RETKIUINTI

RETKIUINTIAKTIVITEETIN KÄSIKIRJA
KESKI-SUOMEN RETKEILYREITIT MAAILMANKARTALLE

Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus

METSÄHALLITUS

jamk.fi
Jyväskylän ammattikorkeakoulu

SISÄLTÖ

KOHDERYHMÄ

SISÄLTÖ

RISKIENHALLINTA

LISÄTIETOJA

KOHDERYHMÄ

Kohderyhmänä asiakkaat, jotka jo harrastavat lajia (tai esim. triathlonia) ja omistavat puvut.

Yhtenä kohderyhmänä brittiläiset lajin harrastajat. Iso-Britanniassa retkiuinti (’wild swimming’) jo tunnettua.

Kuva: Petri Korhonen

SISÄLTÖ

PÄIVÄ 1

Ruokailu

Tutustuminen ympäristöön

Varusteet, opastus sekä uiminen, reitti 0.3 - 3 km

Lounas jälkiruokineen

Rentoutumistuote

Sauna

Illallinen

PÄIVÄ 2

Aamupala

Melonta

Lounas

Lyhyt aktiviteetti: snorklaus, pyöräily tms.

Välipala

Kuva: Petri Korhonen

RISKIENHALLINTA

Turvavene oltava osallistujien läheisyydessä jatkuvat.

Suurimmat riskit asiakkaille ovat mahdolliset loukkaantumiset aktiviteettien aikana, säähän ja erilaisiin olosuhteisiin tottuminen sekä työskentely ryhmänä itselle entuudestaan tuntemattomien ihmisten kanssa.

Kuva: Petri Korhonen

LISÄTIETOJA

Retkiuinnin toteuttamisesta laadittiin myös yksityiskohtainen tuotemanuaali. Manuaalista löytyvät yksityiskohtaiset sisällöt toteutukseen liittyen (ml. turvallisuus, elämyksellisyys, ym.)

Yksityiskohtainen manuaali, muut manuaalit sekä hankkeen muut tuotokset:
www.aitomaaseutu.fi/retkeilyks

Kuva: Retkeilyks -kuvapankki, Terhi Jaakkola.

Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus

METSÄHALLITUS

jamk.fi
Jyväskylän ammattikorkeakoulu

Retkiuinnin tuotemanuaali

Keski-Suomen retkeilyreitit maailmankartalle

Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus

METSÄHALLITUS

jamk.fi
Jyväskylän ammattikorkeakoulu

www.aitomaaseutu.fi/retkeilyks

Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto: Eurooppa investoi maaseutualueisiin

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus

jamk.fi

METSÄHALLITUS

Visit Finland Outdoors

Sisältö

Johdanto **3**

Taustaa **4**

Asiakastutkimus 4

Arkkityyppi 4

Service blueprint 5

Retkiuinnin aktiviteettikokonaisuus **6**

Aikataulu 6

Hinnoittelu 6

Elämyksellisyys 7

Markkinointi 7

Riskien hallinta **8**

Laadun seuranta 8

Kannen kuva: Retkiuijat Etelä-Konneveden kansallispuistossa. #Keski-Suomen retkeilyreitit maailmankartalle –hankkeen kuvapankki, Petri Korhonen. www.aitomaaseutu.fi/retkeilyks.

Selvitys on laadittu osana #Keski-Suomen retkeilyreitit maailmankartalle –hanketta. Hankkeen toteutusta koordinoi Jyväskylän ammattikorkeakoulu ja osatoteuttaja Metsähallituksen luontopalvelut. Hanketta rahoitti Keski-Suomen ELY-keskus maaseudun kehittämisen maatalousrahastosta.

Lisätietoa hankkeesta www.aitomaaseutu.fi/hankkeet/retkeilyks

Johdanto

Tämä tuotemanuaali on tuotettu #Keski-Suomen retkeilyreitit maailmankartalle –hankkeessa. Hankkeessa on laadittu erilaisia yritystoimintaa edistäviä tuotemanuaaleja, joita yritykset voivat vapaasti hyödyntää uusien tuotteiden kehittämisessä.

Käsillä oleva tuotemanuaali keskittyy retkiuintituotteen palvelumuotoiluun, joka on kohdennettu isobritannialaisille keski-ikäisille henkilöille. Asiakkaat ovat lähtökohtaisesti jo tietoisia retkiuinnista sekä harrastaneetkin sitä muutamia vuosia. Retkiuinnin ympärille on tuotu luonnonläheisiä aktiviteetteja, jotka kyselytutkimuksessa nousivat esille. Hinnoittelu perustuu todellisiin hintoihin, joita kerätty alueen eri yrittäjiltä sekä kartoitettu muutoin.

Retkiuinti –konsepti on suunniteltu hankkeessa ja sen retkiuintiosuutta on myös testattu pienryhmällä Etelä-Konneveden kansallispuistossa kesällä 2017. Tämän manuaalin sisältämän tuotteen järjestäminen kenen tahansa toimesta on sallittua ilman erillistä tiedoksiantoa. Olemme toki kiitollisia, jos kuulemme kiinnostuneen heränneen sen järjestämiseen. Suunnitteluun ja tämän selvityksen laatimiseen osallistuivat Jyväskylän ammattikorkeakoulun opiskelijat Tanja Lapinkangas ja Krista Kuusisto sekä projektipäälliköt Mirva Leppälä ja Suvi Ahonen. Tietoa tuotemanuaaliin saatiin lisäksi kyselyin useilta alueen yrittäjiltä.

Hankkeessa tuotettiin monipuolista esittelymateriaalia myös manuaalin aihetta ja aluetta koskien. Ne löytyvät koostetusti: https://www.aitomaaseutu.fi/esittelymateriaalit

Taustaa

Asiakastutkimus

Asiakasnäkökulman tavoittamiseksi tehtiin nettikysely, joka jaettiin Outdoor Swimming Society -ryhmään Facebookissa. Kyselyllä haluttiin selvittää, olisiko brittiläisillä asiakkailla halukkuutta tai kiinnostusta tuotetta kohtaan.

Suurin osa vastaajista oli kohderyhmään kuuluvia, keski-ikäisiä brittejä, joille retkiuinti jo entuudestaankin on tuttua. Vastauksilla saatiin hyvin lisää tietoa ja ideoita tuotemanuaalia varten. Nettikyselyyn päädyttiin nimenomaan siksi, että se oli helpoin ja nopein tapa tavoittaa kohderyhmään kuuluvia henkilöitä. Kyselyiden lisäksi tehtiin myös muutaman suullinen haastattelu Iso-Britanniassa asuvien tai syntyperältään brittiläisten kanssa. Haastattelut antoivat laajemmin ja kattavammin tietoa, koska vastaukset olivat oletetusti laajempia ja monipuolisempia kuin nettikyselyyn vastanneilla.

Arkkityyppi

Arkkityyppi on keski-ikäinen isobritannialainen nainen, joka harrastaa retkiuintia ja pyöräilyä. Hän arvostaa eettisiä arvoja sekä luontoa. Hänellä on kaksi teini-ikäistä lasta sekä puoliso. Hänen puolisonsa on myös keski-ikäinen ja he ovat olleet naimisissa 20 vuotta. He asuvat omakotitalossa maaseudulla.

Arkkityyppi tehtiin kyselytutkimuksen pohjalta. Suurin osa kyselyyn vastaajista oli keski-ikäisiä yli 50 -vuotiaita naisia. Kyselyssä tuli ilmi urheiluharrastusten lisäksi myös rentoutuminen esimerkiksi lukemalla kirjoja tai joogaamalla. Kaikki kyselyyn vastanneet ovat aiemmin retkiuineet tai harrastavat retkiuintia. Tämän pohjalta suunniteltiin palvelupaketti kokeneimmille retkiuimareille, jotka omistaisivat omat uintivarusteet.

Service blueprint

Asiakkaalle näkyvä palvelutila Kansallispuisto ja sen vesistöt	
Asiakkaan toiminta 1 Varauksen tekeminen nettisivuilla 2 Matkustaminen Suomeen 3 Kuljetus lentokentältä Etelä-Konnevedelle 4 Asiakas kuluttaa palvelupaketin 5 Kuljetus pois sekä jälkipalautteen anto	Vuorovaikutuksen raja
Palveluhenkilöstön asiakkaalle näkyvä toiminta 1 Nettisivut sekä ottaa yhteyttä asiakkaaseen puhelimitse/sähköpostitse 2 Kuljetus 3 Palvelupaketin toteuttaminen 4 Kuljetus pois	Näkyvän toiminnan raja
Palveluhenkilöstön asiakkaalle näkymätön toiminta 1 Nettisivujen ylläpito, palvelupaketin tekeminen kokonaisuudessaan 2 Auton huolto, varusteiden huolto, alueen kunnossapito, turvajärjestelyt, lakijärjestelyt, taustatyö, elintarvikkeiden tuonti sekä ruoan valmistaminen, toimistotyö.	Sisäisen vuorovaikutuksen raja
Tukiprosessit 1 Yhteistyökumppanit, jotka tarjoavat ja mahdollistavat urheiluaktiviteetit 2 Turvamiehistö + vene 3 Kuljetus 4 Majoitus, ruokailut 5 Kansallispuiston vesistö	

Retkiuinnin aktiviteettikokonaisuus

Kokonaisuus koostuu erilaisista aktiviteeteista, ruokailuista, saunasta sekä majoittumisesta. Paketti on kahden päivän pituinen. Yhteistyökumppaneina tässä esimerkkitapauksessa voisi toimia kaksi yritystä. Palvelupaketti on suunniteltu toteutettavaksi Etelä-Konneveden kansallispuistossa.

Aikataulu

Aikataulu olisi suurin piirtein seuraavanlainen ja sijoittuisi vilkkaimmille kesäkuukausille:

Asiakkaat saapuvat	9.30
Välipalahetki ja tutustuminen ympäristöön	9.30-11.00
Varusteiden pukeminen, opastus retkiuintiin sekä itse reitin uiminen	11.00-14.00
Lounas jälkiruokineen	14.00-15.30
Snorklaus	15.30-17.00
Telttasauna	17.00-20.00
Illallinen	20.00-21.30
Yöpyminen	22.00-07.00
SEURAAVA PÄIVÄ	
Aamupala	07.00-08.00
Melonta	08.00-10.00
Lounas	10.00-11.30
Rentoutumistuote (vapaaehtoinen)	11.30-13.00
Välipala (vapaaehtoinen)	13.00-14.00
Asiakkaat poistuvat	14.00

Hinnoittelu

Hinnat ovat pääosin kiinteitä, yhteistyökumppaneilta itseltään saatuja hintoja, jotka sisältävät ALV: n. Katetuotto n. 55%.

Yritys 1 toimii ainoastaan ensimmäisenä päivänä. He järjestävät välipalaa, turvaveneen sekä miehistön, ruokailun, snorklauksen ja telttasaunan. **Yritys 2** sen sijaan tarjoaa palvelupakettiin majoittumisen, aamupalan, melonnan sekä lounaan. Jos asiakas haluaa rentoutumishetken osaksi pakettia, sekin on mahdollista kuin myös välipalalla.

Yhteishinta tälle paketille olisi 370 - 450 euroa/asiakas. Jos asiakas ei halua vapaaehtoisia aktiviteetteja osaksi pakettia, on hinta alkaen 370 euroa. Hinnoissa on myös huomioitu ryhmän koko, joka on minimissään 10 henkilöä, ja mitä pienempi ryhmä, sen suuremmat kustannukset. Hintaan päädyttiin nimenomaan annettujen aktiviteettien hinta-arvioiden perusteella mutta kuitenkin myös hinnan realistisuuden perusteella.

Elämyksellisyys

Retkiuinti -palvelupaketissa elämyksellisyys nousee esiin paljon. Suomessa ei ensinnäkään ole toista hyvinvointipakettia, jossa retkiuinti olisi pääosassa ja toisekseen Suomen luonnon tuoma omalaatuisuus paistaa paketista läpi. Ulkomaalaisille suunnatussa paketissa jo retki Suomen luontoon on omanlaisensa kokemus, jota kuitenkin siivittävät uniikki majoittumismuoto, aktiviteettien runsaus sekä Suomen tuoma kulttuuri.

Lisää arvoa pakettiin toisivat omaperäiset eräoppaat, jotka iltanuotiolla voivat kertoa Suomen luonnon historiasta, taruolennoista jne. Myös opetustuokioita marjanpoiminnasta, kalastuksesta tai esimerkiksi makkaranpaistosta on mahdollista pitää asiakkaan niin halutessaan. Tarkoituksena ei olisi tuottaa liukuhihnatyyppistä palvelua, jossa asiakkaat otetaan sisään ja ulos vaan sen sijaan palvelua, jossa jokainen asiakas nähdään yksilönä, jokaisen omat tarpeet huomioidaan ja jossa tavoitteena olisi saada ikimuistoinen kokemus asiakkaan muistoihin-

Markkinointi

Palvelupakettia tultaisiin markkinoimaan useissa eri kanavissa, suuressa roolissa varsinkin sosiaalinen media. Koska asiakaskohderyhmänä ovat brittiläiset asiakkaat, olisi netti kaikista kannattavin vaihtoehto. Markkinointikanavina ja sivuina toimivat mm. Facebook, Twitter, Visit Finland sekä kansallispuiston omat sivut. Myös yhteistyötä Isossa-Britanniassa sijaitsevien matkatoimistojen kanssa voisi suunnitella jonkinlaista yhteistyötä, jos palvelu alkaisi menestymään.

Riskien hallinta

Suurimmat riskit asiakkaille ovat mahdolliset loukkaantumiset aktiviteettien aikana, säähän ja erilaisiin olosuhteisiin tottuminen sekä työskentely ryhmänä itselle entuudestaan tuntemattomien ihmisten kanssa. Vaikka retkiuinti on entuudestaan tuttua asiakkaille, voivat he silti tuntea olonsa turvattomiksi vieraissa vesissä. Tästä syystä turvavene sekä ammattitaitoinen turvatiimi pysytteleekin koko ajan asiakkaiden lähellä ongelmien välttämiseksi.

Säätilaan sen sijaan on mahdotonta puuttua, mutta huononkin sään sattuessa asiakkaat pidetään turvassa ja heidän olonsa pyritään pitämään mahdollisimman tyytyväisenä mm. saunomisen, lämpimän ruoan ja suojaavan yöpymisen kautta. Myös retken ohjaaja on aina paikalla tarvittaessa ja esim. yöllä saavutettavissa.

Ryhmähenki pidetään yhtenäisenä jo alusta alkaen ja asiakkaat voivat tutustua toisiinsa jo ennen varsinaisen retken alkua, jos he näin haluavat. Palveluntuottajalle suurimpia riskejä ovat sijainti, jossa palvelua tuotetaan, palvelun suhteellisen pieni markkinarako sekä paketin houkuttelevuus.

Suomessa ei ole toista retkiuintiin keskittyvää palvelupakettia, joten markkinat ovat tältä kannalta avoimet. Toisaalta, koska palveluun ei kuulu uintipukuja asiakkaille, tarkoittaa tämä, että palvelu on suunnattu nimenomaan lajin harrastajille, joilla uintipuvut löytyvät omasta takaa. Palvelua ei siis voi markkinoida jokaiselle vaan nimenomaan tietylle asiakasryhmälle. Myös sijainti on oma riskinsä, koska kyydityst ei pakettiin kuulu, jolloin asiakkaat joutuvat hankkimaan kyydin paikan päälle itse. Tämäkin voi osaltaan karsia osaa potentiaalisista asiakkaista.

Laadun seuranta

Palvelupaketin toteutuessa, tulisi sen laatua seurata ja mahdollisesti myös parantaa. Seurantatietoa palvelusta kerättäisiin asiakastyytyväisyyskyselyiden perusteella joko suullisesti tai kirjallisesti esimerkiksi netin välityksellä. Joka retken päätteeksi jokaisella asiakkaalla olisi mahdollisuus kertoa mielipiteensä palvelusta ja sen laadusta. Sana olisi vapaa myös kehittämisideoille. Palvelun laatua tulisi seurata nimenomaan siksi, että palvelu olisi mahdollisimman asiakaslähtöistä ja palvelisi asiakkaiden toiveita ja tarpeita parhaalla mahdollisella tavalla. Laadun seurannalla ei pyrittäisi vain kehittään palvelua eteenpäin vaan sen avulla myös saataisiin selville toimivuutta heikentävät tekijät.