

Opinnäytetyö (AMK)

Kauneudenhoitoalan koulutusohjelma

2015

Pauliina Lundgren

JALKINELIIKE STELLA

– jalkojen- ja kenkienhoitoesitteellä lisäarvoa
asiakkaille



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

kauneudenhoitoalan koulutusohjelma

Joulukuu 2015 | Sivumäärä 41

Arja Keltaniemi

Lundgren Pauliina

JALKINELIIKE STELLA -JALKOJEN- JA KENKIENHOITOESITTEELLÄ LISÄARVOA ASIAKKAILLE

Tämä opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Jalkineliike Stellalle yrityksen asiakkaiden pyynnöstä. Esite on tuotettu asiakkaille jaettavaksi ja se sisältää jalkojenhoito-ohjeen, hyvän kengän valintaohjeen sekä jalkateräalueen jumppaohjeen. Esite toimii Jalkineliike Stellan mainoksena sisältäen liikkeen yhteystiedot sekä omistajan esittelyn.

Esitteen tarkoitus on tuottaa lisäarvoa niin asiakkaille kuin yrityksellekin. Toimeksiantoa varten olen haastatellut yrityksen omistajaa sekä tehnyt taustatyönä kilpailija-analyysin benchmarkkausta apuna käyttäen.

Tutkimustulosten perusteella havaitsin yrityksen kilpailuetuna olevan asiakaslähtöinen palvelu, asiantuntijuus sekä sidosryhmien kontaktit, joita Jalkineliike Stella voi jatkossa hyödyntää kehittäessään yritystoimintaansa.

ASIASANAT:

lisäarvo, asiakaslähtöinen, kilpailija-analyysi, kilpailuetu, asiantuntijuus

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme of beauty management

December 2015 | Total number of pages 41

keltaniemi Arja

Lundgren Pauliina

JALKINELIIKE STELLA -WITH FOOT- AND SHOECARE PROCHURE ADDED VALUE TO CUSTOMERS

This study was commissioned by Jalkineliike Stella at the request of the company's customer. The study was to produce a brochure including details of foot care instructions, a good shoe selection and the foot gymnastic instructions. Brochure was company's presentation at the same time.

All the methods were used side by side in cooperation with the customer needs and company's owner. The purpose of this brochure is to provide added value for both of them. I have interviewed the company owner and a valuation method was made by using benchmarking as a reference.

After the research and results was found Jalkineliike Stella's most competitive issues to be client orientation service, foot care expertise and cooperation abilities with the other professions. In this thesis commissioned will benefit the value added results when developing company business in the future

KEYWORDS:

Cooperation, valuation methods, client orientation, value added

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
2 TAUSTAA TOIMEKSIANTAJASTA	6
2.1 Hyvän kengän valinta ja muokkaaminen	7
2.2 Jalkineiliike Stellan kenkävalikoima	9
2.3 Jalkaongelmien huomioiminen kenkävalinnassa	10
2.4 Jalkineiliike Stellan visio	11
2.5 Jalkaongelmien tunnistaminen	13
2.6 Erityisasiakkaat	15
3 ASIAKKUUDET	19
3.1 Huomioita Vaaksjoen haastattelusta	20
3.2 Arvolupaus	22
3.3 Asiakassuhde	23
4 KILPAILIJA-ANALYYSI	25
4.1 Kilpailijat toiminta-alueella	25
4.2 Kilpailuetuna asiantuntijuus	27
4.3 Kilpailuetuna yksinmyyntioikeus	30
4.4 Kilpailuetuna asiakaspalvelu	30
4.5 Kilpailuetuna esite	31
4.6 Benchmarkkaus osana jalkateräjumpan valintaa esitteeseen	32
5 ESITTEEN TOTEUTUS	35
5.1 Esitteen tuoma lisäarvo asiakkaalle	36
6 LOPUKSI	39
6.1 Esitteen kehittäminen jatkossa	40
6.2 Toimeksiantajan saatesanat	41
LÄHTEET	42
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on luoda jaettava esite Jalkineliike Stellan asiakkaille. Esitteen tarve havaittiin asiakaspalvelutilanteessa, jossa asiakas itse toi esille toiveen esitteestä. Tästä syntyi idea toteuttaa esite opinnäytetyössäni. Näin ollen sain toimeksiannon ja esite toteutettiin asiakasnäkökulmasta yhteistyössä liikkeen omistajan kanssa. Asiakslähtöisyys oli vahvasti esitteen sisällön perustana.

Taustatyönä perehdyin toimeksiantajan taustaan, yrityksen toimintaperiaatteisiin, kohderyhmään sekä yrityksen kilpailijoihin. Tämän perusteella esitteeseen valikoitui kolme pääteemaa: hyvän kengän valintaohje, hyvän kengän hoito sekä jalkajumppaohje. Valitsin nämä kolme teemaa, koska ne olivat mielestäni keskeisiä aiheita sekä erikoiskenkäliikkeiden asiakaspalvelutyössä, että asiakastyytyväisyyden huomioimisessa. Esitteen tavoitteena oli luoda lisäarvoa sekä asiakkaalle että Jalkineliike Stellalle.

Opinnäytetyön tutkimuksellinen lähestymistapa oli laadullinen. Lähdin toteuttamaan esitettä asiakasnäkökulmasta havainnoinnin ja haastattelun tulosten pohjalta. Aihealueen teoriaa olen käsitellyt toimeksiantajayrityksen kautta ja viitannut samalla kirjallisuuslähteisiin. Näin työssä säilyy konkreettisuus ja se luo edetessä kokonaiskuvan tilanteesta johon esite on luotu. Asiakaspalvelutilanteessa asiakkaalle kerrotaan ja neuvotaan esitteessä olevat asiat, joten esite tulee muistuttamaan asiakasta kenkien sekä jalkojen hoidosta. Toimeksiantajayritystä on verrattu toiminta-alueen muihin kilpailijoihin ja tuloksien perusteella sekä asiakas että toimeksiantaja hyötyvät opinnäytetyöllä tuotetusta esitteestä.

2 TAUSTAA TOIMEKSIANTAJASTA

Jalkojenhoitaja Tiia Vaaksjoki on toiminut Turussa yksityisenä elinkeinonharjoittajana 20 vuotta. Hän on erikoistunut ongelmajalkoihin sekä suorittanut suutarin tutkinnon. Jalkojenhoitotyössään hän kohtasi päivittäin ihmisiä, joilla oli liian pienet, liian suuret tai muuten jalkoihin sopimattomat kengät. Vuosina 2013–2014 Turun talousalueella oli ainoastaan yksi kenkien erikoisliike, Ea-liike. Ea-liike myy työ- ja terveystaaleja, apuvälineitä kenkien ja sukkiin pukemiseen sekä pohjallisia. Erikoiskenkien vähäisen tarjonnan vuoksi Vaaksjoki alkoi suunnitella omaa jalkineiliikettä, ja haki rahoitusta liikeidealle Finnveralta. Rahoituksen onnistuttua Vaaksjoki avasi Turkuun keväällä 2014 entisen Serafiinan tiloihin Jalkineiliike Stellan.

Kohderymänä ovat +35-vuotiaat asiakkaat, jotka arvostavat kengässä laatua sekä istuvuutta. Kengät ovat jalkojenhoitaja Vaaksjoen valitsemia. Liikkeen valikoimaan kuuluu 20 eri kenkämerkkiä, joista kolmen valmistajan kengät ovat liikkeen päämerkkejä. Valintakriteerit kengille ovat tiukat, niiden täytyy olla laadukkaita materiaaleiltaan, kiertojäykkyydeltään sekä lestiltään. Nahkakengät ovat usein vain nahkapinnoitteisia, eivätkä täyttä nahkaa. Tällöin kengän laadulliset ominaisuudet eivät vastaa Vaaksjoen vaatimuksia. Hän on huomannut suuria eroja eri valmistajien osalta ja päätyttyä laatuvaatimuksissaan pääosin saksalaisiin kenkiin. Kenkien merkitys on oleellinen osa jalkojen hyvinvointia. Esimerkiksi kenkiä käytettäessä virheellistä kävelyä voidaan korjata erikoispohjallisten avulla (Saarikoski ym. 2010, 67). Saksalaista suosittua Rieker-merkkiä Vaaksjoki ei valinnut yritykselleen, koska laatuvaatimukset eivät täytyneet. Rieker kenkä ei kestä käyttöä ja Vaaksjoki on havainnut, että kengän pohjarakenne romahtaa muita merkkejä aikaisemmin.

Liiketyössään Vaaksjoki kertoo asiakkailleen kenkien valintakriteereistä, kengän hoidon merkityksestä, jalkojenhoidosta ja kengän ominaisuuksista. Asiakkaiden

palautteen perusteella on havaittu tarvetta jaettavalle esitteelle, josta asiakkaat saisivat tukea ja muistutusta Vaaksjoen kertomalle tiedolle. Erikoiskenkäliik-
keessä on tärkeää myös moniammatillinen yhteistyö, joka korostuu ohjaamalla
asiakkaat eteenpäin lääkäreille, pohjallisten tekijöille sekä jalkojenhoitajille. Ver-
kosto on muodostunut toimeksiantajan aiemmasta ammatista. Sopivan jalkineen
löytäminen edellyttää jalkojen asennon tutkimista sekä kävelyn kartoittamista.
Kartoittamisen jälkeen voidaan havaita tarve apuvälineisiin, jossa Vaaksjoki käyt-
tää verkostoa apunaan.

2.1 Hyvän kengän valinta ja muokkaaminen

Jalkineliike Stellassa on ensiarvoisen tärkeää saada kaikille tavallisista jalkavai-
voista kärsiville oikeanlaiset, sopivat kengät. Kenkiä löytyy aina K-lestiin asti, jo-
ten todella leveä jalka sekä mahdolliset yksilöllisesti teetetyt pohjalliset sopivat
jalkineisiin. Lestit ovat merkitty kirjaimilla E, F, G, H, J ja K, joista E on kapein ja
K-lesti levein.

Kenkien käyttömukavuuden lisäämiseksi Vaaksjoki tarjoaa Pedagin pohjallisia,
varvas- sekä kantapääsuojia. Kengän käyttöönotto on näin alusta asti miellyttä-
vää. Pohjallisen tehtävä on tukea ja suojata jalkaa ja näin ollen ennaltaehkäistä
jalkaongelmien syntyä. Pohjalliset lisäävät myös kenkien käyttöikää. Suurim-
massa osassa kenkiä on jo valmiiksi hyvin muotoillut irrotettavat pohjalliset.

Pohjallisen avulla katsotaan onko kenkä sopivan kokoinen jaloille. Valmispohjal-
lisen lisäksi voi kenkiin hankkia vaihdettavat pohjalliset jalan vaatimusten mukai-
sesti. Pohjallinen otetaan pois kengästä ja asetetaan seisomaan sen päälle en-
nen kuin jalkaa laitetaan kenkään. Pohjallisen pituuden avulla nähdään onko
kenkä pituudeltaan sopiva. Asiakas kertoo myös erityistarpeensa ja tuntemuk-
sensa, jonka mukaan kenkään ja pohjalliseen voidaan tehdä muutoksia. Vaaksjo-
ella on pohjallisten muokkaamista varten hiomakone liikkeen varastotiloissa ja
osaaminen pohjallisten muokkaamiseen ammatin ja suutarinkoulutuksen ansi-
oista.

Yleisimmät kengän sopivuuteen vaikuttavat asiat:

- Isovarpaan luu / vaivaisenluun paine
- Kengän kärkiosan tilavuus/vasaravarpaat
- Kantapään istuvuus
- Jalan asennot

Isovarpaiden luut vaativat tilaa ja Vaaksjoki voi mittojen mukaisesti venyttää kenkää isovarpaan kohdalta. Nahka kenkä venyy käytössä jalan mukaan sopivaksi, mutta Vaaksjoelle on tärkeää, että kengän käyttömukavuus on mahdollisimman mukava jo ensi askeleesta alkaen.

Kengän kärkiosan tilavuus tarkistetaan ja myös sitä on mahdollisuus hieman venyttää. Samalla tarkistetaan tarvitsevatko varpaat suojausta. Jäykistyneet vasaravarpaat voidaan suojata Pedagin geelimäisillä varvassuojilla. Varvassuojilla ehkäistään myös kengissä koukkuun menevien varpaiden kitkaa, jolloin ehkäistään känsän syntymistä.

Kantapään muoto on yksilöllinen. Uuden hyvän kengän kantaloppi on tukeva. Kantapää mukautuu uuteen kenkään kävellessä. Sinne on mahdollisuus laittaa suojaa, jotta rakoilta ja painaumilta vältyttäisiin. Kantaloppiin tavallisimmin liimataan fleeceweb- merkkistä huopatarraa, joka leikataan sopivan muotoiseksi ennen kenkään liimaamista.

Jalan rakenne vaikuttaa pohjallisen muokkaustarpeeseen. Erityistyöt tehdään tilauksesta, jolloin uutta kenkää ei saa heti mukaansa. Vaaksjoki työstää kengän työpäivän jälkeen alakerran varastotilassa. Odotusaika on 2-3 työpäivää työstettävien kenkien jonosta riippuen. Kenkään merkitään venytettävä kohta ja pohjalliseen merkitään kevennettävä kohta tai asiasana, josta tunnistaa mitä kyseiseen pohjalliseen tulee tehdä

2.2 Jalkineliike Stellan kenkävalikoima

Jalkineliike Stellassa on laaja valikoima hyvälaatuisia työjalkineita. Työjalkineissa on vaihtoehtoja myös yksilöllisiä pohjallisia käyttäville, jolloin jalkineen oma pohjallinen on irrotettavissa. Sandaalimallisia työjalkineita löytyy sekä takaremmillä että ilman. Sandaaleille on vaihtoehtona myös umpikärkinen työjalkine. Merkkejä ovat Think, Cinnamon, Berkemann sekä Mephisto. Pohjallisten tekijät suosittelevat Thinkin työsandalia, joka sopii parhaiten työkengäksi yksilöllisiä pohjallisia käyttäville. Sandaalin muoto on kantapäästä alaspäin levenevä, joka tekee kengästä erityisen tukevan askeltaa. Think onkin Jalkineliike Stellan myydyin työjalkine.

Laitosjalkineita on muutamaa eri vaihtoehtoa, joita omaiset käyvät hakemassa kotihoidossa, palvelutaloissa tai muissa laitoksissa asuville läheisilleen jos asiakas ei itse pääse paikalle. Podowell -merkinen kenkä sopii myös jalkaleikkauksesta toipuville. Kenkä on konepestävä ja antibakteerinen. Kengät sopivat niin ulko- kuin sisäkäyttöön. Laitosjalkineet ovat kevyet ja niissä on irrotettavat pohjalliset sekä pehmeät reunat ja päälliset, jotta käyttömukavuus olisi maksimaalinen kävelyn tukemisen lisäksi.

Päämerkkeinä jalkineliike Stellassa myydään Think-, Mephisto- sekä Gantermerkkisiä kenkiä. Think on Itävaltalainen brändi ja edustaa ekologisuutta sekä terveellisyyttä. Think on tunnettu kestävän kehityksen jalkineista materiaalivalinnoissaan ja erottautuu muista värikkyydellään. Kengät ovat värjätty tai parkattu kasviväreillä. Ekologisuus puhuttaa asiakkaita ja on osalle asiakkaita tärkeä ostokriteeri.

Mephisto merkki on väsyneiden ja särkevien jalkojen kumppani. Pohjamateriaali on iskunvaimennusominaisuuksiltaan ainoa laatuaan. Jalkine tulee ranskasta ja edustaa tyylikkyyttä sekä laatua. Mephisto merkillä on mobs- valikoima, josta arimmatkin jalat saavat helpotusta. Iskunvaimennus ulottuu kantapäästä päkiään ja näin ollen säästää polvia, lonkkia, selkää ja jopa niskaa. Mephisto ja Think erottuvat merkkeinä edukseen, koska Turussa Vaaksjoki on saanut yksinmyynti-

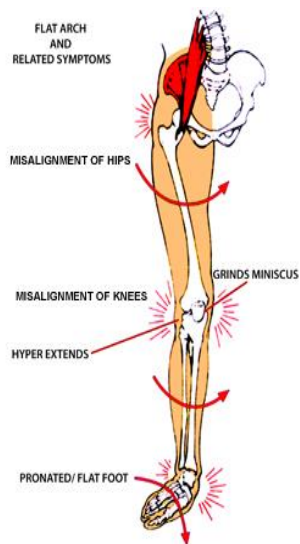
oikeuden merkkeihin. Yrityksen imago palvelussa ja valikoiman merkeissä vaikuttaakin suuresti asiakkaan kokemaan mielikuvaan. Laatu on olennaisesti yksi menestyksen avaintekijöistä. Yritykselle muodostuu kilpailuetua tuotteiden ja palveluiden laadusta ja arvosta (Vahvaselkä: 2004, 90).

Saksalainen Ganter merkki on materiaaleiltaan kasviparkattua laatuahkaa ja luonnonkorkkia. Lestivaihtoehtoja löytyy kapeasta leveään, joka helpottaa yksilöllisten tukien sopimista kenkään. Gantherin pohjallinen on muotoiltu anatomisesti, joten se säästää käyttäjänsä niveliä ja vahvistaa lihaksia. Luonnollisen muotoilun ansiosta kengässä yhdistyy paljalla jaloilla ja kengillä kävelyn parhaat puolet. Ganter -jalkine valmistetaan vielä tänäkin päivänä käsityönä ja yhden kenkäparin valmistaminen vaatii noin 100 eri työvaihetta.

Saksalainen Hassia merkki edustaa mukavuutta ja tyylikkyyttä. Hassian kengät tulevat tehtaalta, joka on valmistanut kenkiä jo 1884-luvulta saakka. Espanjalaisista käsityötä ja laatua edustaa Panama Jack. Alusta loppuun käsityönä tehty kenkä edusta myös ekologisuutta. Cinnamon edustaa ruotsalaista laatua, hauskuutta sekä värikkyyttä. Jokaisessa kengässä on pehmeä irrotettava pohjallinen ja se onkin noussut kärkikastiin käyttömukavuudellaan. Yksilölliset pohjalliset mahtuvat hyvin näihin kenkiin. Jalkinevalikoimaa löytyy kävelyyn, maastoon, juhlaan sekä arkeen Kotimaisista kengistä tarjolla on valikoidusti Janita-, Palmrooth- sekä TopMan -merkkejä.

2.3 Jalkaongelmien huomioiminen kenkävalinnassa

Tyypillisiä jalkaongelmia aiheuttavat tuki- ja liikuntaelin sairaudet kuten nivelrikko, reuma sekä diabetes. Tyypillisimpiä jalkavaivoja ovat vaivaisenluu, vasaravarpaat, plantaarifaskia, päkiäkiput, nilkan ylipronaatio, turvotukset sekä kovettumat. Nämä tyypilliset vaivat voivat aiheutua kävellessä tai urheillessa, jolloin käytetään käyttötarkoitukseen sopimattomia kenkiä. Huomion kiinnittäminen jalan virheasentoihin on tärkeää, koska osa ongelmista on korjattavissa oikeanlaisella jalkinevalinnalla ja sillä voidaan myös ennaltaehkäistä tyypillisimpiä jalkavaivoja.



Kuva 1

Jalkaterän asento vaikuttaa nilkan paineeseen, polven asentoon sekä lonkan kulmaan. Oikeanlaisilla pohjallisilla ja kengillä saadaan iskunvaimennus joka suojaa kuvassa mainittuja kohtia.

2.4 Jalkineliike Stellan visio

Jalkineliikkeen visiona on ylläpitää luottamuksellista ja moniammatillista verkostoa jalkojenhoitajiin, lääkäreihin ja apuvälinealan erikoisliikkeisiin. Tällä hetkellä Vaaksjoen palveluihin ohjaavat lääkärit, työterveyshoitajat, pohjallisliikkeet, erikoisliikkeet sekä lähiseudun jalkojenhoitajat. Vastavuoroisesti Vaaksjoki ohjaa asiakkaat tarpeen mukaan edellä mainittuihin ammattiryhmiin, jolloin asiakaspalvelu on kokonaisvaltaista. Verkosto on muodostunut Vaaksjoelle hänen toimissaan jalkojenhoitajana, jolloin hän on ohjannut asiakkaitaan kyseisiin ammattiryhmiin. Asiakkaan ja moniammatillisen verkoston välille syntyy luottamus. Yritys on näin laajentanut asiakkaalle luomaansa kokemusta oman ydinosaamisensa

ulkopuolelle tarjoamalla ohjausta palveluihin joita asiakas voi käyttää yrityksen omien palveluiden ja tuotteiden ohella (Löytänä & Kortesus: 2011, 62).

Asiakas arvostaa ammattitaitoa ja henkilökohtaista palvelua, jota nykyään ei isoista liikkeistä, saati netistä saa. Asiakkaat ilahtuvat saadessaan kokonaisvaltaista palvelua saman katon alta. Palvelulla taataan asiakkaalle hyvä ja monipuolinen asiakaskokemus. Vaaksjoen omana visiona on antaa niin hyvää ja ammattitaitoista palvelua, että asiakas haluaa tulla uudelleen. Parhaimmillaan hyvä asiakaskokemus saa asiakkaat jonottamaan yrityksen luokse sen sijaan että yritys joutuisi itse metsästäämään potentiaalisia asiakkaita (Löytänä & Kortesus: 2011, 49.)

Vaaksjoen visio on auttaa jalkavaivoista kärsiviä, jolloin kohderyhmän ikärakenne on muotoutunut yli 35-vuotiaiksi. Rakenteellisia vikoja omaavia asiakkaita voi olla nuoremmistakin ikäryhmistä. Kohderyhmä on ollut Vaaksjoella alusta asti selkeänä mielessä hänen työnsä ja kokemuksensa tuoman tietämyksen johdosta. Kohderyhmällä on yleensä myös varaa panostaa itseensä ja halua sekä arvostusta omia jalkojaan kohtaan, jota nuoremmalla ikäryhmällä ei välttämättä vielä ole muodostunut. Asiakaskunta muodostuu pääosin laatu- ja merkkietoisista asiakkaista, jotka haluavat panostaa kengissään laatuun. Alussa valikoimissa oli myös miesten jalkineita, mutta tilojen rajallisuuden vuoksi Vaaksjoki lopetti miesten kenkien myynnin ja segmentoituu ainoastaan naisten kenkiä myyvänä liikkeenä.

Vaaksjoki toteuttaa visiotaan työssään niin, että asiakkaalle perustellaan yksilöllisesti hyvän kengän merkitys. Kenkien hoito on yhtä tärkeää kuin hyvän kengän käyttäminen. Asiakkaalle luodaan samalla hyötynäkökulma huomioiden perusteltu tarve useammille käyttökengille. Tällä tavalla palvelemalla asiakasuskollisuuden ja kertaostoksen nousu on väistämätöntä (Rubanovitch & Aalto 2006, 65).

2.5 Jalkaongelmien tunnistaminen

Ammattitaitoon kuuluu, ettei kenkiä myydä vain myymisen ilosta, vaan jokainen asiakas saa palvelua sekä asianmukaisen perehdytyksen jalkineen valintaan ja sen merkitykseen jalkaterveyden kannalta. Pohjatyö tehdään huolellisesti ja jalkaongelmat tunnistetaan. Konkreettinen tunnistusesimerkki on se, että Vaaksjoki laittaa asiakkaan kävelemään liikkeessään ilman kenkiä edestakaisin. Näin hän näkee nilkan ja jalkaterän asennosta suuntaviivaa kenkä tarpeeseen. Kävelytestistä näkee myös millaista kenkää ei ehdottomasti voi suositella. Asiakkuudenhallinnan menestyksen kannalta on ensiarvoisen tärkeää asiakkaiden tarpeiden ymmärtäminen (Vahvaselkä: 2004, 103).

Asiantuntijuus jaloista auttaa jalkaongelmien tunnistamisessa. Asiakkaan ohjaaminen eteenpäin asiantuntijaverkostossa helpottuu kun moniammatillinen verkosto on jo valmiiksi luotu. Vaaksjoki luo asiakassuhteelle luottamuksen ja ylläpitää yrityksen mainetta. Asiakkaalle arvostus muodostuu asiantuntemuksesta ja luotettavuudesta. Hän saa asiantuntijan neuvoja, kokonaisvaltaista palvelua ja sopivan tuotteen. Myyjä tekee asiakkaan ostopäätöksen helpoksi perustelemalla selkeästi tuotteen ominaisuudet ja toimii markkinoijana, neuvonantajana sekä kouluttajana samaan aikaan (Pesonen ym.: 2002, 100).

Ennaltaehkäisevä toiminta on jalkojen omahoitoa, johon kuuluu jalkojen päivittäinen pesu, kuivaus, varpaanvälit huomioiden, rasvaus, kynsien leikkaaminen, puhtaat oikean kokoiset sukat, sopivat kengät ja säännöllinen venyttävä ja vahvistava jalkavoimistelu (Saarikoski ym.: 2010, 26). Jalkojen omahoito on toimeksiantajan toiveesta liitetty osaksi esitettä.

Jalkojenhoidon ammattilaisena Vaaksjoki näkee asiakkaan käytössä olevista kengistä jalan kuormituksen. Kengässä voi olla irrotettava pohjallinen, josta näkee miten varpasiin kohdistuu painetta. Kengän kärkikorkeus sekä tilavuus on myös huomioitava. Puutteellinen kärkiosan tilavuus aiheuttaa painetta varpaiden päälisosaan. Asiakas kertoo omat kokemansa jalkaongelmat jos niitä on. Tavallisimmin kipupisteet kohdistuvat päkiään tai koetaan, että jalka väsyä kengässä ja

päkiään tulee kipua. Tarvittaessa riisutaan asiakkaalta sukka jalasta, jotta voidaan tutkia mahdolliset painekohdat jalkapohjasta.

Päkiäkipuun tarjotaan jalkineita, joissa on tarpeeksi paksu pohja päkiän kohdalla sekä pohjallisia pehmentämään askelta. Esitteessä mainitaan tärkeimmät asiat hyvän kengän valinnasta.

Commented [A1]:



Kuva 2

Päkiäpelotti tukee päkiän sekä varpaiden toimintaa oikealta kohdalta. Pelotin asettaminen oikealle kohdalle vaatii ammattitaitoa. Pelotti tulee sijoittaa varpaiden tyvinivelten alle niin, ettei varpaiden luonnollinen toiminnallisuus esty kävellessä.



Kuva 3

Puolipohjallinen mitataan yksilöllisesti jalan mallin mukaan, jotta päkiätuki tulee oikealle kohdalle. Puolipohjallinen tukee myös kantapäätä sekä jalan pitkittäiskaarta. Puolipohjallisissa on jalan koon mukainen numerointi, mikä aiheuttaa pohjallisia valittaessa hankaluuksia ilman asiantuntija-apua. Mittaamalla jalat yksilöllisesti varmistetaan päkiätuen yltäminen oikealle kohdalle.

Vaaksjoki perustelee asiakkaalle jalkojen sekä kävelyn tutkimisen jälkeen kenkävalinnan. Hän toivoo, että toimeksiantona tilattu esite tulisi toimimaan asiakkaalle muistilistana ja tukena hyvien kenkien valinnassa, hoidossa sekä opastaisi jalkojenhoidon perusasiat asiakkaalle. Vaaksjoki havaitsi joutuessaan toistamaan asiat useaan kertaan asiakkaalle, että asiakas tarvitsee muistin tuekseen kirjallista tietoa.

2.6 Erityisasiakkaat

Diabeetikoille on valikoimissa kenkiä jotka ovat täysin saumattomia. Diabeetikoille ensiarvoisen tärkeää on, ettei kenkä pääse hiertämään, koska heidän pintatuntonsa on saattanut alentua. Tuntomuutoksia on asiakkaan mahdotonta itse havaita. Asiakkaalle mainitaan mahdollinen tuntopuutosten vaara ja siitä mahdollisesti seuraavat haitat. Yleisimmillään Diabetesasiakas ei tunne kengässä olevaa vierasesinettä ja näin ollen esimerkiksi kivi kengän sisällä voi kävellessä aiheuttaa diabeetikolle hiertymän tai jopa pahimmillaan haavan. Alustavan tutkimuksen tarkoituksena on huomioida asiakkaan ongelma johon tarjotaan perustellusti ratkaisuksi oikeanlainen kenkä. Samantapaisia tuntopuutoksia voi esiintyä reumaa sairastavilla, joten heille kenkävalinnan suhteen käy sama ohje kuin diabeetikoille.

Nivelrikko on yleinen vaiva ja voi aiheuttaa jalkaterän alueella sietämätöntä kipua. Kiputilat voivat aiheuttaa paikallista turvotusta, joten kenkä valinnassa huomioidaan kengän kiinnitystapa. Nauhakengät tarjoavat parhaiten mahdollisuuden säätää jalkinetta kireämmälle tai löysemmälle turvotuksen ja kivun mukaan.

Tarrakenkä puolestaan on helppo avata ja kiinnittää itse jos liikkeet ovat rajoittuneet. Nivelrikko on pahimmillaan hyvin kivulias ja on huomioitava että kengän pohjan paksuus on riittävä myös päkiän kohdalta. Sisäsaumat voivat helposti aiheuttaa lisäpainetta, joten kipeimmissä kohdissa tulisi välttää valitsemasta kenkää jossa on sauma juuri kipeän kohdan alueella. Jalkineen tulee olla kärki- osasta riittävän tilava, jotta varpaat ja mahdolliset apuvälineet mahtuvat hyvin kenkään. Yksilöllisten pohjallisten käyttö on suositeltavaa myös sisätiloissa kävellessä, joten kotikengän tulee olla myös sellainen mihin tukipohjallinen mahtuu.

Jalkaleikkauksista esimerkiksi nivelen, varsinkin 1. nivelen eli isovarpaanluun jäykistysleikkauksen kohdalla huomioitavaa on, että kengän pohja on tarpeeksi jäykkä. Leikkauksen jälkeen nivel ei taivu normaalisti ja oikeanlaisella kengällä voidaan helpottaa kipua



Kuva 4

Tyypillisimpiä kipupisteitä sekä painekohtia jaloissa ovat varpaat, päkiä, nilkan seutu sekä kantapää (kts. kuva 4).

Erityisryhmien jalkineiden tärkeimmät ominaisuudet ovat:

- Oikea koko
- Kengän kärkiosan riittävä leveys sekä korkeus

- Kantaosan tukevuus ja istuvuus huomioiden jalan malli
- Kengän kiinnitystapa - huomioiden jalan kaarevuus
- Säädettävä kiinnitys, esimerkiksi nauhat ovat paras valinta
- Kengän kiertojäykkyys askelluksen helpottamiseksi

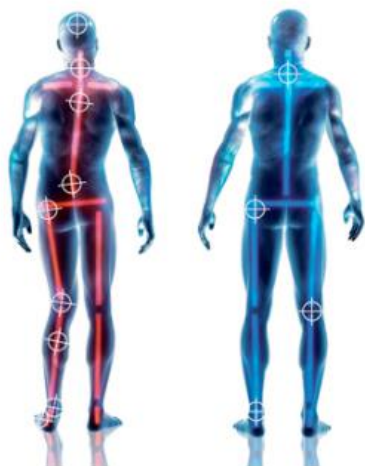
Jalkaongelmia varten on erillisiä pohjallisia, puolipohjallisia, jolloin kengän valmis pohjallisen on oltava irrotettavaa mallia. Kengässä oleva irrotettava pohjallinen tulee poistaa aina, ennen toisen pohjallisen laittamista kenkään. Erillisillä pohjallisilla saadaan jalan pitkittäis- sekä poikittaiskaareen tukea. Yleisesti erityisasiakkaat ovat liikkeellä omien yksilöllisten pohjallisten kanssa, jolloin kenkä valitaan sen mukaan.

Perinteisesti ongelmajalkoihin tarjotaan terveyskenkiä, jotka ovat kookkaita ja värjättömiä. Jalkineliike Stella erottautuu perinteisistä terveyskengistä tarjoamalla asiakkailleen kengän hyvien ominaisuuksien lisäksi tyylikkyyttä. Kengät ovat kauniita, värikkäitä ja laadukkaita. Asiakkaat ovatkin positiivisesti yllättyneitä, että voivat valita ongelmallisiin jalkoihinsa kauniit kengät (Haastattelu 12.10.2015: Tiia Vaaksjoki).

Kengän valinta tehdään yksilöllisen pohjallisen saamisen jälkeen, jolloin pohjallista voi sovittaa Jalkineliike Stellassa paikan päällä. Vaaksjoki voi ammattitaitonsa ansiosta muotoilla pohjallista kaventamalla, lyhentämällä tai painekohtia keventämällä kenkään sopivaksi. Vaaksjoki ei myy sopimattomia kenkiä ja onkin saanut muutaman asiakkaan kääntymään kannoillaan. Osa asiakkaista kuitenkin palaa takaisin ostettuaan oman mielen mukaiset kengät ja myöntävät olevansa väärässä. Vaaksjoki osaa jalkojenhoidon ammattilaisena perustella miksei hän voi myydä jotain kenkämallia. Laadukas kenkä on arvokas ja siihen kannattaa panostaa samalla tavalla kuin mahdolliseen apuvälineeseen. Pelkkä myyminen ei kuitenkaan johda haluttuun lopputulokseen ilman yksilöllistä tarkoitusta sekä tietämystä jaloista. Oikeanlaisen kenkävalinnan jälkeen asiak-

kaat ovat tulleet kiittämään henkilökohtaisesti Vaaksjokea. Heidän jalkansa eivät ole vuosiin olleet niin hyvinvoivat. Tällä tavoin ylläpidetään asiakasuskollisuutta ja ostohalukkuutta (Rubanovitch & Aalto: 2007 & 2008, 87).

Havaintojen perusteella esitteeseen tulee hyvän kengän perusvalintakriteeri. Jalkineiliike Stellan arvolutaus asiakkaille on, että sopimatonta kenkää ei häneltä voi ostaa ja jokaiseen jalkaan löytyy sopiva kenkä. Erityisryhmien pohjallisia muokataan jalkineeseen sopivaksi ilman, että pohjallisen muotoilu kärsii. Pohjallisia hankitaan jalkojen virheasentojen vuoksi. Virheasennot aiheuttavat kipua koko kineettiseen ketjuun (Kuva 5.).



Kuva 5

Virheasento alkaa usein jalkaterästä, joten on syytä huomioida selkäkivuista kärsivän jalkaterän asento, jalkojen mahdolliset pituuserot, nilkan asennot, polvien-, hartian- sekä lantionlinjaus, tätä kutsutaan kehon kineettiseksi ketjuksi.

3 ASIAKKUUDET

Jalkineliike Stellan asiakkaat arvostavat laatua ja haluavat kävellä kivuttomasti. Laadukas palvelu liikkeessä takaa onnistuneen ostotapahtuman. Kengät ovat laadukkaita ja niillä on takuu. Asiakassuhde muodostuu läheiseksi alusta asti kun asiakkaan jalat kartoitetaan tarkasti. Henkilökohtainen palvelu tekee ostotapahtumasta miellyttävän ja asiakas kokee tarpeidensa tulleen huomioiduksi. Saadessaan yhden hyvät kengät asiakas tulee todennäköisesti uudelleen tietäen saavansa hyvää ja asiantuntevaa palvelua sekä neuvontaa kenkien valinnassa. Asiakastytyväisyys on avain asiakasuskollisuuteen ja tyytyväinen asiakas saadaan suositteluun tuotteita muillekin. Asiakas markkinoi yritystä näin ollen yrityksen puolesta ja uusintaostojen todennäköisyys kasvaa (Rubanovitch & Aalto 2006: 145–146).

Kenkien hinta puhuttaa asiakkaita ja tarve on monesti usealle kenkäparille eikä kukkaro kuitenkaan anna myöden. Vaaksjoelta kysytään eniten kenkiä, jotka kävisivät arkikäyttöön kaupungille, hameen kanssa juhlissa, ulkokäyttöön sekä sisäkäyttöön yhtä aikaa. Halutessaan yhden kengän toimivan jokaiseen tarkoitukseen, täytyy siitä silloin osata myös pitää huolta. Kenkää pitää ennen käyttöönottoa rasvata tai käsitellä suojasuihkeella, jotta se saa parhaimman suojan kulu- tusta sekä kosteutta vastaan. Jokaisen käyttökerran jälkeen kenkä tulee puhdistaa liasta sekä ulkopuolelta että sisäpuolelta. Sopivin väliajoin laitetaan suoja- ainetta lisää. Kuivuessaan nahkakenkä halkeilee, päästää likaa sisäänsä sekä menettää kosteusuojansa. Se on kuin iho, joka vaatii kosteutta kestääkseen eri olosuhteita. Hyvällä kenkien hoito-ohjeistuksella myös asiakassuhde syvenee. Asiakas kokee, että hänen arvokkaasta hankinnasta välitetään. Hoito-ohje annetaan perusteellisesti sekä suullisesti ja jatkossa tuotetun esitteen muodossa.

Asiakassuhde muodostuu tiiviiksi ja luottavaiseksi ja on pääasiassa jatkuvaa asiakkuutta. Kertaluonteisia asiakkaita käy myös mutta asiakaskunta koostuu kanta-asiakkaista, jotka tulevat uudelleen. Jalkineliike Stella on aidosti asiakaslähtöinen yritys. Asiakassuhde kehittyykin usein kertamyyntiasiakkuudesta

kanta-asiakkuuteen ja siitä edelleen suosittelija-asiakkuuteen (Vahvaselkä, 2004, 18).

Palvelu on muotoutunut osaksi asiakastapahtumaa, jossa huomioidaan aidosti asiakkaan tarpeet ja käyttäytyminen. Asiantuntijuudella tarjotaan asiakkaalle ratkaisua myös hänen tiedostamattomiin tarpeisiinsa, joita hän ei osaa itse tunnistaa (Löytänä & Korteso: 2011, 119). Asiakkuudet tulevat näin ollen olemaan mahdollisesti pysyvämpiä ja saatua luottamuksellista suhdetta arvostetaan molemmien puolin. Kohtaamiset asiakkaan kanssa edellyttävät työntekijöiltä intohimoa tehdä työnsä hyvin ja kykyä puuttua pieniinkin epäkohtiin. Palvelussa pitää näkyä ja kuulua hymy olipa oma päivä millainen tahansa. Asiakaskohtaamista on kehitettävä ja katsottava joka hetki asiakkaan näkökulmasta. Joka ikinen päivä ja joka ikinen hetki toteaa Susanna Paloheimo blogissaan ja korostaa iloisuuden ja välittämisen näkyvyyden merkitystä henkilökohtaisen kohtaamisen lisäksi myös verkkokohtaamisissa, pakkauksissa ja jopa kassakuitin tervehdystekstissä (<http://susannapaloheimo.com/category/brandi/>.)

3.1 Huomioita Vaaksjoen haastattelusta

Vaaksjoki kokee, että asiakkailla on yleensä hirmuinen kiire kun he tulevat liikkeeseen. Kiire on ristiriidassa siihen mitä asiakas haluaa hänen halutessaan asiakaspalvelua. Asiakkaat odottavat saavansa ongelmiin ratkaisun nopeasti. Asiakkailla ei ole kuitenkaan aikaa vastaanottaa myyntitilanteessa käytettävää aikaa (Löytänä & Korteso: 2011, 87). Vaaksjoki on havainnut asiakaspalvelutilanteissa asiakkailla usein olevan kiire ja turhautuminen on molemminpuolista. Kiireiselle asiakkaalle on vaivalloista yrittää perustella hyvän kengän valinnan tärkeyttä. Myyntitilanteesta tulee hätäinen ja ostopäätös saattaa siirtyä ja pahimmillaan myyntitapahtumasta puuttuu asiantuntijuuden tuoma lisäarvo.

Haastattelun lomassa tuli esiin asiakkaiden toive kanta-asiakasilloista jolloin he saisivat jotain kanta-asiakasetuja. Asiakkaat olivat myös toivoneet yrityksen nettisivuille tai sosiaaliseen mediaan kuvia uusista kenkävalikoimista sekä sähköistä uutiskirjettä, jossa olisi tietoa kenkäuutuuksista.

Vaaksjoella ei ole ollut mielestään aikaa paneutua tarpeeksi nettimainontaan. Yhden kilpailun hän on järjestänyt liikkeen facebook-sivuilla, jonka suosio oli todella yllätys. Yrityksen mainos meni jakojen ja tykkäyksien kautta 44500 ihmiselle. Tykkäämisiä tuli 1200 ja mainos sai melkein 4000 klikkausta, jonka seurauksena liikkeeseen tuli myös aivan uusia asiakkaita. Vaaksjoen mukaan hänen aikansa ei ole riittänyt ylläpitämään facebook-tilin aktiivisuutta. Netin kautta tuleviin kyselyihin on kuitenkin pyritty vastaamaan ja toivotettu tervetulleeksi liikkeeseen. Sosiaalisen median kautta asiakasymmärrys on lisääntynyt (Löytänä & Korteso: 2011,191). Liikettä on myös helppo lähestyä ja esittää toivomuksia. Asiakkaat ovat toivoneet jaettavaa esitettä ja kuvia kengistä. Painettuun esitteeseen Vaaksjoki ei kuitenkaan halunnut kenkien kuvia, koska muoti ja kenkämallisto muuttuvat niin nopeasti.

Vaaksjoki huomioi että nykyinen heikko taloustilanne ja valtamediassa tapahtuvat keskustelut ovat vaikuttaneet myyntiin laskevasti. Asiakaskävijämääriin sekä ostopäätösten harkitsemiseen vaikuttaa säästöpolitiikkapuheiden lisäksi vallitseva ulkoilma. Lämmin syksy on tänä vuonna hidastanut nilkkureiden sekä talvikenkien myyntiä (Henkilökohtainen tiedonanto, Tiia Vaaksjoki, 12.10.2015).

Vaaksjoki näkee yrityksellään olevan runsaasti kehittämiskohteita. Päällimmäisenä ongelmana hän kokee oman työajan riittämättömyyden ja Jalkineliike Stellan varastointitilan puutteen. Vaaksjoki tarvitsee liikkeeseen toisen kokopäiväisen myyjän, että voisi keskittyä markkinointiin ja kanta-asiakkuuksien hoitoon enemmän. Tällä hetkellä Vaaksjoki vastaa yksin koko Jalkineliike Stellan toiminnasta: reklamaatioista, tuotteiden tilaamisesta, valikoimasta, palautuksista, varastoinnista, pohjallisten muokkaamisesta ja liikkeen sisustuksesta.

Vaaksjoen mukaan uusia ja vanhoja asiakkaita on tullut moniammatillisen verkoston lisäksi suosittelumarkkinoinnin keinoin. Hyvää palvelua saaneet asiakkaat ovat suositelleet tuttavilleen käymistä Jalkineliike Stellassa. Paikallislehdet ovat pyytäneet Vaaksjoelta lupaa saada tehdä juttu yrityksen toiminnasta. Tähän Vaaksjoki ei vielä ole suostunut peläten asiakasryntäystä. Jalkineliike Stellan tilat ovat pienet ja hän kokee, ettei pystyisi palvelemaan asiakkaitaan hänen haluamallaan tavalla. Asiakkaat kokevat Jalkineliike Stellan idyllisenä putiikkina jonne on helppo tulla ja odottavat kyllä palvelua sitä halutessaan. Vaaksjoen mukaan asiakaspalautteet pienestä liikkeestä ovat positiivisia. Henkilökohtainen asiakaspalvelu osoittautui asiakkaiden mielestä päällimmäiseksi ja tärkeimmäksi asiaksi.

3.2 Arvolupaus

Jalkineliike Stella luo asiakkailleen arvoa omaan hyvinvointiin ja kivuttomaan askellukseen laadukkaiden kenkien välittäjänä. Lupauksen takana on asiantuntemusta jalkojenhoidon ammattilaiselta yksilölliseen palveluun henkilökohtaisesti, jotta asiakkaan jalkaongelmiin löytyy ratkaisu. Liikkeen sisustus luo vaikutelman, että siellä voi viihtyä kiireettä. Kenkien sovitusta varten olevat nojatuolit ovat tyylihuonekaluja, joissa voi rauhassa istua sovittamaan jalkineita. Sovitusukat löytyvät punotuista koreista sohvien alta. Liikkeen etuvella on kaunis metallinen astia, johon voi jättää sateenvarjon. Tunnelma liikkeessä on herttainen ja lämmin. Valaistus on pehmeä ja värimaailma on rauhoittava.

Kenkä valitaan aina isomman jalan mukaan. Kengän koon selvittämisen jälkeen huomioidaan asiakkaan jalan rakenne sekä kartoitetaan mahdolliset kipukohtat. Kysytään asiakkaiden omia kokemuksia jaloista. Kiputilanteet arvioidaan ja määritellään ovatko ne kantapäkipuja, varpasiin kohdistuvia kipuja, päkiäkipuja, nivelrikosta tai muista sairauksista johtuvia kipuja. Kaikki edellä mainitut vaativat erityishuomiota kenkävalinnassa. Asiakas saa jalkaongelmiinsa tarjotun ratkaisun jolloin ostotarve vahvistuu (Vahvaselkä: 2004,162).

Asiakkaalle luodaan jalkaongelmien ratkaisulla lupaus ja lupauksella luodaan arvoa asiakkaalle. Jalkineliike Stellan arvolupaus asiakkailleen on, että sopimantonta kenkää ei sieltä voi ostaa ja jokaiseen jalkaan löytyy sopiva kenkä. Asiakkaan arvoa ei voi mitata rahassa ja ostosten määrässä sillä hän ei aina välttämättä ole ostamassa tuotteita. Arvoa tuotetaan palvelulla ja toivotaan asiakkaan tulevan uudelleen sen vuoksi.

3.3 Asiakassuhde

Asiakassuhteen vaaliminen vaatii kärsivällisyyttä asiakaspalvelutilanteessa, jossa asiakkaita on monta yhtä aikaa liikkeessä. Vuoroaan täytyy odottaa. Toisaalta muiden asiakkaiden saamaa palvelua voi seurata sivusta. Kenkävalinnan vaiheet ovat hyvin erilaisia ja asiakkaan kiinnostus herää kun hän kuulee toiselle asiakkaalle tehtävää perustelua mitä hän ei ole tottunut kuulemaan. Asiakas saa aivan toisenlaista kokemusta ostotapahtumasta. Myyjän asiantuntijuus tulee uudella tavalla esille luoden erilaistettuja kokemuksia (Löytänä & Korteso: 2011, 128).

Muut asiakkaat ovat vertaistukena ja erilaisuuden huomioiminen havahduttaa omaan kenkävalintaan positiivisesti. Herkät ihmiset voivat kokea, etteivät halua ruuhka-aikana jalkoihinsa puututtavan. Herkimmät voivat tulla uudelleen liikkeeseen kun on hiljainen aika tai odottaa, että muut ovat lähteneet. Vaaksjoki tarjoaa harkiten myös mahdollisuutta varata henkilökohtaisen ajan. Tällöin myyjän käyttämä aika myyntitapahtumassa on merkittävä ja todennäköisyys useamman kenkäparin myymiselle on suuri. Ajanvaraus ei ole tyypillistä uudessa asiakassuhteessa vaan jatkuvassa asiakassuhteessa, jolloin suhteesta on muodostunut kanta-asiakkuus. Myyntitulokset paranevat kun tunnistaa asiakkaan luonteen (Kannisto & Kannisto: 2007&2008, 73-74). Myyjän tulee aina huomioida se, ettei pidä missään tapauksessa olettaa, vaan täytyy aina kysyä ja kuunnella mitä asiakas toivoo, oli asiakkaan ulkomuoto, käyttäytyminen tai sanaton viestintä mitä tahansa.

Vaaksjoen ollessa liikkeessä yksin töissä on asiakastyypin tunnistaminen ensiarvoisen tärkeää, mihin käytetään aikaa ja miten. Ajanhallinta myyntitilanteessa on haastavaa ja ongelmallistakin. Yksilölliseen palveluun kuuluu aina paljon aikaa. Se on palkitsevaa asiakkaalle, mutta pitkittyessään vie tehokkaasta myyntiajasta leijonanosan. Haasteena on myös palvella asiakkaita tasapuolisesti pienessä tilassa. Asiakaspalvelu on aina tilaisuus palvella asiakas hyvin loppuun saakka vaikka kauppoja ei tulisikaan. Hyvä palvelu puoltaa sitä, että asiakkaalla on syy palata yritykseen uudelleen, vaikkei sillä kerralla ostopäätös syntyisikään (Kannisto & Kannisto 2008, 123).

Myyjän työ on asiakkuuksien hallintaa. Oikotietä onnistuneeseen kaupantekoon ei ole. Täytyy hoitaa jokainen asiakas huolella alusta loppuun asti ja se vaatii joka kerta paneutumista asiakkaaseen alusta loppuun. Toisaalta Jalkineliike Stellan etuna on se, että tila on pieni, joten asiakkaaseen on helppo keskittyä. Toisaalta pieni tila on myös ongelma kun liikkeessä on paljon asiakkaita. Tällöin asiakastilanteeseen ei voi keskittyä täysipainoisesti. Kenkien valinta on tapauskohtaista. Toisille löytyy kenkä viidessä minuutissa ja toisen kanssa se voi kestää toista tuntia. Asiakas on aina toiminnan lähtökohtana, ei tuotteen hinta tai itse tuote. Hinnan ohella asiakkaalle pyritään osoittamaan tuotteen ja palvelun arvo jolloin hänen on helpompi tehdä ostopäätös (Löytänä & Korteso: 2011, 84).

4 KILPAILIJA-ANALYYSI

Jalkineliike Stella toimii Turun talousalueella ensimmäisenä omalla toiminta-alueellaan, jossa yritys tarjoaa laadukkaiden tuotteiden lisäksi yksilöllistä ja asiantuntevaa palvelua. Saman merkkisiä kenkiä myyviä isoja liikkeitä on liikkeen perustamisen jälkeen tullut markkinoille. Yksilöllistä ja asiantuntevaa palvelua jalkaterveydestä ei ole saatavilla muista liikkeistä. Jalkineliike Stella on keskittynyt pelkästään laadukkaisiin merkkeihin ja on luonut uudenlaisen konseptin jalkineiden valintaperusteisuuteen (Rauhala, 2011, 45).

Asiakkaalle koitua hyöty tulee nimenomaan todellisesta hyödystä eikä silloin tarvitse kilpailla hinnan kanssa. Edullinen hinta ei auta jos asiakas ei koe saavansa hyötyä tuotteen hankkimisesta. Tähän perustuu Jalkineliike Stellan perusideologia. Myyjät perustelevat asiakkaalle kenkien ominaisuuksien lisäksi niiden tuoman hyödyn asiakkaalle ja tällöin helpotetaan ostopäätöksen tekemistä (Rubanovitch & Aalto: 2006, 90).

Kilpailuetuna hintavertailua tehdään jatkuvasti alueen muiden toimijoiden kesken sekä internetissä. Vaikka hinta ei ole varsinainen kilpailutekijä, niin Vaaksjoki ei ole halunnut lähteä hinnoittelemaan tuotteitaan eri tavalla kuin muut.

4.1 Kilpailijat toiminta-alueella

Turun alueella suurimmat kilpailijat ovat kenkäliike Sievi, Ea-liike sekä Isot kaupakäpötyt. Sievin kenkävalikoima on suppea, joten Jalkineliike Stella erottautuu edukseen valikoiman kattavuudella. Sievi on yrityksenä keskittynyt turva- ja työkenkien myyntiin. Vapaa-ajan kengät ovat kaikki samalla turvakengän pohja

ominaisuudella varustettuja ja leveälestisiä. Kengissä on eri lestivaihtoehtoja, mutta kiertojäykkyys monissa on löysä eivätkä ne näin ollen tue nilkkaa oikealla

tavalla. Liikkeestä puuttuu jalkojenhoidon asiantuntijuus, jolloin asiakasta ei osata palvella kokonaisvaltaisesti. Sievillä on hyvät kampanjat ja teemapäivät, jolloin heillä on asiantuntija liikkeessään vierailemassa. Muulloin jalkojen asiantuntijuutta ei ole tarjolla. Tietämys Sievin omista kengistä ja malleista on hyvä, mutta ammattitaitoa erityistarpeita kaipaaviin jalkoihin ei välttämättä ole.

Jalkineliike Stellan vieressä sijaitseva Ea-liike kilpailee työkenkien ja laitosten valikoimilla Jalkineliike Stellan kanssa. Ea-liike on nimenomaan terveysjalkineiden myyntiin erikoistunut liike ja valikoima on sen mukainen. Liikkeen myyjä on ammatiltaan Fysioterapeutti, mikä on hyvä asia kävelyn hahmottamisessa sekä virheasentojen tunnistamisessa. Fysioterapeutilla ei kuitenkaan ole jalkojen asiantuntijan tietämystä jaloista tai pohjallisten muokkaamisen taitoa. Ea-liike tarjoaa myös pohjallisia, mutta asiantuntijuus pohjallisen oikeanlaisesta asettelusta voi olla puutteellista.

Kilpailijana toimivat myös suuret kauppakeskukset ja kauppa- ja kauppaketjut kuten Halonen, Sokos ja Stockmann. Näissä isoissa tavarataloissa myydään samoja kenkämerkkejä, joita Jalkineliike Stellalla on myynnissä. Vaaksjoki käy säännöllisesti seuraamassa kilpailijoiden kenkien hintoja. Saman merkkiset kengät ovat keskimäärin 6€ kalliimpia isoissa tavarataloissa. Jo toimivien yritysten välinen kilpailu ei ole hintakilpailua, koska hinnat ovat pääsääntöisesti samaa suuruusluokkaa.

Tärkeimpänä erottavana tekijänä kilpailijoihin verrattuna on asiantuntijapalvelu. Muissa liikkeissä jalkineita valitessa ei saa yksilöllistä asiantuntijapalvelua eivätkä he tarjoa lisäpalvelua kengän tai pohjallisen muokkaamiseen. Markkinoilla oleva epäsuora kilpailu täytyy kuitenkin huomioida, vaikkei suoranaisesti saman alan kilpailijoita tällä alueella ole (Lehtinen & Niinimäki 2005, 24). Jalkineliike Stella erottautuu kilpailijoistaan myös valikoimalla. Samaa kenkämerkkiä myyvissä liikkeissä ei välttämättä ole myynnissä samaa kenkämallia. Kilpailuetua syntyy siis asiantuntijapalvelun lisäksi myös valikoiman erilaisuuden johdosta.

Yhtenä suurena kilpailijana voidaan pitää internetissä tapahtuvaa kenkämyyntiä. Vaaksjoki mainitsi merkeiltään laadukkaimpana internetosoitteen kenkäliike.fi,

jota hän seuraa aktiivisesti. Vaaksjoki pyrkii laittamaan myös internetissä myynnissä olevien kenkien hinnat samaksi omassa liikkeessään (Vaaksjoki: 12.10.2015). Uhka korvaavien tuotteiden helppossa saannissa on, että se voi houkutella ostamaan muualta jos ei koe tarvitsevänsä palvelua. Yleistynyt nettimyynti helpottaa myös asiakasta hintavertailussa. Toistaiseksi kaikkia laadukkaita kenkämerkkejä ei saa netin kautta edullisemmin kuin liikkeestä, joten asiakas saa Jalkineliike Stellasta ostamalla palvelun kaupan päälle. Ostajan neuvotteluvoimaan voi vaikuttaa pitämällä hinnat kilpailukykyisinä ja erottautumalla palvelulla sekä tuotedifferoinnilla, jolla erotutaan muista toimijoista (Porterin viiden kilpailumallin analyysi: 2009).

4.2 Kilpailuetuna asiantuntijuus

Myyjä tuntee tuotteet ja asiakkaan jalat niin hyvin, että palvelu muuttuu asiakkaan tilanteen, tarpeen ja toiveen mukaiseksi. Asiakkaat odottavat myyjältä keskustelua asiakkaalle tärkeistä asioista sekä uutuuksista. Palvelutilanteesta tulee keskusteleva, luonteva ja sujuva. Myyjältä odotetaan kykyä päättää kauppa ja uskaltaa antaa oma mielipide sekä kaupan päätös. Asiakas odottaa lisäarvoa palvelun ohella ja saa sitä palvelun ja jatkossa tuotetun esitteen muodossa.

Turun talousalueella ei ole tällä hetkellä toista kenkäliikettä, jossa tarjotaan tuotteiden lisäksi asiantuntijuutta. Myyjä toimii määrätietoisesti ja pitää lupausensa, koska tuntee alan ja tuotteensa niin hyvin. Kaikkea tietoa asiakkaalle ei suolleta mitä tiedetään, vaan ammattitaitoinen myyjä tiedostaa mitä kullekin asiakkaalle tarpeen mukaan kerrotaan (Rubanovich & Aalto: 2006, 22–23.)

Asiantuntijuus jaloista on myyjälle etuna, jolloin asiakkaalle on mahdollisuus perustella hyvän kengän valinta (Hesso: 2012, 55). Asiantuntijuudella voidaan ohjata asiakas ostamaan juuri hänen jaloilleen sopivat kengät. Asiakas huomaa

eron heti saadessaan mallin ja koon puolesta oikeanlaiset jalkineet kokeiltavaksi.

Asiantuntijalla tarkoitan jalkojenhoidon ammattitutkinnon suorittanutta, jolla on valmiudet hoitaa jalkaterien iho- ja kynsimuutoksia sekä erityisryhmien, kuten diabeetikkojen ja reumaa sairastavien lieviä jalkaongelmia. Lisäkoulutuksella voi saada pätevyyden hoitaa mm. jalkaterien asentomuutoksia silikoniortoosin ja kevennyksin. Jalkojenhoitajia, joiden ammattitutkinto oli syvällisempi terveydenhoitoalan tutkinto ja sisälsi iho- ja kynsimuutosten lisäksi mm. apuvälineterapiaa, asento- ja kävelyanalyysiä sekä syvällisemmin farmakologiaa, mikrobiologiaa sekä perussairaanhoidon oppia. Jalkaterapeutteja (AMK), joiden koulutus on erittäin syvälinen. Jalkaterapeutti hallitsee ihmisen pystyasennon, liikkumisen, alaraajojen rakenteen, toimintojen ja kuormittumisen kokonaisvaltaisen tutkimisen. Niiden pohjalta tehdään kliinisen päättelyn taitoja käyttäen jalkaterapian hoitosuunnitelmaa. Työelämässä käytetään monipuolisia jalkaterapiamenetelmiä, joiden valinta perustuu asiakkaan yksilöllisiin tarpeisiin. <https://jalkoesiterveydeksi.wordpress.com/tag/jalkojenhoidon-ammattitutkinto/>

Asiantuntijaneuvot kenkäostoksille koskevat terveitä jalkoja, joissa ei ole ongelmia. Ei kannata turhaan käyttää liian kovia ja jäykkiä kenkiä. Ne estävät jalan luonnolliset liikkeet ja lihaksiston toiminnan. Naisten tyypillisin virhe kenkäostoksilla on, että he ostavat liian pieniä kenkiä. Jalkineliike Stellaan tulee usein naisia, joilla on jopa kaksi numeroa liian pienet kengät. Näin kertoo myös Jalkaterapeutti Elina Hurta (<http://www.menaiset.fi/artikkeli>). Pohjelihhas ja akillesjänne saattavat lyhentyä ja jalka kuormittua väärällä tavalla käytettäessä korkokenkiä. Normaali kävely voi muuttua ja jalat voivat altistua virheasennoille. Korvoja voi käyttää silloin tällöin vaikka juhlassa, kun arjen peruskenkä on hyvä. Mitä maltillisempi korko, sitä paremmat ne ovat jalalle. Myös leveämpi etuosa antaa esimerkiksi varpaille paremman asennon. Liian jyrkät korot voivat aiheuttaa ongelmia aina niskaan asti. Pystyasento voi muuttua ja askel lyhetä. Myös jalkaterän kuormitus muuttuu, sillä korko siirtää painoa jalkaterän etuosaan. Pitkäaikaisesta käytöstä voi seurata vaikkapa kovettumia, vaivaisenluuta, vasaravarvasta

ja levinyttä päkiää sekä hermopinteitä tai limapussin tulehduksia. Jatkuva korkokengän käyttö ei missään nimessä ole hyväksi.

Nykysuositusten mukaan terveessä jalassa kenkä voi olla melko kevyt eikä sen tarvitse juurikaan tukea jalkaa. Se voi taipua päkiän kohdalta, ja pohja voi joustaa kierrettäessä. Pohjalla voi olla paksuutta 1–2 senttiä, mutta sen tulisi olla tasainen, jotta paino jakautuu tasaisesti jalkaterällä. Jalka on aamulla lyhempi ja kasvaa päivän mittaan maksimipituuteensa. Kenkien ostoajankohta iltapäivällä, saa todennäköisemmin valitsemaan oikean kokoisen kengän. Oikea koko selviää vaikka seisomalla paperilla ja piirtämällä jalan ääriviivat siihen – kengän pitää olla 12 milliiä pidempi kuin jalan, jolloin siihen jää sopiva käyntivara. Jalkaa ei pidä joutua jännittämään kengässä sen pelossa, että se liikkuu tai putoaa. Nauhat tai tarrakiinnitys ovat avuksi kengän kiinnityksen säätölemissä. Kengän kärkikorkeus on myös tärkeä: varpaille pitää jäädä riittävästi tilaa pystysuunnassa. Oikeankokoisten kenkien lisäksi pitää olla myös oikeankokoiset sukat. Jos sukka on liian pieni, se vetää varpaita suppuun, eikä hyvistä kengistä ole enää hyötyä. Kengän materiaalin pitäisi hengittää, joten tekonahkaa kannattaa tässä mielessä vältellä. Jos materiaali ei ole hengittävää, iho ja etenkin varvasvälien iho voi rikkoutua ja siksi jalat voivat altistua infektioille. Iho myös hioistuu – sienet viihtyvät paremmin kosteassa.

Erityisryhmien kenkävalinta huomioidaan aina yksilöllisesti tarpeen mukaan Jalkineliike Stellan tiloissa. Kenkävalinnassa kokoa selitettäessä on tärkeää selvittää jalan koko sekä kengän koko. Asiantuntija mittaa jalan ja vertaa jalan pituutta kengässä olevan irrotettavan pohjallisen avulla. Kengännumero ei vastaa aina kengän kokoa vaan ne vaihtelevat malleittain, joten jalka mitataan myös aina irrotettavan pohjallisen avulla. Erityisryhmissä huomioitavaa on tarkkailla kengän kärkiosan tilavuutta tai tutkia, ettei kengän sisäosassa ole painavia saumoja.

4.3 Kilpailuetuna yksinmyyntioikeus

Turun talousalueelle on tullut uusia toimijoita Jalkineliike Stellan perustamisen jälkeen. Vaaksjoki on kuitenkin saanut yksinoikeuden Saksalaiseen Mephisto-merkkiin sekä Itävaltalaiseen Think merkkiin. Tällä merkivalikoimalla yhdistetynä asiantuntijuuteen on selkeä lisäarvo asiakkaalle. Asiakkaat löytävät Mephisto- sekä Think -kenkiä myyvät jälleenmyyjät hakukoneiden avulla internetistä. Jälleenmyyjäluettelossa Turun kohdalta löytyy Jalkineliike Stella.

Tavarantoimittajalla on neuvotteluvoima tuotevalikoimien saannissa. Mephiston myynnin yksinoikeus edellyttää ostokiintiötä, jonka tavarantoimittaja asettaa. Maailman taloustilanne on kuitenkin ollut laskusuuntainen ja tavarantoimittajat ovat alentaneet rajojaan ja sallivat suppeamman valikoiman tilaamisen (Haastattelu 12.10.2015, Vaaksjoki). Minimitilauismäärä tuotepareille on yleinen kaikille toimijoille tuotemyynnin edistämiseksi. Päämerkkeinä myytävää Mephisto sekä Think-kenkää on liikkeessä laaja valikoima, koska nimenomaan sillä sekä asiantuntijapalvelulla liike erottautuu täysin muista kenkäliikkeistä. (Porterin viiden kilpailuvoiman malli-kilpailuanalyysi: 2009)

4.4 Kilpailuetuna asiakaspalvelu

Asiakkaan kokema lisäarvo syntyy asiakaslähtöisyydestä. Asiantunteva palvelu tuottaa lisäarvoa asiakkaalle ja asiakas kokee että voi vaikuttaa valikoimaan. Yksilöllisellä palvelulla kiinnitetään asiakas kivijalkamyymälään sen sijaan, että asiakas tilaisi tuotteensa verkkokaupasta. Hintaseurannalla ja markkinatietoisuudella pysytään samoissa hinnoissa kilpailijoilla oleviin vastaaviin tuotteisiin. Erottaudutaan valikoimalla ja tarjotaan lisäpalveluna asiantuntijuutta ja yksilöllistä palvelua. Näin onnistutaan tuottamaan lisäarvoa rajatulle kohderyhmälle (Hesso 2013, 61).

Kokonaisvaltaisella palvelulla Jalkineliike Stella erottuu asiakkaan eduksi muista jalkineita myyvistä, jopa persoonattomistakin ketjuliikkeistä. Missään muussa kenkiä myyvässä yksityisessä liikkeessä ei ole vastaavia lisäpalveluita asiakkaalle, joka tuo selkeää lisäarvoa varsinkin erityistilanteissa, joissa jalka vaatii enemmän huomiota ja kengän valintakriteeriksi ei riitä vain ihan hyvä (Kannisto & Kannisto 2008: 134-135). Tietoisuus ja asiantuntijuus jalkojen yksilöllisyydestä auttavat Vaaksjokea valitsemaan oikeanlaiset ja sopivat kengät. Asiakkaat ovat huomanneet saavansa hyvää yksilöllistä ja välittävää palvelua josta heille on selkeää hyötyä (Kannisto & Kannisto: 2008, 168). Kokonaisvaltaisen palvelun lisäksi asiakkaille annetaan lupaus kenkien sopivuudesta. Lisäpalveluna tarjotaan pohjallisen muokkaamista sekä kengän venytystä esimerkiksi vaivaisenluun kohdalta. Esite toimii muistutuksena, myynnin tukena ja sitä tullaan tarjoamaan kaikille asiakkaille.

Vaaksjoki tiedostaa, että muokkaamalla asiakkaan yksilöllisiä pohjallisia kenkään sopivaksi saattaa se helpottaa jo olemassa olevien kenkien käyttöä sekä laajentaa uusien kenkien ostomahdollisuutta. Tällä tietoisella riskillä asiakkaalle annetaan vapaus valita mistä kenkensä ostaa. Lisäpalvelulla halutaan sievästi sitoa asiakasuskollisuuteen, vaikka samalla asiakkaalle aukenee mahdollisuus ostaa kenkiä helpommin laajemmasta valikoimasta ja kilpailijoilta. Asiakas äänestää kyllä jaloillaan jos ei ole tyytyväinen palveluun, mutta on epätodennäköistä, että asiakas katoaisi jos hänelle annetaan hyvää palvelua ja helpotetaan kenkävalinnassa pohjallista muokkaamalla. Asiakasta ei pidetä itsestään selvänä, vaan ymmärretään markkina-asema, jossa asiakkaalla on paljon vaihtoehtoja mistä hän voi ostoksensa tehdä. Tällöin asiakaspalvelu ei tule välinpitämättömäksi ja voidaan muuttaa toimintaa asiakkaan eduksi (Kannisto & Kannisto: 2008, 66–67).

4.5 Kilpailuetuna esite

Jalkojen hyvinvointiin ei ole yksiselitteistä ratkaisua per vaiva. Tulin esitettä laatiessani siihen lopputulokseen, että perus jalkateräalueen jumppaharjoitteilla,

jotka ovat yksinkertaiset ja selkeät, saavutetaan paras lopputulos. Lisäksi nostan esitteeseen Jalkineliike Stellalle tärkeimpien asioiden korostamisen, jotka liittyvät kenkien hoidon ja valinnan lisäksi jalkojen hoitoon. Asiakkaat saavat jalkateräalueen lihasten vahvistamiseksi vinkkejä Vaaksjoelta, joten siksi valitsen esitteeseen juuri jalkateräalueen jumppaohjeita. Innostamalla asiakas pieneen päivittäiseen rutiiniin muuttamiseen saadaan kokonaisvaltainen kiinnostuminen omasta hyvinvoinnista heräämään. Vain motivoituneena voi onnistua pitkällä tähtäimellä ja siitä sitten välitavoitteiden rakentamisella saavutetaan se mikä omalle keholle on fyysisesti mahdollista. Havaitsin, että jos saan motivoitua asiakkaita ja lisättyä tietoa jalkaterveydestä jakamalla tekemääni jalkajumppaohjetta, ehkäisen monia alkavia vaivoja. Kannustus ja motivoiminen omahoitoon tehdään asiakaskohtaisesti, jotta saavutetaan ihanteellinen toimiva vuorovaikutus (Liukkonen, Saarikoski 2011, 280). Tällä konservatiivisella hoitotavalla tähtään uudella tavalla osallistaa asiakas jalkojen omahoitoon. Ammattitaitoinen opetus jalkateräjumppaan ja motivoiva yhdessä tekeminen on toiminnallista. Palvelukokemuksesta tulee kaksisuuntainen. Esite toimii ohjenuorana ja sen tarkoituksena on myös herättää asiakkaan mielenkiinto hakeutua lisäohjeiden pariin jalkineliike Stellaan.

4.6 Benchmarkkaus osana jalkateräjumpan valintaa esitteeseen

Lähdin hakemaan netistä jalkateräjumppaohjeita ja videoita. Youtube-haku jalkajumppaohjeesta tuotti seuraavia tuloksia: Youtubesta istumatyöläisille jumppavideo <https://www.youtube.com/watch?v=BL0bTZM2jeY>, jossa ohjeistetaan selkeästi muutama liike, jota istumatyötäinen voi tehdä. Kilpaurheilijoille suunnatussa videossa <https://www.youtube.com/watch?v=IAxSo9BMeMg> neuvotaan varpaille nousua auttaen ja varpaiden haritusta niin, että se voi olla jopa haitallista jos haritus ei onnistu varpaat vaakatasossa. Varpaiden haritus tämän videon neuvoilla useimmiten tulee tehtyä väärin, jolloin vain jo valmiiksi vahvat lihakset vahvistuvat. Videossa neuvottiin lisäksi myös nilkkojen pyörittely. Nilkkoja ei tule kuitenkaan milloinkaan pyörittää, vaan niitä tulee ojentaa ja koukistaa.

Nilkan ja säären lihaksia vahvistetaan turvallisesti istuen painamalla kantapäätä lattiaa vasten vuoroin sisäreunaa ja ulkoreunaa kohden. Varpaillenousun tekeminen jalat eri asennossa vahvistaa säären lihaksia monipuolisesti. Näitä liikkeitä voi suositella vasta edistyneille jalkajumppaajille ja niitä tulee tehdä mieluiten valvonnan alaisena.

Esitteessä ei ole tarkoitus neuvoa liian vaikeita liikkeitä, jotta mahdollisilta väärin tehdyiltä liikkeistä vältyttäisiin. Esitteeseen olen valinnut vain ne liikkeet, joita jokainen voi turvallisesti tehdä; tavallinen varpaillenousu, sekä vastaliike sille. <https://www.youtube.com/watch?v=UTmc5Nb2HitM> . Päkiöille nousu ja kanta-päille kallistus ohje on yksinkertainen ja selkeä, mutta ei anna riittävästi tietoa. Ohjeesta puuttuu maininta vastaliikkeen tekemisestä. Havaitsin selkeitä puutteita monissa jalkajumppaohjeissa, joita oli netissä saatavilla.

Jalkapäivä nimen alta <https://www.youtube.com/watch?v=MCv2HS5I0TA> löytyi jalkaterän aktivointiliike, joka tehdään rappusilla. Pallo toimii apuvälineenä ja sitä pidetään nilkan välissä, isovarpaan tyvinivelellä painetaan alustaan ylös sekä alas rauhallisesti. Hyvä ohje, mutta hankalaa löytää jos ei tiedä mitä etsii. Muita hyviä yksittäisiä jalkateräjumppia löysin myös: jalkaterävilkut <https://www.youtube.com/watch?v=n0rUWRUypuc>, jalkaterän lyhennys <https://www.youtube.com/watch?v=XA56YpTiZdg> sekä iskiasvinkki <https://www.youtube.com/watch?v=lOuXYBIZWT4> .

Jalkineliike Stellalle toimeksiantona tekemässäni esitteessä on koottuna kaikille sopivat tärkeimmät jalkaterän alueen lihaksia vahvistavat liikkeet, jotka ovat turvallisia tehdä kotona ilman valvontaa. Esite palvelee asiakasta monipuolisesti ja turvallisesti. Esitteeseen valitut tärkeimmät jalkajumppaliikkeet sopivat siis kaikille asiakkaille perusohjeeksi. Havaitsin, että internetistä hakemalla jalkateräjumppia löytyy valtavasti, mutta on erittäin hidasta etsiä, katsoa videoita ja soveltaa niitä käytäntöön. Havaitsin internetissä löytämissäni ohjeissa myös puutteita. Virheellinen liikkeen tekeminen on mahdollista ja voi jopa edesauttaa jalkaongelmien syntymistä.

5 ESITTEEN TOTEUTUS

Jalkineliike Stellan toimeksianto liikkeessä jaettavasta esitteestä toteutetaan haastattelun sekä asiakkaiden toiveiden perusteella. Esitteessä määrittelen tärkeimmät asiat jalkojenhoidosta, jalkateräjumpasta, kenkien hoidosta sekä hyvän kengän valinnasta. Esitteeseen on valittu tässä työssäni edellä mainittujen havaintojen ja haastattelujen perusteella tärkeimmät pääkohdat hyvän kengän ominaisuuksista, kenkienhoidosta sekä jalkojenhoidosta. Toimeksiantaja esittelee pääosin samoja asioita hänen asiakkailleen heidän ostaessaan kenkiä. Myyntipahtumassa on niin monta osa-aluetta jalkojen koon ja kengän valintakriteereitä määriteltäessä, että asiakkaalta unohtuu suurin osa asioista mitä hänelle kerrotaan. Esite toimii näin ollen tukena ja muistutuksena asiakkaalle kenkien ja jalkojenhoidon tärkeydestä.

Hyödynnän esitteessä myös tietoutta Jalkineliike Stellan kotisivuilta sekä ammatikirjallisuudesta. Toimeksiantaja toivoi esitteen olevan kolmiosainen, jonka molemmin puolin on tietoa. Valitsin esitteen tekemisen pohjaksi Vistaprintin, jonka valmismallistosta löytyi sopiva esitepohja. Kanteen sommittelin Jalkineliike Stellan painokelpoisen logon sekä sloganin ”Hyvän palvelun kenkäkauppa”, joka löytyy myös toimeksiantajan kotisivuilta www.jalkineliike.fi.

Esite koostuu perus jalkojenhoito-ohjeista, kenkien hoito- sekä hyvän kengän valintaohjeesta. Jalkateräjumpan tärkeimmät liikkeet löytyvät kuvien kera, samat joita toimeksiantaja myös liikkeessään asiakkailleen neuvo. Jalkateräjumppaliikkeiden kuvat kävin ottamassa syksyllä toimeksiantajan toiveiden mukaisesti aurinkoisessa säässä ulkona. Jalkajumppaliikkeet on valittu mahdollisimman yksinkertaisiksi, joita kaikki jalkojaan liikuttavat ihmiset voivat tehdä. Esitteessä on Jalkineliike Stellan Tiia Vaaksjoen kuvallinen esittely sekä liikkeen yhteystiedot, aukioloajat ja nettiosoite.

Esite tulee liikkeeseen asiakkaille jaettavaksi ja tuo lisäarvoa yritykselle. Tämä esite poikkeaa muista siinä, että se yhdistää Jalkineliike Stellalle olennaisimmat asiat. Esite tuo lisäarvoa asiakkaalle hyvän kengän valintakriteerien ja hoidon

muistuttajana ja bonuksena on jalkojen kuvallinen jumppaohje. Kilpailevilla liikkeillä on jalkojen hoito-ohje lappuja, jotka ovat mustavalkoisia ja kuvat ovat piirrettyjä. Joissain liikkeissä jaettavissa ohjeissa kuvat ovat epäselviä sekä puutteellisia.

Havaitsin kierrellessä erilaisissa liikkeissä, että jaettavia vihkosia tai neuvoja ei enää ollut. Pohjallisiin erikoistuva liike; Respecta on siirtynyt vain sähköisesti jaettaviin ohjeisiin. En saanut sähköistä ohjetta pyydettäessä vaan ohjattiin menemään heidän internetsivuille. Sivuilta löytyy hyvää tietoa kenkien valinnasta, jalan koon mittaamisesta, kengän ominaisuuksista ja jalkojen omahoidosta. Jalkaterä Jumppaa en löytänyt (30.11.2015 <http://respecta.fi/fi/tuotteet/jalkineet-ja-pohjalliset/opas-lasten-jalkineiden-valintaan/eri-jalkinetyyppeja/>).

Esitteen tuottaminen valmisohjelmalla oli haasteellista. Ohjelma ei tunnista rivivälejä loogisesti, joten tekstien muokkaaminen oli työlästä. Kuvien liittäminen onnistui hyvin, mutta kuvatekstien lisääminen tuotti hankaluuksia. Tekstirivit liikkuvat liikaa tai liian vähän sekä rivivälien vaihtelut olivat epäloogisia. Tekstirivin vaihtuessa kesken lauseen sitä ei saanut tasattua edellisen rivin kanssa halutulla tavalla. Esite tilattiin vasta toimeksiantajan hyväksytyä ensimmäisen vedoksen. Toimeksiantaja tiedostaa tilatessaan esitettä sen tekemisen haasteet ja huomioi seuraavaa painosta suunnitellessa esitepohjan mahdollisen toimittajavaihdoksen.

5.1 Esitteen tuoma lisäarvo asiakkaalle

Jaettavan esitteen tuoma etu kilpailijoihin nähden korostuu, koska sellaista ei tahdo enää muualta saada sähköisiin muotoihin siirryttäessä. Jalkineliike Stellan konsepti perustuu laatuun sekä hintaseurantaan. Palvelulla tarjotaan poikkeavaa lisäarvoa asiakkaalle sekä jaettavalla esitteellä erottaudutaan muista kilpailijoista. Konsepti on vahva ja luotu harkiten perustuen asiakkaiden todelliseen tarpeeseen (Rubanovitch&Aalto: 2008,106). Esite on myös tuotettu asiakkaiden toivomuksesta, mikä nostaa sen arvoa tässä mielessä.

Kenkien hoito-ohjeesta ei ole aiemmin ollut erillistä esitettä. Jalkineliike Stellan esitteestä tulee olemaan todellista hyötyä. Asiakkaat ovat halunneet sähköisten ohjeiden sijaan mukaan jaettavan esitteen (haastattelu: 12.10.2015, Vaaksjoki) ja näin ollen esite luo lisäarvoa liikkeen lisäksi myös asiakkaalle. Jalkineliike Stellan henkilökunnan palveluosaaminen on esitteen lisäksi ratkaisevassa roolissa lisäarvon tuottamisessa.

Esitteen avulla jalkineliike Stella erottautuu kilpailijoista varsinkin asiakasnäkökulmasta katsottuna. Asiakas on ihminen, joka otetaan huomioon vastavuoroisesti. Asiakasta kuunnellaan ja pyritään hahmottamaan mitä hän oikeasti haluaa. Palvelua on vaikea kopioida sen yksilöllisyyden vuoksi jolla saavutetaan kilpailuetua muihin yrityksiin nähden. Esitteiden hankaluus on tiedon sijoittelun määrä, värimaailman sommittelu ja olennaisten asioiden esille tuominen tyylikkäästi.

Esitteessä yhdistyy kaikki olennainen mikä liittyy Jalkineliike Stellan palveluun sekä tuotteisiin. Esitettä kehitetään jatkossa yrityksen etujen sekä asiakkailta saatujen henkilökohtaisten palautteiden mukaisesti. Tavoitteena on myös antaa kaikille osapuolille ymmärrys siitä mitä resursseja esitteen tuottaminen vaatii (Tuulaniemi: 2013, 130). Yksilöllisen ohjauksen voi tapauskohtaisesti lisätä esitteeseen jos huomataan erityistä tarvetta korostaa jotain esitteessä olevaa asiaa olennaisesti. Esitteestä ei ole tarkoitus tehdä vaivalloista jakaa vaan sen tarkoituksena on innoittaa asiakasta tekemään jalkajumppaa ja hoitamaan kenkiään.

Esite tuotettiin asiakkaiden kokeman tarpeen mukaisesti. Voidaan ajatella, että asiakas saa elämyksellisen ja aisteja herättävän kokemuksen. Asiakkaat kokevat tunteen eri tavoilla. Esimerkiksi turvallisuutta herättävät kengät, joissa on jääpiikit, luovat turvallisen ja laadukkaan mielikuvan. Yksilöllinen palvelu, esimerkiksi kävelyn tutkiminen herättää luotettavuutta ja asiakaslähtöistä ajattelua. Esite voi toimia samalla tavalla herättämällä tunteita ja auttaa asiakasta suhtautumaan yritykseen myönteisemmin ja intohimoisemmin. Myydään kenkiä, joiden hyvien ominaisuuksien lisäksi saadaan herätettyä ostotapahtumassa elämyksiä, jotka jäävät mieleen ja voidaan saada asiakas suosittelemaan palvelua muillekin (Löytänä & Korteso: 2011, 54–55).

Asiakaskokemusta myös ylläpidetään esitteen avulla, joka toimii lisäarvoa tuottavana ennen ja jälkeen kaupanteon. Asiakkaat eivät välttämättä muista mitä kaupanteon aikana on sanottu tai näytetty, mutta he muistavat mitä heidät on saatu sillä hetkellä tuntemaan. Esite muistuttaa tästä tunteesta ja toimii näin lisäarvona asiakkaalle (Löytänä & Korteso: 2011, 72–73). Esite toimii asiakkaan tukena ja voi jatkossa edesauttaa myyntitapahtuman sujuvuutta. Tavoitteena on, että esite toimisi itsessään jo niin hyvin, että siinä esille tulevat asiat voivat jopa nopeuttaa kaupantekoa. Jatkossa esitettä kehitetään mm. henkilökohtaisten asiakaspalautteiden perusteella.

6 LOPUKSI

Asiakaspalvelun merkitys ja erottautuminen kilpailutilanteessa oheispalveluilla saa asiakkaan pysymään uskollisena Jalkineliike Stellalle. Vankka asiantuntemus yhdistettynä laadukkaisiin tuotteisiin sekä tarjottaviin lisäpalveluihin kannustaa asiakasta tulemaan uudelleen. Tarve ja ongelmanratkaisu sekä konkreettinen apu ohjata myös asiakasta eteenpäin synnyttää luottamuksellisen suhteen myyjän ja asiakkaan välille.

Asiakkuuksia voisi verrata jalkojenhoitoasiakkaisiin, jotka tulevat uudestaan tarpeen ilmetessä ja kun halutaan ylläpitää jalkaterveyttä. Asiakkuuksista muotoutuu luottamuksellisia ja asiakassuhteesta tulee jatkuva. Asiakkaat haluavat tulla uudelleen, koska palvelu on välittävää ja yksilöllistä aivan kuten jalkahoitolassa hoitotapahtuma. Jalkineliike Stella erottuu edukseen asiantuntijuudella sekä yksilöllisellä lisäpalvelulla, jota muut kilpailijat eivät pysty tarjoamaan.

Palvelun ja tarpeen kohtaaminen saa asiakkaat kertomaan muillekin saamastaan avusta ja markkinointia tapahtuu myös suosittelumarkkinoinnin keinoin. Jalkineliike Stella on jo lyhyessä ajassa saavuttanut mainetta suosittelun avulla ja liike koetaan ”Turulle lahjaksi”. Verkostojen hyödyntäminen moniammatillisessa yhteisössä ja asiakkuuksien joukossa on saanut vahvan luottamuksen asiantuntijuuteen verkoston molemmin puolin.

Jalkineliike Stellalle on tullut selkeä tarve työntekijälle, joka voisi helpottaa toimeskiantajan työsarkaa. Liikkeen pyörittämiseen vaadittavien muiden tehtävien kuten tilausten, kampanjoiden, markkinoinnin ja tietojenkäsittelyyn menevän ajankäytön hallinta myyntityön ohella käy vaativaksi. Jalkineliike Stellan maine perustuu asiantuntijuuteen, joten mahdollinen työntekijä tulisi olla jalkojenhoidon ammattilainen. Asiantuntijuuden korostaminen ja näkyminen liiketyössä on tärkeää, jotta jatkossakin erottaudutaan edukseen kilpailijoista.

Jaettava esite valmistui liikkeeseen jaettavaksi 25.11.2015. Palautetta on kerätty 1.12.2015 mennessä asiakkailta suorien asiakaspalautteiden muodossa. Asiakkaat ovat silminnähdessä ilahuneet esitteestä (valmis tuotettu esite liitteissä). Jatkossa tullaan kuulemaan mitä lisätoiveita esitteeseen kaivataan.

6.1 Esitteen kehittäminen jatkossa

Parhaimmillaan esite vähentää myyntitapahtumassa käytettävää aikaa ja luo asiakkaalle mielikuvan hyvästä ja välittävästä palvelusta. Esite toimii muistutuksena kenkien- ja jalkojenhoidosta sekä hyvän kengän valinta ohjeena. Jaettava esite sisältää yrityksen aukioloajat, Yrityksen internetosoitteen sekä Vaaksjoen kuvallisen esittelyn ja toimii näin ollen yrityksen mainoksena. Kuten jo on todettu esitteen tekeminen Jalkineliike Stellalle luo todellista lisäarvoa asiakkaalle. Parhaiten lisäarvoa voi tuottaa yhdistämällä liikkeessä paikan päällä parhaan palvelun ja täydentämällä sitä jaettavalla esitteellä.

Tavoitteena on jatkojalostaa esitettä niin, että se toimii sellaisenaan asiakkaan ja Jalkineliike Stellan eduksi. Esitettä voisi kehittää niin, että sitä haluaisi säilyttää kodissa näkyvällä paikalla. Esitettä voisi hyödyntää telineenä vaikkapa kenkälusikalle tai kenkienhoitoaineille. Esite pysyisi asiakkaan näkyvillä ja käytössä eikä menisi muiden mainospostien seassa paperinkierrätykseen. Jatkuvan kehittämisen ideana osa esitteiden tiedoista voisi painattaa esim. mukeihin tai muuhun käyttöesineeseen, jolloin se olisi jatkuvasti esillä. Esite toimisi jatkossa sellaisenaan ja muki toimisi esitteen mainoksena. Mukissa voisi olla tyylikkään kengän kuva ja jokin hauska teksti mikä saa mieleen esitteen ja siinä olevat asiat.

Esitteessä voisi olla lisänä välilehtiä, jossa mainostetaan tulevia kampanjoita tai liikkeessä pidettäviä kanta-asiakasiltoja tai teemapäiviä. Esitteen välissä voisi vaihtelevasti olla myös irtomainoksia sosiaalisessa mediassa mahdollisesti järjestettävistä kilpailuista ja ajatuksia herättäviä lisävinkkejä. Lisävinkki talviaikana voisi olla vaikkapa vertauskuva; ”Autonrenkaiden tulee talviaikaan olla pitävät,

että liikenteessä olisi mahdollisimman turvallista liikkua. Huonoilla renkailla tapahtuu helposti onnettomuuksia ja sama pätee huonoihin jalkineisiin. Hyvillä kenkillä pysyy pystyssä, jalat pysyvät lämpiminä ja kuivina sekä jalan oikeanlainen toiminnallisuus hyödyttää koko kehoa. Kannattaa satsata laadukkaaseen jalkineeseen sen ollessa ihmisen arvokkain liikkumaväline.”

6.2 Toimeksiantajan saatesanat

Tiia Vaaksjoki toivottaa asiakkaat tervetulleeksi hyvän palvelun kenkäkauppaan, jossa asiakaslähtöisyys ja asiakaspalvelu ovat keskiössä. Mahdollisiin kiputiloihin tuodaan pohjallisten sekä oikean kenkävalinnan avulla helpotusta. Molempien jalkojen koko tarkistetaan pohjallisen mukaan, ei kengän numeron mukaan.

Yksilöllistä palvelua halutessasi erityistilanteissa, joissa jalat vaativat tukia sekä muokkauksia kengän tai pohjallisen osalta aika on sovittava erikseen. Ajanvarauksella varmistetaan molemmin puolin kiireetön palvelu. Vaaksjoki auttaa löytämään sopivat kengät jalkoihin ja toivottaa tervetulleeksi liikkeeseensä

LÄHTEET

Hesso, J.2012: Rakenna hyvinvointialan menestystarina- Strategian avulla kilpailuetua ja lisäarvoa asiakkaalle, Meedia Zone ou, Viro

Kannisto P., Kannisto S. 2008: Asiakaspalvelu- Tiedettä, taikuutta vai maalaisjärkeä. AMK-kustannus, Gummerus kirjapaino, Jyväskylä

Lehtinen, U. Niinimäki, S. 2005: Asiantuntijapalvelut tuotteistamisen ja markkinoinnin suunnittelu, WSOY. Helsinki

Liukkonen, I., Saarikoski, R. 1.-3. painos 2011: Jalat ja Terveys. Kustannus Oy Duodecim, Helsinki

Löytänä, J., Korteso, K. 2011: asiakaskokemus-palvelubisneksestä kokemusbisnekseen, Talentum. Helsinki

Pesonen, Hanna-Leena, Lehtonen, Jaakko & Toskala, Antero. 2002:Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena-markkinointia, viestintää ,psykologiaa. Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä

Rubanovitch, Mika.D & Aalto, Elina: 2006. Myynnin lyhytterapia- sanoista tekoihin. Kyriiri Oy, Helsinki.

Saarikoski, R., Stolt, M & Liukkonen, I. 3. Uudistettu painos 2010: Terveet jalat. Kustannus Oy Duodecim, Helsinki

Tuulaniemi, J.2013: palvelumuotoilu, Talentum. Helsinki

Vahvaselkä, I. 2004: Asiantuntijan myyntitaito - Onnistuneen markkinoinnin ja myyntityön perusteita. Oy Finnlectura Ab, Helsinki

Vallo, Helena & Häyriinen, Eija 2012: Tapahtuma on tilaisuus- tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosamoma Oy, Helsinki.

Muut lähteet:

Lennes, L. 2015 (http://www.menaiset.fi/artikkeli/hyva_olo/terveys/suuri_ken-ganosto_opas_9_vinkkia_oikeasti_sopiviin_kenkiin) Artikkelin kirjoittaja Laura Lennes 29.8.2015.

<https://www.youtube.com/watch?v=BLobTZM2jeY>, Julkaistu 20.4.2014. Treeniresepti.fi

Pesonen, S. 2013 <https://www.youtube.com/watch?v=MCv2HS5I0TA>, Julkaistu 14.9.2013: Jalkapäivä.com.

<https://www.youtube.com/watch?v=IXSo9BMeMg>, Julkaistu 21.4.2011
<http://www.elixir.fi>

<https://www.youtube.com/watch?v=UTmc5Nb2HtM>, Julkaistu 14.7.2015: Kunto-paappa

<https://www.youtube.com/watch?v=UTmc5Nb2HtM>, Julkaistu 14.7.2015: Kunto-paappa

Kyttä, T. 2014 <https://www.youtube.com/watch?v=n0rUWRUypuc>, Julkaistu 10.3.2014:

Kyttä, T. 2014: <https://www.youtube.com/watch?v=XA56YpTiZdg>, Julkaistu 10.3.2014:

<https://www.youtube.com/watch?v=IOuXYBIZWT4>, Julkaistu 5.11.2014
Lonkankoukistajan oikeaoppinen venytys - Live @ Venyttely & Liikkuvuus Workshop

Paloheimo, s. 2014 <http://susannapaloheimo.com/category/brandi/>, Julkaistu 2.12.2014

Vaaksjoki, T. 2014: <http://www.jalkineliike.fi/jalkineliike-stella>

Ripatti, A & Tervonen, K. 2014 <https://jalkoesiterveydeksi.wordpress.com/tag/jalkojenhoidon-ammattitutkinto/> viitattu 12.11.2015

<http://st.merig.eu/?id=97&L=2> [Luku 2 Ulkoinen ympäristö](#) > [2.2 Porterin viiden kilpailuvoiman malli – kilpailuanalyysi](#) > 2009, viitattu 20.11.2015



(<http://respecta.fi/fi/tuotteet/jalkineet-ja-pohjalliset/opus-lasten-jalkineiden-valintaan/eri-jalkinetyyppeja/>)

Jalkojenhoito

- Pesä jalat ja varpaanväliit joka päivä
- Kuivaa jalat, erityisesti varpaanväliit
- Laita jalkavoideita päivittäin
- Leikkaa kynnet varpaanpäähän muotoa mukailien
- Teho rasvaa kovettunua alueilta
- Käytä oikean kokoisia sukkia
- Sukka suojaa hienrymiltä
- Käytä oikean kokoisia kenkiä
- Vaihda kengät käyttötarkoituksen mukaan

Jalkasi kittävät kun muistat niitä hellitä

Jalkaongelmia?

Kärsitkö känsistä, kovettunista tai muista jalkaongelmista?

Meillä on ratkaisuja helpottamaan askellustasi!

Huomioi kengän valinnassa:

- Oikea koko ja käyntivara 1-1,5cm
- Suora lesti
- Tukeva kantaosa
- Riittävän leveä ja korkea kärkiosa
- Säädettävä kiinnitys
- Korke maksimissaan 4 cm
- Suosi nahkakenkää
- Pohjallinen lisää kengän käyttöikää
- Soviita kenkää rauhassa molempiin jalkoihin
- Pyydä apua ammattilaiselta

Hyvän kengän hoito-ohje

- Uusi kenkä tulee käsitellä 2-3 krt ennen käyttöönottoa sille sopivalla tuotteella
- Nahanhoitoaine pitää kengän joustavana, kulumusta kestäväänä, kosteutta eristäväenä ja likaa hylkivänä
- Mokkaenkään puhdistus/harjaus ja materiaalin sopiva hoitosuolike
- Pyyhi lika kengistä päivittäin

Vinkkejä:

- Säilytä kengät laetkossa
- Käytä lepolleesta

Hyvät kengät kestävätkä pitkään!

**JALKINELIIKE
STELLA**

Hyvän palvelun kenkäkauppa

Jalkaterä jumppaa



Lämmittele aluksi jalkapohjia pallolla



Laita pallo pätkän alle ja kprisiä varpaita



Harrita varpaita maata vasten, autta käsillä



Lyhennä jalkaterää maata vasten



Vastavenyys - taivuta varpaat taakse



Venytä poikkeita



Asiantuntevaa ja asiakaslähtöistä palvelua



"Autamme valitsemaan kengät jalkojesi mukaan"

Tiia Vaaksjoki
Rekisteröity jalkojenhoitaja

Jalkineilke Stella
Ylipöistönkatu 28
20100 Turku
p. 0440 251 122

www.jalkineilke.fi

Avoimna:
Ma-Pe 10-18
La 10-15