Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Ilmari Tenhunen

# Asiakaskokemuksen kehittäminen K-Caara Airportissa

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Ajoneuvotekniikka

Insinöörityö

9.5.2019

| | |
|---|---|
| Tekijä<br>Otsikko<br><br>Sivumäärä<br>Aika | Ilmari Tenhunen<br>Asiakaskokemuksen kehittäminen K-Caara Airportissa<br><br>30 sivua<br>9.5.2019 |
| Tutkinto | Insinööri (AMK) |
| Tutkinto-ohjelma | Ajoneuvotekniikka |
| Ammatillinen pääaine | Jälkimarkkinointi |
| Ohjaajat | Koulutusvastaava Pertti Ylhäinen<br>Huoltopäällikkö Markus Aalto, K-Caara Oy Airport |


Insinöörityössä tutkittiin tämänhetkistä asiakaskokemuksen tasoa henkilöautojen huoltopalveluiden osalta K Caara Oy:n Airportin toimipisteessä. Tulosten perusteella oli päämääränä pohtia, millä keinoin asiakaskokemuksen tasoa voisi kehittää ja miten toimipisteessä asioivaa asiakasta voitaisiin palvella entistä paremmin.

Insinöörityössä pohdittiin asiakaspalvelua käsitteenä, asiakastyytyväisyyden ja asiakaskokemuksen eroja sekä keinoja asiakaskokemuksen mittaamiseksi. Tämän viitekehyksen avulla tarkoituksena oli löytää uusia keinoja, jolla saada liikkeen asiakkaat kokemaan tarjottu palvelu entistä parempana.

Asiakastyytyväisyyttä tutkittiin asiakastyytyväisyyskyselyjen vastausten sekä suoritettujen asiakashaastattelujen avulla. Lisäksi seurattiin huoltoneuvojien päivittäistä asiakaspalvelutyötä K-Caara Airportissa sekä Audi Center Airportissa.

Näistä saatujen huomioiden avulla esiteltiin kehitysideoita asiakaskokemuksen kehittämiseksi. Suurimmat kehityskohteet liittyivät asiakkaan erikoistarpeiden huomiointiin sekä huoltokäynnin sujuvuuden takaamiseen erilaisin keinoin.



| | |
|---|---|
| Avainsanat | asiakastyytyväisyys, asiakaskokemus |

| | |
|---|---|
| Author<br>Title<br>Number of Pages<br>Date | Ilmari Tenhunen<br>Developing customer experience at K-Caara Airport<br>30 pages<br>5 April 2019 |
| Degree | Bachelor of Engineering |
| Degree Programme | Automotive Engineering |
| Professional Major | Automotive After Sales Engineering |
| Instructors | Pertti Ylhäinen, Senior Lecturer<br>Markus Aalto, Service Manager, K-Caara Oy Airport |

This Bachelor's thesis analyses the state of customer experience of the passenger car maintenance section in K Caara Oy Airport. The aim was to find out how the company could serve the customer even better and how the state of customer experience could be developed.

The purpose of this framework was to find new ways to make the customers feel better about the service offered.

The state of customer satisfaction was examined by carrying out a survey in which the customers were interviewed in November 2018 at the Airport outlet. Also, the maintenance advisors of K-Caara Airport and Audi Center Airport were followed in their daily job as customer servants.

Based on the interviews and observation, development suggestions were presented to develop the state of customer experience. Major developments were related to focusing on the special needs of the customer and ensuring the smooth running of the service visit for the customers.

| | |
|---|---|
| Keywords | customer satisfaction, customer experience |

## Sisällys

Lyhenteet

1 Johdanto 1

2 Asiakaskokemuksesta asiakastyytyväisyyteen 2

2.1 Mitä eroa on asiakastyytyväisyydellä ja -kokemuksella? 2
2.2 Millaista on hyvä asiakaspalvelu? 3
2.3 Millainen on hyvä asiakaskokemus ja miten se saavutetaan? 5
2.4 Miksi asiakaskokemuksen tason ylläpitäminen on tärkeää? 7

3 Asiakastyytyväisyys K-Caara Airportissa 8

3.1 CEM-tyytyväisyyskysely työkaluna 8
3.2 CEM-palautteisiin pohjautuvat analyysit 9
3.2.1 Asiakaspalautekyselyyn vastanneet asiakkaat paikkakunnittain 10
3.2.2 Asiakaspalautekyselyyn vastanneet asiakkaat ikäryhmittäin 12
3.2.3 Kokonaistyytyväisyyden taso paikkakunnittain 14
3.2.4 Kokonaistyytyväisyyden taso ikäryhmittäin 16
3.3 Insinöörityön tekijän itse suorittamiin tutkimuksiin pohjautuvat analyysit 18
3.3.1 Asiakashaastatteluprojekti 18
3.3.2 Asiakaspalveluseuranta 20

4 Kehitysideat 22

4.1 Parkkipaikan sekä piha-alueen opasteiden selkeyttäminen 22
4.2 Veloitukseton huollon sijaisauto -kampanja 26
4.3 Kuudennen huoltoneuvojan palkkaus 26
4.4 Työtilauksen check-in-tyyppinen läpikäynti ennakkoon 27
4.5 Huollon WhatsApp-numero 28
4.6 Asiakkaan jonotusajan tarkkailu 29

5 Yhteenveto 30

## Lyhenteet

| | |
|---|---|
| CD400 | Sovelluspohjainen tietojärjestelmä, jolla hallinnoidaan ja laskutetaan työmääräyksiä sekä myydään varaosia |
| Huva | Huollon ajanvarauskalenteri, jolla hallinnoidaan varattuja työtilauksia ja josta voidaan seurata mekaanikoille varattuja aikoja |
| CEM-portaali | Customer Experience Management. Valmistajan hallinnoima portaali, johon tallentuvat asiakkailta saadut vastaukset koskien asiakastyytyväisyyskyselyä |

# 1 Johdanto

K-Caara Airport on autoliike, joka sijaitsee Vantaalla, Kiitoradantiellä. Toimipisteestä löytyvät automyynnin, huollon, vauriokorjaamon sekä varaosamyynnin palvelut. Liike myy ja huoltaa Volkswagen henkilö- ja pakettiautoja sekä SEAT-henkilöautoja. Liike kuuluu osana K Caara Oy:tä, jonka vähittäiskaupantoimipisteitä on tällä hetkellä yhdeksän ympäri eteläistä Suomea. Toimipisteen juuret sijoittuvat vuoteen 1967, jolloin paikalle perustettiin piirimyyntipiste nimeltään VW-piiri Helsinki Pohjoinen.

Insinöörityön tarkoituksena on löytää uusia ideoita ja toimintatapoja asiakaskokemuksen kehittämiseksi. Aihe valittiin yhdessä huoltopäällikkö Markus Aallon kanssa halusta kehittää huoltokäynnin aikaansaamaa kokemusta asiakkaalle entistä paremmaksi. Liike on ollut jo entuudestaan 10 parhaan kotimaisen Volkswagen-huoltoliikkeen joukossa kokonaistyytyväisyydestä annetuissa palautteissa jo pitkään, mutta sen tulevaisuuden tavoitteena on tarjota asiakkailleen Suomen parasta huoltopalvelua.

Lisäksi insinöörityössä tutkitaan ja tarkkaillaan huoltoneuvojien päivittäistä työtä asiakkaiden parissa töiden vastaanotto- ja luovutusvaiheessa sekä tarkastellaan erilaisten huoltokäyntiin liittyvien asioiden vaikutusta asiakkaan tyytyväisyyteen. Tämän viitekehyksen pohjalta on tarkoitus luoda kehitysideoita asiakaskokemuksen kehittämiseksi.

Insinöörityön tekijä on itse työskennellyt yrityksessä ennen opinnäytetyön aloittamista noin puolen vuoden ajan huoltoneuvojan tehtävissä.

# 2 Asiakaskokemuksesta asiakastyytyväisyyteen

## 2.1 Mitä eroa on asiakastyytyväisyydellä ja -kokemuksella?

On syytä muistaa, että asiakastyytyväisyys ja asiakaskokemus eivät tarkoita samaa asiaa. Asiakastyytyväisyys on käsite, joka kuvaa asiakkaan tyytyväisyysastetta saamaansa palveluun tai ostamaansa tuotteeseen. Asiakkaan tyytyväisyys taso voi olla negatiivinen, neutraali tai positiivinen.

Suurinta asiakastyytyväisyyteen vaikuttavaa tekijää, asiakkaan käsitystä, ei organisaatio voi kuitenkaan hallita täysin. Asiakkaan käsityksellä on tosiasian painoarvo, perustuipa asiakkaan käsitys mielikuvitukseen, olettamukseen tai muuhun epärealistiseen asiaintilaan (Kokkonen 2006.)

Asiakaskokemus on käsitteenä laajempi. Se mielletään tunnepohjaiseksi asiaksi, jonka asiakas kokee saamastaan palvelusta ja kohdistaa sen suoremmin koko yritykseen eli palveluntuottajaan. Yleisimmin asiakaskokemus on joko negatiivinen tai positiivinen. Harvemmin se on neutraali, koska mikäli asiakas ei koe saamastaan palvelusta minkäänlaista erityistä kokemusta, ei sen tasoakaan voida mitata.

Voidaan siis sanoa, että asiakaskokemuksen taso ei välttämättä suoranaisesti kulje käsi kädessä asiakkaan tyytyväisyyden kanssa. Asiakas voi olla hieman tyytymätön saamaansa palveluun tai johonkin osaan siitä, mutta voi silti mieltää asiakaskokemuksen yleisellä tasolla positiiviseksi. Kuitenkin harvoin asiakas, jonka asiakaskokemus liikkeestä tai sen palvelusta on huono, on samaan aikaan tyytyväinen palveluun. Kokemuksen tason ylläpitäminen korkeana onkin siis erityisen tärkeää, koska se heijastuu suoranaisesti myös asiakastyytyväisyyteen.

Esimerkiksi asiakkaan joutuessa tuomaan autonsa uusintakäynnille korjaamoon jo korjatun vian uudelleen esiintymisen vuoksi, asiakas voi olla tyytymätön. Mikäli asiakkaan tarpeet on kuitenkin huomioitu, häntä on palveltu muuten moitteettomasti huoltokäyntiensä aikana sekä ongelma korjattu uusintakäynnin aikana kuntoon, voi asiakas tuntea saaneensa positiivisen asiakaskokemuksen yrityksen toiminnasta.

## 2.2 Millaista on hyvä asiakaspalvelu?

Asiakaspalvelu ja sen laatu ovat ensimmäisiä asioita, joihin asiakas kiinnittää huomionsa. Jotta asiakaskokemusta ja -tyytyväisyyttä pystytään kehittämään, on oleellista ensin olla tietoinen, millaista hyvä asiakaspalvelu on.

Kuten Aarnikoivu (2005: 16) kirjassaan ”Onnistu asiakaspalvelussa” mainitsee, ovat asiakaspalvelutilanteet niitä ratkaisevia kohtaamisia, joiden perusteella asiakas rakentaa kuvan yrityksen palvelun asiakaslähtöisyyden tasosta. Hän myös muistuttaa, että yksi tärkeimmistä erittäin hyvän asiakaspalvelun kriteereistä on asiakkaan toiveiden ja tarpeiden täyttäminen asiakaspalvelijan toimesta.

Asiakkaan odotukset palvelusta ja viestinnästä asiakaspalvelutilanteessa liittyvät kokonaisvaltaiseen palveluun. Asiakas odottaa luontevuutta ja asiantuntemusta sekä asiantuntijan näkemystä ja neuvoja. (Pesonen ym. 2002: 98–100.)

Huoltopalveluiden osalta huoltoneuvoja on se henkilö, joka edustaa toiminnallaan organisaatiota. Samalla hän on monesti myös ainoa henkilö, jonka kanssa asiakas asioi henkilökohtaisesti huoltokäyntinsä aikana. Huoltoneuvojan työssä olennaista on edustaa työnantajaansa eli organisaatiota, mutta yhtä tärkeää myös muistaa edustaa itseään. Jotta asiakkaalle jää kuva, että nimenomaisesti häntä palvellaan, on asiakaspalvelijan tärkeää toimia ammattimaisesti, mutta samalla mahdollisimman käytännönläheisesti.

Onnistunut asiakaspalvelutilanne ei ole vain sitä, että asiakas on saanut haluamansa palvelun, tuotteen tai tiedon, vaan vasta sitten, kun koko tapahtumaprosessin tuloksena on tyytyväinen asiakas. (Pesonen ym. 2002: 98–100).

Pesonen ym. (2002: 60) ovat kirjassaan ”Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena” käsitelleet työyhteisön näkökulmasta työntekijän sosiaalisia taitoja. He ovat koonneet mielestään tärkeitä piirteitä työntekijälle. Näitä ovat muun muassa iloinen ja ulospäin suuntautunut olemus sekä ystävällinen luonne. Lisäksi työntekijältä tulisi löytyä toimeliaisuutta ja idearikkautta. Työnantajan silmissä työntekijältä tulisi löytyä yhteistyö- ja edustuskykyisyyttä sekä hänen tulisi pystyä sopeutumaan työyhteisöön.

Juuri näitä ominaisuuksia vaaditaan myös huoltoneuvojalta päivittäisessä työssä. Huoltoneuvojan tulee pystyä ulospäin suuntautuneella olemuksellaan voittamaan asiakkaan luottamus, jolloin asiakkaalle syntyy luottamussuhde liikkeen toimintaan. Huoltoneuvojan on pystyttävä toimimaan ammattimaisesti, mutta samalla eläytymään asiakkaan tilanteeseen.

Kaikki asiakaspalvelu on vuorovaikutusta. Vuorovaikutuksessa onnistumisen ratkaisee se, kuinka hyviä tuloksia palvelulla saadaan aikaan. Erityisesti asiakaspalvelussa työskenneltäessä on tärkeää, että asiakaspalvelua antava henkilö ymmärtää, että vaikutelmat eivät synny pelkästään sattumalta. (Lahtinen & Isoviita 2001: 1.)

Huoltoneuvojan on pystyttävä myös tunnistamaan asiakkaan tyytymättömyys, vaikkei asiakas sitä itse mainitsisikaan. Ammattimainen huoltoneuvoja osaa kysyä tyytymättömältä asiakkaalta, miten juuri häntä voisi palvella paremmin tai mitä asioita hän osaisi arvostaa omaan huoltokäyntiinsä liittyen.

Annettu palaute on asiakkaan antama näkemys ja kokemus siitä, millaiseksi hän huoltokäyntinsä on arvioinut sekä millä tasolla hän on mielestään kokenut tulleensa palvelluksi.

Asiakaspalvelusta saatava palaute on kuitenkin tärkeä väline, jolla toimintaa voidaan kehittää ja palveluita muokata asiakasystävällisempään muotoon. Tämän vuoksi aktiivinen palautteen pyytäminen ja palautteen käsitteleminen on asiakaspalvelussa tärkeätä, koska asiakaspalvelun toiminnan kehittäminen voi olla haasteellista, mikäli palautetta ei saada (Jokirinne 2015.)

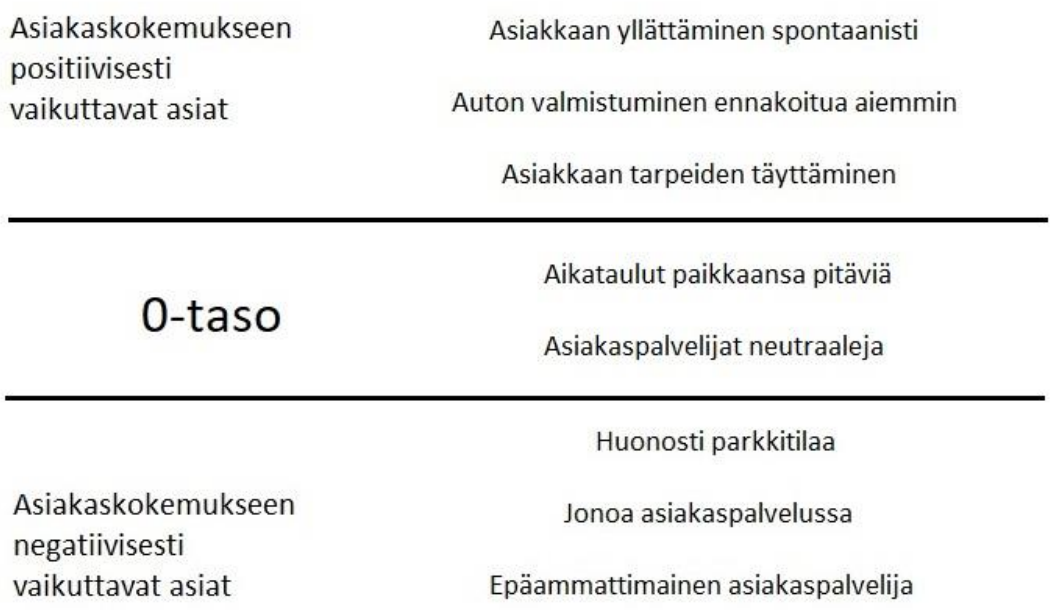
## 2.3 Millainen on hyvä asiakaskokemus ja miten se saavutetaan?

Tutkittaessa ja pohdittaessa laajemmin asiakaskokemuksen tasoa ja keinoja sen kehittämiseksi, voi asiaa ajatella tutkija Frederick Herzbergin motivaatio-hygienia teorian kautta soveltaen.

(Herzberg 1974: 72–74) eritteli teoriassaan työtyytyväisyyttä aiheuttavat asiat (satisfiers) työtyytymättömyyttä aiheuttavista tekijöistä (dissatisfiers).

Tyytyväisyys- eli motivaatiotekijät ovat useimmiten työhön ja työtehtäviin liittyviä, ja tuottavat pitkäaikaisia tyytyväisyyden, henkilökohtaisen kasvun ja motivoitumisen kokemuksia. Tällaisia ovat esimerkiksi saavutukset, maine, vastuulliset työtehtävät ja kehittyminen. Tyytymättömyyttä aiheuttavat eli hygieniatekijät taas ovat tyypillisesti työympäristöön liittyviä asioita, kuten työolojen puutteellisuus tai hallintoon, valvontaan ja ihmissuhteisiin liittyvät ongelmat (Tenhunen 2013: 8).

Verratessa kyseistä teoriaa asiakaskokemukseen ja sen parantamiseen, on helposti löydettävissä yhtäläisyyksiä. Asiakaskokemukseen vaikuttavat asiat voidaan jakaa alla olevan kuvan mukaisesti 0-tasoon sekä positiivisesti ja negatiivisesti vaikuttaviin tekijöihin.




Kuva 1. Esimerkkejä asiakaskokemukseen vaikuttavista asioista

Ideana on verrata positiivisesti asiakaskokemukseen vaikuttavia tekijöitä Herzbergin mallin työtyytyväisyyttä aiheuttaviin tekijöihin sekä negatiivisesti vaikuttavia tekijöitä työtyytymättömyyttä aiheuttaviin tekijöihin. Jotta asiakkaan kokema tapahtumaprosessi voidaan muodostaa laajalti positiiviseksi, ei riitä, että negatiivisesti vaikuttavat tekijät saadaan siirrettyä 0-tasoon.

Esimerkki 1. Asiakas kokee parkkipaikkojen saatavuuden olevan tietynlainen itseisarvo. Tilanne, jossa asiakas saapuessaan löytää vapaan parkkiruudun helposti, ei vielä itsessään siis nostata asiakaskokemuksen tasoa. Tosin, jos parkkiruutua ei löydy, se laskee kokemusta automaattisesti.

Esimerkki 2. Asiakas saapuu aamulla tuomaan autoa korjaamolle. Häntä palvellaan vasta 20 minuutin jonotuksen jälkeen. Tilanne laskee kokemusta, sillä odotusarvona palvelusta on, että jokaista asiakasta palvellaan lähes heti hänen saavuttuaan.

Vaikka organisaation toiminta perustuisi 0-tasoon läpi korjaamokäynnin, se ei saa asiakasta kokemaan erityistä positiivisuutta palvelua kohtaan. Siksi organisaation on kyettävä tarjoamaan asiakkaalle myös positiivisesti vaikuttavia asioita. Näitä voivat olla esimerkiksi auton valmistuminen aiemmin sovittua nopeammin sekä huoltoneuvojan erityisen ammattimainen toiminta asiakaspalvelutilanteessa. Kyse on siis asiakkaan toiveiden ja tarpeiden ymmärtämisestä ja niiden toteuttamisesta. Organisaation onnistuessa tässä, on hyvin mahdollista, että asiakkaat kokevat palvelun tason korkeaksi ja suosittelevat sitä muillekin. Tämä on ideaalitilanne palveluntarjoajan näkökulmasta, jota myös K-Caara Airport tavoittelee.

## 2.4 Miksi asiakaskokemuksen tason ylläpitäminen on tärkeää?

Tänä päivänä kilpailu on kovaa alalla kuin alalla. Pienetkin toimijat saavat tehokkaalla markkinoinnilla oman yrityksensä esille esimerkiksi sosiaalisen median eri kanavien kautta. Myös laadukkaita tuotteita ja toimivia palveluntarjoajia löytyy laajalti.

Siksi asiakkaan valitessaan yrityksen palvelun, nousee asiakaskokemus asiaksi, joka loppupeleissä ratkaisee paljon. Tapa, jolla asiakas huomioidaan, on siis erityisen tärkeä.

Toimivuuden ja luotettavuuden lisäksi asiakas odottaa huoltokäynniltään joustavuutta sekä ongelmatilanteissa asioiden tehokasta ratkaisukykyä. Jos yritys pystyy tarjoamaan näitä, on se luonnollisesti monen asiakkaan silmissä vahvempi kuin pelkän toimivan ja helpon konseptin tarjoava kilpailijansa.

Tuotteiden ja palveluiden laadulla ja ominaisuuksilla on lähes mahdoton erottautua nykymarkkinoilla. Uudet menestyvät ratkaisut puolestaan kopioidaan kilpailijoilta hyvin nopeasti. Sen sijaan markkinoiden parasta asiakaskokemusta ei kopioidakaan ihan helposti. Siksi erinomainen asiakaskokemus on mitä parhain kilpailuvaltti (Jokirinne 2015).

# 3 Asiakastyytyväisyys K-Caara Airportissa

## 3.1 CEM-tyytyväisyyskysely työkaluna

Insinöörityössä työkaluna asiakastyytyväisyyden tutkimisessa oli valmistajan, Volkswagen AG:n, CEM-portaali ja sen sisältö. Asiakkaan käyttäessä huoltopalveluita, hän saa muutaman vuorokauden sisällä viestin halukkuudestaan osallistua lyhyeen palautekyselyyn. Kyselyssä asiakkaalta toivotaan vastauksia koskien viimeisintä huoltokäyntiä. Kysely sisältää kysymyksiä liittyen henkilökohtaiseen palveluun, työn laatuun sekä kokonaistyytyväisyyteen. Osaan kysymyksistä vastataan tähtien avulla ja osaan numeroarvosanoin, molemmissa arvosteluskaala on 1-5. Arvosana 1 kuvaa erittäin tyytymätöntä ja arvosana 5 erittäin tyytyväistä. Kyselyssä on myös oma kenttänsä vapaaseen kommentointiin.

Kaikille huoltopalveluita käyttäneille CEM-tyytyväisyyskyselyä ei lähetetä. Näistä esimerkkejä ovat esimerkiksi vuokra-auto yritysasiakkaat, joita toimipisteessä käy paljon. Yhteensä korjaamokäyntejä otantajaksolla syyskuu 2017 - syyskuu 2018 K-Caara Airportin toimipisteessä henkilöautokorjaamon puolella oli 13 087 kappaletta. CEM-portaalista kyseiseltä ajanjaksolta löytyi 1308 asiakkaan vastaukset tyytyväisyyskyselyyn.

Tätä opinnäytetyötä varten tutkittiin annettuja palautteita viimeiseltä kuluneelta vuodelta, tarkemmin sanottuna ajanjaksolta syyskuu 2017 - syyskuu 2018. Annettuja asiakaspalautteita tutkittiin myös paikkakuntaa sekä ikäryhmää silmällä pitäen, jotta saadaan laajempi kuva siitä, eroavatko annetut palautteet näiltä osin.

Asiakkaita voidaan segmentoida, jotta heille voidaan tarjota kohdistettua palvelua. Segmentointi eli asiakasryhmien lajittelu tai etukäteinen profilointi helpottaa tietyissä asiakaspalvelupisteissä toimivien työntekijöiden työtehtäviä (Ylikoski 1999: 46).

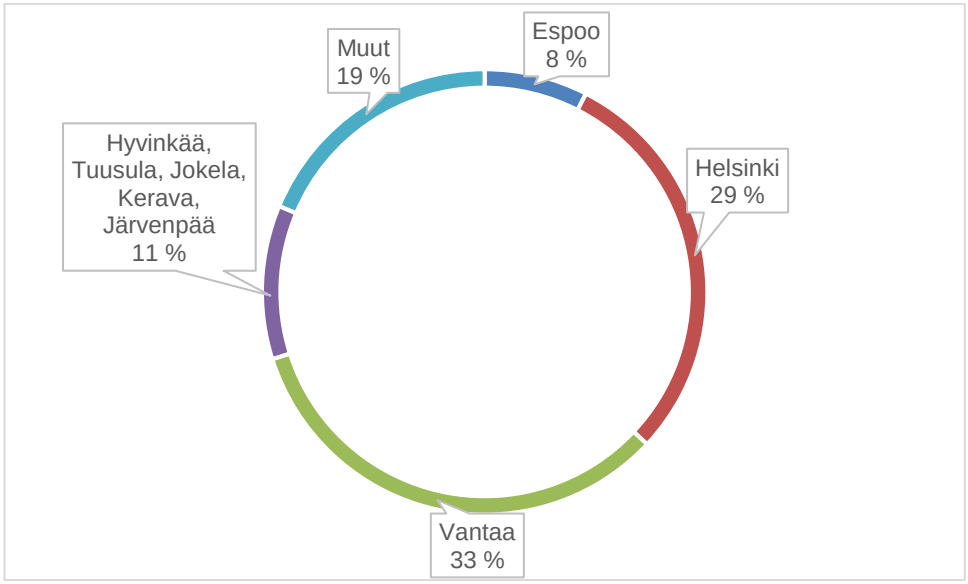
## 3.2 CEM-palautteisiin pohjautuvat analyysit

Asiakaspalautteet ovat tärkeä apukeino yritykselle tulkita toimintansa asiakaslähtöisyyttä sekä sen toimivuutta.

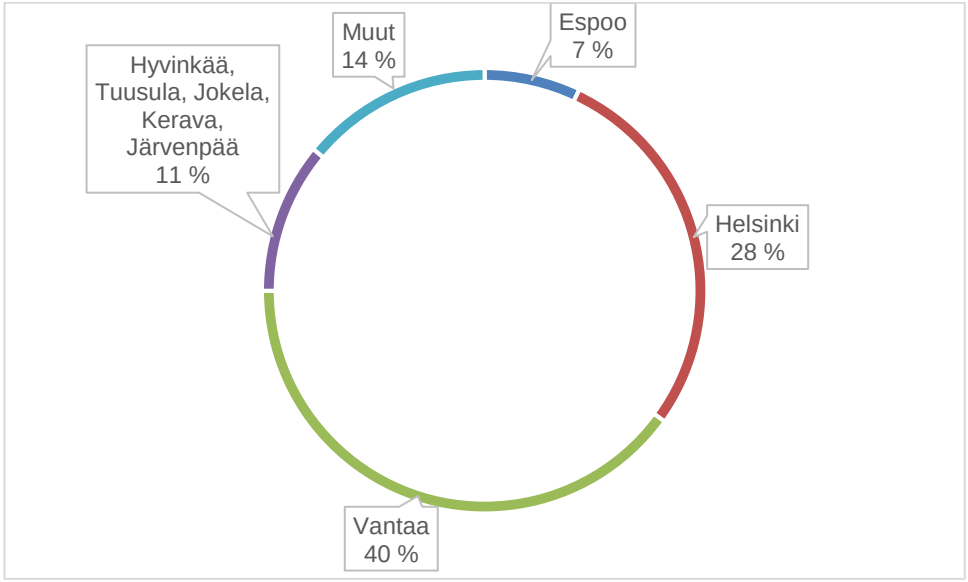
Tarkasteltaviksi paikkakunniksi valittiin kolme pääkaupunkiseudun suurkaupunkia sekä yhdeksi suuremmaksi kokonaisuudeksi Keski-Uudenmaan asutuskeskukset. Espoo, Helsinki ja Vantaa ovat hyviä tarkastelukohteita suurten asiakasmääriensä vuoksi, mutta myös siksi, että niistä jokaisesta löytyvät omat K-Caara toimipisteensä. Lisäksi haluttiin tietää, millaisena pidemmältä tulevat asiakkaat kokevat palvelun tason, ja tästä syystä Keski-Uudenmaan kunnat valittiin omaksi ryhmäkseen. Vaikka esimerkiksi Tuusula on maantieteellisesti lähellä Vantaata, on lähialueella kuitenkin paljon kilpailevia toimijoita. Esimerkiksi Autotalo Laakkonen Oy:n Volkswagen-merkkikorjaamoja löytyy Hyvinkäältä ja Keravalta.

### 3.2.1 Asiakaspalautekyselyyn vastanneet asiakkaat paikkakunnittain

Tämän luvun diagrammit (kuvat 2 ja 3) kuvaavat asiakastyytyväisyyskyselyyn vastanneiden asiakkaiden jakautumista paikkakunnittain.




Kuva 2. Asiakaspalautekyselyyn vastanneet asiakkaat paikkakunnittain, otantajakso syyskuu 2017 – joulukuu 2017, n = 495




Kuva 3. Asiakaspalautekyselyyn vastanneet asiakkaat paikkakunnittain, otantajakso tammikuu 2018 – syyskuu 2018, n = 816

Asiakaspalautekyselyyn kaiken kaikkiaan eniten vastasivat korjaamon oman paikkakunnan asiakkaat Vantaalta, keskiarvolta 36,5 prosenttia kaikista annetuista palautteista koko otantajaksolla. Korjaamon asiakkaista suuri osa on juuri Vantaalta. Voidaan kuitenkin olettaa, että he pitävät tärkeänä palautteen antamista oman paikkakunnan merkkikorjaamon palveluista, jotta se voi toimia ja kehittyä myös tulevaisuudessa. Luultavasti he myös uskovat annetun palautteen vaikuttavan. Lähes yhtä paljon palautetta antavat helsinkiläiset asiakkaat, yhteensä 28,5 prosenttia kaikista annetuista palautteista koko otantajaksolla. Syy korkeaan prosenttiin löytyy toki jälleen osittain suuresta helsinkiläispohjaisesta asiakaskunnasta. Huomioitava asia kuitenkin on, että Helsingin Herttoniemestä löytyy oma Volkswagen Center. Voidaankin siis todeta, että usea helsinkiläinen käyttää Airportin toimipistettä Vantaalla, vaikka lähempänä heitä olisi myös Herttoniemen toimipiste.

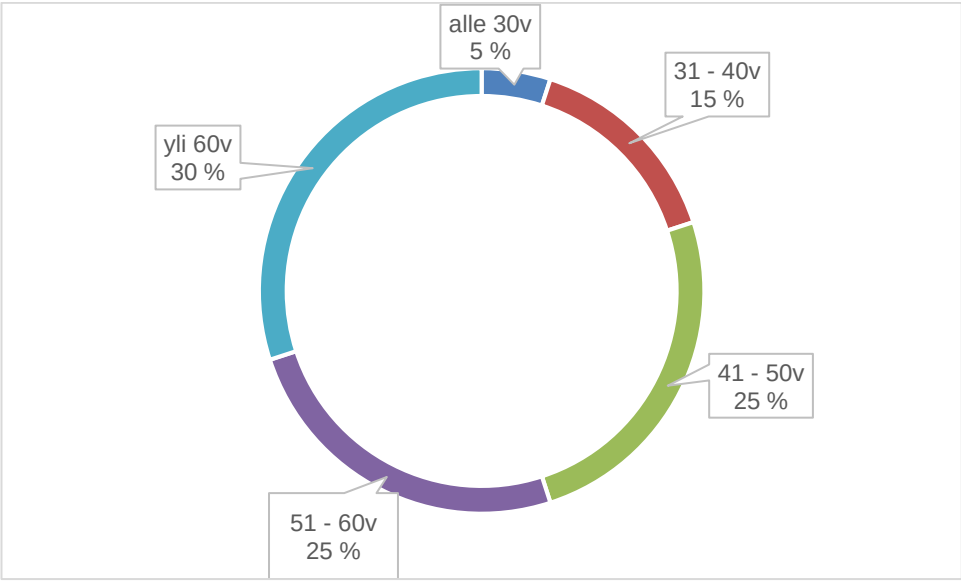
Keski-Uudenmaan kunnat sijaitsevat alle 50 kilometrin etäisyydellä Airportin korjaamosta, joten ovat potentiaalisen etäisyyden sisällä. Nämä paikkakunnat muodostavat 16,5 prosenttia kaikista annetuista asiakaspalautteista koko otantajaksolla. Määrää voidaan pitää hyvänä, sillä asiakaskunta näiltä alueilta on kuitenkin huomattavasti pienempi kokonaisuudessaan verrattuna esimerkiksi Vantaaseen ja Helsinkiin.

Keskiarvolta koko otanta jaksolla 26 prosenttia annetuista asiakaspalautteista muodostavat kuitenkin muilta paikkakunnilta peräisin olevat asiakkaat. Eniten tähän ryhmään kuuluvilta paikkakunnilta asiakaspalautteita tulee muun muassa porvoolaisilta, mäntsäläläisiltä sekä klaukkalalaisilta asiakkailta. Tästä voi huomata, että Airportin toimipisteellä on asiakaskuntaa myös pidemmällä ja he ovat aktiivisia asiakaspalautteen antamisessa.

Vertaamalla otanta jaksoja keskenään, huomataan vantaalaisten asiakkaiden vastanneen vuoden 2018 aikana aiempaa vuotta enemmän. Otantajaksolla tammikuu 2018 - syyskuu 2018 jopa 40 prosenttia kaikista annetuista asiakaspalautteista annettiin vantaalaisten asiakkaiden toimesta, melkein joka toinen.

### 3.2.2 Asiakaspalautekyselyyn vastanneet asiakkaat ikäryhmittäin

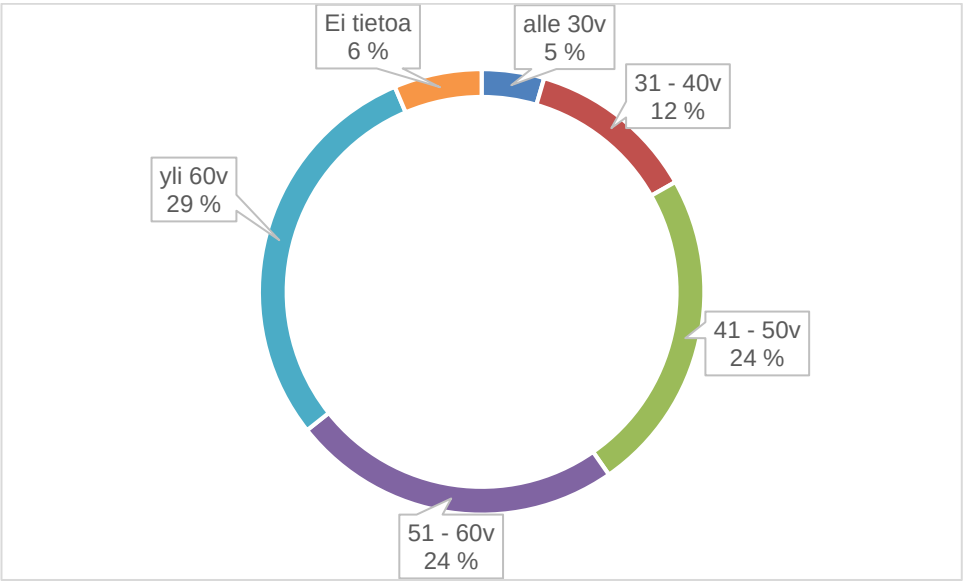
Tämän luvun diagrammit (kuvat 4 ja 5) kuvaavat asiakastyytyväisyyskyselyyn vastanneiden asiakkaiden jakautumista ikäryhmittäin.




Kuva 4. Asiakaspalautekyselyyn vastanneet asiakkaat ikäryhmittäin, otantajakso syyskuu 2017 - joulukuu 2017, n = 495

Aikavälillä syyskuu 2017 - joulukuu 2017 suurin asiakaspalautetta antava yksittäinen asiakasryhmä on 61 vuotta täyttäneet ja sitä vanhemmat henkilöt, yhteensä 30 prosenttia kaikista. Lähes yhtä suuren osan annetuista palautteista tarjoavat ikäryhmät 41–50-vuotiaat sekä 51–60 vuotiaat, joista molemmat antavat 25 osuuden annetuista palautteista. Voidaan siis tulkita, että 41 vuotiaat ja sitä vanhemmat henkilöt antavat noin 80 prosenttia kaikista asiakaspalautteista – kyseessä on siis todella tärkeä asiakasryhmä.

Huomioitava asia on, että alle 30-vuotiaat ovat antaneet vain 5 prosenttia kaikista palautteista. Liikkeen olisikin syytä miettiä, miten 40-vuotiaat ja sitä nuoremmat saataisiin aktiivisemmin antamaan palautetta palvelusta. Palaute itsessään on aina tärkeää, oli se sitten negatiivista tai positiivista, sillä asiakaspalaute on tärkeä osa korjaamotoiminnan sekä palvelun parantamista. Sen avulla voidaan tarttua epäkohtiin tai ylläpitää niitä asioita, joita asiakkaat arvostavat.

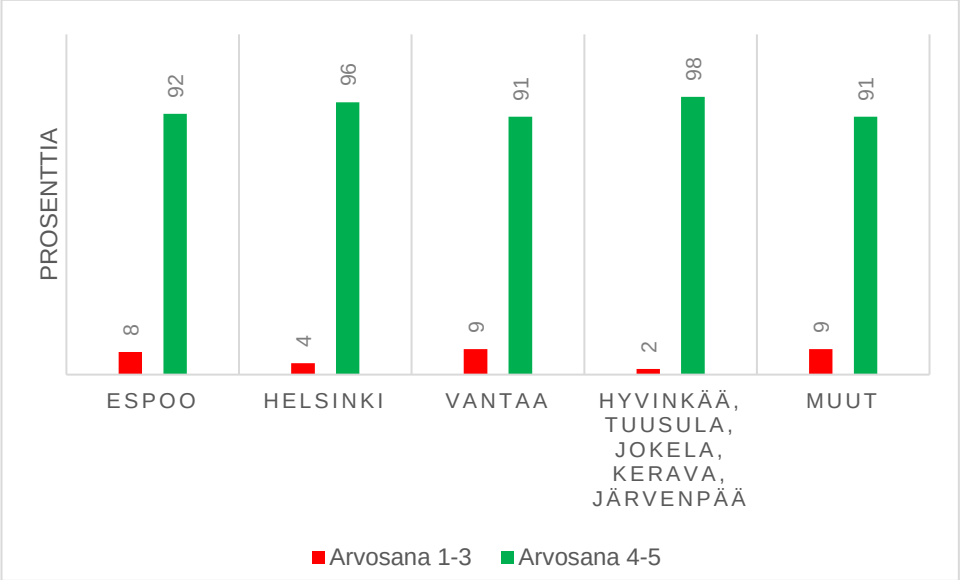



Kuva 5. Asiakaspalautekyselyyn vastanneet asiakkaat ikäryhmittäin, otantajakso tammikuu 2018 – syyskuu 2018, n = 816

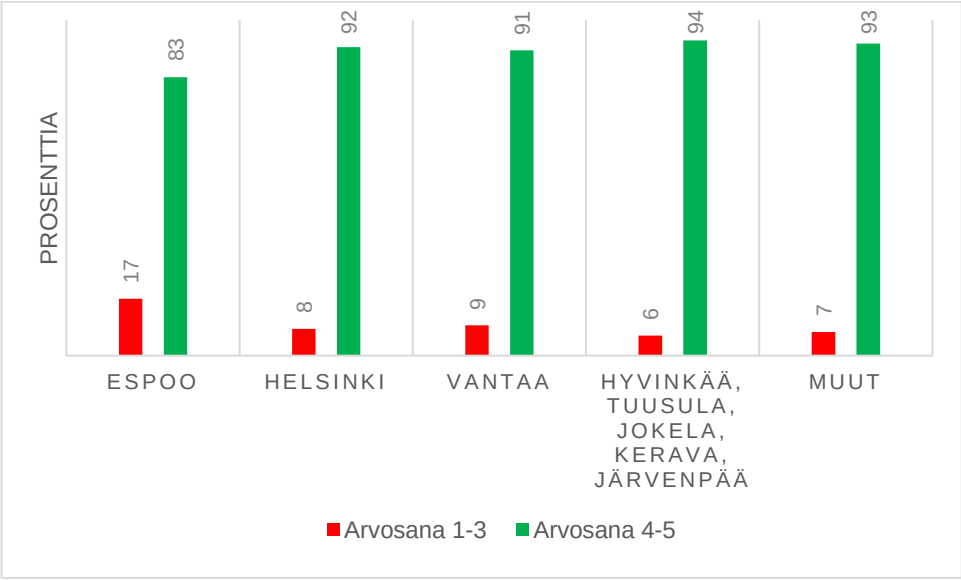
Aikavälillä tammikuu 2018 - syyskuu 2018 huomataan, että CEM-palauteportaali on muuttunut. Enää asiakkaan ei ole välttämätöntä mainita ikäänsä asiakastyytyväisyyskyselyssä. Kuitenkin 94 prosenttia kyselyyn vastanneista ilmoitti ikänsä. Jälkimmäisellä otantajaksolla prosentit muutoin ovat pysyneet lähes samoina aiempaan verrattuna. Edelleen 41 vuotiaiden ja sitä vanhempien asiakasryhmä tarjoaa lähes 80 prosenttia kaikista palautteista.

### 3.2.3 Kokonaistyytyväisyyden taso paikkakunnittain

Tämän luvun diagrammit (kuvat 6 ja 7) kuvaavat asiakastyytyväisyyskyselyyn antaneiden asiakkaiden jakautumista paikkakunnittain kokonaisarvosanaan verraten.




Kuva 6. Kokonaistyytyväisyydestä annettu arvosana verraten asiakkaan paikkakuntaan, otantajakso syyskuu 2017 – syyskuu 2018, n = 492




Kuva 7. Kokonaistyytyväisyydestä annettu arvosana verraten asiakkaan paikkakuntaan, otantajakso tammikuu 2018 – joulukuu 2018, n = 816

Aikavälillä syyskuu 2017 - joulukuu 2017 annetuissa asiakaspalautteissa kokonaistyytyväisyydestä asiakkaan antama arvosana oli 6 prosentissa 1–3 tähteä. Lopuissa 97 prosentissa palautteista asiakkaat antoivat kokonaistyytyväisyydestä 4–5 tähteä. Nämä ovat keskiarvo lukemat, joita voidaan verrata paikkakuntakohdittain ja tulkita, onko niissä huomattavia eroja.

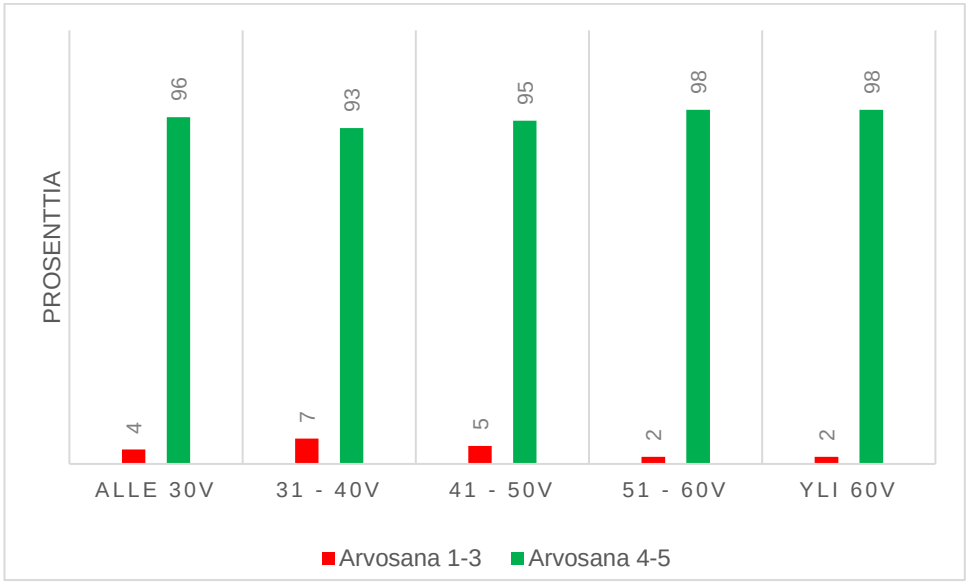
Suurimman asiakaskunnan sekä eniten palautetta antavan paikkakunnan, Vantaan, asiakkaista keskiarvolta koko otantajaksolla 9 prosenttia antoi asiakaspalautteessaan huoltotapahtuman kokonaistyytyväisyydeksi 1–3 tähteä. Helsingissä 1–3 tähteä kokonaistyytyväisyydestä annettiin 6 prosentissa kaikista palautteista.  Luvut ovat siis keskiarvo lukeman luokkaa.

Keskivertolukeman alle päästiin Keski-Uudellamaalla, jossa 1–3 tähteä kokonaistyytyväisyydestä annettiin vain 4 prosentissa palautteita. Toki asiakasvolyymi tällä alueella verrattuna esimerkiksi pääkaupunkiseudun paikkakuntiin on pieni. Voidaan kuitenkin tulkita, että keskiuusmaalaiset käyttävät hieman pidemmällä autoaan huollossa ja pitävät palvelua hyvänä. Sama voidaan huomata tulkitsemalla muilta paikkakunnilta olevien asiakkaiden antamia arvosanoja kokonaistyytyväisyydestä. 8 prosentissa näistä palautteista kokonaistyytyväisyydestä on annettu 1–3 tähteä. Viisi tähteä kokonaistyytyväisyydestä on antanut jopa 52,6 prosenttia kaikista alueen asiakkaista. Asia siis korostuu, mitä pidemmältä asiakkaat ovat. Syitä, miksi pidemmältä kotoisin olevat asiakkaat pitävät juuri tämän toimipisteen palveluita hyvinä diagrammi ei kerro.

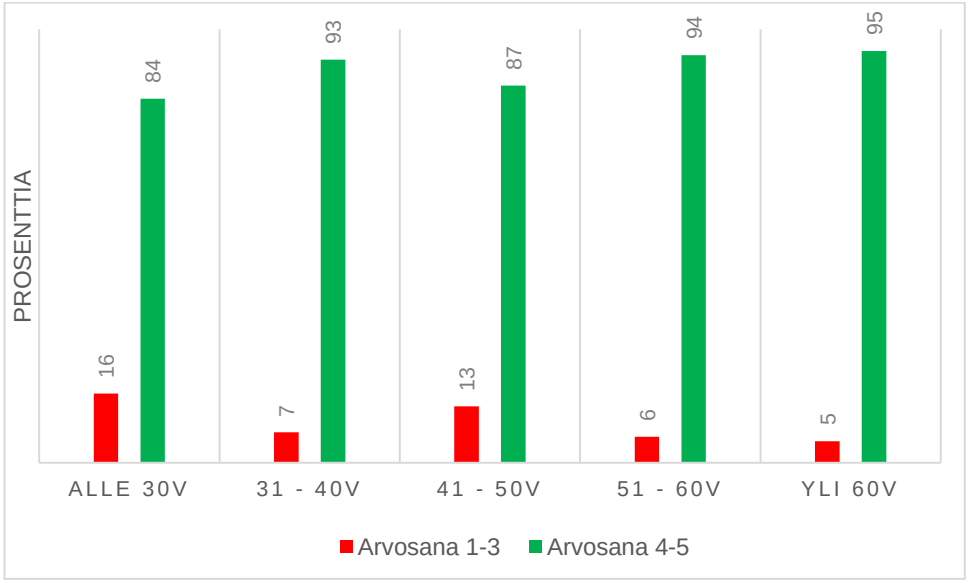
Huomion arvoinen asia on myös espoolaisten asiakkaiden antamat arvosanat kokonaistyytyväisyydestä. Keskiarvolta koko otantajaksolla jopa 12,5 prosentissa palautteista asiakkaat ovat antaneet vain 1–3 tähteä. Tarkemmin ajateltuna kyse ei ole kuin noin reilusta yhdestä asiakkaasta kymmenestä, mutta keskivertolukemaan verrattuna se on kuitenkin selvästi suurempi. Voidaan tulkita, että espoolaiset käyttävät Airportin toimipisteen palveluita kaiken kaikkiaan pääkaupunkiseudun asukkaista vähiten sekä ovat tyytymättömimpiä saamaansa palveluun.

### 3.2.4 Kokonaistyytyväisyyden taso ikäryhmittäin

Tämän luvun diagrammit (kuvat 7 ja 8) kuvaavat asiakastyytyväisyyskyselyyn 1–3 arvosanan kokonaistyytyväisyydestä antaneiden asiakkaiden jakautumista ikäryhmittäin.




Kuva 8. Kokonaisarvosanan 1–3 antaneet asiakkaat ikäryhmittäin verrattuna ikäryhmän kokonaismäärään otanta jaksolla syyskuu 2017 – joulukuu 2017, n = 495




Kuva 9. Kokonaisarvosanan 4–5 antaneet asiakkaat ikäryhmittäin verrattuna ikäryhmän kokonaismäärään otanta jaksolla tammikuu 2018 – syyskuu 2018, n = 816

Kokonaisuustyytyväisyydestä 4–5 annetun arvosanan keskiarvo ikäryhmien välillä on 90,4 prosenttia. Vain yksi kymmenestä kyselyyn vastanneista siis antaa keskimäärin huonomman kuin 4. Tästä huomataan, että K-Caara Airportin asiakastyytyväisyys on korkealla tasolla. Liike kuitenkin tavoittelee täydellisyyttä, joten arvosanan 4 antaneita asiakkaitakin haluttaisiin palvella paremmin. Kuten Österberg-Hurme ja Hurme [2017: 24] kirjassaan ”Kunnon liiketoimintaa” mainitsevat, asiakas täytyy pystyä yllättämään kerta toisensa jälkeen.

Kuten luvussa 3.2.2 havaittiin, alle 30-vuotiaat asiakkaan vastaavat asiakaspalautekyselyyn verrattain harvoin. Kuitenkin kuvasta 8 voidaan huomata, että jopa 94 % heistä ovat antaneet kokonaistyytyväisyydeksi korjaamokäynnistään 4 tai 5 tähteä. Voidaan siis päätellä, että asiakaspalautekyselyyn vastanneet henkilöt ovat myös pitäneet palvelun tasoa varsin hyvänä. Tärkeää olisi kuitenkin saada asiakaspalautekyselyn vastaamisprosenttia nostettua, jotta tilanteesta saataisiin laajempi kuva.

51–60–vuotiaat sen sijaan vastaavat tyytyväisyyskyselyyn aktiivisesti. Kuvasta 7 voidaan kuitenkin huomata, että juuri tämän ikäryhmän asiakkaat antavat eniten kokonaistyytyväisyydestä arvosanoja 1–3, jopa 13 % prosenttia koko ikäryhmän kyselyyn vastanneista. Tämän ikäryhmän asiakkaat kokevat huoltokäynnin aikana keskimäärin muita enemmän kokonaistyytyväisyyteen negatiivisesti vaikuttavia asioita kuin muut. He kuitenkin haluavat jakaa palautteen.

## 3.3 Insinöörityön tekijän itse suorittamiin tutkimuksiin pohjautuvat analyysit

### 3.3.1 Asiakashaastatteluprojekti

Asiakashaastatteluprojekti toteutettiin yhteistyössä Metropolia Ammattikorkeakoulun Ajoneuvotekniikan alan opiskelijaryhmän kanssa. Opiskelijaryhmään kuului neljä jälkimarkkinoinnin opiskelijaa.

Haastattelut painottuivat aamu- sekä iltapäivien hetkiin, jolloin toimipisteessä vierailee eniten asiakkaita. Yhteensä haastatteluja suoritettiin kahden viikon aikana noin 40 tuntia. Tänä aikana 225:tä asiakasta pyydettiin osallistumaan haastatteluun, joista 154 halusi osallistua. Haastattelussa keskityttiin lyhyisiin ja selkeisiin kysymyksiin, joihin asiakkaan on helppo vastata tuodessaan tai hakiessaan autoaan. Asiakkailta tiedusteltiin, minkälaisia odotuksia heillä on tulevaan huoltokäyntiin liittyen sekä minkälainen vaikutelma viimeisimmästä huoltokäynnistä oli jäänyt. Lisäksi haluttiin tietää, miksi asiakas oli juuri valinnut K-Caara Airportin palvelut ja mitä asioita hän pitää tärkeänä auton huoltoon liittyen yleisesti.

Haastattelujen tulokset tukivat hypoteesia K-Caara Airportin korkeasta asiakastyytyväisyydestä. Positiivisia mainintoja asiakkailta tuli muun muassa mukavasta henkilökunnasta sekä ylipäätään toimivasta palvelukonseptista. Lisäksi monet asiakkaista kertoivat valinneensa Airportin toimipisteen sen luotettavuuden sekä asiakkaan suuntaan vilpittömän ja rehdin toimintatavan vuoksi. Monet haastatelluista asiakkaista olivat toimipisteen vakioasiakkaita, jotka ovat käyttäneet liikkeen palveluita jo vuosia.

Tyytymättömiltä asiakkailta huomioita saatiin muun muassa huollon pitkähköstä jonosta huoltoaikaa varattaessa, haasteista asiakaspysäköinnissä, epäselvästä huollon valmistumisajankohdasta, huonosta informaation tasosta huoltokäynnin aikana sekä pitkistä jonoista asiakaspalvelussa autoa tuodessa tai noudettaessa. Juuri nämä asiat toistuivat myös tutkittaessa asiakastyytyväisyyskyselyjen vapaata kommenttikenttää.

Asiakkailta tulleita kehitysideoita olivat muun muassa määräaikaishuoltoon sisältyvä veloitukseton sijaisauto, mahdollisuus kommunikaatioon korjausta suorittaneen mekaanikon kanssa sekä selkeämmät opasteet piha-alueella.

Haastattelutulosten perusteella voidaan sanoa liikkeen haasteena olevan hankkia uusia asiakkaita käyttämään palvelujaan. Noin joka neljäs haastatteluun osallistuneesta asiakkaasta oli ollut liikkeen asiakkaan jo useamman vuoden tai pidempään. Jo vuosia toimipisteen asiakkaina olleet henkilöt eivät haastattelujen perusteella valinneet K-Caaran palveluita niinkään halusta saada erityistä asiakaskokemusta, vaan nimenomaan selkeää ja toimivaa palvelua. Juuri tämä on kuitenkin asia, joka liittyy olennaisesti asiakaskokemuksen tuottamisen tärkeyteen. Jotta ensi kertaa toimipisteen palveluita käyttävistä asiakkaista saataisiin tulevaisuudessa näitä vakioasiakkaita, täytyy liikkeen pystyä tarjoamaan myös jotain asiakasta positiivisesti yllättävää tämän palatakseen uudelleen.

Jokainen asiakas on erilainen ja jokaisella asiakkaalla on omat odotuksensa liittyen huoltokäyntiin. Vaikka yhdelle riittää selkeä ja toimiva konsepti, voi joku toinen vaatia tämän lisäksi enemmän. Mikäli toimipiste haluaa jatkossa palvella kaikkia liikkeessä asioivia asiakkaitaan entistä paremmin, on tärkeää osata ennakoida asiakkaan ajatuksia sekä pystyä täyttämään annetut odotukset.

### 3.3.2 Asiakaspalveluseuranta

Asiakaspalvelua seurattiin lokakuun 2018 aikana K-Caara Airportissa sekä Audi Center Airportissa. Seuranta kertoja kertyi yhteensä noin kymmenen, yksittäisen seuranta kerran kestäessä tunnista kahteen. Audi Center Airport on asiakastyytyväisyyslukemissa maan parhaimmistoa. Tästä syystä haluttiin seurata ja vertailla toimipisteen toimintatapoja K-Caara Airportin toimintatapoihin.

Seurannassa keskityttiin huoltoneuvojien toimintaan asiakaspalvelutilanteessa sekä tulkittiin erilaisia asiakaskohtaamisia arvioiden niiden mahdollisia vaikutuksia huoltokäynnin mielekkyyteen. Lisäksi huomiota kiinnitettiin asiakkaan jonotusaikaan sekä pyrittiin selvittämään, millaisia erityistarpeita asiakkailla oli huoltokäyntiin liittyen.

**Erot ruuhka-aikoina**

K-Caara Airportissa käytössä on vuoronumerojärjestelmä, jossa asiakas saapuessaan ottaa vuoronumerotulosteen. Audi Center Airportissa vastaavaa toimintaa ei ole, vaan asiakkaita palvellaan saapumisjärjestyksessä, mikäli jonoa muodostuu. Huomattava ero toimipisteiden välillä olikin juuri jonojen muodostumisessa esimerkiksi aamu- ja iltapäivisin. Audi Centerin puolella jonoa ei muodostunut kuin muutamana iltapäivänä useamman asiakkaan saapuessa noutamaan autoaan yhtäaikaisesti. K-Caara Airportissa jonoa tuntui muodostuvan lähes joka aamu.

Yksi syy tähän lienee asiakkaalle ilmoitetussa kellonajassa, jolloin asiakas voi tuoda auton huoltoon. Audi Centerin puolella on tyypillisempää kertoa asiakkaalle tarkka aika, johon varaus auton huollolle tai korjaukselle on mekaanikon ajanvarauskalenteriin suoritettu. Näin päätös auton tuonnin kellonajasta jää lähinnä asiakkaan päätettäväksi. K-Caara Airportissa taas tyypillistä on mainita asiakkaalle liikkeen aukeamisajankohta ja ehdottaa auton tuontia heti aamusta kello 7.30. Tämä tietysti riippuu suoritettavan huollon tai korjauksen laajuudesta sekä siitä, onko asiakas odottava vai ei.

Kummassakin toimintatavassa on omat puolensa, niin liikkeen kuin asiakkaan kannalta ajateltuna. Auton tuominen heti aamusta mahdollistaa vapaamman aikataulun esimerkiksi työssäkäyvälle asiakkaalle sekä antaa pelivaraa korjaamolle huoltokäynnin aikataulussa. Toisaalta tarkemmat saapumisajat huoltoon saapumiselle vähentävät ruuhkaa asiakaspalvelussa mainittavasti.

**Erot autoa noutaessa**

Molemmissa toimipisteissä työmääräykset sekä huoltoselosteet autoa noudettaessa käydään lähes identtisesti läpi asiakkaan kanssa. K-Caara Airportin puolella asiakkaiden suunnasta oli kuitenkin selvästi havaittaessa enemmän kysymyksiä huoltokäyntiin liittyen. Kyse ei ole asiakkaiden huonommasta tietämyksestä autoa kohtaan vaan tietynlaisesta aidosta kiinnostuksesta toimenpiteisiin liittyen, joita autolle on suoritettu.

Onko syynä Volkswagen ja SEAT-merkkisten autojen suhteessa suurempi yksityisomistusprosentti? Luottavatko Audi-merkkisten autojen omistajat enemmän huoltopalveluihin? Näihin ei varmasti ole yhtä oikeaa vastausta.

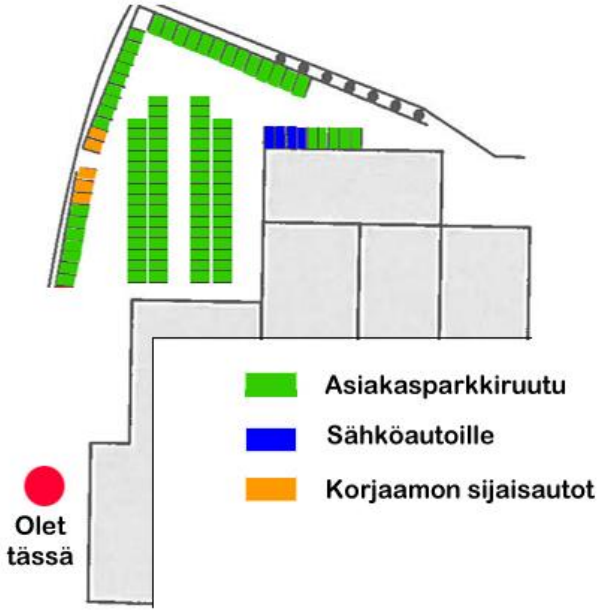
# 4 Kehitysideat

## 4.1 Parkkipaikan sekä piha-alueen opasteiden selkeyttäminen

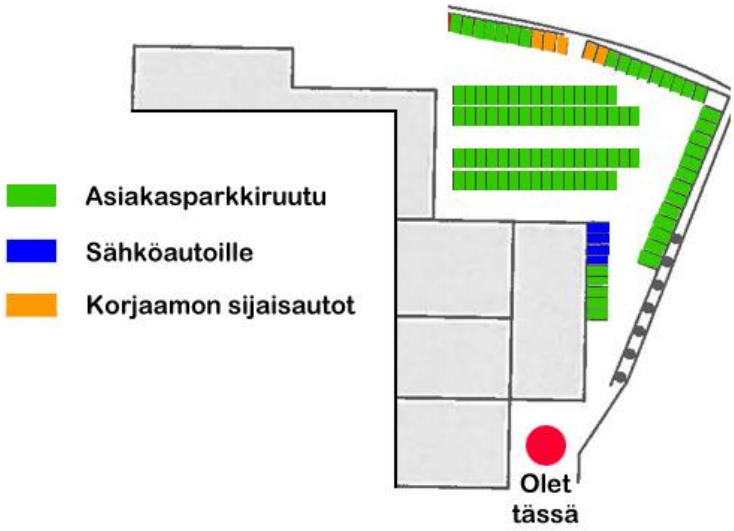
K-Caara Airportin sekä Audi Center Airportin kiinteistöt sijaitsevat samalla tontilla, erillisissä rakennuksissa. Näiden palveluntarjoajien lisäksi tontilla toimii vaihtoautomyynti ja SEAT-henkilöautojen myynti Audi Centerin rakennuksessa sekä K-Caara Airportin rakennuksen toisessa päässä Volkswagen Hyötyajoneuvomyynti- ja korjaamo. Toimijoita samalla alueella on siis monta.

Opasteet tällä hetkellä alueella ovat kohtalaiset, mutta monen ensi kertaa toimipisteessä asioivan asiakkaan mielestä silti epäselkeät. Ensi kertaa toimipisteessä asioivalle asiakkaalle huollon palveluiden löytyminen on ensisijaisen tärkeä asia, josta asiakas lähtee asiakaskokemustaan rakentamaan. Opasteiden selkeyttämistä olisikin syytä miettiä uudelleen.

Alla olevien kuvien 10 ja 11 tyyliset ohjetaulut voisi teetättää parkkialueiden sisäänajo reiteille. Tauluista kävisi nopealla katsauksella asiakkaalle ilmi, missä kohdin tonttia hän juuri nyt on ja mihin hän voi autonsa jättää. Tauluissa olisi myös merkittynä sähköautoille sekä korjaamon sijaisautoille omat ruutunsa. Nämä ruudut tulisi myös merkitä parkkipaikalla kuvan mukaisin värein tai muutoin asiakasta helpottamalla. Kiitoradan puolen ohjetaulun voisi kiinnittää tontin rajaavaan aitaan ja Tikkurilantien puolen ohjetaulun kiinteistön seinään.




Kuva 10. Kiitoradantien suunnasta saapuvalle asiakkaalle suunnattu ohjetaulu




Kuva 11. Tikkurilantien liikenneympyrästä saapuvalle asiakkaalle suunnattu ohjetaulu

Lisäksi jo olemassa olevat ohjetaulut, jotka sijaitsevat tontin reunoilla, voisi sijoittaa lähemmäksi risteystä, josta asiakas tontille saapuu. Tällä hetkellä niitä on vaikea hahmottaa, koska ne ovat liian etäällä, kuten alla olevista kuvista 12 ja 13 voidaan huomata.

Kuva 12. Kiitoradantien risteyksestä tontille saapuvan asiakkaan näkymä. Ohjetaulu näkyy kuvan oikeassa reunassa valkoisen Volkswagen Crafterin takana

Kuva 13. Tikkurilantien liikenneympyrästä tontille saapuvan asiakkaan näkymä. Ohjetaulu näkyy asfalttialueen takareunassa hieman taaempana.

Asiakasparkkitilaa on jatkossa löydyttävä myös esimerkiksi rengassesongin aikana paremmin. Huollon parkkipaikka koostuu neljästä rivistä sekä kahdesta tonttia rajaavasta aidan vierus parkkirivistä. Esimerkiksi rengassesongin aikana ensimmäiseltä, ulko-ovea lähimpänä olevasta rivistä, voisi varata 3–5 paikkaa pelkästään renkaanvaihdon asiakkaille. Lisäksi parkkipaikalla pidempään seisovia autoja voisi jatkossa aktiivisemmin järjestelmällisesti käydä kerran viikossa läpi ja selvittää niiden tilan. Näin vältetään jo esimerkiksi huollosta aikaa sitten valmistuneiden autojen jääminen pihaan sekä pihalle kokonaan kuulumattomien autojen laiton parkkeeraus.

## 4.2 Veloitukseton huollon sijaisauto -kampanja

Korjaamolla on tällä hetkellä neljä omaa sijaisautoa, joita lainataan polttoainekuluja vastaan asiakkaille pääosin takuuikäisten autojen korjauksen ajaksi. Halvin maksullinen sijaisauto maksaa 39 euroa vuorokaudelta, ja moni asiakas on halukas käyttämään sitä. Nämä autot ovat Europcar-vuokrausyrityksen omistamia autoja. Monet asiakkaat ovat oikeutettuja veloituksettomaan sijaisautoon huolenpitosopimuksensa kautta, jonka he ovat ostaneet auton oston yhteydessä.

Laajemman veloituksettoman huollon sijaisautolaivueen hankkiminen ei välttämättä olisi kuitenkaan taloudellisesti järkevää toimipisteelle. Veloituksetonta sijaisautoa voisi kuitenkin markkinoida kampanjatyylisesti esimerkiksi arvonnan avulla. 1–2 ilmaista sijaisautoa per viikko ei vielä muodostaisi suurta kulua, mutta varmasti yllättäisi asiakkaita positiivisesti.

## 4.3 Kuudennen huoltoneuvojan palkkaus

K-Caara Airportissa työskentelee tällä hetkellä viisi huoltoneuvojaa, joista viikottain kolme aamuvuossa kello 7.30–15.30 sekä kaksi iltavuorossa kello 10–18. Lisäksi hallityönjohdossa on kaksi työnjohtajaa, jotka organisoivat päivän työt mekaanikoille ja soittelevat huollossa havaituista lisätöistä asiakkaille. Iltavuorolaisten saapuessa yksi aamuvuoron huoltoneuvojista siirtyy hallityönjohdon avuksi.

Kahden iltavuorolaisen voimin asiakaspalvelussa kuitenkin syntyy monesti ruuhkaa kello 15.30–17 asiakkaiden saapuessa työpäivänsä jälkeen noutamaan autoaan. Olisikin syytä miettiä kuudennen huoltoneuvojan palkkaamisen järkevyyttä huomioiden taloudelliset ja asiakaspalvelulliset asiat. Kuudes huoltoneuvoja voisi työskennellä kello 9–17 välillä auttaen aamupäivällä hallityönjohtajia parantaen kommunikaation tasoa asiakkaiden suuntaan sekä siirtyä iltapäivällä auttamaan asiakaspalvelussa. Hän voisi myös

toimia linkkinä varastotoimihenkilöiden sekä hallityönjohdon välillä, tiivistäen osastojen toimintaa. Näin hallityönjohtajilla olisi myös enemmän aikaa paneutua mekaanikkojen työn organisoitiin sekä heidän kysymyksiinsä tehostaen samalla mekaanikkojen toimintaa. Tämän henkilön palkkaus vaikuttaisi siis korjaamon tuottavien henkilöiden tehokkuuteen sekä nostaisi samalla asiakkaiden palvelutasoa.

### 4.4 Työtilauksen check-in-tyyppinen läpikäynti ennakkoon

Huoltoajan varaus suoritetaan asiakkaan toimesta liikkeen verkkosivuilla, puhelimitse tai asioimalla toimipisteessä. Jokaisesta varauksesta muodostuu työtilaus Huva-ajanvarausjärjestelmään sekä CD400-järjestelmään. Kaikki varatut ajat näkyvät Huva-järjestelmässä ja niitä voi selailla etukäteen. Työtilausten sisältö itsessään vaihtelee riippuen siitä, onko asiakas varannut ajan määräaikaishuollolle vai korjaukselle. Esimerkiksi auton ensimmäinen, 30 tkm:n määräaikaishuolto, on sisällöltään varsin selkeä eikä sisällä huollon lisätöitä raitisilmasuodattimen uusintaa lukuun ottamatta. Asiakkaan saapuessa liikkeeseen työtilaus käydään huoltoneuvojan toimesta asiakkaan kanssa läpi ja se muutetaan työmääräykseksi.

Juuri esimerkiksi 30 tkm:n huoltojen yhteyteen voisi tarjota varauksen yhteydessä check-in-tyylistä palvelua, jossa työtilaus ja sen sisältö käytäisiin asiakkaan kanssa etukäteen puhelimitse läpi. Näin asiakas voisi auton tuodessaan vain mainita kyseisestä palvelusta ja jättää avaimet huoltoneuvojalle ja päästä itse poistumaan esimerkiksi töihin. Tämä vähentäisi liikkeessä asiointiin kuluvaa aikaa asiakkaalta sekä ruuhkaa asiakaspalvelussa. Näitä huollon check-in-puheluita voisi suorittaa luvussa 4.3 ehdotettu kuudes huoltoneuvoja. Vaikka asiakas olisi käyttänyt edellä mainittua palvelua, voisi hän toki halutessaan jäädä keskustelemaan huoltokäynnistä, mikäli tarvetta olisi.

## 4.5 Huollon WhatsApp-numero

Asiakaspalvelussa työskentelevät huoltoneuvojat ovat yhdistettynä huollon puhelinsarjaan, joihin asiakas voi soittaa päivän aikana tiedustellen esimerkiksi auton valmistumisajankohtaa. Nämä puhelut ohjataan huoltoneuvojalle, joka on vapaana vastaamaan. Hallityönjohtajat käyttävät molemmat omaa matkapuhelintaan, joilla soittavat asiakkaille esimerkiksi kustannusarvioita huollossa havaituista asioista, eivätkä näin monesti ole kirjautuneena puhelinsarjaan. Huollon puhelinsarjojen vastaamisaktiivisuutta tarkkaillaan huoltopäällikön toimesta ja sen toivotaan pysyvän tietyllä, ennalta määritetyllä, tasolla. Jos asiakaspalvelussa on kuitenkin ruuhkaa toimipisteessä asioivien asiakkaiden palvelussa, ei soittaville asiakkaille ehditä aina vastaamaan tarpeeksi nopeasti tai lainkaan.

Tänä päivänä lähes jokaisella älypuhelimen omistavalla asiakkaalla on käytössään myös pikaviestipalvelu WhatsApp. Huoltopalveluille voisi avata edellä mainitun puhelinsarjan lisäksi numeron, johon asiakkaat voisivat huoltokäyntiin liittyviä kysymyksiä. Näin asiakkaalla olisi mahdollisuus tiedustella asioita jonottamatta turhaan puhelimessa, pahimmassa tapauksessa ilman vastausta. Saapuneihin viesteihin voisi vastata luvussa 4.3 ehdotettu kuudes huoltoneuvoja.

## 4.6 Asiakkaan jonotusajan tarkkailu

Kuten luvussa 3.3.2 mainittiin, K-Caara Airportissa on käytössä vuoronumerojärjestelmä ruuhkatilanteiden varalle. Vuoronumerotulosteeseen tulostuu vuoronumero sekä tulostuskellonaika. Kun huoltoneuvoja on käynyt asiakkaan kanssa työmääräyksen lävitse ja tulostaa sen, jää siitä myös kellonaika muistiin CD400-järjestelmään.

Käytäntöön voisi ottaa toimintatavan, jossa asiakkaan vuoronumerotuloste liitettäisiin työmääräyksen paperien mukaan. Asiakkaiden odotusaikoja voitaisiin tarkastella ja mikäli se havaitaan kohtuuttoman pitkäksi, esimerkiksi yli 15 minuuttia, voitaisiin asiakkaalle tarjota autoa noudettaessa esimerkiksi jokin tuotelahja. Tämä yllättäisi asiakkaan positiivisesti ja parantaisi asiakaskokemusta.

# 5 Yhteenveto

Insinöörityön tarkoituksena oli tutkita K-Caara Airportin tämänhetkistä asiakaskokemuksen tasoa ja sen pohjalta kehittää toteutettavia ideoita, joilla sitä voisi parantaa. Asiakastyytyväisyyden tason kartoittamiseen käytettiin asiakastyytyväisyyskyselyjen tuloksia, suoritettiin asiakashaastattelu sekä tarkkailtiin toimipisteen huoltoneuvojien toimintaa verraten sitä Audi Center Airportiin.

Insinöörityössä suoritettujen tutkimusten avulla pyrittiin rakentamaan mahdollisimman laaja kuva tämän hetkisestä asiakaskokemuksen tasosta sekä selvitettiin mitkä asiat toimipisteen toimintatavoissa saavat kiitosta ja mistä mahdollisesti löytyisi parantamisen varaa. Tulosten perusteella esitin kehitysideoita liikkeen johdolle ja muille toimihenkilöille, joiden kanssa yhdessä selvitetään lähitulevaisuudessa niiden toimivuutta sekä taloudellisuuden että asiakaspalvelullisen hyödyn näkökulmat huomioon ottaen.

Käyttöönotettujen kehitysideoiden toimivuutta ja niistä saatua hyötyä voidaan myöhemmin tutkia esimerkiksi uuden asiakashaastattelun avulla tai seuraamalla asiakastyytyväisyyskyselyjen vastausten kehitystä.

## Lähteet

Aarnikoivu, Henrietta. 2015. Onnistu asiakaspalvelussa. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Herzberg, Frederick. 1974. Work and the nature of man. London: Crosby Lockwood Staples.

Hurme, Sami & Österberg-Hurme, Jutta. Kunnon liiketoimintaa. 2017. Lahti: Fitra.

Jokirinne, Sirpa. 2015. AAC Global Blog. Saisinko palautetta, kiitos!. Verkkoaineisto. <https://blog.aacglobal.com/fi/saisinko-palautetta-kiitos>. Luettu 31.3.2019.

Kokkonen, Olavi. 2006. Asiakastyytyväisyys kaiken perusta. Verkkoaineisto. Quality Knowhow Karjalainen Oy. <http://www.qk-karjalainen.fi/fi/artikkelit/asiakastyytyvaeisyys-kaiken-perusta> Luettu 2.4.2019.

Lahtinen, Jukka & Isoviita, Antti. 2001. Asiakaspalvelu ja markkinoinnin perusteet. Tampere: Avaintulos Oy.

Pesonen, Hanna-Leena; Lehtonen, Jarkko & Toskala, Antero. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. 2002. Markkinointia, viestintää, psykologiaa. Jyväskylä: PS-kustannus.

Tenhunen, Ilona. 2013. Työhyvinvointi muutoksessa. Pro gradu. Tampereen yliopisto. Yhteiskunta- ja kulttuuritieteiden yksikkö. TamPub-julkaisuarkisto.

Ylikoski, Tuire. 1999. Unohtuiko asiakas?. Helsinki: AYY-Palvelu Oy.