

Luksus ja kulttuuri – esimerkkinä Helsinki Design District

Uuden luksuksen palvelusprintti - hanke

13.10.2022



Hanke rahoitetaan osana Euroopan unionin
Covid-19-pandemian johdosta toteuttamia toimia.

Esityksen sisältö ja tavoite

- Uuden luksuksen palvelusprintti-hanke
- Design District Helsinki
- Esimerkkejä erilaisista Design District Helsingin mahdollisista tuotepaketeista, joissa yhdistyy ajatus luksuksesta ja kulttuurista



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Uuden luksuksen palvelusprintti- hanke

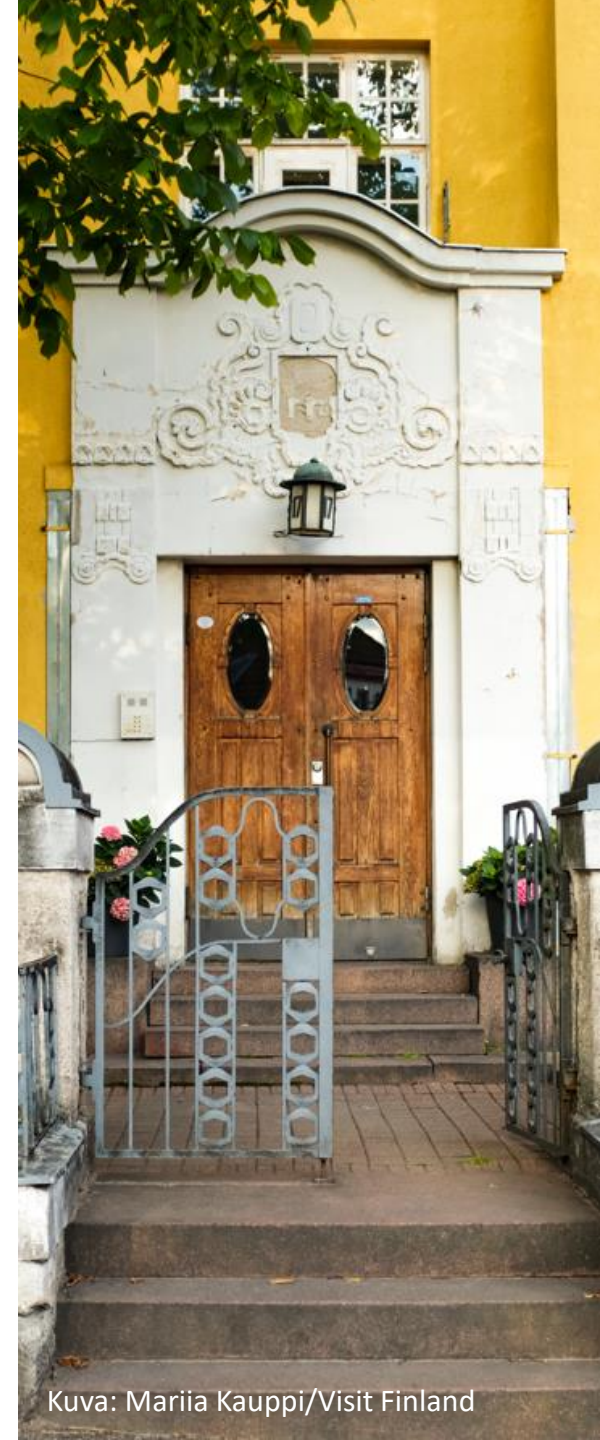
- **Uuden luksuksen vastuullisten palveluelämysten kouluttaminen** ravintola-, majoitus-, tapahtuma- ja matkailuyritysten johdolle ja henkilöstölle **Uudenmaan alueella, jotta he voivat nopeasti ja ketterästi kehittää tuotteitaan ja palveluitaan laadukkaammiksi.**
- Hanke lisää yritysten osaamista ja sopeutumiskykyä muuttuviin tilanteisiin.
- **Tavoitteena on nostaa** koronapandemian aikana kärsineiden matkailu- ja ravintolatoimijoiden johdon ja henkilöstön **ammattitaitoa kohdata tämän päivän vaativa kuluttaja**



Kuva: Omar El Mrabt/ Helsinki Partners

Uuden luksuksen palvelusprintti- hanke

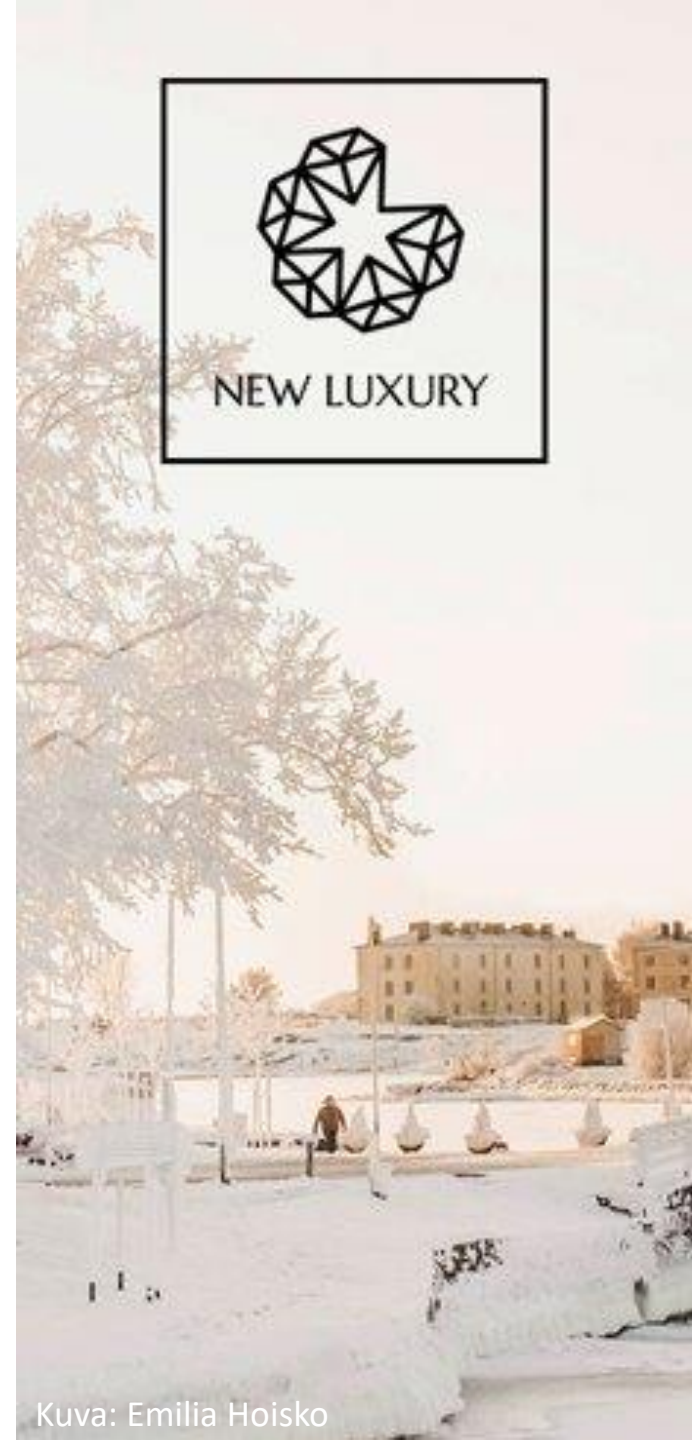
- Hankkeen toimintakausi 9/2021-05/2023.
- Teemoina luksus, vastuullisuus ja -vastuullisuusviestintä, palvelumuotoilu, elämyksellisyys ja tarinallisuus.
- 24 yritystä/organisaatiota Uudenmaan alueelta.
- Mukana niin pieniä kuin keskisuuria toimijoita.
- Jokaiselle hankkeessa mukana olevalle yritykselle räätälöidään henkilökohtainen sparrauspaketti. Toiminnan muotoina mm. yhteiskehittäminen, valmennus hankkeen teemoista ja henkilökunnan koulutus.



Kuva: Mariia Kauppi/Visit Finland

Design District Helsingin taustaa

- 18 vuotta sitten perustettu Helsingin kivijalkayritysten yhdistys.
- Jäsenistö on laaja ja ulottuu monelle toimialalle, mm. taide, muoti, sisustus, vintage, hotellit ja ravintolat.
- Jäsenkriteerit vaihtelevat toimialakohtaisesti, mutta kaikkia jäseniä yhdistää korkeatasoiset tuotteet / palvelut, suomalaisuus, lähituotanto, vastuulliset toimintaperiaatteet ja Helsingin kaupunkikulttuurin elävöittäminen. Esim. Kansainvälisiä kauppaketjuja ei hyväksytä jäseneksi.
- Jäsenyritysten koot vaihtelevat itsenäisistä artesaaneista hotelleihin.



Kuva: Emilia Hoisko

Design District Helsinki luksuskohteena

- Kuratoitu valikoima korkeatasoisia design-toimijoita
- Design Districtillä asiakas pääsee usein ostamaan tuotteen suoraan sen suunnittelijalta, joka osaa kertoa tuotteen tarinan, inspiraatiosta, jne.
- Hidden gems – kohteita, joihin matkailijan pitää osata Espalta lähteä.
- Suomalainen design on paljon muutakin kuin Marimekko, Iittala ja Artek.



Kuva: Emilia Hoisko

Luksus ja kulttuuri

Esimerkkejä erilaisista Design District Helsingin mahdollisista tuotepaketeista, joissa yhdistyy ajatus luksuksesta ja kulttuurista – tuotettu hanketoiminnan pohjalta



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Luksuspalvelu ja asiakkaan tunteminen kaiken perustana

- Luksukseen kuuluu aina olennaisesti mukaan palvelu.
- Varakkaimmille palvelussa tärkeimmäksi korostuu:
 - odotusten oikea hallinta elämässä
 - henkilökohtainen ja merkityksellinen suhde luksuspalveluyrityksen edustajien kanssa
 - tietynlainen helppous, joka säästää heidän aikaansa ja muotoutuu luksuselämässä **laatuajaksi ja kokemuksiksi tärkeimpien läheisten kanssa** (Klaus, 2022).
- Yksityisten elämysten osuus on kasvussa.
- Lisäksi toivomuksena palvelutuotteelta **turvallisuus, hemmottelu ja hyvinvointi, aitous, osallistuminen, moniaistillisuus ja korkea laatu** (Boston Consulting Group & Altagamma, 2021).



Kuva: Emilia Hoisko

Millä tasolla sinun organisaatiosi haluaisi olla?

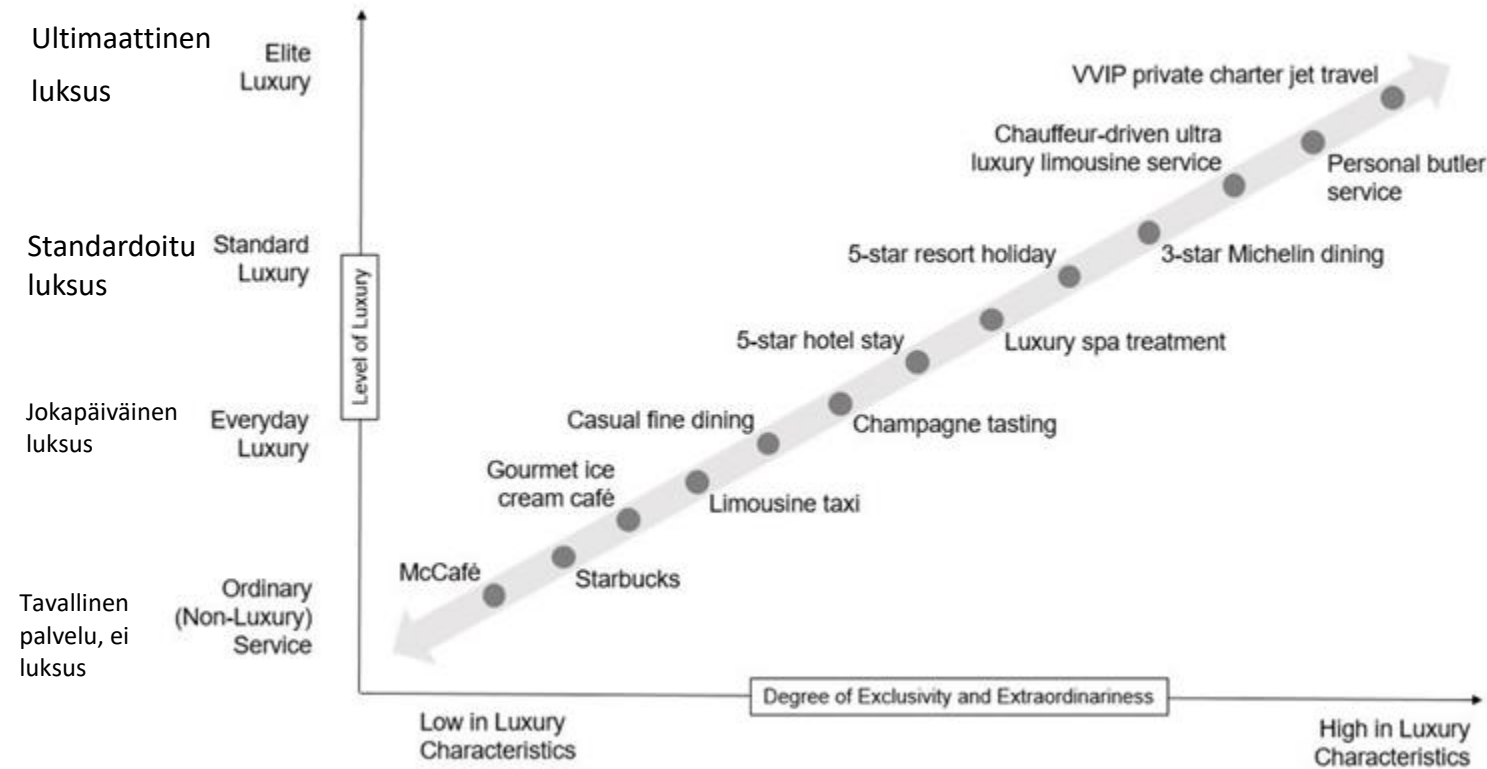


Figure 2.
The luxury-ordinary
service continuum



DDH:n 170 jäsenyrityksen kautta monia tuotekokonaisuuksia

- Esimerkiksi kierrokset:
 - Design & interiors
 - Fashion & jewellery
 - Art, galleries & museums
 - Vintage & antiques
 - Vastuullisuuspainotteinen design-kierros
- Taidehotellit
 - Hotelli Torni – suomalaisen taiteen klassikoita modernilla twistillä.
 - Ax – eri taiteilijoiden (mm. Stefan Lindfors) suunnittelemat hotellihuoneet, osa hyvinkin erikoisia.
 - St.George - Wintergardenin taide-elämykset.



Kuva: Anna Salmisalo/Visit Finland

Esimerkkinä jokapäiväinen luksus ja kulttuuri - DDH

- Yöpyminen: Klaus K, Torni, Hotel Indigo Helsinki
- Ruokailu: Cafe bar NO9
- Elämysaktiviteetit: Asiakas kulkee design-reitin itsenäisesti valmiin karttasovelluksen avulla. Reittivaihtoehtoista asiakas valitsee itseään miellyttävän elämysaktiviteetin. Asiakas tekee varaukset ravintolaan yms. itse
- Jos asiakas tekee ostoksia, ostokset lähetetään suoraan kotiin asiakkaan toivomaan osoitteeseen



Kuva: Julia Kivelä/MyHelsinki

Esimerkkinä standardoitu luksus ja kulttuuri - DDH

- Yöpyminen: AX, Klaus K., St. George
- Ruokailu: The Cock, Savoy
- Elämysaktiviteetit: Personoitu asiakkaan toiveen mukaisesti. Mukana host, kuljetukset/ kulkeminen asiakkaan toivomalla tavalla.
- Asiakas valitsee yhden kohteen, jossa mahdollista tavata taiteilija
- Jos asiakas tekee ostoksia, ostokset lähetetään suoraan kotiin asiakkaan toivomaan osoitteeseen

Esimerkkinä ultimaattinen luksus ja kulttuuri- DDH

- Kierros **täysin personoitu ja yksityinen elämys** asiakkaan toiveiden mukaisesti.
- Yksityinen kuljetus (jahti, helikopteri) asiakkaan toivomalla tavalla.
- Yöpyminen: St.George
- Elämysaktiviteetit: Täysin yksityinen elämys esim. Taitelijan tapaaminen yksityisesti, oma workshop lasinpuhallus tai muu, taiteilijan työn seuraaminen.
- Ruokailu: matkalla Suomenlinnaan privaattilounas (esim. Mat District / Teemu Aura)
- Mukana host koko elämyksen ajan, joka tukee tarinallisuudella elämystä. Hostilla olemassa suunnitelma B, C ja D varalla, jos asiakas muuttaa mieltään. Asiakkaalle tunne vaivattomuudesta ja helppoudesta.
- Jos asiakas tekee ostoksia, ostokset lähetetään suoraan kotiin asiakkaan toivomaan osoitteeseen. Myös videot ja valokuvat elämyksestä lähetetään asiakkaalle jälkikäteen muistoksi.

Yhteenveto

- Kulttuuri ja luksus tukevat toisiaan luontevasti, sillä matkailija usein haluaa oppia matkakohteestaan. Kyse on siitä miten asioista viestitään ja asiakas kohdataan.
- Tunne asiakkaasi ja mitä luksusta hän odottaa
- Palvelulla ja yksityiskohtien viimeistelyllä voidaan nostaa luksustuotteen tasoa aina jokapäiväisestä luksuksesta kohti ultimaattista luksuselämystä.



Kuva: Tim Bird

Kiitos!

Kysymyksiä?

riina.iloranta@haaga-helia.fi

newluxury@haaga-helia.fi

info@designdistrict.fi



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



Hanke rahoitetaan osana Euroopan unionin Covid-19-pandemian johdosta toteuttamia toimia.