapland and want the smoothness of their trip, which The Fell Of Lapland In Your Pocket could offer. The conclusions of the research showed that there would be a need for the application among the people and its development into a prototype would only require a good team of experts.</p>		
Key words Application, Lapland, prototype, travel media		

KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

Design

Tuotteen suunnittelu

Kvantitatiivinen tutkimus

Perustuu kohteen kuvaamiseen tilastojen avulla

Primaarinen aineisto

Tutkimusta varten kerätty data

Responsiivisuus

Verkkosivu toimii ja sillä on hyvä käytettävyys laitteesta huolimatta

Service blueprint

Yksityiskohtainen prosessikaavio palvelun toiminnasta

Slogan

Ytimekäs lause, johon kiteytyy tuotteen keskeinen lupaus

User interface, UI design

Käyttöliittymäsuunnittelu

User experience, UX design

Käyttäjäkokemuksen suunnittelu

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY
SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 MATKAILUN NYKYTILANNE	2
2.1 Lapin matkailu	2
2.1.1 Matkailun tärkeys ja luvut	3
2.1.2 Levin matkailukeskus	6
2.2 Matkailumediat ja erilaisia matkailusovelluksia	7
3 KÄYTTÖLIITTYMÄN SUUNNITTELU	12
3.1 Jakob`'s law	12
3.2 Fitt`'s law.....	14
3.3 Hick`'s law.....	15
4 POHJOINEN MATKAILU KOTIMAASSA -KYSELY	17
4.1 Kyselyn toteutus	17
4.2 Kyselyn tulokset ja analyysi	18
5 MATKAILUKESKUSMEDIAN SISÄLTÖ	28
5.1 Digitaalinen asiakaspolku.....	28
5.2 Paperiprototyyppejä	30
5.3 Tietokoneprototyyppi	32
5.4 Aktiviteetit ja majoitukset	33
5.5 Terveyspalvelut	34
5.6 Ravintolat ja tapahtumat	35
6 JATKOTUTKIMUSIDEA	36
7 POHDINTA	37
LÄHTEET	38
LIITTEET.....	41
KUVIOT	
KUVIO 1. Ikäjakauma	12
KUVIO 2. Pidätkö kotimaan matkailusta?	12
KUVIO 3. Suosituimmat kohteet.....	13
KUVIO 4. Matkan varaus	13
KUVIO 5. Varussovellukset	14
KUVIO 6. Joku muu sovellus	14
KUVIO 7. Kohteen tarjonta.....	15
KUVIO 8. Kanavat	15
KUVIO 9. Valinnat tiedotusvälineitä.....	16
KUVIO 10. Mainosten tärkeys	16

KUVAT

KUVA 1. Rekisteröidyt yöpymiset Lapissa	10
KUVA 2. Matkailu pähkinänkuoressa	10
KUVA 3. Majoitusmyynti.....	11
KUVA 4. Levi kartalla.....	12
KUVA 5. Flights Google	14
KUVA 6. TripCase	15
KUVA 7. TripIt.....	16
KUVA 8. Jakobin laki kuvana	18
KUVA 9. Fittsin laki kuvana	19
KUVA 10. Hickin laki kuvana.....	20
KUVA 11. Ensimmäinen vastausikkuna	29
KUVA 12. Toinen vastausikkuna	30
KUVA 13. Kolmas vastausikkuna	31
KUVA 14. Neljäs vastausikkuna	32
KUVA 15. Digitaalinen asiakaspolku	34
KUVA 16. Paperiproto, aloitusikkuna.....	35
KUVA 17. Paperiproto, suunnitteluikkuna.....	36
KUVA 18. Paperiproto, valintaikkuna.....	37
KUVA 19. Tunturi Taskussa prototyyppi.....	38

1 JOHDANTO

Oppinäytetyön keskeinen ajatus oli saada selkoa siitä, että kuinka hyödyllinen väline uusi matkailukeskusmedia olisi matkailijoiden keskuudessa. Ongelmaksi muodostui löytää laadukasta ja varmistettua tietoa matkailukäyttäytymisestä, kun tutkin uuden matkailumedian tarvetta Lapin matkailupaikkakunnilla ja -alueilla. Tutkimuskysymykseni olivat, mikä on nykytilanne perinteisten medioiden ja matkailumedioiden kanssa, ja mitä halutaan tulevaisuudessa? Tutkimuksessa oli otettava huomioon, että toiminta-alueella voi olla eri julkaisuja ja medioita, joiden brändit tukevat toisiaan. Tutkimuksessa mietittiin, mitä kaikkea TunturiTaskussa-applikaation tulisi sisältää ja olla sisältämättä, jotta se menestyisi markkinoilla? Mitä tietoa Lapin matkailijat tarvitsevat ja haluavat, sekä mistä he sitä etsisivät? Matkailumedian ilmeeseen haluttiin tuoda Lapin taikaa ja sen yksinkertaisuutta. Houkutteleva ulkomuoto on puolet applikaation käyttäjäkokemuksesta, ja tässä tullaankin siihen, että tuote halutaan testata moneen kertaan ennen sen lopullista versiota. Tämä on erittäin tärkeää käyttöliittymäsuunnittelussa, koska tuotetta on helpompi muokata matkan aikana kuin muokata jo täysin valmis tuote.

Työskentelen Hilla Group Oyj -konsernissa, ja idea tähän uuteen matkailumediaan tuli konsernimme sisältä. Ilmoille tuli tarve luoda ja kehittää täysin uusi tuote, jolla tulisi olemaan pysyvä paikka konsernin tuoteperheessä. Mediatilassa panostetaan entistä enemmän nykyhetken ja tulevaisuuden digitalisaatioon ja halutaan pienentää hiilijalanjälkeä päivä päivältä enemmän. On katsottava kohti tulevaa, joka näyttää alalla digipainotteisempana kuin koskaan aikaisemmin.

Tämän kaltaisten matkailukeskusmedioitten yksi tärkeimmistä sidoksista on matkailuyhdistykset. On osattava luoda tiivis yhteys yhdistyksiin ja yhtiöihin, jotka ovat matkailun ytimessä. Vahva vuorovaikutus, läsnäolo ja luottamus ovat keskeisempiä asioita, jotka pitävät mediaa kartalla. Kotimaan matkailu alkoi loistaa aivan uudella tavalla koronan jälkeen. Havaittavissa oli pientä hiipumista rajoitusten poistuttua, kotimaan matkailun suosio on tullut jäädäkseen. Tämän vuoksi on erittäin tärkeää, että Suomessa asuvat sekä ulkomaalaiset turistit saavat mahdollisimman helposti tietoa matkailukohteestaan. Applikaation tarkoitus on myös tukea ostopäätöstä, jos matkailukohde on vasta ajatuksen tasolla. Kuvitellaan, että halutaan matkustaa Leville ensimmäistä kertaa eikä tiedetä kyseisestä paikasta muuta kuin sen, että se sijaitsee Lapissa. Matkailija lataa TunturiTaskussa-sovelluksen puhelimeen, josta varaa itselleen majoituksen, aktiviteetit, tapahtumaliput, ravintolasta pöydän sekä tarkistaa sään. Uuden matkailumedian on tarkoitus olla hyvin yksinkertainen ja helposti muutettava, jotta sitä on mahdollisimman mutkatonta jatkojalostaa eri matkailukohteisiin Suomessa.

2 MATKAILUN NYKYTILANNE

Työ- ja elinkeinoministeriön nettisivuilla kerrotaan, että matkailun merkitys Suomen kansantaloudelle on kasvanut viime vuosina ennen koronapandemiaa. Vuosina 2017–2019 ulkomainen matkailukysyntä kasvoi noin 8 prosentin vuosivauhtia. Kun covid-19-pandemia alkoi vuoden 2020 maaliskuussa, se aiheutti rajoituksillaan hurjia muutoksia matkailuun. Matkailun osuus oli 2,7 prosenttia BKT:stä ennen pandemiaa, mutta tilastojen mukaan osuus laski jopa prosenttiyksikön verran vuonna 2020. Se on erittäin suuri lasku, mutta mitä muutakaan olisimme voineet odottaa pandemian seurauksina. Vuonna 2019 lomailijat käyttivät lomabudjeteistaan yli puolet, eli 8,2 miljardia euroa, Uudellemaalle ja loput eli vain noin 1,1 miljardia euroa Lappiin. (Työ- ja elinkeinoministeriö.)

Pandemia vaikutti kaikkiin maakuntiin, mutta vaikutukset vuonna 2020 näkyivät hyvin erilaisina ja eri suuruisina maakunnasta riippuen. Voimakkaimmin matkailukysyntä pienentyi niissä maakunnissa, joissa ulkomaisen matkailukysynnän osuus oli merkittävä ennen pandemiaa. Tilastot kertovat, että Uudenmaan matkailukysyntä supistui yli 50 prosenttia, joka tarkoittaa noin 4,5 miljardia euroa vuonna 2020. Vähiten murrosta koki Etelä-Savon matkailukysyntä; se väheni vain 6 prosenttia ja Pohjois-Karjalan 9 prosenttia. Luvut kertovat myös sen, että matkailu työllistää erittäin paljon väestöstämme; vuonna 2019 matkailun parissa työskenteli yli 150 000 henkilöä, joka on 5,8 prosenttia kaikista Suomen työläisistä. Matkailu koki kuitenkin pienen murroksen vuonna 2020; henkilökunnan määrä laski alle 130 000: een. (Työ- ja elinkeinoministeriö.)

2.1 Lapin matkailu

Antti Helin kirjoittaa matkaoppaassaan Kerranelämässä, että suomalaisen mielestä Lappi ei välttämättä ole kovinkaan eksoottinen, vaikka se on täynnä mitä erikoisempia seikkailuja. Lappi on maailman pohjoisimpia asuttuja alueita, ja tärkeän Golf-virran ansiosta Lapin ilmasto on talvella huomattavasti leudompi kuin muilla samalaisilla pohjoisilla seuduilla. Kesällä ero on muutaman lämpöasteen luokkaa. (Helin 2020.) Lähtevätkö turistit etsimään Lapin ”taikaa” vuosi vuoden jälkeen? Vaikka Lapissa ei olisi isoja hiihtokeskuksia, moottorikelkkasafareja ja pehmoleluiksi muutettuja kopioita joulupukista matkamuistoksi, olisi sen vetovoima yhtä suuri. Maailma pohjoisessa on toista luokkaa sen upeiden tuntureiden, puhtaan ilman ja jylhän olemuksen vuoksi. Kukapa ei kaipaisi rauhoittumista Lapin luonnon syleilyssä?

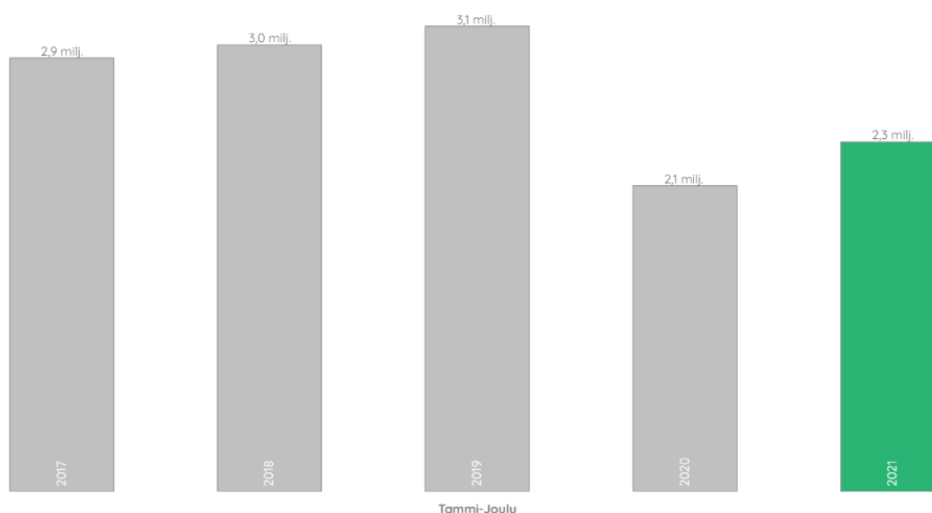
Antti Helin mainitsee, että vaikka suurin osa Lapin parhaista elämyksistä koetaan ulkona, löytyy Lapista myös upeita kulttuurikohteita. Rovaniemellä kannattaa käydä arktiseen luontoon ja kulttuuriin keskittyneessä tiedekeskus Arktikumissa, Inarissa taas erinomaisessa Saamelaismuseo Siidassa. Sen perusnäyttelystä puolet keskittyy saamelaisten historiaan ja kulttuuriin, toinen puoli kertoo Lapin luonnosta. Lapin kuuluisimmat festivaalit ovat tietysti Sodankylän elokuvajuhlat, englanniksi Midnight Sun Film Festival, jonka perustivat Kaurismäen veljekset ja Peter von Bagh. (Helin.)

2.1.1 Matkailun tärkeys ja luvut

Kehittämispäällikkö Satu LUIRO (Lapin liitto 2022) kertoo Lapin Liiton blogikirjoituksessaan, että Lapin kunnille matkailu on tärkeä toimiala; se ylläpitää ja kehittää matkailun palvelurakennetta ja saavutettavuutta monissa kunnissa, joissa matkailu on suuressa suosiossa. Myös matkailun tuomat positiiviset vaikutukset, kuten rahaliikenne ja työllisyysvaikutukset joihin matkailun vaikutukset heijastuvat, ovat erittäin merkittäviä. Esimerkiksi kuinka paljon tavallinen huoltoasema saa lisätuloja matkailu myötä? Sijainnin täytyy olla kunnossa tässäkin tapauksessa, esimerkiksi suurten ja vilkkaiden teiden varrella tai matkailukeskusten läheisyydessä. Lapin matkailustrategia on kuin kehittämisen opus; sitä päivitetään neljän vuoden välein ja se linjaa matkailun kehittämisen tavoitteet ja toimenpiteet. Matkailustrategian tavoitteisiin on sitouduttu vahvasti ja tämän seurauksena matkailu on kokenut positiivista kasvua, se on moninkertaistunut viime vuosikymmenien aikana. Nykyisen matkailustrategian tavoitteena on viisaampi kasvu, jonka mukaan Lapin matkailu kasvaa kestävästi ja vastuullisesti. (LUIRO 2022.)

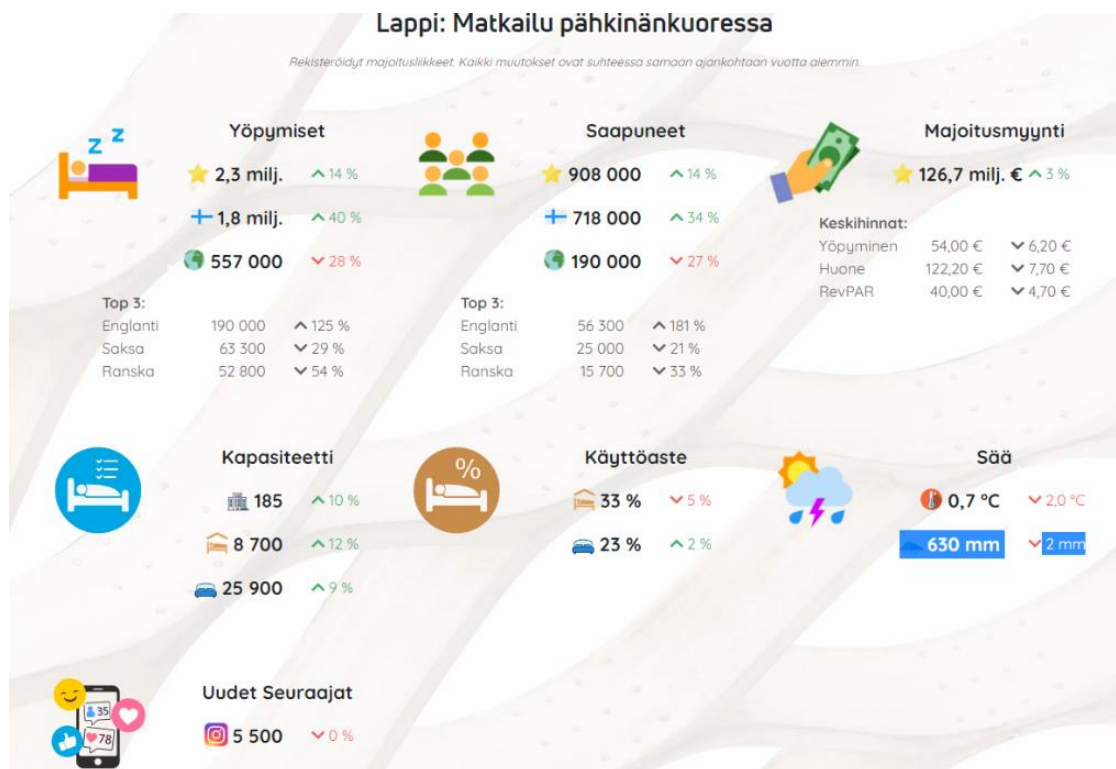
Matkailutilastojen nettisivu Visitory (2021) laski, että Lappiin kirjattiin vuoden 2021 tammi–joulu-kuussa 2,3 miljoonaa rekisteröityä yöpymistä, joista kotimaisia oli jopa 1,8 miljoonaa ja ulkomaalaisten tekemiä 557 000 yötä (KUVA 1).

Rekisteröidyt yöpymiset



KUVA 1. Rekisteröidyt yöpymiset Lapissa (Visitory 2021, Lapin materiaalipankki)

Näin ollen suomalaisten rekisteröidyt yöpymiset lisääntyivät 40 prosenttia ja ulkomaalaiset rekisteröidyt, yöpymiset vähenivät 28 prosenttia (KUVA 2).



KUVA 2. Lappi: Matkailu pähkinänkuoressa (Visitory 2021, Lapin materiaalipankki)

Yhteensä yöpymiset lisääntyivät 14 prosenttia viime vuoden tammikuusta joulukuuhun (KUVA 3). Eniten ulkomaalaisten rekisteröityjä yöpymisiä kirjattiin matkailijoille, jotka saapuivat Englannista. Vapaa-ajan matkailijat vierailivat 1,9 miljoonaa yötä ja business-matkailijat 462 000 yötä. (Visitory 2021.)

Majoitusmyynti 126,7 miljoonaa euroa

Rekisteröity majoitusmyynti tammi-joulukuussa oli 126,7 miljoonaa euroa (+3,2 miljoonaa).

Keskihinnat

	Tammi-Joulukuu 2021	
	Määrä	Muutos
Adr (Rekisteröity)	122 €	-6,0 %
Yöpyminen (Rekisteröity)	54 €	-10,2 % !
Revpar (Rekisteröity)	40 €	-10,5 % !

! = muutos vähintään 10 %

*adr=keskimääräinen päivittäinen hinta, revpar=tuotto per saatavissa olleet huoneet (adr * käyttöaste), yöpyminen=majoitusmyynti per yöpymisten määrä*

KUVA 3. Majoitusmyynti (Visitory 2021, Lapin materiaalipankki)

Lapin matkailun tulevaisuus vaikuttaa erittäin valoisalta. Edellä nähdyt tilastot ovat vuodelta 2021, mutta jo nyt (huhtikuu 2023) on saatu vuoden 2023 matkailudataa Lapista, joka on melkein verrattavissa vuoteen 2019. Lappiin kulkeutuu taas sankoin joukoin kansainvälisiä matkajia, ja se on elinehto harvaanasutun paratiisin jatkolle. Kuten huomataan, lukuja on äärimmäisen tärkeä seurata: yöpymiset, majoitusmyynti, seuraajat ja esimerkiksi käyttöaste. On osattava ennustaa tulevaisuuteen ja toimia sen mukaisesti, kuten vaikka kehitys- ja korjaustyöt, laajennukset ja digitalisaatio. Jos jää murehtimaan huonon matkailuvuoden perään, käy kaiken järjen mukaan hullusti; on tartuttava toimeen ja panostaa markkinointiin kaikella kapasiteetilla ja on kerrottava, että täällä ollaan ja täällä teitä turisteja odotetaan Lapin syleilyyn.

2.1.2 Levin matkailukeskus

Levi on tunturi pienessä Sirkan kylässä, joka sijaitsee Kittilän kunnassa. Tunturin korkeus on 530,3 metriä merenpinnan yläpuolella. Levi on tunnettu Suomen suurimpana talviurheilukeskuksena ja on myös yksi tunnetuimpia matkailukeskuksia. Levillä on yhteensä 44 laskettelurinnettä ja Suomen suurin hiihtokoulu, joka vetää joka vuosi yhä enemmän ja enemmän lasketteluun hurahtaneita turisteja. Levillä käy vuosittain noin 600 000 matkailijaa. (Google 2023.) Tämä tunturi on ympärivuotinen elämys. Se tarjoaa vierailijalleen, iästä riippumatta, tämän mieltymyksen mukaisen kokemuksen, jossa on riipaus Lapin taikaa (KUVA 4). Levillä voi harrastaa ja kokea elämyksiä; laskettelu, husky-ajelut, Tonttula ja joulupukki, saunamaailma, jääkylä ja paljon muuta. Levi Ski (Levi Ski Blogi 2021) blogissa lukee, että Levin hiihtokeskus säilytti asemansa Suomen suurimpana hiihtokeskuksena vuosina 2020-2021. Kyseinen talvikausi oli Leville monella osa-alueella hyvin menestyksenkäs, huolimatta koronan tuomasta epävarmuuden tunteesta. Ihmisten keskuudessa alkanut ennätysellinen Lappisuusio, näkyi erittäin selvästi vuoden 2020 lokakuun majoitusmyynissä. (Levi Ski Blogi 2021)



Kuva 4. Levi kartalla (Maps Finland-sivusto)

Laskettelukautena 2020-2021 Levi tarjosi historiansa pisimmän laskettelukauden. Jopa 220 päivää lasketteluhuumaa kokosi valtavan joukon suomalaisia laskijoita Levin rinteisiin. Levin talvikausi avattiinkin tuona kautena aikaisemmin kuin koskaan aiemmin, 2.10.2020 ja se päättyi 9.5. kun hiihtokeskuksen hissit suljettiin. Levillä ja Levin hiihtokeskuksessa haluttiin pysyä mahdollisimman koronaturvallisina, ja siellä tehtiin 2020-2021 laskukauden aikana paljon erikoisjärjestelyjä turvallisen matkailun sekä harrastamisen eteen. Hiihtokeskuksessa oltiin ylpeitä siitä, että matkailijat noudattivat annettuja ohjeita ja toimivat omalta osaltaan erittäin vastuullisesti. Suomen Hiihtokeskusyhdistys ry:n virallisten lukujen vahvistuttua Levin hiihtokeskus säilytti myös asemansa Suomen suurimpana hiihtokeskuksena hissilippujen myynnillä mitattuna verrattuna edelliseen kokonaiseen kauteen. (Levi Ski 2021.)

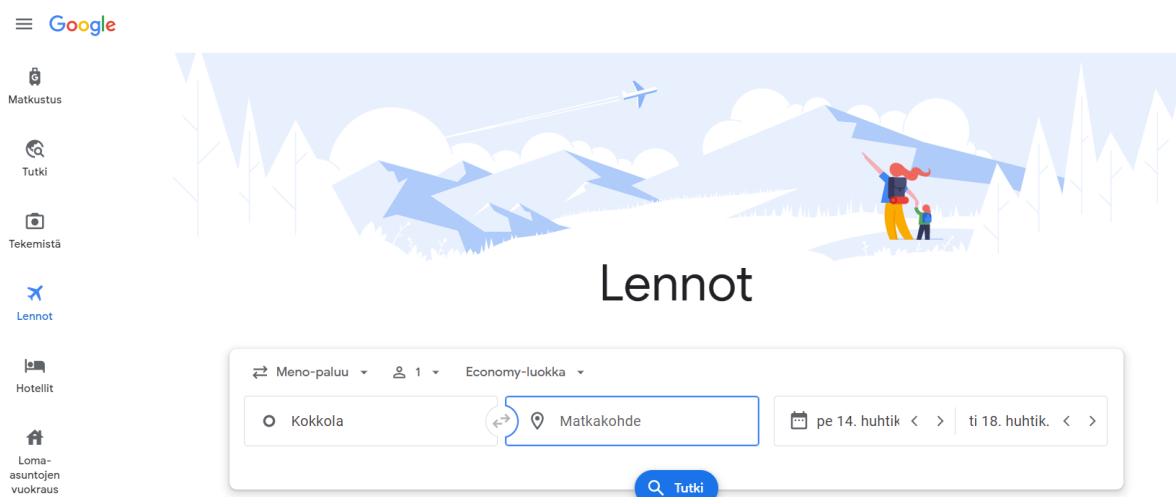
Levi Ski Blogin mukaan, matkailukeskuksessa panostettiin vuonna 2021 suuria summia myös kesän turistiviihtyvyyteen. Levin kesätoiminnot ovat nyt kasvaneet tasaisesti vuosi vuodelta, mikä on ollut strategisesti suunniteltua ja hiihtokeskus jatkaa kehitystään myös tulevana kesänä. Levi Bike Parkin pyöräreittejä kehitettiin edellisvuosien suunnitelmien mukaan, ja tämän lisäksi myös frisbeegolf-raidoille tehtiin uudistuksia kesän aikana. Kesäkelkkaradan kelkkoja ja vuokraamon pyöräkalustoa uusittiin myös suunnitelmien mukaisesti. Kesän alussa Activity Parkin alueelle avautui täysin uudenlainen kesäkioski sekä Gondolin matkaparkki, ja nämä uudistukset auttoivat huolehtimaan kesämatkailijoiden ja karavaanareiden tarpeista. Kesällä tehtävät panostukset kohdistuvat 2022-2023 talvikaudelle. Koillisrinteillä hissinumero kuuden oikeanpuoleiset rinteet saivat täysin uuden lumetusjärjestelmän sekä valaistuksen, mikä tarkoittaa mahdollisuutta rinteiden avaamisen aiempaakin aikaisemmin talvikaudella. Myös Eturinteiden vanhoja lumitykkeitä korvattiin täysin uusilla automaattitykeillä. Rinneyhtiö uusii myös investointiohjelman mukaisesti rinnekoneita sekä muuta konekalustoa. Viime kesän suurin investointi oli uusi huoltohalli, joka nousi Etelärinteille korvaamaan tammikuussa 2021 tulipalossa tuhoutuneen huoltohallin tilat. (Levi Ski 2021.)

2.2 Matkailumediat ja erilaisia matkailusovelluksia

On olemassa hyviä matkasovelluksia, jotka kertovat käyttäjälleen tarkkaan paikasta, jonne matkustat; neuvoja, ajatuksia ja varoituksia vapaa-ajan viettoon. Tietynlaiset ajo- sekä tiesovellukset kertovat, mitä sinun on mahdollista odottaa reitilläsi, mistä ostaisit polttoainetta ja mistä löytäisit luotettavan pankkiautomaatin, josta uskallat nostaa rahaa. On myös muita matkasovelluksia, jotka pitävät matkasuunnitelmasi hyvässä järjestyksessä ja hälyttävät silloin, kun sinun on mahdollista saada lentotarjous, tai silloin, kun saattaisit haluta tarkastella matkavaihtoehtoja. (Duffy 2022.) Lapissa pidetään arvossa

myös revontuliappia, joka pitää turistit ja paikalliset ajan tasalla, milloin revontulia voi nähdä ja milloin niiden näkyvyys on parhaimmillaan. TunturiTaskussa haluaa olla kaikkea tätä ja vielä enemmän, ennen kaikkea se haluaa olla paikallinen sovellus. TunturiTaskussa räätälöi Lapin matkaajalle täydellisen lomaketin ennen matkaa, tukee ja neuvoo matkan aikana sekä kysyy matkaajan mielipiteen ja kokemuksen arvokkaana palautteena matkan jälkeen.

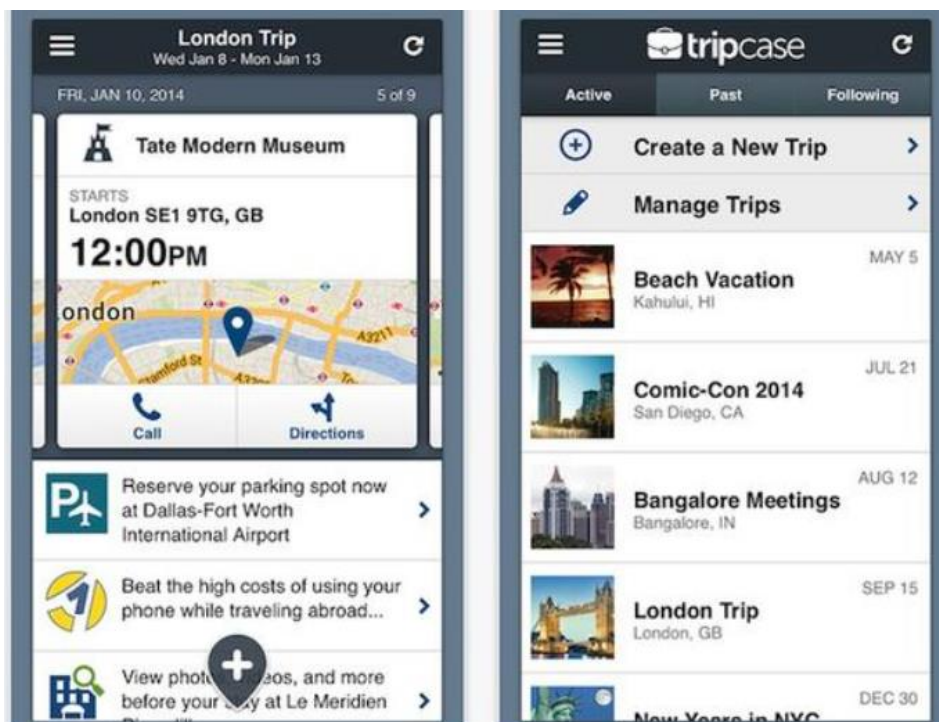
Jill Duffy (Duffy 2022) kirjoittaa PC Mag internet-sivustolla tekstissään, joka käsittelee parhaita matkasovelluksia, että nykypäivänä yksi suosittu matkailumedia on Google Travel, ja sen alta löytyy myös muutamia hyviä hakukoneita, esimerkiksi Google Flights. Mobiilisovellusta tähän ei vielä ole, mutta verkkosivu Flights auttaa matkansuunnittelijaa tutkimaan ja vertailemaan lentovaihtoehtoja (KUVA 4). Sen kautta ei kuitenkaan voi ostaa lentolippuja suoraan, joten se on enemmänkin suunnittelu-sovellus kuin varaussovellus. Nämä Googlen hakutyökalut kuitenkin auttavat löytämään lentojen hinnat ja kes- tot sekä helpottavat matkakohteiden tarkastelussa, esimerkiksi mitä arvosteluja hotellit ovat saaneet. Hopper on puolestaan sovellus, jota käytetään silloin, kun suunnitellaan matkaa ennen lippujen ostoa. Mobiilisovellus seuraa lentojen hintoja, antaa neuvoja, milloin liput kannattaisi ostaa, ja ilmoittaa kun hinnat laskevat. Hopper on sovelluksena erittäin yksityiskohtainen, minkä vuoksi se on suosittu sovel- lus. Se kertoo käyttäjälleen päivämäärän, jolloin lentojen hinnat todennäköisesti taas nousevat. Hoppe- rin kautta onnistuu myös lentojen varaaminen. (Duffy 2022.)



Kuva 5. Flights Google, verkkosivun pääsivu

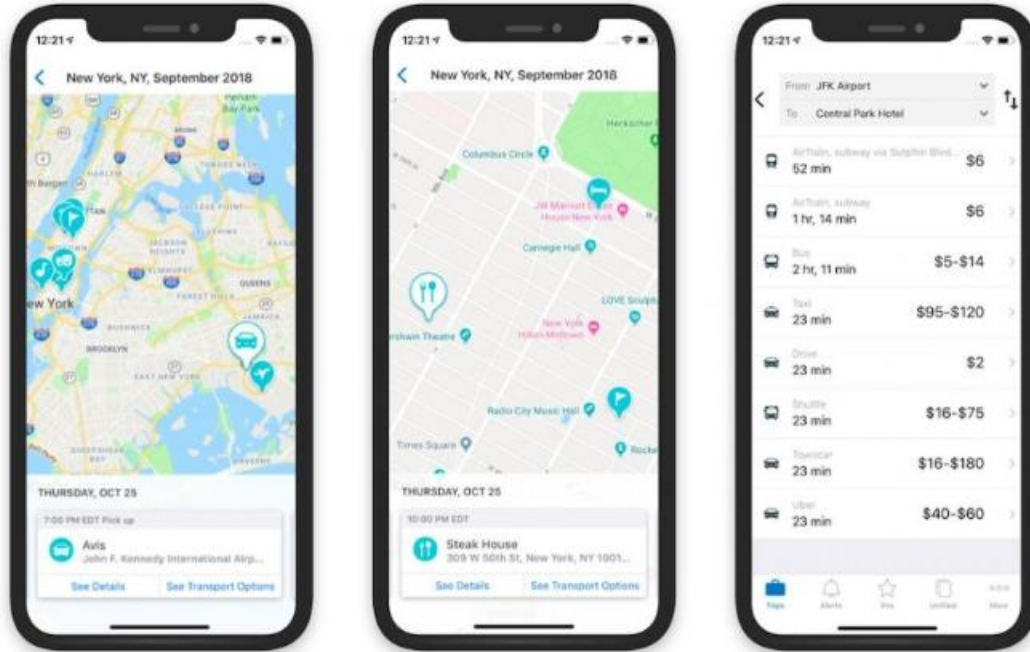
Kun matkustaja tarvitsee apua maantiereittien kanssa, niin Roadtrippers sovellus on oiva valinta. Sen avulla löydät mielenkiintoisia pysähdyspaikkoja maantieretkien aikana. Tämän sovelluksen ja verkkosivuston avulla voit tutkia esimerkiksi Yhdysvaltojen ja Kanadan karttaa, ja tästä löytyy myös kattavuus Meksikon alueelle. Kartasta löytyy epätavallisia tienvarsinähtävyyksiä, museoita, huvipuistoja, leirintäalueita, ravintoloita ja vaikka kuinka paljon kaikkea muuta. Tämä toimii siten, että kun käyttäjä löytää haluamansa sivun, hän lisää sen matkaansa, niin Roadtrippers piirtää reitin sen mukaisesti. Tarjolla on tietysti maksullinen Roadtrippers Plus -tili, joka maksaa noin kolmekymmentä euroa vuodessa, ja sen avulla voit ladata karttoja myös offline-tilassa ja lisätä rajattomasti pysähdyksiä reitille. Tämä eroaa ilmaisversiosta niinkin huomasti, että siinä saat pysähdyksiä vain viisi. (Duffy 2022.)

Seuraavaksi otetaan tarkasteluun ilmaiset TripCase (KUVA 5) ja TripIt-sovellukset (KUVA 6). Näissä kahdessa on vain yksi ero; vahvistussähköpostit. TripCase tarvitsee sinulta matkan vahvistussähköpostit, jotka tulevat esimerkiksi lentoyhtiöltä, majoituksista, vuokra-autofirmoista ja ravintoloista. Näin sovellus tekee sinulle järkevän matkasuunnitelman reitteineen.



Kuva 6. TripCase (Kuva: military.com)

TripIt toimii siten, että se poimii tiedot automaattisesti sähköpostista, jos siihen antaa luvan. Muutoin tähänkin sovellukseen voidaan syöttää tietoja manuaalisesti. Ero ei ole suuri näiden sovellusten välillä, voit valita matkasi suunnitteluun periaatteessa kumman sovelluksen tahansa. (Duffy 2022.)



Kuva 7. TripIt (Kuva: tripit.com)

Yksi mainitsemisen arvoinen sovellus on Atlas Obscura, jossa käyttäjät voivat merkitä näkemisen ja kokemuksen arvoisia paikkoja. Kaikessa yksinkertaisuudessaan käyttäjä lataa sovelluksen, rekisteröityy ja kirjautuu sisään. Tämän jälkeen hän voi valita kartasta esimerkiksi Helsingin ja katsoa mitä muut sovelluksen käyttäjät ovat vinkanneet kaupungin nähtävyyksistä tai vaikka ruokapaikoista. Tätä ideaa voi hyvin soveltaa TunturiTaskussa-sovellukseen.

Onko markkinoilla vastaavaa sovellusta kuin TunturiTaskussa? Ei ole. Ei täysin samanlaista, kuten yllä olevasta matkailusovellusten markkinatilanteesta käy ilmi. Löytyy paljon vaihtoehtoja matkareitien suunnitteluun, aktiviteettien näkyvyyteen, lentolippujen hankintaan, majoituspaikkojen vertailuun ja ravintola-arvostelujen lukemiseen. Kaikista näistä puuttuu se oleellinen; paikallisuus. Monet alan sovellukset ovat kaatuneet liian massiivisen sisältöön, eli sovelluksiin yritetään mahduttaa liikaa kaikkea, kuten esimerkiksi iltalehtiä, vuokrausfirmoja. Näissä tapauksissa, kun luodaan vääränlainen lähtökohta matkailusovellukseen; alusta, josta voidaan myös myydä, ei toimi. Se ladataan, mutta sitten se jää käyttämättä. TunturiTaskussa ei liputa ”markkinoidaan Lappia lappilaisille” -asian puolesta, vaan

asian ydin on se, että markkinoidaan Lappia koko Suomelle. Tärkeää on tehdä sovelluksesta käyttäjäläheinen ja testata sovellusta käyttäjän näkökulmasta useita kertoja sen luontivaiheissa. Tällä minimoidaan se, että käyttäjä poistaisi sovelluksen heti lataamisen jälkeen, koska sovellus oli liian sekava käyttää tai ei muuten vastannut odotuksia.

3 KÄYTTÖLIITTYMÄN SUUNNITTELU

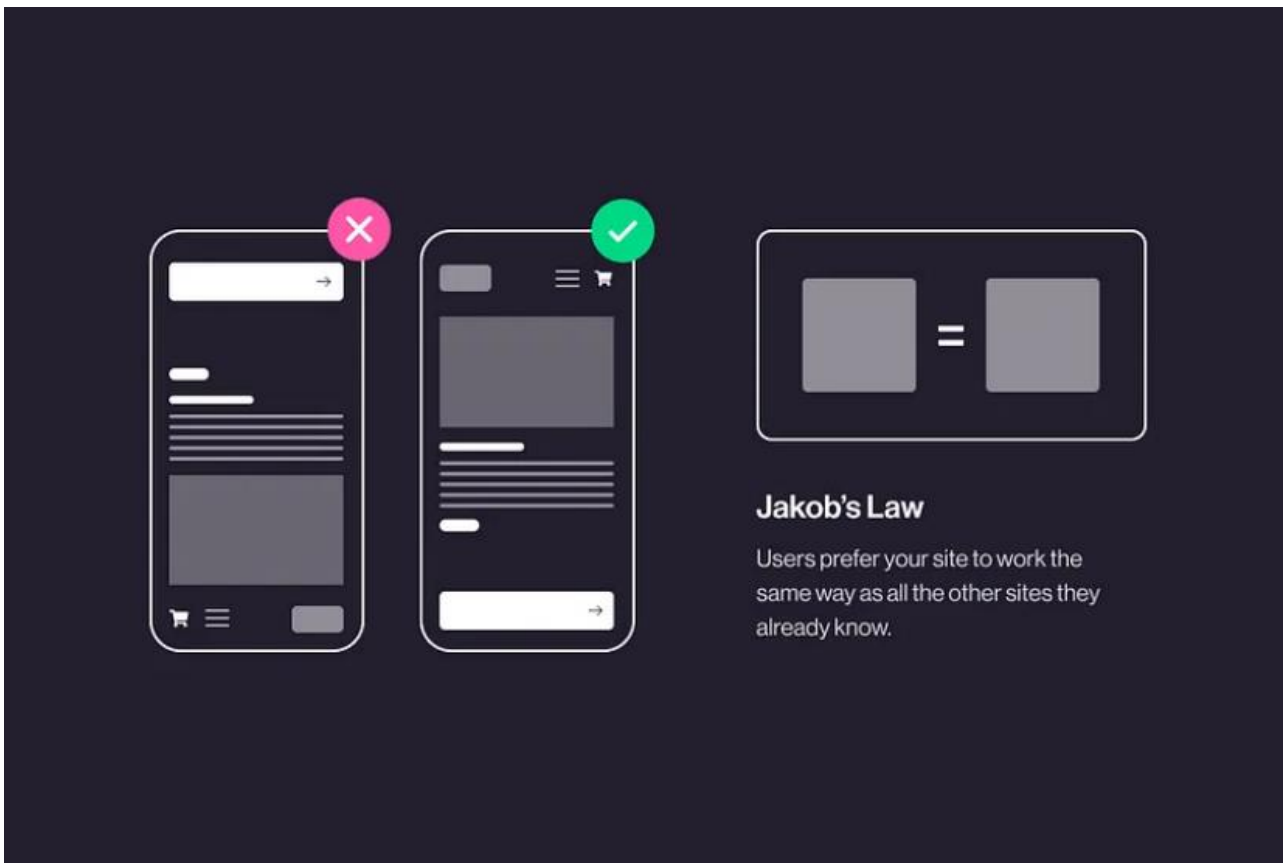
Jos TunturiTaskussa halutaan tuotteistaa oikeaksi tuotteeksi, on lähdettävä suunnittelemaan kaiken teorian lisäksi itse käyttöliittymää, joka on ihmisen ja tietokoneen välistä yhteistyötä. Käyttöliittymäsuunnittelu on tietynlainen prosessi, jossa suunnitellaan miltä kukin käyttöliittymä näyttää ja miten ne toimivat. Suunniteltaessa käyttöliittymää on otettava huomioon kaikki seuraavassa kappaleessa luetellut elementit ja myös se, miten ne toimivat yhdessä luodakseen toimivia käyttöliittymiä. Niiden tulee olla sekä helppokäyttöisiä, että visuaalisesti miellyttäviä. (Salovaara 2011, 3.)

Käyttöliittymällä on muutamia elementtejä, joista sen kokonaisuus muodostuu: ensiksi puhutaan syöttöohjaimista ja ne ovat interaktiivisia elementtejä, joiden avulla käyttäjä voi syöttää tietoja johonkin käyttöliittymään. Säätimiin kuuluvat esimerkiksi tekstikentät, valintaruudut, painikkeet ja avattavat luettelot. Seuraava elementti on navigointi ja se auttaa käyttäjää navigoimaan käyttöliittymässä esimerkiksi suoriutumaan jostakin aktiviteetistä. Navigointikomponentteihin kuuluvat esimerkiksi hakukentät, liukusäätimet ja hampurilaisvalikko: kolme viivaa päällekkäin yläkulmassa. Sitten on tietokomponentit ja ne taas välittävät tärkeää tietoa käyttäjälle. Tieto välittyy esimerkiksi viestilaatikoiden, ilmoitusten ja edistymispalkkien kautta. Tämän jälkeen pureudutaan säilökomponenttiin; säilöjä käytetään sisällön ryhmittelyyn. Säiliö sisältää erilaisia elementtejä ja elementit pitävät ne järkevissä enimmäisleveydessä käyttäjän näytön koon mukaan. Tarkkaan mietitty responsiivisuus on yksi oleellisin asia käyttöliittymien suunnittelussa; sisällöt skaalautuvat näytön koon mukaan, että käytettävyys ei kärsi. Yksi tällainen esimerkki on harmonikkavalikko, joka on pystysuoraan pinottu luettelo otsikoista, joita voidaan napsauttaa muun muassa sisällön piilottamiseksi tai näyttämiseksi. (Salovaara 2011, 3-6.)

3.1 Jakob's law

Jakobin lain (Jakob's law) loi Jakob Nielsen ja hänen mukaansa käyttäjä odottaa järjestelmän toimivan kuten muutkin hänen käyttämänsä sovellukset tai järjestelmät (Kuva 8). Tässä Jakobin laissa käytetään tuttuja suunnittelumalleja ja yksinkertaistetaan oppimisprosessiä. Käyttäjät viettävät suurimman osan ajastaan jossain muilla sivustoilla, joten he odottavat automaattisesti esimerkiksi TunturiTaskussa-sovelluksen toimivan samalla tavalla kuin muut tutut matkailusovellukset. Suunnittelijat haluavat aina luoda jotain uutta ja ennennäkemätöntä, mutta tutulla tavalla. Tässä piilee useasti se vaara, että keksitään pyörä uudelleen.

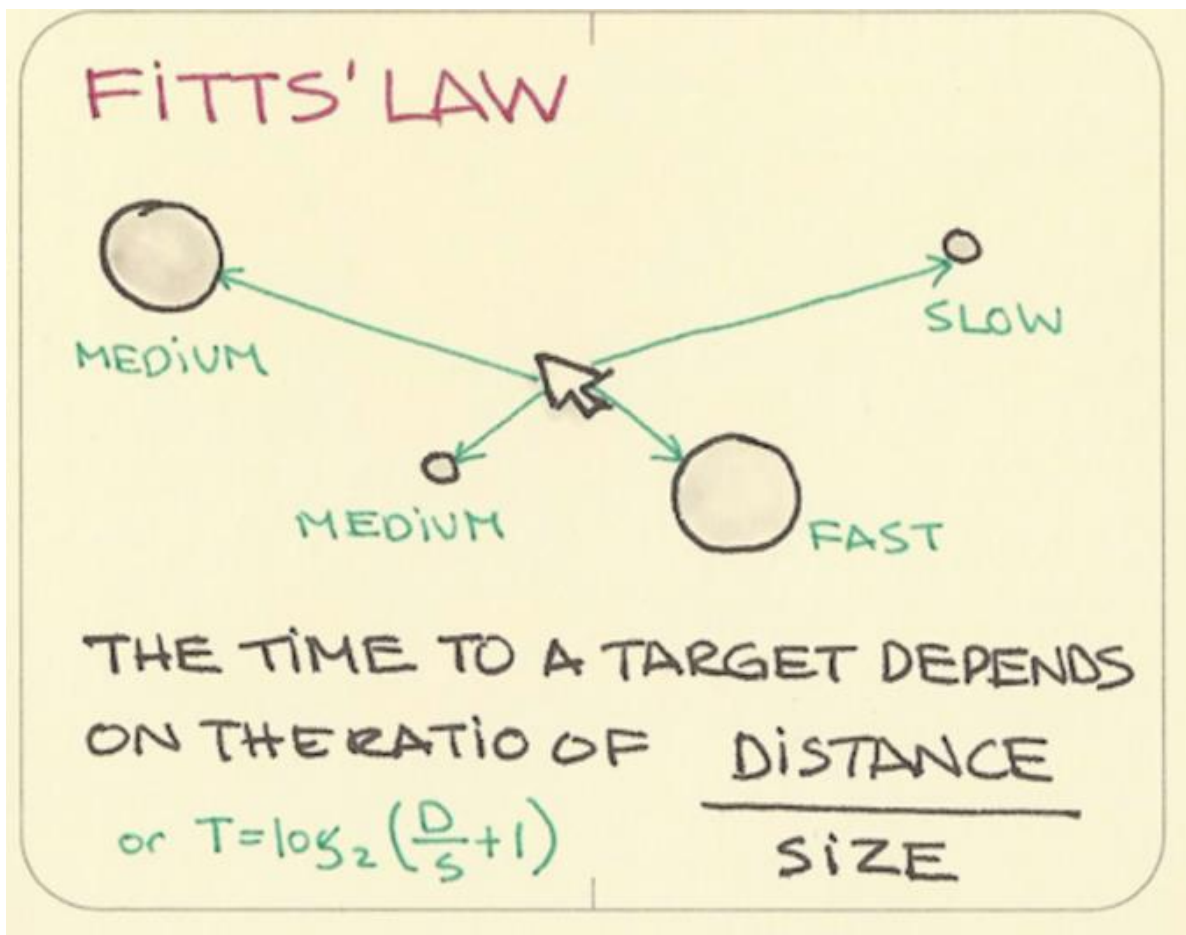
Suunnittelijoiden on keskityttävä käyttämään malleja ja käytäntöjä, joihin heidän tulevat käyttäjänsä ovat tottuneet. Esimerkiksi painikkeet tutuissa paikoissa; valikko hampurilainen omalla tutulla paikallaan näytön oikeassa tai vasemmassa yläkulmassa. On oltava tarkka miettiessä työkulkuja, perusnavigointia, sivun rakennetta ja tuttujen elementtien sijoittamista, koska tämä estää käyttäjiä tuntemasta itsensä ylikuormitukseksi uuden matkailusovellusmallin tai -prosessin oppimisesta. Näissä kannattaa pitää mielessä aina service blueprint eli mitä käyttäjät ovat odottaneet kultakin toiminnolta ja millaiset käyttäjät ovat missäkin vaiheessa prosessia. (Yablonski 2020, 1-11.)



KUVA 8. Jakobin laki kuvana (Omowunmi Olawehinmi 2022)

3.2 Fitt's law

Fittsin-laki auttaa UX -suunnittelijoita ennustamaan ihmisten käyttäytymistä ja liikettä. Fittsin-lain mukaan kohteen hankkimiseen kuluva aika riippuu kohteen etäisyydestä ja sen koosta (KUVA 9). Käyttäjäkokeussuunnittelijat voivat luoda ergonomisesti suunniteltuja kokemuksia. Nämä kokemukset auttavat vähentämään niitä inhimillisiä virheitä sekä lisäämään käyttäjien tuottavuutta ja edistämään turvallisuutta. Tämä kaikki johtaa lopuksi käyttäjän kokemaan tyytyväisyyteen. (Yablonski 2020, 13-19.) Fittsin-laki on yhtä kuin hyvä suunnitelma, jossa on onnistuttu ennustamaan hyvä käytettävyys. Tehtäessä käyttöliittymää ja samalla seuraten tätä lakia saadaan helposti löytyvät toiminnot sekä testaillaan ja kokeillaan jatkuvasti. Matkailukeskussovelluksen suunnittelua mietittäessä on haasteena pieni kännykän näyttö ja sen vuoksi on erittäin tärkeää, että kaikki painikkeet ovat järkeviä; turhat napit ja toiminnot ovat oppimisen tiellä. Ihminen suosii yksinkertaista suunnittelua käyttöliittymissä eli täytyy harkita jo suunnitteluvaiheessa, tuleeko käyttäjä oppimaan ja tietämään jokaisen napin toiminnan, jos niitä on liikaa.

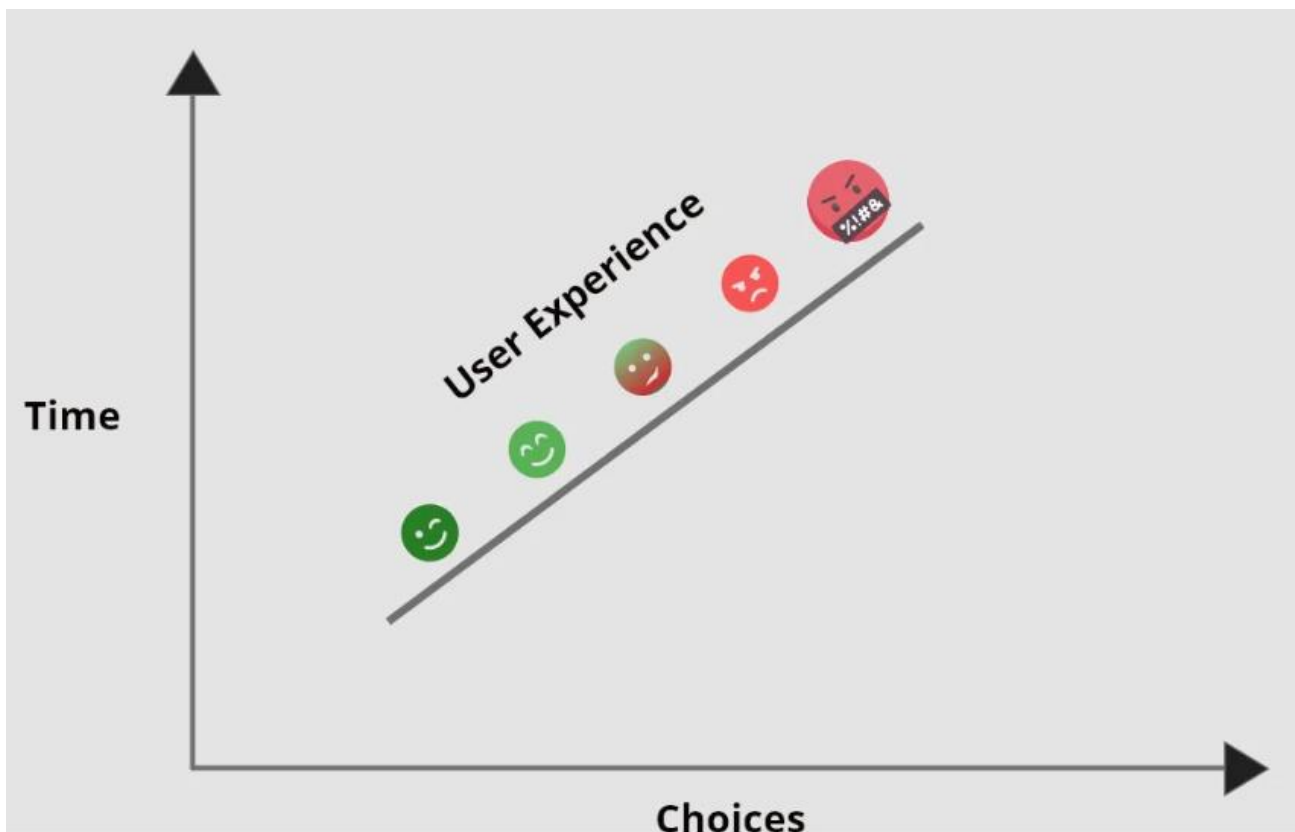


KUVA 9. Fittsin laki kuvana (Sketchplanations-sivusto)

3.3 Hick`s law

Silloin kun käyttäjä aloittaa uuden käyttöliittymän käytön ja häneltä vaaditaan nopeita valintoja, täytyy vaihtoehtojen määrää vähentää merkittävästi. Monimutkaiset toiminnot on pilkottava osiin ja jos otetaan tarkastelun kohteeksi tämä uusi matkailukeskusmedia TunturiTaskussa; annetaan käyttäjän voida ohittaa esimerkiksi asetusten laittaminen, mutta muistutetaan niiden asettamisesta aika ajoin. Niitäkin voisi tehdä osissa; ensimmäiseksi henkilötiedot ja seuraavaksi vaikka lomakäyttäytyminen. Mutta tärkeintä on, ettei kaikkia vaateita pyydetä suorittamaan heti, vaan annetaan käyttäjän tutustua alustaan.

Hickin lain ymmärtäminen on äärettömän tärkeää käyttäjäkokemussuunnittelussa, koska Hickin lain mukaan käyttäjät käyttävät enemmän aikaa päätöksentekoon sen perusteella, kuinka paljon valintoja on tarjolla ja kuinka monimutkaisia ne ovat. Kuten aiemmin mainitsin; mitä enemmän vaihtoehtoja tarjotaan käyttäjille sitä kauemmin heillä kestää päätöksen tekeminen (KUVA 10). (Proctor & Schneider 2018.)



KUVA 10. Hickin laki kuvana (Iga, MyGo-blogi)

Totta kai joskus on vaikeaa olla esittämättä liikaa vaihtoehtoja käyttäjälle. Jos tämän kaltaisia tapauksia sattuu, suunnittelijan on yksinkertaistettava käyttäjän valintoja esimerkiksi ryhmittelemällä toisiinsa liittyvät asiat ja/tai poistamalla asioita, jotka eivät ole kovin tärkeitä kuitenkaan käyttäjän päätöksenteon kannalta. Käyttäjäkokeamussuunnittelussa on muistettava yksinkertainen seikka; liian monien vaihtoehtojen näyttäminen ei ole aina huono asia. Suunnittelijan tulee kuitenkin varmistaa, että oikea määrä vaihtoehtoja näytetään oikeassa paikassa. Tällä uudella matkailusovelluksella, Tunturi-Taskussa, on noin kymmenen sekuntia aikaa vedota käyttäjään ja tehdä tähän vaikutus. Se on melko lyhyt aika. Suunnitteluvaiheessa kannattaa pyrkiä vähentämään käyttäjän kognitiivista ylikuormitusta ja tehdä kokemuksesta sen arvoinen tapahtuma. (Proctor & Schneider 2018.)

4 POHJOINEN MATKAILU KOTIMAASSA -KYSELY

Tutkimukseen liitetään usein kysely, jonka tarkoituksena on antaa mahdollisimman monipuolista primaarista dataa, sekä erottaa olemassa olevat hyvät ja huonot ideat. Kyselyn toteutukseen voi käyttää esimerkiksi GoogleForms alustaa, kuten tässä matkailukyselyssä. Kyselystä sai tietoa opinnäytetyön tärkeimmän tutkimuskysymyksen rinnalle; miksi Lappiin matkustajat lataisivat TunturiTaskussa-sovelluksen? Tutkimuskysymys on laaja, ja vaikeaksi siitä tekee sovellusidean salassapitovelvollisuus. Tämän vuoksi avoimessa kyselyssä täytyy miettiä tarkkaan mitä kysytään sekä missä muodossa, ettei suunnitelma paljastuisi, mutta kuitenkin niin, että vastauksista saisi suurimman hyödyn. Kysely jaettiin Facebook -sivustolle ja sen oli tavoitettava ainakin 50 eri henkilöä ollakseen jokseenkin totuudenmukainen. Matkailutottumukset kotimaassamme olikin suosittu aihe ja kysely tavoitti 88 henkilöä eri puolilta Suomea.

Kysely oli suunniteltu noin parin minuutin mittaiseksi ja se sisälsi kaksitoista eri kohtaa, jotka olivat monivalinta- ja valintaruutukysymyksiä sekä lineaarisia-asteikkoja. Monivalintakysymykset ovat kuitenkin todella olennainen asia, kun laaditaan kyselytutkimusta, koska ne ovat monipuolisia ja intuitiivisia eli niistä saa helposti dataa. Kysymyksistä saatu tieto on rajattu laadittuihin vastausvaihtoehtoihin, joten tilastoharhaa saattaa tulla. Tätäkin voi helpottaa sillä, että vaihtoehdot ovat monipuoliset niin kysymyksissä kuin vastausvaihtoehdoissa (SurveyMonkey 2023.). Joihinkin kohtiin pyydettiin myös vastaamaan lauseella tai parilla, mutta kaikki kohdat olivat ohitettavia eli kysymykseen ei ollut pakko vastata päästäkseen seuraavaan kohtaan. Kyselyn visuaalisuus oli erittäin pelkistetty ollakseen miellyttävän näköinen vastaajille. Sen harmonia sisälsi miedon maanläheiset värit ja otsakekuvana toimi kuvituskuva Lapin luonnosta, jossa virtaa puhdas purovesi. Näillä pienillä yksityiskohdilla saatiin aktivoitua vastaajien loma-aivot ja näin kysely tuntui siltä, kuin olisi oikeasti ollut lähdössä lomalle pohjoiseen. Kysely on raportin liitteenä (LIITE 1)

4.1 Kyselyn toteutus

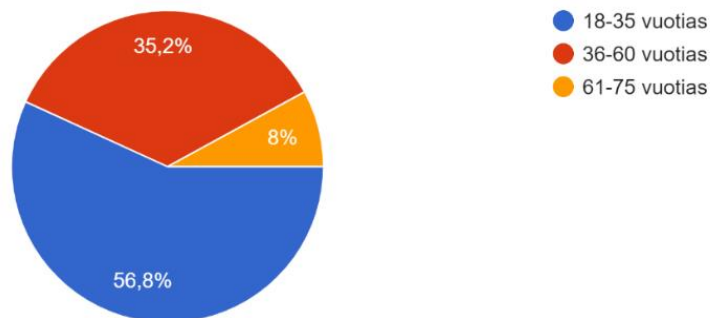
Kysely toteutettiin Internet-kyselynä Google Formsilla ja se julkaistiin päivityksenä omalla Facebook seinälläni, jossa pyydettiin vapaaehtoisia vastaamaan matkailukyselyyn. Toteutusajankohta oli 17.-19.1.2023 ja kysely herätti suurta mielenkiintoa ja intoa. Ihan kuin kysely olisi herättänyt ihmiset talviunilta ja kertonut, että lähdetään suunnittelemaan kotimaanlomaa. Keskimääräinen vastausaika oli oman arvion mukaan noin kaksi minuuttia, mutta aikaa sai kulumaan pidempäänkin, jos halusi vastata

kyselyn viimeiseen kohtaan laajemmin. Viimeinen kohta kuului näin: Kerro vielä muutamalla sanalla, mikä on onnistuneen matkan salaisuus?

4.2 Kyselyn tulokset ja analyysi

Kyselyn alussa kartoitettiin vastaajien (n = 88) ikäjakauma ja sen tulokset olivatkin hyvin värikkäät. Kyselyyn vastasi 56,8 % 18–35-vuotiaita, 35,2 % 36–60-vuotiaita ja 8 % 61–70-vuotiaita (KUVIO 1).

Minkä ikäinen olet?
88 vastausta

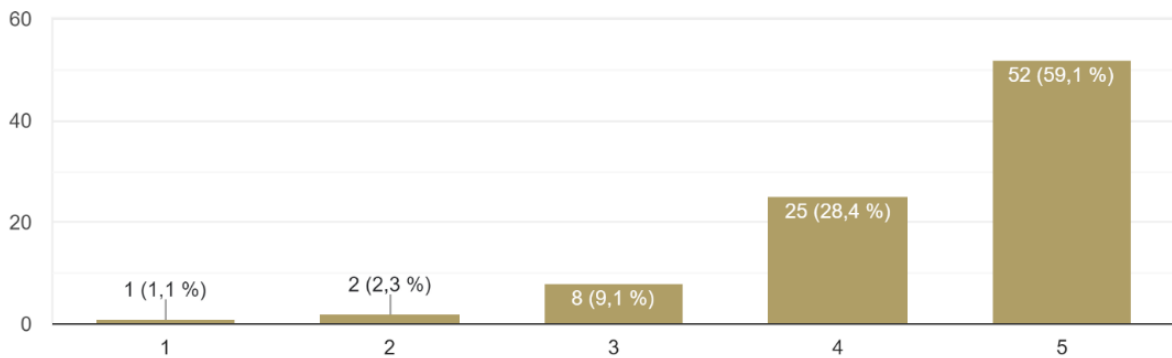


Kuvio 1. Ikäjakauma

Ensimmäisessä varsinaisessa kysymyksessä haluttiin tietää pitääkö vastaaja kotimaanmatkailusta. Kysymys sisälsi lineaarisen asteikon, jossa valintana numero yksi ei ollut vastaajan mieleen ja valinta viisi oli kotimaanmatkailun fanittaja. Vastaajista (n = 88) 52 (59,1 %) oli sitä mieltä, että pitää ehdottomasti kotimaanmatkailusta ja yksi henkilö ei pitänyt matkailusta (KUVIO 2).

Pidätkö kotimaanmatkailusta?

88 vastausta

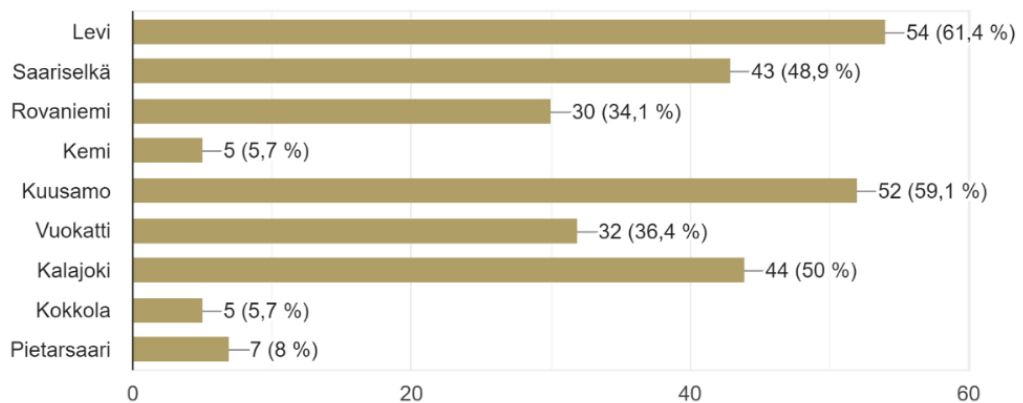


Kuvio 2. Pidätkö kotimaanmatkailusta?

Kolmannessa kysymyksessä haluttiin tietää missä pohjoisissa kohteissa vastaaja mieluiten vierailee tai vierailisi jos siihen olisi mahdollisuus. Tämän kyselyn huomio jälleen kaikki 88 vastaajaa ja suosituin vaihtoehtoista oli Levi, joka sai 54 ääntä (61,4 %). Kuusamo oli toiseksi suosituin 52 vastauksella (59,1%) ja vähiten ääniä saivat Kokkola ja Kemi, kumpikin viidellä klikkauksella eli 5,7 % (KUVIO 3).

Missä seuraavissa pohjoisissa kohteissa mieluiten vierailet tai vierailisit?

88 vastausta

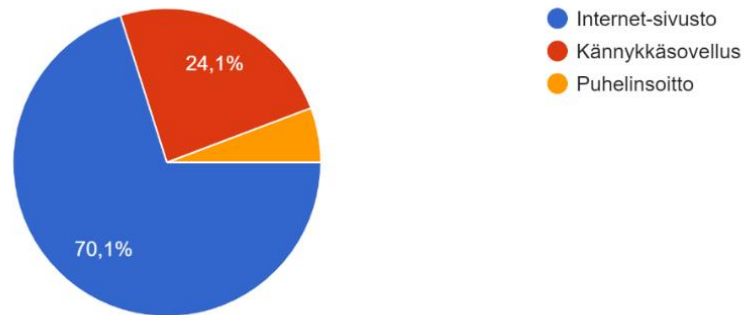


Kuvio 3. Suosituimmat kohteet

Vastaajilta kysyttiin myös, varaako matkansa Internetin, kännykkäsovelluksen vai puhelinsoiton avulla ja 70,1 % 87 vastauksesta varaa matkansa Internet-sivustoa hyödyntämällä (KUVIO 4).

Mitä kautta varaat matkasi?

87 vastausta

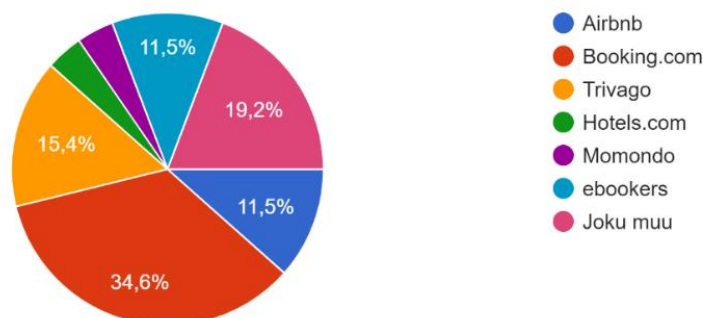


Kuvio 4. Matkan varaus

Jos vastaaja vastasi, että kännykkäsovelluksen kautta, hän pääsi seuraavaan kohtaan kertomaan, mitä sovelluksia käyttää. Suosituimmat vaihtoehdot valintaprosentteineen olivat Booking.com 34,6 %, ja joku muu 19,2 % (KUVIO 5).

Mitä seuraavista sovelluksista käytät eniten?

22 vastausta



Kuvio 5. Varaussovellukset

Kun vastaukseksi oli annettu vaihtoehto ”joku muu”, oli se enimmäisessä määrin vastausten perusteella hotellin oma sovellus (KUVIO 6).

Kertoisitko vielä...

Mitä varaussovellusta käytät?

4 vastausta

Scandichotels.com ja whatsappilla yhteyttä tuttuihin

Hotellien omaa yleensä.

En usein tarvitse majoitusta, vaan käytän VR:n sovellusta matkan varaamiseen.

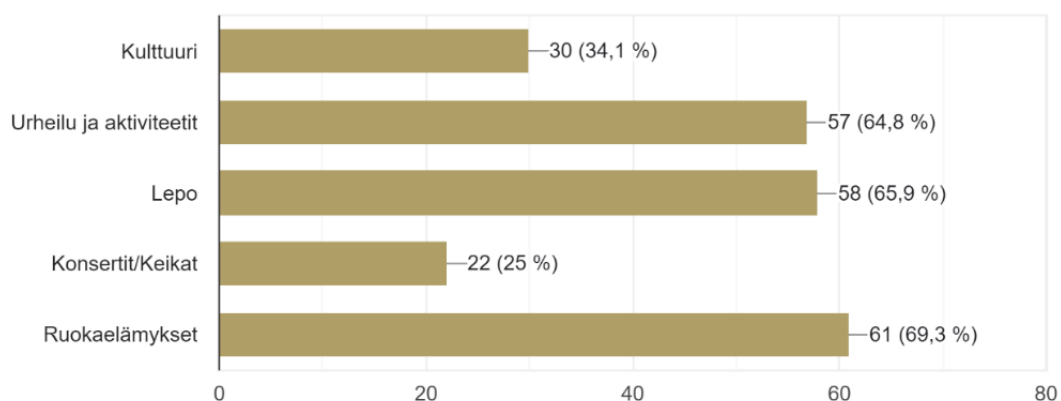
Soitan suoraan hotelliin

Kuvio 6. Joku muu sovellus

Tämän jälkeen haluttiin tietää mitkä seikat ovat tärkeä osa vastaajan matkaa. Valitseeko hän kulttuurin urheilun sijaan vai lähteekö hän lepomatalle; urheilu ja aktiviteetit kulkivat käsi kädessä levon kanssa noin 65 prosentilla. Myös ruokaelämykset saivat osakseen huomiota ja vastauksia tallentui tähän kohtaan 69,3 % (KUVIO 7).

Mitkä seuraavista ovat tärkeä osa matkaasi?

88 vastausta



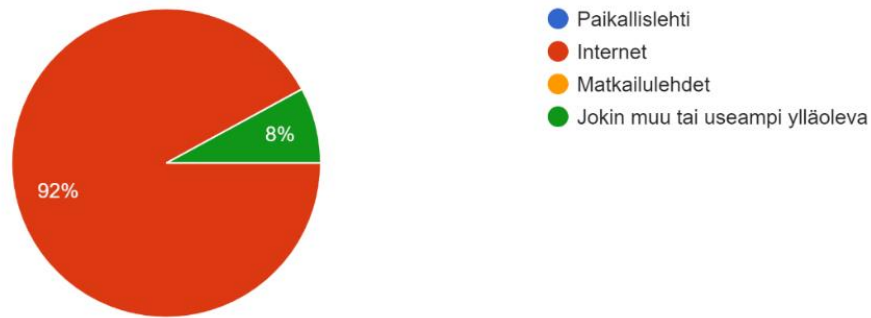
Kuvio 7. Kohteen tarjonta

Vastaaja etsii pääsääntöisesti (92 %) Internetistä tiedon kohteen tarjonnasta ja loput 8 % vastaajista kysyy tutuilta, etsii somesta, lukee paikallislehtiä sekä vieraskirjoja, jos niistä löytyisi suosituksia. Jotkut

ilmoittivat myös löytävänsä kohteen tarjontaa Facebook-mainoksista ja keskustelupalstoista (KUVIO 8).

Mistä kanavasta etsit tietoa kohteesi tarjonnasta?

88 vastausta

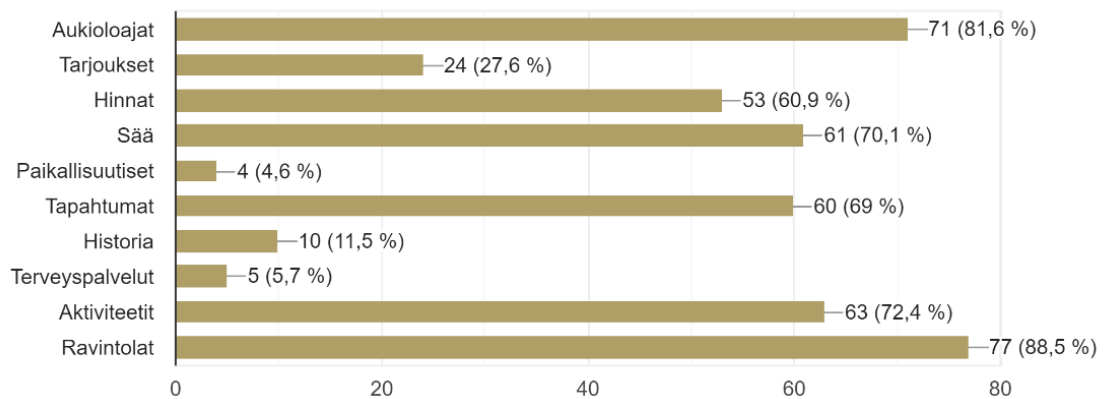


Kuvio 8. Kanavat

Seuraavaksi kysyttiin, mitä asioita lomalla etsitään tiedotusvälineistä ja kuinka tärkeänä pidetään paikallisten toimijoiden mainosten näkymistä katukuvassa (KUVIO 9). Eniten, 77 vastausta, matkustajista etsivät tietoa paikallisista ravintoiloista (88,5 %) eli tästä voidaan olettaa, että ravinto ja ruokaelämykset ovat lomailijan ykkösjuttu. Vähiten matkailijat hyötyvät paikallisuutisista (4,6 %), eli lomalle ei tulla lukemaan lehtiä. Vastaajat olivat kiinnostuneita myös aukioloajoista (81,6 %), aktiviteeteistä (77,4 %) ja säästä (70,1 %).

Valitse seuraavista

87 vastausta

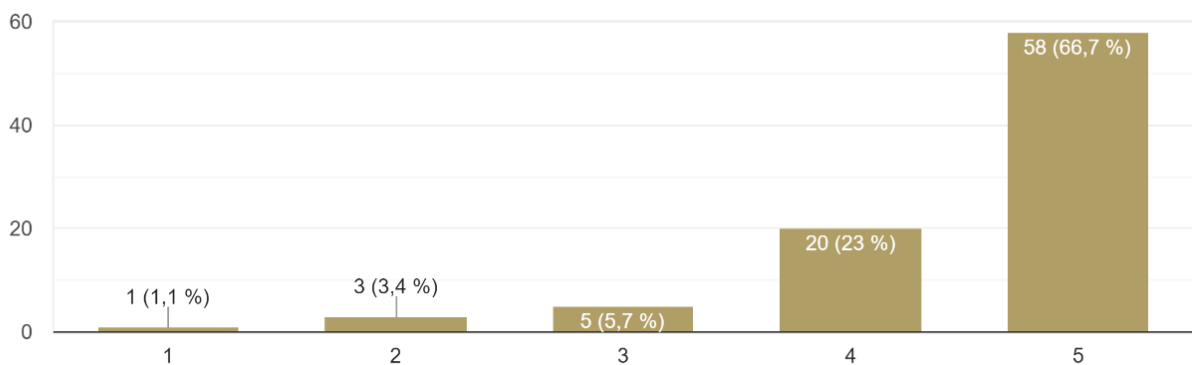


Kuvio 9. Valinnat tiedotusvälineistä

Mainosten näkyminen matkakohteessa osoittautui hyvinkin tärkeäksi asiaksi 87 vastaajan mukaan. Eli noin 66,7 % pitää matkakohteessa olevia, paikallisten toimijoiden mainoksia oleellisena asiana lomalla (KUVIO 10).

Kuinka tärkeänä pidät paikallisten toimijoiden näkymistä/mainostamista matkakohteessasi?

87 vastausta



Kuvio 10. Mainosten tärkeys

Viimeisenä vastaajilta kysyttiin onnistuneen matkan salaisuutta ja tähän kirjoitti 71 osallistujaa hienoja ja herkkiä vastauksia. Matka on onnistunut, kun saa hyvää palvelua ja on mahdollista vertailla keskenään eri aktiviteetteja esimerkiksi kelkkasafareiden hintaeroja. Matkalla arvostetaan lepoa ja harrastuksia sopivassa suhteessa, mutta hyvä ruoka ja juoma ovat myös tärkeitä osa-alueita rentouttavassa lomassa (KUVA 11). Eräs vastaajista kirjoitti, että mielen pitää olla avoin kohti uusia seikkailuja ja elämyksiä; urheilla pitää ehtiä ja majoituksen täytyy olla hyvä.

Loppusuoralla ollaan!

Kerro vielä muutamalla sanalla, mikä on onnistuneen matkan salaisuus?

71 vastausta

- Saa hyvää palvelua ja esimerkiksi eri aktiviteetteja on helppo vertailla keskenään esim. kelkkasafareiden hintaerot
- Matka on onnistunut kun on ehtinyt levätä ja harrastaa sopivasti
- Hyvä ruoka ja uudet elämykset
- Avoin mieli ja uudet seikkailut!
- Urheilu ja alkoholi sopivassa suhteessa.
- Hyvä majoitus
- Hyvä ennakkotieto/informaatio matkan kohteesta
- Hyvät ilmat, ruoka ja sopivat aktiviteetit
- Sopiva hinta. matkustusmahdollisuudet. tasokas majoitus

Kuva 11. Ensimmäinen vastausikkuna, Google Forms -kysely, 2022

Ennakkoon haluttiin tietää myös hieman informaatiota matkakohteesta, matkustusmahdollisuuksista sekä toivottiin ajantasaisia, riittäviä kylttejä ja kartoja: saavutettavuuden helppous. Toisille oli kaikkein tärkeintä saada viettää laatuaikaa rakkaiden ihmisten kanssa; tekemistä koko perheelle on onnistuneen matkan salaisuus. Osa matkailijoista toivoa pelkästään hyvää säätä koko loman ajaksi, tärkeä toive sekin (KUVA 12).

Loppusuoralla ollaan!

Kerro vielä muutamalla sanalla, mikä on onnistuneen matkan salaisuus?

71 vastausta

- Laatuaikaa perheen kanssa ja kaikille jotain tekemistä.
- Hyvä kohde ja seura.
- Lepo, rauha, elämys
- Hyvä ilma sekä hyväseura
- Silloin on onnistuttu että lapset eivät oo tappaneet toisiaan ja avioero hakemus ei ole ekana mielessä kun pääsee kotiin
- Luonto, rauha ja hyvä sijainti majoituksella
- Hyvä asiakaspalvelu, aktiviteetit ja palvelut
- Hyvä seura
- Saavutettavuuden helppous (ajantasaiset ja riittävät kyltit, kartat..), ajantasainen informaatio sekä oma

Kuva 12. Toinen vastausikkuna, Google Forms -kysely, 2022

Toiset vastaajista toivoivat kokevansa parasta asiakaspalvelua, rauhaa, hyviä paikallisia palveluita sekä mukavia järjestettyjä tapahtumia. Eräs vastaajista vakuutti oman asenteen riittävän onnistuneeseen matkaan ja yksi halusi yllätyksiä; suunnittelemattomuutta ilman aikataulua. Usein, monet meistä sortuvat liialliseen suunnitteluun, ja loman hallitsemiseen alusta loppuun saakka. Voi tulla suuria pettymyksiä, jos sää ei olekaan se parhain mahdollinen tai jokin tapahtuma on peruttu, ja onkin täysin normaalia tuntea pettymystä, jos loman suunnitteluun on käyttänyt paljon aikaa ja rahaa. TunturiTaskussa kuitenkin haluaa tarjota käyttäjälleen parasta, myös vaihtoehtoja ja rentoa mieltä suunnitelmien muuttumisista huolimatta; ehkä juuri niiden vuoksi. (KUVA 13).

Loppusuoralla ollaan!

Kerro vielä muutamalla sanalla, mikä on onnistuneen matkan salaisuus?

71 vastausta

Hyvä palvelu, hyvä ruoka ja hyvät aktiviteetit.

Hyvä ruoka ja viihtyisä majoitus

Paljon rentoa yhdessäoloa, lepoa, pitkiä illallisia porukalla ja hauskoja aktiviteetteja.

Vaivattomuus

Perheen kaikille jäsenille jotakin, vuorotellen lasten ja aikuisten ehdoilla ❤️

Avoin mieli. Ei liian aikataulutettua, jotta jää aikaa extempore asioille. Ehdottomasti myös seura!

Hyvä seura ja tehdään asioita joista molemmat pitää

Rauhallinen majoitus, paljon nähtävää, hyvä seura.

Hyvä tunnelma, hyvät kulkuyhteydet, hyvä sää, täsmätieto hienoista luontopaikoista (tai muista kohteista, kuten kahvilat, korttelit tms), joissa kannattaa käydä

Kuva 13. Kolmas vastausikkuna, Google Forms -kysely, 2022

Ystävälliset kohtaamiset, luonto, maisemat ja paljon vastattu hinta-laatusuhde ovat avainasemassa lomaillessa. Jos jotain näistä vastauksista huokuu, se on vaatimattomuus. Suomalainen ei paljoa tarvitse, mutta kun tarvitsee, se on lepoa, ravintoa, helppoa tekemistä ja ystävällisyyttä. Vastauksien avulla voi lähteä suunnittelemaan ja rakentamaan TunturiTaskussa-sisältöä entistä monipuolisemmin; se mitä matkaaja lomaltaan haluaa, se pitää olla käden ulottuvilla, taskussa. Vastaajat toivoivat myös helppoja ja yksinkertaisia nettisivuja palveluntarjoajilta, joista pääsee helposti varaamaan mieleistä ohjelmaa tai majoitusta. Kuka meistä haluaisi, että loman suunnittelu on arjen aikaa leikkaavaa ja todella epämiellyttävää; en usko, että kukaan. Se voi olla kutkuttelevan kutsuvaa, silmänräpäyksessä tapahtuvaa vapaa-ajanvietettä tai kahvitauolla suoritettu mieleen juolahdus. Se voi olla TunturiTaskussa (KUVA 14).

Loppusuoralla ollaan!

Kerro vielä muutamalla sanalla, mikä on onnistuneen matkan salaisuus?

71 vastausta

Rentouttava meininki, hyvä ruoka ja loistava sää!

Sutjakkaat ja sujuvat palvelut, siisti ympäristö ja rento mieli.

Osa hyödyntää matkan juuri itselle sillä hetkellä sopivalla tavalla. Oli se sitten pelkästään lepäämistä, uusien aktiviteettien kokemista tai hyviä ruokailu kokemuksia.

Kaikki toimii suht hyvin.

Hyvä jengi!

Hyvin nukutut yöt, hyvä ruoka, hyvä sää, hyvä seura, uudet nähtävyydet ja kokemukset.

Hyvä palvelu, tiedot löytyy netistä ja siel helpot sivut.

Saa rentoutua rankan työn jälkeen.

Oma asenne, hyvät kengät, maisemat ja palvelut

Kuva 14. Neljäs vastausikkuna, Google Forms -kysely, 2022

5 MATKAILUKESKUSMEDIAN SISÄLTÖ

Tässä luvussa pohditaan uudenlaisen sovelluksen kokonaisuutta; asiakaspolkua, sisältöä ja käytettävyyttä. Ihan ensimmäiseksi täytyy kuitenkin varmistaa muutama seikka ennen kuin lähtee sovelluksen luomistyöhön. Ohjelmistoyritys Qvik muistuttaa, että kuluttajatuntemus on avainroolissa uutta ohjelmistoa mietittäessä; laadukkaat palvelut huomioivat kuluttajien tutkitut arvot ja käyttäytymismallit kyseisen palvelun jokaisessa vaiheessa. Muotoilu on myös pidettävä oivaltavana, joka kunnioittaa käyttäjää ja ymmärtää tuotteen elinkaaren sekä tavoitteet liiketoiminnan puolella. Jotta liiketoimintakin olisi kannattava, on syytä muistaa järkevä kaupallinen malli, selkeät tavoitteet ja läpinäkyvä johtamiskulttuuri. Loppujen lopuksi onnistuneen sovelluksen takana ovat modernit teknologiavalinnat ja taitavat kehittäjät (Qvik.)

TunturiTaskussa haluaa olla markkinoidensa edelläkävijä. Se haluaa olla helppo valinta; ensimmäinen valinta, nykyaikainen ja paikallinen, jonka sisältö on monipuolinen, ja käyttäjänsä näköinen. Tutkimukseni käsittelee pääsääntöisesti uuden sovelluksen tarvetta yhteiskunnassamme matkailijoiden keskuudessa, mutta kokonaisuuden hahmottamiseksi, valmistelin ideasta muutamia paperiprotoja. TunturiTaskussa-median täytyy herättää huomio sovelluskaupoissa ja siinä on oltava hyvä slogan sekä visuaalisesti hätkähdyttävä grafiikka.

5.1 Digitaalinen asiakaspolku

Kun puhutaan digitaalisesta tai sähköisestä asiakaspolusta (KUVA 15), se tarkoittaa asiakkaan omaa tutustumista jonkun brändin kanssa ensimmäisestä digitaalisesta kohtaamisesta ostohetkeen ja lopuksi asiakassuhteen ylläpitämiseen, kirjoittaa Alina Venermo (Venermo 2022) yrityksensä Folcan nettisivulla. Eli, tästä päätellenä tärkeintä on tunnistaa missä vaiheessa asiakas on digitaalisessa asiakaspolussa ja tarjota sitten oikeanlaista materiaalia oikealla hetkellä. Digitaalinen polku jakautuu neljään eri vaiheeseen: tietoisuus, arviointi, päätös ja uskollisuus.

Tietoisuus alkaa siitä, kun asiakas löytää TunturiTaskussa brändin ensimmäistä kertaa eli hän astuu sovelluksen asiakaspolkuun ja hän voi päästä sinne esimerkiksi sosiaalisessa mediassa olleen mainoksen kautta. Asiakas saa pienen maistiaisen tuotteesta ja brändistä tässä kohtaa. Tässä asiakaspolun tai

toisin sanoen ostopolun alussa asiakas ei välttämättä vielä tunne yritystäsi hyvin, ei välttämättä ollenkaan, eikä tiedosta tarvitsevasa tarjolla olevaa tuotetta tai palvelua. Asiakkaan tulee itse tajuta, ettei hän ole haluamassaan pisteessä, ja asialle täytyy nyt tehdä jotain. (Kytölä & Kärkkäinen 2021, 15.)



Kuva 15. Digitaalinen asiakaspolku (Flow House-sivusto)

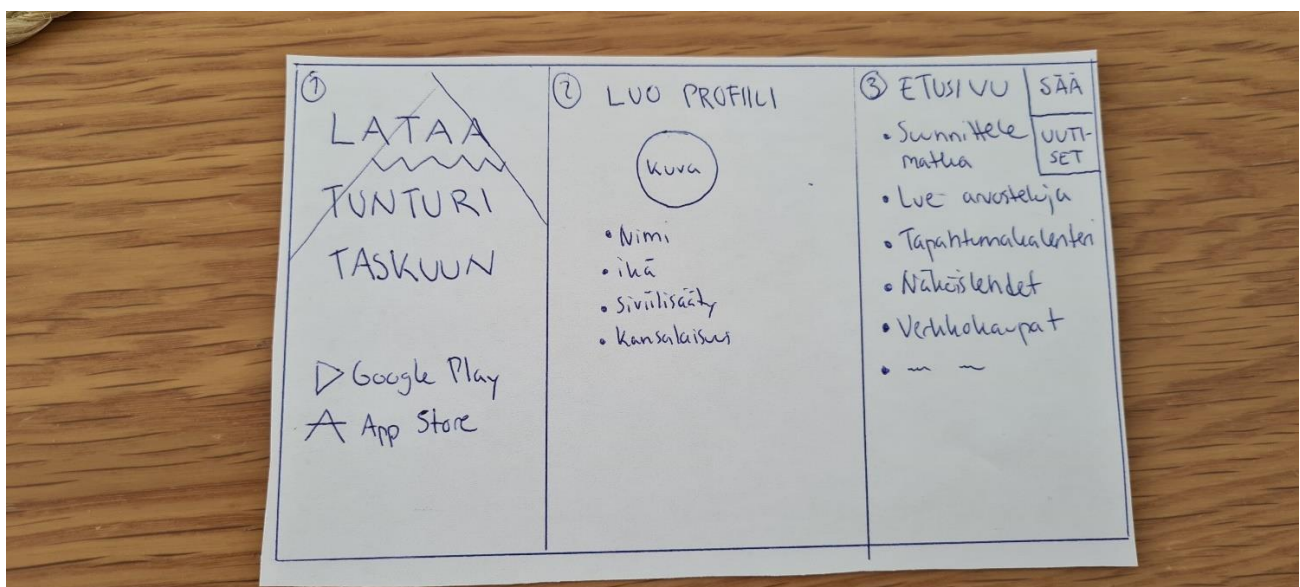
Seuraavaksi alkaa arviointi, ja tässä vaiheessa asiakaspolkua haluamme, että asiakas saa tuotteesta parhaan mahdollisimman kuvan. Nyt tarvitaan äärimmäisen paljon hyvää ja oikeaa tietoa, sillä asiakas haluaa saada tyydytettyä tiedonjanoaan. Hän mahdollisesti lukee tuotekuvausta sovelluksesta somesta, vierailee konsernin nettisivuilla, Googlettaa yrityksen ja lisää itsensä postituslistalle. Tämän kaiken takia, on äärimmäisen tärkeää pitää potentiaalisesta asiakkaasta huolta ja viestiä hänen suuntaansa lisäarvoa tuottavalla materiaalilla tasaisin väliajoin. (Venermo 2020.) Tässä vaiheessa on tarjottava asiakkaille kouluttavaa sisältöä; esitele mahdollisten jo olemassa olevien ja tyytyväisten asiakkaiden kokemuksia ja on myös pidettävä huoli, ettei jää kilpailijoiden jalkoihin hakukoneissa. Kun asiakas etsii tietoa, hän valikoi itselleen eri vaihtoehtoja, joita hän sitten tietoisesti vertailee. Asiakkaan kuvitteellisesta kisasta ovat pudonneet pois yritykset, jotka eivät täytä tarvittavia kriteereitä. Asiakas jatkaa tiedonhakuun ja se jatkuu ja tarkentuu seuraaviin asioihin: laatu, saatavuus, ominaisuudet, hinta, ostokanavat sekä brändi. (Kytölä & Kärkkäinen 2021, 16.)

Nykypäivänä vaihtoehtojen määrä on valtava ja se voi helposti karata käsistä, mutta jossain vaiheessa on alettava karsimaan ja asiakas päättyy lopulta ostopäätökseen. Päätös voi olla myös negatiivinen; ratkaisu ei ollutkaan asiakkaalle tarpeellinen. Ostopäätösvaihe on tärkeä eli yrityksen tulee varmistaa, että ostaminen on tehty helpoksi ja asiakasta tuetaan prosessissa. Kaikista parhaimmassa tapauksessa asiakas tuntee olonsa varmaksi ja luottavaiseksi ostoprosessin jälkeen. (Kytölä & Kärkkäinen 2021, 16-17.) Nyt asiakas on vakuutettu ja hän päättää ladata TunturiTaskussa-sovelluksen, hänestä tulee uusi käyttäjä täysin uudelle applikaatiolle. Automaattinen kiitos viesti, tervetuloa viesti, kuukausikirje ja

tarjoukset ovat erittäin hyviä seuraavassa vaiheessa asiakaspolulla. Näiden polkujen tavoitteena on aina uskollinen asiakas ja se varmistetaan hyvän asiakassuhteen ylläpidolla ja erinomaisella asiakaskokemuksella. On hyvä muistaa, kaiken muun lisäksi, tarjota asiakkaalle mahdollisuus palautteen antoon ja asiakastukeen myös sovelluksissa. (Venermo 2020.) Asiakas täytyy sitouttaa tuotteeseen ja auttaa sekä kouluttaa kaikella sisällöllä. Asiakasta on hyvä opettaa käyttämään yrityksen tuotetta; vinkit ja koon ja ongelmien ratkointaa ketterästi — kaikista parhaimmassa tapauksessa yritys voi saada asiakkaasta brändin puolestapuhujan someen ja kaikkialle. (Kytölä & Kärkkäinen 2021, 17-18.)

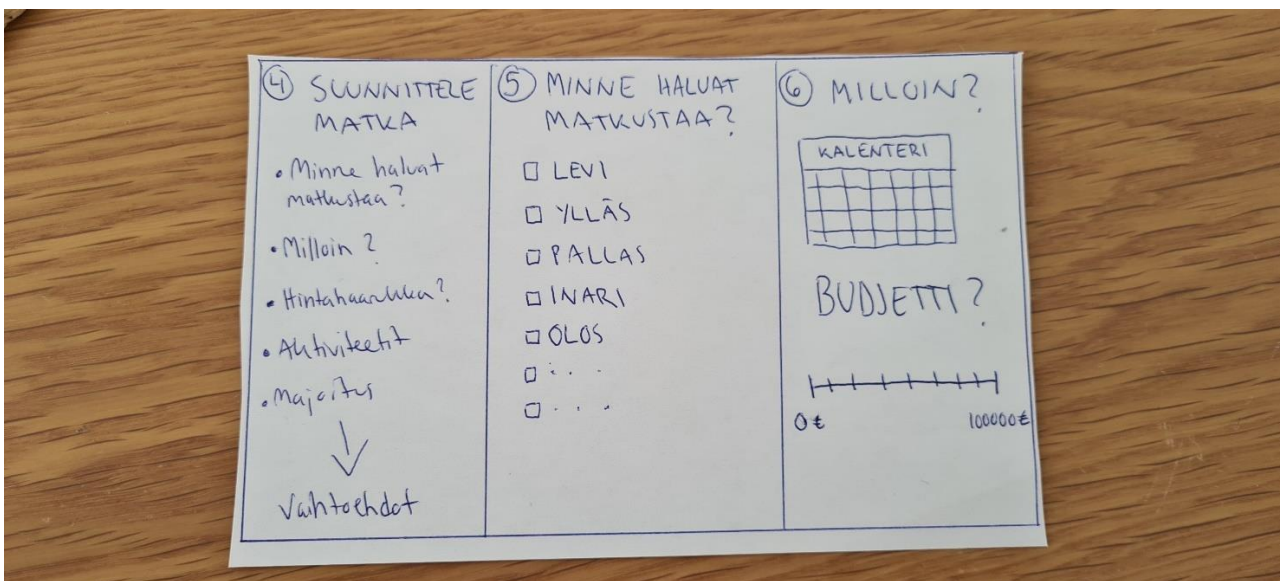
5.2 Paperiprototyyppejä

Paperiprototo on hyvä alku, kun sovellusta hahmotellaan mielessä, koska se voi vaikuttaa erittäin monimutkaiselta oman pään sisällä ja vielä hankalammalta yrittäessä selittää sitä kaverille. Paperiprototojen tulee olla yksinkertaisia, koska ne tulevat muuttumaan paljon matkan aikana. Tarvitsee vain paperia ja kynän, ehkä viivoittimen, jos haluaa panostaa. Aloitetaan siitä, mitä käyttäjä näkisi ihan aluksi, tietämättä mitään koko sovelluksesta. Seuraavaksi tässä tapauksessa sovellukseen luodaan profiili lisäämällä kuva, nimi, ikä, siviilisääty ja kansalaisuus. Näitä tietoja tarvitaan yksilöimään sovellus omiin tarpeisiin; saamaan paras mahdollinen hyöty sekä liittymään sovelluksen sosiaaliseen mediaan. Yhteisöllisellä alustalla voi jakaa omia matkakokemuksia ja kirjata arvosteluita eri palveluista. Tämän jälkeen pääsee itse etusivulle tutkailemaan tarjontaa (KUVA 16).



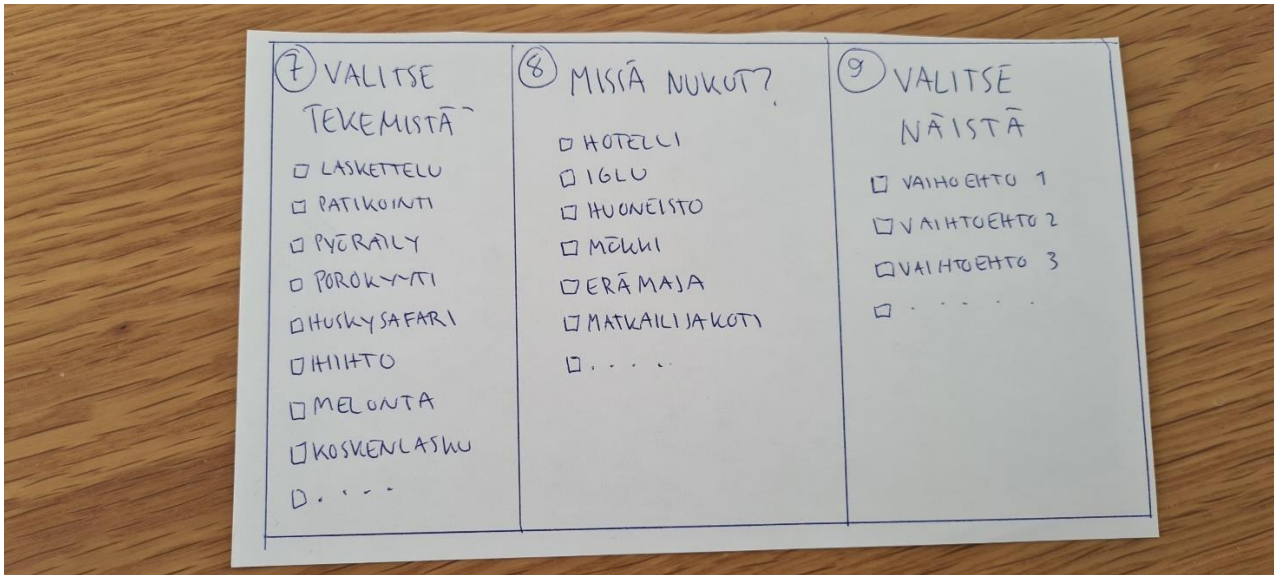
Kuva 16. Paperiproto, aloitusikkuna

Sovelluksen käyttäjä voi suunnitella sovelluksessa matkansa niin pitkälle, että matka on pakkaamista vaille valmis. Käyttäjä voi valita kohteen, minne matkustaa, milloin matkustaa ja minkälaisella budjetilla matka tehdään, eli toisin sanoen sovellus antaa mahdollisuuden hyvinkin henkilökohtaiseen loman räätälöintiin. Näitä ominaisuuksia on olemassa olevissa matkasovelluksissa, mutta mitään sovellusta ei ole viety vielä niin pitkälle, että käyttäjä saisi suunnitella matkaansa näin yksityiskohtaisesti tiettyyn maantieteelliseen alueeseen (KUVA 17).



Kuva 17. Paperiproto, suunnitteluikkuna

Alkuvaiheessa voi jo valita mieluisia aktiviteettimahdollisuuksista yöpymisratkaisuihin; sovellus ehdottaa matkapaketteja, joista on toki mahdollista valita vain, vaikka matkakohde ja majoitus ensimmäiselle yölle. Tämä on mielenkiintoinen toiminto, koska tämä puuttuu matkasovelluksista ja se olisi erittäin hyvä lisäys tuomaan sovelluksiin lisäarvoa. Tärkeintä on, että sovellus kerää dataa käyttäjästään ja hänen mielialioistaan sekä tarjoaa valmiita pakettia unelmalomasta (KUVA 18).

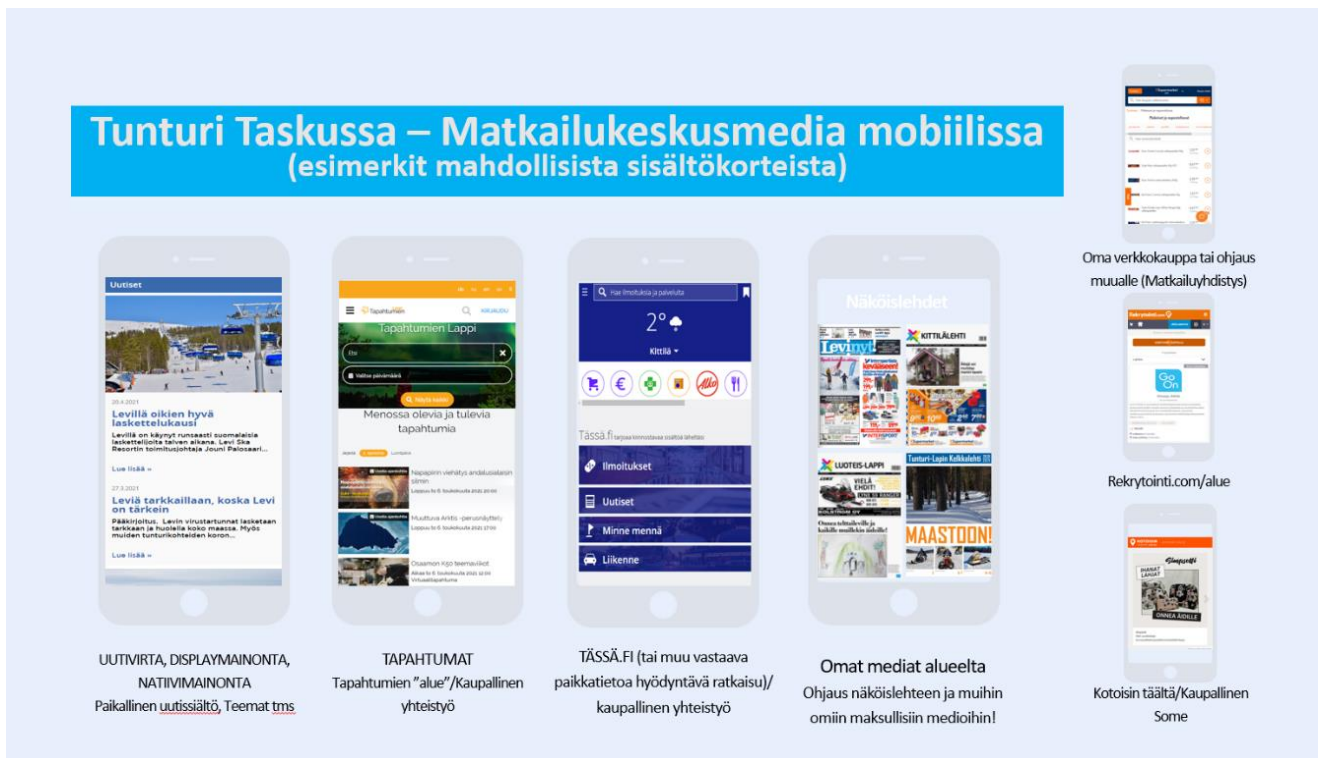


Kuva 18. Paperiproto, valintaikkuna

Aloitusvalmistelut on saatu tehtyä, kaikki on valmista ja matkailija pääsee nauttimaan valinnoistaan matkakohteeseen. Sovellus ilmoittaa kalenteristaan, mitä käyttäjällä on seuraavaksi ohjelmassa, osuuko keskiviikon hiihtolenkki suoraan sakeaan lumimyrskyyn, tai onko suosituille turistikerrokselle vapautunut paikka. Sovellus jopa tarjoaa vaihtoehtoja tekemistä huonon sään tai kalenteripäivä *vaihtomerkintää* -ajaksi. Voit kuvata matkaasi suoraan sovellukseen, ja halutessasi jakaa otoksiasi myös muille käyttäjille, ehkä pienen kuvatekstin tai palautteen kera.

5.3 Tietokoneprototyyppi

TunturiTaskussa sisältää paikallisuutiset, tärkeät nostot alueen asioista, tapahtumista ja ihmisistä. On toki selvää, että sen pitää kulkea emokonserninsa tietä, eli olla tunnistettavissa alkuperästään, ja tämän vuoksi onkin tärkeää, että se ei ole mikä tahansa matkailusovellus, vaan sovellus, joka on kaikkea, mitä Lapin matkailija lomallaan tarvitsee. Se listaa kohteen ravintolat ruokalistoineen ja omaa reaaliaikaisen pöytävaraustoiminnon, koska mikä olisikaan lomalla parempaa kuin helposti saatavilla oleva ravinto? Oli kohde tuttu taikka uunituore, niin suomalainen osaa arvostaa reaaliaikaista tietoa ja mahdollisimman lyhyttä odotusaikaa. Sovellus voi näyttää miltä vain ja sisältää mitä vain; tämä ensimmäinen tietokoneella tehty prototyyppi on visio ikkunanäkymistä, joista TunturiTaskussa rakentuisi (KUVA 19).



KUVA 19. Tunturi Taskussa prototyypin (Mattinen 2020)

5.4 Aktiviteetit ja majoitukset

Matkailukeskussovellus pitää sisällään kaikki alueen aktiviteettimahdollisuudet. Siitä voi selailta kiinnostuksen mukaan vaihtoehtoja eri toimijoilta: oli se sitten kanoottiseikkailu, patikointiretki tai tennis-matsi. Tuttuun tapaan käyttäjä saa tehtyä varauksen sovelluksen kautta ja hyödynnettyä mahdolliset tarjoukset aktiviteetteihin, joista sovellus ilmoittaa. Käyttäjällä voi halutessaan varata oppaat aktiviteetteihin mukaan ja tietenkin tarvittavat varusteet omassa koossa. Toisin sanoen, sovelluksen avulla kaikki on lähtöä vaille valmiina. Kaiken voi maksaa myös ennakoon, jos haluaa välttyä turhilta jonoituksilta tai sosiaalisilta kontakteilta. Suosituimmat aktiviteetit Lapissa talvella ovat vuosi vuoden jälkeen hiihto ja laskettelu sekä poro- & huskyajelut. Patikointi ja muu luontoretkeily ovat taas kesän ja syksyn top-aktiviteettejä, joita matkailijat varaavat. (Tripsteri, 2019.)

Majoituksen tulee olla halpa, siisti, hyvällä sijainnilla ja asiakaspalvelun viiden tähden luokkaa. Nämä ovat kriteerit, joista suomalainen harvoin tinkii ja joista täytyy löytyä dataa eli muiden matkailijoiden arvosteluita. TunturiTaskussa-sovelluksen käyttöliittymä kokoaisi kaiken yhteen ja yksinkertaisesti kuin mikä tahansa majoitusapplikaatio. Tänä päivänä matkailija etsii elämyksiä eikä välttämättä sitä

kiiltävän valkoista viiden tähden hotellia kultahanoilla ja kultakahvoilla. Hän etsii uniikkia, silmää miellyttävää ja maanläheistä rauhaa. On olemassa mielenkiintoisen trendi: iglu. Siinä pääsee lähelle tuntumaa kuin olisi osa arktista kansaa ja lähellä esi-isien heimoa. Mahdollisuus on yöpyä keskellä luontoa, tähtitaivaan ja revontulien syleilyssä tai kuvitella keinuvansa keskellä valtameren pienen jää-lautan turvin. Tämän kaiken mielikuvan saa varattua itselleen matkailusovellusten kautta. Ja, jotta TunturiTaskussa olisi majoitusvaraajan valinta, sen tulee olla helppo ja sen tulee tuntea käyttäjänsä, sekä tietää mitkä majoitukset ovat milläkin hetkellä suosiossa.

Muutamia suosittuja majoituksia ovat esimerkiksi Nova Skyland-lomakylä, joka sijaitsee napapiirillä kiinalaisten omistuksessa. Vuonna 2020 lomakylän yhteyteen avattiin lohikäärmeen muodosta ideoitu kaksikerroksisia huoneistoja sisältävä hotelli. Yläkerrasta löytyy makuuhuone ja kylpyhuone, alakerta on varattu oleskeluun ja saunomiseen. Suuret maisemaikkunat näyttävät kauniin metsämaiseman, joka viestii rauhasta, vaikka hotelli onkin keskellä palveluita. Toinen matkailijoiden suosikki on suomalaispariskunnan perustama Glass Resort. Nämä kaksikerroksiset lasitalot sisältävät keittiön, saunan ja ulkoporealtaan. Majoittuisitko mieluiten Arctic Treehouse hotellissa, jossa Kourtney Kardashian on yöpynyt? Taloa kutsutaan käpylehmäksi, koska se seisoo jalkojen päällä. (Raitala 2020.)

5.5 Terveyspalvelut

Matkalla voi sattua mitä vain ja on erityisen tärkeää, että lähellä on apua. Apteekin mutkaton sijainti, kunnallinen terveystiete tai yksityinen lääkäriasema ovat lomailijan turva samalla tavalla kuin vakuutus. Lappiin suuntaavan kannattaa tiedostaa se tosiasia, että terveyskeskuspäivystykseen voi olla matkaa jopa satoja kilometrejä. Ainoat ympärivuorokautiset päivystykset löytyvät Ivalosta ja Rovaniemeltä, mutta onneksi melkein joka kunnasta löytyy ambulanssi sekä ensihoitoyksikkö. Tämä päivystyksen vähäisyys ja suuret etäisyydet tulevat silti monelle turistille yllätyksenä ja tämän vuoksi onkin äärimmäisen tärkeää, että asian informaatio löytyy taskusta, TunturiTaskusta-applikaatiosta. Sovellus näyttää paikallisten palveluiden listauksessa lähimmän apteekin kilometrien tarkkuudella sekä toimipisteen aukioloajat. Sovelluksessa voi myös etsiä lähintä auki olevaa terveyspalveluyksikköä. (Kujala 2020.)

5.6 Ravintolat ja tapahtumat

Ravinto ja kulttuuri kiehtovat matkailijoita lähtökohtaisesti hyvin paljon. Turistit haluavat erilaisia ruokaelämyksiä matkaltaan; uusia makuja, hienoja fine dining-ruokia, perinneruokaa, halpaa ja täyttävää nopeasti tarjolla olevaa ruokaa. ”Lapissa syödään sitä, mitä nähdään, kun katsotaan ulos” kuuluttaa Lapland Safaris sivuston kirjoitus. Jos haluat perinteisen lappilaisen lautasmallin, niin se sisältää rautua, jäkälää, marjoja ja poroa; nämä raaka-aineet ovat lappilaisen ruokakulttuurin kulmakiviä, joiden suhteen pohjoisen asukkaat pyrkivät omavaraisuuteen. Puhdasta ja laadukasta ruokaa suoraan luonnosta, miksipä ei. Lapland Safaris tarjoaakin näitä huimia ruokaelämyksiä keskellä lumen ja jään valtakuntaa jääravintolassa tai korkealla tuntureiden kupeessa revontulien alla Sky kitchen & view-ravintolassa. Pääset myös nauttimaan ruokaelämyksiä erämaakotaan, joka viestii Lapin perinteiden maailmaa. (Lapland Safaris.) Oli matkailijan valinta sitten hieno ruokaelämys tai nopea pysäkki pikaruokaravintolassa, on tiedon löydyttävä taskun pohjalta eli TunturiTaskussa-applikaatiosta. Kuten aiemmin kirjoitin, se listaa kohteen kaikki ravintolat ruokalistoineen ja sisältää ravintolan sisäisen varauskalenteritoiminnon. Sovellus näyttää tietenkin lähimmät ravintolat ja kysyy minkälaista ruokaa käyttäjän tekisi mieli, montako ruokailijaa ja syödäänkö paikan päällä vai vaihtoehtoisesti pakataanko ruoka kotipakettiin. Valintojen perusteella sovellus ehdottaa paikkaa käyttäjälleen.

Tapahtumat, konsertit, keikat ja ensi-illat ovat monella matkailijalla mielessä, koska kaikki eivät mene kohteeseen ainoastaan rauhoittumaan. Kirjoittaessa Googlen hakukenttään ”keikat Levillä tänään” saa listan eri sivuistoista, ja sitten vaikka klikkaa jollekin yksinkertaiselta vaikuttavalta keikkalista -sivustolle. Tämä ei ole vaikeaa ja yllättävän nopeasti löytää tiedon lähellä olevasta keikasta. Mutta mitä jos TunturiTaskussa ehdottaisi keikkaa jo siinä vaiheessa, kun matkaja on vasta suunnittelemassa matkaansa? Sovellus listaa sen käyttäjän profiilitietojen perusteella jotakin tekemistä kohteeseen ja voi ostaa jo kotisohvalta liput suosikkiartistinsa keikalle tai pääsyliput kokoperheen tapahtumaan. Suosikkisivustot kuten levi.fi, hulluporo.fi ja meteli.fi tarjoavat kattavat informaatiot tulevista tapahtumista ja keikoista ja tämä sovelluksen ideana onkin saada paljon toimijoita yhteistyöhön, jotta TunturiTaskussa-sovelluksesta pääsee hyvin helposti näille nettisivuille surffailemaan.

6 JATKOTUTKIMUSIDEA

Yllättävän usein törmää vanhoihin yrityksiin, jotka harjoittavat kasvustrategiaa ikään kuin perässä juoksemalla. Yritykset, jotka eivät ole suunnannäyttäjiä jäävät yleensä jalkoihin toimialan kehittyessä, ja huomaavat muutoksen tarpeen aivan liian myöhään. Kun lähdetään suunnittelemaan hyvää tuotetta ja mahdollisesti uutta kokonaista tuoteperhettä, tarvitaan kokonainen tiimi työskentelemään häikäilemättömän tiiviisti yhdessä. Ketterät kehitysmenetelmät ovat hyvä suunta kohti varmaa ohjelmistokehitysprojehtia; kokoamalla ammattitaitoisen scrum-tiimin tuote on hyvissä käsissä. Pääsääntöisesti scrum-tiimiin tarvitaan Product Owner eli tuoteomistaja, joka on aina yksi henkilö ja vastaa tuotteen kehitysjonosta. Jotta tuote saadaan kehitettyä, tarvitaan kokonainen kehitystiimi, joka muuttaa tuotteen kehitysjonon oikeaksi tuotteeksi. Kehitystiimi pitää sisällään itseohjautuvia ammattilaisia, joilla on kaikki tarvittava osaaminen ohjelmistoprojektia varten. Sitten on vielä Scrum master, jolla on päävastuu tiimin toiminnasta viitekehyksissä, ja hän palvelee tiimin lisäksi tuoteomistajaan ja organisaatioon päin. (Schwaber & Sutherland 2020, 4-6.)

Täytyy miettiä myös koodaritiimi, onko konsernin sisällä tarvittavat osaajat vai otetaanko se alihankinnan kautta. Minkälainen tämän projektin toteutus olisi kokonaisuudessaan; onnistuuko se ja minkälaisella aikaikkunalla? Realistinen toteutusaika tämän kaltaiselle ohjelmistoprojektille olisi vähintään yksi vuosi, mutta mielellään muutama vuosi, koska näin suuri projekti vaatii aikaa, ammattilaisia ja paljon testausta.

Luin Hanna Jousalan (Jousala 2016) tutkimuksen uudenlaisen mobiilisovelluksen konseptista ja aloin miettimään mitä jatkotutkimukseni voisi käsitellä. Totesin, että viimeinen palapelin pala tässä työssäni olisi Tunturi Taskussa-prototyypin luominen markkinoille valmiiksi tuotteeksi yhdessä Scrum-tiimin kanssa. Valmistelisimme prototyypille testiryhmän, joka koostuisi Google Forms-kyselyn perusteella 18–35-vuotiaista kotimaan matkaajista. Tutkimusmenetelmänä voisi hyvin toimia kvantitatiivinen tutkimus sisältäen seuraavia kysymyksiä: oletko kiinnostunut sovelluksesta? Mikä tekee siitä kiinnostavan? Miksi se ei kiinnosta? Mitä lisäyksiä tekisit sovellukseen? Mitä muuttaisit sovelluksessa? Käytäisitkö jotain muuta vastaavaa matkailusovellusta mieluummin kuin Tunturi Taskussa-matkailukeskustusta? Tämä olisi tutkimukseni viimeinen etappi, koska kvantitatiivinen tutkimus osoittaisi sen, olisiko tuotteella käyttäjiä; kannattaako prototyyppiä jalostaa oikeaksi tuotteeksi.

7 POHDINTA

Digitalisaatio on kiehtonut minua jo vuosia sen täydellisen 2000-luvun taitteen murskailmestymisen jälkeen ja sen räjähtävän suunnitelmallisuuden vuoksi. Digitalisaatiossa on tulevaisuus, koska kaikki mikä on digitalisoitavissa, tulee digitalisoitumaan. Se saattaa kuulostaa välillä hieman pelottavaltakin, ehkä suorastaan masentavalta; missä vanha aika ja vanhat hyvät tavat sekä tottumukset? Ennen oli paremmin ja sitä rataa. Kuulun itsekin siihen koulukuntaan, jotka rakastavat paperista sanomalehteä ja jotka ottavat luvattomia taukopäiviä sosiaalisista kanavista sulkemalla säteilevien laitteiden mobiilidatan. Sitten olen taas se innovatiivinen insinööri, joka näkee kaikessa mahdollisuuden mutkattomampaan toimintaan, digitalisaatioon.

Aloitin opinnäytetyöni tutkimusprosessin vuoden 2022 syksyllä töiden ohessa. Kiinnostuin välittömästi ideasta, jonka sain työtäni varten konsernimme sisältä, olen nimittäin aina pitänyt sovelluksia erittäin kiinnostavana ja lajina, joka ei lopu. Aiheen töitä on vaikka millä mitalla, mutta tämä Tunturi-Taskussa-konsepti kiehtoi sen erilaisuudellaan, ja mahdollisuudellaan luoda itse lisää tarinaa sen olemassa olevan ajatuksen ympärille. Kasvatin sen kokoa ja sielua säilyttäen silti sen alkuperäisen idean; uusi matkailukeskusmedia, kannattako sitä toteuttaa? Minulla ei ole kokemusta sovellusten suunnittelusta tai ylipäänsä käyttöliittymien maailmasta, mutta se seikka ei jarruttanut päätöstäni lähteä tämän aiheen pariin, onneksi tietoa löytyi etsimällä ja opiskelemalla.

Tämä opinnäytetyöprosessi on kestänyt kokonaisuudessaan seitsemän kuukautta ja olen oppinut sen matkassa enemmän kuin osasin kuvitella. Ammatillinen kasvu on se, mikä kuvaa lopputunnetta kaikista parhaiten. Tutkimukseni ansiosta opin käyttöliittymistä, liiketoiminnasta ja matkailusta niin paljon, että voisin työskennellä koko paketin parissa. Suurin toiveeni oli vuonna 2021, kun aloitin opinnot, että työllistyisin tämän tärkeän tutkintolinjan ja opinnäytetyöni saattamana tulevaisuuden alalle. Toive ei näennäisesti ollut mahdoton, koska työllistyin digitalisaationsuunnittelijaksi ja olen valmis kohtaamaan alan monimuotoisuuden.

LÄHTEET

Duffy, J. 2022. The best travel apps for 2022. Saatavissa: <https://uk.pcmag.com/travel-how-to/140987/the-best-travel-apps-for-2022>

Helin, A. Lapin parhaat elämykset–vinkit Suomen eppisimpään matkakohteeseen. Saatavissa: <https://kerranelamassa.fi/kotimaan-matkailu/lappi/>

Jousala, H. 2016. Uuden mobiilisovelluksen konsepti matkailualalle. Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelman opinnäytetyö. Helsinki: Haaga-Helia. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2016112316981>

Kujala, P. 2020. Lapin matkailijaa voi odottaa ikävä yllätys. Ilta-Sanomat, artikkeli. Saatavissa: <https://www.is.fi/kotimaa/art-2000006589158.html>

Kytölä, J. & Kärkkäinen, A. 2021. Datan hyödyntäminen osana yrityksen digitaalista asiakaspolkua. Liiketalouden tutkinto-ohjelman opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2021100318257>

Työ- ja elinkeinoministeriö. Matkailu lukuina. Saatavissa: <https://tem.fi/matkailu-lukuina>. Viitattu 19.4.2023.

Lapland Safaris. Ruokaelämykset. Saatavissa: <https://www.laplandsafaris.com/fi/aktiviteetit-lapissa/ruokaelamykset>

Levi Ski. 2021. Saatavissa: [https://blog.levi.ski/levin-hihtokeskus-sailytti-asemansa-suurimpana-hihtokeskuksena-talvikauteen-mahtui-ennatyksia](https://blog.levi.ski/levin-hihtokeskus-sailytti-asemansa-suomen-suurimpana-hihtokeskuksena-talvikauteen-mahtui-ennatyksia)

Lapin liitto. Lapin matkailu – yhteistyöllä kansainväliseen menestykseen. Saatavissa: <https://www.lapinliitto.fi/edunajaminen/matkailu/>. Viitattu 19.4.2023.

Maps Finland, Levi kartalla. Saatavissa: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Levi>

Mattinen, H. 2020. Tunturi Taskussa-prototyypin. Ei saatavilla.

Military, TripCase. Saatavissa: <https://www.military.com/undertheradar/2014/08/organize-your-travel-with-tripcase>

MyGo, Hickin laki kuvana. Saatavissa: <https://bootcamp.uxdesign.cc/beginners-guide-to-hicks-law-3d855bbb3e8c>

Ohjelmistoyritys Qvik. Kotisivut. Saatavissa: <https://qvik.com/fi/>

Omowunmio, Jakobin laki kuvana. Saatavissa: <https://omowunmio.medium.com/understanding-the-laws-of-ux-design-947a96beb6de>

Proctor, R. W. & Schneider, D. W. 2018. Hick's law for choice reaction time: A review. Quarterly Journal of Experimental Psychology, 71(6), 1281–1299. Saatavissa: <https://doi.org/10.1080/17470218.2017.1322622>. Viitattu 19.4.2023.

Raitala, K. 2020. Lomaile Lapissa. Gloria, artikkeli. Saatavissa: <https://www.gloria.fi/artikkeli/matka/lomaile-lapissa-maailmantahtien-tyyliin-glorian-vinkeilla-loydat-ylellisimmat>

Salovaara, I. 2011. Käyttöliittymäsuunnittelu. Tietotekniikan koulutusohjelma opinnäytetyö. Forssa: Hämeen ammattikorkeakoulu. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201105168101>

Schwaber, K. & Sutherland, J. 2020. Scrum-opas. Scrumin määritelmä ja pelisäännöt. Saatavissa: <https://scrumguides.org/docs/scrumguide/v2020/2020-Scrum-Guide-Finnish.pdf>

Sketchplanation, Fittsin laki kuvana. Saatavissa: <https://sketchplanations.com/fitts-law>

SurveyMonkey, Monivalintakysymykset: kaikki mitä sinun tarvitsee niistä tietää, 2023. Saatavissa: <https://fi.surveymonkey.com/mp/multiple-choice-questions-everything-you-need-to-know/>.

Tripsteri, 2019. Lapin aktiviteetit. Saatavissa: <https://tripsteri.fi/lappi/aktiviteetit/>

Visitory, 2021. Lapin matkailu. Saatavissa: <https://visitory.io/fi/lapland/2021-01/2021-12/>

Visitory, 2021. Rekisteröidyt yöpymiset Lapissa. Lapin materiaalipankki, Lapin liitto. Lähteet: Finavia, Ilmatieteenlaitos, Meteostat, Socialblade, Tilastokeskus. Saatavissa: <https://visitory.io/fi/lapland/2021-01/2021-12/>

Visitory, 2021. Lappi: Matkailu pähkinänkuoressa. Lapin materiaalipankki, Lapin liitto. Lähteet: Finavia, Ilmatieteenlaitos, Meteostat, Socialblade, Tilastokeskus. Saatavissa: <https://visitory.io/fi/lapland/2021-01/2021-12/>

Visitory, 2021. Majoitusmyynti. Lapin materiaalipankki, Lapin liitto. Lähteet: Finavia, Ilmatieteenlaitos, Meteostat, Socialblade, Tilastokeskus. Saatavissa: <https://visitory.io/fi/lapland/2021-01/2021-12/>

Venermo, A. Flocan. Saatavissa: <https://folcan.fi/digitaalinen-asiakaspolku-opas-maarittamiseen/>

Yablonski, J. 2020. Laws of UX: Using Psychology to Design Better Products & Services. United States of America: O' Reilly Media. Saatavissa: https://books.google.fi/books?hl=fi&lr=&id=BuneD-wAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=jakob+nielsen+jakobs+law&ots=_IKW-PLJaYr&sig=5AKB95VK_JFvOb6QwFnuD4n5nj8&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

LIITTEET

Pohjoinen matkailu kotimaassa -kysely liite 1

POHJOINEN MATKAILU KOTIMAASSA -KYSELY



Osio 1/8

Pohjoinen matkailu kotimaassa



Pieni anonymikysely matkustuskäyttäytymisestä. Kiitos kun vastaat!

Minkä ikäinen olet?

- 18-35 vuotias
- 36-60 vuotias
- 61-75 vuotias

Pidätkö kotimaanmatkailusta?

- En juurikaan 1 2 3 4 5 Ehdottomasti!
-

Missä seuraavissa pohjoisissa kohteissa mieluiten vieraillet tai vierailisit?

- Levi
- Saariselkä
- Rovaniemi
- Kemi
- Kuusamo
- Vuokatti
- Kalajoki
- Kokkola
- Pietarsaari

Mitä kautta varaat matkasi?

- Internet-sivusto
- Kännykkäsovellus
- Puhelinsoitto

Osio 2/8

Varaan sovelluksen kautta



Kuvaus (valinnainen)

Mitä seuraavista sovelluksista käytät eniten?

- Airbnb
- Booking.com
- Trivago
- Hotels.com
- Momondo
- ebookers
- Joku muu



Osio 3/8

Kertoisitko vielä...



Kuvaus (valinnainen)

Mitä varaussovellusta käytät?

Pitkä vastausteksti

Osion 3 jälkeen Siirry osioon 4 (Pari kysymystä vielä...)

Osio 4/8

Pari kysymystä vielä...



Kuvaus (valinnainen)

Mitkä seuraavista ovat tärkeä osa matkaasi?

- Kulttuuri
- Urheilu ja aktiviteetit
- Lepo
- Konsertit/Keikat
- Ruokaelämykset

Mistä kanavasta etsit tietoa kohteesi tarjonnasta?

- Paikallislehti
- Internet
- Matkailulehdet
- Jokin muu tai useampi ylläoleva



Osio 5/8

Tarkentaisitko hieman...



Kuvaus (valinnainen)

Mistä etsit tietoa?

Pitkä vastausteksti



Osion 5 jälkeen Jatka seuraavaan osioon

Osio 6/8

Mitä asioita etsit tiedotusvälineistä matkasi aikana?



Kuvaus (valinnainen)

Valitse seuraavista

- Aukioloajat
- Tarjoukset
- Hinnat
- Sää
- Paikallisuutiset
- Tapahtumat
- Historia
- Terveyspalvelut
- Aktiviteetit
- Ravintolat



Kuinka tärkeänä pidät paikallisten toimijoiden näkymistä/mainostamista matkakohteessasi?

En yhtään tärkeänä 1 2 3 4 5 Hyvin tärkeänä

Osion 6 jälkeen Jatka seuraavaan osioon

Osio 7/8

Loppusuoralla ollaan!

Kuvaus (valinnainen)

Kerro vielä muutamalla sanalla, mikä on onnistuneen matkan salaisuus?

Pitkä vastausteksti

Osion 7 jälkeen Jatka seuraavaan osioon

Osio 8/8

Kiitos ajastasi!

