Tampereen ammattikorkeakoulu

BG SERVICE TUOTTEIDEN OHEISMYYNNIN KASVATTAMINEN

Henry Silvennoinen

OPINNÄYTETYÖ
Kesäkuu 2023

Ajoneuvotekniikka
Korjaamotekniikka

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Ajoneuvotekniikka
Korjaamotekniikka

SILVENNOINEN, HENRY
BG Service tuotteiden oheismyynnin kasvattaminen

Opinnäytetyö 22 sivua, joista liitteitä 2 sivua
Kuukausi 2023

Opinnäytetyön tarkoitus on kasvattaa myyntiä Rengas-AT korjaamolla BG Service tuotteiden kautta. Rengas-AT on yritys, jolla on vankka tausta ja asiakaskunta ajoneuvon renkaiden parista. BG Service valmistaa tuotteita, jotka pienellä työllä tuovat ajoneuvon eri nestetiloihin puhtautta ja sen kautta pidentää auton elinikää, sekä vähentää auton polttoaineen kulutusta ja päästöjä.

Korjaamon liikevaihtoa pyritään kasvattamaan työn edetessä pääosin BG Service lisämyynneillä, mutta myös muilla mahdollisilla lisämyynneillä. Lisämyynnistä kerätään hieman seurantaa, jotta tehokkuutta voidaan tarkastella.

Asiasanat: lisämyynti, bg service, rengas-at

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Vehicle Engineering

SILVENNOINEN, HENRY
Increasing BG Service additional sales

Bachelor's thesis 22 pages, appendices 2 pages
June 2023

The main purpose of the thesis is to increase the sales in Rengas-AT repair shop with BG Service products. Rengas-AT is a company that has a strong background and customer base with tire sales. BG Service provides products that cleans different liquids and increases the cars lifetime. It also reduces fuel consumption and emission.

During the process we try to increase the company sales, mainly with additional sales of BG Service, but also with other additional sales. Track of the sales is included to view the efficiency.

Key words: additional sales, bg service, rengas-at

SISÄLLYS

1 JOHDANTO 6
2 RENGAS-AT OY JA BG-SERVICE CENTER OY 7
2.1 Rengas-AT Oy 7
2.2 BG Service Center Finland Oy 7
2.3 Lisämyynti 8
2.3.1 Asiakaskokemus 8
3 HUOLLON MYYNTI 9
3.1 Myynnin mahdollisuudet asiakkaan kanssa 9
3.2 Asiakastapahtuma 10
3.3 Markkinointi 12
4 BG SERVICE TUOTTEIDEN MYYNNIN KEHITTÄMINEN 13
4.1 Huoltoneuvojien opastaminen 13
4.2 Kampanja 15
4.3 Tapahtuma 15
4.3.1 Tapahtuman laillisuus 16
5 SEURANTA 17
6 POHDINTA 18
LÄHTEET 20
LIITTEET 21
Liite 1. Poliisille täytettävä ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä 21
Liite 2. Huoltoneuvojien kattava littera asiakastilanteisiin 22

ERITYISSANASTO

TAMK	Tampereen ammattikorkeakoulu
Rengassesonki	Yleinen renkaiden vaihtoaika, joka sijoittuu kalenterissa loka-joulukuulle ja huhti-toukokuulle

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan huollon oheismyyntiä BG-Service tuotteiden avulla Kangasalan Rengas-AT korjaamossa. Rengas-AT korjaamolle asetettiin tavoitteeksi saavuttaa tietty määrä myyntiä BG-Service tuotteille kuukautta kohti. Opinnäytetyössä esitellään menetelmät, joilla myyntiä on pyritty kasvattamaan heti toiminnallisessa vaiheessa ja suunnitelma jatkoa ajatellen, jotta myynnin määrä on nousujohteista myös toiminnallisen vaiheen jälkeen. Tuloksia ja kannattavuutta hieman vertaillaan.

Oheismyynnin lisäämiseksi kehitellään erilaisia toimintatapoja, jotka toteutetaan toimeksiantajan toimesta parhaana nähtynä ajankohtana. Toimintatavat suunnitellaan huolellisesti, jotta tulevaisuudessa toteutus olisi mahdollisimman helppoa.

Tavoitteena on laajentaa liikkeen tarjoamia huoltotoimenpiteitä, sitä kautta asiakastyytyväisyyden nostamista ja myynnin lisäämistä. Työn aikana yritys lopetti toimintansa, mutta jo meneillään olleista toimenpiteistä pohditaan hyötyjä, sekä esitellään suunnitellut asiat.

2 RENGAS-AT OY JA BG-SERVICE CENTER OY

2.1 Rengas-AT Oy

Rengas-AT Oy on korjaamo, joka nimensä mukaisesti on keskittynyt ajoneuvojen renkaisiin. Yritys kuitenkin toimii osana Mekonomen ketjua, joten pisteessä suoritetaan myös huoltoja mm. alustan- ja jarrujen korjauksiin. (Rengas-AT. Kangasalan Rengas-AT Oy 2022.)

Mekonomen ketjuna Rengas-AT on velvoitettu Mekonomenin ehtoihin, joka kattaa esimerkiksi takuun. Yritys toimii näin ollen itsenäisenä yrityksenä, mutta Mekonomenin markkinoinnin alaisena on yritys huoltaa kaikkia automerkkejä ja malleja auton iästä riippumatta.

Aikaisemmin Rengas-AT on toiminut osana Euromaster ketjua, jonka jälkeen tilojen muutoksen yhteydessä ketju vaihtui Mekonomen ketjuksi.

2.2 BG Service Center Finland Oy

BG Service Center Finland Oy on lisäaineiden maahantuoja, joka tarjoaa kumppaneille koulutusta tuotteista ja opastaa näiden myyntiin. Yritys tarjoaa ajoneuvojen nestejärjestelmiin huoltopalveluita merkistä, mallista ja auton iästä riippumatta. (BG Service Center Finland. 2022.)

BG Service Center on vuonna 1971 perustettu yritys seitsemän amerikkalaisen miehen toimesta. Yritys heti perustettuaan halusi, että perustana on ihmiset, jotka omalla toiminnallaan edistää ylivertaisia autoalan tuotteita. Yritys alkoi heti kehittää uusia tuotteita hyödyntäen jo markkinoilla olevia keksintöjä parantamalla niitä. (BGprod. 2022.)

2.3 Lisämyynti

Lisämyyntiä autokorjaamolla on kaikki se, mikä alkuperäisen tarkoituksen lisäksi autoon suoritetaan. Myynti yleensä tapahtuu jo ennen kuin auto on koskaan otettu sisälle työn alle, jolloin asiakkaalta kysellään auton tämänhetkistä kuntoa ja mahdollisia toiveita. Lisämyyntiä voi olla esimerkiksi tuulilasin pyyhkijöiden vaihto huollon yhteydessä, renkaiden vaihto huollon yhteydessä, huollon suorittaminen laajemmin tai huollossa ilmenneen vian korjaaminen.

Huollon aikana mekaanikko tarkastaa auton mahdollisten vikojen osalta mahdollisimman laajasti, niin, että saman käynnin aikana korjaukset voitaisiin ainakin ilmoittaa asiakkaalle. Yhteydenpito mekaanikon ja työtä valvovan huoltoneuvojan/työnjohtajan välillä on näin ollen oltava mahdollisimman vaivatonta ja esteetöntä. Jos pienempi vika, jonka korjaamiseen ei kulu aikaa mekaanikolta paljoa, aikataulu mahdollistaa korjaamisen ja varaosat ovat saatavilla voidaan lisätyö suorittaa saman käynnin aikana. Kyseisessä tilanteessa lisätyön myyminen asiakkaalle on paljon helpompaa ja asiakaskokemus on miellyttävämpi, jolloin asiakas luultavimmin palaa yritykseen toisen kerran, mutta myös on mielenkiintoinen lisämyynneistä oma-aloitteisesti.

2.3.1 Asiakaskokemus

Hyvän asiakaskokemus on ehdottoman tärkeää joka päivä huoltoneuvojan työssä. Myyntiä suorittava henkilö, joka toistuvasti saa hyviä asiakaskokemuksia on ehdottoman tärkeä yritykselle ja myynnin kasvattamiselle. Asiakas, jolla on muistikuva positiivisesta ja onnistuneesta asiakastilanteesta luultavasti kertoo tästä tuttavilleen tai lähipiirilleen. Asiakaskokemus on kuitenkin seuraavalla kerralla oltava vähintään yhtä hyvää, mielellään parempaa, sillä asiakkaalla on jo entuudestaan korkeat odotukset uudelle käynnille.

3 HUOLLON MYYNTI

Rengas-AT liikkeessä huollon myynti on edelleen Euromaster ketjun pohjilta erittäin rengaspainoitteista, eikä rengassesongin ulkopuolella myyntiä ole lainkaan samassa mittakaavassa. Myyntiä huolloille tarjotaan asiakkaalle markkinoimalla liikettä erilaisin markkinointi menetelmin, kuten mainoskyltit, sosiaalinen media ja lehtipainokset. Huollon myynnin aikana tapahtuvaa kanssakäymistä asiakkaan kanssa voidaan tehdä kasvotusten, puhelimessa tai sähköpostilla.

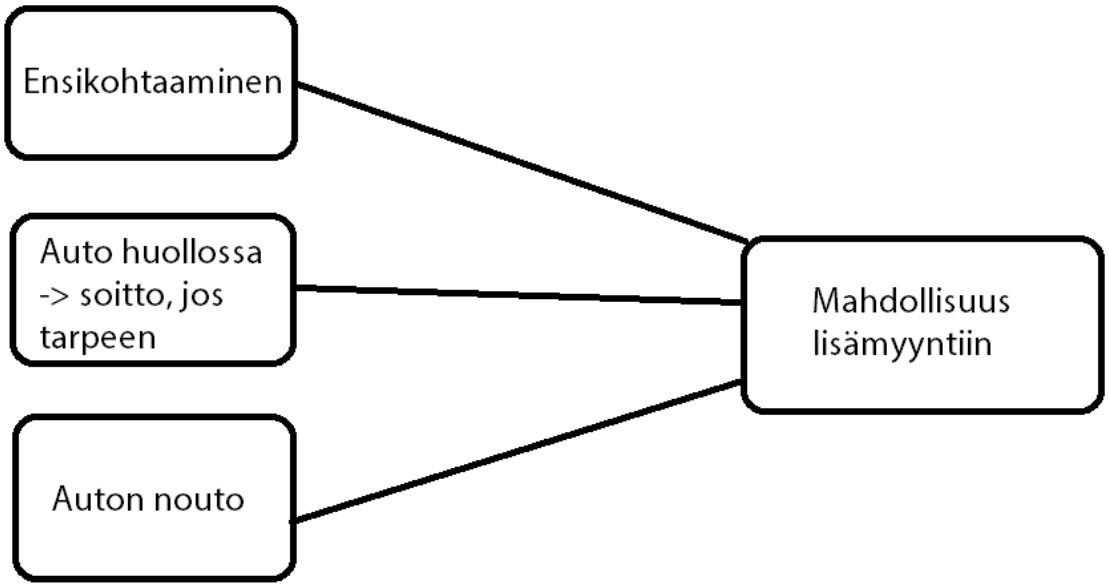
3.1 Myynnin mahdollisuudet asiakkaan kanssa

Kanssakäymisen ensimmäisessä vaiheessa asiakkaalta halutaan saada mahdollisimman paljon tietoa ajoneuvon huoltotarpeista. Monesti voi olla tilanne, että asiakas ei itse ole tästä tietoinen, jolloin asiakasta neuvotaan ja voidaan antaa huoltovaihtoehtoja.

Heti ensimmäisessä asiakastilanteessa on hyvä ottaa puheeksi, että huoltoliike on yhteydessä asiakkaaseen, jos ajoneuvoon olisi syytä tehdä laajempaa huoltoa tai korjaustoimenpiteitä. Paras tilanne myydä laajempi huolto on kuitenkin ensimmäisessä kontaktissa asiakkaan kanssa.

Toinen asiakastilanne tulee vastaan, jos ajoneuvosta löydetään laajemman huollon- tai korjaustarvetta. Tällöin huoltoneuvojan on mahdollisimman nopeasti oltava asiakkaaseen yhteydessä, kuitenkin valmistautuneena siten, että voi tarvittaessa antaa kustannusarvion.

Asiakkaan noutaessa ajoneuvoa lisämyyntiä voidaan vielä suorittaa, esimerkiksi antamalla kustannusarvio seuraavasta huollosta, varaamalla aika korjauksiin tai suosittelemalla tiettyä huoltoa seuraavalle huoltovälille. Asiakas saadaan näin tietoiseksi mitä ajoneuvolle kannattaisi tehdä ensikerralla ja myynti on silloin paljon helpompaa.



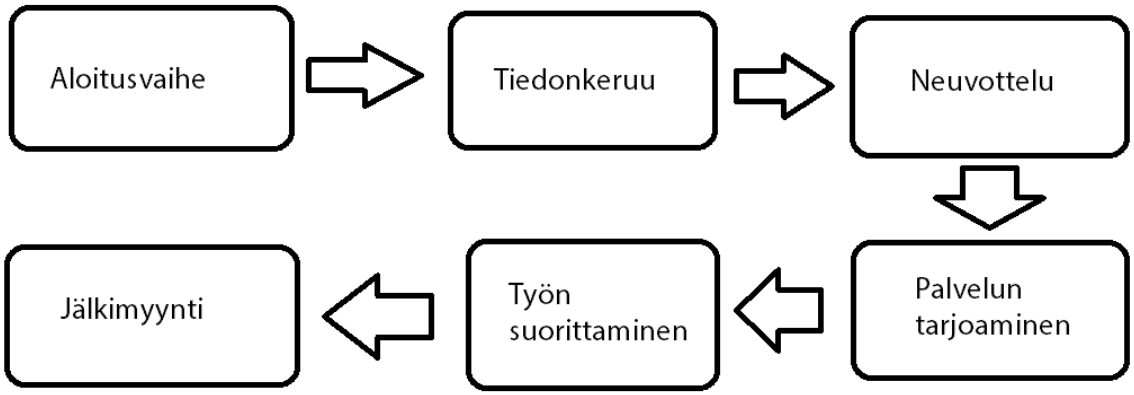
Kuva 1. Havainnollistava kuva yleisimmistä lisämyynnin tilanteista

3.2 Asiakastapahtuma

Asiakkaan kanssakäyminen on vuorovaikutusta yrityksen työntekijän ja asiakkaan välillä. Hyvään asiakasosallisuuteen on panostettava myynnin aikana, sillä luotettavalta ja avoimelta huoltoneuvojalta asiakas luultavimmin ostaa lisäpalveluja. Asiakkaalta halutaan mahdollisimman paljon mielipidettä ja kokemusta auton tämänhetkisestä tilasta, jolloin oikeiden kysymyksien kysyminen on tärkeää. Aidosti kuunnellessa asiakasta mitä hänen autossansa on vikana ja etsimällä tämän korjaamiseksi oikeita reittejä, tulee asiakkaallekin luottavaisempi olo, että auto on nyt hyvissä käsissä.

Tilanne kun asiakas ottaa yhteyttä yritykseen on huoltoneuvojan pyrittävä ottamaan heti kiinni siitä, mitä asiakas haluaa ja mikä hänen asiansa on. Tämän jälkeen aloitetaan tiedon kerääminen. Kerätään mahdollisimman paljon tietoa asiakkaasta, jotta palvelun laatu paranisi. Kysymällä esimerkiksi nimi ja yhteystiedot, tässä vaiheessa voidaan myös pyytää sähköposti mahdollista jälkimarkkinointia varten. Seuraavaksi huoltoneuvoja keskustelee asiakkaan kanssa palveluista ja hinnoittelusta, sekä esittää minkälaisia palveluita hänen autoonsa voisi

suorittaa. Palveluiden tarjoamisen yhteydessä on hyvästä tuntemuksesta ja tietotaidosta runsaasti apua, sillä asiakas yleensä esittää lisäkysymyksiä. Tämän jälkeen asiakas joko päättää heti haluaako hän käyttää yrityksen palveluita tai sitten hän mahdollisesti miettii tai kilpailuttaa muita liikkeitä. Kun asiakas päättää ottavansa palvelut yrityksestä, on tärkeää pitää kiinni sovituista asioista ja palvella asiakasta myös työn suorittamisen aikana.



Kuva 2. Havainnoiva kuva asiakastapahtumasta.

3.3 Markkinointi

Huoltojen markkinointia tapahtuu nykyään joka puolella. Mainoskyltit teiden varsilla tavoittaa kohderyhmän tehokkaasti, sosiaalinen media antaa näkyvyyttä ja hyvät nettisivut tarjoavat asiakkaalle helpoimman esitiedon huoltoliikkeestä. Sähköpostimarkkinointia pohdittiin erinomaisena pitämään jo huoltoliikkeessä asioineet asiakkaat, jotta he käyttäisivät uudestaan huollon palveluja. Uutiskirjeiden, tarjouksien tai tiedotteiden lähettäminen säännöllisin väliajoin pitäisi asiakkaan tietoisena tämänhetkisistä asioista.

Markkinointi on erittäin tärkeää, jotta saavutetaan kohdeyleisö ja tavoitetaan asiakkaat. Näkyvyyttä lisätään joka puolella, koko ajan ja yritetään herättää kiinnostusta. Asiakassuhteita voidaan luoda myös markkinoimalla, esimerkiksi yhteismarkkinoinnilla kuten Rengas-AT ja BG Service tekevät ja tällä voidaan saavuttaa asiakasuskollisuutta, jolloin asiakkaat suosittelevat kyseistä yritystä tai brändiä muille. Markkinoimalla saadaan myös kehitystä menemään eteenpäin korjaamolla, esimerkiksi asiakaspalautteita keräämällä ja analysoimalla näitä. (Outi Ikonen. Folcan)

4 BG SERVICE TUOTTEIDEN MYYNNIN KEHITTÄMINEN

Kehittämistä haluttiin toteuttaa monilla eri tavoilla ja saada aikaan nopeasti näkyvää kasvua. BG Servicen maahantuojan luona vierailtiin Espoossa ja käytiin keskustelua tehokkaista myyntitavoista tuotteille. Nopeasti päädyttiin parhaimmaksi tavaksi edistää tuotteiden näkyvyyttä ja tarjota asiakkaille jokaisella käynnillä tuotteita ja huoltoja tuotteilla. Myyntiä tekevät huoltoneuvojat opastettiin tehtävään ja suunniteltiin tuotteiden ympärille kampanja, sekä tapahtuma huoltoliikkeen tiloihin.

4.1 Huoltoneuvojien opastaminen

Huoltoneuvojien kanssa käytiin keskustelua tarvittavista toimenpiteistä myyntihetkellä ja jaettiin myyntiä tukevia esitteitä. Esitteiden tarkoituksena on saada asiakas ymmärtämään hankaliakin sanoja ja vaikutuksia ajoneuvon moottorin sisällä, sekä myös auttaa huoltoneuvojia vastaamaan asiakkaalle kysymyksiin, joita he saattaisivat kohdata.

Opastaminen huoltoneuvojille aloitettiin palaverilla, jossa jokainen sai nostaa esille asioita, joita oli työn ohella huomannut lisätyötä myydessä. Hankalimpia asioita oli ylivoimaisesti se, että ei muisteta kaiken muun yhteydessä mainita esimerkiksi BG Servicen tarjoamista palveluista. Tähän ratkaisuksi pyrittiin lisäämään mainontaa asiakkaiden odotustilaan ja huoltoneuvojien työpisteelle, jotta asiakas itsekin huomaisi nämä palvelut. Huoltoneuvojille jaettiin myös opasesitteet, joka on helppo antaa asiakkaalle. (Kuva 3). Tästä saatiin tehtyä hyvin taskuun menevä pieni opaste, josta löytyy vain suppeasti tietoa huolloista ja tuotteista. Opasteita oli laajempi asiakastilanteisiin ja pienempi asiakkaalle mukaan annettavaksi, joka löytyy liitteenä työssä.

Kuva 3. Asiakkaille suunniteltu opaste BG Servicen tarjoamista palveluista.

4.2 Kampanja

Kampanja suunniteltiin kestäväksi kampanjaksi, jossa tuotteiden hintaa lasketaan pidempiaikaisesti. Kampanja toteutettiin kaikille BG Service tuotepaketeille, joita tilanteen mukaan suoritettiin huollettaville ajoneuvoille. Kampanjalla pyritään saamaan asiakkaat tietoiseksi tuotteista, joita huoltoliike tarjoaa. Huollon myyntiä alennettujen hintojen kanssa on myös helpompi myydä, mutta huoltoliikettä saadaan myös markkinoitua kuluttajille. Huoltojen määrää koitetaan kampanjan aikana nostaa korkeammalle, jotta pysyviä, uudelleen asioivia asiakkaita saataisiin enemmän.

4.3 Tapahtuma

Tapahtuma toteutettaisiin korjaamon tiloissa ja pihalla sovittuna ajankohtana. Tarkoituksena olisi saattaa korjaamon uusi piste asiakaskunnan tietoon ja pyrkiä saamaan uutta asiakaskuntaa Tampereen alueelta. BG Servicen tuotteita esiteltäisiin ja huoltoaikoja pystyttäisiin varaamaan tapahtuman aikana, sekä sen haluttaisi tukevan käynnissä olevaa kampanjaa. Tapahtumassa noudatetaan yleisiä määräyksiä ja tapahtumalakeja, sekä suunniteltava tapahtuma ennen toetutusta. Mahdollisia riskejä arvioitaisiin ja niitä pyrittäisiin ennakoimaan mahdollisimman tarkkaan.

4.3.1 Tapahtuman laillisuus

Tapahtuma ilmoitetaan Poliisille yleisötilaisuutena etukäteen, kuten yleisissä tapahtumaohjeissa sanotaan. Poliisin mukaan, tilaisuuden paikka tai yleisön vähäinen määrä voi olla myös perusteena, että tilaisuudesta ei tarvitse ilmoittaa (Poliisi, 2022). Kuitenkaan tapahtuman asiakasmäärä riippui kokonaan siitä, tavoitetaanko ihmiset ja saadaanko heidän mielenkiintonsa heräämään tapahtumaan osallistumiselle, joten tilaisuudesta ilmoitettiin poliisille varmuuden vuoksi. Tällä pyrittäisiin saattamaan poliisille informaatio siitä, että paikalla voi olla samaan aikaan useita ihmisiä.

Tapahtuman aikana huomioon tulee ottaa myös koronapandemia ja tämän tuomat ohjeet ja säännökset. Kangasalan koronapandemia ohjeiden mukaisesti, ennen tapahtumaa tapahtumajärjestäjien kannattaa myös olla yhteydessä Kangasalan ylilääkäriin ja tarkistaa häneltä tuleeko hänelle mieleen jotakin erityishuomioita tapahtuman järjestämiseen liittyen. Tapahtumassa täytyy ottaa huomioon tapahtumajärjestelyissä tartuntalain pykälässä 85 c säädetyt yleiset hygienia vaatimukset. Vaatimuksina on mm. käsienpesumahdollisuus ja osallistujien istumapaikkojen sijoittaminen tarpeeksi väljästi. (Kangasala, tapahtumien järjestäminen korona-aikana). Tapahtuma toteutettaisiin pääsääntöisesti ulkotiloissa, mutta ajanvaraukset sisätiloissa järjestettiin siten, että sisätilat eivät ruuhkaudu.

5 SEURANTA

Väliaikaisiin yrityksen myyntitavoitteisiin päästiin kampanjan, markkinoinnin ja opastamisen avulla. Tapahtumaa ei järjestetty. Yrityksen huoltojen määrä nousi välittömästi kampanjan myötä, mutta nousu ei kuitenkaan ollut pitkäaikaista. Huoltojen määrä suhteessa renkaiden myyntiin nousi kuitenkin merkittävästi. Kannattavuuden kannalta kampanjalla saavutettiin keskeisimmät asiat mitä tavoitteena oli lähteä hakemaan. Uusia asiakkaita saatiin käyttämään palveluita ja vanhat asiakkaat varasi huoltoaikoja.

Kirjallista seurantaa ei valitettavasti ole saatavilla, sillä yritys on suljettu pysyvästi seurannan ajanjaksolla. Kampanjan kannattavuuden kannalta kuitenkin tavoitteisiin päästiin ja jos yritys olisi voinut jatkaa toimintaa, olisi kampanjan tuomista eduista todella paljon hyötyä tämänhetkisen asiakaskunnan ja liikevaihdon kannalta. Yrityksen henkilökunta, eli huoltoneuvojat ja asentajat omaksuivat BG Servicen osaksi liiketoimintaa hyvin pian ja ymmärsivät asian tärkeyden myynnin kannalta. Huonoja palautteita ei tullut lisämyynnin kasvattamisen suhteen ollenkaan.

On kuitenkin huomioitavaa, että vaikka toimintatapa toimi korjaamolle tällaisenaan suhteellisen hyvin, se on kuitenkin räätälöity juuri kyseisen korjaamon olosuhteisiin ja strategiaan.

6 POHDINTA

Opinnäytetyössä saatiin luotua hyvä perusta BG Servicen käyttöönotolle, jolla saatiin aikaiseksi hyviä tuloksia. Työ antaa kattavan kuvan siitä, mitä asioita tulee ottaa huomioon erilaisten lisäpalveluiden käyttöönottovaiheessa ja kuinka se voidaan toteuttaa. Opinnäytetyön pohjalta voidaan toteuttaa kyseiset toimenpiteet myös muihin korjaamoihin, mutta se ei kuitenkaan ole suositeltavaa. Olosuhteet, joissa korjaamo oli ennen työn aloittamista, olivat yksilölliset ja toista täysin samanlaista korjaamoa ei koskaan ole. Yllättävää työtä tehdessä oli se, että kuinka paljon myyntiä saatiin lisättyä vain ja ainoastaan asiakaskokemusten parantamisella ja kouluttamalla huoltoneuvojia sen tärkeydestä.

BG Service oli tukena opinnäytetyön alkuvaiheessa erittäin hyvin, jopa kutsumalla työn suorittajan käymään tutustumassa maahantuojan toimitiloihin ja toimintamalleihin. Vierailu oli välttämätön työn suorittamisen osalta. Vaikka kyseinen korjaamo on lakkautettu, johon työ suoritettiin jatkaa BG Service kuitenkin vielä Suomen markkinoilla ja uusia korjaamoja BG Servicen tuotteilla tulee varmasti olemaan lisää tulevaisuudessa.

Tapahtumapohja, jonka tekemistä tutkittiin, on myös vanhanaikainen, sillä tutkimisvaiheessa korona oli valloillaan pahemmin ja hallituksen antamat säädökset olivat poikkeukselliset. Poliisin velvoittamat ilmoitukset ovat kuitenkin edelleen voimassa, mutta tapahtumaa luodessa on syytä tarkastaa ajankohtaiset säädökset. Tapahtuma olisi ollut varmasti hieno kokemus niin yritykselle, työntekijöille, kuin myös asiakkaille, jotka olisivat olleet paikalla. Tapahtumat ovatkin nykyään isoja kampanjan alkamistempauksia, jotka järjestetään esimerkiksi yrityksen ”syntymäpäivillä” jolloin uudet, kuin vanhatkin asiakkaat saadaan käymään hieman epävirallisemmin yrityksessä.

Työ kokonaisuudessaan onnistui hyvin ja kaikki osapuolet olivat tyytyväisiä työn tuloksiin. Kaikki mukana olleet osapuolet, opinnäytetyön tekijä, henkilökunta ja yrittäjä saivat uutta tietoa ja ideoita yrityksen kasvuun ja muutokseen liittyen. Haluankin vielä sanoa, että vaikka yritys on lopettanut toimintansa, olen kiitollinen

BG Servicen maahantuojan vierailuun, yritykseen johon työn suoritin ja työntekijöihin, jotka antoivat edellytykset työn suorittamiseen.

Jatkoa ajatellen opinnäytetyön pohjalta toivon, että saadaan luotua lisämyyntiä kohottava käyttöönotto onnistuneesti ja pitkäaikaistavoitteisesti maaliin. Työn suorittamisen aikana vallitsi erilaisia olosuhteita korjaamon jatkuvuuden ja koronan kannalta, jotka jarruttivat omalta osaltaan työtä. Tämä voi olla osasyy, että kaikkea suunniteltua ei saatu toteutettua toivotulla tavalla.

LÄHTEET

BG Service Center Finland Oy. Tuotteet. Luettu 17.2.2022. https://www.bgprod.fi/tuotteet

Autohuoltokangasala. Luettu 17.2.2022. https://autohuoltokangasala.com/

RengasCenter. Sosiaalinen media. Luettu 17.2.2022 https://www.facebook.com/RengasCenter-Kangasala-Rengas-AT-Oy-100359308794202

Mekonomen. Tietoa meistä. Luettu 17.2022. https://www.mekonomen.fi/tietoa-meista/esittely/

Peltonen J. 2019. Korjaamokohtaisen myynnin kartoittaminen. Ajoneuvo- ja kuljetustekniikan koulutusohjelma. Metropolian ammattikorkeakoulu. Insinöörityö. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/173956/Peltola_Janne.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Tukes. Tapahtumaturvallisuus. Luettu 17.2.2022. https://tukes.fi/tapahtumaturvallisuus

Minna Ollila, 27.11.2020. Tapahtumaviestintä ja markkinointi. Luettu 17.2.2022 https://www.eventilla.com/tapahtumaviestinta-ja-markkinointi/

Poliisi. Yleisötilaisuudet. Luettu 17.2.2022. https://poliisi.fi/yleisotilaisuudet

Kangasala. Tapahtuman järjestäminen. Luettu 17.2.2022. https://www.kangasala.fi/kulttuuri-ja-vapaa-aika/tapahtumien-jarjestaminen/tapahtumien-jarjestaminen-korona-aikana/

Outi Ikonen. Folcan. Miksi markkinointi on tärkeää? Luettu 14.6.2023 https://folcan.fi/miksi-markkinointi-on-tarkeaa/

LIITTEET

Liite 1. Poliisille täytettävä ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä

TYHJENNÄ

POLIISI
POLISEN I FINLAND
Police of Finland

Ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä 1 (7)

Nro

Poliisilaitos

Tilaisuuden järjestäjä

Nimi (luonnollinen henkilö / oikeushenkilö)		Henkilötunnus / Y-tunnus
Osoite	Postinumero	Postitoimipaikka
Puhelinnumero		
Yhteyshenkilö		
Nimi		Puhelinnumero

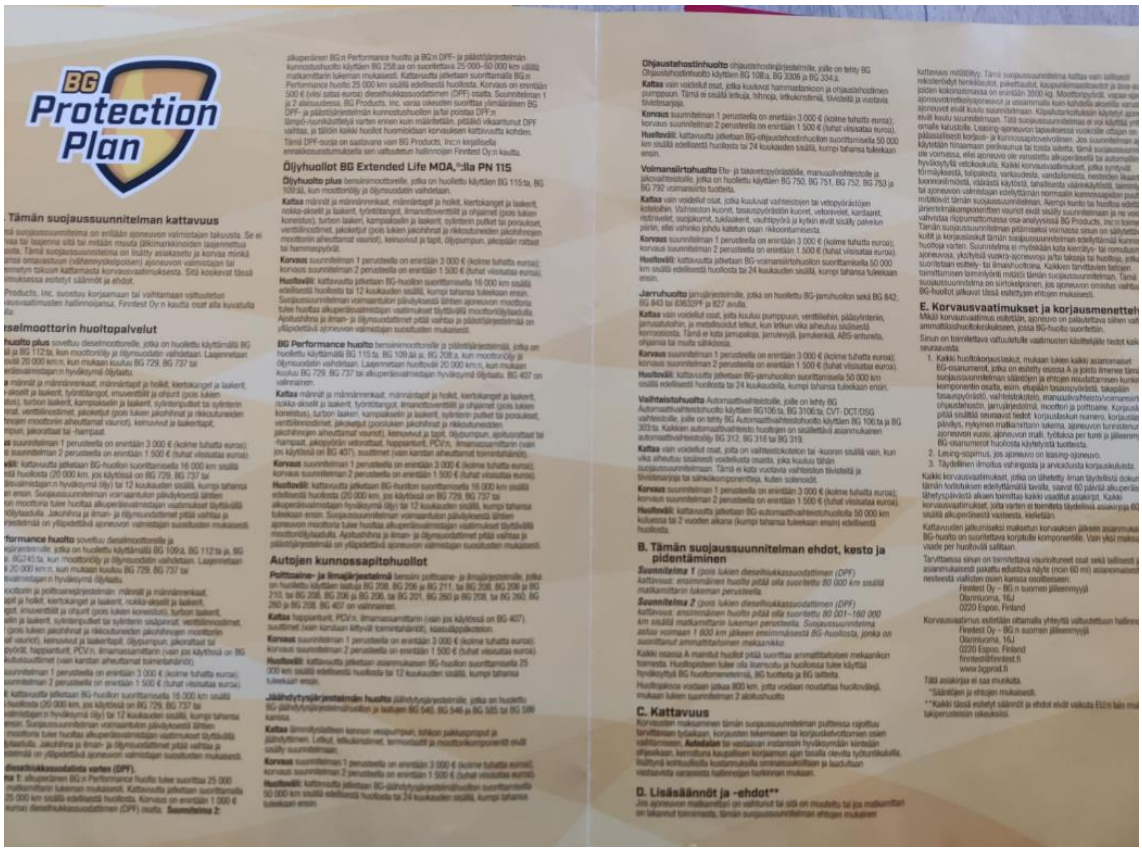
Yleisötilaisuus

Yleisötilaisuuden nimi							
Järjestyksenvalvonta aloitetaan (pvm ja aika)		Tilaisuus alkaa (pvm ja aika)		Tilaisuus päättyy (pvm ja aika)		Tilaisuus keskeytyneenä (pvm ja aika)	
	klo		klo		klo		klo
	klo		klo		klo		klo
	klo		klo		klo		klo
	klo		klo		klo		klo
	klo		klo		klo		klo

Yleisötilaisuutta varten tarvittavat rakenteet ovat valmiina	pvm	klo
Järjestyksen valvontaa on tarpeen suorittaa	pvm	klo

Järjestämispaikka ja osoite		
Arvioitu yleisömäärä / päivä	Arvioitu yleisökokonaismäärä	Suurin yhtäaikainen henkilömäärä

Yleisötilaisuuden arvioitu vaikutusalue (esitetään kartalla yleisötilaisuuden järjestämispaikka, yleisötilaisuuden lähialueet ja muut mahdolliset vaikutusalueet)

☐ Kartta on ilmoituksen liitteenä

Liite 2. Huoltoneuvojien kattava littera asiakastilanteisiin