



Elämyksellisyys ja kokemuksellisuus Green Care -palveluissa

Virtuaalityöpaja 20.4.2020

Elämysmarkkinoinnin ja palvelumuotoilun asiantuntija **Maijastiina Jokitalo** kertoi, mitä on elämysmarkkinointi, mitkä asiat vaikuttavat asiakaskokemukseen sekä miten kokemuksellisuus ja elämyksellisyys voivat syntyä Green Care -palveluissa. Virtuaalisissa pienryhmäkeskusteluissa osallistujat saivat työstää teemaa oman yrityksen kohdalla. Jokitalon mukaan yrityksen toimintakonseptin voi kopioida kuka tahansa, mutta yrittäjän persoona, asenne ja tapa kohdata asiakas sekä koko yrityksen palvelukulttuuri on aina uniikki. Juuri tämä ainutlaatuisuus usein luo hyvän asiakaskokemuksen. Vaikuttavan kokemuksen syntymistä tukevat myös eri aisteille (näkö, haju, maku, kuulo, tunto) välittyvät viestit, ja Green Care -yrityksissä on tähän erityisen hyvät mahdollisuudet. Virtuaalityöpajaan osallistui yli 20 osallistujaa. Aihe koettiin palautteen perusteella hyödylliseksi, joten aihetta käsitellään hankkeessa myös jatkossa.

Sammanfattning på svenska: Upplevelsebaserad marknadsförings- och servicedesignexperten **Maijastiina Jokitalo** berättade, vad betyder upplevelsebaserad marknadsföring, vilka faktorer påverkar kundupplevelsen och hur upplevelsen och erfarenhet kan uppstå i Green Care tjänster. I virtuella smågruppsdiskussioner fick deltagarna bearbeta teman för sitt eget företag. Enligt Jokitalo kan servicekonceptet kopieras av vem som helst, men entreprenörens persona, attityd och sätt att bemöta kunden samt företagets servicekultur som helhet är alltid unik. Det är denna unika egenskap som ofta skapar en bra kundupplevelse. Skapandet av en imponerande upplevelse stöds också av stimuli till olika sinnen (syn, lukt, smak, hörsel, känsel), och Green Care -företagen har särskilt väl möjligheter för detta. Över 20 deltagare deltog i den virtuella workshopen. Temat uppfattades som användbart på grund av feedback, så att temat kommer också att diskuteras i projektet i framtiden.

Summary in English: Experience marketing and service design expert **Maijastiina Jokitalo** explained what experience marketing means, which factors affect customer experience, and how experiences and impressions can arise in Green Care services. In virtual group discussions, participants were allowed to work on a theme for their own company. According to Jokitalo, the service concept can be copied by anyone, but the entrepreneur's persona, attitude and way of confronting the customer as well as the company's service culture as a whole is always unique. It is this uniqueness that often creates a good customer experience. Creating of an impressive experience is also supported by stimuli to different senses (vision, smell, taste, hearing, touch), and Green Care companies have particularly good possibilities for this. More than 20 participants attended the virtual workshop. The subject was perceived as useful on the basis of feedback, so the theme will be discussed in the project also in the future.

Event in Facebook: <https://www.facebook.com/events/2484598678424112/>