



AGORA

Project. No: 2022-1-FR01-KA220-ADU-000086999

Moduuli 6

Käytännön Työkalut ja Esimerkkivälineet Kokemusten Yhteiskehittämistä Varten

Kehittänyt by BAWP



Co-funded by
the European Union



Sisällysluettelo

OPPMISTAVOITTEET	3
MODUULI PÄHKINÄNKUORESSA	5
Luku 6.1: Johdatus Design Sprint -Menetelmään	5
Luku 6.2: Tarinankerronta	16
Luku 6.3: Service blueprinting	27
SANASTO	37
MIELENRUOKAA	41
HARJOITUKSET	43
LISÄAINEISTO	55
LÄHDELUETTELO	56





OPPIMISTAVOITTEET

Tieto:

- Ymmärrät design sprint -menetelmän dynamiikkaa ja metodologiaa matkailun kontekstissa.
- Ymmärrät tarinankerronnan merkityksen ja vaikutuksen kulttuurin esittämisessä ja matkailun markkinoinnissa.
- Ymmärrät palvelun suunnittelun erityispiirteet asiakaskokemuksen parantamiseksi matkailuympäristöissä.

Taidot:

- Toteutat design sprinttejä, joiden avulla voit nopeasti luoda prototyyppejä ja validoida matkailuelämyksiä..
- Hyödynnät tarinankerrontaa kertoaksesi tehokkaasti matkakohteen ainutlaatuisista kulttuurinäkökulmista.
- Kehität yksityiskohtaisia palvelusuunnitelmia, joissa hahmotellaan matkailukokemuksen kaikki osa-alueet ja varmistetaan, että edessä- ja taustalla tapahtuva toiminta integroituu saumattomasti yhteen..

Osaaminen:

- Johdat yhteistyöhankkeita, joissa yhteisön näkemykset sisällytetään matkailutuotteisiin..
- Innovoit ja mukautat matkailutarjontaa siten, että se heijastaa aitoja kulttuuritarinoita ja kestäviä käytäntöjä.





AGORA

- Arvioit ja kehität matkailuhankkeiden toimintaprosesseja yleisen tehokkuuden ja asiakastyytyväisyyden parantamiseksi.

Kesto: Tämä moduuli vaatii noin 20 tuntia, mukaan lukien opetusaika, käytännön harjoitukset ja projektityö.

MODUULI PÄHKINÄNKUORESSA

Moduuli 6 esittelee sinulle kolme transformatiivista työkalua: Design sprintit, Tarinankerronta ja Palvelusuunnittelu. Jokainen työkalu on suunniteltu parantamaan kykyäsi luoda innovatiivisia ja kestäviä matkailuelämyksiä, jotka ovat taloudellisesti hyödyllisiä, kulttuurisesti rikastuttavia ja ympäristöä kunnioittavia. Teoreettisen oppimisen ja käytännön sovellusten yhdistelmän avulla tämä moduuli edistää syvällistä ymmärrystä siitä, miten yhteisöjen kanssa voidaan luoda yhdessä merkityksellisiä matkailuelämyksiä.





INSTRUMENTIT

6.1 Johdatus Design Sprint -Menetelmään

Design sprint on innovatiivinen ongelmanratkaisuprosessi, joka perustuu muotoiluajattelun periaatteisiin, jotka on mukautettu nopeaan ideoiden kehittämiseen ja testaamiseen. Menetelmä on erittäin tehokas uudistavan matkailun yhteydessä, koska se mahdollistaa nopean, yhteistoiminnallisen ja toistuvan sellaisten ratkaisujen tutkimisen, jotka ovat linjassa ympäristön kestävyiden ja yhteisön sitoutumisen tavoitteiden kanssa.

Muotoiluajattelu on käyttäjäkeskeinen lähestymistapa, joka auttaa ymmärtämään syvällisesti kaikkien sidosryhmien, myös paikallisyhteisöjen ja matkailijoiden, tarpeita ja haasteita. Sen vaiheet (empatia, määrittely, ideointi, prototyyppi ja testaus) toimivat tiekarttana, jonka avulla luodaan kokemuksia, jotka ovat toivottavia, toimivia ja pitkällä aikavälillä elinkelpoisia.

Design Sprint -suunnittelukierrosten toteuttamisen arvo uudistavassa matkailussa - konseptissa, jonka tavoitteena on jättää paikat paremmiksi kuin ne on löydetty - piilee niiden kyvyssä muuttaa ideat nopeasti toteuttamiskelpoisiksi ratkaisuisiksi, joita testataan ja hiotaan jatkuvasti palautekierrosten avulla. Tämä dynaaminen lähestymistapa on erityisen tärkeä matkailualalla, jossa yhteisön osallistuminen ja kestävät käytännöt ovat hyödyllisiä matkailutarjonnan pitkän aikavälin elinkelpoisuuden ja menestyksen kannalta. Kun paikalliset yhteisöt otetaan suoraan mukaan suunnitteluprosessiin, Design Sprintillä



edistetään sidosryhmien omistajuuden ja vastuullisuuden tunnetta, mikä johtaa kulttuurisesti kunnioittavampiin ja ympäristön kannalta kestävämpiin matkailukokemuksiin. Lisäksi tämä menetelmä tukee sellaisten innovatiivisten ratkaisujen luomista, jotka edistävät ennakoivasti paikallisten ekosysteemien ja kulttuurien uudistamista. Se kannustaa kehittämään matkailukäytäntöjä, jotka pelkän säilyttämisen sijasta palauttavat ja elvyttävät paikallisia ympäristöjä ja perinteitä, mikä vastaa läheisesti uudistavan matkailun periaatteita.

6.1.1 Design Sprint Askeleet

Askel 1. Empatisoi

Tavoite: Saada empaattinen ymmärrys yhteisöstä, ympäristöstä ja matkailijoista, jotka ovat matkailuelämyksen keskipisteenä. Tässä vaiheessa on kyse uppoutumisesta yhteisöön ja kaikkien sidosryhmien tarpeiden, toiveiden, haasteiden ja pyrkimysten ymmärtämisestä.

Toimet:

- Haastattelujen tekeminen asukkaiden, matkailijoiden ja yritysten omistajien kanssa.
- Havainnointivierailut tärkeimpiin matkailukohteisiin ja yhteisön tiloihin.
- Osallistavat työpajat, joissa yhteisön jäsenet voivat ilmaista näkemyksiään ja jakaa kokemuksiaan.

Uudistava vaikutus: Design Sprint vaihe "Empatisoi" on ratkaisevan tärkeä sen varmistamiseksi, että matkailuratkaisut ovat linjassa paikallisen yhteisön kanssa ja hyödyttävät sitä aktiivisesti. Tämä vaihe edistää sellaisten matkailukokemusten luomista, jotka perustuvat



aidosti paikallisiin tarpeisiin ja toiveisiin, koska siinä otetaan syvällisesti yhteyttä yhteisön jäseniin ja ymmärretään heidän kokemuksiaan, haasteitaan, toiveitaan ja ainutlaatuisia kulttuurisia ja ympäristöllisiä kontekstejaan. Syvälinen sitoutuminen auttaa välttämään ylhäältä alaspäin suuntautuvan matkailun kehittämisen yleisiä sudenkuoppia, jotka voivat johtaa kulttuurin laimentumiseen ja ympäristön tilan heikkenemiseen. Sen sijaan empatia johtaa ratkaisuihin, jotka lisäävät yhteisön hyvinvointia, säilyttävät kulttuuriperintöä ja suojelevat ja uudistavat luonnonympäristöjä. Tämä ennakoiva lähestymistapa paikallisten näkökulmien ymmärtämiseen ja huomioon ottamiseen varmistaa, että matkailun kehittäminen vaikuttaa myönteisesti sekä kohteen sosiaaliseen rakenteeseen että ekologiseen terveyteen. Tämän seurauksena matkailusta tulee hyvää edistävä voima, joka osallistuu aktiivisesti paikallisen alueen uudistamiseen sen sijaan, että se vain ottaisi siitä hyödyn irti, mikä lisää yhteisön yleistä kestävyyttä ja sietokykyä.

Askel 2. Määritä

Tavoite: Yhdistää empatiavaiheessa kerätyt tiedot selkeäksi, toimivaksi ongelmanasetteluksi, joka ohjaa lopun sprinttiprosessia.

Toimet:

- Tietojen tarkasteluistunnot kerättyjen tietojen kokoamiseksi ja analysoimiseksi.
- Ongelmien määrittelytyöpajat, joissa määritellään keskeiset haasteet ja mahdollisuudet uudistavien matkailuelämysten luomisessa.
- "Miten voisimme" -kysymysten laatiminen luovien ratkaisujen löytämiseksi.





AGORA

Uudistava vaikutus: Design Sprintin aikana "Määrittele" -vaihe on ratkaisevan tärkeä uudistavan matkailun kannalta. Siinä keskitytään empatiavaiheessa tunnistettuihin erityishaasteisiin ja -mahdollisuuksiin. Näiden ongelmien määrittelyllä varmistetaan, että ratkaisut ovat kohdennettuja ja tehokkaita kestävyiden ja uudistamisen edistämiseksi. Tämän vaiheen avulla projektiryhmät voivat asettaa selkeitä, toteuttamiskelpoisia tavoitteita, jotka koskevat todellisia yhteisö- ja ympäristökysymyksiä. Se siirtää lähestymistavan laajoista ratkaisusta räätälöityihin toimenpiteisiin, joilla voidaan vaikuttaa merkittävästi ympäristönsuojeluun ja sosioekonomiseen kehitykseen. Tämä strateginen kohdentaminen maksimoi resurssitehokkuuden, vähentää jätettä ja varmistaa, että kaikki ponnistelut edistävät paikallisen alueen elvyttämistä ja kestävä kasvua. Oikeiden haasteiden määrittely on ratkaisevan tärkeää, jotta empaattiset näkemykset voidaan muuttaa konkreettisiksi toimiksi, jotka aktiivisesti uudistavat ja ylläpitävät yhteisöä ja sitä ympäröivää ympäristöä.

Askel 3. Ideoi

Tavoite: Tuottaa laaja valikoima ideoita, jotka liittyvät määriteltyihin ongelmiin, ja kannustaa luovuuteen ja ennakkoluulottomaan laatikon ulkopuolella -ajatteluun..

Toimet:

- Aivoriihet, joihin osallistuvat kaikki sidosryhmät..
- Ideointitekniikat, kuten miellekartta, luonnostelu ja SCAMPER (Korvaa, yhdistä, mukauta, muuta skaalaa, muuta käyttötarkoitusta, poista ja käännä asetelma).
- Lupaavimpien ideoiden valinta jatkokehitystä varten.



AGORA

Uudistava vaikutus: Design Sprint "Ideoi"-vaihe on luova moottori, jonka avulla luodaan innovatiivisia ratkaisuja, jotka vaikuttavat myönteisesti paikalliseen ympäristöön ja yhteisöön. Tämä vaihe on ratkaisevan tärkeä, kun halutaan irrottautua perinteisistä tai vanhentuneista matkailun kehittämismenetelmistä ja rohkaista rajoittamatonta ja moniulotteista ideointiprosessia. Hyödyntämällä kollektiivista luovuutta ja erilaisia näkökulmia tämä vaihe mahdollistaa sellaisten ideoiden muotoilun, jotka eivät ole ainoastaan ympäristön kannalta kestäviä vaan myös kulttuurisesti rikastuttavia ja taloudellisesti hyödyllisiä paikallisväestölle. Usein nämä ideat menevät perinteisiä matkailukäytäntöjä pidemmälle. Luonnon elinympäristöjen ja kulttuuriperinnön hyväksikäytön sijasta niissä keskitytään niiden elvyttämiseen ja uudistamiseen. Ehdotuksiin voi sisältyä esimerkiksi yhteisön johtamia ekomatkoja, matkailutuloilla rahoitettavia perinnönsuojeluhankkeita tai koulutusohjelmia, joissa matkailijat otetaan mukaan paikallisiin suojelutoimiin. Tällaisten innovatiivisten ideoiden avulla matkailu voidaan muuttaa uudistavan muutoksen katalysaattoriksi, joka edistää aktiivisesti kohteensa terveyttä ja elinvoimaisuutta ja siten edistää kestävämpää ja sitkeämpää paikallista ekosysteemiä ja yhteisöä.

Askel 4. Luo prototyyppejä

Tavoite: Ideointivaiheen parhaat ideat muutetaan konkreettisiksi, testattaviksi prototyypeiksi. Tämä voi vaihdella storyboardista ja rautalankamalleista fyysisiin malleihin tai matkailukokemuksen mock-upeihin.

Toimet:



Co-funded by
the European Union



AGORA

- Nopeat prototyyppien työpajat, joissa tiimit rakentavat yksinkertaistettuja versioita ratkaisuihstaan.
- Digitaalisten tai fyysisten mallien kehittäminen, joiden kanssa voidaan olla vuorovaikutuksessa.
- Skenaarioiden tai roolileikkien valmistelu matkailukokemuksen simuloimiseksi.

Uudistava vaikutus: Prototyyppien luominen mahdollistaa ratkaisujen luomisen ja testaamisen valvotussa ympäristössä, jolloin abstrakteista ideoista saadaan konkreettisia malleja, joita sidosryhmät voivat arvioida. Prototyyppien avulla voidaan havainnollistaa, miten matkailualoitteet tulevat toimimaan, ja tehdä mukautuksia, jotta ne vastaisivat paremmin uudistavia tavoitteita. Prosessin avulla parannetaan ratkaisuja, jotta voidaan varmistaa, että ne edistävät ympäristön elvyttämistä ja yhteisöjen vaikutusmahdollisuuksien lisäämistä, ennen kuin ne pannaan täytäntöön laajemmassa mittakaavassa.

Askel 5. Testaa

Tavoite: Prototyyppien validointi todellisten käyttäjien - matkailijoiden, yhteisön jäsenten ja muiden sidosryhmien - kanssa. Tämä vaihe on ratkaisevan tärkeä palautteen keräämiseksi ja iteratiivisten parannusten tekemiseksi.

Toimet:

- Palautekeskustelujen järjestäminen osallistujien kanssa.
- Kyselyjen ja haastattelujen avulla kerätään yksityiskohtaisia vastauksia prototyypeistä.





AGORA

- Osallistujien havainnointi heidän toimiessaan vuorovaikutuksessa prototyyppien kanssa mahdollisten ongelmien tai parannuskohteiden tunnistamiseksi.

Uudistava vaikutus: Matkailuelämyksiä on tärkeää testata, jotta voidaan varmistaa, että ne täyttävät tavoitteet ja hyödyttävät yhteisöä ja ympäristöä. Tämä edellyttää prototyyppiratkaisujen arviointia todellisten käyttäjien ja sidosryhmien kanssa, jotta saadaan palautetta niiden vaikutuksista, käytettävyydestä ja hyväksyttävyydestä. Testauksen avulla voidaan havaita odottamattomat ongelmat, jotka voivat vaikuttaa uudistaviin tavoitteisiin. Lisäksi varmistetaan, että kokemukset vetoavat matkailijoihin ja paikallisiin ja edistävät paikallisten ekosysteemien ja kulttuuriperinnön elpymistä. Tämä perusteellinen prosessi auttaa parantamaan tarjontaa parhaiden tulosten saavuttamiseksi ja varmistaa, että matkailualoitteet edistävät ekologista resilienssiä ja sosiaalis-taloudellista voimaantumista ja täyttävät uudistamispotentiaalin.

Tapaustutkimus: Kansainvälinen Mavrud-päivä

Kansainvälinen Mavrud-päivä on vuosittainen tapahtuma, jolla edistetään Bulgarian viiniteollisuutta järjestämällä useita tapahtumia, joilla lisätään Bulgarian viinin kansallista ja kansainvälistä tunnettuutta. Tapahtuma on erinomainen esimerkki uudistavasta matkailusta, sillä se hyödyntää paikallista viininviljelyperintöä talouskasvun, yhteisön ylpeyden ja kulttuurin säilyttämisen edistämiseksi. Vaikka tapahtuma on nimetty lippulaivalajikkeen Mavrudin mukaan, järjestäjät ovat ymmärtäneet, että tapahtuma saa paremman vastaanoton, jos kaikki paikalliset bulgarialaiset rypälelajikkeet tuodaan myös esiin aloitteessa. Aloitteella pyritään edistämään Bulgariaa viinimaana, korostamaan





viinimatkailun ja elämysten alueita sekä esittelemään bulgarialaisia viinejä.

Design Sprint Steps -menetelmän soveltaminen kansainväliseen Mavrud-päivään: vaiheittainen käytännön opas Design Sprint -menetelmän toteuttamiseksi uudistavissa matkailualoitteissa käyttäen kansainvälistä Mavrud-päivää tapaustutkimuksena:

1. Empatisoi

IMD-tapaus: Järjestäjät sitoutuivat kansainvälisen Mavrud-päivän alkuvaiheessa syvällisesti yhteisöön tekemällä kattavia kyselytutkimuksia, joilla pyrittiin keräämään monenlaisia mielipiteitä paikallisilta viinintuottajilta, yhteisön johtajilta ja tapahtuman aiemmilta osallistujilta. Palautteessa keskityttiin Mavrud-rypäleen juhlistamisen lisäksi myös muiden paikallisten bulgarialaisten rypälelajikkeiden ottamiseen mukaan ja Bulgarian rikkaan viiniperinnön korostamiseen. Erityisiä huolenaiheita olivat muiden paikallisten lajikkeiden kansainvälisen tunnustuksen puute ja toive osallistavammasta juhlasta, jossa korostettaisiin koko Bulgarian viiniteollisuutta. Tässä alkuvaiheessa varmistettiin, että tapahtuman suunnittelu perustui vahvasti yhteisön todellisiin tarpeisiin ja edisti uudistavaa lähestymistapaa paikallisten viiniperinteiden ja kulttuuri-identiteetin ylläpitämiseksi ja rikastuttamiseksi.

Käyttäjän vinkki: Aloita hanke ottamalla suoraan yhteyttä paikalliseen yhteisöön ja tärkeimpiin sidosryhmiin. Käytä strukturoituja haastatteluja tai yhteisön kokoontumisia aidon palautteen keräämiseen. Kuuntele aktiivisesti, jotta ymmärrät yhteisön kulttuuriset ja taloudelliset toiveet.

2. Määrittele





AGORA

IMD-tapaus: Järjestäjät hahmottelivat tapahtuman parantamiselle selkeät tavoitteet hyödyntäen empatisointi-vaiheessa kerättyjä havaintoja. Niihin kuuluivat bulgariaalaisten viinien kansainvälisen arvostuksen nostaminen, paikallistalouden edistäminen lisääntyneen matkailun avulla ja Bulgarian viinien monimuotoisuuden esittely. Määritettiin strateginen lähestymistapa, jossa korostettiin järjestelmällisen suunnittelun ja toteutuksen tarvetta, jotta voidaan varmistaa Mavrud-rypäleen juhlistamisen lisäksi myös muiden kotimaisten lajikkeiden sisällyttäminen tapahtumaan, mikä rikastuttaa tapahtuman kulttuurista autenttisuutta ja ekologista tietoisuutta. Tässä vaiheessa korostettiin uudistavaa kehystä, jolla pyrittiin elvyttämään ja ylläpitämään paikallista viiniteollisuutta ja sen kulttuurimaisemia.

Käyttäjän vinkki: Määrittele selkeät, toteuttamiskelpoiset tavoitteet yhteisön palautteen perusteella. Varmista, että nämä tavoitteet ovat linjassa uudistavien periaatteiden, kuten kestävyys, paikallistaloudellisen rikastamisen ja kulttuurin säilyttämisen kanssa.

3. Ideoi

IMD-tapaus: Tähän vaiheeseen sisältyi laajoja ideointikokouksia, joihin osallistui monenlaisia sidosryhmiä, kuten viinialan asiantuntijoita, paikallisia artesaaneja, matkailuviranomaisia ja markkinoinnin ammattilaisia. Syntyneisiin ideoihin kuului muun muassa [kaupunkiviinifestivaalien](#) käynnistäminen, viinimatkailumahdollisuuksia esittelevän vuorovaikutteisen [verkkosivuston](#) luominen sekä ammatillisten konferenssien ja koulutuksellisten mestarikurssien järjestäminen. Tämä vaihe oli ratkaisevan tärkeä, koska siinä omaksuttiin uudistava ajattelutapa, jossa keskityttiin luomaan tapahtumia, jotka eivät vain herättäisi





AGORA

huomiota vaan myös aktiivisesti edistäisivät paikallisten yhteisöjen kulttuurista ja taloudellista elinvoimaisuutta.

Käyttäjän vinkki: Järjestä ideointikokouksia, joihin osallistuu laaja joukko osallistujia luovuuden edistämiseksi. Rohkaise innovatiivisia ideoita, jotka edistävät paikallista kulttuuria ja ympäristön kestävyyttä. Ajattele perinteistä matkailutarjontaa pidemmälle ja sisällytä siihen aktiviteetteja, jotka sitouttavat ja hyödyttävät sekä paikallisia että vierailijoita..

4. Luo Prototyyppejä

IMD-tapaus: Aluksi keskityttiin tiedotusvälineiden toimintaan kohdennetun Facebook-kampanjan avulla, jonka tarkoituksena oli mitata yleisön kiinnostusta ja kerätä alustavaa palautetta. Tämä oli olennainen ensimmäinen askel, kun konseptin prototyyppiä kehitettiin digitaalisessa, helppokäyttöisessä ja vähäriskisessä ympäristössä. Seuraavana vuonna aloite oli laajentunut niin, että siihen sisältyi oma verkkosivusto, joka mahdollisti [verkossa tapahtuvat viininmaistelut](#) kansainvälisten asiantuntijoiden kanssa, jotka saivat viininäytteitä etukäteen. Tässä vaiheessa otettiin käyttöön myös [julkinen verkkokeskustelu](#), [johon osallistui bulgarialaisia sidosryhmiä](#), mikä mahdollisti laajemman vuoropuhelun ja syvemmän sitoutumisen. Kolmantena vuonna aloitetta laajennettiin merkittävästi, kun siihen lisättiin kolme eri kaupungeissa järjestettävää kaupunkiviinifestivaalia, kansainvälinen konferenssi sekä tiedotusvälineille ja kansainvälisille vieraille suunnattuja erikoismatkoja. Jokainen vaihe suunniteltiin huolellisesti, jotta tapahtuman laajempia osatekijöitä voitiin testata ja hioa asteittain ja varmistaa valmius ja tehokkuus ennen niiden täysimittaista toteuttamista.





AGORA

Käyttäjän vinkki: Toteuta ideasi ensin pienessä mittakaavassa. Tämä voi olla digitaalinen kampanja tai paikallinen tapahtuma. Käytä näitä prototyyppejä "vesien testaamiseen" ennen kuin sitoudut täysin suurempiin hankkeisiin. Kerää palautetta ja tee tarvittavat muutokset, jotta ne vastaisivat paremmin uudistavia tavoitteitasi.

5. Testaus ja toteutus

IMD-tapaus: Perusteellinen palautteen kerääminen oli olennainen osa aloitteen jokaista vaihetta. Kunkin tapahtuman jälkeen järjestäjät keräsivät järjestelmällisesti näkemyksiä sidosryhmiltä ja osallistujilta kyselyillä ja suorilla keskusteluilla sekä tapahtumien aikana että niiden jälkeen. Palautteen perusteella ohjelmaan tehtiin jatkuvia muutoksia ja parannuksia. Vuosittaisissa arvioinneissa analysoitiin onnistumisia ja parannusalueita, jotta kansainvälisen Mavrud-päivän juhlallisuudet olisivat aina vain hienostuneempia ja osallistavampia ja jotta ne vastaisivat bulgarialaisen viinikulttuurin edistämistavoitteita. Tämä jatkuva testauksen ja hiomisen sykli auttoi lujittamaan tapahtuman mainetta ja laajentamaan sen vaikutusta, mikä viime kädessä edesauttoi sen kestävyyttä ja tehokkuutta alueellisen viinimatkailun edistämisessä.

Käyttäjän vinkki: Luo palautemekanismeja, joiden avulla voit kerätä tietoa jokaisesta tapahtumasta tai toiminnasta. Käytä näitä tietoja lähestymistapasi jatkuvaan parantamiseen. Varmista, että matkailutarjontasi on osallistujien mieleen ja vaikuttaa myönteisesti paikalliseen yhteisöön ja ympäristöön.





6.2 Tarinankerronta

Tarinankerronta on yksi vanhimmista viestintämuodoista, ja se on olennainen osa ihmiskunnan kulttuuria ja ymmärrystä. Uudistuvassa matkailussa tarinankerronta ei ole pelkkää viihdettä, vaan siitä tulee strateginen väline, jolla matkailijat sitoutetaan, koulutetaan ja yhdistetään kohteeseen merkityksellisellä tavalla.

Tarinankerronta uudistavassa matkailussa on muutakin kuin tarinoiden kertomista; kyse on sillan luomisesta matkailijoiden ja kohteiden välille, joka kannustaa kunnioitukseen, ymmärrykseen ja säilyttämiseen. Sisällyttämällä tarinoita matkailuelämykseen matkakohteet voivat lisätä kävijöiden tyytyväisyyttä ja edistää kulttuuri- ja luonnonvarojen uudistamista. Se toimii tehokkaana keinona:

- Kouluttaa kävijöitä kohteen ekologisesta ja kulttuuriperinnöstä.
- Edistää matkailijoiden kunnioitusta ja empatiaa paikallisia yhteisöjä ja ympäristöjä kohtaan.
- Innostaa kestävään käyttäytymiseen esittelemällä suojelutoimien ja yhteisön käytäntöjen myönteisiä vaikutuksia.
- Saavutetaan taloudellisia hyötyjä parantamalla kävijäkokemusta, mikä lisää tyytyväisyyttä ja uusintakäyntejä.

Tarinankerronnan käyttäminen uudistavassa matkailussa auttaa muuttamaan kävijäkokemuksen passiivisesta nähtävyyksien katselusta aktiiviseksi, harkituksi osallistumiseksi.



6.2.1 Tarinankerronnan kehys uudistavaa matkailua varten

1. Tarinoiden kerääminen

Objective: Collect authentic stories from local communities, historians, ecologists, and other stakeholders that highlight the unique attributes of the destination.

Toimet:

- Haastattele yhteisön vanhimpia, paikallisia artesaaneja ja kulttuurihuoltajia historiallisten anekdoottien ja kulttuuriviisauden löytämiseksi.
- Tee yhteistyötä ympäristöasiantuntijoiden kanssa tietojen keräämiseksi paikallisesta kasvistosta, eläimistöstä ja ekologisista käytännöistä.
- Järjestetään tarinankerrontatyöpajoja, joissa yhteisön jäsenet voivat jakaa kokemuksiaan, legendojaan ja henkilökohtaisia yhteyksiään maahan..

Uudistava vaikutus: Tarinankerronta on tehokas väline, jonka avulla osallistujat saadaan syvällisesti mukaan matkailukokemukseen ja edistetään syvää yhteyttä paikalliseen ympäristöön ja yhteisöön. Huolellisesti kuratoimalla ja jakamalla aitoja paikallisia tarinoita matkailu voi ylittää pelkän tarkkailun, jolloin kävijät voivat uppoutua emotionaalisesti ja älyllisesti matkakohteen ainutlaatuiseseen kulttuuriin ja luonnonympäristöön. Tehokas tarinankerronta ei ainoastaan valista, vaan herättää myös empatiaa ja yhteenkuuluvuuden tunnetta, jotka ovat ratkaisevia uudistavan vaikutuksen kannalta.



AGORA

Tämän saavuttaminen edellyttää erityisten välineiden ja tekniikoiden käyttöä. Haastattelujen tekeminen paikallisyhteisön jäsenten kanssa vaatii muutakin kuin pelkkää kysymysten esittämistä; on luotava tila, jossa ihmiset tuntevat olonsa mukavaksi ja arvostetuksi ja jossa heitä rohkaistaan avautumaan ja jakamaan henkilökohtaisia ja yhteisiä kertomuksiaan. Aktiivisen kuuntelun, empatiakartoituksen ja arvostavan kyselyn kaltaiset tekniikat voivat olla tärkeitä näissä vuorovaikutustilanteissa. Nämä lähestymistavat auttavat haastattelihoita luomaan emotionaalisen yhteyden haastateltaviin ja varmistamaan, että kerätyt tarinat ovat informatiivisia ja että ne herättävät aitoja tunteita ja perintöä.

Paikallisten tarinoiden kerääminen liittyy olennaisesti matkakohteen ainutlaatuisuuden korostamiseen. Kyse on paikan olemuksen vangitsemisesta sen ihmisten, perinteiden, maisemien ja biologisen monimuotoisuuden kautta. Kerätty tieto ei ainoastaan rikastuta kävijän kokemusta, vaan myös dokumentoi ja säilyttää kohteen korvaamattoman kulttuurisen ja ekologisen rikkauden, mikä edistää merkittävästi sen kestävyyttä ja kestäkykyä. Kietomalla nämä autenttiset elementit osaksi matkailukokemuksen tarinankerronnallista kudosta matkailutoimijat voivat tarjota kiinnostavampaa ja vastuullisempaa matkailua, josta hyötyvät sekä kävijät että paikalliset yhteisöt..

2. Kertomusten laatiminen

Objective: Develop engaging and coherent narratives that effectively communicate the collected stories to tourists.

Activities:



Co-funded by
the European Union



AGORA

- Use narrative structures (e.g., [The Hero's Journey](#)) to organise stories into compelling arcs that captivate audiences.
- Incorporate sensory details and emotional elements to make the stories vivid and relatable.
- Align stories with the themes of sustainability and regeneration, highlighting the positive impacts of preserving culture and nature.

Regenerative Impact: In the context of regenerative tourism, well-crafted narratives serve as pivotal instruments for bridging the gap between visitors and local environments. By employing narrative structures such as The Hero's Journey, stories are shaped into engaging arcs that captivate audiences and mirror the cyclic nature of regeneration, highlighting challenges, transformations, and renewals inherent in the local context. These stories, rich in sensory details and emotional resonance, allow tourists to see beyond the surface of the destination, fostering a deep, empathetic connection with the place and its people.

The importance of aligning these narratives with the destination's identity cannot be overstated. Each narrative crafted should resonate with the intrinsic values and unique characteristics of the local area—its land, culture, and traditions. This alignment ensures that the storytelling entertains and educates tourists about the significance of preserving these elements. By vividly illustrating how the community interacts with and values its natural and cultural heritage, narratives can effectively promote themes of sustainability and regeneration. This approach enhances the visitor experience by providing meaningful insights and encourages responsible behaviour and support for





conservation efforts, ensuring that tourism contributes positively to the destination's sustainability.

3. Integrating stories into the tourism experience

Tavoite: Kehittää mukaansatempaavia ja johdonmukaisia kertomuksia, jotka välittävät kerätyt tarinat tehokkaasti matkailijoille.

Toimet:

- Käytä narratiivisia rakenteita (esim. [sankarin matka](#)) järjestämään tarinat kiehtoviksi kaariksi, jotka vangitsevat yleisön.
- Sisällytä tarinoihin aistittavia yksityiskohtia ja tunnepitoisia elementtejä, jotta tarinat olisivat eläviä ja samaistuttavia.
- Kohdista tarinat kestävän kehityksen ja uudistamisen teemoihin ja korosta kulttuurin ja luonnon vaalimisen myönteisiä vaikutuksia.

Uudistava vaikutus: Hyvin laaditut tarinat toimivat uudistavan matkailun yhteydessä keskeisinä välineinä, joiden avulla voidaan kuroa umpeen kuilu kävijöiden ja paikallisten ympäristöjen välillä. Käyttämällä sankarin matkan kaltaisia tarinallisia rakenteita tarinat muotoillaan kiinnostaviksi kaariksi, jotka kiehtovat yleisöä ja heijastavat uudistamisen syklistä luonnetta korostaen paikalliselle kontekstille ominaisia haasteita, muutoksia ja uudistuksia. Nämä tarinat, joissa on runsaasti aistittavia yksityiskohtia ja emotionaalista vastakaikua, antavat matkailijoille mahdollisuuden nähdä kohteen pintaa syvemmälle ja edistävät syvää, empaattista yhteyttä paikkaan ja sen ihmisiin.





AGORA

Ei voi liikaa korostaa, miten tärkeää on sovittaa nämä tarinat yhteen matkakohteen identiteetin kanssa. Jokaisen laaditun kertomuksen olisi vastattava paikallisen alueen - sen maan, kulttuurin ja perinteiden - luontaisia arvoja ja ainutlaatuisia piirteitä. Näin varmistetaan, että tarinankerronta viihdyttää ja valistaa matkailijoita näiden elementtien säilyttämisen merkityksestä. Kerronnat voivat edistää tehokkaasti kestäväen kehityksen ja uudistamisen teemoja havainnollistamalla elävästi sitä, miten yhteisö on vuorovaikutuksessa luonto- ja kulttuuriperintönsä kanssa ja miten se arvostaa sitä. Tämä lähestymistapa parantaa kävijäkokemusta tarjoamalla merkityksellisiä oivalluksia ja kannustaa vastuulliseen käyttäytymiseen ja suojelupyrkimysten tukemiseen, mikä varmistaa, että matkailu vaikuttaa myönteisesti kohteen kestävyys.

Lisäksi multimediaelementit, kuten videodokumentit tai äänitallenteet, joissa on paikallisia kertomuksia, musiikkia ja luonnonääniä, voivat rikastuttaa elämystä entisestään. Nämä välineet auttavat herättämään historiallisen ja kulttuurisen kontekstin eloon ja tekevät kokemuksesta elämyksellisen ja mieleenpainuvan. Esimerkiksi ääniopas voi käyttää metsän luonnonääniä tehostamaan kertomusta siitä, miten paikalliset yhteisöt ovat perinteisesti olleet vuorovaikutuksessa luontoympäristönsä kanssa ja suojelleet sitä, mikä edistää syvempää arvostusta ja uudistavaa suhdetta maahan.

Sisällyttämällä nämä rikastavat tarinat matkailukokemukseen kävijöitä kannustetaan suhtautumaan vierailukohteisiinsa harkitummin ja kunnioittavammin, mikä edistää paikallisen perinnön säilyttämistä ja arvostamista tavalla, joka tukee uudistamista ja kestävyttä.





4. Tarinan vaikutuksen arviointi

Tavoite: Arvioida, miten tehokkaasti tarinat parantavat matkailukokemusta ja edistävät uudistavia tuloksia.

Toimet:

- Kerää matkailijoilta palautetta siitä, miten tarinat ovat vaikuttaneet heidän käsityksiinsä ja käyttäytymiseensä.
- Seuraa tarinallisiin tarinoihin perustuvien retkien ja materiaalien sitoutumistasoa.
- Arvioi tarinankerronnan taloudellisia ja sosiaalisia vaikutuksia paikallisyhteisöön.

Uudistava vaikutus: Tarinankerronnan tehokkuuden säännöllisellä arvioinnilla varmistetaan, että tarinat rikastuttavat matkailuelämystä ja edistävät merkittävästi uudistavia tuloksia. Arviointiprosessiin kuuluu yksityiskohtaisen palautteen kerääminen matkailijoilta, jolloin voidaan tuoda esiin, miten tarinat ovat muuttaneet heidän käsityksiään ja kannustaneet heitä suhtautumaan ympäristöön ja paikallisyhteisöihin kunnioittavammin ja sitoutuneemmin. Esimerkiksi kyselytutkimuksia tai vuorovaikutteisia palautekeskusteluja voidaan käyttää matkan jälkeen, jotta voidaan mitata matkailijoiden tunnereaktioita ja heidän saamiaan uusia käsityksiä kohteen kulttuurisista ja ekologisista näkökohdista.





AGORA

Kun seurataan tarinallisiin matkoihin ja materiaaleihin liittyvää sitoutumista, saadaan määrällistä tietoa siitä, mikä herättää kiinnostusta ja mitä on mahdollisesti mukautettava. Tähän voisi sisältyä tarinapohjaisten kiertokäyntien osallistujamäärien seuranta, digitaalisten tarinamateriaalien käyttötilastot ja kävijöiden vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa kerronnalliseen sisältöön liittyen.

Myös laajempien taloudellisten ja sosiaalisten vaikutusten arviointi paikallisyhteisössä on tärkeää. Tässä yhteydessä voitaisiin arvioida paikallisten työllistymismahdollisuuksien lisääntymistä matkailijoiden lisääntyneen kiinnostuksen vuoksi, muutoksia asukkaiden asenteissa kulttuuriperintöä kohtaan ja yhteisön yhteenkuuluvuuden parantumista, kun tarinat tuovat esiin yhteisiä identiteettejä ja historiaa.

Tarinankerrontastrategioita voidaan tarkentaa tarkastelemalla järjestelmällisesti näitä näkökohtia, jotta voidaan maksimoida niiden opetuksellinen ja emotionaalinen resonanssi ja varmistaa, että ne edistävät tehokkaasti ekologista suojelua ja kulttuurin säilyttämistä. Tämä jatkuva prosessi tukee matkailualan kestävyyttä ja vahvistaa tarinankerrontaa tehokkaana välineenä, jolla edistetään yhteisön uudistavaa muutosta.

Tapasututkimus: Kansainvälinen Mavrud Day

Kansainvälisen Mavrud-päivän yhteydessä tarinankerronta ei näyttäydy pelkästään sitouttamismenetelmänä vaan myös tärkeänä strategiana, jonka avulla yleisölle voidaan kertoa paikallisesta viinikulttuurista ja edistää kestäviä matkailualoitteita. Tämä lähestymistapa on ratkaisevan tärkeä pyrittäessä luomaan uudistava matkailukokemus, joka tukee yhteisön hyvinvointia, ympäristön





AGORA

kestävyyttä ja taloudellista elinvoimaisuutta. Yksi tämän tapahtuman rakenteeseen huolellisesti kietoutuneista tarinoista on tarina sen ajoittamisesta 26. lokakuuta, Pyhän Dimitarin päivään, joka on esimerkki paikallisten perinteiden ja uudistavien käytäntöjen välisestä syvästä yhteydestä.

Lokakuun 26. päivän valitseminen juhlapäiväksi on kunnianosoitus vuosisataiselle perinteelle, jota ylläpitää Aristi Chorbadzakov, joka tunnetaan myös nimellä Chorbadzaka, arvostettu paikallinen viinintekijä, joka tunnetaan huolellisesta viinitarhan hoidosta ja poikkeuksellisista viininvalmistustaidoista. Joka vuosi Pyhän Dimitarin päivänä Chorbadzaka aloitti viinitarhan sadonkorjuun. Tämä rituaali symboloi syvään juurtunutta ammattitaidon kunnioittamista sekä elämän ja maatalouden syklistä luonnetta. Kansan kalenterin mukaan tämä päivä merkitsee talven alkua, joten se on kulttuurisesti tärkeä hetki juhlia sadonkorjuuta ja jakaa Mavrud-viinin voimakkaat maut perheen ja ystävien kanssa. Kiinnittämällä kansainvälinen Mavrud-päivä tähän päivämäärään ja siihen liittyviin tarinoihin tapahtuma kunnioittaa Bulgarian viininviljelyperintöä ja edistää uudistavaa ajattelutapaa, jossa korostetaan paikallisia ekosysteemejä ja yhteisöjä kunnioittavien ja elvyttävien kulttuuri- ja maatalouskäytäntöjen kestävyttä.

Tarinankerronnan soveltaminen kansainväliseen Mavrud-päivään:

1. Tarinoiden kerääminen

IMD-tapaus: Kansainvälisen Mavrud-päivän järjestäjät käynnistivät laajan tutkimushankkeen kerätäkseen tarinoita Mavrud-rypäleestä ja sen viineistä. He haastattelivat paikallisia viininviljelijöitä, historioitsijoita ja viininviljelyn asiantuntijoita, ja he saivat





AGORA

merkittävän annin myös akateemisesta tutkimuksesta, erityisesti professori Venelin Roychevin laatimasta "Monografia Mavrud-lajikkeesta". Lisäksi ryhmä tutki Mavrudiin liittyviä kulttuurisia kertomuksia ja legendoja ja rikastutti kokoelmaansa sekä tieteellisillä että kansanperinteeseen liittyvillä elementeillä.

Käyttäjän vinkki: Aloita tarinankerrontaprosessi tekemällä perusteellinen tutkimus aiheesi historiallisista, kulttuurisista ja tieteellisistä näkökohdista. Hyödynnä akateemisia lähteitä, paikallisia legendoja ja yhteisön sidosryhmien suoria haastatteluja rakentaaksesi rikkaan ja monipuolisen kerronnan perustan.

2. Kertomusten laatiminen

IMD-tapaus: IMD-tiimi laati kerättyjen monipuolisten tietojen avulla yksityiskohtaisia kertomuksia, jotka olivat informatiivisia ja emotionaalisesti mukaansatempaavia. Tarinat rakentuivat keskeisten teemojen, kuten Mavrud-rypäleen historiallisen merkityksen, perinteisten viinivalmistustekniikoiden ja henkilökohtaisten anekdoottien ympärille Aristi Chorbadzhaikin kaltaisilta merkittäviltä henkilöiltä. Nämä tarinat esiteltiin sitten [IMD:n verkkosivustolla](#), johon sisältyi [erityinen Mavrudin historiallisia ja legendaarisia näkökohtia käsittelevä osio](#), joka tarjosi kävijöille syvemmän kerronnallisen kontekstin.

Käyttäjän vinkki: Rakenna tarinat niin, että ne luovat emotionaalisen yhteyden yleisöön. Käytä tarinankerrontatekniikoita, kuten tarinakaaria, jotka sisältävät haasteita, huipentumia ja ratkaisuja, jotta sisällöstä tulee samaistuttavaa ja mukaansatempaavaa. Varmista, että tarinat ovat saatavilla eri alustoilla, kuten verkkosivustoilla tai painetuissa materiaaleissa, jotta ne tavoittavat





3. Tarinoiden sisällyttäminen matkailuelämykseen

IMD Case: Kansainvälisen Mavrud-päivän jokaiseen elementtiin sisällytettiin kerättyjä tarinoita. [Verkkosivuston interaktiivisesta kartasta, jossa korostettiin paikallisia Mavrud-viinintuottajia](#) ja heidän ainutlaatuisia tarinoitaan, opastettuihin viinikierroksiin, joissa kerrottiin [viinitarhojen historiallisesta merkityksestä](#), kertomukset integroitiin saumattomasti tapahtumaan. Erityistä huomiota kiinnitettiin tapahtumapäivän, Pyhän Dimitarin päivän, tarinaan, joka yhdisti kulttuuriperinnön ja viinin juhlimisen, mikä lisäsi elämyksen autenttisuutta.

Käyttäjän vinkki: Hyödynnä tapahtuman kaikki osa-alueet tarinoiden kertomiseen. Kouluta oppaita kertomaan tarinat tehokkaasti, luo kiinnostavaa verkkosisältöä ja käytä tarinankerrontaa fyysisten kokemusten, kuten kierrosten tai maistiaisten, tehostamiseen. Yhdistä tarinat tapahtuman tai paikan erityispiirteisiin merkityksellisyyden ja sitoutumisen lisäämiseksi.

4. Tarinan vaikutuksen arviointi

IMD Case: Tarinankerronnan vaikutusta arvioitiin järjestelmällisesti IMD:n verkkosivuston kävijäpalautteen ja sitoutumismittareiden avulla. Järjestäjät keräsivät tietoa siitä, miten tarinat vaikuttivat kävijöiden käsityksiin ja vuorovaikutukseen, ja käyttivät tätä tietoa tarinankerronnan jatkuvan hiomisen ja tehostamisen välineenä. Kerronnan integroinnin onnistuminen näkyi kävijöiden lisääntyneenä sitoutumisena, erityisesti interaktiivisten elementtien, kuten kartan ja yksityiskohtaisten historiallisten anekdoottien, avulla.





AGORA

Käyttäjän vinkki: Ota käyttöön vankat mekanismit palautteen keräämiseksi siitä, miten tehokkaasti tarinat otetaan vastaan. Käytä sekä määrällisiä työkaluja, kuten verkkosivuston analytiikkaa, että laadullisia menetelmiä, kuten kävijäkyselyjä, vaikutusten ymmärtämiseksi. Tämä palaute on elintärkeää, jotta voit parantaa lähestymistapaasi ja varmistaa, että tarinankerronta pysyy dynaamisena ja vaikuttavana ja edistää kulttuurin arvostuksen lisäämisen ja kestävän matkailun käytäntöjen edistämisen uudistavia tavoitteita.

.

6.3 Service Blueprinting

Service Blueprinting on strateginen työkalu, jota käytetään palvelusuunnittelussa visualisoimaan prosesseja, joita organisaatio käyttää palvelun tuottamiseen. Se on erityisen tehokas keino sekä näkyvien asiakasvuorovaikutusten että niitä tukevien näkymättömien taustaprosessien yksityiskohtaiseen kuvaamiseen. Service Blueprinting ei ole vain palvelun tuottamisen parantamista, vaan uudistavan matkailun yhteydessä siitä tulee tehokas väline, jonka avulla voidaan luoda kestävämpiä ja yhteisöllisempiä matkailuelämyksiä, jotka kunnioittavat ja parantavat kohdetta ja sen asukkaita. Kun matkailualan toimijat kuvaavat tarkasti palveluprosessin jokaisen vaiheen ja sen vaikutukset, he voivat luoda elämyksiä, jotka todella vastaavat uudistavan matkailun periaatteita.

Service Blueprinting soveltuu erityisen hyvin uudistavaan matkailuun useista eri syistä:

- Se tarjoaa kokonaiskäsityksen matkailupalvelusta, mukaan



Co-funded by
the European Union



AGORA

lukien asiakkaan vuorovaikutuksen etuvaiheessa ja takavaiheen toiminnot, mikä mahdollistaa kokonaisvaltaisen lähestymistavan palvelun parantamiseen.

- Se auttaa tunnistamaan erityisiä alueita, joilla matkailupalveluja voidaan parantaa kestävyden lisäämiseksi, ympäristövaikutusten vähentämiseksi ja paikallisyhteisöjen hyödyksi.
- Kartoittamalla kaikki kosketuspisteet matkailualan toimijat voivat luoda saumattomia ja syvällisesti kiinnostavia elämyksiä, jotka opettavat matkailijoille kestävästä kehityksestä ja kulttuurin kunnioittamisesta..

Service Blueprinting on korvaamaton apu seuraavissa tapauksissa:

- Matkailutoiminnan tarpeettomuuksien ja tehottomuuden tunnistaminen ja parannusehdotusten tekeminen.
- Varmistamisessa, että jokainen asiakaspalvelun vaihe on suunniteltu huolellisesti tyytyväisyyden ja sitoutumisen lisäämiseksi.
- Korostettaessa mahdollisuuksia integroida kestäviä käytäntöjä koko palveluntarjonnan prosessiin.

6.3.1 Ohjeet Service Blueprintingin käyttöönottoon

1. Blueprinting esivalmistelu

Tavoite: Kerätä kaikki tarvittavat tiedot ja määritellä suunnitelman laajuus.

Toimet:



Co-funded by
the European Union



AGORA

- Suorita sidosryhmähaastattelut eri näkökulmien ymmärtämiseksi palveluprosessista.
- Määrittele blueprintattava ensisijainen palvelu ja selvitä tarvittava yksityiskohtaisuuden taso.

Uudistava vaikutus: Service Blueprint -suunnitelman luomisen alkuvaihe on ratkaisevan tärkeä, jotta voidaan muotoilla lähestymistapa, joka vaikuttaa myönteisesti yhteisöön. Erilaiset näkökulmat otetaan huomioon ottamalla tiedonkeruuvaiheessa mukaan monipuolinen joukko ihmisiä, erityisesti matkailusta kärsivien paikallisyhteisöjen edustajia. Tämä osallistaminen auttaa ymmärtämään paikallisia tarpeita ja toiveita, jolloin palveluja voidaan räätälöidä siten, että ne parantavat kävijöiden kokemuksia ja hyödyttävät yhteisöä taloudellisesti ja sosiaalisesti. Määrittelemällä suunnitelman soveltamisala ja keskittymällä kestäväan kehitykseen ja yhteisön osallistumiseen tuloksena syntyvä palvelumuotoilu vastaa välittömiin tarpeisiin ja edistää ympäristönsuojelua ja sosiaalista yhtenäisyyttä pitkällä aikavälillä. Tämä metodinen valmistelu tukee matkailupalvelujen kehittämistä, joka liittyy vahvasti uudistaviin periaatteisiin ja jolla pyritään jättämään myönteinen perintö matkailualalle.

2. Asiakaspolun kartoittaminen

Tavoite: Yksityiskohtainen kuvaus asiakkaan ja palvelun vuorovaikutuksen jokaisesta vaiheesta alusta loppuun.

Toimet:

- Luettele kaikki asiakkaan toimet aikajärjestyksessä..
- Tunnista kuhunkin vaiheeseen liittyvät fyysiset tai digitaaliset





kosketuspisteet.

- Huomioi asiakkaan tunteet ja kipupisteet kussakin vuorovaikutuksessa.

Uudistava vaikutus: Asiakaspolun kartoittaminen on arvokas tilaisuus parantaa jokaista vuorovaikutusta palvelukehityksen sisällä uudistavan matkailun periaatteiden mukaisesti. Kuvaamalla yksityiskohtaisesti asiakkaan kokemuksen jokainen vaihe, mukaan lukien siihen liittyvät tunteet ja mahdolliset kipupisteet, palvelumuotoilijat voivat hienosäätää vuorovaikutusta, jotta voidaan parantaa kokonaisvaltaista kävijäkokemusta ja sisällyttää siihen tehokkaita kestävästä kehitystä koskevia opetuksellisia elementtejä. Jokaisessa fyysisessä tai digitaalisessa kosketuspisteessä voidaan pyrkiä tiedottamaan matkailijoille paikallisista ympäristö- ja kulttuurisuojeletoimista ja sitouttamaan heidät niihin. Tällainen strateginen opetussisällön lisääminen auttaa lisäämään tietoisuutta ja innostamaan matkailijoita vastuulliseen käyttäytymiseen, joka tukee uudistamistavoitteita. Lisäksi tunnistamalla kipupisteet ja puuttumalla niihin palvelusuunnitteluprosessi varmistaa, että matkailupalvelut edistävät matkailijoiden ja paikallisyhteisön välisiä myönteisiä suhteita, mikä lisää keskinäistä kunnioitusta ja ymmärrystä ja edistää kestävämpää ja uudistavampaa matkailun ekosysteemiä.

3. Taustatoimien ja tukiprosessien tunnistaminen

Tavoite: Kartoittaa sisäiset toimet ja tukiprosessit, jotka mahdollistavat etuvaiheen toiminnan.

Toimet:

- Linkitä taustatoimet tiettyihin asiakaskosketuspisteisiin.





- Sisällyttä asiaankuuluvat työntekijäroolit, käytetty teknologia ja sisäiset käytännöt, jotka vaikuttavat kuhunkin vaiheeseen.
- Arvioi näiden prosessien ympäristö- ja yhteisövaikutukset.

Uudistava vaikutus: Kulissien takaisten toimien ja tukiprosessien huolellinen tunnistaminen palvelusuunnittelussa on muutakin kuin toiminnan tehokkuuden parantamista. Se on ratkaiseva tilaisuus integroida kestäviä käytäntöjä matkailun infrastruktuuriin. Kun hahmotellaan, miten sisäiset toimet tukevat asiakaskohtaisia toimintoja, voidaan arvioida perusteellisesti, missä ja miten kestävä kehitys voidaan järjestelmällisesti integroida. Tämä edellyttää näiden prosessien ympäristövaikutusten ja niiden roolin arviointia yhteisössä. Esimerkiksi analysoimalla tukitoimintojen energiankulutustottumuksia tai materiaalien hankintastrategioita voidaan löytää mahdollisuuksia käyttää uusiutuvia luonnonvaroja tai paikallisia tuotteita, mikä vähentää ympäristövaikutuksia ja tukee paikallistaloutta. Lisäksi ymmärtämällä näiden toimien vaikutuksia paikallisyhteisöihin varmistetaan, että matkailun kehittäminen on ekologisesti kestävää ja sosiaalisesti oikeudenmukaista. Tämä lähestymistapa edistää matkailukohteen kokonaisvaltaista uudistamista varmistamalla, että kaikki palvelutarjonnan osa-alueet ovat kestävän kehityksen ja yhteisön hyvinvoinnin periaatteiden mukaisia.

4. Kipupisteiden ja mahdollisuuksien esiin tuominen

Tavoite: Tunnistaa palveluprosessiin liittyvät ongelmat tai parannusmahdollisuudet ja puuttua niihin.





Toimet:

- Käytä asiakaspalautetta ja työntekijöiden näkemyksiä korostaaksesi kitka- tai tehottomuusalueita.
- Tunnistetaan mahdollisuudet sisällyttää kestäviä, yhteisölähtöisiä ratkaisuja.

Uudistava vaikutus: Palveluihin liittyvien ongelmien tunnistaminen ja korjaaminen sujuvoittaa toimintaa ja parantaa huomattavasti matkailutoiminnan uudistumis- ja kasvumahdollisuuksia. Tässä menetelmässä käytetään asiakaspalautetta ja työntekijöiden näkemyksiä löytämään alueita, joilla asioiden parantaminen voi johtaa merkityksellisempiin ja houkuttelevampiin elämyksiin. Se on tärkeää myös siksi, että se luo mahdollisuuksia sisällyttää kestäviä ja yhteisöllisiä ratkaisuja suoraan palvelusuunnitelmaan. Esimerkiksi sellaisten tapojen löytäminen, joilla resursseja käytetään tehottomasti, tai sellaisten paikkojen löytäminen, joissa asiakkaat eivät ole tyytyväisiä asioihin, jotka aiheuttavat haittaa myös ympäristölle, voi johtaa vihreämpien käytäntöjen tai teknologioiden käyttöön, jotka auttavat ympäristöä ja tekevät kävijöistä tyytyväisempiä. Lisäksi tämä lähestymistapa tukee matkailun kehittämisen paikallisyhteisön tarpeita, jolloin varmistetaan, että se parantaa paikallista hyvinvointia ja huolehtii ympäristöstä. Kun näitä ongelmia käsitellään järjestelmällisesti, palvelusuunnitelma parantaa asiakaskokemusta ja auttaa aktiivisesti matkakohteen sosiaalista, taloudellista ja ympäristön uudistumista.

5. Iterointi ja muutosten toteuttaminen

Tavoite: Tarkentaa suunnitelmaa ja toteuttaa muutoksia palvelun parantamiseksi.



Toimet:

- Kehitetään suunnitelma tunnistettujen ongelmakohtien ratkaisemiseksi ja otetaan huomioon kaikkien sidosryhmien palaute.
- Testaa muutoksia valvotuissa ympäristöissä ennen täysimittaista käyttöönottoa.
- Päivitä suunnitelmaa jatkuvasti palautteen ja muuttuvien olosuhteiden perusteella.

Uudistava vaikutus: Matkailupalvelusuunnitelma on suunniteltu siten, että se on mukautettavissa ja vastaa tulevaisuuden kestävyystavoitteisiin ja yhteisön vaatimuksiin. Suunnitelmalla varmistetaan, että matkailutarjonta pysyy linjassa ympäristönsuojelupyrkimysten ja yhteisön hyvinvoinnin kanssa, koska siinä otetaan huomioon kaikilta sidosryhmiltä saatu palaute ja muutoksia kokeillaan valvotuissa ympäristöissä. Tämä iteratiivinen lähestymistapa edistää uudistavaa matkailukäytäntöä, jossa päivitykset edistävät matkakohteen kokonaisvaltaista terveyttä ja sen kykyä tukea kestävästi sekä paikallista väestöä että vierailijoita.

Tapaustutkimus: Kansainvälinen Mavrud-päivä

Kansainvälisen Mavrud-päivän käyttäminen Service Bleprinting -tapausesimerkkinä osoittaa, miten yksityiskohtainen prosessikartoitus ja jatkuva parantaminen voivat merkittävästi parantaa matkailutapahtuman tehokkuutta. Tämän menetelmän avulla tapahtuma ei ainoastaan juhlistanut bulgariaalaista viinikulttuuria, vaan myös edisti uudistavan matkailun periaatteita ja vaikutti myönteisesti ympäristöön, yhteisöön ja paikallistalouteen. Tällä lähestymistavalla varmistettiin, että tapahtuman jokainen





AGORA

osa-alue oli linjassa laajempien kestävyystavoitteiden kanssa, ja luotiin malli, jota voidaan toistaa muissa yhteyksissä kulttuurin arvostuksen ja ympäristönsuojelun samanaikaiseksi edistämiseksi.

.

Service Blueprinting -menetelmän soveltaminen kansainväliseen Mavrud-päivään

Service Blueprinting -menetelmää käytettiin kansainvälisen Mavrud-päivän kokemuksen tarkentamiseen ja parantamiseen. Kartoittamalla palveluprosessin järjestäjät pystyivät visualisoimaan ja parantamaan tapahtuman kaikkia osa-alueita yleisön vuorovaikutuksesta kulissien takana tapahtuviin toimintoihin..

1. Asiakaspalvelun kartoittaminen

- **Tavoite:** Aloitetaan verkkotiedotuskampanjalla, jossa käytetään paikallisten viininviljelijöiden tarinoita ja Mavrud-rypäleen historiallista merkitystä. Siirrytään tapahtuman järjestämiseen ja päätteeksi kerätään palautetta tapahtuman jälkeen, jotta voidaan arvioida sen vaikutusta ja kerätä tietoa parannuksia varten.
- **Kosketuspisteet:** Sisällytetyt yksityiskohtaiset vaiheet, kuten ensimmäinen vierailu verkkosivustolla, jossa käyttäjät voivat tarkastella interaktiivisia karttoja ja valita eri tapahtumista, edetä varaukseen, jossa on selkeä, informatiivinen sisältö siitä, mitä odottaa, ja sitoutua tapahtuman aikana QR-koodilla varustetuilla tietopisteillä, joissa selitetään kestäviä





AGORA

viininviljelykäytäntöjä. Tapahtuman jälkeen: ohjaa osallistujat digitaalisille alustoille jakamaan kokemuksiaan ja ehdotuksiaan.

- **Käyttäjän vinkki:** Suunnittele verkkosivustosi ja lipunmyyntiprosessi informatiiviseksi ja käyttäjäystävälliseksi ja varmista, että jokainen digitaalinen kosketuspiste tarjoaa mahdollisuuden tarjota tietoa paikallisesta kulttuurista ja kestävästä kehityksestä.

2. Taustatoimien ja tukiprosessien tunnistaminen

- **Tavoite:** Koordinoida paikallisten viinitilojen kanssa tapahtumien isännöintiä, ottaa mukaan akateemisia ja kulttuurialan asiantuntijoita sisällön oikeellisuuden varmistamiseksi ja hallinnoida Urban Wine Festivalin kaltaisten toimien logistiikkaa.
- **Toimet:** Tee yhteistyötä paikallisten yritysten kanssa kestävien toimitusten hankkimiseksi, kouluta henkilökuntaa ja vapaaehtoisia ympäristökäytännöistä ja hallinnoi digitaalisia alustoja tapahtuman tehokasta edistämistä varten. Ota käyttöön järjestelmiä, joilla saadaan reaaliaikaista palautetta tapahtumien aikana, jotta logistiikkaa ja toimintoja voidaan mukauttaa tarpeen mukaan.
- **Käyttäjän vinkki:** Luo vahvoja kumppanuuksia paikallisten toimittajien ja asiantuntijoiden kanssa jo suunnittelun alkuvaiheessa. Hyödynnä teknologiaa viestinnän ja logistiikan virtaviivaistamiseen ja varmista, että kaikki toiminnot ovat kestävä kehityksen tavoitteiden mukaisia.





AGORA

3. Kipupisteiden ja mahdollisuuksien esiin tuominen

- **Tavoite:** Käsitellä logistisia haasteita, jotka liittyvät useiden tapahtumien koordinointiin eri paikoissa, ja tehostaa digitaalista sitoutumista fyysisten matkojen ja resurssien käytön vähentämiseksi.
- **Toimet:** Hyödynnetään verkkoprojektinhallintatyökalua, kuten Trelloa, tapahtumatehtävien reaaliaikaiseen seurantaan ja hallintaan. Tämän alustan avulla järjestäjät voivat jakaa tehtäviä, seurata edistymistä ja päivittää tiloja varmistaen, että kaikki tiimin jäsenet ovat samalla sivulla. Se myös tunnistaa ja ratkaisee nopeasti kaikki logistiset ongelmat ja tehostaa tapahtumien koordinointia eri paikoissa. Lisäksi digitaalista sitouttamisstrategiaa voitaisiin laajentaa niin, että se sisältäisi virtuaalisia kierroksia viinitarhoilla, suorana lähetettäviä paneeleita viinintekijöiden kanssa ja interaktiivisia viininmaisteluistuntoja, mikä vähentäisi fyysisten matkojen tarvetta ja parantaisi tapahtuman kestävyysprofiilia..
- **Käyttäjän vinkki:** Hyödynnä teknologiaa tapahtuman tehokkuuden ja kestävyysparantamiseksi. Digitaalisen projektinhallintatyökalun käyttöönotto voi vähentää merkittävästi useiden tapahtuman osien samanaikaisen hallinnan monimutkaisuutta. Tämä lähestymistapa varmistaa sujuvamman toiminnan ja auttaa pienentämään hiilijalanjälkeä optimoimalla resurssien kohdentamisen ja minimoimalla tarpeettomat matkat..

4. Iterointi ja muutosten toteuttaminen

- **Tavoite:** Jatkuva tapahtuman kehittäminen sidosryhmien palautteen sekä ympäristön ja yhteisön muuttuvien tarpeiden perusteella..



Co-funded by
the European Union



AGORA

- **Toimet:** Jokaisen tapahtuman jälkeen tehdään perusteellisia tarkistuksia, joissa käytetään palautetta digitaalisten käyttöliittymien parantamiseksi ja opetussisällön laajentamiseksi. Säädä logistisia järjestelyjä, jotta ne tukisivat paremmin kestäviä käytäntöjä ja yhteisön osallistumista..
- **Käyttäjän vinkki:** Säilytä joustavuus tapahtuman suunnittelussa, jotta uudet ideat ja palaute voidaan ottaa tehokkaasti huomioon. Säännölliset päivitykset palvelusuunnitelmaan auttavat sinua pysymään haasteiden edellä ja varmistamaan, että tapahtumasi pysyy kestävän ja uudistavan matkailun merkkipaaluna.

SANASTO

Backstage

Organisaation sisäiset prosessit ja toimet, jotka tukevat etuvaiheen toimintaa, mutta eivät näy asiakkaalle.

Blueprint Nodes

Erilliset kohdat service blueprint -menetelmässä, joissa asiakkaan toimet, etuvaiheen vuorovaikutus ja taustaprosessit risteävät.

Asiakasmatka

Kokemus, jonka asiakas kokee ollessaan vuorovaikutuksessa palvelun kanssa, aina asiakkaan alkutietoisuudesta palvelun käytön jälkeiseen käyttäytymiseen.

Määritä



Co-funded by
the European Union



Design Thinking -prosessin toisessa vaiheessa tiimit kokoavat tutkimustulokset ja keskeiset havainnot selkeäksi ja toteuttamiskelpoiseksi ongelmanasetteluksi.

Suunnittelusprintit

Ajallisesti rajattu, viisivaiheinen prosessi, jossa käytetään muotoiluajattelun tekniikoita riskien vähentämiseksi, kun uutta tuotetta, palvelua tai ominaisuutta tuodaan markkinoille. Se auttaa tiimejä määrittelemään selkeästi tavoitteet, validoimaan oletukset ja päättämään tuotteen etenemissuunnitelmasta ennen kehityksen aloittamista.

Muotoiluajattelu

Epälineaarinen, iteratiivinen prosessi, jota tiimit käyttävät käyttäjien ymmärtämiseen, oletusten kyseenalaistamiseen, ongelmien uudelleenmäärittelyyn ja innovatiivisten ratkaisujen luomiseen prototyyppejä testausta varten.

Empatisoi

Muotoiluajattelun eli design thinking -prosessin ensimmäinen vaihe. Siinä hankitaan empaattinen ymmärrys käsillä olevasta ongelmasta, yleensä tutkimalla ihmisten tarpeita, tunteita ja motivaatioita.

Feedback Loop

Järjestelmä, jossa prosessin tuotokset kierrätetään takaisin ja niitä käytetään syötteinä tulevien toimintojen parantamiseen, usein käyttäjien tai sidosryhmien antaman palautteen avulla.





Etuvaihe

Palvelun osatekijät, jotka ovat näkyvissä asiakkaalle, mukaan lukien fyysiset ympäristöt, asiakkaan vuorovaikutus ja muut palvelukokemuksen osatekijät.

Ideoi

Muotoiluajattelun kolmas vaihe. Ideoinnin aikana tiimit tuottavat erilaisia ideoita määritellyn ongelman ratkaisemiseksi luovuuden ja innovoinnin avulla.

Iteratiivinen suunnittelu

Palvelun suunnittelu- ja testausmenetelmä, jossa prosessi toistetaan (iteroidaan) useita kertoja käyttäjäpalautteeseen perustuvien parannusten tekemiseksi.

Narratiivi

Puhuttu tai kirjoitettu kertomus toisiinsa liittyvistä tapahtumista; tarina, erityisesti sellainen, joka on rakennettu luovasti yleisön mielenkiinnon herättämiseksi.

Narratiivinen kaari

Termi, jota käytetään kuvaamaan romaanin tai tarinan juonen kronologista rakentumista. Tyypillisesti kerronnan kaarella on alku, keskikohta ja loppu.

Kipupisteet



AGORA

Palveluprosessin osatekijät, jotka aiheuttavat asiakkaille haittaa tai tyytymättömyyttä tai palveluntarjoajalle tehottomuutta.

Prototypoi

Design Thinking -prosessin neljäs vaihe. Prototyyppi on idean kokeellinen malli, jonka avulla suunnittelijat voivat visualisoida idean ja tutkia sen toteutettavuutta.

Service Blueprinting

Palvelumuotoilussa käytetty työkalu, jolla visualisoidaan palvelun muodostavien prosessien organisointi. Siinä näkyvät sekä asiakkaalle suunnatut (etuvaiheen) että sisäiset (takavaiheen) elementit.

Palvelun prototyyppien luominen

Prosessi, jossa suunnitellusta palvelusta luodaan epätäydellisiä versioita vuorovaikutusta koskevien hypoteesien testaamiseksi ja käyttäjien reaktioiden arvioimiseksi, yleensä ennen palvelun täysimittaista käyttöönottoa.

Tarinankerronta

Kerronnan käyttäminen viestin välittämiseen, tarinan jakamiseen tai viihdyttämiseen. Uudistavan matkailun yhteydessä tarinankerrontaa käytetään strategisesti yhdistämään kävijät matkakohteen kulttuuri- ja ympäristönäkökohtiin.

Kosketuspisteet

Asiakkaan ja palvelun väliset erityiset vuorovaikutuspisteet, joissa palveluja tarjotaan ja joissa asiakkaat muodostavat käsityksen palvelun





laadusta.

Testaa

Muotoiluajattelun viimeinen vaihe. Testauksessa kokeillaan pienimuotoisia ratkaisuja pienessä mittakaavassa, jolloin varmistetaan, että ongelma ja ratkaisu sopivat yhteen kohdekäyttäjien tarpeiden ja odotusten kanssa.

MIELENRUOKAA

1) On implementing Design Sprints in regenerative tourism

Ethical Considerations:

- Prompt: How can Design Sprints ensure that the tourism developments they facilitate are ethically responsible? Consider the impacts on local cultures, economies, and ecosystems.
- Consideration: Reflect on the importance of ethical guidelines in protecting local heritage and natural environments while fostering innovation in tourism.

Balancing Innovation with Tradition:

- Prompt: How can Design Sprints balance innovative tourism development with the preservation of traditional practices and values?
- Consideration: Consider the role of innovation in enhancing traditional practices rather than replacing them, promoting a regenerative approach that respects and revitalises local





cultures.

2) On implementing Storytelling in regenerative tourism

Cultural sensitivity and authenticity:

- Prompt: How can storytellers ensure they are being culturally sensitive and authentic when sharing stories from communities not their own?
- Consideration: Reflect on the balance between storytelling as a tool for cultural promotion and the risk of cultural appropriation or misrepresentation.

Impact on the local community:

- Prompt: In what ways might storytelling in tourism impact the local community positively and negatively?
- Consideration: Discuss the potential for storytelling to empower local communities but also consider the challenges it might pose, such as privacy concerns or over-commercialization.

Sustainability of storytelling:

- Prompt: How can the sustainability of storytelling practices be ensured within the tourism industry?
- Consideration: Explore methods to maintain and refresh stories to keep them engaging over time without losing their essence and authenticity.

Digital storytelling in tourism:

- Prompt: What role does digital storytelling play in enhancing regenerative tourism practices?



- Consideration: Consider the benefits and limitations of digital platforms in effectively conveying the depth and nuances of local stories.

Ethical implications:

- Prompt: What are the ethical implications of using storytelling in tourism?
- Consideration: Think about issues such as who gets to tell the story, who benefits from these stories, and how the revenues from storytelling-driven tourism are distributed within the community.

3) On implementing Service Blueprinting in regenerative tourism

Integration of local knowledge:

- Prompt: How can service blueprinting be adapted to better incorporate traditional and local knowledge, ensuring that tourism services respect and elevate local cultures and practices?
- Consideration: Reflect on the importance of including local stakeholders in the blueprinting process to capture unique cultural insights and practices that could enhance the sustainability and appeal of tourism services.

Balancing efficiency and sustainability:

- Prompt: In what ways might the pursuit of operational efficiency in tourism services conflict with sustainability goals? How can service blueprinting help resolve such conflicts?



AGORA

- Consideration: Discuss the potential trade-offs between streamlining operations for efficiency and implementing practices that prioritize environmental and social sustainability.

Technological Advancements in Service Blueprinting:

- Prompt: What role could emerging technologies play in enhancing service blueprinting for regenerative tourism? Consider technologies like AI and IoT (Internet of Things).
- Consideration: Explore the possibilities and challenges of integrating advanced technologies in mapping out service processes, particularly in enhancing real-time data collection and analysis for sustainable practices.

Feedback mechanisms:

- Prompt: How effective are current feedback mechanisms embedded within service blueprints in identifying areas for improvement in regenerative tourism?
- Consideration: Evaluate the effectiveness of existing feedback loops and suggest ways to enhance these mechanisms to better support continuous improvement and adaptation in tourism services.

HARJOITUKSET

1. Design Sprints -työkalut

1.1. Empatiakartta



Co-funded by
the European Union



Tarkoitus: Syvällisemmän ymmärryksen saaminen sidosryhmistä, jotka osallistuvat uudistaviin matkailukokemuksiin.

Ohjeet:

- Käyttäjärhymän tunnistaminen: Tunnista matkailukokemukseen osallistuvat eri käyttäjäryhmät (esim. Paikallisyhteisön jäsenet, matkailijat, paikalliset yrittäjät)
- Ajattele ja tunne: Miktkä ovat näiden käyttäjäryhmien tärkeimmät matkailukokemukseen liittyvät huolenaiheet, pelot, toiveet ja pyrkimykset?
- Kuule: Mitkä ovat yleisimpiö mielipiteitä tai lausuntoja, joita nämä käyttäjäryhmät kuulevat kokemuksesta?
- Näe: Mitä nämä käyttäjäryhmät näkevät ympäristössään matkailukokemukseen liittyen.
- Sano ja tee: Mitä toimia nämä käyttäjäryhmät tekevät matkailukokemukseen liittyen? Mitä he saattavat sanoa muille?
- Kipupisteet: Mitkä ovat suurimmat turhautumiset tai haasteet, joita nämä käyttäjäryhmät kohtaavat matkailukokemuksen suhteen?
- Hyödyt: Mistä hyödyistä nämä käyttäjäryhmät nauttivat eniten tai odottavat eniten matkailukokemusta?

Asettelu: Empatiakarttamalli, joka on jaettu kutakin edellä mainittua kohtaa vastaaviin osioihin ja jossa on tilaa muistiinpanoille ja havainnoille.

1.2. Ongelman määrittelymalli

Tarkoitus: Auttaa määrittelemään ja artikuloimaan tärkeimmät





haasteet, joihin on vastattava uudistavien matkailuelämysten luomisessa.

Ohjeet::

- Ongelmaesityksen kehittäminen: Empatiakartan avulla kerättyjen näkemysten perusteella muotoillaan selkeät ongelmanasettelut. Aloita kysymyksellä "Miten voisimme..."
- Priorisointi: Jos on kehitetty useita ongelmanasetteluja, aseta ne tavoitteiden asettaminen: Määrittele kullekin ongelmanasettelulle, miltä onnistuminen näyttää ja miten sitä voidaan mitata.

Asettelu: Osiot ongelmanasettelun kirjoittamista varten, matriisi ongelmien priorisointia varten sekä kentät tavoitteiden ja onnistumisen mittareiden määrittelyä varten.

1.3. Ideointi-istunnon opas

Tarkoitus: Mahdollistaa luovien ja tehokkaiden ratkaisujen luominen määriteltyihin ongelmiin.

Ohjeet:

- Aivoriihen säännöt: Aseta aivoriihen perussäännöt (esim. tuomitsemisen välttäminen, villien ideoiden rohkaiseminen).
- Ideoiden tuottaminen: Ideoiden tuottaminen käyttämällä tekniikoita, kuten ajatuskartoitusta tai SCAMPERia. Keskity tässä vaiheessa määrään.
- Ideoiden luokittelu: Ryhmittele ideat teemoihin tai luokkiin mallien ja mahdollisuuksien alueiden tunnistamiseksi.



AGORA

- Valintaperusteet: Luodaan kriteerit, joiden perusteella ideat valitaan prototyyppien laatimiseen (esim. vaikutus, toteutettavuus, innovatiivisuus)

Asettelu: Aivoriin säännöt, tilaa ideoiden listaamiselle, osio ideoiden luokittelua varten ja valintaperusteet.

1.4. Prototyyppien kehittämismalli

Tarkoitus: Suunnitella ja luoda prototyyppejä, joita voidaan käyttää ratkaisujen listaamiseen.

Ohjeet:

- Prototyypin valinta: Valitse prototyypit ideointivaiheessa asetettujen kriteerien perusteella.
- Prototyypin suunnittelu: Yksityiskohtaiset tiedot prototyypin keskeisistä ominaisuuksista ja siitä, mitä sillä pyritään testaamaan tai osoittamaan.
- Materiaalit ja resurssit: Luettele prototyypin luomiseen tarvittavat materiaalit ja resurssit.
- Aikataulu: Laadi prototyypin kehittämisen aikataulu..





AGORA

Asettelu: Taulukot ja kentät valitun prototyypin kuvaamiseen, ominaisuuksien suunnitteluun, materiaalien luettelointiin ja aikataulun asettamiseen.

1.5. Palautteen keruulomake

Tarkoitus: Kerätä ja järjestää prototyyppien testaamisesta saatu palaute, jonka perusteella sitä voidaan kehittää edelleen.

Ohjeet:

- Palautekysymykset: Kehitä tarkkoja kysymyksiä, jotka vastaavat prototyyppitestin tavoitteisiin.
- Tarkkailijan huomautukset: Tarjoa tarkkailijoille tilaa, johon he voivat kirjata vaikutelmansa ja mahdolliset merkittävät vuorovaikutustilanteet prototyypin kanssa.
- Osallistujien palaute: Sisällytä osiot strukturoitua palautetta (esim. kyselyt) ja avointa palautetta varten..

Asettelu: Rakenteiset kysymysosiot, tila tarkkailijan muistiinpanoja varten ja kenttä avointen vastausten keräämistä varten.

2. Tarinankerronnan työkalut

2.1. Tarinankeräys harjoitus

Tarkoitus: Kerätä järjestelmällisesti yhteisöstä autenttisia tarinoita, jotka kuvastavat paikallista kulttuuria ja perintöä.

Ohjeet:

- Tunnista tarinankertoja: Luettelo mahdollisista tarinankertojista,





AGORA

mukaan lukien paikalliset vanhimmat, viininviljelijät, kulttuuriasiantuntijat ja yhteisön jäsenet.

- Valmistele kysymykset: Laadi avoimia kysymyksiä, jotka rohkaisevat tarinankertojia kertomaan yksityiskohtaisia anekdootteja, historiallisia faktoja, henkilökohtaisia kokemuksia ja kulttuurisia näkemyksiä.
- Tallenna tarinat: Tallenna tarinat äänen, videon tai tekstin avulla ja varmistaaksesi tarinoiden tarkkuuden ja autenttisuuden..

Harjoituksen osiot:

- Tarinankertojan tiedot (nimi, yhteystiedot, rooli)
- Valmistellut kysymykset
- Yhteenvedo tarinasta
- Käytetyt mediat (ääni, video, teksti)
- Luvat (suostumus tarinan käyttöön)

Esimerkki merkintä:

- Tarinankertaja: Ivan Petrov, Paikallinen viinintekijä
- Kysymykset:
 - o Voitko kertoa meille varhaisimman muistosi, joka liittyy viininvalmistukseen?
 - o Mikä erityinen tarina Mavrud-rypäleestä on periytynyt suvussasi?
- Tiivistelmä: Ivan kertoi tarinan isoisänsä menetelmistä viinitarhassa ja historiallisiin tapahtumiin liittyvästä legendasta Mavrud-rypäleen alkuperästä.
- Käytetty media: Äänitallenne
- Luvat: Allekirjoitettu suostumuslomake on liitteenä





2.2. Kertomuksen laatimismalli

Tarkoitus: Auttaa muuttamaan raakakertomukset kiinnostaviksi kertomuksiksi, joita voidaan jakaa vierailijoiden kanssa.

Ohjeet:

- Valitse keskeiset elementit: Tunnista kunkin tarinan kiinnostavimmat elementit, jotka voit sisällyttää kertomukseen.
- Rakenna kertomus: Järjestä sisältö kerronnan kaaren avulla (johdanto, huipennus, ratkaisu).
- Lisää kuvailevia yksityiskohtia: Lisää aistittavia yksityiskohtia ja emotionaalista syvyyttä, jotta kertomuksesta tulee elävä ja mukaansatempaava..

Mallin osat:

- Valitut tarinan elementit
- Kertomukset kaaren hahmotelma
- Lopullinen käsikirjoitus

Esimerkki merkintä:

- Valitut tarinan elementit: Viinivalmistuksen perinne, rypäleen legenda, henkilökohtaiset anekdootit.
- Kertomuksen kaari:
 - o Johdanto: Ivanin ja hänen viinitarhansa esittely
 - o Huipentuma: Legenda siitä, miten Mavrud-rypäle pelasti kaupungin
 - o Ratkaisu: Miten näitä perinteitä jatketaan nykyään
- Lopullinen käsikirjoitus: Täydellinen kertomus, joka sisältää



AGORA

aistittavia yksityiskohtia ja suoria lainauksia Ivanilta

2.3. Tarinan integrointisuunnitelma

Tarkoitus: hahmotella, miten nämä tarinat sisällytetään tehokkaasti erilaisiin matkailutoimiin ja -materiaaleihin.

Ohjeet:

- Valitse integrointipisteet: Määritä, missä tarinoita voidaan parhaiten hyödyntää (kiertueet, digitaalinen sisältö, mainosmateriaalit).
- Kehitä tarinoiden integrointistrategioita: Suunnittele, miten tarinat esitetään kävijän kokemuksen parantamiseksi.
- Luo sisältöä: Kehitä tarinoiden integroimiseksi tarvittava sisältö, kuten käsikirjoitukset oppaita varten, teksti esitteitä varten ja viestit sosiaalista mediaa varten..

Suunnitelman osat:

- Integrointipisteet
- Kunkin pisteen strategia
- Sisällön kehittämisen tarkistuslista

Esimerkki merkintä:

- Integrointipisteet: Opastettu viinitilakierros, verkkosivusto, tervetuliaisesite.
- Strategia:
 - o Kierros: Junan oppaat kertovat tarinoita tietyissä kohdissa viinitarhaa.





AGORA

- o Verkkosivusto: Kuukausittainen tarinan korostus yhteisöstä.
- o Esite: Sisällytetään paikallisia legendoja käsittelevä osio, jossa on QR-koodi, joka linkittää yksityiskohtaisiin tarinoihin.
- Sisällön kehittäminen: Oppaiden käsikirjoitukset, verkkoartikkelit, esitteiden suunnittelu

3. Service Blueprint työkalut

3.1. Service Blueprint harjoitus

Tarkoitus: Kartoittaa koko palveluprosessi ja yksilöidä kaikki asiakaskohtaiset toimet ja kulissien takaiset tukiprosessit.

Ohjeet:

- Aloita listaamalla kaikki asiakkaan toimet palvelukokemuksen alusta loppuun.
- Tunnista ja dokumentoi palvelun ja asiakkaiden väliset suorat vuorovaikutustilanteet (kosketuspisteet).
- Esittele yksityiskohtaisesti takavaiheen toimet ja tukiprosessit, jotka mahdollistavat etuvaiheen toiminnot.
- Merkitse mahdolliset kipupisteet ja mahdollisuudet sisällyttää uudistavia käytäntöjä.

Harjoitus osiot:

- Asiakkaan toimet: Kuvaa jokainen vaihe, jonka asiakas tekee





palvelukokemuksen aikana.

- Kosketuspisteet: Luettele asiakkaan ja palvelun väliset vuorovaikutustilanteet.
- Taustatoimet: Esittele yksityiskohtaisesti sisäiset toimet, jotka tukevat asiakaskohtaisia palveluja.
- Parannusmahdollisuudet: Huomaa alueet, joilla kestäviä käytäntöjä voidaan parantaa.

Esimerkki merkintä:

- Asiakkaan toiminta: Osallistuja saapuu tapahtumaan ja kirjautuu sisään.
- Kosketuspiste: Vastaanottotiski tapahtuman sisäänkäynnin yhteydessä.
- Takavaihe-toiminta: Tapahtumahenkilökunnan suorittaman sisäänkirjautumisprosessin koordinointi, digitaalisten rekisteröintijärjestelmien käyttöönotto.
- Parannusmahdollisuudet: Sähköisten lippujen käyttö paperin käytön minimoimiseksi, henkilöstön koulutus tehokkaista ja ympäristöystävällisistä majoitus- ja ravitsemuskäytännöistä.

2. Kipupisteiden ja mahdollisuuksien analyysimalli

Tarkoitus: Analysoida ja käsitellä palvelusuunnitelmassa olevia erityisiä kipupisteitä integroimalla kestäviä ja uudistavia ratkaisuja.

Ohjeet:

- Tarkista Serive blueprint -suunnitelma mahdollisten kipupisteiden tai tehottomuuksien tunnistamiseksi.



AGORA

- Ideoi mahdollisia kestäviä käytäntöjä, joilla näihin ongelmiin voitaisiin puuttua.
- Kehitetään toimintakelpoisia strategioita näiden käytäntöjen toteuttamiseksi..

Mallin osat:

- Kipupiste: Kuvaile ongelma tai tehottomuus.
- Mahdollinen kestävä käytäntö: Ehdota kestävää ratkaisua.
- Toimintasuunnitelma: Hahmottele vaiheet ratkaisun toteuttamiseksi..

Esimerkki merkintä:

- Kipupiste: suuri jätemäärä ruokakojuissa.
- Mahdollinen kestävä käytäntö: Kompostoituvien tai uudelleenkäytettävien ruoka-astioiden käyttöönotto.
- Toimintasuunnitelma: Yhteistyö paikallisten kompostoituvien materiaalien toimittajien kanssa ja myyjien ja osallistujien valistaminen asianmukaisista jätteen hävittämiskäytännöistä.

3. Jatkuvan parantamissuunnitelman malli

Tarkoitus: Luoda järjestelmällinen lähestymistapa service blueprint -mallin jatkuvaan parantamiseen palautteen ja kehittyvien kestävyystavoitteiden perusteella.



Ohjeet:

- Aseta säännölliset tarkistusvälit palvelusuunnitelmalle.
- Kerää ja analysoi palautetta asiakkailta, henkilöstöltä ja muilta sidosryhmiltä.
- Päivitä suunnitelma vastaamaan muutoksia ja parannuksia..

Mallin osat:

- Tarkistusväli: Suunnitelmien tarkistusten tiheys (esim. jokaisen tapahtuman jälkeen).
- Palautteen keruumenetelmät: Palautteen keräämistekniikat (esim. kyselyt, fokusryhmät).
- Suunnitelman päivitykset: Dokumentoidut muutokset ja perustelut.

Esimerkki merkintä:

- Tarkistusväli: Vuosittain, päätaphtuman jälkeen.
- Palautteen keruumenetelmät: Osallistujille lähetetyt verkkokyselyt ja henkilökohtaiset keskustelut tapahtuman



henkilökunnan kanssa.

- Suunnitelman päivitykset: Parannukset digitaalisiin lipunmyyntiprosesseihin ja lisäkoulutustilaisuudet henkilökunnalle kestävästä käytännöistä.

LISÄAINEISTO

- "Design Thinking for the Greater Good: Innovation in the Social Sector" by Jeanne Liedtka, Randy Salzman, and Daisy Azer
- Interaction Design Foundation (IDF). Their course on "Design Thinking: The Beginner's Guide" is particularly beneficial for those new to the concept.
- IDEO's Guide to Design Thinking: <https://www.ideo.com>
- Service Design Tools: <https://servicedesigntools.org>
- Alexander, Bryan, and Levine, Alan. "Storytelling for the Web: Emerging Best Practices." Educause, 2008.
- The Moth - An acclaimed organisation dedicated to the art and





AGORA

craft of storytelling: <https://themoth.org>

- StoryCorps - An initiative aimed at recording and sharing stories from everyday people, preserving human history through personal anecdotes: <https://storycorps.org>
- National Geographic's Storytelling for Impact - A series of free online courses offered in partnership with the National Geographic Society, focused on using photography, video, and graphics to tell compelling stories:
<https://education.nationalgeographic.org/resource/storytelling-for-impact-videos/>
- "Mapping Experiences: A Guide to Creating Value through Journeys, Blueprints, and Diagrams" by James Kalbach

LÄHDELUETTELO

- IDEO. "The Field Guide to Human-Centered Design." IDEO, 2015.
- Brown, Tim. "Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation." HarperBusiness, 2009.
- Dam, Rikke Friis, and Teo Yu Siang. "5 Stages in the Design Thinking Process." Interaction Design Foundation, 2021.
- Knapp, Jake; Zeratsky, John; Kowitz, Braden. "Sprint: How to Solve Big Problems and Test New Ideas in Just Five Days." Simon & Schuster, 2016.





AGORA

- Gottschall, Jonathan. "The Storytelling Animal: How Stories Make Us Human." Mariner Books, 2013.
- Simmons, Annette. "The Story Factor: Inspiration, Influence, and Persuasion Through the Art of Storytelling." Basic Books, 2nd Edition, 2009.
- Fog, Klaus, Budtz, Christian, and Yakaboylu, Baris. "Storytelling: Branding in Practice." Springer, 2nd Edition, 2010.
- Lipman, Doug. "Improving Your Storytelling: Beyond the Basics for All Who Tell Stories in Work or Play." August House, 1999.
- Bitner, Mary Jo, et al. "Service Blueprinting: A Practical Technique for Service Innovation." California Management Review, vol. 50, no. 3, Spring 2008, pp. 66-94.
- Stickdorn, Marc, and Schneider, Jakob. "This is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases." BIS Publishers, 2011.
- Shostack, G. Lynn. "Designing Services that Deliver." Harvard Business Review, January 1984.
- Zeithaml, Valarie A., et al. "Delivering Quality Service; Balancing Customer Perceptions and Expectations." Free Press, 1990.
- Norman, Donald A. "The Design of Everyday Things." Basic Books, 2013.

