

## LAATU RATKAISEE



OUTI JÄRVINEN/KL

**KULISSIEN TAKAA.** "Laatu koostuu siitä kokemuksesta, jonka asiakas saa. Siitä, kuinka hän kokee arkkitehtuurin, kuinka hänet otetaan vastaan aulassa ja millaista ruokaa hän saa. Monesta pienestä palasesta", sanoo Lahden Sibelius-talon markkinointi- ja myyntipäällikkö Marika Kakko (oik. takana). Kuvassa myös toimitusjohtaja Taneli Tuomaala ja kongressipäällikkö Anu Kärkkäinen.

# Sibelius-talossa puitteetkin velvoittavat

Ainutlaatuiset puitteet ja tasokas ohjelma asettavat korkean vaatimustason myös palveluille. Laatu tulee ennen kaikkea ihmisistä.

## Lahti

**Eeva-Stiina Pesonen**  
eeva.pesonen@kauppalehti.fi

Korkeutta, syvyyttä, kuusta ja pihlajaa. Vettä, valoa ja ilmaa. Lahden Sibelius-talo Vesijärven rannalla ei joudu häpeämään maailman arvostetuimpien konserttitalojen joukossa. Lasista ja puusta rakennetut puitteet ovat uljaat ja akustiikka täyteläinen.

Vaikka Suomen taloudessa menikin viime vuonna heikosti, Sibelius-talo teki 13-vuotisen historiansa parhaan tuloksen. Yhtenä tekijänä taustalla oli lahtelaisesta Sleepy Sleepers -bändistä kertova Kuka Mitä Häh?-musikaali. Sibelius-talo ei siis ole vain niin sanottua korkeakulttuuria.

"Hyödynsimme kotimaisen viihteen retrobumia ja onnistuimme sii-

nä hyvin", kertoo toimitusjohtaja **Taneli Tuomaala**.

Lahden kaupungin omistaman Sibelius-talon perusta on vahvasti *Sinfonia Lahti*-orkesterin - jonka kotitalo se on - menestyksessä, mutta paikka on myös suosittu kevyen musiikin konserttitalo sekä kokous- ja juhlatalo.

"Nimeen liittyy pieni riski, että paikka mielletään liian korkeakulttuuriseksi. Kaupunki on alusta asti halunnut, että tämä on koko kansan talo", sanoo Tuomaala.

Vanhaan Puusepäntehtaaseen rakennettu Finlandia-klubi onkin lunastanut paikkansa rock- ja pop-artistien areenana.

**VIIME** vuonna Sibelius-talo teki edellisvuotta vähemmällä tapahtumamäärällä enemmän tulosta. Vähän päälle kolmen miljoonan euron liikevaihdolla tuli 106 000 euron tulos, kun edellisvuonna tulos jäi tappiolle. Kolmannes talon liikevaihdosta tulee yleensä kokouksista ja juhlista ja loput konserteista.

**"Nimeen liittyy pieni riski, että paikka mielletään liian korkeakulttuuriseksi. Kaupunki on alusta asti halunnut, että tämä on koko kansan talo".**

**Taneli Tuomaala**  
Toimitusjohtaja

*TNS Gallupin* tekemän kongressitalojen asiakastytyväisyystutkimuksen mukaan kokousasiakkaat, tilavuokraajat ja konserttijärjestäjät ovat tyytyväisiä Sibelius-taloon.

"Olemme olleet tämän joka toinen vuosi toteuttavan tutkimuksen kärkikaksikossa vuodesta 2005 lähtien", sanoo Tuomaala.

Samassa sarjassa painii vain Tampere-talo.

Sibelius-talo kerää myös itse asiakaspalautetta kokousjärjestäjiltä ja tilavuokraajilta. Tulokset ovat samansuuntaisia: viime vuonna asiakaspalautteen keskiarvo oli 4,66, mukaan lukien ravintolapalvelut (asteikolla 1-5).

**"LAATU** koostuu siitä kokemuksesta, jonka asiakas saa. Siitä, kuinka hän kokee arkkitehtuurin, kuinka hänet otetaan vastaan aulassa ja millaista ruokaa hän saa. Monesta pienestä palasesta", sanoo markkinointi- ja myyntipäällikkö **Marika Kakko**.

"Sibelius-talossa laatu ei tarkoita niinkään laatuja järjestelmiä ja stan-

dardeja, vaan asiakassuhteen ja luottamuksen rakentamista käytännön tasolla joka päivä", sanoo Tuomaala.

Lahden Sibelius-talo Oy vuokraa usein tapahtumapuitteet tapahtumajärjestäjille. Sibelius-talo tekee tapahtumajärjestäjien kanssa myös yhteistyöprojekteja tai omia ohjelmatuotantoja. Talo vastaa aina esimerkiksi tekniikasta ja aulapalveluista. Ravintolayrittäjänä toimii *Kanresta*.

Palvelualalla tärkeää ovat aina kohtaamiset ihmisten kanssa, Tuomaala muistuttaa. Hän luottaa henkilöstönsä osaamiseen ja tilannetajuun.

**OHJELMISTO** on tietenkin tärkeä lautekijä Sibelius-talossa. Taiteilijoiden kiertueet ja ohjelmatoimistot vuokraavat iltoja rutiininomaisesti, mutta toisaalta talo itse miettii haluamaansa ohjelmistoa.

"Koetamme aktiivisesti ajatella, millaista ohjelmistoa pitää hankkia. Markkinoiden tunteminen on haastavaa. Artistien suosio saattaa tänä päivänä hyvin nopeasti vaihtua", sanoo Tuomaala.

Sibelius-talon koko ei ainakaan kevyen musiikin puolella riitä suurimpiin tähtiin. Maailmalla tunnetuimpia esiintyjä ovat olleet *Buena Vista Social Club*, *Eva Dahlgren* ja *Patricia Kaas*.

Tällä palstalla tutustutaan työyhteisöihin, jotka parantavat kilpailukykyään panostamalla laatuun systemaattisesti.

## Lahden Sibelius-talo Oy (2013)

**Liikevaihto:** Vuonna 2013 3,13 milj. euroa (kasvu edellisestä vuodesta 10,5%)

**Tilikauden voitto:** Noin 106 000 euroa

**Henkilöstö:** 23 vakituista työntekijää, sekä useita osa-aikaisia oppaita, naulakonhoitajia ja järjestyksenvalvoja

**Toimiala:** Talon tilojen, teknisten laitteiden, kaluston ja henkilökunnan vuokraustoiminta mahdollisimman monipuolisesti kokous-, juhla- ja konserttikäyttöön sekä omaa ohjelmatuotantoa

LÄHDE: LAHDEN SIBELIUSTALO OY

## Näin kehitämme

**Palautteen** hankinta on säännöllistä ja reagoimme siihen nopeasti. Osallistumme TNS Gallupin valtakunnalliseen asiakastytyväisyystutkimukseen joka toinen vuosi. Keräämämme myös itse asiakaspalautetta kokousjärjestäjiltä ja tilavuokraajilta

**Sibelius-talossa** laatu ei tarkoita niinkään laatuja järjestelmiä ja standardeja, vaan asiakassuhteen ja luottamuksen rakentamista käytännön tasolla joka päivä.

**Palvelu-ryityksen** korkea laatu vaatii paljon tietoa ja sen vahvaa hallintaa. Meillä on selkeät palveluprosessit ja toimiva sisäinen varausjärjestelmä, joka varmistaa tiedon jakamisen ja löytymisen. Kommunikaation on oltava nopeaa ja sujuvaa kulissien takana.

LÄHDE: LAHDEN SIBELIUSTALO OY

## LAATUHAASTE

**Edellisessä** osassa Abloy vastasi Sinebrychoffin laatuhaasteeseen. Abloy heittää laatuhaasteen nyt Lahden Sibelius-talolle ja kysyy:

**"Kuinka** megatrendejä ja hiljaisia signaaleja hyödynnetään strategiasuunnittelussa?"

**Sibelius-talo** vastaa:

**"Tapahtuma-alalla** trendit kulkeutuvat maailmalla viihteen sisältöjen ja muotivirtausten mukana. Jotkut ilmiöt sytyvät ja sammuvat niin nopeasti, että niiden hyödyntäminen riippuu voimakkaasti onnistuneesta ajoituksesta. Joidenkin trendien kehitys on selvästi hitaampaa, ja niiden huomioiminen strategian suunnittelussa on helpompaa.

**Esimerkiksi** retrotrendin vahvistuessa Sibelius-talo tarttui siihen lahtelaislähtöisen Sleepy Sleepers -yhtyeestä kertovan musikaalin kautta.

**Sibelius-talo** kuuluu alan kansallisiin ja kansainvälisiin järjestöihin, jotka tuottavat aineistoa näkymistä ja järjestävät koulutus- ja benchmarking-tilaisuuksia. Trendejä ja ilmiöitä tarkkaillaan koko ajan avoimin ajatuksin. Myös mahdollisia muutoksia lainsäädännössä, verotuksessa ja taloudessa peilataan päivittäin Sibelius-talon tavoitteisiin nähden."

LÄHDE: LAHDEN SIBELIUSTALO OY