Matkailijoiden käsitykset luksuksesta ovat muuttuneet.

Suomalaisilla matkailuyrittäjillä syytä tarjota luksuselämyksiä

25.7.2025 19.28

Luksusmatkailupalvelun tuottaminen ei välttämättä vaadi suurta määrää henkilökuntaa. Sen sijaan ratkaisevaa on, miten luksuspalvelu tuotetaan. Väitämme, että pieni henkilöstömäärä voi joskus olla jopa kilpailutekijä matkailussa.

Nykyajan luksusmatkailija arvostaa eri asioita kuin aiemmin. Siinä missä ennen oli tärkeää tarjota hotellivieraalle kullan kimallusta, marmoria ja monta asiakaspalvelijaa, nyt on tärkeää tarjota entistä personoidumpi elämys, jossa asiakas huomioidaan yksilönä. Kaikkein varakkaimmille suunnatuissa elämyspalveluissa olennaista on asiakkaan odotusten hallinta. Joustavuus ja asiakkaan tunteminen ovat niitä asioita, joista matkailupalvelun luksuskokemus syntyy. Pelkkä eri tuotepakettien räätälöinti ei enää riitä.
Lisäksi luksusmatkailija arvostaa tietynlaista helppoutta, joka säästää heidän aikaansa. Tämä helppous muotoutuu luksusmatkailijan elämyksessä laatuajaksi ja kokemuksiksi heidän läheistensä, ystäviensä ja perheensä kanssa. Merkityksellistä on myös luksuskuluttajien henkilökohtainen suhde palveluyrityksen edustajiin.

Palvelun kehittäminen on tie luksuselämykseen ilman suuria investointeja

Suomessa matkailun palveluntuottajat ovat monesti pieniä yrityksiä. Suuri henkilökuntajoukko on mahdoton ajatus, koska henkilöstökustannukset ovat kovat. Luksus ja luksuspalvelun tuottaminen voivat tuntua täkäläisistä matkailuyrittäjistä kaukaisilta, koska luksus on totuttu liittämään suureen määrään henkilökuntaa – ja samalla suuriin yrityksiin.
Luksusmatkailussa on nykyään kuitenkin enemmän kyse tavasta tuottaa palvelua: pienissä yrityksissä on monesti matala hierarkia, joten ne pystyvät toimimaan palvelutilanteissa joustavasti. Ne pystyvät tarjoamaan juuri sitä personointia, jota tämän päivän luksusmatkailija toivoo.
Suomalaisessa kontekstissa yksittäinenkin matkailutyöntekijä voi ottaa omaa työnkuvaansa laajemman roolin. Sen sijaan että keskittyy vain rooliinsa tarjoilijana, saattaa toimia myös autonkuljettajana tai eräoppaana.
Moniosaajan rooli mahdollistaa syvemmän ymmärryksen asiakkaan tarpeista ja toiveista. Mitä enemmän ja mitä useammassa roolissa on läsnä tilanteessa asiakkaan kanssa, sitä paremmin voi huomioida asiakkaan unelmia sekä aistia, mitä asiakas palvelulta minäkin hetkenä toivoo. Tämä on asiakkaan näkökulmasta luksusta parhaimmillaan.
Luksuspalvelujen tuottamisessa menestyy se yritys, jossa kaikki näkevät toiminnan kokonaisuutena ja jossa palvelujen laatu on kaiken ytimessä.

Lisää tietoa luksuspalvelujen kehittämisestä Suomessa

Uuden luksuksen palvelusprintti -hankkeessa on kyse uuden luksuksen vastuullisten palveluelämysten kouluttamisesta ravintola-, majoitus-, tapahtuma- ja matkailuyritysten johdolle ja henkilöstölle Uudenmaan alueella, jotta he voivat nopeasti ja ketterästi kehittää tuotteitaan ja palveluitaan laadukkaammiksi. Hanke rahoitetaan osana Euroopan unionin covid-19-pandemian johdosta toteuttamia toimia (ESR, REACT EU).

Blogin kirjoittajat **Riina Iloranta** ja **Mia Tarhanen** ovat Haaga-Helia ammattikorkeakoulun lehtoreita.