

Virtuaalikierrosten mahdollisuudet yrityksille - Case: Lucky Ranch

Jemina Colley, Lapin yliopisto



Lapin matkailuala kasvoi vahvasti vuonna 2024 (Lapin liitto, 2025), mikä voi kasvattaa myös yrittäjien tarvetta löytää innovatiivisia ratkaisuja esimerkiksi markkinointiin ja kesäsesonkiin. Esimerkiksi 360-virtuaalikerrosten on todettu kasvattavan asiakkaiden todennäköisyyttä vierailla ja varata palveluita (Ngelambong et al., 2024; Yang et al., 2021). Virtuaalikerrokset voivat luoda mahdollisille asiakkaille vahvemman mielikuvan yrityksestä ja sen brändistä johtaen varauksiin, verrattuna staattisiin kuviin ja teksteihin, mutta vain jos ne ovat vuorovaikutuksellisia, immersiiivisiä ja hyvälaatuisia. Mikäli virtuaalikerros luo odotuksia joihin palvelu ei voi yltää, voi asiakas myös pettyä kokemukseensa kohteessa. Tärkeää palvelun esittelyssä virtuaalikerroksen avulla ovat aitous, vuorovaikutuksellisuus, immersiiivisyys sekä laatu. (Bogicevic et al., 2019)

Virtuaalikerroksen testausta Lucky Ranchilla

Lucky Ranch on majoitus-, ravintola- ja seikkailupalveluita tarjoava yritys Pyhätunturilla. Laajaan palvelutarjontaan kuuluu muun muassa ratsastusretkiä, moottori- ja kajakkasafareita ja majoitusta lumi-igluissa. Vierailimme Lucky Ranchilla ja pohdimme yrittäjän kanssa kuinka

Viereisellä sivulla: Selaimessa toimivaa virtuaalikerrosta on mahdollista käyttää myös mobiililaitteilla.
Kuva: Sanni Mustonen, 2025.



elämysteknologia voisi olla hyödyllistä heidän yritykselleen. Keskusteluissamme nousi pinnalle se, kuinka laaja kirjo palveluita yrityksellä on, mitä emme olleet edes ymmärtäneet nettisivuihin tutustumalla. Päädyimme luomaan 360-virtuaalikierroksen, jonka avulla voisi vuorovaikutuksellisesti esitellä palveluja, kuten lumi-igluja.

Virtuaalikierrosta varten kuvasimme Lucky Ranchin tiloja 360-kameralla ympäristöjä, joiden avulla voisimme johdattaa asiakkaan talvisesongin palvelujen äärelle, kuten järvestä löytyvän avannon, moottorikelkat järven jäällä ja hevoset laiduntamassa hevostallin takana. 360-kuvia ottaessa on tärkeä huomioida, että kuvassa tosiaan näkyy ympäristö joka suuntaan, joten on hyvä, että monessa suunnassa on jotain katsottavaa. Mikäli virtuaalikierrosta aiotaan katsoa virtuaalilaseilla, on hyvä pitää myös katselukorkeus maltillisena, jottei se tunnu epäluonnolliselta. Kuvatessa voi vaikuttaa vir-



Lucky Ranchin virtuaalikierrosta valmisteltiin tutustumalla ympäristöön paikan päällä. Kuva: Jemina Colley, 2025.

tuaalikierroksen laatuun pitämällä huolen kameran kuva-asetuksista, linssien puhtaudesta ja ympäristön siisteydestä. Myös säätila kannattaa ottaa huomioon, sillä harmaana päivänä ympäristö ei välttämättä ole yhtä innostava kuin auringon ja sinisen taivaan alla.

360-kierroksen ominaisuudet

Virtuaalikierroksen luontiin tarvitaan tietokoneohjelma, ja vaihtoehtoja löytyy lukuisia, esimerkiksi 3DVista ja Matterport. Ohjelmissa voi olla pieniä eroja toisiinsa, mutta pohjimmiltaan toiminnallisuuden pysyvät samoina. Ohjelmien päätehtävänä on luoda polkuja

360-kuvien välille ja lisätä toimintoja, kuten siirtyminen kuvasta toiseen klikkaamalla ja lisätietojen saaminen klikkaamalla info -nappia. Lucky Ranchin virtuaalikirroksessa käyttäjä pääsee omassa tahdissaan tutkimaan ympäristöä klikkaamalla 360-kuvasta toiseen, tai klikkamalla valikosta haluamansa sijainnin. Sijainneista, kuten lumi-igluun sisältä, löytyy info -nappi, josta aukeaa asiakkaalle ikkuna suoraan Lucky Ranchin omaan varauspalveluun. Tämä havainnollistaa, kuinka jo olemassaolevat infrastruktuurit, esimerkiksi varauspalvelut, voidaan upottaa suoraan virtuaalikirrokseen. Yrityksen brändi voi olla myös vahvasti esillä virtuaalikirroksessa esimerkiksi värien, fonttien, ja logojen kautta.

Jotta asiakkaat saadaan koukkuun, täytyy virtuaalikirroksen herättää käyttäjässään tunteita, kuten innostumista, kiinnostumista tai rentoutumista (Ngelambong et al., 2024). Lucky Ranchin kuvauspäivänä ei sattunut satamaan lunta, mutta senkin sai lisättyä virtuaalikirrosohjelmassa jälkikäteen, jotta asiakas pääsee kokemaan täyden talvikokemuksen. Ideaalitulanteessa jo 360-kuvan ottamisen aikana lumi-iglujen päälle olisi satanut lunta ja revontulet olisivat tanssineet taivaalla, luoden ympäristölle omanlaista taikaa ja tarinaa. Virtuaalikirroksen kanssa vuorovaikutuksessa olo ja ilo siitä voivat myös auttaa vähentämään matkailijan ahdistusta ja kasvattaa heidän tyytyväisyyttään palvelukokonaisuuteen (Yang et al., 2021). 360-virtuaalikirroksia voi myös käyttää usein virtuaalitodellisuudessa, mutta on tärkeää huomioida, etteivät kaikki käyttäjät voi tai halua, käyttää virtuaalitodellisuutta. Virtuaalito-

dellisuus voi kuitenkin kasvattaa käyttäjän immersioita ja kiinnostusta näytettyyn sisältöön. On siis hyvä tarjota virtuaalikierrosta useilla alustoilla, kuten virtuaalilaseilla, selaimessa ja mobiilissa, jotta monenlaiset asiakkaat pääsevät siihen käsiksi. ♦

Lähteet

- Bogicevic, V., Seo, S., Kandampully, J. A., Liu, S. Q., & Rudd, N. A. (2019). Virtual reality presence as a preamble of tourism experience: The role of mental imagery. *Tourism Management*, 74, 55–64. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.02.009>
- Lapin liitto. (2025, April 28). *Lapin suhdannekatsaus 2024: Matkailu ja kaivostoiminta kasvun kärjessä*. <https://www.lapinliitto.fi/lapin-suhdannekatsaus-2024-matkailu-ja-kaivostoiminta-kasvun-karjessa/>
- Ngelambong, A., Abdullah, D., Che Ahmat, N. H., Wan Ismail, W. R., Handajani, S., & Nurlaela, L. (2024). Assessing 360-degree guided virtual tour video as a viable tourism destination marketing tool: An affective appraisal theory approach. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8(2), 1718–1729. <https://dx.doi.org/10.47772/IJRISS.2024.802121>
- Yang, T., Lai, I. K. W., Fan, Z. B., & Mo, Q. M. (2021). The impact of a 360° virtual tour on the reduction of psychological stress caused by COVID-19. *Technology in Society*, 64, 101514. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101514>