



Valtteri Virtanen

Huollon ajanvarauksen asiakas- tyytyväisyyskysely

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Ajoneuvotekniikka

Insinöörityö

25.4.2023

Tiivistelmä

Tekijä: Valtteri Virtanen
Otsikko: Huollon ajanvarauksen asiakastyytyväisyyskysely
Sivumäärä: 25 sivua
Aika: 25.4.2023

Tutkinto: Insinööri (AMK)
Tutkinto-ohjelma: Ajoneuvotekniikka
Ammatillinen pääaine: Ajoneuvosuunnittelu
Ohjaajat: Lehtori Heikki Parviainen, Metropolia AMK
Tuotepäällikkö Toni Taponen, Autokeskus Oy

Tämän insinööriyön tavoitteena on kartoittaa Autokeskus Oy:n huollon ajanvarauksen asiakastyytyväisyyttä, löytää ajanvarauksesta kehityksen kohteita ja miettiä niihin ratkaisuja. Työ päätettiin tehdä, koska Autokeskuksen call centerin asiakastyytyväisyyskysely lopetettiin aiemmin kustannussyistä ja varsinaisesta huollon asiakastyytyväisyyskyselystä ei päästä kartoittamaan call centerin asiakastyytyväisyyttä.

Autokeskuksessa huollon ajanvaraus toimii pääosin puhelinpalvelun eli call centerin kautta. Vaikka call centeristä puhutaan puhelinpalveluna, niin siellä käsitellään myös huollon verkkovarauksia ja muita sähköisesti tulevia tiedusteluita.

Kysely toteutettiin jakamalla asiakkaille huollon varausvahvistuksen yhteydessä linkkiä sähköiseen kyselylomakkeeseen. Kyselylomakkeen kysymykset pyrittiin tekemään sellaisiksi, että niistä saisi mahdollisimman tarkan käsityksen siitä, millainen kokonaiskuva asiakkaalle jäi ajanvaraustilanteesta ja kuinka tyytyväinen hän oli saamaansa palveluun. Kyselyn lopussa asiakkaalle annettiin myös mahdollisuus vapaa-muotoiseen palautteeseen. Kyselyyn oli mahdollista vastata anonyymina, mutta mikäli asiakas halusi yhteydenoton palautteeseen liittyen, oli hänen jätettävä yhteystietonsa.

Kyselyn tulosten perusteella voitiin päätellä, että vaikka call centerin asiakkaat ovat pääosin tyytyväisiä saamaansa palveluun, on toiminnassa kuitenkin myös parannettavaa. Asiakastyytyväisyyteen voitaisiin vaikuttaa positiivisesti tavoitettavuudella, hinta-arvioiden selkeyttämisellä ja lisäpalveluiden tarjoamisella.

Avainsanat: Call center, asiakaspalvelu, huoltomyyjä

Abstract

Author: Valtteri Virtanen
Title: Customer satisfaction survey of maintenance appointment booking
Number of Pages: 25 pages
Date: 25 April 2023

Degree: Bachelor of Engineering
Degree Programme: Automotive Engineering
Professional Major: Vehicle design
Supervisors: Heikki Parviainen, Senior Lecture Metropolia University of Applied Sciences
Toni Taponen, Product Manager, Autokeskus Oy

The purpose of this thesis was to investigate the customer satisfaction of Autokeskus Ltd's maintenance appointment booking, to find the sections that can be improved in the appointment booking and think how the improvements can be carried out. The thesis was decided to be conducted because the actual customer satisfaction survey of maintenance cannot be used to investigate the customer satisfaction of the call center.

At Autokeskus, maintenance appointments are mainly made through the telephone. Although the call center is referred to as a telephone service, it also handles online maintenance reservations and other electronic inquiries.

The customer satisfaction survey was implemented by sharing a link to an electronic questionnaire with a maintenance reservation confirmation. The questions in the questionnaire were made in such a way that they would give as accurate an idea as possible of what kind of overall picture the customer had of the appointment situation and how satisfied the customer was with the service she/he received. At the end of the survey, the customer had an opportunity to give open-ended feedback. It was possible to answer the survey anonymously but if the customer wanted to be contacted regarding the feedback, she/he had to leave her/his contact information.

Based on the results of the survey, it could be concluded that although the customers of the call center are mostly satisfied with the service they receive, there are still some improvements that can be made. Customer satisfaction could be improved by reachability, clarifying price estimates, and offering additional services.

Keywords: Call center, customer service, service advisor

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Asiakastyytyväisyys	2
3	Huollon ajanvaraus	4
3.1	Yleistä huollon ajanvarauksesta	4
3.2	Huoltoajan varaaminen mobiilisovelluksella tai suoraan autosta	5
3.3	Huoltomyyjän työ	7
3.4	Asiakkaan näkökulma	9
4	Huollon ajanvarauksen asiakastyytyväisyyskysely	12
4.1	Kysymykset	12
4.1.1	Kysymys 1: Tavoititko meidät helposti?	13
4.1.2	Kysymys 2: Oliko ajanvaraus mielestäsi sujuvaa?	14
4.1.3	Kysymys 3: Esitettiinkö töiden hinta-arvio selkeästi ja tarjottiinko muita palveluita?	15
4.1.4	Kysymys 4: Suosittelisitko palveluitamme muille? (NPS)	16
4.1.5	Kysymys 5: Haluaisitko jatkossa tehdä huoltovarauksen netissä vai puhelimitse?	18
4.1.6	Kysymys 6: Vapaa palaute	19
4.1.7	Kysymys 7: Haluatko yhteydenoton palautteeseen liittyen?	20
5	Kehityskohteet	20
6	Yhteenveto	23
	Lähteet	25

1 Johdanto

Tämän työn tavoitteena on luoda asiakastytyväisyyskysely, jolla voidaan kartoittaa Autokeskus Oy:n huollon ajanvarauksen asiakastytyväisyyttä, löytää ajanvarauksesta kehityksen kohteita ja miettiä niihin ratkaisuja.

Työ päätettiin tehdä, koska Autokeskuksen call centerin (CC) asiakastytyväisyyskysely lopetettiin aiemmin kustannussyistä ja varsinaisesta huollon asiakastytyväisyyskyselystä ei päästä kartoittamaan CC:n asiakastytyväisyyttä, sillä sen kysymykset kohdistuvat työnjohtajan ja mekaanikon toimintaan.

Autokeskus Oy on osana suomalaista perheyrittystä Aro-Yhtymä Oy:tä toimiva autojen myynti- ja huoltoliike, joka on BMW:n, Citroenin, Fordin, Kian, Minin, Nissanin, Peugeotin, Skodan ja Toyotan valtuutettu merkkihuolto. Autokeskuksella on kaikkiaan yhdeksän eri toimipistettä Suomessa. (Autokeskus pähkinänkuoressa 2022.)

Autokeskuksessa huollon ajanvaraus toimii pääosin puhelinpalvelun eli call centerin kautta, jossa huoltomyyjät ottavat varauksia vastaan. Vaikka CC:stä puhutaan puhelinpalveluna, niin siellä käsitellään myös huollon verkkovarauksia ja muita sähköisesti tulevia tiedusteluita. Call centerissä pyritään myös auttamaan asiakkaita yksinkertaisimmissa ongelmissa puhelimen ja sähköpostin välityksellä.

Huoltomyyjä on usein asiakkaan ensimmäinen ja mahdollisesti jopa ainoa kontakti huoltoon, joten heidän toimintansa tarkastelu on koko huollon toiminnan kannalta tärkeää.

2 Asiakastyytyväisyys

Hyvä asiakastyytyväisyys on yleensä hyvän asiakaspalvelun tulos. Hyvä asiakaspalvelu taas vaatii ammattitaitoista palvelua, jossa pyritään luomaan asiakkaan kanssa kontakti ja ymmärtämään asiakasta ja hänen huoltansa tai tarvittansa. Lisäksi olisi tärkeää, että ei ainoastaan pyritä täyttämään asiakkaan odotuksia vaan pyritään myös ylittämään ne tarjoamalla parempaa palvelua, kuin asiakas osasi odottaa.

Asiakastyytyväisyydestä puhutaan usein kirjallisuudessa asiakaskokemuksena, sillä juuri se, millaisena asiakas kokee saamansa palvelut, vaikuttaa hänen lopulliseen tyytyväisyyteensä. Asiakaskokemus itsessään muodostuu kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden yhteisvaikutuksesta. (Kortesuo & Löytänä 2011.)

Asiakaskokemuksen kehittäminen onkin viime vuosina noussut yhdeksi isoksi osaksi myös suomalaisten yritysten strategiaa, sillä yrityksissä on havahduttu siihen, kuinka suuri vaikutus asiakkaan kokemuksella on siihen, käyttääkö hän kyseisen yrityksen vai kilpailijan palveluita jatkossa. Hyvän liiketoiminnan perustana onkin usein pitkät ja vahvat asiakassuhteet, jotka luodaan ammattitaidolla ja luottamuksella.

Tutkimustulokset osoittavat, että hyvä asiakastyytyväisyys ei vaikuta ainoastaan positiivisesti sisäänpäin tulevaan rahavirtaan, vaan sillä on vaikutusta myös siihen, kuinka paljon yritys joutuu käyttämään rahaa ja resursseja asiakashankintaan ja reklamaatioiden hoitoon. Näin ollen se on erittäin tärkeä työkalu toiminnan tehokkuuden parantamiseksi.

Yritysten liiketoimintastrategioissa keskitytään monesti kilpailutilanteeseen ja markkinoihin, vaikka asiakas on se, josta yrityksen menestyminen on usein kiinni. Kilpailijan on vaikea tai jopa mahdoton kaataa yritystä, jolla on vahvat asiakassuhteet ja joka herättää luottamusta asiakkaissa. (Korkiakoski & Gerdt 2016:11.)

Asiakastyytyväisyyden määrittely tarkasti on yksilötasolla usein melko vaikeaa, sillä siihen saattavat vaikuttaa yksittäiset asiakkaan kokemat seikat, joihin kysymyksiä ei välttämättä edes osata kohdistaa. On kuitenkin tärkeää, että asiakkaiden tyytyväisyyttä seurataan jonkinlaisilla mittareilla, jotta pystytään luomaan yleiskuva asiakkaiden kokemuksista.

Tarkan kuvan luominen vaatii usein paljon kysymyksiä, mutta pitkiin kyselyihin on vaikea saada vastauksia, sillä asiakkaiden aika on rajallista. Näin ollen on usein tyydyttävä lyhyempiin muutaman kysymyksen kyselyihin, jotta vastauksia saataisiin enemmän ja monipuolisemmin. Lyhyissä kyselyissä kysymykset on mietittävä tarkkaan sen mukaan, mitkä seikat vaikuttavat asiakkaan kokemukseen.

On olemassa yksi kysymys, jonka voi löytää lähes jokaisesta asiakastyytyväisyyskyselyistä kansainvälisestikin. Tämä yleisin kyselyistä löytyvä kysymys on niin sanottu Net Promoter Score eli NPS. NPS käännetään hyvin usein suomeksi muotoon "Kuinka todennäköisesti suosittelisit palvelua muille? "

Tämän kysymyksen on todettu olevan erittäin tehokas keino asiakkaan tyytyväisyyden määrittämiselle ja siksi se on käytössä niin yleisesti. Kysymyksen tehokkuus perustuu siihen, että ihminen ei yleensä suosittele palvelua toiselle, jos hänelle on jäänyt siitä yhtään negatiivinen kuva. Tarkempaa tietoa NPS-luvusta ja sen laskennasta löytyy kohdasta 4.1.4.

3 Huollon ajanvaraus

3.1 Yleistä huollon ajanvarauksesta

Huollon ajanvaraus on nykyään mahdollista suorittaa usealla eri tavalla. Perinteisen toimipisteessä asiointiin ja soittamisen lisäksi tehdään paljon varauksia internetissä. Lisäksi autokannan uusiutumisen myötä yhä useampi varaa ajan joko autosta suoraan tai autovalmistajan mobiilisovelluksella.

Vuonna 2022 call centeriin tulleita yhteydenottoja tarkastellessa huomataan, että noin 21 % yhteydenotoista on tullut sähköisten kanavien kautta ja 79 % puhelimitse. Sähköisten kanavien kautta tulleista yhteydenotoista jopa 43 % on yhdistettyjen autojen lähettämiä huoltotarjouspyyntöjä.

Puhelimella tulleiden yhteydenottojen määrä on suuri, mutta on otettava huomioon, että kaikki yhteydenotot eivät johda huoltovaraukseen. Sähköisten kanavien kautta tulleista yhteydenotoista suurin osa on huoltovarauksia tai lopulta ainakin johtaa varaukseen. Soittamalla ihmiset kyselevät myös paljon muitakin asioita.

Huollon varaaminen ei välttämättä ole aina kovin selkeä prosessi, kun huollon ja lisätöiden tarpeeseen vaikuttaa usein auton ikä ja kilometrit. Kuitenkin huolto-ohjelmassa ja ajanvarauksessa huollot on saatettu laittaa numerojärjestykseen kuvan 1 mukaisesti. Automallista riippuen huollon tarpeeseen saattaa myös vaikuttaa se, miten autoa käytetään. Esimerkiksi jos autolla ajetaan paljon lyhyitä matkoja tai autolle tulee paljon kylmäkäynnistyksiä, niin moottoriöljy saatetaan joutua vaihtaa useammin.

VALITSE HUOLTO

9. määräaikaishuolto i	499,00 €
10. määräaikaishuolto i	349,00 €
Suosittelut lisätyöt	
Jarrunesteen vaihto	60,00 €
Jäähdytysjärjestelmän tyhjennys, täyttö ja ilmaus	143,90 €
Apulaitteiden käyttöhihnan irrotus ja asennus	149,70 €
11. määräaikaishuolto i	349,00 €
Muut huomioitavat ja korjattavat asiat	
<input type="text" value="Kirjoita yksi huomio/rivi"/>	LISÄÄ

Kuva 1. Esimerkki Fordin huollon verkkovarauksen asiakasnäkymästä (Ajanvaraus 2023).

On myös mahdollista, että auton huolto-ohjelmaa ei ole noudatettu tai viimeisimmän huollon määräaika on ylittynyt. Autossa saattaa olla myös vikaa, joka pitäisi saada tutkittua taikka korjattua samalla käynnillä. Jos vika on sähköinen, niin perinteinen huoltomekaanikko ei sitä välttämättä pysty selvittämään vaan vian selvittämiseksi vaaditaan sähköasentajaa. Lisäksi pitäisi vielä saada sovitettua asiakkaan ja huoltoliikkeen aikataulu yhteensopiviksi.

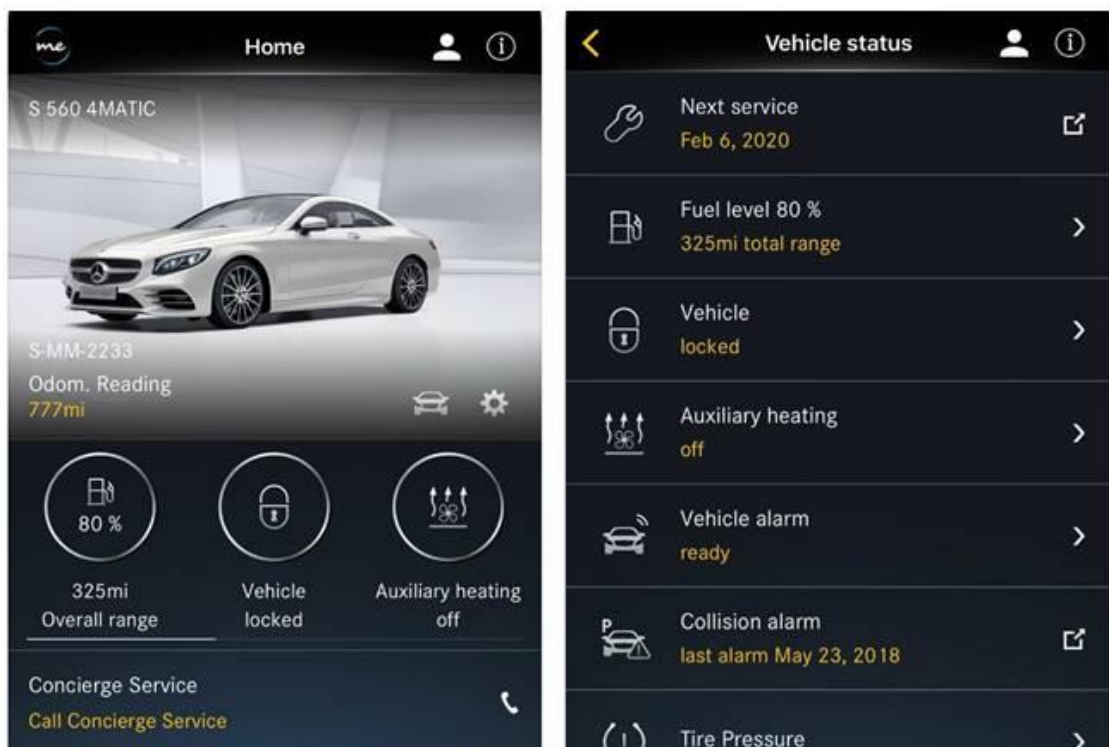
3.2 Huoltoajan varaaminen mobiilisovelluksella tai suoraan autosta

Mobiilisovelluksia on nykyisin usealla eri valmistajalla. Niistä esimerkkinä voidaan mainita Ford Pass, My BMW, Volvo On Call, Mercedes-Benz Me, MySkoda, KIA Connect, MyPeugeot, My Citroen ja Toyotan MyT.

Mobiilisovelluksien yleisimpiä ominaisuuksia ovat etäkäyttömahdollisuudet, kuten ovien avaus, etäkäynnistys, lisälämmittimen käynnistys, rengaspaineiden tarkastus ja vikakoodien luku etänä. Sovellusten ominaisuudet kuitenkin vaihtelevat valmistajien välillä jonkin verran, ja toiset sovelluksista jopa ilmoittavat, jos autoon yritetään murtautua. Kuvassa 2 on esitelty joitakin Mercedes-Benz me -sovelluksen ominaisuuksia.

Monesta autovalmistajan mobiilisovelluksesta voi nykyisin myös varata huollon autolle. Auton käyttäjä joutuu kuitenkin ensin luomaan itsellensä käyttäjätilin valmistajan mobiilisovellukseen ja valitsemaan käyttäjätilille kotikorjaamon eli huoltoliikkeen, jota asiakas pääsääntöisesti käyttää. Käyttäjätilille on myös syötettävä oman auton rekisteri- tai valmistenumero.

Riippuen autovalmistajasta sovellus joko varaa ajan suoraan huoltoliikkeen kalenterista tai tekee huoltotiedustelun valitulle kotikorjaamolle asiakkaan toivomalla päivämäärällä, jonka huoltomyyjä vielä jälkikäteen vahvistaa asiakkaalle.



Kuva 2. Mercedes me -mobiilisovelluksen ominaisuuksia (Mercedes me app explained 2019).

Huollon ajanvaraaminen suoraan autosta on mahdollista, jos auto on yhdistetty verkkoon ja asiakkaalla on olemassa käyttäjätunnus, jolla hän pystyy kirjautumaan valmistajan mobiilisovellukseen sekä autoon. Yhdistämällä auto verkkoon saadaan huoltoliikkeeseen myös tarvittavat tiedot ajankohtaisesta huollosta. Vielä toistaiseksi kyseinen ominaisuus on kuitenkin käytössä vain harvoilla merkeillä.

Autot, joista huollon voi varata suoraan kuuluvat usein premium-luokkaan. Kuitenkaan asia ei ole niin yksiselitteinen, että ominaisuus olisi vain kaikissa kalteimmissa autoissa. Nykyisin verkkoon yhdistetyt autot alkavat yleistyä jopa edullisimmissa malleissa, joten myös ajanvaraus autosta tulee varmasti jatkossa olemaan entistä yleisempää.

Huollon varaaminen autosta on osassa automalleista toteutettu niin, että auto ilmoittaa huollon tarpeesta ja kysyy auton käyttäjältä, haluaisiko hän varata ajan huoltoon. Jos käyttäjä valitsee auton näytöltä, että hän haluaa varata huollon, niin auto soittaa huollon ajanvaraukseen. Edistyneimmissä malleissa auto lähettää ennakkoon tiedot lähestyvistä huolloista kotikorjaamoon, jotta huoltoliike voi tehdä huollosta valmiiksi tarjouksen asiakkaalle ja ehdottaa sopivaa päivämäärää. Autovalmistajien välillä on eroa siinä, soitetaanko asiakkaalle huoltotarjous merkkiliikkeestä vai lähetetäänkö se asiakkaan autoon tai mobiilisovellukseen.

Saadessaan huoltotarjouksen asiakas voi joko hyväksyä tai hylätä sen sekä valita joko huoltomyyjän ehdottaman päivämäärän tai itselleen sopivamman ajankohdan. On myös mahdollista, että joissain automalleissa pääsee viihdejärjestelmän kautta suoraan kotikorjaamon kalenteriin tekemään huoltotiedusteluja tai -varauksia kuten mobiilisovelluksellakin.

3.3 Huoltomyyjän työ

Huoltomyyjät ottavat vastaan huoltovaroituksia ja tarkistavat, että huoltovaraukselle on valittuna kaikki huolto-ohjelman mukaan ajankohtaiset työt sekä tarvittaessa ovat yhteydessä asiakkaaseen tarvittavista muutoksista tai lisätiedoista.

Lisäksi huoltomyyjän työhön kuuluu vastata asiakkaille yleisimpiin asiakkaan autoon liittyviin kysymyksiin ja muistuttaa mahdollisista tulevista huolloista ja niiden määräajasta. Kuvassa 3 on nähtävissä esimerkki siitä, kuinka ikä, kilometrit ja olosuhteet vaikuttavat siihen, kuinka erästä Peugeotin mallia tulisi huoltaa.

HUOLTOTOIMENPIDE	Normaalit käyttöolosuhteet	Vaativat käyttöolosuhteet*
SÄÄNNÖLLISET TOIMENPITEET		
Tarkastukset: säännölliset toimenpiteet	Joka 20000 km / 1 year(s)	Joka 15000 km / 1 year(s)
LISÄTYÖT		
Matkustamon suodattimen vaihto	Joka 20000 km / 2 year(s)	Joka 15000 km / 1 year(s)
Jarrunesteen vaihto	Joka 2 year(s)	Joka 2 year(s)
Ilmansuodattimen vaihto	Joka 40000 km / 4 year(s)	Joka 30000 km / 4 year(s)
Sytytystulppien vaihto	Joka 40000 km / 4 year(s)	Joka 30000 km / 4 year(s)
Takajarrurumpujen asennus-irrotus (renkaat irrotettuna)	Joka 80000 km	Joka 60000 km
Jäähdytysnesteen pH-arvon tarkastus	125000 km / 4 year(s) Tämän jälkeen joka 20000 km / 1 year(s)	120000 km / 4 year(s) Tämän jälkeen joka 15000 km / 1 year(s)
Apulaitehinnan vaihto	100000 km / 6 year(s) Tämän jälkeen joka 200000 km / 12 year(s)	105000 km / 6 year(s) Tämän jälkeen joka 210000 km / 12 year(s)
Jakohihnan vaihto	100000 km / 6 year(s) Tämän jälkeen joka 200000 km / 12 year(s)	105000 km / 6 year(s) Tämän jälkeen joka 210000 km / 12 year(s)
Jäähdytysnesteen vaihto	Joka 180000 km / 10 year(s)	Joka 165000 km / 10 year(s)
Apulaitehinnasarjan vaihto	200000 km / 12 year(s) Tämän jälkeen joka 200000 km	210000 km / 12 year(s) Tämän jälkeen joka 210000 km
Jakopääsarjan vaihto	200000 km / 12 year(s) Tämän jälkeen joka 200000 km	210000 km / 12 year(s) Tämän jälkeen joka 210000 km

Kuva 3. Peugeot-merkkisen ajoneuvon huolto-ohjelma (Peugeot Servicebox 2023).

Huoltomyyjä saattaa usein olla asiakkaan ensimmäinen kontakti huoltoliikkeen ja näin myös luo ensivaikutelman liikkeestä asiakkaalle. Asiakas myös saattaa tuoda ja noutaa autonsa liikkeen aukioloaikojen ulkopuolella tai käyttää nouto- ja palautuspalvelua, joten on mahdollista, että huoltomyyjä on myös asiakkaan ainoa kontakti liikkeeseen. Siksi on tärkeää, että huoltomyyjä on ammattitaitoinen, luo asiakkaaseen kontaktin ja käy asiakkaan kanssa jo ajanvarausvaiheessa huoltoon tai korjaukseen liittyvät asiat huolella läpi ja antaa sovitusta töistä niin tarkan hinta-arvion, kuin siinä vaiheessa on mahdollista. (Hintojen läpinäkyvyys 2022.)

Lisäksi huoltomyyjän olisi hyvä tarjota huoltoon liittyviä lisäpalveluita, kuten esimerkiksi pyyhkijänsulkien vaihtoa, ilmastointilaitteen huoltoa, sijaisautoa, pesupalveluja, katsastusta tai auton nouto- ja palautuspalvelua, sillä näistä

huolto liike saa lisämyyntiä ja asiakkaalle jää kuva, että hänestä ja hänen autostaan pidetään hyvää huolta.

Auton huoltaminen ei usein ole halpaa, ja kun lisätöitä sekä lisäpalveluita huollon yhteyteen kertyy, niin toisinaan myös huollon lopullinen hinta-arvio nousee huomattavasti suuremmaksi, kuin asiakas on osannut odottaa. Tämän vuoksi on tärkeää, että myös hinta-arvio käydään jo varausvaiheessa selkeästi läpi, jotta asiakkaalle ei tule ikävää yllätystä, kun hän noutaa autonsa huollosta.

Lisäksi varausvaiheessa olisi jo hyvä tarjota osamaksumahdollisuutta, jos summa vaikuttaa asiakkaan mielestä suurelta; niin asiakkaan ei tarvitse siirtää auton huoltoa tai muita menoja senhetkisen rahatilanteensa vuoksi. Varsinkin jos auto on takuuikäinen, huollon venyttäminen pidemmälle saattaa vaikuttaa siihen, korvaako takuu, jos autossa ilmenee myöhemmin ongelmia. Näin ollen asiakkaalle saattaa aiheutua myöhemmin vielä suurempia kustannuksia, jos hän ei vie autoaan huoltoon ajallaan.

3.4 Asiakkaan näkökulma

Asiakkaan näkökulmasta ajanvarausprosessin tulisi olla mahdollisimman sujuvaa, selkeää ja läpinäkyvää. Nykyisin ihmiset ovat usein hyvin kiireisiä ja haluavat hoitaa varauksen vain nopeasti alta pois. Usein kiireiset ihmiset suosivat verkkovarausta, mutta toisinaan asiat ovat kuitenkin helpompi selvittää puhelimessa.

Puhelinpalveluun saattaa myös olla ruuhkaa, ja kun asiakas viimein tavoittaa huoltomyyjän, niin hänellä voi olla jo kiire muihin hommiin ja hän saattaa tahtoa lopettaa puhelun lähes heti sen alettua. Näissä tilanteissa saattaa kuitenkin unohtua jokin tärkeä asia, joka vaikuttaa myöhemmin asiakkaan kuvaan palvelusta, joten kiireistäkin asiakasta kannattaa hetki koettaa pidätellä linjoilla, vaikka se siinä hetkessä tuntuisikin hieman viivyttelyltä.

Asiakkaat ovat kuitenkin erilaisia, sillä toiset asiakkaista taas soittavat puhelinpalveluun juuri siksi, että haluavat jutella jonkun kanssa joko autoon liittyen tai

välillä ihan muuten vaan, kun ei ole muutakaan tekemistä. Esimerkiksi vanhemmalla ihmisellä ei välttämättä ole edes juttuseuraa. Myös tämän takia on tärkeää, että huoltomyyjä osaa lukea asiakasta ja hänen tarveensa, jotta asiakasta voidaan palvella hänen haluamallaan tavalla.

Välillä ajankohtaisten huoltotöiden selvittäminen vie aikaa, ja jos oikeita huoltotöitä ja niiden hinta-arvioita ei osata esittää heti suoraan puhelimesta, niin se saattaa aiheuttaa toisissa asiakkaissa aluksi ihmetystä. Vaikka ihmiset ovat erilaisia, on heidän käytöksessään myös hyvin paljon samaa, ja sen voi huomata myös siitä, että yleensä asiakas on kuitenkin lopulta tyytyväinen, jos huoltomyyjä soittaa hänelle myöhemmin takaisin ja kertoo kustannusarvion huoltotöistä tai laittaa huollon hinta-arvion sähköpostilla. Silloin asiakkaalle jää myös toiminnasta läpinäkyvä kuva ja hän osaa varautua tuleviin kustannuksiin. Kuvassa 4 on esitetty, kuinka huollon kustannukset tulisi eritellä asiakkaalle, jotta niistä on selkeästi nähtävissä huollon kokonaishinta ja kuinka paljon mikäkin toimenpide maksaa.

Ajankohtaiset huoltotoimenpiteet

 Huolto	1256 €	
 Tarkastushuolto ja öljynvaihto, joustava	280 €	
 Laajennettu tarkastushuolto	72 €	
 Raitisilmasuodattimen vaihto	73 €	
 Sytytystulppien vaihto	164 €	
 Jarrunesteen vaihto	50 €	
 Haldex-öljyn vaihto	145 €	
 Vedenpoistoletkujen tarkastus	14 €	
 DSG-vaihteiston öljynvaihto	429 €	
 Kattoluukun puhdistus ja voitelu	29 €	

Kuva 4. Huollon hinta-arvio ja erittely (Ajanvaraus 2023).

Kiireellisyydestään johtuen asiakas on myös saattanut viivytellä huollon varaamista ja tahtosi saada huoltoajan mahdollisimman pian, mutta monesti huoltoon on kuitenkin hieman jonoa. Usein näissä tilanteissa asiakas ymmärtää olevansa hieman myöhässä asian kanssa. Hän on kuitenkin tyytyväinen saamaansa palveluun, jos aika saadaan järjestettyä melko nopealla aikataululla tai jos huoltomyyjä lupaa soittaa, mikäli peruutusaikoja tulee.

Usein asiakas kokee saaneensa hyvää palvelua myös silloin, jos huoltomyyjä huomaa hänen kiireellisyytensä tai poikkeuksellisen päivärytmin ja tarjoaa hänen aikataulullensa sopivaa vaihtoehtoa. Esimerkiksi autoa ei tarvitse jättää päiväksi, jos se tulee aamulla mekaanikon ensimmäiseksi työtehtäväksi ja asiakas jää odottamaan huollon valmistumista. Tai auton voi tuoda joko edellisenä iltana tai viikonloppuna, niin että asiakas voi jatkaa matkaa sijaisautolla ja noutaa

autonsa esimerkiksi seuraavana iltapäivänä ennen liikkeen sulkemista tai sulke-
misen jälkeen.

4 Huollon ajanvarauksen asiakastyytyväisyyskysely

Asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin jakamalla huoltovarauksen tehneille asi-
akkaille linkkiä sähköiseen kyselylomakkeeseen varausvahvistuksen yhtey-
dessä. Kyselystä pyrittiin tekemään mahdollisimman lyhyt ja selkeä, jotta vas-
tauksia saataisiin mahdollisimman paljon. Kysymykset on mietitty niin, että nii-
hin vastaaminen ei vie paljon aikaa, mutta niistä saadaan selkeä käsitys asiak-
kaan tyytyväisyydestä sekä lisätietoa varaustilanteesta ja siitä, kuinka asiakas
haluaisi tehdä varauksensa jatkossa.

Aluksi tarkoituksena oli kerätä vastauksia kahden kuukauden ajan, mutta vas-
tausten vähäisen määrän takia aikaa pidennettiin vielä kuukaudella. Kolmen
kuukauden aikana vastauksia saatiin yhteensä 101 kappaletta, jonka todettiin
olevan riittävä määrä asiakastyytyväisyyden arviointiin. Vastauksia saatiin huo-
mattavasti vähemmän kuin aiemmissa kyselyissä, jotka järjestelmä lähetti auto-
maattisesti varauksen tehneelle henkilölle. Tähän mahdollisesti vaikuttaa se,
että kaikki huoltomyyjistä eivät välttämättä muistaneet lähettää tai jostain
muusta syystä eivät lähettäneet linkkiä asiakkaille.

4.1 Kysymykset

Ensimmäisissä neljässä kysymyksessä asiakas valitsee arvosanan 1–10 sen
mukaan, kuinka hän itse arvioi tilanteen menneen. Arvosteluasteikossa 1 on
huonoin mahdollinen arvosana ja 10 paras mahdollinen. Viides kysymys koskee
sitä, kuinka asiakas haluaisi tehdä varaukset jatkossa. Tähän asiakkaalle on an-
nettu kaksi vaihtoehtoa.

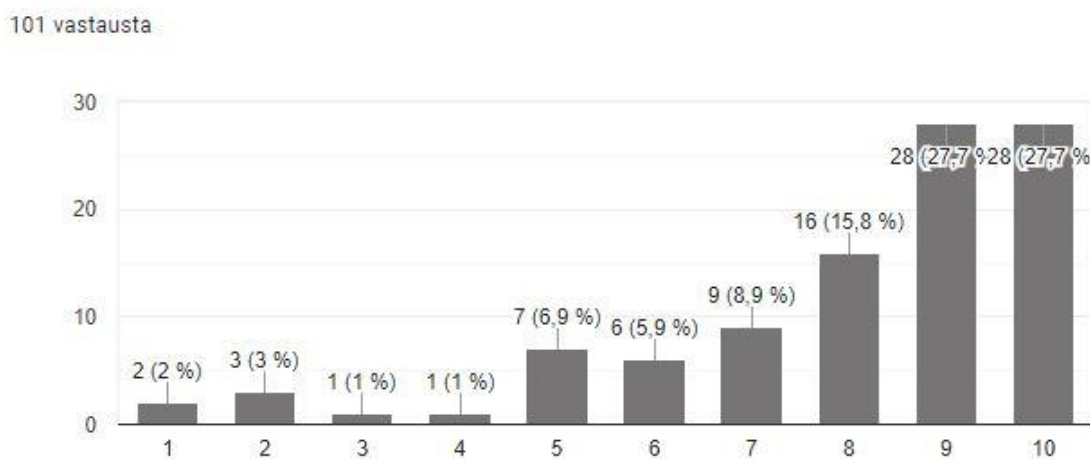
Lopussa kuudennessa kohdassa on asiakkaalle annettu mahdollisuus jättää va-
paamuotoista palautetta, jotta saataisiin tarkempaa tietoa vastauksista. Tarvitta-
essa asiakas voisi myös omin sanoin kertoa, jos joku on mennyt hänen

mielestään erityisen hyvin tai huonosti. Viimeiseen kenttään asiakas pystyi tarvittaessa jättämään yhteystietonsa, jos halusi yhteydenoton kyselyyn tai antamaansa palautteeseen liittyen.

4.1.1 Kysymys 1: Tavoititko meidät helposti?

On tiedossa, että yhteydenotot ja huoltovaraukset painottuvat usein Autokeskuksella viikon alkuun. Sen lisäksi huoltomyyjien on alkuviikon aikana käsiteltävä myös viikonlopun aikana tulleet varaukset ja yhteydenottopyynnöt. Tämän takia asiakkaan on usein helpompi tavoittaa huoltomyyjä viikon loppupuolella. Tällä kysymyksellä pyrittiin selvittämään, kuinka suuri vaikutus alkuviikon ruuhkalla ja ohimenneillä puheluilla on asiakkaan kuvaan tavoitettavuudesta.

Kuvan 5 vastauksia tarkastellessa huomataan, että vastauksissa on jonkin verran hajontaa, mutta kuitenkin 55,4 % vastanneista on antanut arvosanaksi 9 tai 10. Silti 13,9 % vastaajista on antanut arvosanan 1–5 ja peräti 30,6 % vastauksista osuu välille 6–8.



Kuva 5. Vastaukset tavoitettavuudesta.

Koska diagrammi ei suoraan kerro, mikä vaikutti asiakkaan kuvaan tavoitettavuudesta, on vastuksia tarkasteltava lomake kerrallaan. Niitä tarkastellessa huomataan, että pääosin huonot arvosanat painottuvat alkuviikon aikana tehtyihin varauksiin. Loppuviikkoisin huoltomyyjä oli monesti vapaana useampia sinä aikana, kun kyselyä suoritettiin. Voidaan siis olettaa alkuviikon ruuhkan vaikuttavan hieman asiakkaan kuvaan tavoitettavuudesta. Myös tammikuussa ollut verkkovarausten häiriö saattaa vaikuttaa osaltaan negatiivisesti vastauksiin, mutta tavoitettavuutta voitaisiin kuitenkin selvästi parantaa.

Kun varauksen tehneiden asiakkaiden joukossa on näin paljon ihmisiä, jotka ovat kokeneet tavoittamisen edes jossain määrin hankalaksi, olisi myös mielenkiintoista tietää, kuinka monta asiakasta jätti varauksen tekemättä, kun ei tavoittanut huoltomyyjää. Sitä on tietysti mahdotonta mitata ilman, että lähetetään kysely kaikille, jotka ovat yrittäneet tavoittaa, joten sen tarkastelu on jätettävä tämän työn ulkopuolelle. On kuitenkin huomattava, että varauksilla, jotka jätettiin tekemättä, on suora negatiivinen vaikutus sisäänpäin tulevaan rahavirtaan.

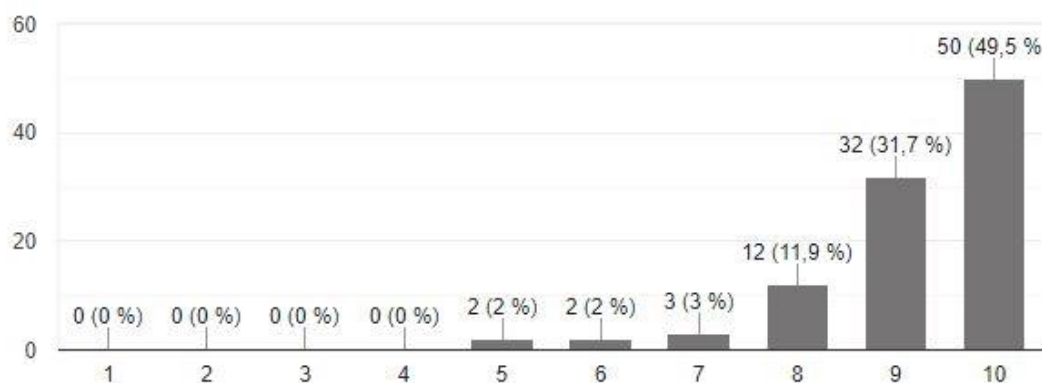
4.1.2 Kysymys 2: Oliko ajanvaraus mielestäsi sujuvaa?

Tällä kysymyksellä pyrittiin selvittämään, kuinka helppoa taikka sujuvaa asiakkaan on tehdä huoltovaraus. Sujuvuuteen voidaan vaikuttaa esimerkiksi huoltomyyjän ammattitaidolla ja laitteiden tai nettiajanvarauksen toimivuudella. Lisäksi sujuvuuteen vaikuttaa se, kuinka helposti tieto on huoltomyyjän saatavilla. Sujuvuuteen vaikuttaa usein myös se, kuinka asiakas on varautunut itse ajanvaraus-tilanteeseen, mutta sitä ihminen ei välttämättä osaa ajatella tällaiseen kysymykseen vastatessaan.

Tuloksista voidaan päätellä, että ajanvaraus on pääosin sujuvaa. Kuvaa 6 katsoessa huomataan, että jopa 50 vastaajaa on antanut arvosanaksi 10. 32 vastaajista on antanut arvosanaksi 9, joka sekin on erittäin hyvä. Kun nämä laskeetaan yhteen, niin huomataan, että 81,2 % vastaajista antoi arvosanaksi 9 tai 10. Tähän kysymykseen yksikään asiakas ei antanut arvosanaksi alle 5.

Yhteensä 4 vastaajaa antoi arvosanaksi 5 tai 6, mutta tammikuun aikana huollon verkkovarauksessa oli häiriöitä, joten on hyvin todennäköistä, että tämä on vaikuttanut asiakkaiden vastauksiin negatiivisesti. Asiakas on saattanut yrittää ensin varauksen tekoa netissä, ja sen jälkeen vielä joutunut soittamaan, kun ei ole saanut aikaa netistä varattua.

101 vastausta



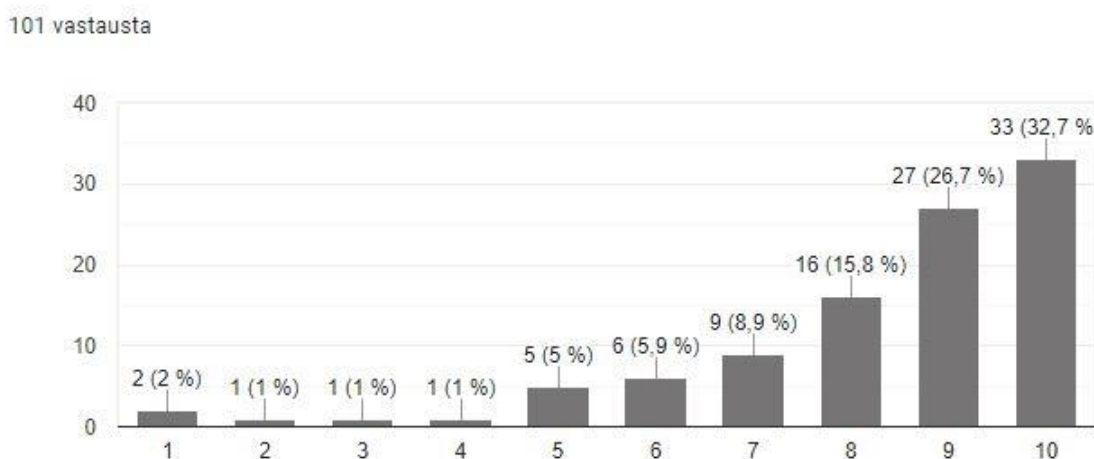
Kuva 6. Vastaukset kysymykseen ajanvarauksen sujuvuudesta.

4.1.3 Kysymys 3: Esitettiinkö töiden hinta-arvio selkeästi ja tarjottiinko muita palveluita?

Tällä kysymyksellä pyrittiin selvittämään, jäikö asiakkaalle selkeä kuva sovittujen huoltotöiden hinta-arviosta ja tarjottiinko asiakkaalle lisäpalveluita, kuten katsastusta, sijaisautoa tai pesupalveluita. Kysymyksen monimuotoisuuden vuoksi on hankala tarkalleen sanoa, onko asiakkaan vastaukseen vaikuttanut enemmän hinta-arvio vai lisäpalvelut, mutta kyselyn lopussa on mahdollisuus tarkentaa vastausta vapaaehtoisena palautteen muodossa.

Kuvan 7 vastausten perusteella voidaan huomata huoltomyyjien toimineen pääosin hyvin myös tämän kysymyksen osalta, sillä 59,4 % vastaajista on antanut arvosanaksi 9 tai 10 ja 75,2 % vastauksista on kohdistunut välille 8–10. On

kuitenkin huomattava, että kaksi asiakkaista on antanut huonoimman mahdollisen arvosanan ja kaikkiaan 10 % asiakkaista on antanut arvosanaksi 1–5.



Kuva 7. Vastaukset hinta-arviosta ja lisäpalveluista.

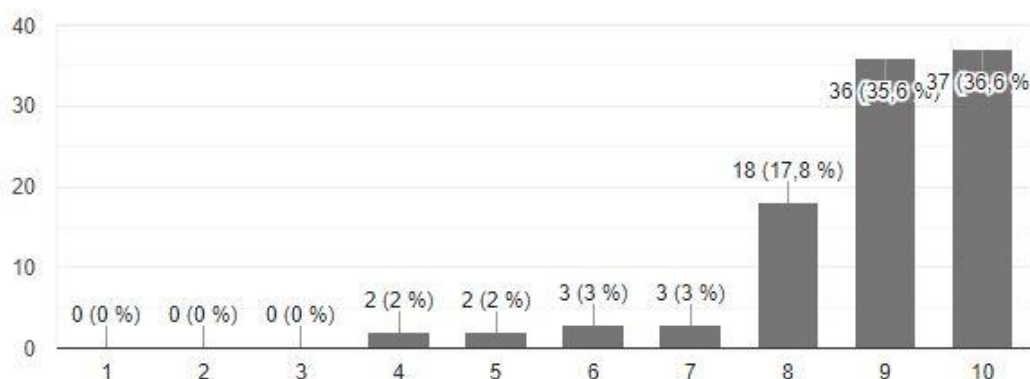
Hinta-arvion ja lisäpalveluiden tarjoamisen osalta toimintaa voitaisiin selvästi parantaa. Vapaamuotoisessa palautteessa kerrottiin myös netissä olleen eri hinta huollolle kuin soittaessa. Tämä on tietysti mahdollista, mutta näissä tilanteissa on kuitenkin huomioitava, että on myös mahdollista, että netistä katsotun huollon sisältö on ollut eri kuin soittaessa.

4.1.4 Kysymys 4: Suositteletko palveluitamme muille? (NPS)

Tällä kysymyksellä pyrittiin selvittämään, kuinka todennäköisesti asiakas suosittelisi palveluita muille. Tunnetusti ihmiset kertovat eteenpäin, jos jokin ei ole miellyttänyt heitä eivätkä ihmiset yleensä suosittelen palvelua muille, jos siitä on jäänyt heille edes jossain määrin huono kuva. Siksi on tärkeää selvittää, kuinka suurella todennäköisyydellä asiakkaat suosittelevat palveluita muille

Kuvasta 8 on nähtävissä, että kyselyn vastaajista jopa 72,2 % antoi arvosanaksi tähän kysymykseen 9 tai 10 ja 90 % vastaajista antoi arvosanan 8–10. Voidaan siis todeta asiakkaat ovat tyytyväisiä saamaansa palveluun ja suosittelisivat sitä myös hyvin suurella todennäköisyydellä muille. Yksikään vastaajista ei antanut arvosanaksi alle 4, mutta kaikkiaan 7 % vastaajista antoi arvosanaksi 4–6, joten hieman parannettavaakin löytyy myös tällä osa-alueella.

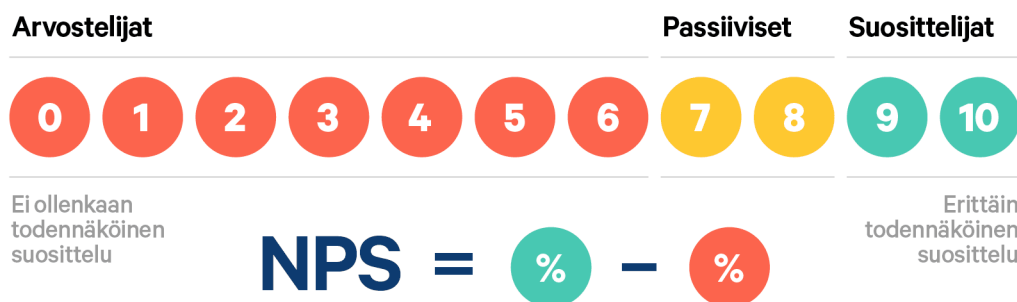
101 vastausta



Kuva 8. Vastaukset palveluiden suosittelusta.

NPS eli Net Promoter Score on käytetyin asiakastyytyväisyyden mittari kansainvälisesti. NPS mittaa yhdellä kysymyksellä asiakkaan suositteluhalukkuutta ja tyytyväisyyttä. (Mikä on NPS ja miten sitä mitataan? 2022.)

NPS-lukua laskiessa vastaajat jaetaan kolmeen osioon kuvan 9 mukaisesti. Arvosanan 0–6 antaneita vastaajia nimitetään arvostelijoiksi. Arvosanan 7–8 antaneita vastaajia taas nimitetään joko passiivisiksi tai neutraaleiksi. Suosittelijoita ovat ne vastaajat, jotka antoivat arvosanan 9–10. NPS-luku sijoittuu aina välille -100 ja 100, ja se lasketaan niin, että suosittelijoiden prosenttimäärästä vähennetään arvostelijoiden prosenttimäärä.



Kuva 9. NPS-luvun laskenta (Mikä on NPS ja miten sitä mitataan? 2022).

NPS-luku vaihtelee eri alojen välillä reilusti. Esimerkiksi TV- ja viihdepalveluita tarjoaville yrityksille erinomainen NPS-luku on vähintään 28, kun taas vakuutusyhtiöille vastaava luku on 68 tai enemmän. Tämän kyselyn NPS-luvuksi saadaan 65,2, jonka voidaan todeta olevan autoalalla erinomainen. Autoalla erinomaisena NPS-lukuna voidaan pitää 63:a tai suurempaa lukua. (Net Promoter Score® benchmarks 2023.)

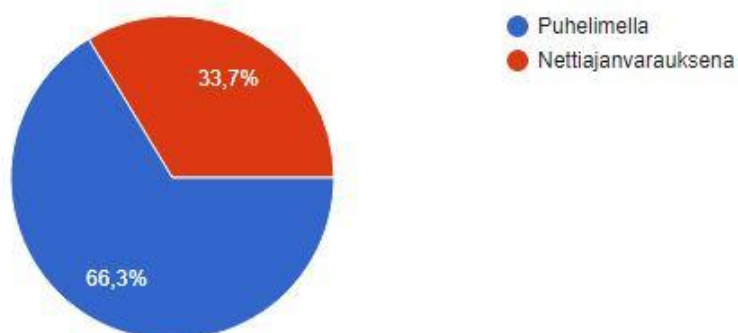
4.1.5 Kysymys 5: Haluaisitko jatkossa tehdä huoltovarauksen netissä vai puhelimitse?

Tutkimusten mukaan Suomessa noin 90 % asiakaspalvelusta hoidetaan puhelimessa. Kuitenkin jo 65 % kuluttajista haluaa palvelua myös digitaalisten kanavien kautta. Myös huollon varaaminen on muuttumassa kovaa vauhtia sähköiseen muotoon ja siksi on tärkeää selvittää, kuinka suuri osa ihmisistä haluaa tehdä varaukset vielä jatkossa puhelimella, jotta palvelua osataan kehittää oikeaan suuntaan.

Kuvan 10 vastauksista on selvästi nähtävissä, että edelleen noin kaksi kolmesta ihmisestä haluaa varata ajan soittamalla. Tähän varmasti vaikuttaa se, että vanhemmat ihmiset eivät välttämättä aina ole niin taitavia internetin käytössä.

Toisena tekijänä voidaan pitää sitä, että asiakkaalle ei ole aina selvää, mikä huolto varaukselle tulisi valita.

101 vastausta



Kuva 10. Vastausten jakautuminen varaustapojen välillä.

Vapaamuotoiseen palautteeseen saatiin myös kommentteja siitä, että nettivaraaus ei ole aina niin käytännöllinen. Se toimii hyvin määräaikaishuoltojen osalta, mutta jos autossa ei ole määräaikaishuolto ajankohtainen, vaan siihen pitäisi suorittaa korjauksia, niin nettivarauksesta ei saa valittua oikeita palveluita, minkä takia sieltä ei saa myöskään korjauksen hinta-arviota. Verkkovarauksen hyvänä puolena voidaan kuitenkin pitää sitä, että se on avoinna aina, kun taas puhelinpalvelu on avoinna ainoastaan arkisin kello 7–18. Voidaan siis todeta, että molemmat mahdollisuudet on hyvä olla olemassa, ja myös sen mukaisia kommentteja saatiin vapaamuotoisena palautteena.

4.1.6 Kysymys 6: Vapaa palaute

Vapaa palaute oli kyselyssä vapaaehtoinen, mutta osoittautui erittäin tärkeäksi osaksi kyselyä, ja siihen saatiin kaikkiaan 19 vastausta. Vapaan palautteen muodossa saatiin hyviä tarkennuksia vastauksiin ja lisäksi kommentteja siitä, kuinka palveluita voitaisiin kehittää.

Pääosin vapaaseen palautteeseen tuli positiivisia kommentteja, joissa keuhuttiin asiakaspalvelua ja huoltopalveluiden toimintaa. Vastausten joukosta löytyi myös kritiikkiä, mutta se kohdistui lähinnä nettivarauksen toimintaan ja siihen, että asiakas ei ole tavoittanut huoltopalveluita helposti. Myös kritiikki on tärkeää toiminnan kehittämisen kannalta ja siksi kritiikin kohteeksi joutuneihin asioihin on perehdyttävä jatkossa tarkemmin.

4.1.7 Kysymys 7: Haluatko yhteydenoton palautteeseen liittyen?

Ainoastaan yksi asiakas toivoi yhteydenottoa. Hän ihmetteli sitä, että oli aluksi yrittänyt soittaa huollon ajanvaraukseen ja jättänyt järjestelmään soittopyynnön, mutta kerkesi itse tavoittamaan huoltomyyjän soittamalla ennen kuin soittopyyntöön reagoitiin. Asia olisi ollut selkeämpi käydä puhelimesta läpi, mutta asiakas jätti ainoastaan yhteystiedoksi sähköpostiosoitteensa. Asiakkaalle kuitenkin lähetettiin nopeasti vastaus sähköpostitse, jossa pahoiteltiin tilannetta. Hänelle selitettiin, että kun toiset huoltomyyjistä soittavat takaisinsoittoja sillä välin, kun muut ottavat puheluita vastaan, niin joissain tilanteissa saattaa saada nopeammin asiansa hoidettua, jos kokeilee soittaa hetken päästä uudelleen.

5 Kehityskohteet

Kyselyn vastauksista on nähtävissä, että kaksi kysymyksistä on sellaisia, joiden tuloksissa on eniten hajontaa. Nämä kaksi kysymystä ovat myös ainoat, joihin jotkut asiakkaista antoivat arvosanaksi 3 tai alle. Näiden voidaan siis ajatella olevan suurimmat ongelmakohdat ajanvarauksessa tällä hetkellä, ja niihin olisi hyvä löytää ratkaisu, jotta pystytään tuottamaan parempia asiakaskokemuksia ja tekemään parempaa tulosta.

Tavoitettavuus on erittäin tärkeä asia asiakaskokemuksen kannalta, mutta sillä on myös erityisen suuri vaikutus taloudellisiin asioihin, sillä jos asiakas ei tavoita huoltomyyjää, niin hän ei välttämättä varaa aikaa kyseisestä yrityksestä, vaan saattaa mieluummin käyttää kilpailijan palveluita. Tavoitettavuus osoittautui kuitenkin kyselyssä toiseksi ajanvarauksen ongelmakohdaksi. Tätä voidaan pitää

huolestuttavana tai ainakin sellaisena asiana, johon olisi syytä panostaa jatkossa.

Kun on tiedossa, että usein yhteydenotot keskittyvät alkuviikkoon, niin olisi syytä harkita, voitaisiinko huoltomyyjien määrää kasvattaa alkuviikon ajaksi. Toisaalta toiset viikoista ovat hiljaisempia ja silloin huoltomyyjien määrä on riittävä, joten tarvetta lisätyövoimalle ei ole aina.

Sopiva ratkaisu voisikin olla työllistää 1–3 opiskelijaa opintojen ohella tarvittaessa töihin kutsuttavina niinä viikkoina, kun yhteydenottoja on enemmän. Ratkaisu nostaisi henkilöstökustannuksia, mutta jos huoltoja varattaisiin enemmän, yritys saisi lisää myyntiä ja tulosta voitaisiin parantaa.

Tavoitteena on myös, että jokainen huoltomyyjä käsittelisi lopulta kaikkien merkien asiakkaita. Tällä hetkellä näin ei kuitenkaan ole, ja siitä saattaa aiheutua tilanne, jossa huoltomyyjä on vapaana, kun asiakas soittaa, mutta ei voi ottaa puhelua vastaan, koska ei pysty sitä käsittelemään.

Call centerin henkilökunta vaihtuu toisinaan, ja uusilla työntekijöillä kestää aikaa opetella eri merkkien käytännöt ja säännöt, joten tavoitteeseen on toisinaan myös hankala päästä. Lisää haastetta tuo se, että saman merkin asiat hoidetaan eri toimipisteissä eri tavalla. Tämä tuo työhön paljon asioita, jotka pitää opetella ulkoa ja ne on mahdollista oppia muistamaan vain, kun samaa asiaa toistaa tarpeeksi monta kertaa.

Selvä kehityksen kohde on se, että toimipisteisiin luotaisiin yhteiset säännöt ja toimintamallit. Sillä voitaisiin helpottaa opiskelua ja saada huoltomyyjät nopeammin käsittelemään kaikkia merkkejä. Tämä helpottaisi myös kauemmin CC:ssä työskennelleiden huoltomyyjien työtä ja vähentäisi virheiden määrää, kun muistettavaa olisi vähemmän. On hyvä huomioida, että sääntöjen luominen on täysin ilmaista ja se myös vähentää reklamaatiokuluja virheiden vähentymisen kautta.

Hinta-arvion ja lisätöiden tarjoamisen voidaan todeta olevan toinen huollon ongelma-kohta. Verkkovarauksen pitäisi antaa hinta-arvio huollolle sekä tarjota lisätöitä sekä lisäpalveluita. Välillä verkkopalveluissakin on kuitenkin häiriöitä ja esimerkiksi hinnat saattavat näkyä väärin. On kuitenkin tärkeää, että pidetään huoli siitä, että hinnat kerrotaan asiakkaille oikein. Jos asiakkaalle annetaan aluksi huollosta pienempi hinta-arvio kuin lopullinen summa oikeasti on, voidaan myöhemmin joutua antamaan asiakkaalle alennusta hyvän tahdon eleenä. Mikäli alennusta joudutaan antamaan, se heikentää korjaamon tulosta.

Oletettavasti suuremmaksi osaksi tämä ongelma kuitenkin kohdistuu puheluihin. Puhelun aikana on paljon käsiteltäviä asioita, ja asiakas saattaa olla myös kiireinen, joten hinta-arvio ja lisäpalveluiden tarjoaminen saattaa unohtua, jos asiakas ei niitä erikseen kysy. Kiireessä hinta-arvio saatetaan myös vahingossa antaa väärin.

Ratkaisun tähän ongelmaan toisi se, että kaikki huoltomyyjät laittaisivat asiakkaalle aina vahvistussähköpostin, jossa näkyy vähintään hintaerittely ja huollon lopullinen summa. Lisäksi vahvistusviestissä tulisi näkyä tarjolla olevat lisäpalvelut. Vahvistussähköpostiin on jo olemassa jopa valmis pohja, jossa on kaikki tarpeellinen, mutta tulosten perusteella sen lähettäminen toisinaan unohtuu.

Huoltomyyjät ovat kuitenkin osittain provisiopalkalla ja usein yhden huoltovaruksen käsittelyssä saattaa kestää pitkäänkin. Vahvistusviestin lähettäminen pidentää käsittelyaikaa entisestään. Vahvistusviestin lähettämistä on hankala yhdistää provisiioihin ilman jonkinlaista asiakastytyväisyyskyselyä.

Koska viestin kirjoittaminen vie huoltomyyjän työaikaa ja se lähettäminen toisinaan unohtuu, yhtenä kehityksen kohteena tulisi miettiä, olisiko taloudellisesti kannattavaa automatisoida vahvistusviestin lähettäminen.

Viimeinen huomion kiinnittävä asia on se, että puhelinasiakkaan käsittely vie usein kauemmin kuin verkkovarauksen käsittely, mutta silti verkkovarauksesta huoltomyyjä saa kolminkertaisen provision käsiteltyä asiakasta kohti. Toisin

sanottuna huoltomyyjän on käsiteltävä puheluasiakkaita kolme kertaa enemmän päästäkseen samaan palkkaan kuin verkkovarauksilla.

Viimeisenä kehitysehdotuksena on kaksinkertaistaa puheluiden provisio. Jos huoltomyyjän provisiota puhelusta parannettaisiin, heidän ei tarvitsisi käsitellä niin montaa asiakasta päivässä päästäkseen samaan palkkaan kuin tällä hetkellä. Kun huoltomyyjä käsittelee vähemmän asiakkaita päivän aikana, hänelle jää enemmän aikaa jokaista asiakasta kohti. Kun aikaa jää enemmän, niin hinta-arvion ja lisätöiden tarjoamisen ei pitäisi unohtua huoltomyyjän kiireen vuoksi. Suurempi provisio saattaisi myös motivoida toiset huoltomyyjistä tekemään vielä enemmän töitä, mikä saattaisi myös osaltaan ratkaista tavoitettavuusongelmaa.

Toisinaan menoja karsitaan ja suuria sijoituksia ei välttämättä tehdä, mutta on kuitenkin huomioitava, että kehittyminen vaatii sijoituksia, ja jos aikoo pärjätä jatkuvassa muutoksessa olevalla autoalalla, on pystyttävä tarjoamaan parempaa palvelua kuin kilpailijalla. Provision kaksinkertaistaminen ei kuitenkaan nostaisi henkilöstökuluja usealla tuhannella eurolla kuukaudessa.

Jos ajatellaan asiaa toisinpäin, niin mikäli sijoituksia palveluihin ei tehdä, kilpailijalle annetaan helppo mahdollisuus parantaa palveluitaan ja tarjota parempaa palvelua kuin itsellä on tarjota. Siihen tilanteeseen ei haluta päätyä, koska silloin mahdollisesti myös asiakkaat siirtyvät käyttämään kilpailijan palveluita.

6 Yhteenveto

Työssä pyrittiin kartoittamaan Autokeskus Oy:n huollon ajanvarauksen asiakastyytyväisyyttä, löytämään siitä kehityksen kohteita ja miettiä kehityksen kohteisiin ratkaisuja, jotta jatkossa voitaisiin tuottaa vieläkin parempia asiakaskokemuksia ja olla kilpailijoiden edellä asiakaspalvelun laadussa.

Asiakastyytyväisyyskysely toteutettiin jakamalla huoltovaruksen tehneille asiakkaille linkkiä sähköiseen kyselylomakkeeseen varausvahvistuksen

yhteydessä. Kyselystä pyrittiin tekemään mahdollisimman lyhyt, jotta vastauksia saataisiin mahdollisimman paljon.

Työn tuloksena saatiin arvokasta tietoa ajanvarauksesta ja asiakastyytyväisyydestä, kehitysehdotuksia toimintaan sekä kyselylomake, jota voidaan hyödyntää jatkossakin CC:n asiakastyytyväisyyden mittaamiseen. Koska kyselylomake luotiin verkossa olevalla työkalulla, sitä on helppo muokata jatkossa ja koska lomake on internetissä, muokkaaminen onnistuu millä tahansa tietokoneella, vaikka kotoa käsin.

Henkilökohtainen arvioni on, että työ onnistui melko hyvin, mutta aikataulun suunnittelun osalta olisi ollut parannettavaa. Aloitus eteni nopeasti ja lomake saatiin valmiiksi lyhyessä ajassa. Kysymykset vastasivat heti tilaajan tarvetta ja loivat selkeän kuvan ajanvaraustilanteesta. Myös työtä ohjaavalta opettajalta saatiin kysymyksistä positiivista palautetta.

Kysymysten miettimisessä esiintyi kuitenkin hieman haasteita, koska kyselystä haluttiin tehdä mahdollisimman lyhyt, jotta siihen saataisiin paljon vastauksia, mutta kuitenkin kattava, jotta siitä saataisiin mahdollisimman paljon tietoa. Ennakkotietona oli, että pitkään kyselyyn on vaikea saada vastauksia. Lopulta kysymyksistä saatiin sopiva paketti, kun yhdistettiin hinta-arvion ja lisäpalveluiden kysymys yhdeksi.

Myöhemmin esiintyi myös varsinaisia ongelmia ja kyselyn vastauksia jouduttiin keräämään pidemmältä ajalta kuin oli tarkoitus, koska vastausten määrä ei vastannut odotuksia. Aiemmin käytössä olleisiin automaattisesti lähetettyihin kyselyihin saatiin vastauksia noin kuusi kertaa enemmän. Ero on suuri, mutta se selittyy ainakin osittain sillä, että on olemassa viitteitä siitä, että kaikki huoltomyyjät eivät lähettäneet kyselyä asiakkaille ainakaan jokaisen varauksen yhteydessä.

Kun vastauksia kerättiin kuukauden pidempään kuin alun perin oli tarkoitus, niin myös loppuraportti viivästyi hieman aikataulusta, mutta ennakoinnilla onnistuttiin kuitenkin minimoimaan viivästyminen

Lähteet

Ajanvaraus. Verkkoaineisto. 2023. Autokeskus Oy. <<https://huoltovaraus.autokeskus.fi/booking/>>. Luettu 5.1.2023.

Autokeskus pähkinänkuoressa. 2022. Verkkoaineisto. Autokeskus Oy. <<https://liikkeessa.autokeskus.fi/autokeskus-p%C3%A4hkin%C3%A4nkuoressa>> Luettu 9.12.2022.

Hintojen läpinäkyvyys -koulutusmateriaali. 2022. Verkkoaineisto. Oy Ford Ab. Luettu 10.11.2022.

Korkiakoski, Kari & Gerdt, Belinda. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus: Työkälupakki. E-kirja. Talentum Pro.

Kortesuo, Katleena & Löytänä, Janne. 2011. Asiakaskokemus: palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. E-kirja. Alma Talent.

Mikä on NPS ja miten sitä mitataan? 2022. Verkkoaineisto. Trustmary Group Oy. <<https://trustmary.com/fi/nps-net-promoter-score/mika-on-nps-ja-miten-sita-mitataan/>>. Luettu 6.1.2023.

Net Promoter Score® benchmarks. 2023. Verkkoaineisto. Delighted, LLC. <<https://delighted.com/nps-benchmarks>> Luettu 6.1.2023.

Peugeot Servicebox 2023. Verkkoaineisto. Stellantis N.V. <<https://servicebox.peugeot.com/>>. Luettu 30.1.2023.

Singh, Abhilasha. 2019. Mercedes me app explained. Verkkoaineisto. Financial Express. <<https://www.financialexpress.com/auto/car-news/mercedes-me-smartphone-app-explained-over-30-features-and-other-digital-initiatives-by-mercedes-benz/1723511/>> 1.10.2019. Luettu 21.3.2023.