

Niina Kuvaja

Hissivalmistajien kunnossapitopalvelujen vertailututkimus

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Tuotantotalouden koulutusohjelma

Insinöörityö

1.12.2016

Tekijä Otsikko	Niina Kuvaja Hissivalmistajien kunnossapitopalvelujen vertailututkimus
Sivumäärä Aika	42 sivua 1.12.2016
Tutkinto	Insinööri (AMK)
Koulutusohjelma	Tuotantotalous
Suuntautumisvaihtoehto	Kansainvälinen ICT-liiketoiminta
Ohjaaja	Yliopettaja, Thomas Rohweder
Insinööriyön tavoitteena on vertailla kolmen johtavan hissivalmistajan palvelutarjoomaa ja vetää sen perusteella johtopäätöksiä alan palvelutarjonnasta yleensä. Löydettyjen tulosten perusteella on tarkoitus koota johtopäätöksiä palvelutarjonnasta ja antaa kehitysehdotuksia alan yrityksille. Insinööriyö aloitetaan esittelemällä kohdeyritykset, hissien kunnossapitoala sekä työn tavoitteet ja toteutus. Työssä keskitytään palveluiden, erityisesti palvelupaketin näkökulmaan. Alan kirjallisuudesta kootaan parhaita näkökulmia palvelupaketin ja laajennetun palvelutarjooman tarkasteluun sekä kootaan käsitekehys. Käsitekehys käsittää ydinpalvelut, avustavat palvelut, tukipalvelut, nimenomaiset ja tiedostamattomat palvelut sekä laajennetun palvelutarjooman. Käsitekehysten avulla vertaillaan hissivalmistajien palvelutarjoomaa. Vertailtava aineisto hankitaan ainoastaan yritysten internetsivustoilta ja yritysten palveluista kootaan taulukko, johon on kerätty kaikki määritellyt palvelut yritysten internetsivustoilta. Tehdyn vertailun perusteella käy ilmi, että alan ydinpalvelut ovat hyvin samankaltaisia keskenään, eivätkä yritykset voi erottautua niillä. Eniten eroavaisuuksia löytyy tuki- ja avustavista palveluista. Internetsivustojen perusteella oli haastavaa tutkia nimenomaisia ja tiedostamattomia palveluita. Kone Hissit Oy:lla on tämän vertailututkimuksen mukaan laajin palvelutarjooma sekä monipuolisimmat palvelut, joista löytyy tietoa helposti ja monipuolisesti. Vertailututkimuksen palvelutarjoomaltaan heikoin yritys on Schindler Oy. Hyvät ja osittain muita laajemmat ydinpalvelut eivät riitä, jos ei voi liitännäispalveluilla erottua muista kilpailijoista. Insinööriyö antaa kattavan kuvan alan palvelutarjonnasta alalla. Merkittävimmät kehitysehdotukset keskittyvät palveluiden parempaan esille tuontiin, palveluiden kokonaisuuksiksi kehittämiseen sekä vuorovaikutustilanteiden ja palvelukokemuksen kehittämiseen. Palvelumuotoilun hyödyntäminen hissienkunnossapitoalalla voi tuoda uutta ja innovatiivista näkökulmaa alan palveluiden kehittämiseen asiakaslähtöisempään suuntaan.	
Avainsanat	Palvelu, palvelupaketti, ydinpalvelu, liitännäispalvelut, palvelutarjooma, palvelun kokeminen, hissivalmistaja, kunnossapito, huolto.

Author Title	Niina Kuvaja Comparative study of elevator manufacturers maintenance services in Finland
Number of Pages Date	42 pages 1 December 2016
Degree	Bachelor of Engineering
Degree Programme	Industrial Management
Specialisation option	International ICT-business
Instructor	Principal lecturer, Thomas Rohweder
This study compares the service offering of three leading elevator manufacturers in Finland. Based on the findings, the objective is to make development recommendations to the businesses in the industry. The focus of this study is in services and especially the service package point of view. Industry applicable literature is reviewed and collected to consider the best aspects of service packages and extended service offering. Based on these this study will create a conceptual framework. The conceptual framework consists of core services, assisting services, support services, explicit services and implicit services, as well as the extended service offering. With the help of this conceptual framework this study compares the service offering of the elevator manufacturers selected for this study. The data used for the comparison is collected from the company internet pages alone, and the company services are listed into a table with all defined services found on the company internet pages. Based on the comparison it is clear that the core services in the industry are very much alike and the companies cannot differentiate with them. The biggest differences are found in support and assisting services. The findings show that KONE Elevators Finland Oy has the most extensive service offering and provides the most versatile services of which one can find information easily and in diverse ways. This study also indicates that the weakest performer in the service offering presentation is Schindler Oy. Their proper and partly more extensive core services are not enough if they cannot differentiate from the competition with the peripheral services. This study presents a comprehensive view of the service offering in the industry. The most important development suggestions focus on the better presentation of services, development of service entities and the improvement of interaction and service experience. By taking advantage of service design in elevator maintenance industry, companies could find new and more innovative ways to conduct customer oriented service.	
Keywords	Service, service package, core service, peripheral service, service offering, service experience, elevator manufacturer, maintenance, repair.

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Kolmen johtavan hissivalmistajan perustiedot	1
1.2	Hissien kunnossapito	2
1.3	Tutkimuksen tavoite ja toteutus	4
2	Palvelu ja palvelupaketti	5
2.1	Mitä palvelu on?	5
2.1.1	Palvelulogiikka	6
2.1.2	Teollisuuspalvelut	8
2.1.3	Palvelun kokeminen	9
2.1.4	Asiakkuudet	9
2.1.5	Asiakkaiden tarpeet ja niiden tunnistaminen	10
2.2	Palvelupaketti	11
2.2.1	Laajennettu palvelutarjooma	15
2.3	Käsitekehys	17
2.3.1	Palvelupaketti	18
2.3.2	Ydinpalvelut	18
2.3.3	Avustavat palvelut	19
2.3.4	Tukipalvelut	19
2.3.5	Nimenomaiset palvelut	19
2.3.6	Tiedostamattomat palvelut	20
2.3.7	Laajennettu palvelutarjooma	20
3	Kolmen johtavan hissivalmistajan palvelutarjooman vertailu	21
3.1	Palvelutarjooman vertailutaulukko	23
3.2	KONE Hissit Oy	29
3.3	Otis Oy	31
3.4	Schindler Oy	33
3.5	Suoritetun vertailun yhteenveto, johtopäätökset ja kehitysehdotukset	35
3.5.1	Yhteenveto ja johtopäätökset	35
3.5.2	Kehitysideat	37

4	Johtopäätökset	38
4.1	Yhteenveto koko vertailututkimuksesta	38
4.2	Jatkotoimenpiteet	39
4.3	Arvio työn onnistumisesta	40
	Lähteet	41

1 Johdanto

1.1 Kolmen johtavan hissivalmistajan perustiedot

Kolme vertailtavaa yritystä ovat Suomessa toimivat Kone Hissit Oy, Otis Oy ja Schindler Oy. Maailman kolmanneksi suurin hissivalmistaja saksalainen ThyssenKrupp Elevator jätetään vertailun ulkopuolelle, koska Kone Hissit Oy osti keväällä 2016 ThyssenKruppin Suomen toiminnot.

Kone Hissit Oy

Kone Oyj on maailman neljänneksi suurin hissivalmistaja. Yritys valmistaa hissejä, liukuportaita ja ovia sekä tarjoaa palveluita niiden kunnossapitoon ja modernisointiin. Kone on suomalainen yritys, joka on perustettu vuonna 1910, jolloin sen toimenkuvaan kuului erilaisten käytettyjen laitteiden kunnossapito ja korjaus. Vuonna 2015 Koneen liikevaihto oli 8,6 miljardia euroa ja henkilöstömäärä n. 49 000. Tällä hetkellä Kone toimii noin 50 maassa yli 1000 toimipisteessä. Maailmanlaajuisesti Koneella on noin 1,1 miljoonaa laitetta huollossa. Kone Oyj:n pääkonttori sijaitsee Helsingissä Munkkiniemen kartanossa. (Kone Oyj, 2016.)

Kone Hissit Oy on Koneen Suomen maayhtiö, ja se huolehtii Koneen Suomen asiakkaista ja toiminnoista. Kone Hissit Oy työllistää yli 600 henkilöä, joista n. 300 on kunnossapitoasentajia. Kone Hissit Oy:n liiketoimintayksikkö sijaitsee Pohjois-Haagassa Helsingissä. Piirikonttoreita löytyy ympäri Suomen 30 kappaletta, ja palveluverkosto kattaa koko Suomen. (Kone Oyj, 2016.)

Otis Oy

Otis Elevator Company on maailman suurin hissivalmistaja. Otis valmistaa, asentaa, modernisoi ja huoltaa hissejä, liukuportaita ja liukukäytäviä. Otis on yhdysvaltalainen yritys, joka on perustettu vuonna 1852. Yrityksen liikevaihto oli vuonna 2015 yli 10 miljardia euroa ja työntekijöitä sillä oli yli 60 000 henkilöä. Tällä hetkellä Otis toimii lähes 200 maassa ja yli 1000 toimipisteessä. Maailmanlaajuisesti Otisilla on noin 1,9 miljoonaa laitetta huollossa. Yhtiön pääkonttori sijaitsee Farmingtonissa Yhdysvaltain Connecticutissa. (Otis Elevator Company, 2016.)

Suomessa Otis toimii Otis Oy nimellä ja sen pääkonttori sijaitsee Tampereella. Otis on toiminut Suomessa vuodesta 1982 lähtien. Vuonna 2014 yhtiön palveluksessa oli noin 120 henkilöä. Tampereen lisäksi Otisilla on aluetoimipaikka 17 eri paikkakunnalla ympäri Suomen. (Otis Elevator Company, 2016.)

Schindler Oy

Schindler Group on maailman toiseksi suurin hissivalmistaja. Schindlerin toimintaan kuuluvat uusien hissien, liukuportaiden ja liukukäytävien myynti, uusien tuotteiden asennus, peruskorjaus ja edellä mainittujen laitteiden kunnossapito. Yrityksen liikevaihto oli vuonna 2014 noin 9,9 miljardia euroa. Schindler on sveitsiläinen yritys, joka perustettiin vuonna 1874. Schindler Group työllistää yli 57 000 henkilöä, ja se toimii yli 100 maassa ja yli 1000 toimipisteessä. Yhtiön pääkonttori sijaitsee Ebikonissa, Sveitsissä. (Schindler, 2016.)

Schindler Oy on toiminut Suomessa vuodesta 1987 lähtien, mutta jo vuonna 1959 Schindlerin tytäryhtiöllä (Schlieren) ja Valmetilla oli maahantuonti- ja lisenssivalmistussopimus. Suomessa Schindler huoltaa yli 6500 laitetta. Vuonna 2014 yhtiön palveluksessa oli noin 130 henkilöä. Yhtiön Suomen pääkonttori sijaitsee Pakilassa, Helsingissä. Yhtiöllä on Helsingin lisäksi toimipisteet Tampereella, Turussa, Jyväskylässä ja Oulussa. (Schindler, 2016.)

1.2 Hissien kunnossapito

Hissejä huolletaan, jotta voidaan varmistaa laitteiden toimintavarmuuden takaaminen ja elinkaaren pidentäminen. Laitteiden turvallisuus taataan asianmukaisella huolto-ohjelmalla ja huolto-ohjelmien tulee täyttää tietyt määräykset. Monet kansalliset säädökset ja EU:n direktiivit ohjaavat hissien huoltovaatimuksia. (Tukes, 2016.)

Hissin haltijan eli omistajan vastuut

Hissin haltijaa eli omistajaa edustaa yleensä kiinteistöosakeyhtiöiden ja asunto-osakeyhtiöiden hallitusten puheenjohtaja ja kohteen isännöitsijä. Hissin haltijan on vastuussa siitä, että

- hissille tehdään kunnossapito-ohjelma
- hissiä huolletaan laaditun ohjelman mukaisesti
- viat korjataan nopeasti
- hissille tulee tehdä vaadittavat tarkastukset säännöllisin väliajoin
- hissiä koskevat asiakirjat ovat huoltajien ja tarkastajien käytettävissä
- hissistä pelastaminen tapahtuu turvallisesti.

Yleensä hissien haltija laatii hissien huollosta sopimuksen hissihuoltoliikkeen kanssa ja huoltoliike laatii huolto-ohjelman. (Tukes, 2016.)

Hissien huolto-ohjelma

Tavallisesti hissien kunnossapito edellyttää 4 - 8 suunniteltua huoltokäyntiä vuodessa. Tähän lukuun ei lasketa suunnittelemattomia vikakäyntejä.

Hissin tulee olla jatkuvasti turvallinen käyttäjille, ja huolto-ohjelmassa osoitetaan ne toimenpiteet, joilla tämä turvallinen käyttö toteutuu. Jos huollon yhteydessä käy ilmi vikoja, hissien haltija huolehtii siitä, että ne korjataan nopeasti. Käytännössä tämä tarkoittaa sopimista hissihuoltoliikkeen kanssa vaadittavista toimenpiteistä ja aikatauluista.

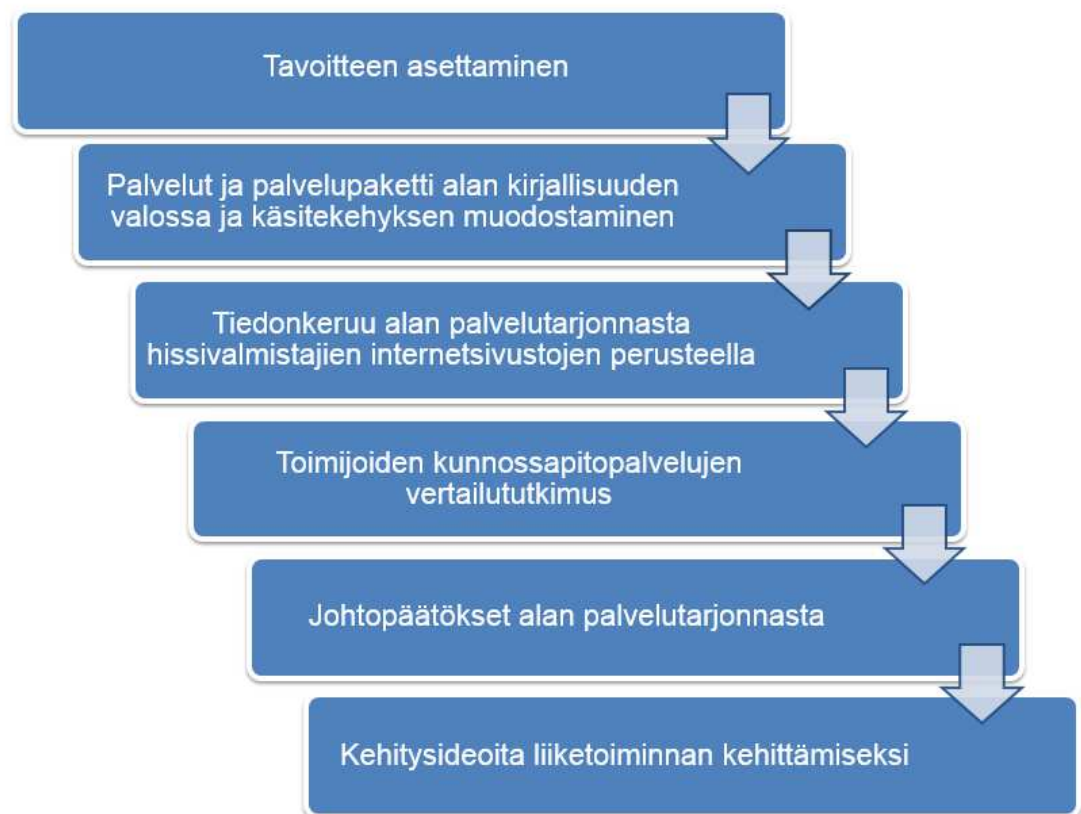
Hissien huolto- ja korjaustöiden tekeminen edellyttää ammattitaitoa ja asianmukaista pätevyyttä. Usein siivous ja esim. lampun vaihto ovat töitä, joita haltija voi itse suorittaa, jos ne voidaan suorittaa hissikorin sisältä käsin. Muut hissien huoltoon liittyvät työt vaativat osoitettua pätevyyttä. (Tukes, 2016.)

Hissien tarkastukset

Hissille tulee tehdä vaadittavat tarkastukset säännöllisin väliajoin, ja haltija vastaa tarkastusten tilaamisesta. Henkilökuljetukseen tarkoitettu hissi on tarkastettava joka toinen vuosi ja muut hissit, esim. tavarankuljettimet, joka kolmas vuosi. Määräaikaistarkastuksen suorittaa valtuutettu tarkastuslaitos, Suomessa esim. Elspecta tai Inspecta. (Tukes, 2016.)

1.3 Tutkimuksen tavoite ja toteutus

Tutkimuksen tavoitteena on suorittaa kolmen johtavan hissivalmistajan Suomen hissien kunnossapitopalvelujen vertailututkimus sekä vetää sen perusteella johtopäätöksiä alan palvelutarjonnasta yleensä. Lisäksi johtopäätösten perusteella luodaan kehitysideoita hissivalmistajien liiketoiminnan kehittämiseksi.



Kuva 1. Hankkeen toteutusprosessi.

Työn tavoitteena on vertailla kolmen suuren hissivalmistajan Suomen hissien kunnossapitopalvelutarjontaa palveluiden ja palvelupaketin näkökulmasta. Vertailu suoritetaan käsitekehityksen avulla. Käsitekehitys muodostetaan tutkimalla alan kirjallisuutta ja siten koaamalla yhteen parhaita ajatuksia ja käytäntöjä erilaisten julkaisujen sekä tutkimusten avulla.

Hissivalmistajien kunnossapitopalvelutarjontaa tutkitaan yritysten internetsivustojen perusteella ja niillä tiedoilla, jotka ovat kaikkien saatavilla. Kerätyistä tiedoista luodaan yhteenveto, jossa vertaillaan kolmen eri hissivalmistajan palvelutarjontaa aiemmin luodun käsitekehityksen ja sen eri moduulien avulla. Vertailun tavoitteena on luoda katsaus alan palvelutarjontaan palveluiden ja palvelupaketin näkökulmasta ja koota johtopäätöksiä palvelutarjonnasta. Lisäksi johtopäätösten perusteella ehdotetaan kehitysideoita alan toimijoille liiketoiminnan kehittämiseksi.

Vertailuun valittiin vain johtavia hissivalmistajia, jotka huoltavat hissejä Suomessa. Vertailun ulkopuolelle jätettiin vain kunnossapitopalveluja tarjoavat yritykset, jotka eivät valmista hissejä. Opinnäytetyössä käytetty informaatio kerätään alan kirjallisuudesta ja julkaisuista sekä vertailtavien yritysten internetsivustoilta. Yritysten sisäisiä materiaaleja eikä erikseen hankittavia palveluesitemateriaaleja käytetä.

2 Palvelu ja palvelupaketti

2.1 Mitä palvelu on?

Palvelu voidaan määritellä monin eri tavoin. Palvelu on aineettomien toimintojen ketjusta koostuva prosessi, jossa toiminnot tarjotaan ratkaisuinasi asiakkaan tarpeeseen. Palvelu toimitetaan usein, asiakkaan, työntekijöiden, ja/tai fyysisten resurssien tai tuotteiden ja/tai palveluntarjoajan järjestelmien vuorovaikutuksessa. (Grönroos, 2009: 77.) Palvelu on teko tai suoritus, jonka toinen osapuoli voi tarjota toiselle. Palvelu on lähinnä aineeton eikä palvelun seurauksena omistajuus vaihdu. (Kotler, 2007: 426.)

Palveluille on tyypillistä, että niitä ei voi varastoida, eivätkä palvelut tavallisesti johda minkään omistukseen. Olennaista on, että palvelu koostuu prosesseista. (Grönroos, 2009: 88.) Kaikilla palveluilla on yhteisiä piirteitä. Seuraavassa on listattu palveluiden kolme olennaisinta piirrettä:

- Palvelut ovat prosesseja, jotka rakentuvat eri toiminnoista.
- Palvelut tuotetaan ja kulutetaan osittain samanaikaisesti.
- Asiakas on jonkin verran mukana palvelun tuotantoprosessiin kanssatuottajana (Grönroos, 2009: 79.)

Esimerkiksi hissi on tavara ja tuote, mutta tapa, jolla se toimitetaan ja suunnitellaan yksilöidysti, on palvelua. (Grönroos, 2009: 76.)

Palvelut ovat aineettomia, erottamattomia, vaihtelevia sekä herkkiä muuttumaan. Jokainen ominaisuus luo haasteita ja vaatii tietynlaista strategiaa palveluntarjoajalta. Markkinoijien tulee löytää tapa tehdä aineettomista palveluista konkreettisia, jotta palveluntarjoajien tuottavuus kasvaa. Jotta tarjotun palvelun laatu kasvaa ja yhdenmukaistuu, palvelujen tarjonnan on kohdattava markkinoiden kysyntä. (Kotler, 2007: 426.)

Aiemmin palveluala oli jäänyt jälkeen teollisuudesta. Teollisuus omaksui nopeasti uusia markkinointikonsepteja ja työkaluja, mutta tilanne on muuttunut. Palvelumarkkinointi tulee tehdä kokonaisvaltaisesti. Palvelut eivät tarvitse vain ulkoista markkinointia asiakkaille vaan myös sisäistä markkinointia motivoimaan ja innostamaan työntekijöitä. (Kotler, 2007: 426.)

2.1.1 Palvelulogiikka

Tavaroiden ja palveluiden tuottamisessa on merkittäviä eroavaisuuksia, ja siten yrityksen palveluliiketoiminnan näkökulma eroaa tavaratuotantoliiketoiminnan näkökulmasta. Asiakkaan ja yritykset roolit ovat erilaisia riippuen, onko kyseessä palveluliiketoimintaa vai tavaraliiketoimintaa.

Tavaralogiikka tarkoittaa, että yritys tuottaa konkreettisia tavaroita asiakkaalle luomaan arvoa. Palvelulogiikka puolestaan merkitsee, että edistetään prosesseja, jotka tukevat asiakkaiden arvon luomista. Palvelujen markkinoinnin tarkoituksena on saada asiakkaat käyttämään yrityksen palveluita ja huomaamaan, että yrityksen palveluprosesseista muodostuu heille arvoa. (Grönroos, 2009: 82.)

Taulukko 1. Palvelulogiikan ja tavaralogiikan erot (Grönroos, 2009: 82).

	Palvelulogiikka	Tavaralogiikka
Tarjooman luonne	Arvoa tukeva prosessi	Arvoa tukeva resurssi
Näkökulma	Prosessi, jossa joukko resursseja on vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa ja pyrkimyksenä on tukea heidän prosessejaan arvoa luovalla tavalla.	Resurssi, jota asiakkaat käyttävät mahdollisesti yhdessä muiden resurssien kanssa luodakseen arvoa.
Liiketoiminnan logiikka	Edistää prosesseja, jotka tukevat asiakkaiden arvon luontia.	Tehdä tavaroita asiakkaiden käyttämiksi resursseiksi.
Asiakkaan rooli	Arvon tuottaja ja osittain kanssatuottaja	Arvon ainoa tuottaja
Yrityksen rooli	Tarjoaa käyttöön palveluprosessin ja osallistuu arvon tuottamiseen ja luomiseen asiakkaiden kulutusprosesseissa.	Tarjoaa asiakkaille tuotteita resursseiksi ja on tämän resurssin ainoa tuottaja.

2.1.2 Teollisuuspalvelut

Teolliset palvelut ovat aina olleet merkittävässä roolissa teollisuusyrityksien arvoketjuissa. Yritysten kiristyvät budjetit ja niukemmat rahoitukset luovat suuria paineita, ja ne ajavat yrityksiä parantamaan tehokkuutta koko ajan. Tutkimalla teollisten palveluiden strategiaa ja hyödyntämällä sen tarjoamia mahdollisuuksia yrityksen voivat parantaa mahdollisuuksiaan markkinoilla. (Roland Berger, 2016.)

Teolliset palvelut ovat merkittävässä osassa arvopohjaisessa yritysjohtamisessa. Huomattavina kuluina niillä on iso vaikutus yritysten kokonaiskustannuksiin. (Roland Berger, 2016.)

Teollisuuspalveluiden määrittämiselle on monia tulkintoja. Monet teolliset palvelut

- ovat kaikki tekniset palvelut, joita tarvitaan koko käyttövaiheen ajan
- voidaan tuottaa yrityksen sisällä tai niitä voidaan hankkia alihankkijoilta
- ovat yksilöityjä laitoksittain ja kohteittain. (Perinteiset laitospalvelut, kuten kiinteistöhuolto ja isännöinti rajautuvat tämän ulkopuolelle).

Usein teolliset palvelut ovat keskittyneet

- kunnossapitoon, joka sisältää myös tarkastustoimintaa, korjauksia ja tuotannon optimointia
- teollisiin tuotantotilojen puhdistuspalveluihin
- in-house-logistiikkaan, joka käsittää tavaran käsittelyä, sisäisiä toimituksia raaka-aine kierrätystä.
- tuotannon tukitoimintoihin, joka käsittää laitteiden ja henkilöstön vuokrausta, laadunvalvontaa, viimeistelypalveluita.
- kokoonpanopalveluihin, joihin kuuluvat myös purkutyöt, laitteiden uudelleensijoitukset, laitosten viimeistelytyöt. (Roland Berger, 2016.)

2.1.3 Palvelun kokeminen

Vuorovaikutustilanteet ovat yleensä olennainen osa palvelua. Asiakas ei ole aina eikä koko ajan vuorovaikutuksessa yrityksen kanssa, kun se käyttää tai saa palvelua. Esimerkiksi asiakkaat eivät yleensä ole silloin läsnä, kun hissien varsinainen korjaus tapahtuu.

Vuorovaikutustilanteet vaikuttavat keskeisesti siihen, miten asiakas kokee yrityksen palvelut. Asiakkaalla tai kuluttajalla ei välttämättä ole tietämystä korjauksen teknisestä laadusta, vaan hän arvioi palveluprosessia vuorovaikutustilanteiden perusteella. (Grönroos, 2009: 77-78.)

Asiakkaan kokemukset palvelusta ovat elintärkeitä, kun ajatellaan palvelukokemusta ja sen arviointeja. Yritysten tulee hallita laatua ymmärtämällä asiakaskohtaamisen vaikutuksia jokaisen palvelun. (Kotler, 2007: 426.)

Aineettomien palveluiden arviointi ja laadun tarkkailu on vaikeampaa kuin fyysisten tuotteiden. Palvelu koetaan yleensä hyvin yksilöllisesti. Asiakkaat yleensä käyttävät sanoja, kuten luottamus, kokemus, turvallisuus ja tunne, kun he kuvailevat palveluita. Tämä kertoo palveluiden aineettomuudesta, vaikka palvelu sisältääkin konkreettisia asioita, kuten varaosia. Nämä ja muut vuorovaikutustilanteet vaikuttavat olennaisesti, millaisena asiakas ja kuluttaja yritystä pitää. (Grönroos, 2009: 77-81.)

2.1.4 Asiakkuudet

Asiakassuhteilla on tärkeä rooli teollisuuspalveluissa. Markkinointikustannukset ovat asiakkuuksia kohden melko huomattavat, sillä toimialan palveluja markkinoidaan suoraan tietyille tahoille. (Okkeri, 2011.)

Uusien asiakkuuksien ratkaisuihin ja ostopäätöksiin vaikuttavat myös muiden asiakkaiden kokemukset yrityksestä. Teollisuuspalvelut myydään tavallisesti sopimuskausittain, ja asiakassuhde saattaa olla kannattava vasta pitkän panostamisen jälkeen. Kuten muissakin asiakassuhteissa luottamus palveluun ja palveluntarjoajaan on tärkeää. Kerran menetettyä asiakasluottamusta on vaikea saada takaisin. (Okkeri, 2011.)

Parhaat palveluyritykset ovat erinomaisen hyviä seuraamaan strategista konseptia. Menestyville palveluyrityksille on tärkeää ylimmän johdon sitoutuminen palvelun laatuun, korkeat standardit, itsepalveluteknologioihin perehtyminen, ohjelmien hallinta, jotka monitoroivat palvelun laatua, asiakasreklamaatioiden tutkiminen sekä työntekijöiden tyytyväisyys. (Kotler, 2007: 426.)

Palveluorganisaation tehokkaalla brändäyksellä yrityksen tulee erottautua, korostaa ensisijaisia ja toissijaisia palveluominaisuuksia ja kehittää tarkoituksenmukaista brändistrategiaa. Palvelujen tehokkaat brändäysohjelmat käyttävät usein moninaisia brändielementtejä. (Kotler, 2007: 426.)

Myös tuoteyritysten tulee tarjota jälkivaihepalveluita. Taatakseen parhaan tuen, valmistajan tulee tunnistaa asiakkaan eniten arvostamat palvelut ja niiden suhteellinen tärkeys. Palvelumixiin kuuluvat ennen myyntiä -palvelut (helpottavat ja arvoa tuovat palvelut) sekä myynnin jälkeen -palvelut (asiakaspalveluosastot, korjaus ja kunnossapitopalvelut). (Kotler, 2007: 426.)

2.1.5 Asiakkaiden tarpeet ja niiden tunnistaminen

Yritysten on tutkittava asiakkaidensa tarpeet tarkkaan, kun luodaan tukipalvelujen suunnasta. Asiakkailla on tavanomaisesti kolme päähuolta:

- He ovat huolissaan luottavuudesta ja vikatiheydestä. Asiakas voi esimerkiksi sietää laitteen yhden vikaantumisen vuodessa, mutta ei kahta tai kolmea vikaa vuodessa.
- Asiakkaat ovat huolissaan laitteiden käyttökatkoksista. Mitä pidempi käyttökatkos, sitä suuremmat kulut siitä seuraa. Asiakas luottaa palveluntarjoajan ja siihen, että myyjä pystyy korjaamaan laitteen nopeasti tai tarvittaessa tarjoaa sijaislaitteen käyttökatkoksen ajaksi.
- Asiakkaat ovat huolissaan myös juoksevista kuluista. Kuinka paljon asiakkaan täytyy kuluttaa säännölliseen huoltoon ja korjauskuluihin?

Asiakas ottaa nämä kaikki kolme seikkaa huomioon, kun valitsee palveluntarjoajaa. Asiakkaalle on tärkeää yrittää arvioida elinkaarikustannuksia. (Kotler, 2007: 426.)

2.2 Palvelupaketti

Palvelupaketti määrittää, mitä osapalveluja palvelukokonaisuudessa täytyy olla, jotta asiakkaan tarpeet tulevat täytetyksi. Palvelupaketissa esitetään lopputulos eli kokonaisuus, mitä asiakkaalle tarjotaan. Palvelupaketti jaetaan kahteen eri ulottuvuuteen, ydinpalveluun ja liitännäispalveluihin. (Miettinen, 2011: 43-44.)

Ydinpalvelu vastaa asiakkaan ensisijaiseen tarpeeseen (Miettinen, 2011: 43-44). Ydinpalvelu on se syy, miksi yritys toimii markkinoilla. Yrityksellä voi olla useita ydinpalveluita. Esimerkiksi hotellien ydinpalvelu on tarjota majoitusta. (Grönroos, 2009: 224.)

Liitännäispalveluita tarjotaan, jotta asiakkaat ostaisivat ydinpalveluita. Ilman liitännäispalveluita ydinpalveluita ei voi käyttää hyväksi. Liitännäispalvelut jaetaan tukipalveluihin ja avustaviin palveluihin. (Miettinen, 2011: 43-44.)

Avustavat palvelut nimensä mukaisesti, avustavat palvelun käytössä, jotta itse palvelun käyttö olisi mahdollista (Miettinen, 2011: 43-44). Avustava palvelu on usein fyysinen resurssi, joka mahdollistaa palvelun tarjoamisen (Fitzsimmonds, 2004: 22). Esimerkiksi hotellien vastaanottopalvelu on avustava palvelu. (Miettinen, 2011: 43-44.)

Avustava palvelu voi olla myös tuote tai tavara, jota asiakas hankkii tai kuluttaa palvelua käyttäessään. Hyviä esimerkkejä tästä ovat esim. golfmailat golfkentällä tai sukset hiihtokeskuksessa. Asiakkailta kerätty data, asiakastieto, on myös avustava palvelu. Se mahdollistaa tehokkaamman ja räätälöidymmän palvelukokemuksen asiakkaalle. Asiakastiedon käytöstä avustavana palveluna esimerkkejä ovat mm. sairaaloiden potilastiedot ja asiakkaan sijaintiedot taksia tilattaessa. (Fitzsimmonds, 2004: 22.)

Tukipalvelut tekevät palvelun käytön mukavammaksi ja helpommaksi, lisäävät arvoa sekä erilaistavat palvelun kilpailijoista. Ne eroavat avustavista palveluista siten, että ne niitä käytetään nimenomaan arvon lisäämiseksi, eikä helpottamaan ydinpalvelun käyttöä. Tukipalvelut ovat selkeä kilpailukeino, mutta eivät palvelun elinehto.

Palvelun kilpailukyky ei välttämättä muodostuu ydinpalveluista, sillä usein saman alan palveluntarjoajilla on hyvin samantyyppisiä ydinpalveluita keskenään. Liitännäispalveluilla yritykset erottautuvat toisistaan ja pyrkivät luomaan arvoa asiakkaille paremmin kuin kilpailijat omilla liitännäispalveluillaan. (Miettinen, 2011: 43-44.)

Avustavat palvelut, joita kutsutaan myös mahdollistaviksi palveluiksi, saattavat tarvita joskus tuekseen myös mahdollistavia tuotteita. Esimerkiksi asiakas ei voi käyttää pankkiautomaattia, ellei hänellä ole pankkikorttia, joka mahdollistaa automaatin käytön. Mahdollistavia tuotteita on kuitenkin hyvin vaikea erotella. Palvelutarjoamaan sisältyvät fyysiset tavarat voivat olla osa joko palvelun tuotantoprosessia tai fyysisiä tuotantoresursseja. Tukipalveluiden ero avustaviin palveluihin ei ole aina aivan selkeä. Esim. pitkillä mannerten välisillä lennoilla tarjottavat ateriat ovat avustava palvelu, mutta lyhyillä lennoilla se on vain mukava lisä eli tukipalvelu. (Grönroos, 2009: 224-225.)

Fitzsimmonds ja Fitzsimmondsin näkemyksen mukaan (Fitzsimmonds, 2004: 22) palvelupaketti muodostuu tuotteista ja palveluista, joita tarjotaan jossakin ympäristössä. Palvelupaketti koostuu neljästä eri ominaisuudesta. Liitännäispalveluiden ja ydinpalveluiden lisäksi palvelupakettiin luetaan mukaan nimenomaiset sekä tiedostamattomat palvelut. (Fitzsimmonds, 2004: 22.)

Nimenomaiset palvelut ovat niitä hyötyjä, joita asiakas kokee helposti aistiensa avulla. Nämä ominaisuudet ovat palvelun luontaisia ja merkittäviä ominaisuuksia. Nimenomaisen palveluiden esimerkkinä on mm. kivun puuttuminen hampaan korjauksen yhteydessä ja palokunnan vasteaika. (Fitzsimmonds, 2004: 22.)

Implisiittisiä, tiedostamattomia palveluiden ominaisuuksia asiakas voi arvioida vain suurpiirteisesti oman tuntemuksensa mukaan. Esimerkkejä tiedostamattomien palveluiden ominaisuuksista ovat mm. pankkikonttorin yksityisyys tai huoleton autokorjaus. (Fitzsimmonds, 2004: 22.)

Kaikki nämä ominaisuudet asiakkaan koettavissa, ja hän havainnoi ja arvioi palvelua ja ominaisuuksia hänen omasta näkökulmastaan. Palvelun tarjoajan on tärkeää tarjota palvelua kokonaisuutena ja kokemuksena, joka on yhteneväinen koko palvelupaketin kanssa.

Hyvä esimerkki palvelupaketista on budjettihotelli. Sen mahdollistavia palveluita ovat itse rakennus, jossa majoitus tapahtuu, sekä hotelliin yksinkertaiset huonekalut. Avustavat palvelut on vähennetty minimiin, saippuaan ja paperiin. Nimenomaista palvelua on mukava vuode puhtaassa huoneessa. Budjettihotellin tiedostamattomat palvelut voivat sisältää ystävällisen oloisen vastaanottovirkailijan ja hyvin valaistun ja siksi turvalliselta

vaikuttavan pysäköintialueen. Poikkeamat palvelupaketista, kuten pikkolot budjettihotellissa, romuttavat kuvan halvasta majoituksesta. (Fitzsimmonds, 2004: 22.)

Seuraavassa taulukossa on annettu kriteereitä ja esimerkkejä palvelupaketin arviointiin.

Taulukko 2. Kriteerejä ja esimerkkejä palvelupaketin arviointiin. (Fitzsimmonds, 2004: 22.)

Tukitoiminnot	1. Sijainti: - Pääseekö sinne julkisella liikenteellä? Onko sijainti keskeinen? 2. Sisustus: - Onko tunnelma hyvin rakennettu? Huonekalujen laatu ja asettelu. 3. Tukilaitteistot: - Käyttääkö hammaslääkäri mekaanista vai ilmapopraa? Minkä tyyppisiä ja ikäisiä lentokoneita lentoyhtiö käyttää? 4. Tilan asettelu: - Onko kulkuväylät luonnolliset? Onko odotustilat hyvin jäsenneilty? Joutuuko tilassa liikkumaan tarpeettomasti?
Tukituotteet	1. Johdonmukaisuus: - Ranskalaisten rapeus, annoskoko 2. Määrä: - Pieni, keskikokoinen vai iso juoma 3. Valikoima: - Ruokalistavaihtoehtojen määrä, vuokrasuksien saatavuus
Nimenomaiset palvelut	1. Palveluhenkilöstön koulutus: - Onko automekaanikko sertifioitu? Miten paljon puoliammattilaisia käytetään? Ovatko lääkärit sertifioituja? 2. Kattavuus: - Alennuspaketit verrattuna täydenpalvelun paketteihin, Yleissairaalat verrattuna yksityisinikoihin

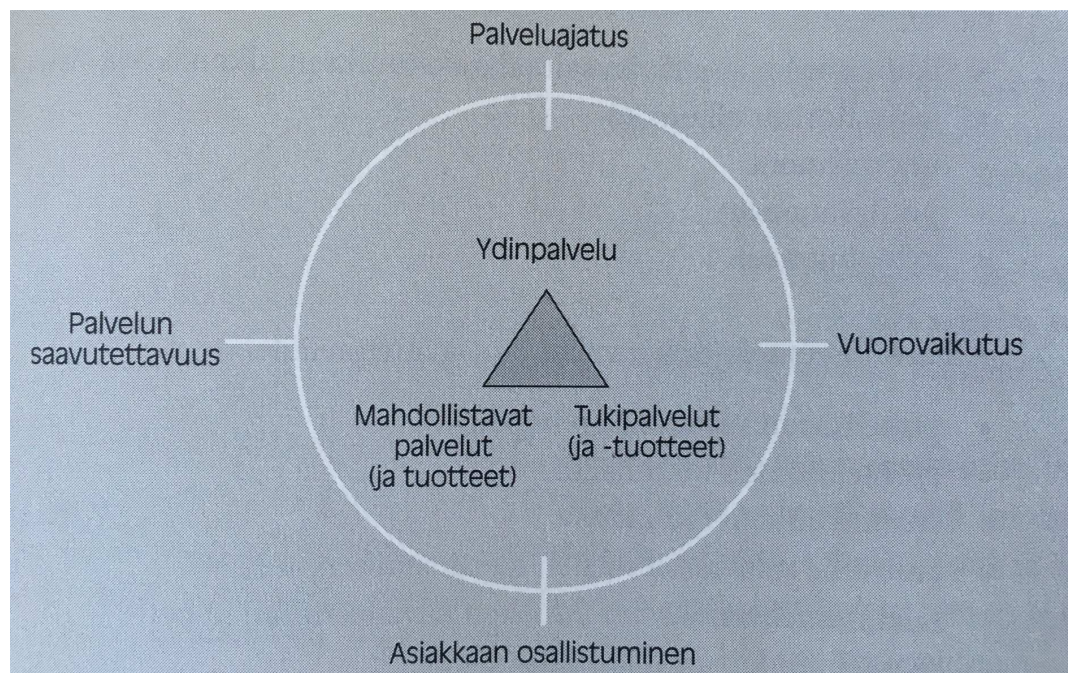
	3. Johdonmukaisuus: - Lentoyhtiön täsmällisyystillastot. 4. Saatavuus: - Ympäri vuorokautinen pankkiautomaattipalvelu, Onko yrityksellä internetsivuja? Onko yrityksellä ilmaista palvelunumeroa?
Tiedostamattomat palveut	1. Palvelun asenne: - Iloinen lentoemäntä, tahdikas poliisi ratkomassa liikenneongelmaa, palveluaitis tarjoilija ravintolassa 2. Ilmapiiiri: - Ravintolan sisustus, musiikki baarissa, hämmennyksen vai järjestyksen vaikutelma. 3. Odottaminen: - Asiakkaan jonotustilaan tai pitoon asettaminen, drinkistä nauttiminen ravintolan baarissa. 4. Status: - Tutkinto arvostetusta korkeakoulusta. aitiopaikat urheilutapahtumassa 5. Hyvinvoinnin ja menestyksen vaikutelma: - Laaja lentokonelaivue, hyvin valaistu pysäköinti-alue. 6. Yksityisyys ja turvallisuus: - Lakimies palvelee asiakasta yksityisessä huoneessa, magneettinen avainkortti hotellihuoneeseen 7. Käytön mukavuus: - Ilmainen pysäköinti.

2.2.1 Laajennettu palvelutarjooma

Palvelujen vuorovaikutustilanteet koetaan eri tavoin aina tilanteen mukaan. Palveluiden yhteisten ominaisuuksien valossa on kolme ydinasiaa, joista prosessi rakentuu johtamisen näkökulmasta:

- palvelun saavutettavuus
- vuorovaikutus palveluyrityksen kanssa
- asiakkaan osallistuminen.

Nämä osatekijät muodostavat yhdessä peruspaketin käsitteiden kanssa laajennetun palvelutarjooman. (Grönroos, 2009: 225-226.)



Kuva 2. Laajennettu palvelutarjooma. (Grönroos, 2009: 227.)

Nämä palvelutarjooman kolme ydinosaa ovat luonnollisesti sovellettava valittujen kohdesegmenttien asiakkaiden hyötyjen ja tarpeiden mukaan.

Palvelun saavutettavuuteen vaikuttavat:

- henkilöstön suuruus ja osaaminen
- aukioloajat, aikataulut, paljonko aikaa kuluu palvelun käyttämiseen
- palvelupisteiden esim. toimistojen tai työpajojen sijainti
- palvelupisteiden esim. toimistojen tai työpajojen ulkonäkö, sisustus, siisteys
- työkalut, automaatit, koneet ja asiakirjojen
- palveluprosessiin samanaikaisesti osallistuvien asiakkaiden määrä ja käyttäytyminen, esim. ruuhka ja sen organisointi.

Muun muassa edellä mainittujen syiden ja muuttujien perusteella asiakkaat mieltävät palvelun saavutettavuuden, ostamisen ja kuluttamisen joko helpoiksi tai vaikeiksi. (Grönroos, 2009: 226.)

Palvelun saavutettavuus voidaan jakaa neljään eri osaan:

Palvelun paikan, sijainnin saavutettavuus punnitaan sen perusteella, miten helpon matkan päässä palvelu sijaitsee. Onko lähellä esimerkiksi muita palveluita tai resursseja, esim. pysäköintitilaa? Millaiset ovat aukioloajat ja miten esimerkiksi saa ajan varattua?

Fyysistä saavutettavuutta arvioidaan visuaalisesti palvelunpaikan tilojen ulkonäön perusteella. Miltä paikan eri tilat näyttävät? Millainen on sisustus?

Asiakkaan osallistumisen helppoutta arvostellaan, miten paljon asiakkaan tulee itse nähdä vaivaa saadakseen palvelua, esimerkiksi sairaalassa kaavakkeiden täyttöö ja millaisia potilasohjeita asiakas saa. On myös arvioitava, miten monimutkaisia ja aikaa vieviä nämä toiminnot asiakkaalle ovat. (Grönroos, 2009: 228.)

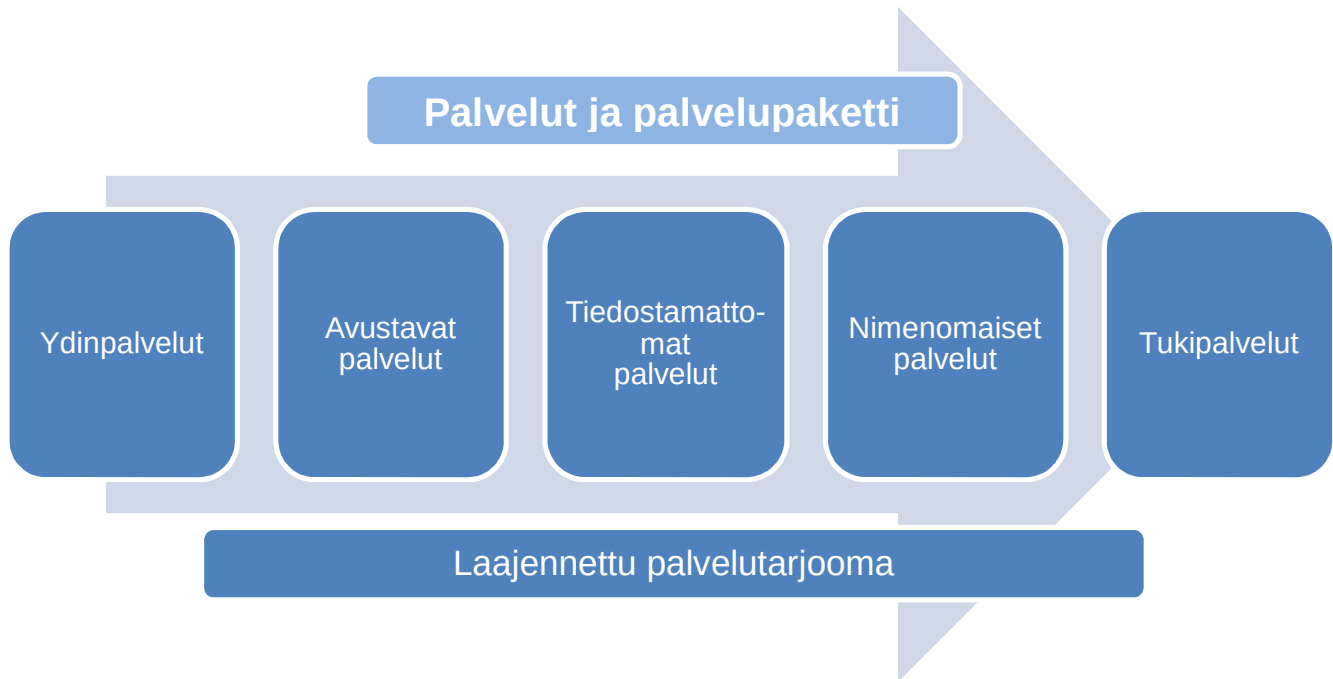
Palveluorganisaatioiden vuorovaikutus

Vuorovaikutus palveluorganisaatiossa ryhmittyy seuraavasti:

- asiakkaiden ja työntekijöiden välinen vuorovaikutusviestintä, mikä riippuu työntekijöiden esiintymisestä, teoista ja sanoista ja
- asennoitumisesta
- vuorovaikutus konkreettisten ja teknisten resurssien kanssa, kuten työkalujen, automaattien, koneiden ja asiakirjojen kanssa.
- vuorovaikutus erilaisten järjestelmien kanssa, kuten odotus-, laskutus-, korjaus- sekä ajanvarausjärjestelmät. (Grönroos, 2009: 228.)

2.3 Käsitekehys

Tutkimuksen tavoitteena on suorittaa kolmen johtavan hissivalmistajan Suomen hissien kunnossapitopalvelujen vertailututkimus sekä vetää sen perusteella johtopäätöksiä alan palvelutarjonnasta yleensä. Käsitekehys on se tarkastelutyökalu, jonka avulla voidaan systemaattisesti analysoida kunkin hissivalmistajan palvelutarjooma kohta kohdalta seuraavassa osassa. Hissivalmistajien palvelutarjoomaa vertaillaan seuraavien kriteerien perusteella.



Kuva 2. Käsitekehys palvelutarjoomavertailuun.

Hissivalmistajien palveluita tarkastellaan palvelupaketin näkökulmasta ja vertaillaan yritysten ydinpalveluita, tukipalveluita, avustavat palveluita, nimenomaisia palveluita ja tiedostamattomia palveluita sekä laajennettua palvelutarjoomaa.

2.3.1 Palvelupaketti

Palvelupaketti määrittää, mitä osapalveluja palvelukokonaisuudessa täytyy olla, jotta asiakkaan tarpeet tulevat täytetyksi. Palvelupaketissa esitetään lopputulos eli kokonaisuus, joka asiakkaalle tarjotaan. Palvelupaketti jaetaan kahteen eri ulottuvuuteen, ydinpalveluun ja liitännäispalveluihin. (Miettinen, 2011: 43-44.)

2.3.2 Ydinpalvelut

Ydinpalvelu vastaa asiakkaan ensisijaiseen tarpeeseen (Miettinen, 2011: 43-44). Ydinpalvelu on se syy, miksi yritys toimii markkinoilla. Yrityksellä voi olla useita ydinpalveluita. Palvelun kilpailukyky ei välttämättä muodostuu ydinpalveluista, sillä usein saman alan

palveluntarjoajilla on hyvin samantyyppisiä ydinpalveluita keskenään. (Grönroos, 2009: 224.)

2.3.3 Avustavat palvelut

Avustavat palvelut nimensä mukaisesti avustavat palvelun käytössä, jotta itse palvelun käyttö olisi mahdollista (Miettinen, 2011: 43-44). Avustava palvelu on usein fyysinen resurssi, joka mahdollistaa palvelun tarjoamisen (Fitzsimmonds, 2004: 22).

Avustava palvelu voi olla myös tuote tai tavara, jota asiakas hankkii tai kuluttaa palvelua käyttäessään. Hyviä esimerkkejä tästä ovat esim. golfmailat golfkentällä tai sukset hiihtokeskuksessa. Asiakkailta kerätty data, asiakastieto, on myös avustava palvelu. Se mahdollistaa tehokkaamman ja räätälöidymmän palvelukokemuksen asiakkaalle. (Fitzsimmonds, 2004: 22.)

2.3.4 Tukipalvelut

Tukipalvelut tekevät palvelun käytön mukavammaksi ja helpommaksi, lisäävät arvoa sekä erilaistavat palvelun kilpailijoista. Ne eroavat avustavista palveluista siten, että ne niitä käytetään nimenomaan arvon lisäämiseksi, eikä helpottamaan ydinpalvelun käyttöä. Tukipalvelut ovat selkeä kilpailukeino, mutta eivät palvelun elinehto.

Liitännäispalveluilla yritykset erottautuvat toisistaan ja pyrkivät luomaan arvoa asiakkaille paremmin kuin kilpailijat omilla liitännäispalveluillaan. (Miettinen, 2011: 43-44.)

2.3.5 Nimenomaiset palvelut

Nimenomaiset palvelut ovat niitä hyötyjä, joita asiakas kokee helposti aistiensa avulla. Nämä ominaisuudet ovat palvelun luontaisia ja merkittäviä ominaisuuksia. Nimenomaisen palveluiden esimerkkinä on mm. kivun puuttuminen hampaan korjauksen yhteydessä ja palokunnan vasteaika. (Fitzsimmonds, 2004: 22.)

2.3.6 Tiedostamattomat palvelut

Implisiittisiä, tiedostamattomia palveluiden ominaisuuksia asiakas voi arvioida vain suurpiirteisesti oman tuntemuksensa mukaan. Esimerkkejä tiedostamattomien palveluiden ominaisuuksista ovat muun muassa pankkikonttorin yksityisyys tai huoleton autokorjaus. (Fitzsimmonds, 2004: 22.)

2.3.7 Laajennettu palvelutarjooma

Palvelujen vuorovaikutustilanteet koetaan eri tavoin aina tilanteen mukaan. Palveluiden yhteisten ominaisuuksien valossa on kolme ydinasiaa, joista prosessi rakentuu johtamisen näkökulmasta: palvelun saavutettavuus, vuorovaikutus palveluyrityksen kanssa ja asiakkaan osallistuminen. (Grönroos, 2009: 225-226.)

Asiakkaan osallistumisen helppoutta arvostellaan, miten paljon asiakkaan tulee itse nähdä vaivaa saadakseen palvelua. On myös arvioitava, miten monimutkaisia ja aikaa vieviä nämä toiminnot asiakkaalle ovat. (Grönroos, 2009: 228.)

Palvelun saavutettavuuteen vaikuttavat mm. henkilöstön suuruus ja osaaminen, aukioloajat, paljonko aikaa kuluu palvelun käyttämiseen, palvelupisteiden sijainti, ulkonäkö ja siisteys, palveluprosessiin samanaikaisesti osallistuvien asiakkaiden määrä ja ruuhkan organisointi. Edellä mainittujen syiden ja muuttujien perusteella asiakkaat mieltävät palvelun saavutettavuuden, ostamisen ja kuluttamisen joko helpoiksi tai vaikeiksi. (Grönroos, 2009: 226.)

3 Kolmen johtavan hissivalmistajan palvelutarjooman vertailu

Työn tarkoituksena on suorittaa johtavien hissivalmistajien kunnossapidon palvelupaketin vertailu ja arviointi yritysten internetsivustojen perusteella. Seuraavassa on kerrottu, mitä esimerkkipalveluja arviointikriteerit alalla usein kattavat ja peilattu palvelun teoriaa hissienkunnossapitoalaan.

Asiakkaat

Hissien kunnossapitomaailmassa asiakas (esim. taloyhtiö, liikekiinteistö, kauppakeskus, isännöitsijä) ja kuluttaja (asukas, asiakas) ovat eri henkilöitä ja kokevat käyttämänsä ja saamansa palvelun eri tavoin.

Ydinpalvelu

Hissivalmistajien ydinpalvelu on uusien hissien tuottaminen ja kunnossapitopalvelu sen tukipalvelu. Kun mietitään hissien kunnossapitopalvelua yksin, sen ydinpalvelu on hissien korjaaminen. Kunnossapitopalvelu ei ole pelkästään korjauspalvelu, vaan se on käytettävyyden tarjoamista. Laki ja alan yleinen tarjooma määrittävät ydinpalveluiden sisällön. Hissien huollon ja lainmukaisten tarkastusten lisäksi hissistä pelastamispalvelu on yksi alan ydinpalveluista.

Tukipalvelut

Tukipalveluna toimivat mm. erilaiset sähköiset palvelut, viestintäkanavat asiakkaan ja yrityksen välillä. Niiden avulla asiakas saa tietoa esim. laitteiden tilasta ja korjausten sisällöstä. Erityisesti näillä tukipalveluilla hissifirmat erottuvat toisistaan.

Avustavat palvelut

Avustavana palveluna toimii mm. asiakaspalvelu, jolle voi ilmoittaa hissivioista. Hissiyhtiön huolloista olevista laitteista kerätty data on myös avustava palvelu. Analysoidun tiedon perusteella laitteita voidaan huoltaa tehokkaammin ja tarkemmin. Huollossa olevan laitteen korjaukseen tarvitaan joskus varaosia, jotka ovat korjauksen mahdollistava palvelu.

Nimenomaiset palvelut

Hissien kunnossapitoalalla nimenomaisia palveluita ovat mm. vasteaika. Vasteaika tarkoittaa, kauanko aikaa kuluu vian ilmoittamisen ja asentajan saapumisen välillä. Korjaukseen kuluva aika on mitattavissa, ja se on siten myös nimenomainen palvelu. Kunnossapitoasentajan ulkoinen olemus ja huoltoauton siisteys ovat myös asiakkaan havaittavissa.

Tiedostamattomat palvelut

Tiedostamattomia palveluita on hankala esitellä eksaktisti. Ne perustuvat tunnelmaan ja asiakkaan kokemukseen palvelusta, Hissien kunnossapitoalan tiedostamattomiin palveluihin kuuluu kunnossapitoasentajien ystävällisyys ja tunne siitä, kuinka vaivatta vikaantuneen laitteen korjaus sujuu.

Laajennettu palvelutarjoama

Palvelun saavutettavuus

Henkilöstön suuruus ja osaamistaso ovat suoraan yhteydessä palvelun saavutettavuuteen hissien kunnossapitoalalla. Yritykset kouluttuvat jatkuvasti henkilökuntaansa, jotta he hallitsevat mahdollisimman kattavasti myös kilpailijoiden laitteiden korjaukset. Laitteiden korjausten aikataulu määrittyy pitkälti huoltosopimusten mukaan, mutta myös kunnossapitoyrityksen päivystysaikataulut ja päivystyshenkilökunnan määrä vaikuttavat saavutettavuuteen.

Asentajien sijainti ja piirikonttorien tiheys Suomessa vaikuttavat myös, miten nopeasti asentaja pääsee korjaamaan vikaantunutta laitetta. Asentajien ulkoinen olemus ja huoltoautojen siisteys voivat antaa asiakkaalle kuvan helposti lähestyttävästi asentajasta. Asentajat jättävät huoltokohteille tiedotteita korjauksen etenemisestä. Jos tiedotteet ovat selviä tai niitä ei ole, asiakas tai kuluttaja saa palveluyrityksestä epämääräisen kuvan tai kuvan, ettei mitään korjaus edes tapahdu. Ruuhkaisina aikoina asiakaspalvelun käyttäytyminen ja asentajien kiireensietokyky ja näiden seikkojen näkyvyys asiakkaille on kriittistä, sillä se antaa asiakkaille kuvan, miten palveluyritys organisoii erikoistilanteet. Ideaalia toki on, ettei kiire välity asiakkaille missään vaiheessa.

Muun muassa edellä mainittujen syiden ja muuttujien perusteella asiakkaat mieltävät palvelun saavutettavuuden, ostamisen ja kuluttamisen joko helpoiksi tai vaikeiksi.

Vuorovaikutustilanteet palveluyrityksen kanssa

Silloin kun asentaja käy korjaamassa vikaantunutta hissiä, hän on kohteella useimmiten yksin ilman asiakkaita tai kuluttajia. Ennen vian korjausta kuluttaja, esim. talon asukas, kokee vikaantuneen hissien harmillisena, koska ei voi käyttää sitä. Palveluna hissien korjaus voi olla kuluttajalle näkymätöntä, koska hän ei ole ollut sitä näkemässä. Asiakas esimerkiksi isännöitsijä voi saada valituksia kohteelta pitkään toimimatta olleesta hissistä ja voi olla yhteydessä kunnossapitopalvelua tarjoavaan yritykseen ja haluta selvitystä tilanteeseen. Yritys on silloin suorassa vuorovaikutuksessa asiakkaaseen. Myös silloin, kun tieto korjauksen valmistumisesta sekä työn raportointi saavuttaa asiakkaan esimerkiksi sähköisten viestintäjärjestelmän kautta, yritys on vuorovaikutuksessa asiakkaaseen ja se on palvelua.

Asiakaspalvelun ja kunnossapitoasentajien palveluasenne on yksi näkyvimmistä hissien kunnossapitopalvelun osista. Asiakas on vuorovaikutuksessa yritykseen myös silloin, kun hän sähköisesti tekee vikailmoituksen. Järjestelmän tulee olla selkeä ja käytäjäystävällinen, jotta asiakkaalle jää palvelutilanteesta positiivinen vaikutelma.

Asiakkaan osallistuminen

Asiakas osallistuu palvelutilanteen esim. ilmoittaessaan laiteviasta puhelimitse tai sähköisen palvelun kautta. On tärkeää, miten sujuva palvelutilanne on. Jos ilmoittaminen viasta koetaan monimutkaiseksi, aikaavieväksi ja annetut ohjeet ovat epäselviä, asiakas ei voi olla tyytyväinen saamaansa palveluun.

3.1 Palvelutarjooman vertailutaulukko

Seuraavassa taulukossa (taulukko 3) on KONE Hissit Oy:n, Otis Oy:n ja Schindler Oy:n kunnossapitopalvelujen vertailu. Vertailutaulukossa käydään läpi näiden kolmen yrityksen kunnossapitopalvelut. Palvelut ovat jaoteltu käsitekehityksen mukaisesti ydinpalveluihin, avustaviin palveluihin, tukipalveluihin, nimenomaisiin palveluihin ja tiedostamattomiin palveluihin.

Taulukko 3. Kolmen johtavan hissivalmistajan palvelutarjooman vertailu

	Kone Hissit Oy	Otis Oy	Schindler Oy
<i>Ydinpalvelut</i>			
Tavanomaiset kunnossapidon sopimustyytit	KONE Perusturva, KONE Plusturva, KONE Täysturva. Sopimustyytit eroavat toisistaan lähinnä siten, että sisältääkö sopimus korjauksen työtunteja ja korjauksen varaosia.	Laaja valikoima huolto-ohjelmia erilaisiin tarpeisiin, kuten huoltosopimus, Kokonaispalvelusopimus, kokonaispalvelusopimus. Eroina mm. yksityiskohtaisten laiteraporttien toimitusväli ja vasteaika.	Perushuoltosopimus, laajennettu huoltosopimus. Eroina mm. autokustannukset, korivalaistus, pientarvikkeet, hissin alle 2h vikakorjaukset kun käyttöhäiriö johtuu hissin omista laitteista.
Ennakoiva kunnossapito/Huolto Ennakoiva kunnossapito tarkoittaa kuluneiden osien vaihtamista ennen kuin ne aiheuttavat käyttökatkoja tai muita ongelmia.	Jokaiselle laitteelle oma kunnossapitosuunnitelma: vikaraporttien huolellinen analyysi. Työn tuloksena vikamäärät ovat laskeneet viidenneksellä viimeisen 10 vuoden aikana.	Oikeanlainen huolto oikeaan aikaan pidentää laitteen käyttöikää ja suojaa rakennuksen omistajan sijoitusta. Huollon tarve perustuu hissin käyttöympäristöön, käyttötiheyteen ja laitteiden säätöväleihin. Eri komponentit tarvitsevat huoltoa eri aikoina. Otisin huoltojärjestelmä analysoi kaikkia em. tekijöitä, jotta pystytään luomaan kullekin hissille yksilöllinen huoltoaikataulu ja -ohjelma.	Hissien kunto- ja vikaseuranta huoltokäyntien yhteydessä.
Vikojen korjaus ja korjaava kunnossapito	75% vioista korjattu 3h kuluessa ilmoituksesta. Keskimäärin käyttökatkoa tulee vuodessa huollon takia alle vuorokausi. Kunnossapidossa olevat hissit ovat käytössä keskimäärin 99,8 % vuoden tunteista.	Ei tietoa saatavilla.	Ei tietoa saatavilla.
Varaosat	Asentajalla on lähes poikkeuksetta tarvittavat varaosat autossaan. Autojen varaosavarastoa seurataan automaattisesti ja täydennetään jopa kaksi kertaa viikossa. Keskitettyssä varastossa on yli 150 000 varaosanimikettä, jotka saadaan kohteelle useimmiten jo seuraavaksi päiväksi.	Otis käyttää hisseissään aitoja Otis-varaosia, jotka ovat läpikäyneet teolliset testit. Optimaalisen käytettävyyden tekee mahdolliseksi Otisin kehittynyt varaosajärjestelmä sekä koulutettu huoltohenkilöstö.	24/7 varaosapalvelu hätätapauksissa. Keskusvarastossa yli 13000 varaosanimikettä.

Hälytysjärjestelmät Hissidirektiivi 95/16/EY edellyttää, että uusissa hisseissä on hälytysnappi, joka lähettää hälytyksen ja avaa kaksisuuntaisen puheyhteyden hälytyskeskukseen vuorokauden ympäri. Direktiiviä sovelletaan vuoden 1999 jälkeen asennettuihin uusiin hisseihin sekä vanhan hissin uusimiseen.	Konexion-järjestelmä: Asiakaspalvelu vastaa 24/7, keskimäärin 16s. Asiakaspalvelija voi soittaa hissiin ja kertoa avun saapumisesta. Järjestelmä hyödyntää langatonta GSM/3G-tekniologiaa. Puheyhteyden toimivuus testataan automaattisesti kerran vuorokaudessa. Kiinteä kuukausimaksu kattaa puhelut ja ylläpidon.	REM-järjestelmä: REM-järjestelmässä (Remote Elevator Monitoring) on jatkuva kaksisuuntainen ääniyhteys hissimatkustajien ja OTISLINE-palvelukeskuksen välillä REM on ympäri vuorokauden toimiva diagnoosi-, valvonta- ja kommunikaatiojärjestelmä REM-järjestelmä on suunniteltu palvelemaan 1-8 hissiä samalla keskusyksikkölaitteella.	AC TA-kaukohälytysjärjestelmä Servitelin kanssa: Luotettava hälytyssignaali hissikorissa. Hätäpalvelu 24/7, nopea vasteaika. Täyttää kaikki EN81-28 ja SNEL-turvallisuusvaatimukset. Helppo ja nopea asentaa. Jälkiasennuksessa AC TA täydentää olemassa olevaa ohjausjärjestelmää.
Pelastuspalvelu	Lähin asentaja on paikalla keskimäärin alle puolessa tunnissa hätätilanteessa koko maassa. Asiakaspalvelija voi soittaa hissiin ja kertoa avun saapumisesta.	Päivystyspalvelukeskuksen henkilökunta rekisteröi ja välittää edelleen kaikki hälytykset käyttäen apunaan uusinta tietotekniikkaa. Hissiin jäämistapauksissa apu ohjataan paikalle nopeasti päivystyspalvelun kautta.	Markkinoiden nopein hissistä pelastamispalvelu. Palvelukeskus paikantaa GPS-järjestelmän avulla lähimmän Schindlerin huoltoauton.
Lainmukaiset tarkastukset	Määräaikaistarkastuksen hallinnointipalvelut ja apu-työvoima koostuvat tehtävistä, jotka liittyvät kolmannen osapuolen suorittamaan lakisääteiseen hissilaitteen tarkastukseen. KONE osallistuu hissin määräaikaistarkastukseen ja toimii asiakkaan edustajana. Tarvittaessa KONE tarjoaa teknistä apua tarkastukseen.	Ei tietoa saatavilla.	Turvalaitteiden tarkastusohjelma on sisällöltään laajempi kuin hissitarkastajien käyttämä tarkastusohjelma.

Avustavat palvelut			
Viestintä, sähköiset palvelut	24/7 asiakaspalvelu Vikaviestipalvelu: Sen avulla saa tiedon laitteiden häiriöistä ja korjauksista reaaliajassa sähköpostiin KONE Online verkkopalvelusta saa laitteiden huoltohistorian ja aina ajantasaiset tiedot korjauskustannuksista. KONE Mobiili -sovelluksen avulla saa aina ajantasaiset tiedot laitteiden tilasta, suunnitelluista toimenpiteistä ja toimenpiteiden etenemisestä. KONE eOptimum antaa mahdollisuuden seurata laitteiden kuntoa ja kunnossapitotoimia internetin välityksellä sekä tarjoaa raportteja tehdyistä kunnossapitotoimista. Palvelun kautta näkee mm. laitteidensa nykyiset ylläpitokustannukset sekä huoltosopimustensa yksityiskohdat. Palvelut ovat maksuttomia.	24/7 asiakaspalvelu Oma hissien toimintaa voi seurata 24/7 internet-pohjaisen eService-palvelun avulla. Toimii otis.com-sivujen välityksellä ja antaa pääsyn kunnossapitoasiakkaille hissijärjestelmänsä tietoihin ja käyttöhistoriaan. Sen kautta voi jättää huoltoyhteydenoton ja tarkistaa niiden tilaa. E-Service yhdistelee REM-valvontajärjestelmän tuottamaa tietoa huoltoasentajien raportteihin. Palvelu on maksullinen. EMS Panorama™ on internet-pohjainen järjestelmä, jonka avulla rakennuksen henkilökunta voi valvoa, kontrolloida, raportoida ja hallinnoida erilaisia rakennuksen hissilaitteisiin liittyviä toimintoja.	24/7 asiakaspalvelu Schindler Dashboard on selainpohjainen palvelu, jossa asiakkaat voivat omilla tunnuksillaan seurata hissien huolto- ja korjaustapahtumia lähes reaaliaikaisesti. Lisäksi Schindler Dashboardin kautta onnistuu vikailmoituksen luonti. Järjestelmä on käytettävissä myös mobiilisovelluksena. Raportit ja tiedot ovat käytettävissä viimeisten 24 kuukauden ajalta. Hissien tarkkoja tietoja on helppo tarkastella, kuten sille tehtyjä huoltotoimia.
Yhteydenotto	Useita eri vaihtoehtoja tarjouspyynnöistä yleiseen yhteydenottoon. Lisäksi henkilökunnan avainhenkilöiden yhteystiedot ovat helposti löydettävissä.	Yleiset ja avainhenkilöiden yhteystiedot löytyvät nopeasti.	Yleiset ja avainhenkilöiden yhteystiedot löytyvät nopeasti.
Asiakaspalvelu	24/7 Koneen omaa henkilöstöä Vastaa keskimäärin 16 sekunnissa.	24/7 Päivystysaikana ulkoistettu	24/7 Päivystysaikana ulkoistettu
Palveluverkon laajuus / henkilöstö	30 toimipistettä, 35 huoltopäällikköä, noin 300 kunnossapitoasentajaa Suurissa kaupungeissa lähin asentaja on vain muutamien kilometrien päässä.	18 aluetoimipaikkaa Kouluttaa kentän huoltohenkilöstöä jatkuvasti hoitamaan vaativimmatkin huoltotehtävät.	5 aluetoimipaikkaa

	Säännöllinen asentajien koulutustarpeiden kartoitus. Järjestää lisäkoulutusta. Lisäkoulutukseen käytetään noin 48 tuntia vuodessa. Oma ammattioppilaitos Hyvinkäällä kouluttaa hissi-asentajia.	Kentän teknistä henkilökuntaa koulutetaan vähintään kolme päivää vuodessa.	
<i>Tukipalvelut</i>			
Riski- ja kuntoarviopalvelu	Edullisempi jo huollossa leville laitteille. Riski- ja kuntoarvio selvittää hissin turvallisuuden ja korjaustarpeet. Lisäksi arviolla selviää hissin tulevat korjaustarpeet, jotka on hyvä ottaa osaksi kiinteistön lakisääteistä kunnossapitotarveselvitystä.	Ei tietoa saatavilla.	Ei tietoa saatavilla.
Laskutus	Verkkolaskutuslomake helposti löydettävissä ja täytettävissä. Laskutustietojen muutossivusto ei toiminut vertailuhetkellä. Tietoa sähköisestä laskutuksesta esillä.	Ei tietoa saatavilla.	Laskutustiedot helposti löydettävissä, mutta muuta tietoa laskutuksesta ei ole saatavilla.
<i>Nimenomaiset palvelut</i>			
Laatu	ISO 9001 -laatu- ja ISO14001 -ympäristöjärjestelmä ovat todistus toiminnan laadusta. Mittaa ja kehittää kunnossapidon laatua jatkuvasti myös asiakastytyväisyyskyselyin.	ISO 9001 -laatusertifikaatin ja tiukan ACE-laadunparannusjärjestelmän (Achieving Competitive Excellence) avulla työntekijät tähtäävät päivä päivältä parempaan laatuun. Otis ja työntekijät noudattavat Service Excellence palvelukartan 12 ohjetta jokaisena päivänä. Service Excellence –palvelukartta selitetty yksityiskohtaisesti.	ISO9001 –laatusjärjestelmä takaa minimilaatustandardit henkilökunnan toiminnalle. Palvelun laatua ja sen tärkeyttä asiakastyössä on korostettu.

Vasteaika	Lähin asentaja on paikalla keskimäärin alle 30 minuutissa hätätilanteessa koko maassa. Vasteaika 4 tai 8 tuntia tai erikoisnopea vasteaika. Vasteaika sopimuksen mukaan, esim. vian korjaus 4 tunnin kuluessa vikailmoituksesta arkisin klo 7–16 tai vuorokauden ympäri. Sähköisen palvelun kautta voi seurata toteutuneita vasteaikoja.	Ei tietoa saatavilla.	Markkinoiden nopein hisistä pelastamispalvelu. Hätätapauksessa enintään 1h, muissa tapauksissa 4 työtuntia ilmoituksen vastaanottamisesta.
Turvallisuus	Kattavaa ja korostettu turvallisuusosio. Ohjeita turvalliseen laitteiden käyttöön. Lasten turvallisuus otettu huomioon. Yritysvastuuraportti esillä.	Turvallisuutta korostettu ja olennaiset turvallisuuskriteerit tuotu esiin. Vinkkejä turvaiseen hissimatkaan ja muiden laitteiden turvalliseen käyttöön.	Turvallisuus korostettu, mutta tietoa ei ole kattavasti saatavilla.
<i>Tiedostamattomat palvelut</i>			
Kunnossapito-asentajan päivä	Osio kertoo asentajan tavalisesta työpäivästä ja siitä, millaisia erilaisia työtehtäviä ja palvelutilanteita työpäivään sisältyy.	Ei tietoa saatavilla.	Ei tietoa saatavilla.

3.2 KONE Hissit Oy

Ydinpalvelut

KONE Hissit Oy:n palvelutarjooman ydinpalveluita ovat mm. hissien huolto, ennakkoiva kunnossapito, varaosat korjattaviin ja huollettaviin hisseihin sekä tarjota turvallista hissien käyttöä oikein toimivalla laitteella. Alan yritysten ydinpalvelut ovat keskenään hyvin samanlaisia. KONE Hissit korostaa ennakkoivan kunnossapidon hyötyjä, kattavaa varaosavalikoimaa ja turvallisuutta.

Hissistä pelastamispalvelu, hissien hälytysjärjestelmät ja muut turvallisuusseikat ovat tärkeitä ydinpalveluita, siksi ne ovat hyvin esillä ja niistä on kerrottu tarkasti sivustolla. Laki vaatii uusiin hisseihin hälytysjärjestelmät ja säännölliset tarkastukset turvallisuuden takaamiseksi. Varaosista, lainmukaisista tarkastuksista ja korjaavasta kunnossapidosta KONE Hissit Oy kertoo internetsivustollaan tarkemmin ja laajemmin kuin muut vertailtavat yritykset.

Avustavat palvelut

Yrityksen avustavia palveluita ovat mm. asiakaspalvelu, joille voi ilmoittaa laitevioista ja koko KONE Hissit Oy:n henkilöstö, joka mahdollistaa palvelun tarjoamisen. Yritys kouluttaa henkilöstöään säännöllisesti ja heillä on noin 300 kunnossapitoasentajaa Suomessa. Yhteydenotto yritykseen muissakin asioissa onnistuu eri väylien kautta helposti. Yritys on panostanut sähköisten palveluidensa valikoimaan ja eri vaihtoehtoja on enemmän kuin muilla vertailtavilla yrityksillä.

Tukipalvelut

Alan tukipalveluiden ja avustavien palveluiden raja on häilyvä, sillä mm. sähköiset palvelut, asiakaspalvelu sekä henkilöstö ovat sekä avustavia että tukipalveluita. KONE Hissit Oy:lla on internetsivustonsa mukaan lukuisia eri sähköisiä palveluita, joiden avulla asiakas voi seurata laitteidensa häiriötietoja, tulevia huoltoja ja kustannuksia. Tällä laajalla viestintätyökaluvalikoimalla KONE erottuu vertailtavista yrityksistä.

KONE Hissit Oy:n asiakaspalvelu KONE:en omaa henkilöstä, eikä sitä ole ulkoistettu. Tämä takaa asiantuntevamman palvelun asiakkaille, ja yritys erottuu vertailtavista kilpailijoistaan. Ydinpalveluihin listattu varaosavalikoima on myös tukipalvelu. KONE Hissit Oy:lla on laaja valikoima osia keskusvarastossaan ja nopea toimitusaika osille. Tälläkin tukipalvelulle yritys erottuu muista. Laskutusvaihtoehtoista sekä riski- ja kuntoarvioista yritys kertoo myös kattavasti. Muilla yrityksillä vastaava tietoa ei löytynyt.

Nimenomaiset palvelut

Asiakkaille ja kuluttajille palvelun laadun mittaaminen perustuu kokemukseen. Laatu on myös yksi alan yritysten ydinpalveluista ja sitä KONE Hissit Oy:kin korostaa kertomalla laatujärjestelmistään ja henkilöstön kehittämisestä. Turvallisuus voidaan laskea ydinpalvelunlisäksi myös nimenomaiseksi palveluksi. Yrityksen turvallisuuspalvelut ovat kattavia ja tieto niistä on kerrottu kattavasti internetsivustolla. Lisäksi yrityksen yritysvastuuraportti oli esillä.

Vasteaika vian ilmoittamisesta asentajan saapumiseen on tärkeä nimenomaisten palveluiden mittari. KONE Hissit Oy:n asentajat ovat paikalla hätätilanteessa vertailun perusteella nopeinten. Tavallisen vian korjaamiseen kuluva vasteaika riippuu sopimuksesta.

Tiedostamattomat palvelut

Hissien kunnossapitoalan tiedostamattomia palveluita on hankala esittää eksaktisti internetsivustoilla. KONE Hissit Oy:n sivustolta löytyi kuitenkin osio, joka kertoo kunnossapitoasentajan päivästä. Tällainen sisältö internetsivustolla tuo yritystä ja sen palveluita lähemmäs asiakasta, kun asiakas tietää mitä asentaja oikeasti työpäiviensä aikana tekee. Tämä luo positiivista kuvaa yrityksen asentajista ja palveluista yleensä.

Laajennettu palvelutarjoama

Yritysten on haastavaa kuvata saavutettavuutta, vuorovaikutusta ja asiakkaan osallistumista internetsivustoillaan, mutta KONE Hissit Oy on onnistunut kertomaan kattavasti palveluistaan ja siinä samalla tuonut esiin seikkoja, jotka liittyvät näihin kriteereihin.

Hyvin rakennetuista ja kattavista internetsivuista tulee KONE Hissit Oy:n asiakkaalle vaikutelma, että hänen on helppo löytää tietoja ja ottaa yhteyttä yritykseen. Yhteydenotto-lomakkeet sivustolla ovat vaivattomia ja nopeita täyttää, ja ne helpottavat asiakkaan asiointia sivustolla. Sähköiset palvelut ja asiakaspalvelut ovat helposti saavutettavissa.

KONE Hissit Oy:lla on vertailun mukaan paljon enemmän henkilökuntaa kuin muilla vertailun yrityksillä. Se antaa asiakkaalle vaikutelman hyvinvoivasta yrityksestä, joka voi palvella nopeasti. Palveluverkosto on laaja ja kattaa koko Suomen.

KONE Hissit Oy:n palvelutarjooman yhteenveto

KONE Hissit Oy:n palvelutarjooma on laaja internetsivuston ja vertailun perusteella. Kaikkien osa-alueiden palveluista löytyy tietoa, monista erittäin kattavasti. Erityisesti KONE Hissit Oy:n palvelutarjooma erottuu edukseen tukipalveluiden, nimenomaisten ja tiedostamattomien palveluiden kohdalla. Kilpailijoilta ei löytynyt näiltä palveluosa-alueilta yhtä monipuolisesti tietoa. Ydinpalveluista löytyy runsaasti tietoa, mutta koska ne ovat alalla kovin samantyyppisiä keskenään, yritysten on tarkasti tarjottava tietoa tärkeimmistä palveluistaan. Tukipalveluillaan yritys erottuu eniten, sillä muilta kahdelta vertailtavalta yritykseltä ei löydy yhtä kattavaa tietopakettia sähköisistä palveluista, henkilöstön koulutuksesta ja osaamisesta eikä yhtä monia yhteydenottovaihtoehtoja.

3.3 Otis Oy

Ydinpalvelut

Otis Oy kertoo internetsivustollaan kattavasti melko kattavasti ydinpalveluistaan. Eniten yritys kertoo ennakoivasta kunnossapidosta, varaosista ja hälytysjärjestelmistään. Tavalliset kunnossapitosopimukset ovat sisällöltään hyvin samanlaisia kuin kahdella muulla vertailtavalla yrityksellä.

Otis Oy:n sivuilta ei löytynyt tietoa vikojen korjauksesta ja korjaavasta kunnossapidosta eikä lainmukisista tarkastuksista.

Avustavat palvelut

Otis Oy:n palvelut kuten sähköiset viestintäpalvelut ja asiakaspalvelu ja koko henkilöstö ovat avustavia palveluita. Yrityksellä on melko laajat sähköiset palvelut asiakkaitaan varten. Otis Oy:lla on eri ohjelmia joiden avulla asiakkaat voivat tarkastella laitteiden käyttöhistoriaa ja huolto raportteja. Yritys erottuu muista erityisesti EMS Panorama™ -palvelulla, jolla rakennuksen henkilökunta voi monitoroida, kontrolloida ja raportoida hissilaitteisiin liittyviä toimintoja.

Otis Oy:lla on 18 aluetoimipaikkaa Suomessa, ja yritys kouluttaa henkilöstöään jatkuvasti. Yhteydenotto yritykseen käy helposti, sillä kaikki yhteystiedot ovat helposti löydettävissä.

Tukipalvelut

Alan tuki- ja avustavat palvelut ovat vaikeasti eroteltavissa myös Otis Oy:n palveluita vertailtaessa. Edellä avustavissa palveluissa mainitut palvelut ovat myös tukipalveluita, joiden avulla yritys erottuu kilpailijoistaan. Henkilöstön osaaminen ja sähköiset palvelut ovat tärkeässä asemassa, kun yritys haluaa erottua muista. Otis Oy:n sivuilta ei löytynyt tietoa laskutuksesta eikä riski- ja kuntoarviopalveluista.

Nimenomaiset palvelut

Yritys noudattaa samaa laatujärjestelmää kuin muutkin vertailtavat yritykset. Lisäksi yritys kertoo sivustollaan henkilöstön noudattavan joka päivä Service Excellence -palvelukartan ohjeita. Muilta vertailtavilta yrityksiltä tällaista palveluohjetta henkilöstölle ei löydy internetsivustojen perusteella. Otis Oy:n sivuilta ei löytynyt tietoa vasteajasta.

Tiedostamattomat palvelut

Alan tiedostamattomia palveluita on hankala esittää internetsivustoilla. Kunnossapitoasentajan päivästä kertovaa tai muutakaan vastaavaa osiota ei löydy Otis Oy:n sivuilta.

Laajennettu palvelutarjooma

Yritysten on vaikeaa kuvata saavutettavuutta, vuorovaikutusta ja asiakkaan osallistumista internetsivustoillaan. Internetsivustolla on melko monipuolisesti tietoa palveluista, ja asiakkaan on helppo löytää yrityksen ja avainhenkilöiden yhteystiedot. Yhteydenotto-lomake sivustolla ovat helppo ja nopea täyttää. Sähköiset palvelut ja asiakaspalvelu ovat helposti saavutettavissa. Otis Oy:lla on 18 aluetoimipaikkaa ympäri Suomen, joten palvelu on hyvin saavutettavissa helposti ainakin isoimmilla paikkakunnilla.

Otis Oy:n palvelutarjooman yhteenveto

Otis Oy:n palvelutarjooma on melko laaja internetsivuston ja vertailun perusteella. Monien vertailtavien osa-alueiden palveluista löytyy tietoa, monista palveluista kattavasti. Kaikista palveluista ei kuitenkaan löydy informaatiota. Otis Oy:n palvelutarjooma on hyvä avustavien palveluiden kohdalla. Sähköisten palveluiden valikoima on hyvä ja erityisesti EMS Panorama™ -palvelu erottaa yrityksen kilpailijoista, Ydinpalveluista löytyy melko hyvin tietoa, mutta lainmukaisista tarkastuksista ja korjaavasta kunnossapidosta ei löytynyt lainkaan tietoa. Tukipalveluiden kattavuus ei ole yhtä laaja kuin vertailun ensimmäisellä yrityksellä.

3.4 Schindler Oy

Ydinpalvelut

Schindler Oy:n ydinpalvelut ovat kattavasti esillä yrityksen internetsivustolla. Tietoa löytyy kaikista vertailuun valituista palveluista paitsi korjaavasta kunnossapidosta. Erityisen hyvin tietoa oli saatavilla Schindlerin hälytysjärjestelmistä sekä hissistä pelastamispalvelusta, jonka yritys kertoo olevan markkinoiden nopein. Lisäksi yritys erottautuu lainmukaisilla tarkastuksilla. Turvalaitteiden tarkastusohjelma on sisällöltään laajempi kuin hissitarkastajien käyttämä tarkastusohjelma.

Avustavat palvelut

Schindler Oy:lla on myös valikoima sähköisiä palveluita ja 24/7-asiakaspalvelu, kuten muillakin vertailun yrityksillä. Sähköinen viestintäpalvelu Schindler Dashboard auttaa

asiakkaita hallinnoimaan ja seuraamaan vikahistoriaa, korjauksia ja muita laitetietoja ja raportteja. Schindler Oy:lla on vertailun vähiten aluetoimipaikkoja ja eikä sen sivustolla kerrota henkilöstön koulutuksesta lisätietoja.

Tukipalvelut

Alan tukipalveluiden ja avustavien palveluiden raja on vaikeasti eroteltavissa myös Schindler Oy:n palveluita tarkasteltaessa. Edellä mainitut palvelut ovat myös tukipalveluita. Ydinpalveluihin listattu varaosavalikoima on myös tukipalvelu. Yrityksellä on tarjonnassaan 24/7-varaosapalvelu hätätapauksia varten. Muilla yrityksillä vastaavaa palvelua ei ole mainittu. Schindler Oy:n sivuilta ei löytynyt tietoa laskutuksesta eikä riski- ja kuntoarviopalveluista.

Nimenomaiset palvelut

Schindler Oy noudattaa samaa laatu järjestelmää kuin muutkin vertailtavat yritykset. Palvelun laatua ja sen tärkeyttä asiakastyössä on korostettu paljon. Yritys kertoo vasteaikansa olevan markkinoiden nopein hissistä pelastamispalveluissa ja tavallisesti vasteajan kerrotaan olevan maksimissaan neljä tuntia. Tämä on vähemmän kuin vertailussa KONE Hissit Oy:llä.

Tiedostamattomat palvelut

Alan tiedostamattomia palveluita on haastavaa kuvata internetsivustoilla. Kunnossapitoasentajan päivästä kertovaa tai muutakaan vastaavaa osiota ei löydy Schindler Oy:n sivuilta.

Laajennettu palvelutarjooma

Yritysten on haastavaa kuvata palvelutarjooman saavutettavuutta, vuorovaikutusta ja asiakkaan osallistumista internetsivustoillaan. Schindler Oy:n internetsivustolla on tarvittavat tiedot palveluista ja asiakkaan on helppo löytää yrityksen eri yhteystiedot. Sähköiset palvelut ja asiakaspalvelu ovat helposti saavutettavissa. Schindler Oy:lla on viisi aluetoimipaikkaa Suomessa, joten palvelu on saavutettavissa vain isoimmilla paikkakunnilla.

Schindler Oy:n palvelutarjooman yhteenvedo

Schindler Oy:n palvelutarjooma on tyydyttävä internetsivuston ja vertailun perusteella. Monien vertailtavien osa-alueiden palveluista löytyy tietoa Schindler Oy:n sivuilta, muutamasta palvelusta kattavasti. Kaikista palveluista ei kuitenkaan löydy tietoa. Schindler Oy:n palvelutarjooma on melko hyvä ydinpalveluita tarkasteltaessa. Pelastuspalvelu on muita nopeampi ja tarkastukset laajempia kuin laki edellyttää. Tuki- ja avustavien palveluiden kattavuus ei ole yhtä laaja kuin vertailun muilla yrityksillä. Schindler Oy:lla on viisi aluetoimipaikkaa Suomessa, joten palvelu on saavutettavissa vain isoimmilla paikkakunnilla.

3.5 Suoritetun vertailun yhteenvedo, johtopäätökset ja kehitysehdotukset

3.5.1 Yhteenvedo ja johtopäätökset

Hissien kunnossapitoalan ydinpalvelut ovat lähes identtisiä keskenään, kuten teoriaosuudessa käy ilmi. Kaikki kolme vertailtavaa yritystä kertovat eniten ydinpalveluistaan internetsivustoillaan. Erityisen paljon on keskitytty turvallisuusseikkoihin, hälytysjärjestelmiin ja kunnossapitosopimuksiin.

Avustavat palvelut, kuten sähköiset viestintäpalvelut ja asiakaspalvelun toiminta on hyvin esillä kaikilla yrityksillä. Sähköiset palvelut ovat sekä avustavia että tukipalveluita. Sähköinen viestintä ja palveluvaihtoehtojen laajuus on hyvällä tasolla kaikilla yrityksillä. Palveluverkostosta on kaikilla yrityksillä tietoja, KONE Hissit Oy:lla ja Otis Oy:lla laajemmin kuin Schindler Oy:lla.

Nimenomaisten ja tiedostamattomien palveluiden vertailu on haastavaa, sillä näitä palveluja on vaikeaa kuvata internetsivustoilla, koska esimerkiksi asiakkailta ja kuluttajilta palvelun laadun mittaaminen perustuu kokemukseen. Turvallisuus voidaan laskea ydinpalvelunlisäksi myös nimenomaiseksi palveluksi. Yritysten turvallisuuspalvelut ovat kattavia, ja tieto niistä on kerrottu laajasti internetsivustolla.

Yritysten on myös haastavaa kuvata saavutettavuutta, vuorovaikutusta ja asiakkaan osallistumista internetsivustoillaan. Vertailtavista yrityksistä etenkin KONE Hissit Oy on

onnistunut kertomaan kattavasti palveluistaan ja samalla tuonut esiin seikkoja, jotka liittyvät näihin kriteereihin. Muiden yritysten sivustoilta löytyi lähinnä saavutettavuutta kuvailevia palveluita.

Hyvin rakennetuista ja kattavista internetsivuista sekä yhteystietojen helposta löytämisestä asiakkaalle vaikutelma, että hänen on helppo löytää tietoja ja ottaa yhteyttä yritykseen. Sähköiset palvelut ja asiakaspalvelut ovat helposti saavutettavissa kaikilla yrityksillä. KONE Hissit Oy:lla on vertailun mukaan paljon enemmän henkilökuntaa kuin muilla vertailun yrityksillä. Se antaa asiakkaalle vaikutelman hyvinvoivasta yrityksestä, joka voi palvella nopeasti. Palveluverkosto on laaja ja kattaa koko Suomen. Valtaosa vertailtavista tiedoista oli helppo löytää yritysten internetsivustoilta. Internetsivustot olivat selkeitä ja jäsenneltäviä, mikä helpotti tiedon löytämistä.

KONE Hissit Oy:n selkein vahvuus palvelutarjoomavertailussa on palvelujen laajuus. Yrityksellä on enemmän eri palveluita kuin muilla yrityksillä ja kaikista palveluista on kerrottu kattavasti internetsivustoilla. KONE Hissin Oy:lla on myös laajin henkilöstö Suomessa ja laajimmat sähköiset viestintäpalvelut. Internetsivustot olivat monipuoliset ja kaikesta tarvittavasta löytyi tietoa.

KONE Hissit Oy:n sivustoilta löytyi tietoa kaikkiin vertailun palveluista reilusti. Laatuasioista ei KONE Hissit Oy:n sivustolta löytynyt yhtä paljon tietoa kuin muista yrityksen palveluista, mutta tietoa oli silti yhtä paljon esillä kuin vertailun muilla yrityksillä.

Otis Oy:n vahvin osa-alue palvelutarjoomavertailussa on sähköiset palvelut. Niitä on monia erilaisia ja EMS Panorama™:n kaltaista palvelua ei löydy muilta vertailun yrityksiltä. KONE Hissit Oy:lla on kuitenkin vertailussa enemmän erilaisia palveluita tarjolla.

Otis Oy:n vertailussa ilmi käyneet heikkoudet ovat internetsivuston vähempi kattavuus. Esimerkiksi sivustolta ei löydy lainkaan tietoa yrityksen vasteajoista, laskutuksesta eikä lainmukaisista tarkastuksista. Nämä kaikki kolme palvelua ovat tärkeitä asiakkaille ja lopputähtäjille. Internetsivustot eivät olleet yhtä selkeät kuin KONE Hissit Oy:lla ja tiedon löytymiseen kului enemmän aikaa kuin KONE Hissit Oy:n sivustolla. Lisäksi tieto palveluista ei ollut tarkkaa vaan ympäröivää kuvailua laadusta ja palvelun tärkeydestä yleensä.

Schindler Oy merkittävin vahvuus vertailussa on yrityksen pelastuspalvelu sekä turvalaitteiden tarkastusohjelma. Pelastuspalvelu on yrityksen mukaan markkinoiden nopein ja tarkastusohjelma laajempia kuin hissitarkastajien omat ohjelmat.

Schindler Oy:n selkeät heikkoudet ovat henkilöstön pienuus verrattuna muihin yrityksiin sekä yksipuolisempi palveluvalikoima. Internetsivustot olivat selkeät, mutta tietoa eri palveluista ja niiden osa-alueista ei ollut kattavasti saatavilla. Monia palveluita oli esitelty vain parilla lauseella.

Kone Hissit Oy:lla on tämän hissivalmistajien kunnossapitopalvelujen vertailututkimuksen mukaan laajin palvelutarjooma sekä monipuolisimmat palvelut, joista löytyy tietoa helposti ja monipuolisesti.

Vertailututkimuksen palvelutarjoomaltaan heikoin yritys internetsivustojensa perusteella on Schindler Oy. Hyvät ja osittain muita laajemmat ydinpalvelut eivät riitä, jos ei liitännäispalveluilla erottua muista kilpailijoista. Henkilöstö on paljon pienempi kuin muilla ja liitännäispalveluita on vähemmän kuin muilla yrityksillä.

3.5.2 Kehitysideat

Kaikki vertailtavat yritykset voivat kehittää palveluitaan paremmiksi. Yritykset voivat kehittää internetsivustojaan kattavimmiksi ja selkeämmiksi. Eri palvelut ja korjausmahdollisuudet ja niiden hyödyt tulisi tuoda entistä paremmin esiin internetsivustoilla.

Otis Oy:n ja Schindler Oy:n tulisi erityisesti kehittää internetsivustojensa sisältöä ja kertoa monipuolisemmin tarjonnastaan. Kunnossapitosopimukset ovat aina paketteja yrityksen kaikista palveluista, siksi palveluita tulisi yhdistää kokonaisuuksiksi sivustoilla, jotta asiakkaiden olisi helpompi hahmottaa kokonaisuudet. Tämän myötä palveluiden vertailu asiakkaille ja kuluttajille helpottuisi. Vertailussa ilmi tulleita palvelupuutteita ei välttämättä oikeassa elämässä ole. Niitä ei ole vain kirjattu yritysten internetsivustoille.

Yritysten kannattaa panostaa palvelukokemuksen parantamiseen, sillä vuorovaikutustilanteet vaikuttavat asiakkaisiin jopa itse ydinpalvelua enemmän ja yritykset voivat helpommin erottautua laajennetulla palvelutarjoomalla kuin ydinpalveluillaan. Yrityksen vuorovaikutustilanteet vaikuttavat hissien kunnossapitoalalla eri tavoin asiakkaisiin ja ku-

luttajiin. Molempiin tulee panostaa enemmän. Taloyhtiöasiakkaille ja kuluttajille vuorovaikutus on tärkeämpää ja ihmisläheisempään kuin esimerkiksi kauppakeskuksissa. Palvelukokemuksen parantaminen vaatii tarkempaa taustatyötä, jotta yritykset voivat vastata asiakkaiden tarpeisiin vastaaminen entistä paremmin. Vuorovaikutuksessa, saavutettavuudella ja asiakkaan osallistumisella on merkittävät vaikutukset asiakaskokemuksiin, mielipiteisiin sekä brändiin.

Palvelumuotoilun avulla uusia hissien kunnossapitoyritykset voivat saada uusia näkökulmia ja uudenlaista yhteistyötä asiakkaiden kanssa. Palvelumuotoilu tarkoittaa palveluiden kehittämistä, innovointia ja suunnittelua muotoilussa kehitetyin keinoin.

4 Johtopäätökset

4.1 Yhteenveto koko vertailututkimuksesta

Insinööriyössä tutkittiin kolme suuren hissivalmistajan kunnossapitopalveluja Suomessa. Työllä pyrittiin tutkimaan kolmen johtavan hissivalmistajan palvelutarjoomaa vetää sen perusteella johtopäätöksiä alan palvelutarjonnasta yleensä.

Insinööriyö aloitettiin esittelemällä kohdeyritykset, hissien kunnossapito sekä työn tavoitteet ja toteutus. Työllä tutkittiin KONE Hissit Oy:n, Otis Oy:n ja Schindler Oy:n hissien kunnossapitopalveluita ja palvelutarjoomaa. Tutkimuksen perusteella voi vetää johtopäätöksiä alan palvelutarjonnasta. Vertailuun valittiin vain johtavia hissivalmistajia, jotka huoltavat hissejä Suomessa. Vertailun ulkopuolelle jätettiin vain kunnossapitopalveluja tarjoavat yritykset, jotka eivät valmista hissejä.

Insinööriyössä keskityttiin palveluiden, erityisesti palvelupaketin näkökulmaan. Alan kirjallisuudesta koottiin parhaita näkökulmia palvelupaketin ja laajennetun palvelutarjooman tarkasteluun. Näistä näkökulmista koottiin käsitekehys, jonka avulla hissivalmistajan palvelutarjoomaa vertailtiin. Käsitekehys käsittää ydinpalvelut, avustavat palvelut, tukipalvelut, nimenomaiset ja tiedostamattomat palvelut sekä laajennetun palvelutarjooman.

Vertailtava aineisto hankittiin yritysten internetsivustoilta, yritysten sisäisiä materiaaleja eikä erikseen hankittavia palveluesitemateriaaleja käytetty. Vertailtavien yritysten palveluista koottiin taulukko, johon on koottu kaikki määritellyt palvelut yritysten internetsivustoilta. Vertailussa pyrittiin selvittämään eroavaisuuksia yritysten palveluissa ja palvelupaketeissa.

Työstä käy ilmi, että alan ydinpalvelut ovat hyvin samankaltaisia keskenään, eivätkä yritykset voi erottautua niillä. Eniten eroavaisuuksia löytyi tuki- ja avustavista palveluista. Internetsivustojen perusteella oli haastavaa tutkia nimenomaisia ja tiedostamattomia palveluita.

Kone Hissit Oy:lla on tämän hissivalmistajien kunnossapitopalvelujen vertailututkimuksen mukaan laajin palvelutarjooma sekä monipuolisimmat palvelut, joista löytyy tietoa helposti ja monipuolisesti. Vertailututkimuksen palvelutarjoomaltaan heikoin yritys on Schindler Oy. Hyvät ja osittain muita laajemmat ydinpalvelut eivät riitä, jos ei voi liittännäispalveluilla erottua muista kilpailijoista. Henkilöstö on paljon pienempi kuin muilla ja liittännäispalveluita vähemmän kuin muilla yrityksillä. Vertailussa ilmi tulleita palvelupuutteita ei välttämättä oikeassa elämässä ole. Niitä ei ole vain kirjattu yritysten internetsivustoille.

Insinööriyön vertailu antoi kattavan kuvan alan palvelutarjonnasta ja palveluvaihtoehtoista alalla. Merkittävimmät kehitysehdotukset keskittyvät palveluiden parempaan esille tuontiin, palveluiden kokonaisuuksiksi kehittämiseen sekä vuorovaikutustilanteiden ja palvelukokemuksen kehittämiseen. Palvelumuotoilun hyödyntäminen hissienkunnossapitoalalla voi tuoda uutta ja innovatiivista näkökulmaa alan palveluiden kehittämiseen asiakaslähtöisempään suuntaan.

4.2 Jatkotoimenpiteet

Insinööriyössä tarkasteltiin hissivalmistajien kunnossapitopalveluja ja lopputulemana tärkeimmiksi kehityskohteiksi paljastuivat yritysten internetsivustot yleensä ja palveluiden esittäminen. Palveluiden tehokkaampi esille tuonti ja palveluiden koonti kokonaisuuksiksi on tärkeää, jotta palvelutarjooma avautuu asiakkaille paremmin. Vuorovaikutustilanteiden ja palvelukokemuksen kehittäminen on myös tärkeää. Palvelumuotoilun käyttäminen alalla voi tuoda uusia näkökulmia alan palveluiden kehittämiseen.

4.3 Arvio työn onnistumisesta

Insinööriyötä voidaan pitää onnistuneena, sillä työn lopputulos vastaa alussa määritettyä tavoitetta. Työ antaa kattavan kuvan hissivalmistajien kunnossapitopalvelualasta ja vertailun perusteella voitiin löytää kehitysehdotuksia alan yrityksille.

Työssä keskityttiin palveluiden ja palvelupaketin näkökulmaan. Vaikka työ rajattiin nimenomaan palvelupaketin tarkasteluun, lopputulokset olisivat todennäköisesti olleet samoja vaikka palveluita oli vertailtu eri näkökulmasta. Vertailussa otettiin huomioon kaikki kunnossapitopalveluiden osa-alueet mitä internetsivustojen perusteella oli käytettävissä.

Työssä kuvattiin käytetyt menetelmät ja niitä seurattiin työn toteutuksessa. Työ antoi arvokasta tietoa hissivalmistajien kunnossapitopalvelualasta, ja löydetty kehitysehdotukset alan yrityksille ovat hyödyllisiä. Työn tuloksia voidaan pitää melko luotettavina, mutta täytyy huomioda, että vertailussa ilmi tulleita palvelupuutteita ei välttämättä oikeassa elämässä ole olemassa. Kaikkia palveluita ei vain ole kirjattu yritysten internetsivustoille. Pelkästään tämän suppean vertailun perustella ei voida tehdä isoja johtopäätöksiä palvelutarjonnasta eikä ottaa käyttöön kehitysehdotuksia. Laajempi tarkastelu ja vertailu kattavin asiakastutkimuksin toisi paremman näkökulman alan palveluhaasteisiin.

Aihe oli erittäin mielenkiintoinen. Se opetti paljon kunnossapitopalvelualasta, hissialasta, kolmesta suuresta hissivalmistajasta ja heiden palveluidensa eroavaisuuksista. Olen työskennellyt yhden vertailtavan hissivalmistajan palveluksessa noin kolme vuotta, suurimman osan ajasta kunnossapidon parissa. Hissialan työkokemus on antanut paljon ymmärrystä hissien kunnossapitopalveluita ja niiden eri ominaisuuksia kohtaan. Pyrin kuitenkin tarkastelemaan palveluita objektiivisesti ja siinä auttoi työn rajaaminen ja aiheiston rajaaminen vain yritysten internetsivustoihin.

Lähteet

Fitzsimmonds J., Fitzsimmonds M., Service Management 4th Edition. 2004. 22. New York: McGraw Hill.

Grönroos C. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 2009. 76- 88, 224-228. Helsinki: WSOYpro.

Kone Oyj. Verkkosivusto. <http://www.kone.com/fi/yhtio/kone-lyhyesti/>. Luettu 6.5.2016.

Kone Oyj. Verkkosivusto. <http://www.kone.fi/kone-yrityksena/kone-suomessa/>. Luettu 6.5.2016.

Kotler P., Keller K. Marketing Management 12e. 2007. 423-426. New Jersey: Pearson Learning Solutions.

Miettinen S. Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hallintaan. 2011. 43-44. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.

Okkeri. Verkkodokumentti. <http://dspace.cc.tut.fi/dpub/bitstream/handle/123456789/20920/okkeri.pdf?sequence=3>. Luettu 7.5.2016.

Otis Elevator Company. Verkkosivusto. <http://www.otis.com/site/fi/Pages/OtisCountryOverview.aspx?menuID=6>. Luettu 6.5.2016.

Otis Elevator Company. Verkkosivusto. <http://www.otisworldwide.com/d1-about.html>. Luettu 6.5.2016.

Roland Berger. Verkkosivusto. http://www.rolandberger.com/expertise/industries/engineered_products_high_tech/industrial_services/. Luettu 7.5.2016.

Schindler. Verkkosivusto. <http://www.schindler.com/content/com/internet/en/about-schindler.html>. Luettu 6.5.2016.

Schindler. Verkkosivusto. <http://www.schindler.com/content/fi/internet/fi/about-us.html>. Luettu 6.5.2016.

Tukes. Verkkosivusto. <http://www.tukes.fi/fi/Palvelut/Tukes-ohjeet/1Sahko-ja-hissit/S6-11-Hissien-huolto-muutostyot-ja-tarkastukset/>. Luettu 6.5.2016.

Tukes. Verkkosivusto. <http://www.tukes.fi/fi/Toimialat/Sahko-ja-hissit/Hissit-ja-hissilaitteistot/Kaytto-ja-kunnossapito/>. Luettu 6.5.2016.

