

# 2012

Ekointernet Oy 2012

Heikki Susiluoma  
Jarmo Halonen  
Annukka Ahlsund

## **[Tarinoiden ja hiljaisuuden Lestijoki - loppuraportti]**

Hankkeen keskeisenä tavoitteena on tuotteistamiskokeilu, jossa hiljaisuus, tarinat ja luonto tuotteistetaan palvelukonseptiksi.

*Jossakin vaiheessa työnimen "Lappalaisena Lestijoella" saanut kokeiluhanke toteutti asetettuja tavoitteita mielenkiintoisesti ja tällaiselle hankkeelle tyypillisen vaihtelevasti. Paikallisten hyvinvointipalveluyritysten mukaan saaminen matkailutuotteen kehittelyyn oli vaikeinta, kun taas koeasiakasretki kokonaisuudessaan palautteineen kaikkineen oli vahvasti positiivinen yllätys hankkeessa. Living Labin johdolla toteutetut työpajat onnistuivat hienosti ja tuottivat vankkaa näkemystä retkituotteen kohderyhmästä ja sen kaipaamasta sisällöstä, jota tulosta koeasiakkaat vahvistivat. (Ks. liitteenä olevat Living Labin palvelumuotoiludokumentit)*

*Lopputuloksena voi sanoa että suomalainen maaseutu sopii hyvin hiljaisuuteen ja tarinoihin sekä luontoon ja liikuntaan nojaavalle maaseudun matkailutuotteelle ja että sille on varmasti kysyntää. Itse palvelun rakentamisprosessi opetti paljon ja kokemukset voisi tiivistää neljään kohtaan.*

### LOPPUTULOSTA ON VAIKEA ENNUSTAA

*Reitti rakentuu useista elementeistä ja lopputulos on usein eräänlainen majoitusten, liikkumisen ja sisältökohteiden tasapaino. Lestijoen hiljaisuuden reitin rakentamisprosessi kertoi hyvin sen, miten maaseudun pienyrittäjät ovat erilaiseen hanketoimintaan väsyneitä ja heidän lopullista kiinnostumisen ja sitoutumisen astetta on vaikea ennustaa. Osa alussa kiinnostuneista yrityksistä ei jaksanut mukana, mutta toisaalta markkinointikirjeeseen reagoimattomia yrityksiä saatiin houkuteltua mukaan. Yleensä yrittäjän innostus kasvoi, kun he ymmärsivät että kyseessä ei ole tavallinen EU-projekti vaan hankkeessa tuotetaan konkreettinen palvelu, johon yritykset pääsevät mukaan.*

### YRITYSTEN SIJAINTI RATKAISEE PALJON

*Hankkeen alkuvaiheen tarinoiden mukaan etenemisestä oli luovuttava suhteellisen nopeasti, koska mukaan lähtevien yritysten sijainti ratkaisee paljon mihin reittiä rakennetaan. Myös liikkumistapa määräytyy yritysten mukaan niin että pitkien etäisyyksien suomalaisella maaseudulla kuljetaan pääsääntöisesti pyörällä.*

### ASIAKAS YLLÄTTÄÄ

*Kolmas keskeinen tulos tästä kokeiluhankkeesta on, että tuotteesta kiinnostunut asiakas lopulta määrittelee sen mihin suuntaan kannattaa lähteä etenemään. Hankkeelle oli suureksi onneksi, että retkeilypalveluihin keskittyneen yrityksen kautta saadut neljä koeasiakasta pitivät peruskonseptista niin ettei kehitystyö mennyt kokonaan uusiksi vaan jatkokehittelyssä selvittää tarinoiden syventämisellä ja erityisesti aikataulu- ja muuttamalla ja rauhoittamalla. Lisäksi hieno tulos oli että yksi koeasiakas otti osaa tuotteen jatkokehittämiseen.*

## TARVITAAN KOORDINOINTIA/INTEGROINTIA

*Suomalaisella maaseudulla löytyy kyllä majoittajia, ruuan tekijöitä, ohjelmapalveluyrittäjiä sekä monenlaisia katseltavaa luonnon lisäksi kulttuurissa, mutta niiden kokoaminen mielekkäiksi kokonaisuuksiksi ja markkinointi on hidasta puuhaa. Paketoiminen on ollut vuosia taikasana, jota tarjotaan erilaisten projektien lopputuloksena, mutta harvassa ovat toimivat paketit, joissa olisi useampia yrittäjiä mukana. Koordinaattorin/integraattorin on tunnettava niin kaupunkilainen asiakas kuin maaseudun yrittäjä ja koetettava saattaa nämä yhteen. Sen lisäksi olisi vielä kehitettävä sille toiminnalle kestävä ansaintalogiikka.*

---

# KOKEILUN TAVOITTEET JA TAUSTA

## REITIN SUUNNITTELU

Reitin suunnittelun pohjan muodosti ajatus kulkemisesta majapaikasta toiseen erilaisten tarinapisteiden kautta GPS-laitteen ja opasvihkosen avulla. Koska potentiaaleja ja varsinkin retkestä kiinnostuneita yrittäjiä on harvassa, tärkeimmäksi kulkutavaksi valikoitui polkupyörä.

Matkailutuotteen olisi tavoitettava myös kotimainen kuluttajan, jolloin reitti ei saisi kestää montaa päivää, eikä myöskään olla kallis. Tällaisen tuotteen rakentaminen onkin kustannuksiltaan sangen ristiriitainen prosessi, koska pyörien vuokria ja kanoottivuokria ja opastusta sisältävä tuote rakentuu väkisininkin kalliiksi ja lyhyellä matkalla hinta suhteessa käytettyihin päiviin tuntuu vieläkin kalliimmalta. Toisaalta viikon ohjattu loma suunnitellulle kohderyhmälle eli kiireisille kaupunkilaisille on useiden matkailun asiantuntijoiden mielestä liian pitkä. Toisaalta ulkomaalaiselle asiakkaalle on yleensä oltava ohjelmaa vähintään viikoksi, ennen kuin tuote on houkutteleva.

## TARINAT JA PAIKALLISUUS

Tämän kehityshankkeen tärkeänä lähtökohtana ja innoittajana on ollut Kokkolan yliopistokeskuksen (Jyväskylän yliopisto) keskipohjalaisen paikallisen tarina-aineistojen keruuseen, ja hyödyntämiseen tähtäävä Genius Loci -hanke. Paikallisissa tarinoissa on nähty myös hyödynnettävää potentiaalia matkailun kannalta. Toisena tarina-aineistona oli Pohjoisen Keski-Suomen tarinoita kerännyt Lutunen-hanke. Muina aineistoina toimivat internetistä löytyvät erilaiset Lestijoen aineistot sekä Samuli Paulaharjun kansanperinnettä alueella käsittelevä kirja Suomenselän vieriltä.

Eräänä tavoitteena oli löytää tai pikemminkin rakentaa lukuisista tarinoista yksi yhtenäinen juoni, joka kuljettaisi matkailijaa myös ajassa historiasta nykyaikaa kohden.

Todellisuudessa tavoite yhdestä matkailutuotteesta sitoutuneine yrittäjineen rajasi hyvin paljon sitä mitä tarinoita voidaan sisällyttää retkipakettiin. Kahden seutukunnan alueelle suunnattu kysely tuotti 5 yhteydenottoa ja kyselyä edeltäneet muutamat koesoitot antoivat hieman kuvaa alueen yrittäjien valmiuksista lähteä kokeiluhankkeeseen mukaan. Yrittäjät olivat väsyneet jatkuviin hankkeisiin ja pitivät tätäkin sellaisena, joka toimii vain projektin ajan, eikä mitään pysyvää rakennetta synny.

Kiinnostuneiden yrittäjien ja täydentävien haastattelujen jälkeen reitin rakentaminen suunnattiin Lestijoki-laaksoon. Olennaista osaa näytteli 2-3 sitoutumiseen valmiin yrittäjän rooli. Tärkeää osaa näytteli myös jokilaakson luonto ja olemassa olevat luonnonsuojelualueet sekä vakiintunut melontayrittäjyys luonnonkauniilla joen yläjuoksulla.

Kokkolan yliopistokeskuksen ja Lutunen hankkeen tarina-aineistot ovat mielenkiintoinen kurkistus alueen historiaan yksilön ja kansan tarinan iskemisen tasolla, mutta matkailutuotteeseen nämä tarinat ovat kirjoitettuna liian pitkiä ja kaartelevia, koska ne on kirjoitettu talteen suoraan sellaisena kuin tarinankertoja on ne kertonut. Tilanne on erilainen kuin kuunneltaessa. Sama koskee myös tarinoiden faktapohjaisuutta. Kirjoitettu tarina mielletään helpommin todella tapahtuneeksi, kun taas suullisesti kerrotussa tarinassa myös äänensävyt voivat viestiä asioiden suhteellisuudesta.

Matkailutuotteessa kerätyt tarinat oli pakostakin tiivistettävä ja tiivistämisessä ne kadottivat osan viehätystään ja nimenomaan tarinallisuudestaan.

Myös juonellisen tarinan rakentaminen matkailutuotteeseen on hankalaa, koska reittiä on vaikea rakentaa tarinoista lähtemällä, kun mukana olevat yritykset rajoittavat reitin valintaa. Lestijoella mielenkiintoisen aiheen sijoittaminen satunnaiseen pisteeseen matkan varrella sai koeasiakkailta voimakasta kritiikkiä eli kun johonkin pysähdytään, niin siinä on oltava katsottavaa aiheeseen liittyen.

Tarina-aineistojen pohjalta retken keskeisiä tarinoita ja koeasiakkaiden reittiä pohdittiin erillisessä pienemmässä työpajassa Yli-Lestillä Pikku Peuran tiloissa 20.4. 2012.

## HILJAISSUUS

Yhtenä olennaisena lähtökohtana on maaseudun yritystoiminnan kehittäminen hyvinvointimatkailussa ja siinä erityisesti hiljaisuuden ja hiljentymisen merkityksen kasvu vastapainona kiireiselle työelämälle.

Hiljaisuus mainitaan usein suomalaisen matkailun ja maaseudun valttina ja sen tuotteistamisesta puhutaan paljon. Se on kuitenkin yhä eräänlainen itsestäänselvyys, jonka esiin tuominen markkinoinnissa ei välttämättä anna mahdollisuuksia erottautua - jokaisen suomalaisen maaseutumatkailuyrityksen ympäristö on hiljainen - ainakin heidän omasta mielestään.

Hiljaisuuden pohdinnassa tehtiin yhteistyötä Live Herring -taiteilijaryhmään kuuluvan äänimaailmoja tutkivan Ilkka Kuukan (Keski-Suomen taidetoimikunta) kanssa. Äänitysretki jokivarteen ääniä keräämällä vahvisti ideaa äänien ja hiljaisuuksien poiminnasta kuten marjojen tai sienien - matkailijan muistoksi. Tästä poimimisesta tulikin tärkeä hiljaisuuden kokemisen hetki koeretkeläisille. (tarkemmin Living Labin liitteessä).

## HYVINVOINTI JA LIIKUNTA

Hankkeen alkuperäisenä tavoitteena oli myös kytkeä hyvinvointipalvelut osaksi retkituotetta. Green Care -palvelut nähdään eräänä nousevana maaseudun mahdollisuutena. Green Care palvelujen alle luetaan puhtaasti luonnon lähelle sijoittuvasta fyysisen terveyden hoidosta lähes yksinomaan matkailuun liittyvää virkistystoimintaa.

Lihassoimin liikkuminen oli itsestään selvyyttä hankkeen tavoitteissa.

Lestijokilaaksossa on esimerkiksi perinteistä jäsenkorjausta ja hierontaa harjoitettavia yrittäjiä. Lähiseudulla Kaustisilla on kaksikin kansanperinteestä ponnistavaa hoitoyksikköä. Omissa tiloissaan palveluja tarjoavien jäsenkorjaajien saaminen reitin varrella oleviin majoituspisteisiin osoittautui vaikeaksi. Koeretken ajankohta määräytyi hankkeen rytmin ja kesän etenemisen ja yrittäjien kiireiden mukaisesti, jolloin näiden hyvinvointipalveluiden osalta oltiin päivämääriin sidottuja. Lopulta viimeiseksi illaksi tarjottuihin hierontapalveluihin ei koeasiakkaat tarttuneet ymmärrettävistä syistä; retken aikataulu oli tiukka ja silloin se aika olisi ollut poissa vähälle jääneestä yhteisestä illasta.

Retkellä oli kuitenkin selkeitä hyvinvointivaikutuksia, jotka syntyivät luonnossa liikkumisesta, hiljaisuuden kokemuksesta sekä eräänlaisesta yhteisyyden ja pyhyden kokemuksesta. Melominen hiljaisella joella oli unohtumaton ja voimaannuttava kokemus samoin kuin oli pyöräily maalaismaisemassa.

Toisilleen ennalta tuntemattomien ihmisten kanssa retkelle lähtö asettaa omat haasteensa. Todennäköisesti eräs syy koeasiakkaiden voimakkaaseen arjesta irtioton kokemukseen johtui tästä tuntemattomien ihmis-

ten kanssa yhteiselle matkalle lähdöstä. Uusiin ihmisiin tutustuminen ja oman roolin ottaminen ryhmässä vie ajatukset väkisin pois arkisista asioista.

## LUONTO

Luonto toimii tässä hankkeessa kehyksenä tarinoille ja hiljentymiselle, mutta ei ole aktiivisessa roolissa eli luontoa eri erityisesti kuvata tai avata eikä siihen satsata samalla tavalla asiantuntemusta kuin historiallisiin kohteisiin ja tarinoihin.

Luonto on olennainen osa suomalaista hiljaisuuden kokemusta. Luostarissa voi hiljentyä arkisissa toimissa, mutta silloin hiljentymisen on oikeastaan enemmän eräänlaista oman aktiivisuuden vähentämistä, sosiaalisen kommunikaation välttämistä. Luonnossa hiljentymisen on osaltaan vetäytymistä ihmisestä, mutta siihen kuuluu luonnon äänet.

## YRITTÄJIEN YHTEISTYÖ

Koko konseptin kehittäminen nojaa vahvasti yrittäjien yhteistyöhön ja sen rakentaminen on yhtä tärkeä osa projektia kuin itse sisällön kehittäminen. Lestijoen reitillä yritysten yhteistyön rakentaminen on sen vuoksi haasteellisempaa, koska käytettävissä oleva aika on lyhyt.

Koko konseptin kehittäminen nojaa vahvasti yrittäjien yhteistyöhön ja sen rakentaminen on yhtä tärkeä osa projektia kuin itse sisällön kehittäminen. Tässä kokeiluhankkeessa Lestijoen reitillä yritysten yhteistyön rakentaminen oli haasteellisempaa, koska käytettävissä oleva aika oli lyhyt.

Chydenius-Instituutin keräämän tarina-aineiston alueelta tarkemman kartoituksen kohteeksi otettiin kahden laajan seutukunnan matkailuyrittäjät.

Tammikuussa lähetettiin kirje useille kymmenille Kaustisen ja Kokkolan seutukuntien yrityksille. Vastauksena saatiin viisi kiinnostunutta yritystä sekä kehittämistyöstä kiinnostunut Kannuksen kaupunki. Yritysten asettuessa pääosin Lestijokivarteen ryhdyttiin kartoittamaan reitin rakentamista varten muita yrityksiä joen varrelta. Tapaamisia järjestettiin Matkailumessuille tammikuun 2012 lopulla.

Jo ennen tarjouskirjeen lähettämistä tehtiin alustava kartoitus soittamalla kolmeen yritykseen Kaustisten seutukunnassa. Jo tässä vaiheessa kävi selväksi, että yrittäjät ovat väsyneet jatkuviin hankkeisiin, mihin pitää saada yrittäjät mukaan tuomaan todellista sisältöä, mutta myös omaa rahallista panostusta kehittämistyöhön. Yritykset piti erikseen vakuuttaa, että kyseessä ei ole perinteinen projekti, jonka päättyessä toimintakin päättyy. Yritysvetoisessa hankkeessa tuloksena on tuote, jota ryhdytään myymään.

Kun reitin kulku oli suurin piirtein selvillä, ryhdyttiin paikkaamaan reitin varren palvelujen tarjontaa ennestään tiedossa olevilla yrityksillä. Niistä yksi ohjelmapalveluyritys saatiinkin mukaan jo ensimmäiseen työpajaan.

Kun yksi majoitusyritys tippui sairastapauksen vuoksi pois ketjusta, hankaloitui reitin vieminen merelle asti. Toisaalta ajatus lyhyemmän reitin rakentamiseksi suuntasi keskittymään vain Lestijokivarteen, joten reitti suunniteltiin päättyvän Kannukseen.

Koeasiakkaita varten kunnan asiakaskokemuksen varmistamiseksi pois jääneen yrittäjän tilalle saatiin uusi yrittäjä Kälviältä. Lihasvoimin kulkemisen periaatteesta jouduttiin tinkimään ja koeasiakkaat kuljetettiin viimeiseen majapaikkaan.

---

# PALVELUMALLIN JA KONSEPTIN KUVAUS

## HILJAISUUDEN JA TARINOIDEN LESTIJOKI

Hiljaisuuden ja tarinoiden Lestijoki on retkeily- ja reitti, joka auttaa irrottautumaan arjesta, tutustumaan suomalaisen maaseudun elämään nyt ja muinaisuudessa. Reittiä tullaan markkinoimaan niin toisensa tunteville ryhmille kuin yksittäisille ihmisille tapana tutustua samanhenkisiin ihmisiin.

Kuten eräs koematkalainen asian ilmaisi, parhaimmillaan kokemus voi muuttaa elämääsi.

Reitti on avaus retkeilyyn uudenlaisen tarinallisen sisällön parissa, mutta samalla myös osa perinteistä GPS-reittikonseptia: [www.gps-retki.fi](http://www.gps-retki.fi)

## YHTEISTYÖKUMPPANIT (KEY PARTNERS)

Lestijokilaakson matkailuyrittäjät, hyvinvointialan yrittäjät sekä muut yrittäjät:

Riistaravintola Pikku-Peura, Pietilän Lomatalot, Hirvikosken maaseutuhotelli, Lesti Hunter, Lestin Vesihiisi, Kannuksen kaupunki ja mahdollisesti Kokkolan matkailu.

Yhteistyökumppanit tuottavat ruuan, majoituksen, ohjelmapalvelut (melonta), hyvinvointipalvelut sekä osallistuvat yhteismarkkinointiin. He tuottavat myös tarinoita ja uusia elementtejä reittiin tulevaisuudessa.

## AKTIVITEETIT (KEY ACTIVITIES)

Liikunnallisia aktiviteetteja ovat pyöräily, melonta ja patikointi.

Henkisiä aktiviteetteja ovat tarinat, esihistorian ja historian faktat sekä hiljaisuuden kokeminen mm. erilaisia äänimaailmoja keräten

## PALVELULUPAUS (VALUE PROPOSITIONS)

Lupaamme irrottaa ihmisen arjestaan ja viedä hänet niin esihistoriaan kuin luonnon äänimaailmojen keskele. Pienessä ryhmässä ilman johtajaa tai opasta asiakas pääsee myös uuden selviytymiskokemuksen keskele.

## ASIAKASSUHTEET (CUSTOMER RELATIONSHIPS)

Hiljaisuuden ja tarinoiden Lestijokireitillä tulee olemaan kahdenlaisia asiakkaita, eli yksittäisiä ihmisiä ja pienryhmiä, joita houkutellaan mukaan pääosin sosiaalisen median ja matkanjärjestäjien avulla sekä yritysasiakkaita, joita haetaan insentiivimatkailuun erikoistuneiden yhteistyökumppanien avulla. Yrityksien kohdalla reitille voidaan räätälöidä myös koulutusmahdollisuuksia, virkistysellisen toiminnan lisäksi.

## ASIAKASKOHDERYHMÄT (CUSTOMER SEGMENTS)

Perusviesti reitin markkinoinnissa on irtiotto arjesta ja kohteena esim. hoito- tai opetuslalla työskentelevä Kirsti 47 vuotta.

Asiakkaiden jaottelu myynnin kannalta otollisiin kohderyhmiin:

1. Hektisestä (työ)elämästä irtiottajat - hidastajat.
2. Kotiseutumatkailusta ja historiasta kiinnostuneet.
3. Hiljaisuuden ja luonnon kokemuksen etsijät.

Retkiryhmä voi koosta jo ennakkoon toisensa tuntevista ihmisistä tai sitten toisilleen tuntemattomista ihmisistä ja se voi koostua yhtä hyvin niin kotimaisista kuin ulkoilmaisistakin asiakkaista.

## RESURSSIT (KEY RESOURCES)

Olellaisia resursseja ovat:

1. Ystävälliset ja asiansa osaavat yrittäjät eli majoittajat, ruuan tekijät, ohjelmapalvelujen tuottajat ja tarinoiden kertojat.
2. Paikallinen teemaan sopiva ruoka (riista, metsän ja veden antimet, perinneruuat).
3. Itse idea eli GPS-retkikonsepti, jossa pieni ryhmä etenee teemallisesta pisteestä toiseen ilman johtajaa GPS-laitteen ja opasvihkosen avulla.
4. Hiljaisuuteen tutustuminen ääniä keräämällä.
5. Reitille kutsumisen ja haastamisen tapa, joka hakee muotonsa sosiaalisen median kautta, ja jossa olennaisinta on että retkistä tulee samanhenkisten luonnollinen tapa löytää toisensa.

## MYynti (CHANNELS)

Ensimmäisessä työpajassa hahmoteltu tyyppi asiakas reitille eli Kirsti 47, opettaja tai hoitoalalla vastasi mielikuvaa Raijan Reissureppu -nimisen retkiä järjestävän yrityksen perusasiakkaista. Reissureppu olikin halukas yhteistyöhön ja saimme heidän kauttaan 14 halukasta retkeilijäehdokasta, joista valitsimme viisi retkeiläistä. Heistä yksi joutui perumaan tapaturman vuoksi. Valinnassa vaikuttivat sukupuoli, kokemus ja ikä. Retkeläiset olivat eteläisestä Suomesta (Kouvola, Turku, Helsinki).

Hiljaisuuden reitti tulee tarjolle [gps-retki.fi](http://gps-retki.fi) sivustolle. Mutta sitä tullaan aktiivisesti markkinoimaan myös sosiaalisen median ja koti- sekä ulkomaisten matkanjärjestäjien toimesta. Lisäksi reittiä tullaan myymään yritysten koulutus- ja virkistystoimintaa myyvien matkailuyritysten kautta.

Matkan varaaminen netistä pitää tehdä helpoksi, mutta useamman yrittäjän yhteistoiminnassa online-maksaminen ei ole alussa mahdollista. Yhden yrittäjän koordinoimille "ympyräreiteille" meillä on käytettävissä yhteistyökumppanimme valmistama varaus- ja maksujärjestelmä, jota voidaan käyttää myös tällä reitillä silloin kun kyseessä on ns. takuulähtö.

Uusi myyntikanavia haetaan parhaillaan Outdoors Finlandin tuottamasta erittäin kattavasta sähköisten jakeluteiden kartoitus materiaalista. Osa niistä edustaa sosiaalista mediaa, osa on perinteisiä matkailualan sähköisiä kanavia.



## RETKIPAKETIN KUSTANNUSRAKENNE

Kolme yötä ja kolme ja puoli päivää kestävä retki maksaa omalla pyörävarustuksella noin 440 euroa.

Majoituksen osuus on 40 %, ruuan 30 % ja erilaisten siirtymiseen ja ohjelmaan liittyvien 20%. GPS-laitteeseen ja organisointiin käytetään loput 10 %. Lopulliseen myyntihintaan lisätään vielä 20 %:n katekonseptin ylläpitoon ja markkinointiin.

Edullisin hinta on laskettu omalla pyörällä matkaan lähtevän mukaan, jolloin voidaan olettaa, että asiakkaita löytyy läheltäkin ja konsepti tuottaa myös lähiseudulle hyvinvointia.

## TULOVIRRAT

Tavoitteena on löytää kotimainen yksittäinen irtioton ja hiljentämisen kaipaaja, auttaa häntä löytämään retkitoverit ja tehdä heidän kanssaan kauppaa. Se olisi ekologisesti ja eettisesti kestävä ja tuottaisi parhaan henkisen ja taloudellisen tuloksen.

Yhtä lailla yritysasiakkaat ovat tärkeitä, mutta tulovirtana matalasuhdanteen aikana vaikeammin saavutettavissa.

Nykymuodossaan reitin ulkomaalaisten asiakkaiden osuus on vaikeasti ennustettavissa, mutta osana pidempikestoista matkailupakettia Lestijoen reitti voi hyvinkin löytää asiakkaansa.

Myöhemmin reitti voidaan myös uudelleen teemoittaa vaikka puhtaaksi luonto ja Green Care reitiksi, jolloin asiakaspotentiaali olisi ainakin hieman erilainen.

Karttakeskuksen kanssa on neuvoteltu myös omille laitteille ladattavien sirukorttien myynnistä ja jakelusta, jolloin myös asiakaspohjaa saataisiin halvemman kokonaishinnan vuoksi laajennettua entisestään.

## REITIN KEHITTÄMINEN

Koeretkeläinen valokuvaaja, eräopas ja antropologi Jukka Palm osallistui reitin sisällön tuotantoon syyskuussa 2012. Hänen neuvostaan kävimme merkitsemässä uusia maastopisteitä ja hän tuotti uutta materiaalia vanhalle reitille sekä ehdotti poistettavia pisteitä. Tällainen asiakkaan osallistuminen kehittämistyöhön on hyvin antoisaa ja tehokasta.

## PALVELUMUOTOILUTYÖPAJA I

Palvelumuotoilutyöpajassa oli tavoitteena hahmottaa hiljaisuuden ja tarinoiden retken potentiaaleja asiakkaita. Kannuksen palvelumuotoilutyöpajaan saatiin reitin varren yrittäjistä kolme sekä maakunnallinen matkailualan toimija Kokkolan matkailu Oy. Lisäksi kehitystyöstä kiinnostunut Kannuksen kaupunki osallistui työpajaan ja tarjosi pajalle työtilat.

Ensimmäinen palvelumuotoilutyöpaja pidettiin Kannuksen kaupungin tiloissa 23.3.2012 Palvelumuotoilutyöpajan ohjasi Juha Ruuska Jyväskylän ammattikorkeakoulun Lutakko Living Labista. Mukana olivat

Marja Hakkarainen, Riistaravintola Pikku Peura

Mari Keiski, Kokkolan Matkailu Oy

Olli Rosenqvist, Kokkolan yliopistokeskus

Jarmo Halonen, GPS-retket / Ekointernet Oy

Heikki Susiluoma, GPS-retket / Ekoinernet Oy

Ilkka Luoto, Vaasan yliopisto (Yliopistokeskus Chydenius)

Anne Pesola, Kannuksen kaupunki

Reima Wirkkala, Lesti Hunter

Ritva Kupari, toimittaja free-lancer

Kimmo Hautala, Lestin Vesihiisi

Pentti Meriläinen, Pro Agria Keskusten Liitto

Potentiaalin asiakkaan eli tarinoiden ja hiljaisuuden kokijan hahmottaminen onnistui hyvin ja loppujen lopuksi koeasikasretken jälkeen kuva hoito- tai opetuslalla toimivasta Kirsti 47 v. asiakkaasta vain vahvistui. (Ks. tarkemmin liite Living Lab)

Ensimmäisessä työpajassa hahmotettiin myös tarinoiden pohjalta syntyvää kokonaistarinaa retkelle. Elementteinä nousivat esille vanha lappalaisasutus, peuran pyynti, tervan poltto ja erilaiset hiidet ja muut metsän maahiset.

## TARINATYÖPAJA

Reitin taustalla olevaa tarina-aineistoa kokoonnuttiin käsittelemään erillisessä tarinatyöpajassa riistaravintola Pikku-Peurassa Yli-Lestillä 20.4.2012. Siellä syntyi työnimi Lappalaisena Lestijoella, joka sointuvuudesta huolimatta kuitenkin loppujen lopuksi vie sivuun retken luonteesta.

Paikalla tarinapajassa olivat:

Marja Hakkarainen, yrittäjä, Riistaravintola Pikku Peura

Kimmo Hautala, yrittäjä ja tarinan kertoja ja niiden kerääjä, Lestin Vesihiisi

Ilkka Luoto, tutkija, Kokkolan yliopistokeskus (vs. professori, Vaasan yliopisto)

Jarmo Halonen, GPS-retket / Ekointernet Oy

Heikki Susiluoma, GPS-retket / Ekoinernet Oy

## PALVELUMUOTOILUTYÖPAJA II

Keskeisin kritiikki kohdistui retken aikatauluihin. Liian tiukaksi rakennettu retkiohjelma ei antanut tarpeeksi omaa aikaa. Siksi aikataulut ovat tärkeitä eli omaa aikaa pitää varata niin pysähtymisille ja omille löydöille kuin kokemusten sulattelulle ja jakamiselle omassa ryhmässä.

Reitille merkitsemättömät kohteet kuten Lestijärven kirjasto ja antiikkiliike saivat tärkeän huomion. Vaikka reitille merkityt kaksi baaria saivat kiitosta, niin myös omaehtoinen löytäminen oli olennaista ja mukavan yllättävää.

Koeretkeläisten lisäksi Juha Ruuskan (Livin Lab) vetämään toiseen työpajaan Kokkolan yliopistokeskus Chydeniuksessa 12.6.2012 osallistuivat:

Lea Konttinen, Sitra

Liisa Jokinen, Nopsa Travels

Jarmo Halonen, GPS-retket/Ekointernet Oy

Heikki Susiluoma, GPS-retket/Ekointernet Oy

Kari Ilmonen, professori, Yliopistokeskus Chydenius

## TESTAUS (KOEASIAKASRETKEN OSALLISTUJAT)

Ensimmäisessä työpajassa hahmoteltu tyyppi asiakas reitille eli Kirsti 47, opettaja tai hoitoalan ihminen vastasi mielikuvaa Raijan Reissureppu -nimisen retkiä järjestävän yrityksen perusasiakkaista. Reissureppu olikin halukas yhteistyöhön ja saimme heidän kauttaan 14 halukasta retkeilijäehdokasta, joista valitsimme viisi retkeläistä. Heistä yksi joutui perumaan tapaturman vuoksi. Valinnassa vaikuttivat sukupuoli, kokemus ja ikä. Retkeläiset olivat eteläisestä Suomesta (Kouvola, Turku, Helsinki). Valitut retkeläiset olivat hyvin innoissaan heitä kohdanneesta "lottovoitosta".

## KOEASIAKASRETKEN TOTEUTTAMINEN

Koeasiakasretkellä reitin varren majoitus- ja ohjelmapalveluyrittäjät osallistuivat talkoilla retken toteuttamiseen. Reitien varren ulkopuolelta yhteistyökumppaniksi lähtenyt pyöräliike antoi neljä polkupyörää ja kuljetuskärryn reilulla alennuksella koeretken käyttöön.

Koeasiakkaat eivät olleet erityisen laitefriikkejä, mutta silti äänityslaitteiston ja GPS-laitteen käyttö sujui ongelmitta. Luontovihko oli myös toimiva eli palaute siitä oli hyvä. Yleistä karttaa koko reitistä kaivattiin. Äänien keruusta ja laitteiden toimivuudesta sekä reitillä pysymisestä huolehtiminen kasvatti yhteishenkeä ja edesauttoi kokemuksen syventymistä. Yhteishenki kasvoi myös sen vuoksi, että retkellä ei ollut johtajaa vaan neljä henkeä ottivat nopeasti kukin sopivan roolin ryhmässä ja kaikki lähtivät retkelle samalta viivalta. Myös ryhmän pieni koko edesauttoi tutustumista.

Koeasiakasretki alkoi Valkeiselta Lestijärven kunnasta. Yrittäjä (riistaravintola Pikku Peura) Marja Hakkarainen huolehti ensimmäisen pisteen päivällisestä, iltapalasta sekä aamiaisesta ja retkieväistä. Majoitus oli modernissa mökissä riistaravintolan vieressä. Koeasiakkaat tulivat iltapäivällä tähän ensimmäiseen majoipaikkaan. Illalla he kiersivät Valkeisen luontopolun tutustuen GPS-laitteeseen ja äänien keruussa tarvittavaan laitteeseen keräten ensimmäiset äänet.

Toisena päivänä retkeläiset saivat alleen kälviäläisen Maununmäen pyöräliikkeen polkupyörät, joilla he pyöräilivät Lestijärvelle ja sieltä metsäteitä pitkin Raivioon. Raiviosta matka jatkui kanooteilla noin 8 km Murennuskosken rantautumispaikkaan. Kanoottiyrittäjä Reima Wirkkala (Lesti Hunter) opasti koeasiakkaat kanootilla joen laskuun ja heti ensimmäisistä koskista alkaen melonta sujui hyvin. Murennuskoskelta matka jatkui vielä viisi kilometriä polkupyörillä, jotka oli siirretty Murennuskosken rantautumispaikkaan.

Toisen yön retkeläiset viettivät Hirvikosken maaseutuhotellissa. Samassa tilassa on myös Hirvikosken kursikeskus ja koko konsernia johtaa Aulis Kopsala. Hirvikoskella ohjelmaan kuului illallinen, sauna, aamiainen ja eväiden teko seuraavan päivän pyörämatkalle.

Seuraava päivä kulki pitkin Lestijoen viljelylaaksoa ja erityisenä pysähdyksen kohteena oli Pajamäen koti-seutumuseoksi kunnostettu tila Toholammilla. Perille Kannukseen retkeläiset saapuivat iltapäivällä. He siirtyivät sieltä autolla Kälviälle Kuusiston tilalle maatilamajoitukseen. Yrittäjä Jukka Puukankaan metsien keskellä pienen peltoaukion laidassa oleva hieno vanha maatila oli erinomainen päätöspaikka koeretkelle, vaikka se ei suoraan liity reittiin vielä tässä vaiheessa.

## ASIAKKAIDEN OSALLISTAMINEN PALVELUKONSEPTIN KEHITTÄMISEEN

Koeasiakkaat olivat sitoutuneet pitämään päiväkirjaa ja keräämään ääniä sekä mahdollisuuksien mukaan ottamaan valokuvia reitiltä. He toteuttivat tehtävän tunnollisesti ja tekivät vielä enemmän. Yksi koeasiakkaista ryhtyi oma-aloitteisesti merkitsemään tutustumispisteiden välisiä matka-aikoja. Retken päätyttyä he raportoivat retken omakohtaisten kokemusten lisäksi myös yhdessä miettimään kehittämissuhteita, kuten pyörämatkan lyhentämistä, yhden lisäpäivän ottamista ja yhden päivän pyhittämistä pelkästään melonnalle. Myös eväiden koostumukseen, pyöräilyn turvallisemmaksi tekemiseen tuli ehdotuksia.

Koeretkeläinen, valokuvaaja, eräopas ja antropologi Jukka Palm osallistui reitin sisällön tuotantoon syyskuussa 2012. Hänen neuvostaan kävimme merkitsemässä uusia maastopisteitä ja hän tuotti uutta materiaalia vanhalle reitille sekä ehdotti poistettavia pisteitä. Tällainen asiakkaan osallistuminen kehittämistyöhön on hyvin antoisaa ja tehokasta.

---

# AJATUKSIA PALVELUKONSEPTIN JATKOKEHITTÄMISEKSI

## GPS-KONSEPTISTA

GPS-retket on suomalaisen vaellus- (hiihto), pyöräily- ja melontamatkailun tarpeisiin rakennettu liiketoimintakonsepti, jolla lisätään olemassa olevien retkireittien käyttöä, rakennetaan uusia retkipaketteja sekä tuotetaan niiden yhteismarkkinointi ja myynti. GPS-retket vastaavat kasvavaan haluun virkistäytyä luonnossa aktiivisen hyvinvointia tuottavan liikkumisen kautta.

GPS-retket vastaavat omatoimisten pienryhmien luontomatkaileukysynnän lisäksi pienten matkailuyritysten yhteistyön, ekologisen matkailun, terveellisen liikunnan, kansallispuistojen käytön lisäämisen ja maaseudun yleisen kehittämisen haasteisiin. GPS-retkituote sisältää korkeatasoisen opasvihkon reitin luonnosta karttoineen, GPS-laitteen sekä majoitus-, ruoka-, väline- ja muun palvelun. Kukin yksittäinen reitti tuotetaan yhdessä reitin matkailuyrittäjien ja erilaisten yhteistyökumppaneiden kanssa.

## JOHTOPÄÄTÖKSIÄ (MITÄ SAAVUTETTIIN)

Yksi tärkeä opetus oli että yrittäjien valmiudet ja halukkuus ohjaa sen mihin reitti tulee ja se taas määrittelee mistä alueelta tarinoita voidaan kerätä. Mikäli tarinat poimitaan mekaanisesti reitin varrelta, niin reitin teemasta voi syntyä hieman pirstaleinen. Lestijoella koeasiakkaan panos reitin kehittämiseksi yhtenäisti tarinaa.

Toinen olennainen ja hieman yllättäväkin asia retken koeasiakkaiden voimakkaat elämykset ja positiiviset kokemukset sekä hiljaisuuteen löytäminen ääniä keräämällä.

Yhtenä loppuolettamuksena on toisilleen tuntemattomien ihmisten tuottama lisäpotku irrottautumiselle omasta arjesta.

## TARINAT

Vaikka tarinat olivat jonkin verran hajanaisia, niin koeasiakkaiden kokemus oli kuitenkin yhtenäisen tuotteen - mietityn retken kokemus. Koeasiakkaat kokivat luonnon ja kulttuurikohteet kiehtovina, yhtenäisinä ja toimivina.

Keski-Pohjanmaalla on kerätty valtava tarina-aineisto ja se antaa mahdollisuuden myös puhtaasti teeman mukaiseen retkeen. Teeman mukaiset pisteet eivät sijaitse välttämättä sopivalla etäisyydellä majapaikoista. Silloin tällaisen teemareitin kulkeminen jää helposti täysin asiakkaiden varaan ja yhtenäisen matkailutuotteen rakentaminen teeman varaan voi olla vaikeaa.

## HILJAISUUS

Hiljaisuutta on vaikea tuotteistaa ja koeretkellä kokeiltu äänien keruu voi olla yksi ratkaisu tähän asiaan. Ympäröivän äänimaailman tallentaminen vaatii kaikkien keskittymistä, jolloin myös kokemuksesta tulee yhtenäinen.

## HYVINVOINTI JA LIIKUNTA

Eräänä hyvinvoinnin lähteenä voi mainita koeasiakasryhmän yhteishengen ja toisilleen tuntemattomien ihmisten hitsautumisen yhdeksi joukoksi. Toisiin "tuntemattomiin" tutustuminen, yhteishenki sekä reitin ohjelmallisuus (reittipisteet) ja "tehtävät" (äänien keruu) helpottivat arjesta irtautumista.

## LUONTO

Koeasiakkaat Lestijoen retkellä olivat vaikuttuneita niin erämaisestä luonnosta kuin maalaismaisemasta. He jopa toivoivat enemmän luonnosta kertovaa materiaalia opasvihkoon. On myös mahdollista että tulevaisuudessa reitin voi kulkea erilaisin teemoin, joka mahdollistaa ihmisen paluun reitille.

## YRITTÄJIEN YHTEISTYÖ

Lestijokilaaksossa on harrastettu yhteistyötä aikaisemminkin, jolloin tämän reitin rakentamisessa yhteistyö onnistui suhteellisen helposti näinkin lyhyessä ajassa. Esimerkiksi Pirkanmaalla, Satakunnassa ja Etelä-Pohjanmaalla kulkevalla Lauha-Helvetti -reitillä yhteistyön rakentaminen on kestänyt pitkään. Mielenkiintoista olisi miettiä, minkälainen reitti syntyisi Kokkolan lähelle. Rannikolla ja kaupungin lähellä tarinat ovat erilaisia ja logistiikka helpompi - ympyräreitti olisi kustannuksiltaan edullisempi ja vain pyörällä liikuttaessa jäisi kustannuksia pois.

---

## YLEISIÄ KEHITTÄMISEHDOTUKSIA

### HANKETOIMINNASTA

Maaseudun pienille yrityksille olisi syytä kehittää muitakin tapoja parantaa kannattavuuttaan, kuin jatkuvat hankkeet, joissa on aina uusi projektihenkilö kartoittamassa toimintakenttää ja rakentamassa verkostoitumistilaisuuksia.

Yrittäjävetoisissa nopeasti reagoivassa kokeilutoiminnassa olisi myös mahdollista paremmin vaatia talkoohenkeä paikallisuuden rakentamiseksi.

### MAASEUDUN MATKAILUTOIMINNASTA

Matkailupalveluiden koordinaattoritoiminnan (-integraattori) kehittäminen on hyvin olennaista, mikäli toivotaan pienten maaseudun matkailuyritysten kasvattavan liiketoimintaansa. Yhteistyö markkinoinnissa elää usein vain hankkeen mitan ja sen jälkeen yrittäjä ketjussa harvoin ottaa riskiä oman liiketoiminnan kustannuksella yhteismarkkinoinnin kehittämiseksi.