

eHospitality

-
empatiaa ja arvonluontia digitaalisissa
palvelukohtaamisissa
-

Lappi-case: Hyviä käytänteitä ja esimerkkejä

3.11.2022

MacBook Air

Kuva: Tatiana Syrikova - Pexels



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



LAPIN LIITTO

LAPIN AMK⁷
Lapland University of Applied Sciences

Sisältö:

Lappi -case

- 1) Nykytila-analyysi
- 2) Valokuvaopaskirjanen
- 3) Museon digitalisoitu elämys
- 4) Farm Escape elämys ja digitalisaatio



1. Nykytila-analyysi

Nykytila-analyysissä kartoitettiin

- A) Vieraanvaraisuuden, fyysisten ja digitaalisten kohtaamispisteiden nykytilan esimerkkejä matkailualan digitaalisissa palvelukohtaamisissa Lapissa sekä
- B) Kotimaisia ja kansainvälisiä parhaita käytänteitä fyysisen ja digitaalisen asiakasymmärryksen ja -kokemuksen integroinneista osana arvonluontia.



1. Nykytila-analyysi

Keräsimme nykytila-analyysiin aineistoa teemahaastattelemalla 12 matkailun asiantuntijaa Lapissa:

- Matkailun alueorganisaatioista, matkailuyhdistyksistä, matkailuyrityksistä ja matkailuliitännäisistä organisaatioista.
- Aineistoa käsiteltiin ja analysoitiin laadullisen sisällönanalyysin menetelmällä
- Lisäksi aineistoa analysoitiin peilaten matkailukohteiden tilaa eTourism, Smart Tourism ja Metaverse kategorisoinnin pohjalta (Koo 2022).

Teemahaastattelu toteutettiin yhteistyössä FIT ME!
(Foreign Individual Travelers' hospitality and Mobility Ecosystem) hankkeen
(Business Finland rahoittama) kanssa.



1. Nykytila-analyysi, tuloksia

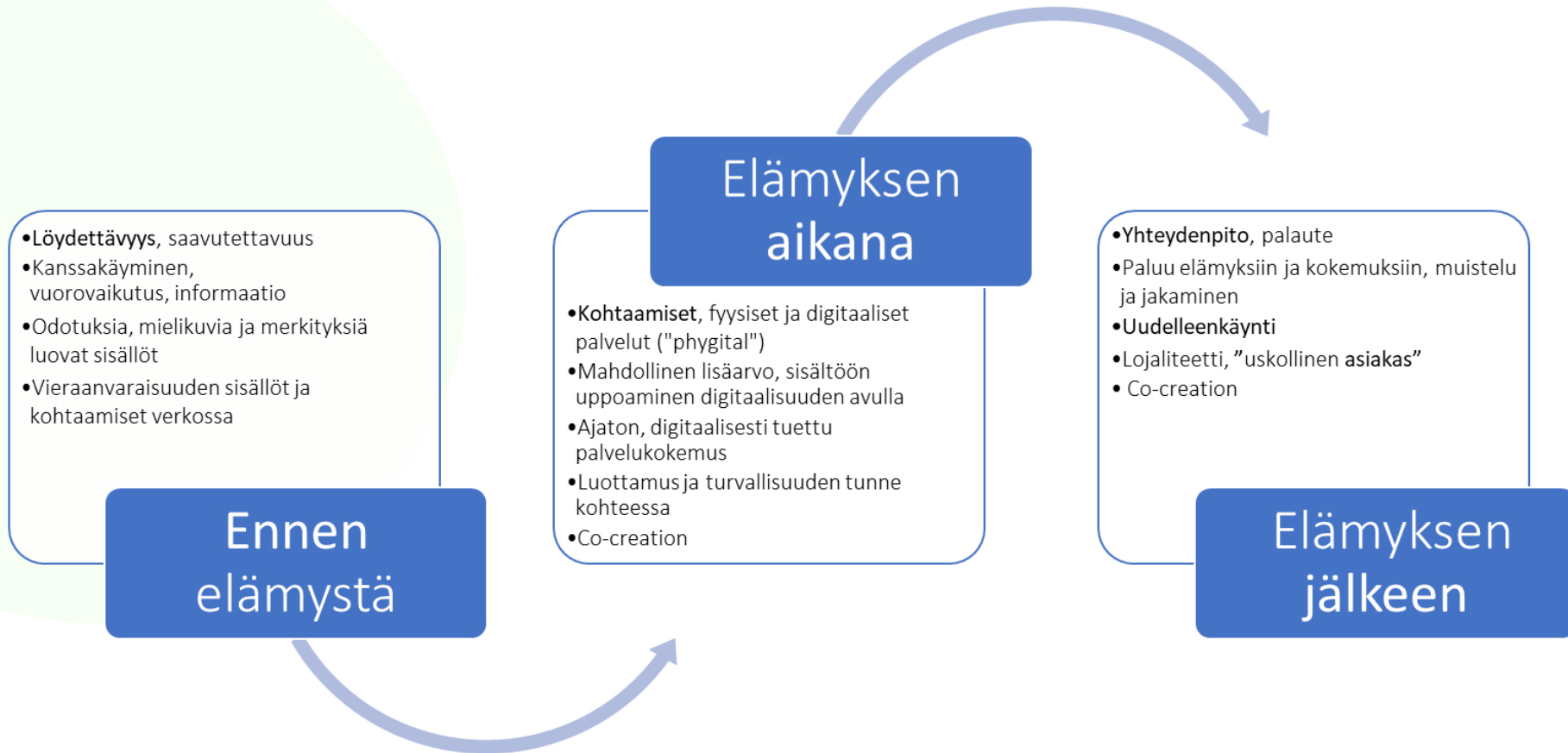
Digitaalisuus on osa lappilaisten kohteiden ja toimijoiden matkailu- ja kohdepalveluita, joskin ilmenee, että digitaalinen kehittyneisyys on heterogeenista. Osa kohteista on edistyneemmällä tasolla kuin toiset.

Miten hyödyntää robotiikkaa? Tai automatisaatiota? Onko kestäväää palvelua ihmiseltä ihmiselle? Joissakin kohteissa vahva vastustus sosiaalisille roboteille (chatbot), sillä bottia ei tunnusteta personoiduksi digitaaliseksi palveluksi. Voisiko resurssivaihto ehtona olla kuitenkin personoitu sosiaalinen robotti (chat-bot)?

Kohdetasolla suunnitelmallinen strategiaan ja systemaattiseen operationalisointiin pohjautuva kaikkia kohdetoimijoita yhdistävä digitaalisuuteen liittyvä kehittämistyö on kantanut hedelmää.

Matkailuyrittäjä voi olla edelläkävijänä kohteen digitaalisten elämyspalveluiden kehittämisessä (joskus taustalla korona-ajan rahoituskanavat)

1. Nykytila-analyysi, tulokset



2. Valokuvaopas

Keväällä 2022 järjestetyllä opintojaksolla ”Collaborative Customer Experience and Digital Marketing” seitsemän opiskelijan ryhmä loi Digitaalisen markkinoinnin valokuvaoppaan yrittäjille. Toimeksiantajana toimi eHospitality-hanke.

Oppaan tarkoituksena on opastaa lukijaansa valokuvien käytön erilaisista mahdollisuuksista digitaalisessa markkinoinnissa.

Valokuvaoppaan sivuilla lukijaa opastaa eteenpäin Kamera-Hemmo.



2. Valokuvaopas

VALOKUVAT JA EMPATIA

VIERAANVARAISUUS JA OSALLISTAMINEN VALOKUVISSA

Osallistamisella tarkoitetaan prosessia, joka tekee osalliseksi tai aktivoi ihmisiä. [25] Asiakkaita voi osallistaa esimerkiksi kannustamalla jakamaan valokuvia yrityksestäsi ja tuotteistasi. Tällä tavoin yrityksesi saa palvelulleen näkyvyyttä digitaalisessa ympäristössä sosiaalisen median kautta. Esimerkiksi lappilaisena yrittäjänä voit osallistaa asiakkaitasi kannustamalla heitä jakamaan ottamiaan kuvia retkistään erämaaluontoon ja lisäämällä niihin tietyn hastagin eli aihe tunniste. [26]

Tavoitteenasi todennäköisesti on luoda asiakkaallesi tervetullut olo yrityksesi. Haluat, että asiakkaasi tuntee itsensä tärkeäksi ja että hänestä välitetään. Kuinka valokuvien avulla välitetään empatiaa asiakkaallesi, kun hän vierailee yrityksesi verkkosivuilla ja sosiaalisessa mediassa? Näitä kysymyksiä on hyvä miettiä digimarkkinoinnin suunnitteluvaiheessa.



2. Valokuvaopas

Lisäksi valokuvaoppaassa on neuvoja mm. siihen, minkälainen on laadukas kuva, miten voi käyttää tarinallistamiseen ja mikä merkitys valokuvien väreillä on.

LAADUKKAAT KUVAT

MILLAINEN ON LAADUKAS KUVA?

Kuvat kertovat enemmän kuin tuhat sanaa! Tämä lausahdus on hyvin kliseinen, mutta se on aivan totta. Valokuvilla saattaa usein olla suurempi merkitys kuin itse tekstillä. Asiakas kiinnittää ensiksi huomionsa valokuvaan ja sen jälkeen muuhun sisältöön.

Valokuvaoppaan laatijat:
Jatta Hartikainen, Elina
Rousu-Uurtamo, Jonna
Räisänen, Varpu Hakola,
Mimmi Posio, Elle
Räisänen, Veera Tenhunen

3. Museon digitalisoitu elämys



Kuva: Petra Paloniemi, 2022

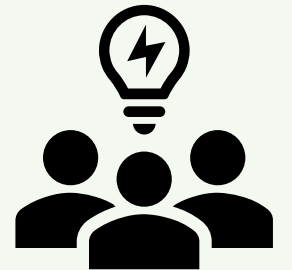
AR-tuettu mobiilikierros
porotilamatkailuyrityksessä

4. Farm Escape elämys ja digitalisaatio

Pakopeli Farm Escape ja käyttökokemukseen liittyvä testaus kannettavalla eyetracking-laitteistolla

Testin kolme eri vaihetta:

- Saapuminen Farm Escapelle
- Pakopelin ohjeistus
- Pelin aikainen kokemus



4. Farm Escape elämys ja digitalisaatio

Farm Escapelle saapumisen testattiin yhdellä testihenkilöllä. Testihenkilö oli tutustunut etukäteen yrityksen verkkosivuihin ja sosiaalisen median sisältöön.

Havaintoja:

- Kylämaisema vanhoine taloineen ja pihapiireineen kiinnittää huomion
- Lampaat pellolla
- Farm Escapelle ei ole täältä suunnalta tultaessa selkeätä opastetta
- Liisa vastaanottamassa
- Autot pihassa



4. Farm Escape elämys ja digitalisaatio

Kodassa

Havaintoja:

- Sisälle tullessa ohimennen tulipaikan tuli
- Ensimmäisenä varsinaisesti kiinnittyä huomio kodan seinämän läpi heijastuvaan auringonvaloon
- Savuaukko kodan yläosassa
- Istumapaikat
- Keskittyminen Liisaan hänen puhuessaan ja siinä välillä
- Tuli
- Kahvipannu



4. Farm Escape elämys ja digitalisaatio

Pelin ohjeistaminen

Testaus käyttäjällä, joka oli pelannut pakopelin aiemmin toisaalla – ei vierailut Farm Escapella

Havaintoja:

- Eläinten äänet
- Pöytä ja siinä olevat esineet kiinnittävät huomion
- Esineet seinällä ja ovesa havaitaan
- Kanan ym. munat ja kukat
- Ohjeistuksen aikana keskittyminen Liisaan ja esitykseen liittyviin asioihin



4. Farm Escape elämys ja digitalisaatio

Peli

Pelialueella pelin aikana kolme eri testaajaa käytti eyetracking-laitteistoa

- Pelin aikana ymmärrettävästi käyttäjät etsivät katseellaan monenlaisia yksityiskohtia, jotta voisivat löytää vihjeitä pelin ratkaisuun
- Lisäksi pelin edetessä mukaan tulevat eläimet kiinnittävät huomion
- Myös ne eläimet, joita ei saanut vapauttaa, kiinnittävät huomion



4. Farm Escape elämys ja digitalisaatio

Käyttäjäkokemuksia eye-tracking-testauksesta:

”Kokeilin eye trackingiä ensimmäisenä, 5 km:n matkan autossa ennen Farm Escapeen saapumista. Lasit olivat yllättävän pienet, eivät sellaiset kolhot virtuaalilasit kuin edellisyyden unessani, ja niiden olemassa olon miltei unohti. Hieman ne vaikuttivat käyttäytymiseen; ehkä suuntasin katsettani hieman tietoisemmin kuin ilman niitä. Näppärästi lasit nauhoittavat myös äänen, joten kommentit asettuvat automaattisesti oikeisiin kohtiin. Aluksi olin myös hieman kiusaantuneen tietoinen kaiken rupattelunkin nauhoittamisesta.”

”Minulla oli eye tracking -lasit päässä heti pelin alkuun. En käytä silmälaseja, joten aluksi lasit tuntuivat häiritseviltä ja ns ylimääräisiltä. Alkuun myös ajattelin laseja paljon ja tuntui että sitä oikein miettimällä mietti, että miten katson ja minnekin tai vastaavasti, miten minun pitäisi katsoa minnekin. Lasit jäivät aika kauas silmistäni, joten tuntui että silmien ja linssien väliin jäi häiritsevä välitila. Kesti hetki tottua laseihin ja näkö tuntui jotenkin epätarkalta. Pelin tempo vei kuitenkin mennessään ja lopulta lasit unohtuivat.”

”Oma eyetracking kokeiluni ajoittui tehtävän loppupäähän. Oli mielenkiintoista yrittää ratkoa tehtävää ne päässä ja kävellä ympäri tallia. Kävellessä katse tuli pitää maassa koko ajan vapaana olevien eläinten vuoksi, ettei vahingossa astu niiden päälle. Kyllä se katse aika paljon mielestäni ajautui eläimiin. Ne olivat vaan niin söpöjä ja ihania, että niitä piti tuijotella. Jos on tosi huono näkö itsellä ja on vain lasit, niin silloin eyetracking laseja voi olla hankala pitää, kun et näe nenääsi pidemmälle. Voisikohan laseja, jotenkin muokata niin, että ne saisi normaalsen silmälasien päälle?”



4. Farm Escape elämys ja digitalisaatio

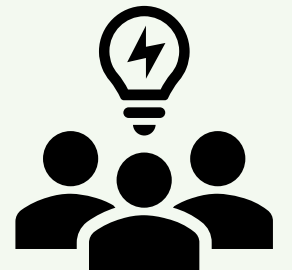
- Elämyksessä oli käytetty jonkun verran digitaalisia elementtejä ja ne toimivat hyvin.
- Opastus voisi olla digitaalinen, mutta toisaalta myös henkilökohtainen tapaaminen ja mahdollisten kysymysten esittäminen on todella tärkeää.
- Pakopeli voisi toimia myös virtuaalisena pelinä, jolloin se olisi kokonaan digitaalinen elämys. Toki silloin tärkeät fyysiset arvonluonnin kohdat, kuten esimerkiksi eläinten silittely, jäisivät pois.



4. Farm Escape elämys ja digitalisaatio

Kehittämisiäideoita testaajilta:

- Livevideo
- Gopro-elämys
- Verkkosivulle virtuaalimaistainen, millaista on ratkoa pakopelipulma
- Vihjeet esimerkiksi isolle näytölle, johon vihjeet olisivat pyytämällä ilmestyneet, olisi se ollut helpompaa tai vihjeiden kysymiseen olisi ollut matalampi kynnys
- QR-koodit, AR, visuaalinen Memento360



Keskustelu -

mitkä asiat näet digitaalisen
vieraanvaraisuuden suurimpina
mahdollisuuksina?



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



LAPIN LIITTO

LAPIN AMK⁷
Lapland University of Applied Sciences

Kiitos!

Petra Paloniemi

040 710 6435

petra.paloniemi@lapinamk.fi

Aliisa Wiik

040 183 0098

aliisa.wiik@lapinamk.fi



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



LAPIN LIITTO

LAPIN AMK⁷
Lapland University of Applied Sciences