

Elämyspalveluiden kehittämisen mahdollisuuksia

16.6.2025

Elämyspalveluiden kehittäminen on monivaiheinen prosessi, joka vaatii hyvää ymmärrystä asiakkaiden tarpeista ja odotuksista. Tässä artikkelissa käsitellään elämyspalveluiden suunnittelun malleja ja pyritään avaamaan elämyspalveluiden kehittämiseen liittyviä teorioita ja työkaluja.

Artikkeli liittyy Tapahtumabisnekseen hybridiosaamista-hankkeeseen, joka on Euroopan unionin osarahoittama. Hanke toteutetaan ajalla 1.2.2024 – 31.1.2026. Toteuttajana on Seinäjoen ammattikorkeakoulu.

Mitä asioita huomioida suunnittelussa

Elämyspalveluiden suunnittelussa on hyvä muistaa, että varsinaista elämystä ei voida täysin suunnitella, vaan elämys on yksilöllinen kokemus. Sen sijaan voidaan luoda olosuhteita, jotka tukevat halutunlaisen elämyksen syntymistä (Komppula, 2002). Elämysolosuhteita voidaan luoda esimerkiksi teeman, aktiviteettien ja moniaistisuuden näkökulmista. Konkreettisten muistojen luominen, kuten pienten esineiden tai asioiden tarjoaminen muistoksi tapahtumaan osallistumisesta, voi vahvistaa elämyksen kokemista. Muitakin elämyselementtejä voidaan hyödyntää, kuten tarinaa, autenttisuutta, kontrastia, sekä ulkoisia ja sisäisiä tekijöitä elämysmuotoilussa (Pulkkinen & Santaniemi, 2022).

Elämyspalveluiden kehittämistä ohjaavat myös asiakastyytyväisyyteen ja kilpailuedun luomiseen liittyvät tavoitteet. Samoin kuin asiakaspalvelussa, myös elämyssuunnittelussa on mietittävä, miten palvelu toteutetaan niin, että asiakas kokee, että yritys välittää hänen tarpeistaan ja samalla toiminta on yritykselle

kannattavaa (vrt. Heinonen, 2024). Mielikuvalliset elementit, jotka vahvistavat yrityksen tai palvelun brändiä, ovat myös keskeisiä, suunnittelua ohjaavia asioita.

Osallistaminen on hyvä tuoda mukaan jo suunnittelun aikaisessa vaiheessa. Erityisen tärkeää yhteiskehittämisessä on saada osallistujat kokemaan, että he ovat aidosti mukana suunnittelussa ja voivat vaikuttaa siihen (Innanen & Kuure, 2025). Asiakkaita ja muita sidosryhmiä osallistamalla saadaan uusia ideoita ja sitä kautta pystytään parantamaan lopullisen elämyspalvelun laatua. Osallistaminen vaatii usein enemmän vuorovaikutusta kuin pelkät määrälliset kyselyt, joiden kautta saadaan perustietoa asiakkaiden tarpeista ja toiveista esiin.

Kehittämismalleja

Elämyspalveluiden kehittämisessä voidaan käyttää erilaisia malleja ja työkaluja apuna. Pine ja Gilmore (1999, s. 30-38) ovat kehittäneet varsin tunnetun nelikentän elämysulottuvuuksista, joka tarjoaa hyvän apuvälineen elämysluokitteluun. Nelikenttä perustuu kahteen akseliin: passiivisesta aktiiviseen ja uppoutumisesta omaksumiseen. Näiden mukaan syntyy neljä erityyppistä elämystä: viihdyttävä, opettava, esteettinen ja eskapistinen. Tämä työkalu voi toimia hyvänä starttina elämyspalvelun suunnitteluun, sillä sen avulla voi miettiä, mihin elämysluokista halutaan palvelulla tähdätä ja millaisia elementtejä silloin täytyy huomioida.

Toinen vastaavanlainen mallipohja on Tarssasen ja Kyläsen (2010, s. 11) elämyskolmio. Se perustuu kuuteen palveluelementtiin sekä ihmisen kokemuksen viiteen tasoon. Palveluelementit ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Kokemustasoja ovat motivaatio, fyysinen, älyllinen, emotionaalinen ja henkinen taso. Mitä ylemmäs henkilö tasoilla kiipeää, sitä syvemmälle elämys myös vaikuttaa hänessä. Tämä malli voi auttaa arvioimaan kokonaisvaltaisesti, ovatko kaikki asiat kohdallaan itse palvelussa ja miten kukin niistä vaikuttaa asiakkaan kokemukseen ja millä tasolla.

Sinisen meren strategian viitekehys, jonka Kim ja Mauborgne (i.a.) ovat kehittäneet, tarjoaa neljä kysymystä, joita analysoimalla voidaan kehittää strategisia kilpailutekijöitä melkeinpä millä tahansa toimialalla. Nämä kysymykset ovat: mitä toimialalla selvinä pidettyjä asioita tulisi poistaa; mitä tekijöitä voisi vähentää tai pienentää; mitä täysin uutta voisi tuoda; mitä tekijöitä voisi korostaa enemmän kuin muut. Pohtimalla näitä kysymyksiä, voidaankin löytää tapa tehdä erottuvia ja kilpailukykyisiä elämyspalveluita.

Yhtenä työkaluna on vielä hyvä mainita tarinallistaminen, sillä se on keskeinen osa elämyspalveluiden suunnittelua (ks. esim. Kalliomäki, 2016, s. 65-67). Tarinan avulla voidaan luoda mieleenpainuvia ja tunteita herättäviä kokemuksia. Markkinoinnissa tarinoita hyödynnetään myös erottumistekijänä ja tietyn mielikuvan luomisessa. Tarina voi sisältää sekä fiktiivisiä että todenmukaisia elementtejä. Sen avulla voidaan kertoa palvelusta tavalla, joka on helpompi ymmärtää ja muistaa. Tarinatyökaluja on monia, kuten esimerkiksi Pixar pitch-tarinan luuranko tai ANSVA-malli, jotka luovat tarinalle rakenteen siten, että tarina herättää kuulijan huomion, kuljettaa häntä läpi tarinan ja luo vahvan yhteyden tarinan takana olevaan tuotteeseen tai palveluun.

Yhteenveto

Elämyspalveluiden kehittäminen on prosessi, jossa on tärkeää hankkia asiakasymmärrystä, osallistaa palvelun sidosryhmiä kehittämiseen sekä pohtia elämyksen elementtejä ja asiakkaan kokemuksia. Elämyspalveluiden kehittäminen myös vaatii jatkuvaa innovointia, ja siinä apuna toimivat erilaiset luovuutta tukevat työkalut. Tämän artikkelin tarkoitus olikin tarjota lyhyt katsaus joihinkin työkaluihin, jotka toivottavasti inspiroivat kiinnostuneita kehittämään omia elämyspalveluitaan entistä paremmiksi.

Tapahtumabisnekseen hybridiosaamista on Euroopan unionin osarahoittama hanke. Tapahtumabisnekseen hybridiosaamista – SEAMK Projektit**Satu Lautamäki**
KTT, yliopettaja
SEAMK

Katja Jaskari
projektipäällikkö, Tapahtumabisnekseen hybridiosaamista -hanke
SEAMK

Satu Lautamäki työskentelee yliopettajana kulttuurituotannon AMK- ja yAMK-tutkinto-ohjelmissa, ja opettamisen lisäksi suunnittelee ja toteuttaa tki-hankkeita. Osaamisalueita ovat mm. luovien alojen kehittäminen, pk-yrittäjyys, kansainvälisyys, palvelumuotoilu sekä monialainen tuotekehitys.

Katja Jaskari on digitaalisen kulttuurin maisteriopiskelija Turun yliopistossa, kulttuurituottaja YAMK, AmO, AmE, tapahtumatuotannon asiantuntija, liiketoiminnan ja asiakkuuksien kehittäjä sekä jatkuvan oppimisen edistäjä.

Lähteet

Heinonen, J. (2024). *Asiakaspalvelussako Suomen kilpailuetu?*https://www.labopen.fi/lab-pro/asiakaspalvelussako-suomen-kilpailuetu/

Innanen, P., & Kuure, E. (2025). *Osallistamisen sudenkuopat*. https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/osallistamisen-sudenkuopat-osa-1/

Kalliomäki, A. (2016). Tarinallistaja – elämystalouden uusi ammatti. Teoksessa S. Karkulehto, T. Lähdesmäki & J. Venäläinen (toim.). *Elämykset kulttuurina ja kulttuuri elämyksinä: Kulttuurintutkimuksen näkökulmia elämystalouteen* (s. 65-80). Jyväskylän yliopisto.

Kim, C., & Mauborgne, R. (i.a.). *Four actions framework*. https://www.blueoceanstrategy.com/tools/four-actions-framework/

Komppula, R. (2002). Voiko matkailuyritys tuottaa elämyksiä? Keskustelua matkailutuotteesta ja tuotekehityksestä. Teoksessa J. Saarinen (toim). *Elämys: teollisuutta, taloutta vai jotain muuta (s.* 55–71). Lapin yliopisto.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999) *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press.

Pulkkinen, T., & Santaniemi, O. (2022). *Elämysmuotoilu.* https://kalevala.karelia.fi/2022/06/21/aineettomien-kulttuurisisaltojen-kaupallistamispolku-elamysmuotoilu/

Tarssanen, S., & Kylänen, M. (2009). Elämys – mikä se on? Teoksessa S. Tarssanen (toim.), *Elämystuottajan käsikirja* (s. 8–23). LEO, Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus.