

Lauri Sani

Informaation kulku autokorjaamolla

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Ajoneuvotekniikka

Insinöörityö

29.04.2018

Tekijä Otsikko	Lauri Sani Informaation kulku autokorjaamolla
Sivumäärä Aika	29 sivua + 5 liitettä 29.4.2018
Tutkinto	Insinööri (AMK)
Tutkinto-ohjelma	Ajoneuvotekniikka
Ammatillinen pääaine	Ajoneuvojen jälkimarkkinointi
Ohjaajat	Lehtori Pertti Ylhäinen
<p>Tässä insinööriyössä tutkittiin, miten informaatio kulkee autokorjaamolla, tarkemmin Toyota Tsusho Nordic Oy:n kahden eri toimipisteen, Toyota Kaivoksen ja Toyota Espoon korjaamoilla. Tavoitteena oli tarkastella, miten informaatio kulkee tällä hetkellä, millä osa-alueilla on parannettavaa ja mitä keinoja paremman informaation kulun saavuttamiseksi on käytettävissä. Informatiivisen viestinnän onnistuminen on yksi tärkeimmistä kriteereistä taloudellisesti kannattavassa korjaamotoiminnassa.</p> <p>Työssä tarkasteltiin kahta eri pääaluetta, sisäistä viestintää korjaamon henkilökunnan välillä, ja ulkoista viestintää korjaamon ja asiakkaan välillä. Sisäisessä viestinnässä, keskityttiin korjaamon suurimpaan ongelma-alueeseen, mekaanikon ja työnjohdon välillä tapahtuvaan viestintään. Eniten tarkasteltiin tärkeintä korjaamon sisäistä viestintävälinettä, jokaisesta korjaamolla suoritettavasta työstä kirjoitettavaa työmääräintä, joka on käytännössä asiakkaan ja korjaamon välinen sopimus, mutta siis myös tärkeä sisäisen viestinnän väline. Toteustus perustuu pääsääntöisesti omiin kokemuksiin ja henkilökunnalle suunnattuun kyselyyn.</p> <p>Ulkoisen viestinnän osa-alueella tarkasteltiin mitä keinoja asiakkaalla ja korjaamolla on tällä hetkellä viestiä keskenään, mitkä ovat niiden suurimmat ongelmat ja kuinka nämä ongelmat voisi ratkaista. Käytännössä tutkittiin, mitä kanavaa asiakas käyttää, kun hän ottaa yhteyttä korjaamolle, kuinka hyvin korjaamo vastaa hänelle ja mitä korjaamon tulisi tehdä, jotta asiakas olisi tyytyväinen ja että palvelu vastaisi hänen odotuksiaan.</p> <p>Tämän työn perusteella, parhaimmaksi ratkaisuksi sisäisen viestinnän ongelmiin muodostui Automaster käyttöjärjestelmään saatavilla olevat mobiilisovellukset nimeltään Mobiilimekaanikko ja Huoltoneuvoja</p> <p>Ulkoisen viestintä elää vahvaa murrosta, niin kuin koko korjaamoalakin. Tämän työn perusteella tulisi investoida verkkosivustoihin ja mobiilisovelluksiin, joiden kautta asiakas ja korjaamo voisivat viestiä.</p>	
Avainsanat	Huoltoneuvoja, viestintä, autokorjaamo

Author Title	Lauri Sani The flow of information in an auto repair shop
Number of Pages Date	29 pages + 5 appendices 29 April 2018
Degree	Bachelor of Engineering
Degree Programme	Vehicular technology
Professional Major	Automotive aftersales
Instructors	Lecturer Pertti Ylhäinen
<p>The purpose of this thesis was to investigate the flow of information in an auto repair shop, more accurately in the two main repair shops of Toyota Tsusho Nordic, which are Toyota Kaivoksela and Toyota Espoo. The aim was to look at how the information is currently flowing, what areas are to be improved and what are the available means to achieve better information flow. The success of informational communication is one of the most important criteria in an economically successful auto repair shop.</p> <p>The work focuses on two primary areas, internal communication between the repair shop staff and external communication between the repair shop and the customer. In the section about internal communication, the most problematic area of the workshop, the communication between the mechanic and the service advisor, is examined the most. And in this area, the focus is on the most important channel of communication, the work order written for all the procedures that the repair shop performs on the customers car. The work order is in practice, a contract between the customer and the repair shop, but is also an important way of communicating internally. The thesis based mostly on the writers own experience and a inquiry directed at the employees</p> <p>In the field of external communications, the focus is on the ways that the auto repair shop and the customer can communicate with each other. And what are the biggest problems in these channels and how these problems could be solved. In practice, what channel the customer uses when he or she contacts the repair shop, and how well the repair shop responds to them and what the repair shop should do to make the customer satisfied and that their expectations of the service are met.</p> <p>Based on this thesis, the best solution for internal communication problems would the Mo-biilimekaanikko and the Huoltoneuvoja applications available for the Automaster operating system that Toyota Tsusho Nordic uses.</p> <p>The auto repair business is living in a time substantial changes, and this also applies to the ways of communicating with the customer. Based on this thesis, an investment should be made on Internet and mobile applications, through which the customer and the repair shop could communicate.</p>	
Keywords	Service advisor, communication, auto repair shop

Sisällys

Lyhenteet

1	Johdanto	1
2	Inhimilliset tekijät viestinnässä	2
2.1	Tiedon siirron luotettavuus ja tunteiden vaikutus	2
2.2	Insinöörin näkökulma inhimillisten tekijöiden vaikutuksesta viestintään	3
3	Ulkoinen viestintä autokorjaamolla	4
3.1	Huoltoneuvojan työ	4
3.2	Huoltoneuvoja viestijänä	5
3.3	Interaktiivinen viestintä	7
3.3.1	Paikan päällä asiointi	7
3.3.2	Puhelin	8
3.4	Sähköinen viestintä	9
3.4.1	Sähköposti	9
3.4.2	Chat-palvelu	10
3.4.3	Tulevaisuudennäkymiä ja internetin mahdollisuudet	10
3.4.4	Toyota-huoltovaraus	11
3.5	Mahdollisia ratkaisuja	13
3.5.1	CCC	13
3.5.2	Huoltoneuvoja viestinnän ongelmien ratkojana	14
4	Sisäinen viestintä autokorjaamolla	14
4.1	Työjohdon ja mekaanikkojen välinen viestintä	14
4.2	Kysely työyhteisössä	16
4.3	Työmääräimet	17
4.3.1	Työmääräimeen kirjaaminen	17
4.3.2	Työmääräimien päättäminen	19
4.4	Ratkaisuja sisäisen viestinnän ongelmiin	20
4.4.1	CDK Globalin Mobiilimekaanikko-sovellus	20
4.4.2	Mobiilimekaanikko-sovellus TTN:n käyttöön	21
4.5	Pienryhmäpalaverit Toyota Kaivokselassa	22
4.6	Hallipalaveri Toyota Espoossa	24
5	Toiminta pienellä autokorjaamolla	24

6	Loppusanat	27
	Lähteet	29
	Liitteet	
	Liite 1. Asiakaspalaute 1	
	Liite 2. Asiakaspalaute 2	
	Liite 3: Asiakaspalaute 3	
	Liite 4: Asiakaspalaute 4	
	Liite 5: Asiakaspalaute 5	

Lyhenteet

AUNE	<i>Autoalan kuluttajaneuvottelukunta.</i> Autoalan kuluttajaneuvottelukunnan laatimat ja kuluttaja-asiamiehen tarkistamat moottoriajoneuvojen korjausehdot.
CCC	<i>Customer Care Center.</i> Keskitetty ajanvarauskeskus, joka palvelee kaikkien toimipisteiden asiakkaita.
THV	<i>Toyota-huoltovaraus.</i> Maahantuojan hallinnoima verkkosivusto, josta asiakkaat voivat itse varata huoltoaikoja.
TTN	<i>Toyota Tsusho Nordic Oy.</i>

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, miten informaatio kulkee autokorjaamolla, mitä informaation kulussa voitaisiin parantaa ja miten parannukset voitaisiin toteuttaa. Opinnäytetyössä käsitellään autokorjaamon sisäisen viestinnän ongelmia pääasiassa mekaanikkojen, huoltoneuvojen ja varaosahenkilöstön välillä. Toinen pääkohta on autokorjaamon ja asiakkaan välinen viestintä sekä viestinnän työkalut ja niiden ongelmat.

Käsitteillä viestintä ja informaation kulku viitataan tässä opinnäytetyössä käytännössä samaan asiaan. Viestinnän onnistumisella on vaikutusta liiketoiminnan kannattavuuteen, asiakastyytyväisyyteen ja työntekijöiden työhyvinvointiin. Kun asiakkaan ja korjaamon välinen viestintä on saumatonta, on asiakas tyytyväinen saamaansa palveluun. Täten on perusteltua miettiä ratkaisuja näihin ongelmiin. Työn sisältö pohjautuu pääsääntöisesti omaan, useamman vuoden työkokemukseeni autokorjaamoalalta. Työ sisältää myös liitteinä viisi kappaletta asiakastyytyväisyyskyselyitä. Näistä kyselyistä ilmenee useita asiakkaan kannalta keskeisiä ongelmia autonhuoltopalveluissa. Kyselyt on valikoitu niin, että ne sisältävät kriittistä palautetta.

Informaation kulku on yksi tärkeimmistä asioista yrityksen menestymisen kannalta. Jokaisessa yrityksessä työntekijöille herää jatkuvasti kysymyksiä, joihin vastauksen löytäminen vaikuttaa suoraan yrityksen menestykseen. Jotta toiminta olisi mahdollisimman virheetöntä ja sitä kautta myös mahdollisimman tuottavaa, tulee viestinnän olla mahdollisimman tehokasta. Tuottavan liiketoiminnan kannalta ensiarvoisen tärkeää on tietysti asiakkaan ja yrityksen välillä tapahtuva viestintä, mutta myöskään sisäistä viestintää ei tulisi unohtaa. Asiakkaan ja yrityksen välinen viestintä onkin yleensä helpompaa mieltää tärkeämmäksi, mutta itse asiassa sisäinen viestintä on liiketoiminnan tehokkuuden kannalta yhtä tärkeää kuin ulkoinenkin. Monesti autokorjaamoilla keskitytään itse autoon ja unohdetaan asiakas, vaikka itseasiassa asiakaspalvelun taso vaikuttaa asiakastyytyväisyyden kautta siihen, ostaako asiakas yrityksen palveluita uudelleen (Isohookana 2007: 138). Asiakas, jota on palveltu hyvin, on tyytyväinen ja tällöin hän palaa todennäköisemmin takaisin samalle korjaamolle, jolloin hänen tuomansa liiketoiminta ei päädy kilpailijoille.

Informaation kulun ja ihmisten välisen viestinnän haasteet ovat yleismaailmallisia ongelmia, joita esiintyy myös työelämän ulkopuolella. Ihmiset tulkitsevat viestit hyvinkin eri tavalla, vaikka alkuperäinen viesti olisikin kaikille sama. Tästä johtuen käsittelen tässä opinnäytetyössä myös hieman syitä meidän ihmisten tapaan toimia.

Opinnäytetyö on tehty työnantajalleni Toyota Tsusho Nordicille, lyhennettynä TTN, ja käytän esimerkkeinä niitä toimintatapoja, joihin kyseisen konsernin palveluksessa olen tutustunut. Olen työskennellyt konsernin pääkonttorissa Toyota Kaivokselassa sekä tätä opinnäytetyötä tehdessäni Toyota Espoossa. Yrityksellä on vielä kolmas autotalo, Tsusho-Auto Espoon Suomenojalla. Tsusho-Auton toimintaa en tässä työssä käsittele, sillä minulla ei ole riittävää kokemusta siellä työskentelystä. Aiemmin työskentelin pienemmällä valtuutetulla Toyota-korjaamolla, Autoverso Oy:ssä, joka sittemmin ajautui konkurssiin. Vertaan pienemmän autokorjaamon toimintaa ison autotalon toimintaan viestinnällisten erojen vuoksi.

2 Inhimilliset tekijät viestinnässä

2.1 Tiedon siirron luotettavuus ja tunteiden vaikutus

Ennen nykyistä tietoyhteiskuntaa informaation saaminen oli hyvin paljon vaikeampaa. Kun länsimaissa internet on tänä päivänä lähes kaikkien saatavilla missä tahansa, oli ennen turvauduttava lähinnä kirjatietoon ja kuulopuheisiin. Kirjatieto voi olla sinänsä yleensä hyvin luotettavaa, mutta jonkin yksittäisen tiedon etsiminen voi olla työlästä, kun taas kuulopuheet saattavat olla epäluotettavia. Kun yksi ihminen laittaa liikkeelle tiedon, jonka vuorostaan muutama muu ihminen välittää eteenpäin, saattaa alkuperäinen tieto olla täysin vääristynyt: jokainen lisää tarinaan jotain ja unohtaa kertoa jotain muuta. Vielä nykyäänkin moni tieto työpaikoilla välittyy kuulopuheiden kautta, mikä onkin täysin inhimillistä ja kuuluu yhteisömme toimintaan. Jokainen tekee omat johtopäätöksensä ja lukee rivien välistä eri asioita. Jopa teoreettisesti täydellisten informaatioportaalien tieto monimutkaistuu ja saa erilaisia merkityksiä ihmisten mielissä. Ihminen ei ole tiedon vastaanottajana kone, joka rekisteröi asiat tarkalleen niin kuin alkuperäisessä viestissä on kirjoitettu, vaan jokainen näkee asiat haluamallaan tavalla. Viestin oikea sisältö saattaa olla lukijalle täysin sivuseikka. Mistä tämä kaikki johtuu?

Me ihmiset olemme kuitenkin loppujen lopuksi tunteiden ja vaistojen varassa toimivia eläimiä. Vaikka tässä näennäisesti sivistyneessä yhteiskunnassa kykenemme erittäin pragmaattiseen ja loogiseen ajatteluun, niin viime kädessä meitä ohjaavat tunteet. Ne sanelevat elämässämme lähes kaiken. Hyvin harva ihminen valitsee itselleen esimerkiksi ruoan, harrastukset ja kumppanin vain pelkän logiikan avulla. Tähän opinnäytetyöhön ehkä parhaiten sopiva esimerkki tunteiden osuudesta ihmisten päätöksiin on auton hankkiminen, sillä auton valintaan vaikuttavat järkisyiden lisäksi tunnesyihin perustuvat tiedostamattomat tarpeet, kuten auton tuoma statusarvo (Jalonen ym. 2016: 65). Vaikka auton ominaisuuksilla ja käyttötärpeella on hyvinkin paljon merkitystä auton ostajalle, viimeisen päätöksen ostaja yleensä tekee sen perusteella, millaisia tunteita ja mielikuvia auto hänessä herättää. Moni puhuukin autoa hankkiessaan ”autokuumeesta”, joka on palava tunne, jossa ihminen kokee tarvitsevansa uuden auton, vaikka harvemmin tämän tunteen vallassa oleva ihminen kuitenkaan täysin välttämättä uutta autoa tarvitsee.

Tässä työssä liitteenä olevista asiakastytyväisyyskyselyistä on myös helposti pääteltävissä, että asiakkaan antama kriittinen palaute saattaa olla tunneperäinen reaktio, ennakkoluulo tai ihmisten välisessä viestinnässä tapahtuva tulkintavirhe.

2.2 Insinöörin näkökulma inhimillisten tekijöiden vaikutuksesta viestintään

Mitä on luotettava informaatio? Mistä oikeasti tietää jonkin asian olevan tosi? Jos tätä oikein syvällisesti ajattelee, voi olla vaikeaa uskoa enää mihinkään. Suurin osa tiedosta, jota pidämme totena, perustuu olettamukseen. Monille tämä oletamus riittää tai sillä ei ole sen suurempaa merkitystä. Miksi murehtia jostain, johon ei voi vaikuttaa? Lisäksi sellaisen tiedon saaminen, joka on varmasti todenmukaista, voi olla todella työlästä. Tiedonsaannin eteen täytyy nähdä todella paljon vaivaa.

Insinöörit pyrkivät aina tutkimaan asiat mahdollisimman tarkasti ja perustamaan päätelmänsä faktoihin olettamusten sijaan: jos jotain asiaa ei tiedä, täytyy tieto hankkia. Tarpeeksi tarkan tutkimustyön ja mahdollisimman monesta lähteestä saadun vertailutiedon perusteella insinöörin on mahdollista muodostaa arvio, joka on mahdollisimman lähellä totuutta. Toisaalta insinöörin on myös muistettava se, että mitä ei pystytä vääräksi todistamaan on aina mahdollista. On siis myös hyväksyttävä muutoksen mahdollisuus.

Se mitä tänään pidetään faktana, voi jo huomenna olla virheellistä tietoa. Otetaan nyt esimerkiksi klassikko: Maa on litteä. Kaikki tiesivät sen olevan fakta ennen kuin tiedon todistettiin olevan täysin virheellinen. Jotain ihmisten tavasta ajatella tunneperäisesti kertoo myös se, että vielä tänäkin päivänä jotkut ihmiset pitävät Maata litteänä. Jopa monet julkisuuden henkilötkin ajattelevat niin. Vaikka maailma on täynnä tutkimustietoa, perustetaan tilalle oma oletus, joka pohjautuu tunteisiin.

Nämä seikat huomioon ottaen on siis hyvin haastavaa välittää informaatiota meille ihmisille. Jokainen tulkitsee informaatiovirrasta, mitä haluaa.

3 Ulkoinen viestintä autokorjaamolla

3.1 Huoltoneuvojan työ

Huoltoneuvojan tehtävänä on toimia tiedon lähteenä moneen suuntaan autonhuoltopalveluissa. Huoltoneuvojan ansiosta mekaanikko voi keskittyä suorittamaan työtään rauhassa, ja asiakkaan on helppoa ja vaivatonta tuoda autonsa huoltoon ja kertoa huoltoneuvojalle autoon liittyvistä asioista. Huoltoneuvojilla on monesti eniten parantamisen varaa juuri asiakaspalvelussa, sillä he keskittyvät itse autoon ja asiakas jää huomiotta. Auto ei ole asiakas, eikä auto ainakaan vielä päättä itse, mihin menee huoltoon ja arvioi saamaansa palvelua. Niin kuin luvussa 1 todettiin, asiakaspalvelun taso vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen. Jos asiakastyytyväisyys on korkea, asiakkaalla on suurempi kynnys hakea vastaavia palveluja kilpailijoilta.

Huoltoneuvonnassa on ensiarvoisen tärkeää, että kaikki, mitä asiakas kertoo ja haluaa, kirjataan ylös mahdollisimman yksityiskohtaisesti. Yksittäisiä asiakkaita ja heidän autoihinsa liittyviä työmääräimiä on niin paljon, että ilman asianmukaista dokumentointia aina unohtuu jotain. Ja kun jotain unohtuu, jotain jää tekemättä, ja silloin asiakas ei ole tyytyväinen saamaansa palveluun. Tyytymättömyys saa monesti asiakkaan etsimään vastaavaa palvelua jostain muualta, jolloin menetetään asiakkaan tuoma liiketoiminta. Liitteenä olevassa asiakaspalautteessa nro 2, asiakas on tyytymätön siihen, että autoa ei ollut pesty eikä tuulilasinpyyhkijän sulkia ollut vaihdettu. Hänen mielestään moottorista kuului myös ylimäättäistä ääntä. Kriittisten asiakaspalautteiden käsittely vaatii aina yhteydenoton asiakkaaseen.

Kun otimme yhteyttä asiakkaaseen selvisi, että hänen autonsa oli pesty edellisillä kerroilla veloituksetta. Pesu ei ole Toyota Espoossa koskaan kuulunut huollon hintaan, mutta jos auto on todella likainen, se yleensä pestään hyvän tahdon eleenä. Tällä kertaa autoa ei kuitenkaan ollut pesty, joten asiakkaalle jäi mielikuva siitä, että palveluja supistetaan. Tuullasinpyyhkiöitäkään ei vaihdeta automaattisesti, vaikka asiakas siihen luvan antaa. Mekaanikko oli arvioinut, että pyyhkijän sulat kestävät seuraavaan huoltoon asti. Aikaisemmin sulat oli hänelle siis aina uusittu. Asiakkaaseen yhteyttä otettaessa moottorista kuuluvien äänien alkuperää ei saatu selvitettyä, eikä asiakas myöskään halunnut tuoda autoaan tutkittavaksi, koska hän oli jo pahoittanut mielensä. Asiakkaan tyytyväisyys on monesti hyvin pienistä asioista kiinni.

On tietysti väistämätöntä, että aina kaikkia huoltotöitä ei voida suorittaa samalla kertaa. Asiakas on mahdollista kuitenkin pitää tyytyväisenä mahdollisimman yksityiskohtaisella ja rehellisellä informaatiolla siitä, kuinka jatkossa toimitaan. Hyvin paljon on merkitystä myös sillä, kuinka asian asiakkaalle esittää, ja tässä punnitaankin huoltoneuvojan ammattitaito. Oikeastaan huoltoneuvojan työ on ensisijaisesti asiakaspalvelua, jossa insinöörin pätevyys ja tekninen tietotaito ovat vain tukena osaamiselle asiakaspalvelijana.

Autojen huoltamisessa ja korjaamisessa informaation kululla on todella tärkeä rooli. Kun asiakas tuo autonsa korjaamolle jonkin ongelman vuoksi, on työn vastaanottajan ammattitaitoisesti osattava kirjata asiakkaan kertoma vian kuvaus työmääräimelle. Huoltoneuvojan täytyy myös osata kysyä oikeat tarkentavat kysymykset, jotta asiakkaan kertoma voidaan huoltotyössä hyödyntää tehokkaasti. Yleensä tavallinen kuluttaja ei ole niin hyvin perehtynyt teknisiin asioihin, että hän pystyisi tarkentavasti kertomaan missä vika on, mutta erilaiset äänet ja tuntemukset autossa antavat hyvää suuntaa vian löytymiseen. Tietysti myös tavallisten huoltojen kohdalla on huoltohistorian sekä asiakkaan tarpeen mukaan kyettävä määrittämään oikeat huoltotoimenpiteet.

3.2 Huoltoneuvoja viestijänä

Jos huoltoneuvojan työtä taas tarkastellaan myyntityönä, jota se monesti kyllä onkin, viestinnässä korostuvat inhimilliset tekijät. Kun ihmiset puhuvat keskenään, myös kehon kieltä tulkitaan kuten puhettakin. Siispä sillä, miten ihminen asiat esittää ja käyttäytyy, voi olla enemmän merkitystä kuin sillä, mitä itse asiassa sanoo. Vanha sanonta ”hyvä myyntimies myy vaikka jäätä eskimoille” pitää täysin paikkansa. Suurista kuluista johtuen

katteet korjaamotoiminnassa eivät yleensä ole kovin suuria, joten ero kannattamattoman ja kannattavan korjaamotoiminnan välillä on hyvin pienistä asioista kiinni. Jo vähäiselläkin lisämyynnillä työmääräintä kohden saadaan toimintaa paremmin kannattavaksi.

Kun asiakas tuo autonsa huoltoon, on tiskillä työn vastaanottava huoltoneuvoja monesti asiakkaan ainoa suora kontakti korjaamolle, joten on ensiarvoisen tärkeää, että huoltoneuvoja osaa vastata asiakkaan odotuksiin. Kun asiakas astuu ovesta sisään, tulee hänet huomioida, vaikka välittömästi häntä ei voitaisikaan palvella. Pieni nyökkäys asiakkaan suuntaan ja tokaisu ”pieni hetki, kiitos” voi olla kyseiselle asiakkaalle ero hyvän ja huonon palvelun välillä. Asiakaspalautteessa nro. 1 asiakas on tyytymätön siihen, että hän joutui odottamaan palvelua.

Myyntityö alkaa välittömästi asiakkaan astuessa sisään, sillä ilmeet, eleet ja kehonkieli kertovat asiakkaalle palveluhalukkuuden. Reipas tervehdys, silmiin katsominen ja ehkä jopa pieni hymy tässä kohtaa saavat ihmiset aikaan puhumattakaan siitä, että asiakas otetaan keskustelun aikana huomioon ihmisenä. Suomalaiseen kulttuuriin ei kuulu suuren maailman tyylinen ”small talk”, vaan asiaan mennään aina suoraan. Monesti, jos asiakkaalta kysyy ihan ohimennen kuulumisia, on vastauksena usein ensiksi vain hämmentynyt ilme. Me suomalaiset emme ole tottuneet sellaiseen, että ihan tuosta vaan aletaan puhua omista asioista, vaikka suurin osa ihmisistä on yllättävänkin halukkaita puhumaan asioistaan, kun hänet huomioidaan ihmisenä. Ihmisen huomioimisessa piileekin koko jutun juju, koska jokainen meistä haluaa hyväksyntää ja on valmis vastaanottamaan sitä lähes keneltä tahansa. Jos ihminen laumaeläimenä kokee samaistuvansa toiseen ihmiseen, on yhteys luotu. Jos asiakaspalvelija on empaattinen ja ymmärtäväinen ja ennen kaikkea valmis kuuntelemaan ihmistä, on kauppojen syntyminen enemmän kuin varmaa.

Tietysti tämän kaltaiseen toimintaan tarvitaan huoltoneuvojalta suurta itsevarmuutta. Se on yleensä luonteenpiirre, jota on hyvin vaikea opetella ja omaksua käyttäytymismalliksi, jos ei henkilö luonnostaan ole itsevarma. Huoltoneuvojan työ on myös monesti todella henkisesti vaativaa jatkuvasta kiireestä ja paineesta johtuen. On ymmärrettävää, että jokaisessa tilanteessa ei pysty käyttäytymään täysin neutraalisti, mutta aina olisi kuitenkin pysyttävä mahdollisimman rauhallisena. Omassa työssäni merkkikorjaamolla, jossa huolletaan pääsääntöisesti uusia tai uudehkoja autoja, asiakkaat ovat yleensä hieman vanhempia ihmisiä, joilla on taloudellisia resursseja ostaa uusia autoja Suomen kalta-

sessä, verrattain kalliissa maassa. läkkäät ihmiset ovat asiakaskuntana helposti lähesyttäviä, ja heistä kannattaakin aloittaa, jos haluaa harjoitella henkilökohtaisempaa asiakaspalvelua.

lökkäillä asiakkailla ei yleensä ole autonsa kanssa kovinkaan suuri kiire. Autolla ajetaan yleensä hyvin vähän, ja siitä tuskin löytyy suuria vikoja, joiden korjauskustannukset tuottaisivat ahdistusta. Autolla saatetaan ajaa kauppaan ja kesämökille. Tässä kohtaa helppo asia, josta keskustelun voi aloittaa, on tuo lähes jokaisen suomalaisen unelma, oma piilopirtti metsän keskellä. Kysymys mökin sijainnista, matkasta sinne ja vaikka siellä tehtävistä askareista, kaikkien niiden autoon liittyvien kysymysten lomassa, saa asiakkaan käyttäytymään täysin eri tavalla.

Jokaisella asiakkaalla, joka ovesta astuu sisään, on jonkinlaisia odotuksia siitä, miten hänen käyntinsä autokorjaamolla tulee menemään ja miten häntä palvellaan. Jos näihin odotuksiin voidaan vastata, tai paremminkin, ylittää, on asiakaspalvelun tavoite saavutettu.

3.3 Interaktiivinen viestintä

Kun asiakkaalle tulee tarve huoltaa tai korjata autoaan, on hänellä pääsääntöisesti neljä eri kanavaa, joiden kautta hän voi ottaa yhteyttä korjaamoon: käynti paikan päällä, puhelu, sähköposti tai nettivaraus. Näistä kaksi ensimmäistä ovat ne perinteiset interaktiiviset tavat, jotka sinänsä kyllä toimivat ihan hyvin, mutta ovat jo vähitellen väistymässä nykyaikaisen sähköisen viestinnän edeltä.

3.3.1 Paikan päällä asiointi

Paikan päällä asiointi on hieman kärjistäen asiakkaan kannalta vaativin tapa ja korjaamon kannalta taas helpoin yhteydenottotapa. Asiakkaan on tultava paikan päälle, jonotettava vuoraan ja käytettävä suhteellisen paljon omaa aikaansa asioimiseen korjaamon kanssa. Tämä tapa on tietysti viestinnän kannalta parhain, koska asiakkaan on helppo esittää huoltoneuvojalle huolto- ja korjaustarpeensa, ja huoltoneuvoja pystyy parhaiten arvioimaan korjaukseen tarvittavat resurssit sekä heti varaamaan ensimmäisen mahdol-

lisen saatavilla olevan ajankohdan. Paikan päällä asiointi on kuitenkin nykyään harvinaista. Ajan varauksia paikan päälle tulemalla tekevät yleensä vain iäkkäät ihmiset. Heillä on yleensä aikaa ja he ovat tottuneet siihen, että joku palvelee heitä.

Muiden käyttäjäryhmien kanssa paikan päällä asiointi johtuu yleensä pienestä korjauksesta tai ajoa haittaavasta viasta, jolle tarvitaan välitöntä korjausta. Ilman ajanvarausta toimiva pikahuolto on paras ratkaisu tämän kaltaisiin tarpeisiin. Isommissa korjauksissa pikahuollossa voidaan arvioida tilanne ja ohjata auto korjaamon puolelle, jos tarpeen. Kuitenkin jos paikan päälle aikaa varaamaan tuleva henkilö ei ole henkilökohtaiseen palveluun tottunut, yleensä eläkeikäinen ihminen, niin silloin kyseessä on monesti ongelma muissa viestinnän kanavissa eli puheluissa ja sähköisessä viestinnässä.

3.3.2 Puhelin

Vaikka puhelin yhteydenoton välineenä on hiljalleen väistymässä sähköisen viestinnän tieltä, on se kuitenkin edelleen erittäin tärkeässä roolissa korjaamolla. Korjaamotoiminta elää suuressa murroksessa, johon maailman digitalisoituminen väistämättä vaikuttaa. Tällä hetkellä puhelin on kuitenkin vielä ensiarvoisen tärkeä viestintäväline.

Lähestulkoon jokainen työikäinen asiakas, joka oman kokemukseni mukaan tulee autohuoltoon paikan päälle varaamaan aikaa, aloittaa keskustelun huoltoneuvojan kanssa samalla tavalla: ”Haluaisin varata autolleni ajan. Yritin soittaa tänne, mutta kukaan ei vastaa puhelimeen, ja kun yritin tarpeeksi monta kertaa soittaa, ohjautui puhelu keskukseseen, jossa ei osattu vastata kysymyksiini. Niin ja netin kautta ajan varaaminen ei toimi.”

Huoltoneuvojan työssä on palveltava ensisijaisesti paikan päällä olevia asiakkaita. Tämän jälkeen tärkeysjärjestyksessä tulevat mekaanikot, joiden odotusaika on todella kallista, sillä minuutti maksaa korjaamolle n. 3 euroa. Aina, kun mekaanikko odottaa, hän on poissa tuottavista töistä. Huoltoneuvojan on myös hoidettava omat sekä usein kollegoidensa työmääräimet, lähetettävä takuuanomukset maahantuojalle, huolehdittava sijaisautojen sopimukset ja varaukset sekä tehtävä monta kymmentä muuta asiaa, joihin hänen asiantuntemustaan vaaditaan. Kaiken tämän päälle olisi ehdittävä vastaamaan puhelimeen. Tästä kaikesta on pääteltävissä, että kun tekee montaa asiaa yhtä aikaa, on puhelimeen vastaaminen helpointa sivuuttaa.

Puhelut ovat hyvin tärkeitä, ja niihin kaikkiin tulisi aina vastata, koska suurin osa puhelusta johtaa jonkinlaiseen korjaamon tekemään toimenpiteeseen, joka taas tuottaa yritykselle rahaa. Markkinataloudessa yritysten, eli tässä tapauksessa autotalojen, tarkoitus on tuottaa omistajalleen voittoa. Loppujen lopuksi kaikki on yksinkertaista, ja, kuten vanhassa sanonnassa sanotaan, raha ratkaisee.

Miksi sitten autokorjaamolla ei vastata puhelimeen? Jos itse yritän työasioissa soittaa toiselle autokorjaamolle, voin olla lähes varma siitä, että siellä ei puhelimeen vastata, ainakaan ensimmäisellä soitolla, tuskin toisellakaan. Kun asettaa itsensä palveluja tarvitsevan kuluttajan asemaan, joka yrittää soittamalla ottaa yhteyttä elinkeinonharjoittajaan, niin mitä tapahtuu silloin, kun puheluun, jonka yrittää soittaa, ei vastata? Silloin soitetaan kilpailevaan yritykseen, jossa puhelimeen ehkä vastataankin.

3.4 Sähköinen viestintä

3.4.1 Sähköposti

Asiakkaan näkökulmasta katsottuna sähköpostilla on helppo tiedustella monenlaisia auton huoltoon liittyviä asioita. Yleisimpiä kysymyksiä, kuten huollon hintaa ja ajankohtaa, on vaivatonta tiedustella sähköpostin välityksellä. Sen sijaan huollon näkökulmasta katsottuna sähköpostissa on muutamia ongelmia, kuten pitkät vastausajat. Jos asiakas tiedustelee ajankohtaa huollolle, saattaa vastaaminen kestää jonkin aikaa. Kun hänelle tarjotaan vapaata aikaa, saattaa tuo aika olla jo varattu siinä vaiheessa, kun asiakas vastaa sähköpostiin. Lisäksi kirjoittamattomana sääntönä on pidetty, että asiakkaiden lähettämiin sähköposteihin pitäisi vastata saman päivän aikana, mikä on kuitenkin kohtuuttoman pitkä aika. Toisaalta suurimmalla osalla sähköposteja lähettävistä asiakkaista on mahdollisuus vastaanottaa sähköpostia puhelimeensa. Tällöin asiakas todennäköisesti lukeekin huollon lähettämän vastauksen todella pian sen jälkeen, kun se on lähetetty.

Autohuollossa tulisi suhtautua sähköposteihin samalla tavalla kuin puheluihinkin, eli vastaus on annettava asiakkaalle mahdollisimman pian. Jos asiaa kuitenkin tarkastellaan huoltoneuvojan näkökulmasta, kaikkiin sähköposteihin välittömän vastuksen lähettäminen on työn kiireellisyydestä johtuen hieman haastavaa, vaikka lyhyeen vastausaikaan tulisikin pyrkiä.

Sähköpostin toinen suuri ongelma on viestien epämääräisyys. Kun asiakas lähettää sähköpostin korjaamolle, kysyy hän yleensä huollon hintaa antamatta huollon tarvitsemia tarkempia hintoja. Jos viesti on esimerkiksi ”Mitä maksaa huolto 2002-vuosimallin Aven-sikseen? Takapäästä kuuluu kolinaa, mitä sen korjaaminen maksaa?”, viestiin ei voida antaa suoraa vastausta, koska ei tiedetä auton kilometrilukemaa, edellistä huoltoa ja rekisteritunnusta, joka tarvitaan autokohtaisten huoltopakettien löytymiseen. Lisäksi kolina-äänet vaativat aina tarkempia tutkimuksia, joten tarkka hinta jää auki. Tarkentavien kysymysten esittäminen johtaa yleensä pitkään viestiketjuun, joka saattaa kestää useamman päivän pitkistä vastausajoista johtuen.

Sähköpostiviestien epämääräisyyden voisi ratkaista esimerkiksi helpolla ja nopealla kyselylomakkeella, joka sähköpostin lähettäjän tulisi täyttää ensimmäistä viestiä lähettäessään. Tällöin auton ja asiakkaan oleelliset tiedot olisivat heti käytössä ja vastaaminen olisi täsmällisempää.

3.4.2 Chat-palvelu

Monien elinkeinonharjoittajien verkkosivustoilla on chat-palvelu, joka tarjoaa apuaan asiakkaalle heti, kun hän sivustolla vierailee. Myös TTN tarjoaa kyseistä tukea omilla sivuillaan. Chat-palvelu on ostettu ulkopuoliselta yritykseltä, joka taas myy palveluitaan monen eri alan yrityksille. Palvelu sinänsä toimii erittäin hyvin ja on parhaimmillaan jopa interaktiivista, sillä sen avulla asiakkaan vierailu sivustolla huomioidaan heti ja asiakkaan kysymyksiinsä vastataan mahdollisimman pian. Ongelmaksi muodostuu kuitenkin hyvin tekniikkaspesifillä autoalalla asiakaspalvelijan kyky vastata kysymyksiin, minkä vuoksi kysymykset usein ohjautuvat huoltoon, jossa huoltoneuvojat eivät välttämättä ehdi vastamaan niihin heti.

3.4.3 Tulevaisuudennäkymiä ja internetin mahdollisuudet

Autokauppa ja korjaamotoiminta Suomessa sekä maailmalla elää tällä hetkellä suurta murrosta. Sähkö- ja hybridaivot valtaavat markkinoita, ja autojen ostaminen ja omistaminen on muuttumassa palveluksi, jota kuluttaja voi hankkia oman tarpeensa mukaan. Sähköautoilun myötä auton huoltotarve vähenee, koska polttomoottorilla varustetuille autoille elintärkeät voiteluaineiden ja muiden nesteiden vaihdot, jäävät pois kokonaan. Autoilun muuttuessa ostettavaksi palveluksi, automyyjien tarve myös vähenee.

Nämä asiat vaikuttavat tulevaisuudessa autoalan työpaikkojen määrään ja alalla työskentelevien ihmisten työtehtäviin. Autoalan täytyy siis mukautua muuttuvien aikojen haasteisiin.

Jo nyt autohuollossa on nähtävissä piirteitä tulevaisuudesta. Leasing-autoilla ajavat asiakkaat ovat todennäköisesti tulevaisuuden autohuoltoasiakkaan kaltaisia käyttötottumuksiltaan. Leasing-asiakas on tottunut siihen, että hän vain ajaa autolla eikä hänen tarvitse murehtia mistään autoon liittyvästä asiasta. Auto voidaan tuoda huoltoon milloin vain, ja sijaisautolla voidaan ajaa niin paljon kuin halutaan, eikä katsastuksilla tai vauriotapauksissa vahinkoilmoituksilla ole mitään merkitystä.

Toki leasing-tyyppinen omistaminen on tulevaisuudessa vain yksi vaihtoehto monista. Suositumpaa tulee olemaan todennäköisesti palvelu, jossa auton käyttäjällä ei ole minkäänlaista omistajuussuhdetta autoon, vaan hän maksaa esimerkiksi tietyn kuukausisumman tai käyttöperusteisen maksun, minkä jälkeen palveluntarjoajan autot ovat asiakkaan käytettävissä silloin, kun hän itse niitä tarvitsee.

Elämme tällä hetkellä välivaihetta, jossa perinteinen auton omistaminen ja huoltaminen on muuttumassa toisenlaiseen muotoon. Asiakkaan näkökulmasta katsottuna palvelun tulisi olla mahdollisimman helppoa ja vaivatonta. Kun suurin osa ihmisistä kuitenkin vielä omistaa auton ja huollattaa sen itse, tulisi meidän autoja huoltavana tahona silloin tehdä palvelusta mahdollisimman helppoa ja vaivatonta.

Lähes kaikkeen on vuonna 2018 olemassa puhelinsovellus tai vähintään verkkosivusto, jonka kautta mikä tahansa palvelu voidaan hankkia. Näin tulisi olla myös autojen huoltamisessa ja korjaamisessa. Käyttäjän tulisi pystyä omassa taskussaan olevalla älylaitteella hankkimaan kaikki palvelut, joita hän tarvitsee, ja nimenomaan mahdollisimman helposti ja vaivattomasti. Liitteenä olevassa asiakaspalautteessa nro. 5 asiakas on tyytyväinen autonsa huoltoon, mutta antoi kuitenkin kriittisen palautteen, koska sähköiset palvelut eivät toimineet hänen haluamallaan tavalla.

3.4.4 Toyota-huoltovaraus

Toyota-huoltovaraus, lyhennettynä THV, on maahantuoja Toyota Auto Finlandin ylläpitämä internetpalvelu, jonka kautta kuluttaja voi varata autolleen huollon tai korjauksen. Palvelu pitää sisällään koko Suomen kaikki valtuutetut Toyota-huoltoliikkeet. Asiakas voi

autonsa rekisterinumeron, ajettujen kilometrien sekä oman sijaintinsa perusteella hakea autolleen huoltoja ja korjauksia Toyota-huoltovaraus-palvelun kautta.

Palveluja hakevan asiakkaan ensisijaiset kriteerit ovat yleensä helppous ja vaivattomuus. Jos palvelun hakeminen on monimutkaista, liikkeen sijainti hankala tai jokin muu seikka tekee palvelunhausta työlästä, hakee ihminen palveluita jostain muulta, mistä ne saa helpommalla. Toyota-huoltovaraus-palvelu ei ole palveluna sieltä helpoimmasta päästä, ja sen käyttämisen vaikeus sekä siinä havaitut puutteet ovat yleisimpiä negatiivisen palautteen aiheita, TTN saa.

Toyota-huoltovaraus ei ensinnäkään tunnista joitain autoja rekisterinumeron perusteella. Jos asiakas ei löydä autoaan palvelusta, loppuu palvelun käyttö jo heti alussa. Lähes kaikkien Toyotien huoltoväli on yksi vuosi tai 15 000 kilometriä. Kumpi ensin täyttyy, on määräävä. Tämä tuottaa käyttäjille paljon päänvaivaa huoltoja netin kautta varattaessa, kun he eivät itsekään tiedä, mikä huolto autolle pitää tehdä. Toki tämä ongelma ei johdu suoranaisesti nettivarausjärjestelmästä vaan huolto-ohjelmasta, joka ei määräydy pelkästään ajettujen kilometrien perusteella.

Asiakas voi netin kautta huoltoja varatessaan valita jättääkö hän auton päiväksi vai tehdäkö huolto tietynä ajankohtana. Jos asiakas valitsee tietyn ajankohdan, tulisi hänen myös erikseen valita, jääkö hän odottamaan auton valmistumista huollon ajaksi. Tämä on hyvin intuition vastaista ja aiheuttaa palvelun käyttäjissä paljon hämmennystä. Jos asiakas valitsee tietyn ajan, tulisi huolto tehdä hänen näkökulmastaan sinä aikana. Jos hänelle ilmoitetaan, että aikaa ei ole valittu niin, että hän odottaa paikan päällä ja huolto valmistuu tästä johtuen vasta myöhemmin päivän aikana, negatiivista palautetta tulee varmasti.

Nettivarausjärjestelmä on huono ja kankea. Tämä ongelma on kuitenkin maahantuojan käsissä, ei jälleenmyyjien. Tätä työ tehdessä on lanseerattu Automasterin ja THV:n integraatio, jossa asiakas voi varata huollon reaaliaikaisesti autokorjaamon kalenterista. Integraation ongelmana kuitenkin on, että asiakas varaa liian helposti väärän huollon autolleen, koska järjestelmä ei ota huomioon auton huoltohistoriaa, vaan ainoastaan iän ja ajatut kilometrit. Tällöin valitettavan usein työlle varataan liian vähän aikaa kalenterista.

3.5 Mahdollisia ratkaisuja

3.5.1 CCC

Jokainen vastaamaton puhelu on potentiaalisen asiakkaan sekä ennen kaikkea hänen tuomiensa eurojen menetys. Asiaa ratkaisemaan on TTN:ssa perustettu asiakaspalvelukeskus Customer Care Center, lyhennettynä CCC. CCC:n tarkoituksena on, että yrityksen kaikkien kolmen toimipisteen puhelut ohjautuvat ensisijaisesti keskuksen ja sieltä eteenpäin liikkeisiin, jos tarve vaatii. Kyseinen keskus on vähentänyt suoraan huoltoon tulevien puheluiden määrää huomattavasti, mutta sen toiminnassa on kuitenkin muutamia puutteita.

Vaikka autoja ei olekaan tarkoitus puhelimesta korjata, ja keskuksen pääasiallinen tarkoitus on ottaa vastaan ajanvarauksia ja ohjata puhelut tarvittaessa huoltoon, olisi CCC:n henkilöstöllä kuitenkin oltava todella hyvä tekninen tietotaito tai vähintäänkin paikalla tulisi aina olla työnjohtaja: huoltoneuvoja, jolla on kokemusta tekniikasta ja korjaamotöistä sekä kyky auttaa puhelimeen vastaavaa henkilöstöä vaativissa tilanteissa. Tämä vähentäisi huoltoneuvojen kuormitusta korjaamalla. Keskukselta perustamassa oli huoltoneuvoja Sauli Tervonen Kaivoksen toimipisteestä. Kun hän ohjaili toimintaa, tulos oli kiitettävää. CCC tarvitsisi vastaavanlaisen työnjohtajan tasaisen työn laadun takaamiseksi.

Toinen puute CCC:n toiminnassa on englannin kieltä puhuvien asiakaspalvelijoiden vähäisyys. Englantia puhuvia asiakkaita on kuitenkin yllättävän paljon, ja kielimuuri aiheuttaa valitettavaa eurojen menetystä yritykselle. Englannin kielen taito on muutenkin autoalalla tärkeä taito. Monet ohjelmistot, tekniikkakirjallisuus, tiedotteet, korjausoppaat ja varaosaluettelot ovat englanninkielisiä. Ilman englannin kielen taitoa on mahdollista suorittaa työtehtävänsä, mutta kielen osaaminen nostaa ammattitaidon paljon korkeammalle tasolle.

CCC:n toiminta on pääsääntöisesti erittäin hyvällä tasolla, ja sen hyödyt ovat niin asiakkaalle kuin yrityksen henkilöstöllekin kiistattomat. Pientä parannettavaa kuitenkin aina on, ja kuten jo aiemmin mainittu, tämä näkyy suoraan liiketoiminnan kannattavuudessa.

3.5.2 Huoltoneuvoja viestinnän ongelmien ratkojana

Paras ratkaisu puheluiden ja sähköpostien sekä muiden viestintävälineiden hoitamiseen autokorjaamolla, on erikseen näihin tehtäviin nimetty huoltoneuvoja. Monissa isoissa korjaamoissa näin toimitaankin. Jos talossa on esimerkiksi viisi työnjohtajaa, on yksi aina vuorollaan hoitamassa puheluita ja sähköposteja erillisessä tilassa, johon asiakkailla ei ole pääsyä. Tämän kaltainen ratkaisu vaatii tietysti suuren korjaamon, jossa on monta asentajaa, sillä korjaamon taloutta ja kannattavuutta laskettaessa on työnjohtajien määrällä todella suuri merkitys.

Asiakkaan kannalta paras ratkaisu olisi tietysti mahdollisimman helppo ja vaivaton. Jollain autoalan yrityksillä on Suomessakin jo olemassa palvelu, jossa asiakkaan auto haetaan huoltoon ja palautetaan asiakkaalle huollon valmistuttua. Tähän kun lisättäisiin helppokäyttöinen puhelinsovellus, jonka kautta korjaamo ja asiakas voisivat viestiä, olisi toiminta ja palvelu 2010-luvun tasolla.

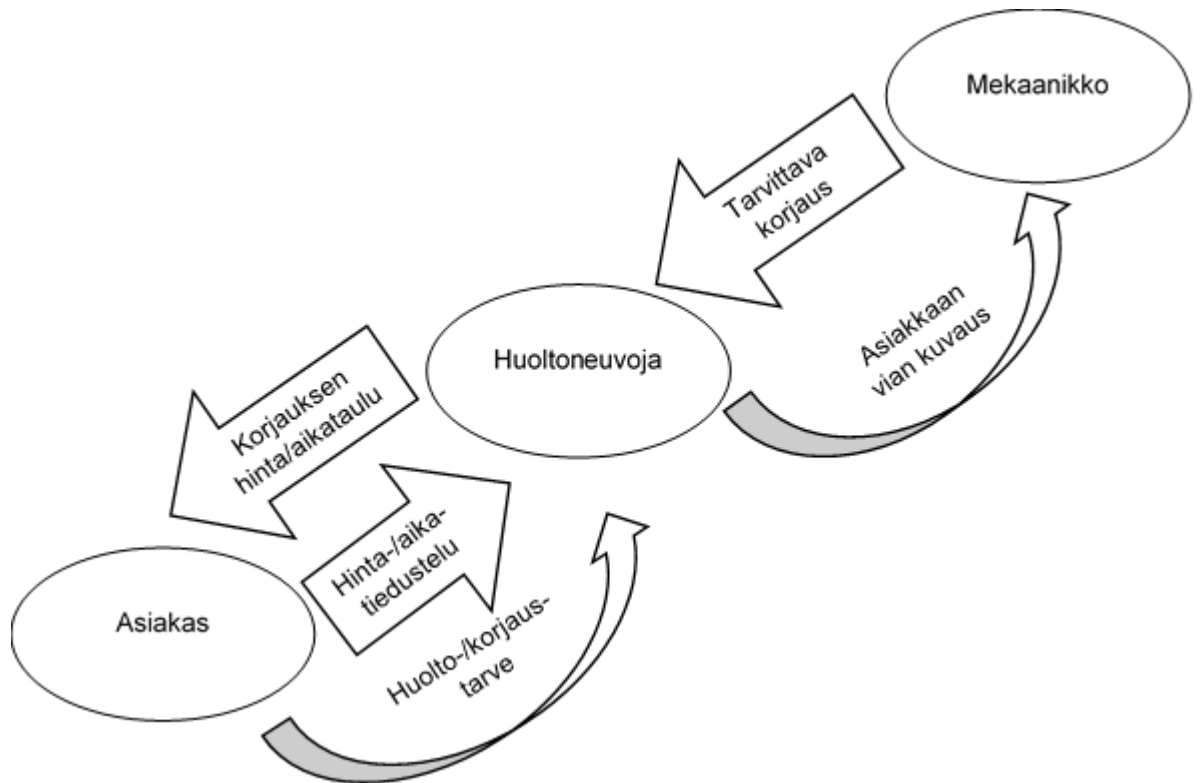
Paikan päällä korjaamolla pitäisi siis aina olla yksi huoltoneuvoja, joka huolehtisi viestinnästä, ja CCC-ajanvarauskeskuksessa olisi aina yksi huoltoneuvoja johtamassa toimintaa. Ulkopuoliselta yritykseltä ostetun chat-palvelun, joka TTN:n nettisivuilla palvelee, tulisi olla joko suorassa yhteydessä CCC-ajanvarauskeskukseen tai parhaimmassa tapauksessa jopa integroituna siihen. Auton nouto- ja vientipalvelu saattaisi olla taloudellisesti kannattavaa ostaa ulkopuoliselta yritykseltä. Asiakkaalla olisi siis käytössään puhelinsovellus, jonka kautta hän voi tilata kaikki tarvitsemansa palvelut, ja hän saisi aina tarvittaessa yhteyden korjaamoon. Tähän kun vielä lisättäisiin Toyota Rent, jonka kautta asiakas voi ottaa auton käyttöönsä, silloin kun tarvitsee, olisi sovelluksella sellaisiakin käyttäjiä, jotka eivät omista autoa. Vaikka tällaisen järjestelmän kehittämisen kustannukset olisivatkin huomattavat, saattaisi se kuitenkin olla taloudellisesti kannattavaa.

4 Sisäinen viestintä autokorjaamolla

4.1 Työjohdon ja mekaanikkojen välinen viestintä

Ehkä yksi tärkeimmistä vaiheista, jossa informaation täytyy korjaamon sisällä kulkea, on mekaanikon ja huoltoneuvojan välillä. Jotta kaikki tarpeelliset työt saadaan suoritettua,

on huoltoneuvojan kirjattava asiakkaan viankuvaus työmääräimelle mahdollisimman yksityiskohtaisesti. Tämän tiedon huoltoneuvoja välittää mekaniikolle ja kun mekaanikko saa korjaustarpeen määritettyä, kertoo hän sen huoltoneuvojalle. Huoltoneuvoja toimii mekaniikolta saamansa tiedon mukaan, ja informaatio kulkee hänen kauttaan asiakkaalle. Tämän jälkeen tieto välittyy taas toiseen suuntaan, ja mekaanikko toimii huoltoneuvojalta saamiensa ohjeiden mukaan. Kuva 1 esittää tätä asiakkaan, huoltoneuvojan ja mekaanikon välistä viestintää.



Kuva 1. Sisäinen ja ulkoinen viestintä autokorjaamolla

Monella korjaamolla huoltoneuvojan ja mekaanikon välissä on vielä hallimestari, joka ottaa työt huoltoneuvojilta vastaan ja jakaa ne mekaniikoille. Kun mukaan liittyy vielä varaosahenkilöstö sekä mahdollisesti auton pesupalvelut suorittavat työntekijät, kulkee tietoa moneen suuntaan hyvin paljon. Toki autotaloissa on takana vielä koko organisaatio ja sen henkilöstö, mutta heidän osuutensa liittyy hyvin vahvasti sisäiseen markkinointiin sekä ulkoisen markkinoinnin suunnitteluun, ei niinkään yhteyden pitämiseen kuluttaja-asiakkaiden kanssa.

4.2 Kysely työyhteisössä

Koska suurin osa tässä opinnäytetyössä olevasta sisällöstä perustuu omiin näkemyksiini, suoritin kyselyn, jolla on tarkoitus tuoda ilmi muun työyhteisön näkemyksiä viestinnän ongelmista, jotta voidaan todeta, mihin asioihin heidän mielestään tulisi puuttua viestinnän kulussa, työmääräinten välityksellä tapahtuvassa viestinnässä, osastojen välisessä viestinnässä sekä asiakkaalle tapahtuvassa viestinnässä. Kysely informaation kulun ongelmista oli suunnattu mekaniikoille, huoltoneuvojille, varaosamyijille ja korjaamopäällikölle ja se suoritettiin 27.3.2018 kyselylomakkeella. Lomakkeessa kysyttiin:

- Mitä puutteita viestinnän kulussa on?
- Miten työmääräimillä tapahtuvaa viestintää voisi parantaa?
- Mitä osastojen välisessä viestinnässä on parannettavaa?
- Miten asiakkaalle kulkevaa viestiä voisi parantaa?

Kyselyissä tuli oikeastaan vain mekaniikkojen osalta esille sellaisia ongelmia, joita ei muuten tässä työssä käsitellä. Mekaanikoista sähköasentaja Mika Juslin sekä varustelija Pentti Pöyry antoivat eniten palautetta.

Mekaanikkojen mielestä suurimmat ongelmat liittyivät hyvin loogisesti heidän lähimpien esimiestensä eli huoltoneuvojen toimintaan. Mekaanikko Mika Juslin antoi eniten kritiikkiä virheellisesti varatuille huolloille. Toyotan huolto-ohjelman mukaan autot tulee huoltaa joko 1 vuoden tai 15 000 kilometrin välein. Huolloista joka toinen on pienempi öljynvaihtohuolto ja joka toinen suurempi määräaikaishuolto. Ensimmäinen 15 000 kilometrin kohdalla tapahtuva huolto on öljynvaihtohuolto ja 30 000 kilometrin kohdalla tehdään määräaikaishuolto. Tällä kaavalla huolto-ohjelma jatkuu loppuun asti. Määräaikaishuoltojen sisältö vaihtelee hieman riippuen automallista ja moottorista mutta öljynvaihtohuollon sisältö on aina sama. Moottoriöljyn ja öljynsuodattimen vaihto sekä auton kunnon laajamittainen tarkastus.

Asiakkaalle tämä järjestelmä on hieman epäselvä, joten väärin varattuja huoltoja tulee usein. Jos asiakas varaa väärän huollon, myös ennakoitavat osat, työlle varattu aika ja mekaanikon huoltolomake ovat väärin. Tämä ongelma on korostunut viime aikoina, koska asiakkaan käytössä oleva nettivaraustajärjestelmä ja korjaamon käytössä oleva AutoMaster-käyttöjärjestelmä ovat integroituneet. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että asiakas voi varata huollon suoraan korjaamon kalenterista. Tästä johtuen väärin huoltoja

tulee paljon ja niiden vaihtaminen vaatii paljon aikaa koko korjaamon henkilöstöltä, erityisesti mekaanikolta, joka tuottavan työn suorittaa.

Huoltoneuvojalta tarvitaan erityistä tarkkuutta hänen vastaanottaessa työtä, jotta oikea huolto tulee tarkistettua. Vaikka ennakoidut osat saattavat olla väärät, ei mekaanikon tarvitse käyttää aikaansa asioiden selvittelyyn, kun huoltoneuvoja varmistaa, että huolto on varattu oikein. Mekaanikko on kuitenkin se henkilö, joka suorittaa tuottavaa työtä korjaamolle.

Toinen mekaanikkojen mielestä suuri puute on työmääräimelle dokumentoitava tieto. Mekaanikko Pentti Pöyry toivoi, että asiakkaan viankuvauksen kirjaaminen työmääräimelle tulisi olla tarkempaa. Asia korostuu silloin, kun vikaa korjataan uudemman kerran, eli jos korjauksella varataan uusi aika, pitäisi mekaanikolla olla kaikki mahdollinen tieto siitä, mitä edellisellä huoltokerralla on tehty. Käytännössä siis huoltoneuvojan suorittaman dokumentoinnin pitäisi olla tarkempaa: aina kun työ valmistuu korjaamalla, kaikki mahdollinen tieto tulisi kirjata AutoMasterilla työmääräimelle mahdollisimman yksityiskohtaisesti. Tietysti tämä tieto tulisi lukea myös uudella työmääräimellä, jos auto otetaan työn alle uudestaan.

4.3 Työmääräimet

Työmääräin on erittäin tärkeä viestinnän väline korjaamotoiminnassa. Työmääräimen välityksellä asiakkaan auton huolto sekä korjaustarpeet välittyvät työn suorittavalle mekaanikolle, ja työtä tehdessä havaitut korjaustarpeet takaisin asiakkaalle. Tästä johtuen on kiinnitettävä erityistä huomioita siihen, miten viestintä työmääräimien välityksellä toimii.

4.3.1 Työmääräimeen kirjaaminen

Äkkiseltään voisi ajatella, että työmääräimeen kirjaaminen on hyvin yksinkertaista, mutta käytännössä näin ei ole. Jos asiakas esimerkiksi tilaa autolleen ensimmäisen huollon, ja autossa ei ole mitään havaittuja vikoja, on työmääräinkin hyvin yksinkertainen. Mutta heti kun vikoja alkaa löytyä, on tilanne toinen. Ensinnäkin huoltoneuvojan on kirjattava tarkalleen työmääräimeen asiakkaan kuvaus viasta, ei omia johtopäätöksiä, vaan nimenomaan se miten asiakas vian kertoo. Esimerkiksi jos asiakas kertoo, että vasemmalta

edestä kuuluu jurnuttavaa ääntä, työmääräimeen kirjoitetaan tarkalleen se eikä että pyöränlaakeri on viallinen, vaikka se todennäköinen vian aiheuttaja onkin.

Monesti törmää niinkin yksinkertaiseen asiaan, että työtä varausvaiheessa kirjaava henkilö ei edes kirjoita, mikä huolto on kyseessä. TTN:än käyttämässä AutoMaster-järjestelmässä kaikki työkokonaisuudet tulevat työmääräimelle erikseen. Jos työkokonaisuuden Job-otsikkorivillä lukee vain hinta ja kellonaika, on asiakkaalta työn vastaanottavan huoltoneuvojan selvitettävä ensimmäisenä, mikä huolto on kyseessä. Tämänkaltainen toiminta antaa heti asiakkaalle epäammattimaisen kuvan autohuollon toiminnasta.

Kun mekaanikko sitten tutkii autoa, tulisi hänen kirjata omat havaintonsa työmääräimeen seikkaperäisesti. Ymmärrettävästi mekaniikoilla on tapana keskittyä itse työhön ja jättää verbaalinen kuvaus ongelmasta vähemmälle huomiolle. Tässä olisi kuitenkin viestinnän sujuvuuden ja liiketoiminnan kannattavuuden tiimoilta erinomainen kohta kehittämiselle. Yleensä mekaanikot kirjoittavat käsin havaintonsa työmääräimelle, mikä sinänsä ei ole mitenkään väärin, mutta asiakkaalle välittyvässä viestissä saattaa olla puutteita ja vääryymärryksiä huoltoneuvojan epäonnistuessa tulkkamaan mekaanikon kirjoittamia harakanvarpaita työmääräimeltä. Tältä ongelmalta voitaisiin välttyä sillä, että mekaanikko kirjaisi havaintonsa suoraan tietokoneella työmääräimelle.

Toinen ongelma mekaniikoilta huoltoneuvojille välittyvässä viestinnässä on informaation tulkinnanvaraisuus sekä informaation vähyys. Työmääräimien välityksellä tapahtuvassa viestinnässä oikeastaan avain asemassa on informaation määrä. Mitä enemmän tietoa, sen parempi. Esimerkiksi eräs asiakas toi auton korjattavaksi ja kertoi, että moottorista kuuluu omituista ääntä. Kun mekaanikko tutki autoa, hän kirjoitti työmääräimelle ”moottori entinen” ja jätti työmääräimen valmiiden töiden lokeroon. Vaikka viesti sinänsä on hyvin selkeä eli auton moottori on vioittunut niin pahasti, että sen korjaaminen tulee kalliimmaksi kuin moottorin uusiminen, tarvitsee diagnoosi hieman selventämistä.

Jos mekaanikko olisi kirjoittanut sähköisesti suoraan työmääräimelle selvityksen ”moottori pitää voimakasta kolisevaa ääntä, öljytikku ei kastu”, koko prosessi olisi ollut paljon nopeampi ja selkeämpi. Tällä selityksellä ei huoltoneuvojan tarvitsisi arvailla tai kysellä, mistä on kyse, vaan pystyttäisiin heti päättämään, että moottoriöljy on todella vähissä ja autolla on ajettu niin pitkään, että vauriot ovat todella mittavat. Tästä on suhteellisen helppoa edetä hinta-arvion laskemiseen asiakkaalle.

Tämä on vain yksi esimerkki, sillä huonon käsialan tulkkaaminen ja epämääräiset selitykset ovat korjaamalla arkipäivää. Toki mekaanikkoja on monenlaisia, ja useat ymmärtävät, että he pääsevät itse työssään helpommalla, kun kertovat heti selkeästi, mistä on kyse.

Mielestäni ratkaisu tähän ongelmaan olisi ottaa käytäntöön järjestelmä, jossa mekaanikko kirjoittaa havaintonsa työmääräimelle sähköisesti ja ehkä jopa ottaa valokuvan ongelmasta työmääräimen liitteeksi. Jokaisella mekaanikolla voisi olla käytössään tablettitietokone, jolla voi kirjoittaa ja ottaa kuvia. Tämänkaltaisen järjestelmän olisi TTN:lle saatavilla CDK:n Mobiilimekaanikko-sovelluksen muodossa. Tähän syvennyttään luvussa 4.4.1.

4.3.2 Työmääräimien päättäminen

Yksi suurimmista virheistä, jota työmääräimien kanssa tapahtuu, on valmiille työmääräimelle epäselvästi kirjatut työt. Monesti asiakkaat tuovat autonsa aamulla huoltoon ja noutavat sen työpäivän jälkeen. Tällöin työn vastaanottava henkilö ei aina ole sama, joka työn luovuttaa. Suoritettut työt, havaitut puutteet ja mahdollisten korjausten kustannusarvot tulisi kirjoittaa hyvin selkeästi työmääräimelle.

Otetaan esimerkki. Asiakas tuo autonsa 90 000 kilometrin kohdalla tehtävään huoltoon ja ilmoittaa seuraavat asiat autoa tuodessaan: tyhjäkäynnillä rämisevää ääntä, kojelaudalla palaa airbag-merkkivalo ja jarrut vinkuvat jarruttaessa. Miten huoltoneuvojan on työn valmistuttua kirjattava työt työmääräimelle niin, että asiakkaalle jää toiminnasta ammattimainen kuva? Ensinnäkin asiakkaan ei tarvitse nähdä alkuperäistä työmääräintä, joka on täynnä epämääräistä kynällä kirjoitettua tekstiä. Huoltoneuvoja kirjaa työt ja toimenpiteet käyttöjärjestelmän kautta työmääräimelle ja tulostaa puhtaan työmääräimen päällimmäiseksi auton paperit sisältävään kansioon. Tällöin työn voi luovuttaa kuka tahansa eikä jää epäselväksi mitä autolle on tehty. Seuraavan tavan olen itse kokenut parhaaksi:

Huollon huomioita:

- Tyhjäkäynnillä rämisevää ääntä > Pakoputken takimmainen suojapelti ruostunut osittain irti kiinnikkeistään > Osuu pakoputkeen ja rämisee > Otettu pelti pois ensiapuna /// Uusi pelti 120 € + työt 40 € > Osa tilaustavaraa, varattava uusi aika korjaukselle.

- Kojetaulussa palaa airbag-merkkivalo > Luettu vikakoodi B0118/46 Short on side squib (LH) > Kuljettajan istuimen turvatyyny viallinen > Tiedotteen mukainen korjaus, 100% maahantuojan GW, turvallisuusriski > Varattava uusi aika korjaukselle.
- Jarrut vinkuvat jarruttaessa > Takajarrulevyt alimitassa, takajarrupalat kuluneet > Lupa korjaukselle 324 € puhelimitse klo 11:24 > Uusittu takajarrulevyt + palat.
- Renkaan paikka-ainepullo vanhentunut 11/2016 > Uusi pullo 82,50€ > Uuden pullon voi ostaa varaosastiskiltä.

Jos työtä asiakkaalle luovuttaa illalla eri huoltoneuvoja, joka työtä luovuttaessaan joutuu tulkkaamaan asentajan käsialaa ja pahimmassa tapauksessa jää epäselväksi mitä autolle on tehty, jää asiakkaalle todella epäammattimainen kuva huollosta. ”Eivätkö ne itse tiedä, mitä sille on tehty?” Vuonna 2018 pitäisi tämän kaltaisten ongelmien olla muisto 1980-luvun korjaamotoiminnasta. Liitteenä olevassa asiakaspalautteessa nro. 4 asiakas on tyytymätön siihen, että hän ei pysty todentamaan autolle tehtyjä toimenpiteitä millään lailla ja pitää korjaamon soittamaa puhelua lisätöistä valheellisena. Mutta jos työt on kirjattu työmääräimelle niin kuin nyt on kuvattu, ei varmasti jää epäselväksi, mitä on tehty ja kuka tahansa voi työn luovuttaa niin, että asiakas pitää häntä ammattilaisena ja luottaa siihen, että kyseisessä korjaamossa hänen autostaan pidetään hyvää huolta. Kuittia tuostaessa huoltoneuvoja voi myös jättää kyseiset tekstirivit asiakkaan kuittiin. Tällöin asiakkaalla on fyysinen dokumentti huollossa huomatuista asioista.

Töiden tarkka dokumentointi ja kirjaaminen työmääräimelle on myös korjaamon kantamien vastuiden kannalta ensiarvoisen tärkeää. Jos työmääräimelle on tarkasti kirjattu esimerkiksi ajoon vaikuttava vika, josta on kerrottu asiakkaalle, ei korjaamo ole vastuussa mahdollisesta vahingosta.

4.4 Ratkaisuja sisäisen viestinnän ongelmiin

4.4.1 CDK Globalin Mobiilimekaanikko-sovellus

AutoMaster-korjaamonhallintajärjestelmä on CDK Globalin tarjoama palvelu, jota oma yrityksemmekin käyttää. AutoMaster on erittäin monipuolinen järjestelmä, ja se soveltuu erittäin hyvin TTN:än käyttöön.

AutoMaster-järjestelmästä löytyy myös monia sellaisia ominaisuuksia, joita TTN:ällä ei kuitenkaan ole käytössä. Yksi niistä on Mobiilimekaanikko-sovellus. Monet korjaamon

sisäisen viestinnän ongelmat, erityisesti mekaanikon ja työnjohtajan välillä, ratkeaisivat tämän sovelluksen avulla.

Niin kuin jo aiemmin tässä työssä on mainittu, työnjohtajan ja mekaanikon välisessä tiedon kulussa on paljon parannettavaa. Muun muassa epäselvä käsiala, epämääräiset työrivit työmääräimellä ja mekaanikon tarve poistua työn ääreltä selvittääkseen jotain asiaa, ovat ongelmia, joihin törmää päivittäin.

Mobiilimekaanikko-sovellus on käytännössä tabletti, jossa on mekaanikolle oma käyttöliittymä AutoMasteriin. Tätä kautta hän voi leimata itsensä työlle, mutta myös suorittaa lähes kaiken viestinnän keskeyttämättä työtään. Sen sijaan ilman sovellusta työ keskeytyy useamman kerran: kun mekaanikko huoltoa tehdessään huomaa, että autoon on suoritettava lisäkorjauksia, hänen on ensin kysyttävä varaosista hinta ja saatavuus tarvittavalle komponentille, minkä jälkeen hänen on pyydettävä työnjohtajaa soittamaan asiakkaalle saadakseen luvan lisäkorjausten suorittamiseen. Kaikki tämä lisää mekaanikon odotusaikaa huomattavasti ja laskee siten korjaamon tehokkuutta.

Mobiilimekaanikko-sovelluksen avulla mekaanikko voi lähettää osapyynnön suoraan varaosiin sekä ilmoittaa korjaustarpeen työnjohdolle. Hän voi myös ottaa valokuvia tabletilta ja liittää ne työmääräimelle. Mekaanikon ei tarvitsemyöskään poistua työpisteeltään missään vaiheessa, joten odotusaikaa tulee paljon vähemmän ja korjaamo tuottaa enemmän rahaa.

4.4.2 Mobiilimekaanikko-sovellus TTN:n käyttöön

Mobiilimekaanikko ei ole uusi sovellus, ja TTN onkin jo muutama vuosi sitten tiedustellut sen soveltuvuutta omaan käyttöönsä. Vaikka teoriassa järjestelmä ratkaisee monta ongelmaa, ei se kuitenkaan ole virheetön.

Vaikka Mobiilimekaanikko-sovellus helpottaa mekaanikon ja työnjohtajan välistä kommunikaatiota ja dokumentointia huomattavasti, se auttaa asiakkaan ja korjaamon välistä viestintää vain osittain. Tabletit olisi haluttu myös työnjohtajien käyttöön, mutta sovelluksella ei pysty muodostamaan laskua asiakkaalle, ja siksi esimerkiksi työn luovuttaminen muualla kuin omalla työpisteellä on mahdotonta. Lisäksi toinen ratkaiseva tekijä oli järjestelmän hinta. Saadut hyödyt huomioon ottaen hinta oli silloin yrityksen johdon mielestä liian korkea, joten järjestelmää ei silloin hankittu.

Tällä hetkellä CDK Global tarjoaa Huoltoneuvoja-sovellusta, joka on Mobiilimekaanikon tapainen sovellus huoltoneuvojen käyttöön. Tämä voisi olla ratkaisu yrityksen tarpeisiin.

Osana tätä opinnäytetyötä pyysin CDK Globalin edustajan esittelemään 6.4.2018 mobiilisovelluksia TTN:än päättävälle henkilölle. Sovelluksiin on tullut sen verran toivottuja muutoksia, että tabletit otetaan kokeiluun ensimmäisenä Kaivokselan toimipisteen Lexus-korjaamolla. Jos sovellukset todetaan toimiviksi, muutkin toimipisteet ottavat ne käyttöön myöhemmin.

Mobiilisovellukset tulevat varmasti muuttamaan korjaamon prosesseja jonkin verran. On helppo ajatella, että mobiilisovellukset ovat vain työkaluja, joilla voidaan helpottaa nykyisiä prosesseja, mutta itse asiassa sovelluksissa on potentiaalia suurempiinkin muutoksiin. Huoltoneuvoja voi ottaa asiakkaan vastaan ulkona ja kirjata hänen kanssaan tabletilla ylös tehtävät työt. Tabletilla voidaan myös kuvata autoa ja ottaa sähköisesti asiakkaan allekirjoitus. Asiakkaan ei siis tarvitse välttämättä ollenkaan käydä korjaamon sisätiloissa. Huoltoneuvoja tai mekaanikko voivat suorittaa tabletilla auton kuntotarkastuksen, jossa voidaan myös puheella dokumentoida korjaustarpeet työmääräimelle. Huoltoneuvoja voi myös tabletilla lähettää korjauslupakyselyn asiakkaalle, ja jos korjaukseen saadaan sähköisesti lupa, on asiakkaan suostumus tallennettu aina sähköisesti työmääräimelle. Jos asiakas taas ei anna lupaa korjaukselle, jää hylätty tarjous aina ylös järjestelmään sekä työmääräimelle. Näin ollen AUNE-ehdoissakin sanellun, tiedonanto ja neuvontavelvollisuuden mukainen ohjeistus asiakkaalle, on myös aina dokumentoitu järjestelmiin. Asiakkaan hylkäämiä töitä on myös helppo tarjota hänelle myöhemmin, kun ne löytyvät aina järjestelmistä.

4.5 Pienryhmäpalaverit Toyota Kaivokselassa

Niin kuin jo aikaisemmin on todettu, korjaamon toiminnan kannalta yksi tärkeimmistä kanavista, jossa informaation täytyy kulkea, on mekaanikkojen ja huoltoneuvojen välillä. Työpaikallani TTN:ssa on todettu, että nimenomaan tässä oli parantamisen varaa ja sitä varten on Kaivokselan toimipisteessä otettu käytännöksi pienryhmäpalaverit. Mekaanikot ja huoltoneuvojat on jaettu omiin ryhmiinsä, joissa hoidetaan tarpeellinen tiedottaminen molempiin suuntiin.

Palaverit toteutetaan minimissään kahden viikon välein noin 10 minuutin ”työmaakouksena”. Käytäntö on todettu muun muassa hyväksi kanavaksi mekaanikoille tuoda omia tarpeitaan esille. Näistä yleisimpiä ovat laiteviat ja työkalu- sekä tarvikehankinnat.

Myös myyntitavoitteet ja tulos on koettu erittäin tärkeäksi tiedoksi. Mekaanikot saavat peruspalkan lisäksi provision leimatuista työtunneista. Huoltoneuvojat taas saavat provision korjaamon kokonaisymyynnin mukaan. Toisin sanoen molempien ansiot riippuvat myynnistä, ja täten ajantasainen seuranta ja tiedottaminen myynnin tasosta on oleellista.

Pienryhmäpalaverien pitäminen on korjaamon henkilökunnan mielestä todettu suhteellisen hyvin toimivaksi ratkaisuksi. Varsinkin mekaanikot ovat tyytyväisiä siihen, että saavat äänensä kuuluviin. Jonkin verran on kuitenkin aina parannettavaa. Palaverit itsessään toimivat kyllä hyvin, mutta niiden pitäminen on ajoittain hankalaa.

On täysin ymmärrettävää, että kiireisessä työympäristössä pitää asiat laittaa tärkeysjärjestykseen ja rahaa tuottavat työt suoritetaan ensin. Lisäksi kun on monta asiaa hoidettavana, tahtoo pienryhmäpalavereiden pitäminen monesti unohtua. Olisi kuitenkin huomioitava, että pienryhmäpalavereiden pitäminen on nimenomaan sen elintärkeän informaation kanava ja vaikuttaa välillisesti yrityksen tuottavuuteen sekä siten jokaisen yksittäisen työntekijän ansioihin. Jos esimerkiksi jokin erikoistyökalu on rikkoontunut mutta informaatiokulun katkettua sen tilalle ei ole hankittu uutta, saattaa jokin isokin asiakastyö jäädä tekemättä ja kaikki osapuolet menettävät rahaa.

Paras ratkaisu siihen, että kokoukset pidetään, on tietysti informaatio kokousten tärkeydestä niin suorittavalle portaalle kuin päälliköillekin. Kokouksille voisi määrittää tietyt ajankohdat, jolloin ne pidetään, vaikka aina perjantaisin lounaan jälkeen tai jonain muuna vastaavana ajankohtana. Täten kokousta ei pystyisi siirtämään tulevaan epämääräiseen ajankohtaan, vaan se tulisi aina pidettyä ajallaan.

Hyödyllistä olisi myös viikoittainen kokous tai ”puhuttelu”, jossa kaikki olisivat paikalla. Omien havaintojeni perusteella armeijatyylinen kuri toimisi erittäin hyvin maskuliinisella autoalalla. Koko suorittava porras, mekaanikot, huoltoneuvojat ja varaosahenkilökunta riviin korjaamopäällikön tai jälkimarkkinointipäällikön pitämään viikkokatsaukseen, jossa käytäisiin läpi päivän polttavat aiheet, annettaisiin kurinpalautusta, jos tarpeen, ja moti-

voitaisiin työntekijöitä suoriutumaan paremmin. Toki kaikki tämä tulisi suorittaa positiivisessa hengessä, tarkoitus on kuitenkin aina lisätä työhyvinvointia ja sitä kautta parantaa työn tulosta.

4.6 Hallipalaveri Toyota Espoossa

Toisin kuin Kaivokselan toimipisteessä Espoossa pidetään joka torstai klo 14:00 korjaamopäällikön johdolla hallissa palaveri, johon kaikki osallistuvat. Tämä on erittäin hyvä käytäntö, joka mielestäni sopisi hyvin Kaivokselaankin, koska niin kuin edellisessä luvussa todettiin, kaikkien läsnäoloa vaativaa tilaisuutta Kaivokselassa harvemmin on. Espoon toimipisteessä on kokemukseni perusteella enemmän yhteisöllisyyttä ja ns. mehenkeä, jota tarvittaisiin Kaivokselaankin. Ongelmaksi toki muodostuu se, että työt keskeytyvät palaverin ajaksi, jolloin odottavat asiakastyöt venyvät ja joidenkin töiden valmistuminen saman päivä aikana muuttuu epävarmaksi. Pelkästään jo korjaamon tuottavuutta laskettaessa kaikkien asentajien pitämä ylimääräinen 20 minuutin tauko on ylimääräinen kulu, josta saattaa muodostua vuositasolla iso kulu korjaamon kassaan. Kirjoittamattomana sääntönä pidetään, että mekaanikon minuutti maksaa n. 3 € Jos seitsemän mekaanikkoa pitää 20 minuuttia taukoa, tulee sille hinnaksi: $3 \text{ €} \times 7 \times 20 \text{ min} = 420 \text{ €}$. Tämä on kuitenkin hieman epämääräinen laskelma ja sitä on vaikea verrata kokousten työhyvinvointia ja työtehokkuutta edistävään vaikutukseen.

5 Toiminta pienellä autokorjaamolla

Vertailun vuoksi on aiheellista tarkastella toimintaa pienemmässä autokorjaamossa, Autoverso Oy:ssä. Kyseinen korjaamo oli Helsingissä sijainnut valtuutettu Toyota-merkkihuolto, joka lopetti toimintansa vuonna 2016. Yrityksen toimintatavat eivät olleet nykypäivää, eikä viestintää siellä koettu tärkeäksi. Tästä johtuen on oleellista tämän opinnäytetyön kannalta, että kyseisen korjaamon toimintaa hieman avataan. Tässä luvussa käsitellään myös sitä, miten tärkeää markkinointi vahvasti kilpaillulla autoalalla on. Autoverson sisäinen ja ulkoinen viestintä olivat hyvin alkeellisia verrattuna nykyisen työnantajani tasoon.

Autoverso Oy oli vuosina 2004–2016 toiminut autohuoltoliike, joka aloitti monimerkkikorjaamona. Muutaman kuukauden toimittuaan yritys hankki lisenssin Toyotan valtuutetuksi

merkkikorjaamoksi. Autoverso Oy:n pääasiallinen myyntituote oli Toyota-merkkisten henkilöautojen huolto ja korjaus sekä Toyotan merkkikohtaisten varaosien myynti. Tämän lisäksi yritys suoritti autojen pesupalveluita. Yritys menestyikin jonkin aikaa erittäin hyvin. Toyotan laatujärjestelmiin kuuluu jatkuva asiakastytyväisyyden mittaaminen, ja tällä mittarilla yritys oli koko ajan maan kärkipäässä.

Vaunula Oy perusti Toyotan merkkihuollon Malmin autolaaksoon, Autoverson naapuriin, vuonna 2012. Tämä kilpailijan vaikutus näkyi Autoversossa asiakkaiden vähentymisenä. Vuosi 2012 oli yritykselle muutenkin erittäin hiljainen vuosi. Nämä asiat sysäsivät Autoverson alamäkeen, joka lopulta johti liiketoiminnan lopettamiseen.

Vaikka yrityksen ajautuminen konkurssiin johtui monesta asiasta, olivat kyvyttömyys vastata kilpailijan markkinointiin, kyvyttömyys pitää kiinni vanhoista asiakkaista sekä johdon haluttomuus muuttaa liiketoimintaa paremmin vastaamaan jatkuvasti muuttuvia markkinoita ehkä suurimmat syyt taloudelliseen kannattamattomuuteen ja lopulliseen konkurssiin.

Melkein mikä tahansa myyntityö on mielikuvien myymistä. Ennen ostohetkeä ihmisellä on ostettavasta tuotteesta tai palvelusta jo ennestään mielikuva, jota vasten hän tuotetta tai palvelua arvioi oston jälkeen (Isohookana 2007: 23) Jos tuote tai palvelu vastaa ihmisen mielikuvia ja odotuksia, hän on tyytyväinen ja todennäköisesti asioi saman yrityksen kanssa uudelleen. Hinta ei välttämättä aina ole siis se ratkaiseva tekijä. Kun palvelu on hyvää ja työt onnistuvat, on kuluttaja valmis maksamaan enemmänkin. Tämä pätee erittäin hyvin odotuksiin auton merkkihuollosta. ”Se maksaa kyllä enemmän mutta kyllä hän ne siellä tietävät, mitä ne tekevät”. Ja kuten edellä jo mainittiin, asiakastytyväisyys oli Autoversossa aina korkealla. Jos kuitenkin ajatellaan merkkihuoltoa yleensä, tulee mieleen iso autotalo, jossa on marmoritiski eikä Autoverso Oy ei ollut sellainen. Kaikki asiakkaat, jotka sinne ensimmäistä kertaa hakeutuivat, odottivat pieneltä korjaamoltamme jotain muuta kuin isolta huoltoliikkeeltä.

Ensinnäkin he odottivat henkilökohtaisempaa palvelua ja asiakkaan huomioimista ihmisenä: hän se on asiakas, ei auto, ja siihen mielikuvaan vastattiin. Mutta toisena on hinta, se ei vastannut kovinkaan monen asiakkaan mielikuvaa. Jos autotaloissa hintaveloitus on 100 euron luokkaa, oli hinta pienellä valtuutetulla korjaamolla täysin sama, vaikka asiakas on olettanut sen olevan hieman halvempi. Tattarisuon teollisuusalue on täynnä

pieniä yleiskorjaamoja joissa tuntiveloitus on puolet vähemmän. Ei niiden kanssa voi kilpailla hinnalla, mutta isojen talojen kanssa voi. Autoverson olisi pitänyt kilpailla hinnalla sen verran, että hinta vastaa mielikuvaa. Toisaalta vaikka hinta olisi saatu kohdalleen, ei se olisi yksin pelastanut yritystä.

Autoversossa markkinointiin ei panostettu oikeastaan lainkaan rahaa, vaikka silloin, kun Vaunula tuli naapuriin, olisi nimenomaan pitänyt vastata sen markkinointiin. Vaunula markkinoi todella aggressiivisesti ja sai Autoverson asiakaskuntaa houkuteltua itselleen. Myös potentiaaliset uudet asiakkaat hakeutuivat Vanunulaan, koska Autoverso ei markkinoinut itseään juuri lainkaan. Satunnaisesti saattoi Helsingin Sanomissa olla pieni ilmoitus tarjouksista.

Uusia asiakkaita on jatkuvasti houkuteltava erilaisilla tarjouksilla. On oltava todella paljon näkyvyyttä, että kuluttajat tietävät yrityksen ja sen toiminnan. Vanhoista asiakkaista on pidettävä kiinni mahdollisimman hyvin kaikilla mahdollisilla keinoilla. Autoversolla oli yksi pieni kyltti tien varressa ja erittäin kankeat nettisivut, siinä kaikki. Kun elämme ajassa, jossa jokaisella on pieni tietokone taskussa, josta saa etsittyä kaiken mahdollisen tiedon, mitä vain tarvitsee, on tähän markkinointimahdollisuuteen sijoitettava paljon resursseja.

Toinen suuri ongelma Autoverson toiminnassa oli marginaalinen sisäinen viestintä. Työmääräimille ei dokumentoitu sähköisesti minkäänlaista informaatiota. Käytössä oli Laihia Data, hallinto-ohjelma, joka on hieman harvinaisempi kuin AutoMaster- ja CD400-ohjelmat, joita yleensä autokorjaamoilla Suomessa käytetään. Laihia Datastakin kuitenkin löytyy ominaisuus, jolla työmääräimelle voidaan kirjoittaa ylös kaikki havaitut asiat. Jos autosta esimerkiksi luetaan vikakoodit ja sama auto tulee uudestaan kahden viikon päästä, etsitään kuumeisesti paperista työmääräintä, jossa vikakoodit lukevat, koska sähköiselle työmääräimelle ei ole kirjoitettu mitään.

Miksi Autoverso Oy ajautui konkurssiin, vaikka asiakastytyväisyys oli korkealla? Tässä työssä korostetaan, että onnistunut viestintä johtaa onnistuneeseen palveluun, jonka voidaan olettaa tuottavan korkeaa asiakastytyvyyttä. Autoverson tapauksessa asiakastytyväisyys oli kuitenkin korkealla ilman onnistunutta viestintää.

Autoverson korkea asiakastytyväisyys perustui henkilökohtaiseen asiakaspalveluun, ja palvelu myös henkilöityi korjaamon päällikköön, joten asiakasta palveli lähes aina sama

ihminen. Niin kuin tässä työssä on aiemmin mainittu, palvelemalla ihmistä, ei autoa, korjaamolla on todella hyvät edellytykset menestyä alalla. Autoverso pystyi siis paikkaamaan muut puutteet palvelemalla ihmistä. Toki tämä toimi vain jonkin aikaa, kun muita viestinnällisiä puutteita ei pystytty korjaamaan. Autoversolla olisi ollut mahdollisuudet menestyä todella hyvin, jos toiminta olisi saatu nostettua nykyaikaiseksi.

Oikeastaan tässä tulevat hyvin ilmi isojen autotalojen ja pienten korjaamojen erot. Ison autotalon on panostettava viestintään paljon enemmän, koska prosessit ovat paljon suurempia ja henkilökuntaa sekä asiakkaista paljon enemmän. Ison autotalon yksittäinen asiakas tavallaan hukkuu prosessin rattaisiin, kun taas pienellä korjaamolla hänet on helpompi ottaa huomioon.

6 Loppusanat

Tähän kohtaan on hyvä lisätä henkilökohtainen mielipiteeni ammattikorkeakoulussa käytävästä insinöörin koulutuksesta: asiakaspalvelua ei opeteta koulussa oikeastaan ollenkaan, vaikka Suomessa suuri osa autoinsinööreistä työllistyy jälkimarkkinointipuolelle, jossa on varmasti asiakaspalvelutehtäviä. Asiakaspalvelun laadun ja viestinnän tärkeyttä tulisi korostaa jo koulussa paljon enemmän.

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli tutkia, miten informaation kulkee autokorjaamolla, mitä ongelmia siinä on ja miten tätä viestintää voitaisiin parantaa. Suurimmiksi ongelmiksi osoittautuivat asiakkaan ja korjaamon väliset viestinnän kanavat sekä tiedon dokumentoiminen järjestelmiin korjaamoprosessin aikana. Parhaimmaksi ratkaisuksi osoittautuivat sähköinen viestintä asiakkaan ja korjaamon välillä sekä nykyaikaiset mobiilisovellukset korjaamoprosesseissa. Nämä mobiilisovellukset otettiin kokeiluun TTN:ssä ainakin osittain tässä opinnäytetyössä esitettyjen ratkaisujen johdosta. Sähköisessä viestinnässä asiakkaan ja korjaamon välillä on kuitenkin vielä paljon kehitettävää. Asiakkaan näkökulmasta mobiilisovellus, jolla viestinnän korjaamolle voisi hoitaa, olisi paras vaihtoehto.

Autoilu ja autokorjaamotoiminta elävät tällä hetkellä muutosvaihetta, jossa ollaan siirtymässä perinteisestä auton omistamisesta ja siitä itse huolehtimisesta ostettavaan palveluun, joka on asiakkaalle mahdollisimman helppoa ja vaivatonta. Tästä johtuen saattaa käydä niin, että huoltoneuvojaa ei välttämättä enää tulevaisuudessa tarvita asiakkaan ja

korjaamon välisessä viestinnässä, puhumattakaan korjaamon sisäisestä viestinnästä. Tulevaisuudessa on myös mahdollista, että auto itse ottaa yhteyttä korjaamoon, kun on aika huolloille tai korjauksille ja korjaamo vain suorittaa tarvittavat toimenpiteet. Tavaltaan voidaan sanoa, että asiakas ja huoltoneuvoja saattavat jäädä inhimillisinä tekijöinä pois koko prosessista. Toisin sanoen, tässä opinnäytetyössä saavutetut ratkaisut ovat osa kehitystä, jossa koko autokorjaamoala tulee todennäköisesti muuttumaan täysin erilaiseksi, kuin sen tällä hetkellä näemme.

Lähteet

Isohookana, Heli. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki: WSOYpro.

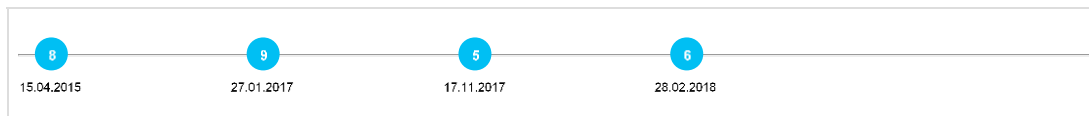
Jalonen, Harri; Vuolle, Maiju & Heinonen, Laura (toim.). 2016. Negatiiviset tunteet – positiivinen bisnes. Helsinki: Talentum Pro.

Asiakaspalaute 1

NRO	KYSYMYKSET	ASIAKKAAN PALAUTE	PALAUTTEEN KUVAUS
	ASIAKASTIEDOT		

ASIAKKAAN NIMI		Yaris	Kyselyn Id: 10243541
Yksityinen puhelin:			Vin: auton valmistenumero
Työpuhelin:			Rekisterinumero:
Yksityinen matkapuhelin:	asiakkaan puhelinnumero		Asiakkaan koodi: 500835
Työpaikan matkapuhelin:			Tapahtumapäivä: 20.02.18
Sähköpostiosoite:	asiakkaan sähköpostiosoite		
Palautteen lähde (tila):	Huolto (Suljettu) (10243541)	Jm nimi: Toyota Tsusho Nordic Oy/Toyota Espoo (0005053)	
		Asiakasta palvellut: huoltoneuvojan nimi	
		Huollon kyselyn päivä (tila): 28.02.2018 (Nettikysely) (10243541)	



PALAUTEHISTORIA



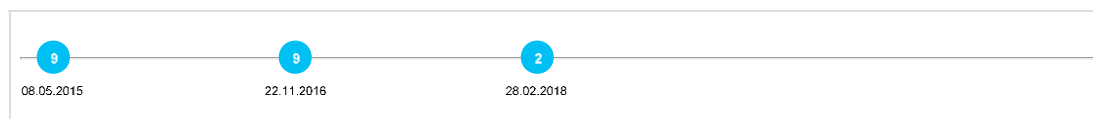
ASIAKASPALAUTE

Huollon kyselyn tulokset (292982)			
Huollon kyselyn tulokset (5968275)			
Huollon kyselyn tulokset (9156113)			
Huollon kyselyn tulokset (10243541)			
QF1	Ennen varsinaista kyselyä, valitse alla olevista vaihtoehtoista viimeisimmän korjaamokäynnin pääasiallinen syy.	Huolto tai tarkistus, auton takuu päättynyt (myös mahdollinen renkaidenvaihto)	-
Q1	Muistele nyt tätä viimeisintä palvelutapahtumaa: Sinulla kysyttäessä, kuinka todennäköisesti suosittaisit liikettä Toyota Tsusho Nordic Oy/Toyota Espoo (0005053)?	6	6
Q2	Ole hyvä ja kerro, miksi annoit juuri tämän arvosanan viimeisimmästä palvelutapahtumasta.	Vuosien mittaan toiminta on Toyotalla muuttunut epäedulliseen suuntaan. Tällä kerralla vein auton huoltoon sovitusti klo 7-9, vein klo 7. Henkiökuntaa ei näkynyt 10 minuuttiin. Kysyin kahdelta aulassa olevalta asiakkaalta, ovatko nähneet täällä ketään. Olivat kuulemma jo ilmoittautuneet.	-
Q3	Tuliko auto kerralla kuntoon?	kyllä	-
Q4	Ole hyvä ja arvioi asteikolla 0-10 kuinka hyvin seuraavat väittämät pitävät paikkaansa. 0 = Olen täysin eri mieltä ja 10 = Olen täysin samaa mieltä. Jos mikään vaihtoehtoista ei ole sopiva, valitse Ei mielipidettä.		-
Q4A	Minua muistutettiin tulevasta määräaikaishuollosta hyvissä ajoin.	10	täysin totta
Q4B	Ajanvaraus korjaamolle oli nopeaa ja vaivatonta.	9	9
Q4C	Liikkeessä minua kohdeltiin asiantuntevasti ja ystävällisesti.	9	9
Q4D	Käynnin aikana ajoneuvoni kunto selvitettiin ja minulle kerrottiin selkeästi mitä toimenpiteitä autolleni tulee tehdä.	10	täysin totta
Q4E	Sain hinta-arvion työlle etukäteen ja se myös vastasi laskun loppusummaa.	10	täysin totta

Asiakaspalaute 2

NRO	KYSYMYKSET	ASIAKKAAN PALAUTE	PALAUTTEEN KUVAUS
 ASIAKASTIEDOT			
ASIAKKAAN NIMI Yksityinen puhelin: Työpuhelin: Yksityinen matkapuhelin: asiakkaan puhelinnumero Työpaikan matkapuhelin: Sähköpostiosoite: asiakkaan sähköpostiosoite Palautteen lähde (tila): Huolto (Suljettu) (10243479)		 Yaris Kyselyn Id: 10243479 Vin: auton valmistenumero Rekisterinumero: Asiakkaan koodi: 369565 Tapahtumapäivä: 20.02.18 Jm nimi: Toyota Tsusho Nordic Oy/Toyota Espoo (0005053) Asiakasta palvellut: huoltoneuvojan nimi Huollon kyselyn päivä (tila): 28.02.2018 (Nettikysely) (10243479)	

PALAUTEHISTORIA



ASIAKASPALAUTE

Huollon kyselyn tulokset (460528)			
Huollon kyselyn tulokset (5259148)			
Huollon kyselyn tulokset (10243479)			
QF1	Ennen varsinaista kyselyä, valitse alla olevista vaihtoehtoista viimeisimmän korjaamokäynnin pääasiallinen syy.	Huolto tai tarkistus, auton takuu päättynyt (myös mahdollinen renkaidenvaihto)	-
Q1	Muistele nyt tätä viimeisintä palvelutapahtumaa: Sinulta kysyttäessä, kuinka todennäköisesti suositelisit liikettä Toyota Tsusho Nordic Oy/Toyota Espoo (0005053)?	2	2
Q2	Ole hyvä ja kerro, miksi annoit juuri tämän arvosanan viimeisimmästä palvelutapahtumasta.	Olen käyttänyt aina samaa huoltotaloa ja ollut erittäin tyytyväinen. Nyt huollon jälkeen sain takaisin likaisen auton, pyykijät vaihtamatta (oli lupa vaihtaa) ja moottorisakin on uudet lisäsoudit. Kyseessä oli isompi huolto, harmi, jos politiikka on muuttunut siihen suuntaan, että huoltohinnat nousevat ja huollon yhteydessä toimenpiteitä karsitaan. Seuraavalla kerralla menen toisaalle huollattamaan autoni, tämä pitkä asiakassuhde oli tässä.	-
Q3	Tuliko auto kerralla kuntoon?	Ei	-
Q4	Ole hyvä ja arvioi asteikolla 0-10 kuinka hyvin seuraavat väittämät pitävät paikkaansa. 0 = Olen täysin eri mieltä ja 10 = Olen täysin samaa mieltä. Jos mikään vaihtoehtoista ei ole sopiva, valitse Ei mielipidettä.		-
Q4A	Minua muistutettiin tulevasta määräaikaishuollosta hyvissä ajoin.	10	täysin totta
Q4B	Ajanvaraus korjaamolle oli nopeaa ja vaivatonta.	9	9
Q4C	Liikkeessä minua kohdeltiin asiantuntevasti ja ystävällisesti.	7	7
Q4D	Käynnin aikana ajoneuvoni kunto selvitettiin ja minulle kerrottiin selkeästi mitä toimenpiteitä autolleni tulee tehdä.	1	1

Asiakaspalaute 3



ASIAKASTIEDOT

ASIAKKAAN NIMI

Yksityinen puhelin:

Työpuhelin:

Yksityinen matkapuhelin: asiakkaan puhelinnumero

Työpaikan matkapuhelin:

Sähköpostiosoite: asiakkaan sähköpostiosoite

Palautteen lähde (tila):

Huolto (Suljettu)
(8615476)

Auris

Kyselyn Id: 8615476

Vin: auton valmistenumero

Rekisterinumero:

Asiakkaan koodi: 539012

Tapahtumapäivä: 20.09.17

Jm nimi:

Toyota Tsusho Nordic Oy/Toyota Espoo (0005053)

Asiakasta palvellut:

huoltoneuvojan nimi

Huollon kyselyn päivä (tila): 27.09.2017 (Nettikysely) (8615476)

PALAUTEHISTORIA

5

27.09.2017


ASIAKASPALAUTE

KYSYMYKSET	ASIAKKAAN PALAUTE	PALAUTTEET
tulokset (8615476)		
Ennen varsinaista kyselyä, valitse alla olevista vaihtoehdoista viimeisimmän korjaamokäynnin pääasiallinen syy.	Huolto tai tarkistus takuunalaiselle autolle (myös mahdollinen renkaidenvaihto)	-
Muistele nyt tätä viimeisintä palvelutapahtumaa: Sinulta kysyttäessä, kuinka odennäköisesti suosittelet liikettä Toyota Tsusho Nordic Oy/Toyota Espoo (0005053)?	5	5
Ole hyvä ja kerro, miksi annoit juuri tämän arvosanan viimeisimmästä palvelutapahtumasta.	Aikavaraus venyi eikä ilmoitettu miten paljon.	-
Tuliko auto kerralla kuntoon?	kyllä	-
Ole hyvä ja arvioi asteikolla 0-10 kuinka hyvin seuraavat väittämät pitävät paikkaansa. 0 = Olen täysin eri mieltä ja 10 = Olen täysin samaa mieltä. Jos mikään vaihtoehdoista ei ole sopiva, valitse Ei mielipidettä.		-
Minua muistutettiin tulevasta määräaikaishuollosta hyvissä ajoin.	10	täysin
Ajanvaraus korjaamolle oli nopeaa ja vaivatonta.	10	täysin
Liikkeessä minua kohdeltiin asiantuntevasti ja ystävällisesti.	8	8
Käynnin aikana ajoneuvoni kunto selvitettiin ja minulle kerrottiin selkeästi mitä oimenpiteitä autolleni tulee tehdä.	10	täysin
Sain hinta-arvion työlle etukäteen ja se myös vastasi laskun loppusummaa.	10	täysin
Huollon/korjauksen aikana minua pidettiin tarvittaessa riittävän hyvin ajan tasalla työn edistymisestä.	2	2
Käynti korjaamolla oli miellyttävää ja odotustilat olivat viihtyisät.	5	5
Autoni oli valmis sovittuna aikana ja sovituissa kunnossa.	3	3
Huollon jälkeen minuun oltiin yhteydessä tyytyväisyyden varmistamiseksi ja sain vastaukset mahdollisiin epäselviin asioihin.	3	3
Oinko mielessäsi jokin parannusehdotus, jonka haluat välittää Toyota-liikkeelle [Toyota Tsusho Nordic Oy/Toyota Espoo (0005053)]?	Parempi arvio aikataulusta	-
Sopiiko, että välitämme tietosi ja vastauksesi Toyotan asiakastyytyväisyydestä vastaaville sijoittajille? Huom! Mikäli vastaat tähän kysymykseen Ei, mahdolliset kirjoittamasi kommentit eivät välity jälleennyjälle.	Kyllä	-
Tein ajanvarauksen nettisivun kautta.	Kyllä	-
Minulle tarjottiin Hybrid-sijaisautoa huollon ajaksi.	-	-
Autolla on huoltosopimus.	Ei	-

Asiakaspalaute 4



ASIAKASTIEDOT

ASIAKKAAN NIMI			Corolla	Kyselyn Id: 6672439
Yksityinen puhelin:				Vin: auton valmistenumero
Työpuhelin:				Rekisterinumero:
Yksityinen matkapuhelin:	asiakkaan puhelinnumero			Asiakkaan koodi: 500178
Työpaikan matkapuhelin:				Tapahtumapäivä: 06.04.17
Sähköpostiosoite:	asiakkaan sähköpostiosoite			
Palautteen lähde (tila):	Huolto (Suljettu) (6672439)	Jm nimi:	Toyota Tsusho Nordic Oy/Toyota Espoo (0005053)	
		Asiakasta palvelut:	huoltoneuvojan nimi	
		Huollon kyselyn päivä (tila):	12.04.2017 (Nettikysely) (6672439)	

PALAUTEHISTORIA

1	12.04.2017
---	------------

ASIAKASPALAUTE

Page 1 / 2

Huollon kyselyn tulokset (6672439)			
QF1	Ennen varsinaista kyselyä, valitse alla olevista vaihtoehdoista viimeisimmän korjaamokäynnin pääasiallinen syy.	Huolto tai tarkistus, auton takuu päätynyt (myös mahdollinen renkaidenvaihto)	-
Q1	Muistele nyt tätä viimeisintä palvelutapahtumaa: Sinulta kysyttäessä, kuinka todennäköisesti suosittelet liikettä Toyota Tsusho Nordic Oy/Toyota Espoo (0005053)?	1	1
Q2	Ole hyvä ja kerro, miksi annoit juuri tämän arvosanan viimeisimmästä palvelutapahtumasta.	Lypsyoitoja aina huollon yhteydessä. Asiakas ei pysty todentamaan puhelimesta esitellyjä korjaustarpeita. Jälkikäteen vaan selitetään, mitä tuli tehtyä...	-
Q3	Tuliko auto kerralla kuntoon?	kyllä	-
Q4	Ole hyvä ja arvioi asteikolla 0-10 kuinka hyvin seuraavat väittämät pitävät paikkaansa. 0 = Olen täysin eri mieltä ja 10 = Olen täysin samaa mieltä. Jos mikään vaihtoehdoista ei ole sopiva, valitse Ei mielipidettä.		-
Q4A	Minua muistutettiin tulevasta määräaikaishuollosta hyvissä ajoin.	0	Ei ollenkaan totta
Q4B	Ajanvaraus korjaamolle oli nopeaa ja vaivatonta.	5	5
Q4C	Liikkeessä minua kohdeltiin asiantuntevasti ja ystävällisesti.	4	4
Q4D	Käynnin aikana ajoneuvoni kunto selvitettiin ja minulle kerrottiin selkeästi mitä toimenpiteitä autolleni tulee tehdä.	5	5
Q4E	Sain hinta-arvion työlle etukäteen ja se myös vastasi laskun loppusummaa.	4	4
Q4F	Huollon/korjauksen aikana minua pidettiin tarvittaessa riittävän hyvin ajan tasalla työn edistymisestä.	3	3
Q4G	Käynti korjaamolla oli miellyttävää ja odotustilat olivat viihtyisät.	2	2
Q4H	Autoni oli valmis sovittuna aikana ja sovitussa kunnossa.	2	2
Q4I	Huollon jälkeen minuun oltiin yhteydessä tyytyväisyyden varmistamiseksi ja sain vastaukset mahdollisiin epäselviin asioihin.	5	5

Asiakaspalaute 5



ASIAKASTIEDOT

ASIAKKAAN NIMI

Yksityinen puhelin:

Työpuhelin:

Yksityinen asiakkaan puhelinnumero
matkapuhelin:

Työpaikan
matkapuhelin:

Sähköpostiosoite:

asiakkaan sähköpostiosoite

Palautteen lähde

(tila):

Huolto (Suljettu)

(7627079)



Prius

Kyselyn Id: 7627079

Vin: auton valmistenumero

Rekisterinumero:

Asiakkaan koodi: 350454

Tapahtumapäivä: 12.06.17

Jm nimi:

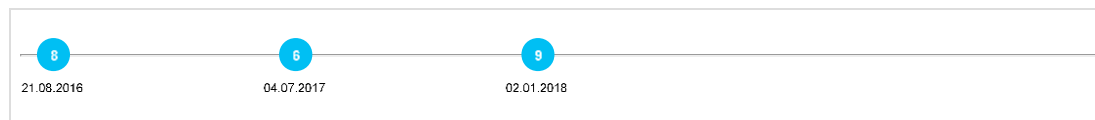
Toyota Tsusho Nordic Oy/Toyota Espoo (0005053)

Asiakasta palvellut:

huoltoneuvojan nimi

Huollon kyselyn päivä (tila): 02.01.2018 (Nettikysely) (9620532)

PALAUTEHISTORIA



ASIAKASPALAUTE

KYSYMYKSET	ASIAKKAAN PALAUTE	PALAUTTEET
tulokset (4443814)		
tulokset (7627079)		
Ennen varsinaista kyselyä, valitse alla olevista vaihtoehdoista viimeisimmän korjaamokäynnin pääasiallinen syy.	Huolto tai tarkistus takuunalaiselle autolle (myös mahdollinen renkaidenvaihto)	-
Muistele nyt tätä viimeisintä palvelutapahtumaa: Sinulta tyydyttäessä, kuinka todennäköisesti suosittelisit liikettä Toyota Tsusho Nordic Oy/Toyota Espoo (0005053)?	6	€
Ole hyvä ja kerro, miksi annoit juuri tämän arvosanan viimeisimmästä palvelutapahtumasta.	Paikan päällä kaikki toimi hyvin ja laadukkaasti. Verkkopalvelut kaipaavat kehitystä. Apsia ei ole ja myöskään huoltohälytys ei toiminut. Enkä pääse omalta laitteelta katsomaan huoltohistoriaa.	-
Tuliko auto kerralla kuntoon?	kyllä	-
Ole hyvä ja arvioi asteikolla 0-10 kuinka hyvin seuraavat väittämät pitävät paikkaansa. 0 = Olen täysin eri mieltä ja 10 = Olen täysin samaa mieltä. Jos mikään vaihtoehdoista ei ole sopiva, valitse Ei mielipidettä.		-
Minua muistutettiin tulevasta määräaikaishuollosta hyvissä ajoin.	0	Ei ollenka
Ajanvaraus korjaamolle oli nopeaa ja vaivatonta.	7	7
Liikkeessä minua kohdeltiin asiantuntevasti ja ystävällisesti.	10	täysin
Käynnin aikana ajoneuvoni kunto selvitettiin ja minulle kerrottiin selkeästi mitä toimenpiteitä autolleni tulee tehdä.	10	täysin
Sain hinta-arvion työlle etukäteen ja se myös vastasi laskun oppusummaa.	10	täysin
Huollon/korjauksen aikana minua pidettiin tarvittaessa riittävän hyvin ajan tasalla työn edistymisestä.	10	täysin
Käynti korjaamolla oli miellyttävää ja odotustilat olivat riittävät.	7	7
Autoni oli valmis sovittuna aikana ja sovituksessa kunnossa.	10	täysin
Huollon jälkeen minuun oltiin yhteydessä tyytyväisyyden varmistamiseksi ja sain vastaukset mahdollisiin epäselviin asioihin.	10	täysin
Onko mielessäsi jokin parannusehdotus, jonka haluat välittää Toyota-liikkeelle [Toyota Tsusho Nordic Oy/Toyota Espoo (0005053)]?	Pyytääkö Tokiosta lupa kehittää verkko- ja mobiilipalveluja.	-
Sopiiko, että välitämme tietosi ja vastauksesi Toyotan asiakastytyväisyydestä vastaaville tahoille? Huom! Mikäli vastaat tähän kysymykseen Ei, mahdolliset kirjoittamasi kommentit eivät välity jälleenmyyjälle.	Kyllä	-
Tein ajanvarauksen nettisivun kautta.	Kyllä	-
Minulle tarjottiin Hybrid-sijaisautoa huollon ajaksi.	-	-
Autolla on huoltosopimus.	Ei	-
tulokset (9620532)		