



Culture Finland

KULTTUURIMATKAILUN KATTO-OHJELMA

Laatutesteri

KULTTUURIKOHTEILLE JA MATKAILUYRITYKSILLE

2013



CULTURE FINLAND



Visit Finland

Culture Finland
Kulttuurimatkailun katto-ohjelma

Laatutesteri

KULTTUURIKOHTEILLE JA MATKAILUYRITYKSILLE

2013

Alkusanat

Laatutesterin uusittu ja täydennetty versio on tehty valtakunnallisen Culture Finland -kulttuurimatkailun katto-ohjelman toimesta keväällä 2013. Culture Finland -katto-ohjelmaa hallinnoi Finland Festivals ry, ja toimintaa rahoittavat Opetus- ja kulttuuriministeriö sekä Matkailun edistämiskeskus.

Laatutesterin päivitystyöhön ovat osallistuneet lukuisat aiheen asiantuntijat.

Kiitokset Anne Karsikas-Järviselle ja muille kommentteja ja lisäysehdotuksia antaneille.

www.mek.fi/culturefinland

SISÄLLYSLUETTELO

1 LAATUTESTERI – TEKNISET VAATIMUKSET	9
1.1 OPASTEET	9
1.1.1 Saapumisopasteet	9
1.1.2 Sisäopasteet	9
1.2 KOHDE	10
1.2.1 Fyysinen saavutettavuus	10
1.2.2 Aukioloajat	10
1.2.3 Lipunmyynti	10
1.2.4 Turvallisuus	10
1.2.5 Esteettömyys	11
1.3 FASILITEETIT	11
1.3.1 Kahvila	11
1.3.2 Myymälä	11
1.3.3 Kohteen siisteys	12
1.3.4 WC	12
1.4 KESTÄVÄ KEHITYS	12
1.4.1 Ekologisesti kestävä kehitys	12
1.4.2 Kulttuurisesti ja sosiaalisesti kestävä kehitys	13
2 LAATUTESTERI – TOIMINTATAVAT	14
2.1 MARKKINOINTI JA TIEDOTUS	14
2.1.1 Markkinointi	14
2.1.2 Esitteet	14
2.1.3 Kohde-esite	14
2.1.4 Tuote-esite/Tuotekortti	15
2.1.5 Kansainvälinen kohde	15
2.1.6 Internet-sivut	15
2.1.7 Kansainvälinen kohde	16
2.1.8 Sähköinen markkinointi	16
2.1.9 Sähköiset karttapalvelut	17
2.2 VERKOSTOITUMINEN	17
2.2.1 Kulttuuritoimijoiden kanssa	17
2.2.2 Matkailutoimijoiden kanssa	18
2.3 MYYNTI	18
2.3.1 Myyntikäytännöt	18
2.3.2 Hinnoittelu	18
2.3.3 Tiedotus	19
3 LAATUTESTERI – ASIAKASHALLINTA	20
3.1 ASIAKASPALVELU	20
3.1.1 Henkilökunta	20
3.1.2 Kansainvälinen kohde: Palvelukielet	20

3.1.3 Palveluasenne	20
3.2 ASIAKASPALAUTE.....	21
3.2.1 Asiakaspalautteen kerääminen.....	21
3.2.2 Asiakaspalautteen huomioiminen	21
3.3 ASIAKASTIETOJEN HALLINTA.....	22
3.3.1 Asiakasrekisterit.....	22
3.3.2 Jälkimarkkinointi.....	22
3.4 ASIAKKAAN POLKU	23
3.4.1 Asiakkaan polku testattu yhtenä kokonaisuutena	23
3.5 LAATUOHJELMA.....	24
LIITE 1	25
LAADUN ITSEARVIOINTI	28

Kehitä toimintaasi – paranna laatuasi!

Älä turhaan mieti yksin, miten voit vaikuttaa kohteesi laatuun ja asiakkaan kokemukseen! Nyt siitä on tehty erityisen vaivatonta, sillä käsissäsi oleva Laatutesteri on tehty auttamaan juuri sinua! Testeri toimii kohteesi toimenpide- ja tarkistuslistana. Sen avulla voit käydä läpi oleelliset asiat kohteesi toimivuuteen liittyen ja pystyt tunnistamaan kehittämistä vaativat kohdat. Laatutesterin avulla sinun on mahdollista löytää asioita, joita parantamalla asiakkaan vierailukokemuksesta tulee entistä positiivisempi. Positiivinen viesti kantautuu kauas!

Kulttuurimatkailun Laatutesterin avulla saadaan käytyä läpi erilaisia laatu- ja palvelunäkökulmia oman organisaation / kohteen / tapahtuman toiminnassa. Laatutesterin tarkoitus on auttaa tunnistamaan laadun elementit omissa toiminnassa sekä kirjaamaan ylös oman laatu- ja palvelu-työskentelyn toteutusta ja kehittämiskohteita.

Laatutesteri jakautuu kolmeen osaan:

1. tekniset vaatimukset
2. toimintatavat
3. asiakashallinta

Kaikki asiat eivät ole kaikille toimijoille oleellisia, jolloin kannattaa keskittyä niihin, jotka kuuluvat kiinteästi omaan toimintaan. Kohde / tapahtuma / näyttely voi olla laadukas, vaikka kaikki Laatutesterin kohdat eivät olisikaan täysin kunnossa.

Miten käytän testeriä?

Laatutesterin kohdat täytetään avainhenkilöistä muodostuvassa ryhmässä. Kysymyksiin vastataan kyllä tai ei. Jos kyseisen kohdan asia ei liity omaan toimintaan, valitaan vastaukseksi kysymysmerkki (?). Jos vastataan kyllä, kuvataan toimintatapa seuraavaan tekstikenttään. Jokaisen osion lopussa kirjataan osiosta kolme (3) asiaa, johon sitoudutaan vähintään vuodeksi. Tämän lisäksi osion lopussa kirjataan kolme (3) asiaa, joita kehitetään tulevan vuoden aikana.

HUOM! Toimintatavat ja muut tekstikohdat on hyvä kirjata kokonaisiin lausein niin, että vastauksesta muodostuu itsenäinen kuvaus toiminnasta. Tällöin kirjoitetuista lauseista muodostuu kuvaus laatu- ja palvelu-työskentelystä. Tätä kuvausta voi käyttää esimerkiksi asiakasviestinnässä, myynnin tukena tarjouskirjeiden liitteenä tai aina, kun pyydetään tietoja organisaation laatu- ja palvelu-työstä. Laatutesterin avulla myös saadaan esille kehittämiskohteet, joihin tarttua työskentelyssä.

1 LAATUTESTERI – TEKNISET VAATIMUKSET

1.1 OPASTEET

Opasteet antavat keskeisen kuvan kohteesta, joten on tärkeää, että ne ovat oleellisissa paikoissa ja tarkoituksenmukaisesti tehty. Opasteiden toimivuus kannattaa testata kohteen ulkopuolisella ryhmällä ennen niiden lopullista sijoittelua.

Lisätietoa löytyy Liitteestä 1 sivulta 25.

1.1.1 Saapumisopasteet

Pääväylien varrella on kohdeopasteet.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohteessa on ulkokyltitys: aukioloajat ja muut palvelut (symboleilla).	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohteessa on opaste parkkipaikalle.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohteessa on opaste sisäänkäynnille.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Sisäänkäynti on näkyvästi merkitty.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Opasteet ovat kohteen (asiakaskunnan) tärkeimmillä vierailija kielillä.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

1.1.2 Sisäopasteet

Kohteessa on tieto poistumisteistä.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohteessa on tieto kohteen kiertosuunnasta.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohteessa on tieto fasiliteeteista: mm. lipunmyynti, kahvila, WC:t.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohteessa on tarjolla pohjakartta, jonka avulla tilan saa hahmotettua (mahdollinen kiertosuunta ja fasiliteetit merkitty).	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Opasteet ovat kohteessa suomeksi	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Opasteet ovat kohteen tärkeimmillä vierailija kielillä.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

Kuvaa tähän miten toteutatte edellä mainittuja asioita.

1.2 KOHDE

Kohteen tekniset tiedot (aukioloajat, saavutettavuus, lipunmyynti jne.) tulee olla selkeinä ja ymmärrettävinä erilaisille asiakasryhmille.

Tiedot tulee näkyä kaikissa kohteen omissa markkinointimateriaaleissa (esitteet, netti jne.)

1.2.1 Fyysinen saavutettavuus

Kohteeseen pääsee julkisilla liikennevälineillä.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohteen lähellä on parkkipaikka autoille.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohteen lähellä on paikka pyörille, moottoripyörille, moottorikelkoille tms.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

1.2.2 Aukioloajat

Kohde on auki ympäri vuoden.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Aukioloajoissa on huomioitu sesongit; (viikoittaiset / vuosittaiset)	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Aukioloajoissa on huomioitu matkailijoiden liikkumisajat?	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

1.2.3 Lipunmyynti

Kohteen hinnat ovat selkeästi esillä.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohteen alennukset ja erikoisryhmien hinnat ovat selkeästi esillä	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Lipunmyynnissä on mahdollisuus maksaa kansainvälisellä luottokortilla.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Lipunmyynnissä on mahdollisuus maksaa kulttuuriseteleillä	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

1.2.4 Turvallisuus

Lisätietoa löytyy Liitteen 1 linkeistä

Kohteella on ajan tasalla oleva turvallisuussuunnitelma.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohteen (häätä)poistumistiet on merkitty.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohteen ensisammutusvälineistö on merkitty.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Henkilökunta on koulutettu toimimaan hätätilanteissa (myös vieraalla kielellä).	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

Paikalla olevasta henkilökunnasta ainakin yksi on suorittanut ensiapukurssin/MATUPA-koulutuksen.

Kyllä

Ei

?

1.2.5 Esteettömyys

Esteetön kohde palvelee laajempaa kohderyhmää. Mieti voiko sinun kohteesi parantaa esteettömyyttä vielä entisestään?

Lisätietoa löytyy Liitteen 1 linkeistä

Kohde on esteetön.

Kyllä

Ei

?

Kohteesta on tehty esteettömyysarviointi.

Kyllä

Ei

?

Kohteen markkinointimateriaalista on tieto esteettömyydestä/esteellisyydestä.

Kyllä

Ei

?

Kuvaa tähän miten toteutatte edellä mainittuja asioita.

1.3 FASILITEETIT

1.3.1 Kahvila

Kohteessa on kahvila tai ravintola.

Kyllä

Ei

?

Kahvilassa voi maksaa kansainvälisellä luottokortilla.

Kyllä

Ei

?

Henkilökunta tuntee kohteen tarjonnan.

Kyllä

Ei

?

Palvelua saa suomeksi/ruotsiksi.

Kyllä

Ei

?

Palvelua saa kohteen tärkeimmillä vierailu kielillä.

Kyllä

Ei

?

1.3.2 Myymälä

Kohteessa on myymälä.

Kyllä

Ei

?

Tuotevalikoima on laadukas ja kohteeseen sopiva.

Kyllä

Ei

?

Myymälässä voi maksaa kansainvälisellä luottokortilla.

Kyllä

Ei

?

Henkilökunta tuntee kohteen tarjonnan.

Kyllä

Ei

?

Palvelua saa suomeksi/ruotsiksi	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Palvelua saa kohteen tärkeimmillä vierailija kielillä.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

1.3.3 Kohteen siisteys

Kohde siivotaan säännöllisesti.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohteen wc-tilat pidetään siisteinä.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohteessa on tieto, kuinka usein sitä siivotaan.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

1.3.4 WC

WC-tiloja on tarpeeksi suhteessa asiakasmääriin.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohteessa on inva-WC.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ??
Kohteessa on lastenhoituhuone.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

Kuvaa tähän miten toteutatte edellä mainittuja asioita.

1.4 KESTÄVÄ KEHITYS

Kestävän kehityksen huomioiminen on tärkeää niin ympäristön kuin ympäristötietoisten asiakkaidenkin näkökulmasta. Lisätietoa ympäristöasioista ja/tai kohteen jätehuollosta voi kysyä joko kunnan tai alueen ELY-keskuksen ympäristönsuojeluviranomaiselta

Muistathan myös pitää esillä tietoa kohteesi ympäristöasioiden hoitamisesta ja tiedottaa asiasta tarpeen mukaan! Lisätietoa löytyy Liitteestä 1 sivulta 25.

1.4.1 Ekologisesti kestävä kehitys

Kohteella on ympäristöohjelma.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Henkilökuntaa ja sidosryhmiä koulutetaan ympäristöasioissa.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Jätteet kierrätetään ja lajitellaan.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohde ottaa ympäristön huomioon toimintatavoissaan.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohde pyrkii kulutuksen vähentämiseen ja energian säästämiseen.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

1.4.2 Kulttuurisesti ja sosiaalisesti kestävä kehitys

- Kohde käyttää paikallista työvoimaa. Kyllä Ei ?
- Kohde käyttää lähiruokaa paikallisilta elintarviketuottajilta. Kyllä Ei ?
- Kohde hyödyntää paikallisten yrittäjien tuotteita matkamuiistoissa, myymälän tuotteissa jne., mikäli mahdollista. Kyllä Ei ?
- Kohde tuo esille paikallisuuden/suomalaisuuden markkinoinnissaan. Kyllä Ei ?
- Kohde hyödyntää tuotteissa mahdollisuuksien mukaan paikallisen kulttuurin elementtejä. Kyllä Ei ?
- Kohde huomioi sosiaalisesti kestävä kehityksen toiminnassaan (takaa hyvinvoinnin edellytyksiä ympäröivälle yhteiskunnalle tai ottaa huomioon toiminnassaan kaikki väestöryhmät ja ehkäisee osaltaan väestön eriarvoistumista). Kyllä Ei ?

Kuvaa tähän miten toteutatte edellä mainittuja asioita.

Kerro tässä kohdat, joihin sitoudutte Teknisten vaatimusten osalta laatutyössänne vähintään seuraavan vuoden ajan sekä mitä asioita aiotte kehittää. Huom! Käytä molemmissa kohdissa kokonaisia lauseita, esim. "Sitoudumme tarjoamaan englanninkielistä palvelua kaikissa toiminnoissamme."

Sitoudumme näihin kolmeen asiaan:

Kehitämme seuraavia kolmea asiaa:

2 LAATUTESTERI – TOIMINTATAVAT

2.1 MARKKINOINTI JA TIEDOTUS

2.1.1 Markkinointi

Markkinointisuunnitelma on keskeinen osa liiketoimintaa. Sen tarkoitus on kohdentaa markkinointitoimenpiteitä oikein ja tehokkaasti sekä varmistua siitä, että sille asetettuja tavoitteita pystytään seuraamaan.

Lisätietoa löytyy Liitteestä 1 sivulta 25.

Kohteella on markkinointisuunnitelma. Kyllä Ei ?

2.1.2 Esitteet

Pohdi vastaavatko kohteen ympäristöarvot ja markkinointimateriaalit toisiaan.

Esitteet ovat suomeksi. Kyllä Ei ?

Esitteet ovat kohteen tärkeimmällä vieraalla kielellä. Kyllä Ei ?

Esitteillä on jakelu:

alueen kulttuuritoimijoille. Kyllä Ei ?

alueen matkailutoimijoille. Kyllä Ei ?

sidosryhmille (alueellisille ja kansainvälisille). Kyllä Ei ?

lähialueilla. Kyllä Ei ?

valtakunnallisesti. Kyllä Ei ?

Esitteitä on saatavilla tärkeimmissä matkailualan tapahtumissa. Kyllä Ei ?

2.1.3 Kohde-esite

Teksti on selkeä (kirjasintyyppi ja sen koko jne). Kyllä Ei ?

Tuotteet/kohde on hyvin esitelty. Kyllä Ei ?

Kuvat ovat tasokkaat ja selkeät. Kyllä Ei ?

Kohde-esitteessä on yhteystiedot, hinnat ja aukioloajat. Kyllä Ei ?

2.1.4 Tuote-esite/Tuotekortti

Kohderyhmät on määritelty.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Tuotteen saatavuus on selkeästi esillä.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Tuotteen hinta ja ostotiedot (kesto, voimassaoloaika, hinta, henkilömäärät jne.)	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

2.1.5 Kansainvälinen kohde

Esitteet ovat ruotsiksi.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
englanniksi.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
venäjäksi.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
saksaksi.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
ranskaksi.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
espanjaksi.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

Muut mahdolliset kielet?

2.1.6 Internet-sivut

Tietoja päivitetään säännöllisesti.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Tuotteet on kuvailtu selkeästi.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Aukioloajat, hinnat, sijainti, yhteystiedot jne. löytyvät helposti.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ??
Sijainti on selkeästi ilmoitettu (kartta tai linkitys karttapalveluun).	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Yhteystiedot löytyvät etusivulta: puhelinnumero, sähköpostiosoite ja katuosoite.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Sivuilla on: yhteydenottolomake.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
saapumisohjeet: julkinen liikenne ja henkilöauto.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
tieto kohteen esteettömydestä/ esteellisyydestä.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
linkit tärkeimpien yhteistyökumppaneiden sivuille.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Sivut on tehty myös tärkeimmällä vieraalla kielellä.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Internet-sivut ovat selkeät ja helposti hahmotettavat asiakkaan näkökulmasta.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

2.1.7 Kansainvälinen kohde

Sivujen kieliversioita päivitetään säännöllisesti.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohteella on sivut: ruotsiksi.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
englanniksi.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
venäjäksi.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
saksaksi.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
ranskaksi.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
espanjaksi.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohteella on sivut muulla kohteelle tärkeällä kielellä (esim. saame, japani...)	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Sivuilla on kerrottu millä kielellä palvelu toteutetaan.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ??
Aukioloajat, hinnat, sijainti, yhteystiedot jne. löytyvät helposti.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Sivuilla on saapumisohjeet: julkinen liikenne ja henkilöautolla.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

2.1.8 Sähköinen markkinointi

Sähköinen markkinointi on nykypäivää. Digitaalisen markkinoinnin kanavista löydät myös ilmaisia vaihtoehtoja.

Lisätietoa löytyy Liitteen 1 linkeistä

Kohteen markkinointisuunnitelma sisältää myös sähköisen markkinoinnin.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Hakukoneoptimointi: kohde löytyy hakukoneiden kautta helposti.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohde seuraa sosiaalisessa mediassa itseään koskevaa keskustelua ja vastaa palautteisiin/kommentteihin.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Kohde päivittää tietonsa alueensa tapahtumakalentereihin.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ??

2.1.9 Sähköiset karttapalvelut

Linkit palveluihin Liitteessä 1

Kohde on lisätty Google Places -palveluun (Googlen karttapalvelu)

Kyllä

Ei

?

Kohde on viety: TripAdvisor -palveluun.

Kyllä

Ei

?

Four Square -palveluun.

Kyllä

Ei

?

Nokian karttapalveluun (here.com/primeplaces).

Kyllä

Ei

?

Kohde on lähetetty tiedoksi VisitFinland-markkinointiin.

Kyllä

Ei

?

Muihin palveluihin

Kuvaa tähän miten toteutate edellä mainittuja asioita.

2.2 VERKOSTOITUMINEN

tutustu alueesi muihin toimijoihin kulttuuri- ja matkailualalla (erityisesti alueelliseen matkailuorganisaatioon). Miettikää miten voisitte yhdistää voimanne matkailijoiden houkuttelemiseksi alueellenne. Tai vastaavasti voit selvittää muita kaltaisiiasi toimijoita Suomesta, joiden kanssa voisitte tehdä yhteistyötä esimerkiksi kansainvälisiä asiakkaita ajatellen (toimisiko aluksi esimerkiksi linkitys omilta nettisivuilta toisen nettisivuille?).

2.2.1 Kulttuuritoimijoiden kanssa

Kohde tekee yhteistyötä muiden kulttuuritoimijoiden kanssa.

Kyllä

Ei

?

Kohteessa on alueen muiden kulttuuritoimijoiden esitteitä.

Kyllä

Ei

?

Henkilökunta osaa neuvoa muihin kulttuurikohteisiin ja antaa tarvittaessa lisätietoa.

Kyllä

Ei

??

Kohde tekee paketoitua / yhteistuotteita alueen kulttuuritoimijoiden kanssa.

Kyllä

Ei

?

2.2.2 Matkailutoimijoiden kanssa

Kohde tekee yhteistyötä matkailutoimijoiden kanssa.

Kyllä

Ei

?

Kulttuurikohteesta osataan neuvoa tarvittaessa alueen matkailupalveluihin.

Kyllä

Ei

?

Matkailutoimijat osaavat neuvoa asiakkaan kohteeseen.

Kyllä

Ei

?

Kohde tekee paketointia / yhteistuotteita alueen matkailutoimijoiden kanssa.

Kyllä

Ei

?

Kuvaa tähän miten toteutate edellä mainittuja asioita.

2.3 MYYNTI

Lisätietoa Liitteessä 1

2.3.1 Myyntikäytännöt

Lisämyynti on ohjeistettu henkilökunnalle osana asiakaspalvelua.

Kyllä

Ei

?

Kohteen lippuja voi ostaa sähköisesti omasta tai toisen toimijan verkkokaupasta.

Kyllä

Ei

?

Tuotteita myydään jälleenmyyjien kautta.

Kyllä

Ei

?

Tuotteista on tehty tuotekortit.

Kyllä

Ei

?

Henkilökunta on sisäistänyt, että lisämyynti on osa asiakaspalvelua.

Kyllä

Ei

?

2.3.2 Hinnoittelu

Tuotteet on selkeästi hinnoiteltu.

Kyllä

Ei

?

Tuotteiden hinnoittelussa on huomioitu jälleenmyyjien komissio.

Kyllä

Ei

?

Kuvaa tähän miten toteutate edellä mainittuja asioita.

2.3.3 Tiedotus

Uutuuksista tiedotetaan sisäisesti ja säännöllisesti ulkoisesti.

Kyllä

Ei

?

Henkilökunnan kesken pidetään säännöllisesti kokouksia.

Kyllä

Ei

?

Kohteella on uutiskirje:

medialle

Kyllä

Ei

?

asiakkaille

Kyllä

Ei

?

henkilökunnalle

Kyllä

Ei

?

Uutuuksista tiedotetaan myös sähköisten kanavien kautta (esim. oma sivusto, Facebook, Twitter tms.)

Kyllä

Ei

?

Kerro tässä kohdat, joihin sitoudutte laatutyössänne Toimintatapojen osalta vähintään seuraavan vuoden ajan sekä mitä asioita aiotte kehittää. Huom! Käytä molemmissa kohdissa kokonaisia lauseita, esim. "Sitoudumme tarjoamaan englanninkielistä palvelua kaikissa toiminnoissamme."

Sitoudumme näihin kolmeen asiaan:

Kehitämme seuraavia kolmea asiaa:

3 LAATUTESTERI – ASIAKASHALLINTA

3.1 ASIAKASPALVELU

Asiakaspalvelun perussääntöjä löydettävissä Liitteestä 1 sivulta 25.

Asiakaspalvelun toimivuutta voit aina testata ulkopuolisella Mystery Shopping -henkilöillä tai ryhmällä. Henkilöt käyvät kohteessasi anonyymisti ja kirjaavat oleelliset huomionsa ylös käynnin jälkeen. Apuna he voivat käyttää esimerkiksi soveltuvia osia Laatutesterin Asiakaspalveluosiosta

3.1.1 Henkilökunta

Henkilökuntaa koulutetaan säännöllisesti.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Uusille työntekijöille on perehdytysohjelma.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Henkilökunta on palvelualtista.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Henkilökunnan kanssa käydään kehityskeskustelut.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Palvelukielenä on suomi	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Palvelukielenä on kohteen tärkein vieras kieli.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Henkilökunnan työhyvinvointia ja -tyytyväisyyttä seurataan säännöllisesti.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

3.1.2 Kansainvälinen kohde: Palvelukielet

Palvelukielenä on:

ruotsi.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
englanti.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
venäjä.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
saksa.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
ranska.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

Muut mahdolliset kielet? _____

3.1.3 Palveluasenne

Kohteessa on erilaiset asiakkaat huomioon ottava palvelu (esim. lapset, seniorit, liikuntarajoitteiset.)

	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Asiakas otetaan vastaan hymyillen ja kohteliaasti.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

Tietoa kohteesta annetaan kysymättäkin. Kyllä Ei ?

Asiakas toivotetaan tervetulleeksi uudelleen ja tarjotaan mahdollisuus asiakaspalautteen antamiseen. Kyllä Ei ?

Asiakkaalle osataan kertoa paikkakunnan muusta tarjonnasta. Kyllä Ei ?

Kuvaa tähän miten toteutatte edellä mainittuja asioita.

3.2 ASIAKASPALAUTE

3.2.1 Asiakaspalautteen kerääminen

Lisätietoa löytyy Liitteestä 1 sivulta 25.

Kohteessa kerätään asiakaspalvelua vähintään kerran vuodessa. Kyllä Ei ?

Kohteessa on asiakaspalautelaatikko. Kyllä Ei ?

käytössä paperinen asiakaspalautelomake. Kyllä Ei ?

käytössä sähköinen asiakaspalauttejärjestelmä. Kyllä Ei ?

Myös kansainväliset asiakkaat voivat jättää palautetta. Kyllä Ei ?

3.2.2 Asiakaspalautteen huomioiminen

Asiakasvalitusten käsittelyyn on olemassa selkeät toimintaohjeet. Kyllä Ei ?

Asiakaspalaute otetaan huomioon toiminnan kehittämisessä. Kyllä Ei ?

Kohteella on selkeä toimintatapa, miten työntekijät suhtautuvat ja vastaavat asiakaspalautteeseen. Kyllä Ei ?

Jos kohde on TripAdvisorissa, siellä saatuun asiakaspalautteeseen vastataan välittömästi. Kyllä Ei ?

Kuvaa tähän miten toteutatte edellä mainittuja asioita:

3.3 ASIAKASTIETOJEN HALLINTA

3.3.1 Asiakasrekisterit

Asiakasrekisterien ylläpitäminen auttaa parantamaan asiakaspalveluasi ja kontaktoimaan asiakkaita yhä uudelleen.

Kohde pitää lainsäädännön huomioon ottaen asiakkaistaan rekisteriä, jota päivitetään säännöllisesti.

Kyllä Ei ?

Kohde tarjoaa asiakkailleen mahdollisuuden liittyä asiakasrekisteriin.

Kyllä Ei ?

Asiakasrekisteriä käytetään myyntiin ja markkinointiin.

Kyllä Ei ?

Kohteella on kanta-asiakasrekisteri.

Kyllä Ei ?

Kanta-asiakasrekisterin jäsenille tarjotaan etuja.

Kyllä Ei ?

Kohteella on kanta-asiakasjakelu (esitteet jne.)

Kyllä Ei ?

3.3.2 Jälkimarkkinointi

Jälkimarkkinoinnilla houkuttelet asiakasta palaamaan kohteeseesi uudelleen ja/tai kertomaan viestiä kohteestasi eteenpäin.

Jälkimarkkinointi kuuluu kohteen

vakiintuneisiin toimintatapoihin.

Kyllä Ei ?

Asiakkaalle lähetetään tietoa uudesta ohjelmistosta/lisäpalveluista.

Kyllä Ei ?

Kuvaa tähän miten toteutatte edellä mainittuja asioita.

3.4 ASIAKKAAN POLKU

Lisätietoa löytyy Liitteestä 1 sivulta 25.

3.4.1 Asiakkaan polku testattu yhtenä kokonaisuutena

Hyvä tapa lähteä liikkeelle omien toimintojen kehittämisessä asiakkaan näkökulmasta on piirtää kartta asiakkaan polusta, eli kaikista niistä hetkistä, jolloin asiakas on tekemisissä kanssanne. Tässä testerissä läpikäytyt asiat ovat kaikki osa asiakkaan polkua. Asiakkaan polku on siis tärkeä kuvata ja testata. Onko asiakkaidenne polut kuvattu ja testattu seuraavilta osin?

Lisätietoja Liitteessä 1

Tiedonhaku kohteesta on kirjattu.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Palvelun ostaminen on kuvattu.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Matka kohteeseen on kuvattu.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Vierailu kohteessa on kuvattu.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?
Jälkimarkkinointi on kuvattu.	<input type="checkbox"/> Kyllä	<input type="checkbox"/> Ei	<input type="checkbox"/> ?

Kuvaa tähän miten toteutatte edellä mainittuja asioita.

3.5 LAATUOHJELMA

Käymällä läpi tämän Laatutesterin kohdat, olet tehnyt tärkeää laatutyötä. Olet rakentanut kohteellesi oman laatukäsikirjan, johon säännöllisesti palaamalla sekä asioita kehittämällä on kohteesi matkalla kohti erinomaista laatutasoa. Laatutesterin avulla olet tutustunut eri osa-alueisiin, jotka vaikuttavat kohteesi kokonaislaatuun. Testerit toimii hienosti ensi askeleena kohti parempaa laatutasoa. Mikäli haluat kuitenkin vielä syventää laatuosaamista tai laajentaa kohteesi laatutyötä, voit tutustua alla oleviin linkkeihin ja selvittää, mikä ohjelmista vastaa kohteenne tämän hetkisiä tarpeita.

Laadun portaat -aineistosta saa vinkkejä eri laatuohjelmista

www.maaseutupolitiikka.fi/files/1886/Laatutyokaluja_Laadun_portaat-mallissa.pdf

Laatuohjelmia on erilaisia:

Palvelua sydämellä

www.maaseutupolitiikka.fi/teemaryhmat/matkailu/laatu_ja_turvallisuus/palveluasydamella

Tunne turvaa www.maaseutupolitiikka.fi/teemaryhmat/matkailu/laatu_ja_turvallisuus/tunne_turvaa

Laatutonni ohjelmat www.laatutonni.fi / Laatuverkko www.laatuverkko.fi

Matkailun laatuosaaja – ohjelmat www.haagaperho.fi

Maakuntien parhaat www.maakuntienparhaat.fi

DQN® ja DMN® -ohjelmat www.dqn.fi

Matkailuyrityksen kilpailukyky

www.maaseutupolitiikka.fi/teemaryhmat/matkailu/kehittamisen_tyokalut/matkailuyrityksen_kehittamiskartta

Yllä olevista ohjelmista löytyy lisätietoa myös Kulmat.fi -palvelun Laatukulman kohdasta 2. Miten voit kehittää laatua? Käytössäsi tehokkaita laatuohjelmia.

LIITE 1

Alla olevassa listassa on linkkejä, joiden avulla voit tutustua lisää kulloinkin kyseessä olevaan aiheeseen. Otsikko kertoo, mihin Laatu- ja Turvatesterin kohtaan kulloinenkin asia viittaa.

1.1 Opasteet

- Kulmat.fi -palveluun kirjautumalla voit tutustua myös kohteen saavutettavuuteen ja opasteiden sijoitteluun Tietokulman Saavutettavuus -osiossa mm. e-oppimiskokonaisuuden ja parhaiden käytänteiden merkeissä
- näyttelyiden ja opastuksien saavutettavuudesta koskien erityisryhmiä voi hankkia lisätietoa Kulttuuria kaikille -sivustolta esimerkiksi seuraavan linkin kautta:
www.kulttuuriakaikille.info/saavutettavuus_tietopakettit_ja_oppaat_museot_ja_nayttelyt

1.2 Kohde

- turvallisuusasioissa voi lisätietoa hakea TUKESin nettisivuilta koskien palveluiden turvallisuusvaatimuksia. Lisätietoja:
www.tukes.fi/fi/Toimialat/Kuluttajaturvallisuus/Palveluiden-turvallisuusvaatimuksia/
- Suomen pelastusalan keskusjärjestö SPEK kouluttaa yrityksiä ja laitoksia turvallisuusasioissa (Lisätietoja: www.spek.fi/Suomeksi). SPEKin kautta voi tilata myös erillisen matkailualan turvallisuuspassikoulutuksen MATUPAn (Lisätietoja: www.spek.fi/Suomeksi/Koulutus/Matkailualan-turvallisuuspassi)
- Kohteen esteettömyyden selvittämiseksi voi tutustua Invalidiliiton esteettömyyskeskuksen ylläpitämään sivustoon www.esteeton.fi/portal/
- Kokonaisvaltaisesti kohteen saavutettavuudesta on saatavilla tietoa Kulttuuria kaikille sivustolta <http://www.kulttuuriakaikille.info/etusivu>, jonka kautta on myös mahdollista saada mm. ohjeita opastuksien saavutettavuuteen liittyen tai hankkia kartoituksen kohteen saavutettavuudesta.

1.4 Kestävä kehitys

- Valtion ympäristöhallinnon nettisivuilta ja Suomen kuntaliiton sivuilta löytyy lisätietoa jätehuollosta mm. jätehuollon järjestämiseen ja jätehuoltolakiin liittyen (Valtion ympäristöhallinto <http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=86&lan=fi> ja Suomen kuntaliitto <http://www.kunnat.net/fi/asiantuntijapalvelut/tyt/jatehuolto/Sivut/default.aspx>)
- Yritys-Suomi on myös kerännyt kattavan tietopaketin ympäristöasioiden huomioon ottamisesta osoitteeseen: http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/palvelupolku?pp=polku_Yrityksen_ymparistotieto
- Lisäksi voit tutustua Levin matkailukeskuksen Green Start -ympäristöohjelmaan ja nähdä, miten he ottavat huomioon ympäristön ja viestivät siitä asiakkaille.

2.1 Markkinointi ja tiedotus

2.1.1 Markkinointi

- markkinointisuunnitelman laatimisessa voi käyttää apuna ammattilaisia tai netin kautta löytyy myös apuvälineitä suunnitelman tekemiseen. Kulmat.fi -palveluun kirjautumalla on mahdollista tutustua itsenäisesti E-kulmassa markkinointisuunnitelman laatimisen ABC -itseopiskelumateriaaliin.

- Lisäksi Opetushallituksen internetsivuilta löytyy itsenäisesti tehtävä verkko-opetusmateriaali markkinointisuunnitelman laatimiseen osoitteesta
http://www.edu.fi/verkko_oppimateriaalit/markkinointisuunnitelma
- Internetistä voi myös hakea hakukoneella erilaisia malleja markkinointisuunnitelmista. Yksi esimerkki valmiista pohjasta markkinointisuunnitelmalle löytyy mm. osoitteesta
http://www.onet.fi/documents/documents/markkinointisuunnitelma_malli.pdf
- www.kulmat.fi -palvelun markkinointisuunnittelun ABC -oppimateriaalissa on selkeä katsaus erilaisista markkinointikanavista, joissa kohteen on mahdollista olla mukana.

2.1.8 Sähköinen markkinointi

- Sähköinen markkinointi kuuluu osana markkinointisuunnitelmaan. Työkaluja sähköiseen markkinointiin löytää esimerkiksi [Kulmat.fi](http://www.kulmat.fi) -palvelun Tietokulman Sähköisen liiketoiminnan otsikon alta. Ilmaisista nettityökaluista on hyvä aloittaa. Tietoutta asiasta löytyy myös eMatkailuwikistä
<http://ematkailuwiki.purot.net/ematkailuwiki>

2.1.9 Sähköiset karttapalvelut

- <http://maps.google.fi>
- www.tripadvisor.com
- www.foursquare.com
- <http://here.com/primeplaces>

Näissä palveluissa saattaa tapahtua muutoksia nopeallakin aikataululla

2.3 Myynti

2.3.1 Myyntikäytännöt

- Kulttuurimatkailutuotteiden Jakelukanavat e-oppimiskokonaisuus
- Miten ansaita aktiviteeteilla -ansaintalogiikkamalli on sovellettavissa

2.3.2 Hinnoittelu

- tuotteiden hinnoittelusta löydät lisätietoa [Kulmat.fi](http://www.kulmat.fi) -palvelun Tietokulman Hinnoittelu -osiosta mm. e-oppimiskokonaisuutena
- Kulttuurimatkailun kv. jakelutiemalli ja toiminta-ohjeita
[http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/b9f8fb2e000eaf25c2257b50003da9ef/\\$FILE/Kulttuurimatkailutuotteiden%20kv%20jakelutiemalli%20ja%20toiminta-ohjeita.pdf](http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/6dbe7db571ccef1cc225678b004e73ed/b9f8fb2e000eaf25c2257b50003da9ef/$FILE/Kulttuurimatkailutuotteiden%20kv%20jakelutiemalli%20ja%20toiminta-ohjeita.pdf)

3.1 Asiakaspalvelu

3.1.1 Henkilökunta

- asiakaspalvelun perussäännöt voi löytää esimerkiksi seuraavan linkin kautta
www.innofocus.fi/moduulit/Aspal/palat/pdf_t/asiakaspalvelun_perussaannot.pdf

- Palvelua sydämellä
www.maaseutupolitiikka.fi/teemaryhmat/matkailu/laatu_ja_turvallisuus/palveluasynamella

3.2 Asiakaspalaute

3.2.1 Asiakaspalautteen kerääminen

- laatuverkko.fi -sivustoilta löydät valmiita asiakastyytyväisyystutkimuspohjia, joiden avulla voit muokata kohteellenne sopivan palautepohjan.
www.laatuverkko.fi/suomeksi/Lomakemallit/Perusasiakastyytyvaisyysslomakkeet.iw3
- Löydät myös raportointimalleja, joiden kautta voit miettiä miten saisit omista palautteista kaikki tarvittavat tiedot tiivistetysti itsellesi. www.laatuverkko.fi/suomeksi/Raporttimallit.iw3

3.4 Asiakkaan polku

- asiakkaan polku -teemaan voi tutustua mm. seuraavassa Matkailun tutkimus- ja koulutusinstituutin laatimassa Matkailun tuotekehittäjän käsikirjassa osoitteessa http://matkailu.luc.fi/Tuotekehitys/Tyokaluja_/Tuotteistamiseen/Polkutyokalu.iw3 tai osoitteessa www2.jamk.fi/~flash/palvelumuotoilu/fi/Main.swf
- Asiakkaan polusta on hieman lisätietoa myös Kulmat.fi – palvelun Laatukulman osiossa 4. Miten voin lähteä liikkeelle laadunkehittämisessä yksittäisessä kohteessa / yrityksessä? Työkaluja nopeaan starttiin!

3.4.1 Asiakkaan polku testattu yhtenä kokonaisuutena

Asiakkaan polkuun kuuluvat kaikki asiat jotka liittyvät asiakkaaseen ja kohteeseen siitä hetkestä lähtien, kun asiakas ensimmäisen kerran on tekemisissä kohteen kanssa (etsii kohdetta netistä, kuulee siitä tuttavalta tms.) siihen hetkeen asti, kun hän on käynyt kohteessa ja esimerkiksi kertoo siitä ystävälleen tai laittaa kuvia vierailustaan mm. Facebook-sivulleen. Muistakaa siis kuvata myös kaikki ne toiminnot, jotka asiakas tekee ennen kuin hän astuu paikan päällä ovesta sisään tai mitä hän tekee sen jälkeen, kun hän on lähtenyt.

Asiakkaan polkua kuvaavaa karttaa tarvitaan paitsi toimintojen tunnistamisessa, myös palvelun laadun kehittämisessä. Asiakkaan polun avulla kartoitetaan mahdollisia riskikohtia ja paikkoja, joissa palvelu voi epäonnistua. Nämä kohdat löytyvät yleensä, kun asiakkaan odotuksia verrataan todelliseen vierailuun. Jos näissä on kuiluja, on myös riskejä. Asiakkaan polun avulla voidaan myös etsiä kohtia, joissa pystytään lisäämään asiakkaan elämyksiä tai tuottamaan hänen kokemukseensa lisäarvoa.

Tarvittaessa voit turvautua asiantuntijoiden apuun kulloinkin sitä vaativassa kohdassa. Asiantuntijahaku.fi – palvelu on luotu sitä varten, jotta voit hakea sieltä sopivaa henkilöä/yritystä auttamaan sinua pulmissasi.

ORGANISAATIO: _____

**Minkälaisia laadunkehittämistoimenpiteitä yrityksessänne / organisaatiossanne tehdään jo nyt?
Työn tuloksia ovat esimerkiksi:**

PERUSPILARIT ON MÄÄRITELTY

0. Liikeidea / toiminta-ajatus on kirjattu paperille.

Mitä teemme, kenelle ja miten?

Kyllä

Ei vielä

1. Arvot on kirjattu paperille ja ne ohjaavat toimintaa

Kyllä

Ei vielä

2. Pitkän aikavälin päämäärä on kirjattu paperille
ja se ohjaa päätöksentekoa

Kyllä

Ei vielä

ASIAKASNÄKÖKULMASTA KEHITTÄMISTYÖN TULOKSIA ON, ETTÄ

3. Asiakaskohderyhmät / kävijäprofiilit on määritelty kirjallisesti

Kyllä

Ei vielä

4. Eri asiakaskohderyhmien odotukset, tarpeet ja vaatimukset
on tunnistettu ja perehdytetty henkilöstölle

Kyllä

Ei vielä

5. Tuloja seurataan asiakaskohderyhmittäin / kävijäprofileittain

Kyllä

Ei vielä

6. Asiakaspalautetta kerätään aktiivisesti

Kyllä

Ei vielä

7. Asiakaspalautetta kerätään
kohderyhmäkohtaisesti / kävijäprofileittain

Kyllä

Ei vielä

8. Asiakkaiden palautteille on jäsennetty käsittelysysteemi

Kyllä

Ei vielä

9. Asiakkaiden kanssa tehdään kirjallisia sopimuksia;
tarjoukset, varaukset, vahvistukset

Kyllä

Ei vielä

10. Tuotteistaminen ja tuotekehitys ovat systemaattista toimintaa

Kyllä

Ei vielä

11. Tuotteistaminen ja tuotekehitys lähtevät asiakkaan tarpeista

Kyllä

Ei vielä

12. Asiakasrekisteri on olemassa

Kyllä

Ei vielä

13. Asiakasrekisteri on hyvin hyödynnettävissä

Kyllä

Ei vielä

TALOUDEN OHJAUKSEN NÄKÖKULMASTA TULOKSET OVAT, ETTÄ

14. Organisaatio tekee tilikaudelle vuosisuunnitelman ja budjetin

Kyllä

Ei vielä

15. Organisaatio asettaa selkeitä tulostavoitteita tilikaudelleen

Kyllä

Ei vielä

16. Tulevaisuutta suunnitellaan myös pidemmällä
aikavälillä systemaattisesti

Kyllä

Ei vielä

17. Organisaatio seuraa tilikauden aikana tuloksiaan

Kyllä

Ei vielä

18. Organisaatiossa tehdään päätöksiä mitattavien
tosiasioiden perusteella

Kyllä

Ei vielä

HENKILÖSTÖNÄKÖKULMAN TULOKSIA OVAT, ETTÄ

- | | | |
|---|--------------------------------|-----------------------------------|
| 19. Organisaatiorakenne on kuvattu paperilla | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 20. Organisaation toimenkuvat ja vastualueet on määritelty | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 21. Varamiesjärjestelyt on määritelty | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 22. Henkilöstösuunnittelu on kiinteä osa toimintoja (esim. sesonkihenkilöstöasiat) | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 23. Kaikille työntekijöille tehdään kirjalliset työsopimukset | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 24. Organisaatiossa on olemassa perehdyttämisohjelma ja -materiaali | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 25. Sisäisen tiedottamisen keinot on jäsennetty ja käytössä | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 26. Ulkoinen tiedottaminen on vastuutettu | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 27. Organisaatiossa on määritelty osaaminen, jota tarvitaan toimintojen onnistumiseen | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 28. Laadukas asiakaspalvelu on jäsennetty ja perehdytetty työntekijöille | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 29. Organisaatiossa mitataan säännöllisesti henkilöstön työtyytyväisyyttä | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |

PROSESSINÄKÖKULMASTA TYÖN TULOKSIA OVAT, ETTÄ

- | | | |
|--|--------------------------------|-----------------------------------|
| 30. Henkilöstön työohjeet on kirjattu paperille | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 31. Organisaatio on asettanut kriteerejä omille alihankkijoilleen / yhteistyökumppaneille | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 32. Alihankkijoiden / yhteistyökumppanien kanssa tehdään yhteistyösopimukset kirjallisina | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 33. Alihankkijoiden / yhteistyökumppanien toimintaa tarkastellaan määrätyn väliajoin | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 34. Organisaation toiminnan riskit on tunnistettu | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 35. Organisaatio arvioi tuotteitaan säännöllisin väliajoin | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 36. Turvallisuusasiat on huomioitu toiminnassa | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 37. Organisaatio huolehtii tietoturvastaan | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 38. Organisaatio on huomioinut ympäristöasiat toiminnassaan | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 39. Organisaatiolla on pelastussuunnitelma (jos se sitä koskee) | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 40. Organisaatio on määritellyt käyttämiensä kiinteistöjen, koneiden ja laitteiden laadun kriteerit | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |
| 41. Organisaation toimintoja arvioidaan systemaattisesti ja arvioinnin perusteella toimintaa parannetaan | <input type="checkbox"/> Kyllä | <input type="checkbox"/> Ei vielä |

Yhteensä Kyllä-vastauksia: ____ kpl

Yhteensä Ei vielä-vastauksia: ____ kpl



Tämä Laatutesterin alkuperäinen versio on tehty Kulttuurin ketju – kulttuurin matkailullinen tuotteistaminen -hankkeessa. Vuosina 2009-2011 toteutettu Kulttuurin Ketju -hanke oli opetusministeriön valtakunnalliseen Luovien alojen yritystoiminnan kasvun ja kansainvälistymisen kehittämissuunnitelmaan kuuluva Hämeen ELY-keskuksen rahoittama ESR-hanke, jota hallinnoi Turku Touring. Hanke oli osa Varsinais-Suomen Matkailun ja elämystuotannon osaamiskeskuksen (OSKE) toimintaa.