

Lehdistötiedote 20.1.2010

Matkustajat aktiivisesti mukana risteilyjen tuotekehityksessä Silja Linen asiakkaista 82 prosenttia erittäin tyytyväisiä tai tyytyväisiä risteilykokemukseen

Silja Linen 1000 Tuotekehittäjää -kampanjan tavoitteena oli saada suomalaiset kuluttajat mukaan Silja Linen risteilyelämyksen ja palvelutuotteen kehittämiseen. Kampanjaan lähetti hakemuksen lähes 57 000 suomalaista. Ensimmäiset tulokset osoittavat, että 82 prosenttia tuotekehittäjistä on erittäin tyytyväisiä tai tyytyväisiä Silja Linen risteilyihin. Lisäksi lähes 90 prosenttia aikoo erittäin todennäköisesti tai todennäköisesti käyttää Silja Linen palveluja uudelleen (Taloustutkimus Oy, 11-2009).

Tallink Silja toteutti Silja Line -brändille alkusyksystä 2009 kampanjan nimeltä 1000 Tuotekehittäjää. Kolmen viikon kampanja-aikana etsittiin tuotekehittäjiä sekä kanta-asiakkaiden että yleisesti suomalaisten kuluttajien joukosta. Hakemuksia tuli huikeat 56 671 kpl kolmen viikon aikana.

Taloustutkimus Oy:n toimesta hakijoiden joukosta valittiin 1000 kanta-asiakasta, jotka edustivat kattavasti kanta-asiakaskantaa sekä 1000 henkilöä, jotka edustivat kattavasti Suomen väestöä. Silja Line tarjosi tuotekehittäjille risteilyn A-luokan hytissä. Jokaiselle lähetettiin matkan jälkeen kyselylomake, jossa kysyttiin arvioita risteilykokemuksen osa-alueista. Vastaaajat saattoivat myös kommentoida, ideoida ja antaa omia kehitysehdotuksia.

Vastaukset kerättiin marraskuun lopussa ja Taloustutkimus analysoi ne vuoden 2009 loppuun mennessä. Kokonaistulosten mukaan jopa 82 prosenttia tuotekehittäjistä on erittäin tyytyväisiä tai tyytyväisiä risteilykokemukseensa Siljalla. Tuotekehittäjiltä tuli kuitenkin paljon hyviä ideoita risteilyelämyksen parantamiseksi. Tallink Silja käy kaikki tulokset läpi alkuvuoden aikana ja päättää toimenpiteistä, joihin tulosten perusteella ryhdytään.

- Kehitämme palveluitamme yhdessä asiakkaidemme kanssa ja heitä kuunnellen, jotta pystymme parhaalla mahdollisella tavalla vastaamaan asiakkaidemme tarpeisiin ja toiveisiin myös tulevaisuudessa, sanoo Tallink Siljan markkinointijohtaja **Maarit Pitkänen**.

1000 Tuotekehittäjää -kampanja näkyi syksyllä 2009 useissa valtamedioissa sekä yrityksen omissa markkinointikanavissa (kuten kanta-asiakaslehti ja sähköpostisuorat). Tuotekehittäjäksi haettiin erillisen kampanjasivuston kautta. Kampanja-aikana sivustolla oli yhteensä 74 880 käyntiä. Hakemuksista 59 % tuli kanta-asiakkailta ja 41 % ei-kanta-asiakkailta.

Kampanja on herättänyt kiinnostusta laajasti. 1000 Tuotekehittäjää on mukana case-esimerkkinä Tekesin rahoittamassa Tampereen yliopiston ja VTT:n UseIn (User Involvement In Service Innovations) -tutkimusprojektissa, jossa tutkitaan käyttäjien osallistamista palveluinnovaatioprosessiin. Kampanja esitellään myös Työ- ja elinkeinoministeriön kysyntä- ja käyttäjälähtöistä innovaatiotoimintaa esittelevällä udi.fi-internetsivulla helmikuussa 2010.

Silja Linen Facebook-ryhmällä lähes 50 000 fania

Kuluttajilla on mahdollisuus saada tietoa Tallink Siljan tarjonnasta myös Facebook-sivustojen kautta. Tallink Suomi ja Silja Line Suomi -fanisivustot avattiin kesällä 2009. Kuukaudessa Silja Line Suomi -sivusto sai 40 000 fania, ja tällä hetkellä fanien lukumäärä lähentelee 50 000:a.

Sosiaaliseen mediaan erikoistunut markkinointiyhtiö San Francisco Oy listasi joulukuussa 2009 suomalaiset Facebook-ryhmät fanien lukumäärän perusteella. Silja Line Suomi oli tuolloin kokonaistuloksissa sijalla kolmetoista, jättäen taakseen muun muassa Suomen, Muumit ja kahvin. Fanimäärältään keskisuuren suomalaiskaupungin kokoinen Silja Linen faniryhmä keskustelelee sivulla aktiivisesti, ja myös tätä kautta Tallink Silja saa arvokasta tietoa kuluttajien odotuksista ja kokemuksista.

Lisätiedot:

Tallink Silja Oy, markkinointijohtaja Maarit Pitkänen, puh. +358 40 761 1370,
maarit.pitkanen@tallinksilja.com.

Tallink Silja Oy on osa AS Tallink Grupp -konsernia, joka on Itämeren alueen johtava matkustajaliikennevarustamo. Tallink Silja Oy liikennöi Suomesta Tallink-brändin alla Helsingistä Tallinnaan ja Saksaan sekä Silja Line -brändin alla Helsingistä ja Turusta Ahvenanmaan kautta Tukholmaan. Tallink Silja Oy toimii Suomessa viidellä paikkakunnalla, Espoossa, Helsingissä, Turussa, Tampereella ja Mikkelissä ja tytäryhtiö Sally Ab Maarianhaminassa. Yritys työllistää maalla noin 500 ja merellä noin 1000 henkilöä. AS Tallink Grupp on listattu Tallinnan pörssissä.

www.tallinksilja.fi

www.tallink.com