

Opinnäytetyö (AMK)

Rakennus- ja yhdyskuntatekniikan insinööri

2024

Juulia Hämäläinen

# Asiakastyytyväisyys isännöinnissä



Opinnäytetyö (AMK) | Tiivistelmä

Turun ammattikorkeakoulu

Rakennus- ja yhdyskuntatekniikan insinööri

2024 | 58 sivua

Juulia Hämäläinen

## Asiakastyytyväisyys isännöinnissä

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia asiakaskokemusta toimeksiantajayrityksissä Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:ssä ja sen tytäryhtiössä Maininki Isännöinti Oy:ssä, sekä tunnistaa keskeiset kehityskohteet palvelujen parantamiseksi. Tutkimuksessa käytettiin kahta samanlaista kyselyä, joiden avulla kartoitettiin molempien yritysten erilaisten asiakaskuntien kokemuksia. Tutkimus yhdisti kvantitatiivisia ja kvalitatiivisia menetelmiä, ja analyysissa hyödynnettiin tekoälytyökaluja tulosten havainnollistamisen ja jäsentelyn tukena.

Tuloksista ilmeni keskeisimmiksi kehityskohteiksi viestintä, tavoitettavuus sekä asiakaspalvelu, joihin ohjelmistopäivityksen seurauksena tarvitaan lisää panostusta. Hausvise-ohjelmiston käyttöä tiedottamisessa tulisi laajentaa, mutta asiakaskunnan moninaisuuden vuoksi sitä ei voida ottaa heti ainoaksi viestintäkanavaksi vaan jatkossakin perinteiset kanavat, kuten sähköposti ja paperiset tiedotteet, on säilytettävä rinnalla. Asiakaspalvelun reagointinopeutta ja tavoitettavuutta on mahdollista parantaa selkeiden viestintäaikataulujen avulla, ja kiireellisiä toimenpiteitä varten on varmistettava riittävät resurssit.

Isännöinnin toimintaa voidaan tehostaa suunnitelmallisilla käytännöillä, kuten vuosikellon käyttöönotolla. Isännöitsijöiden perehdytyskäytäntöjen parantamisella varmistetaan palvelun sujuvuus ja jatkuvuus. Asiakaskokemuksen mittaamista tulee jatkaa säännöllisesti, ja kehystoimenpiteet on perustettava saatuun palautteeseen. Näillä toimenpiteillä voidaan merkittävästi parantaa asiakastyytyväisyyttä ja palvelun laatua, mikä tukee yrityksen strategisia tavoitteita ja kilpailukykyä isännöintialalla.

Asiasanat: Isännöinti, asiakastyytyväisyys, asiakaskokemus

Bachelor's Thesis | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Civil Engineering

2024 | 58 pages

Juulia Hämäläinen

## Customer satisfaction in property management

The aim of this thesis was to study the customer experience in the client companies Maininki Kiinteistöpalvelut Oy and its subsidiary Maininki Isännöinti Oy, and to identify key areas for improvement. Two similar surveys were used in the research to outline the experiences of the diverse customer bases of both companies. The study combined quantitative and qualitative methods, and AI tools were utilized in the analysis to support the visualization and structuring of the results.

The results indicated that the main development areas were communication, reachability, and customer service. The use of the Hausvise software in communication should be expanded, but due to the diversity of the customer base, it cannot be immediately adopted as the sole communication channel. For this reason, traditional channels such as email and printed notices must be maintained to ensure that customers are informed in a timely manner. The responsiveness and reachability of customer service can be improved through clear communication schedules, and sufficient resources must be ensured for urgent actions.

The efficiency of property management operations can be enhanced through structured practices, such as the implementation of an annual plan, and improving onboarding procedures for property managers will ensure smooth and continuous service. Customer experience measurement should be conducted regularly, and improvement actions must be based on the feedback received. These measures can significantly enhance customer satisfaction and service quality, strategic goals and competitiveness of the company.

Keywords: Property Management, customer satisfaction, customer experience

# Sisältö

<b>1 Johdanto</b>	<b>7</b>
<b>2 Isännöinti</b>	<b>9</b>
2.1 Asunto-osakeyhtiö ja osakkaat	9
2.2 Isännöinnin tehtävät, velvollisuudet ja haasteet	10
2.2.1 Isännöinnin laatuvaatimukset	13
2.2.2 Tietojärjestelmät isännöinnissä	15
2.2.3 Isännöinnin eettiset säännöt ja hyvät käytännöt	16
2.3 Taloyhtiön strategia isännöinnin suuntaviivana	17
<b>3 Asukastyytyväisyyden määritelmä, merkitys ja mittaaminen</b>	<b>20</b>
3.1 Asiakaslujuus ja asiakasuskollisuus	20
3.2 Asiakastyypit ja niiden sitoutuminen isännöintipalveluissa	21
3.3 Strategia asiakastyytyväisyyden perustana	23
3.4 Asiakaspalvelu ja asiakastyytyväisyys isännöinnissä	24
3.5 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen ja Net Promoter Score	25
3.5.1 Net Promoter Score (NPS)	26
3.5.2 Aikaisemmat tutkimukset asiakastyytyväisyydestä	30
<b>4 Asiakastyytyväisyystutkimuksen toteutus</b>	<b>33</b>
4.1 Kyselylomakkeen suunnittelu ja laadinta	33
4.2 Kyselyaineiston keruu	34
4.2.1 Kyselylomakkeen sisältö	35
4.2.2 Analysointimenetelmät	35
<b>5 Tulosten tarkastelu ja johtopäätökset</b>	<b>40</b>
5.1 Asiakastyytyväisyyden tulokset	40
5.1.1 Hausvise-ohjelman käyttö ja tiedotus	41
5.1.2 Viestintäkanavien suosio	43
5.1.3 Tiedotteiden välittyminen	44
5.1.4 Kehityskohteet ja avoimet kysymykset	45
5.1.5 Asiakaskokemus ja NPS-tulokset	48

5.1.6 Vertailu aikaisempaan tutkimukseen	52
5.2 Johtopäätökset	52
5.2.1 Kehitysehdotukset	54
5.2.2 Tutkimuksen merkitys ja vaikutukset	55

<b>Lähteet</b>	<b>56</b>
----------------	-----------

## **Kuvat**

Kuva 1. Viestinnän vuosikello.	12
Kuva 2. Net Promoter Score (NPS) -konseptin havainnollistaminen.	27
Kuva 3. Kiinteistöliiton jäsenyytyväisyyskysely.	28
Kuva 4. Tyytyväisyyden vaikutus henkilöstön ja asiakkaiden välillä.	30
Kuva 5. Kysymys 8 sisältö.	38
Kuva 6. Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:n kyselyyn vastanneet.	41
Kuva 7. Maininki Isännöinti Oy:n kyselyyn vastanneet.	41
Kuva 8. Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:n vastaukset kysymykseen, kuinka moni käyttää Hausvisea.	42
Kuva 9. Maininki Isännöinti Oy vastaukset kysymykseen, kuinka moni käyttää Hausvisea.	42
Kuva 10. Mitä kautta vastaajat toivovat saavansa tietoa isännöintipalveluista. Maininki Kiinteistöpalvelut Oy.	43
Kuva 11. Mitä kautta vastaajat toivovat saavansa tietoa isännöintipalveluista. Maininki Isännöinti Oy.	43
Kuva 12. Mitä kautta vastaajat saivat tiedon isännöintipalveluista. Maininki Kiinteistöpalvelut Oy.	44
Kuva 13. Mitä kautta vastaajat saivat tiedon isännöintipalveluista. Maininki Isännöinti Oy.	45
Kuva 14. Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:n kehityskohteiden mainintojen määrä.	46
Kuva 15. Maininki Isännöinti Oy kehityskohteiden mainintojen määrä.	46
Kuva 16. Maininki Kiinteistöpalvelut Oy ja Maininki Isännöinti Oy NPS-tulos.	51

## **Kuviot**

Kuvio 1. Vuosikello isännöitsijän päätehtävistä.	12
--	----

## **Taulukot**

Taulukko 1. Asiakaskokemuksen johtaminen NPS:n avulla.	29
Taulukko 2. Vuoden 2018 asiakastyytyväisyystutkimuksen tulokset: Tyytyväisyys isännöintiin.	31
Taulukko 3. Vuoden 2018 tulokset asiakastyytyväisyydestä: Yhteistyön sujuvuus.	32
Taulukko 4. Vuoden 2018 asiakastyytyväisyystulokset: Päätösten toimeenpano.	32
Taulukko 5. Isännöintipalvelun arvioinnin tulokset Maininki Kiinteistöpalvelut Oy.	49
Taulukko 6. Isännöintipalvelun arvioinnin tulokset Maininki Isännöinti Oy.	50

# 1 Johdanto

Opinnäytetyö on toteutettu toimeksiantajan tarpeen pohjalta asiakastyytyväisyyden selvittämiseksi. Tutkimusmenetelmäksi valittiin kaksi identtistä asiakastyytyväisyyskyselyä, jotka toteutettiin sekä kvantitatiivisena että kvalitatiivisena tutkimuksena. Valittiin kaksi erillistä asiakastyytyväisyyskyselyä, koska Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:lla ja Maininki Isännöinti Oy:lla on omat asiakaskuntansa, joten kohderyhmät ovat erilaiset. Tämän opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään isännöintiä, asiakastyytyväisyyttä sekä asiakaslähtöisen strategian käyttöönottoa tavoitteiden edistämiseksi. Lisäksi tutkimustulosten analysoinnissa ja visualisoinnissa on hyödynnetty tekoälyä, joka selkeyttää tiedon esittämistä. Tutkimus auttaa yritystä ymmärtämään paremmin, mitä asiakkaat arvostavat ja mitä he odottavat isännöintipalveluilta. Kun asiakkaat kokevat, että heidän palautteensa huomioidaan ja että yritys reagoi siihen, heidän uskollisuutensa kasvaa.

Asiakastyytyväisyys on keskeinen tekijä isännöintitoiminnassa, sillä palvelun laatu ja asiakassuhteiden hoito vaikuttavat suoraan yrityksen menestykseen ja kilpailukykyyn. Asiakastyytyväisyystutkimusten tulosten avulla yritys voi kehittää palvelujaan vastaamaan asiakkaidensa odotuksia, mikä voi erottaa sen kilpailijoistaan ja vahvistaa sen mainetta luotettavana ja asiakaslähtöisenä toimijana. Tyytyväiset asiakkaat, kuten taloyhtiöt ja asukkaat, ovat usein uskollisia ja suosittelevat palvelua eteenpäin, mikä on isännöintialalla erityisen arvokasta, sillä alalla asiakassuhteet perustuvat luottamukseen ja pitkäaikaiseen yhteistyöhön. (Hult & Morgeson 2023.)

Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:n asiakastyytyväisyyskyselyn yhteydessä on toteutettu myös kiinteistönhuollon ja siivouksen asiakastyytyväisyyskyselyt, koska käytännön arjessa isännöinti ja kiinteistönhuolto sekoittuvat helposti. Tästä huolimatta opinnäytetyössä keskitytään tarkastelemaan asiakastyytyväisyyden tuloksia nimenomaan isännöinnin näkökulmasta. Tällä rajauksella pyritään tarkentamaan tutkimuksen kohdetta ja varmistamaan, että

saatu tieto hyödyttää toimeksiantajan isännöintipalveluiden kehittämistä mahdollisimman tehokkaasti.

Tämä opinnäytetyö toteutetaan Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:lle, joka tarjoaa isännöinti-, kiinteistönhuolto- ja siivouspalveluja. Työssä tutkitaan asiakastyytyvääsyyttä sekä Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:ssa että sen tytäryhtiössä, Maininki Isännöinti Oy:ssa, joka on erikoistunut pelkästään isännöinnin palveluihin. Yrityksen toimitusjohtajana on vuodesta 2015 toiminut Timo Laaksonen. Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:n ja Maininki Isännöinti Oy:n toimipiste sijaitsee Kaarinan keskustassa. Asiakaskunta kattaa Kaarinan, Liedon, Paimion sekä Turun alueet. Yrityksellä on noin 30 työntekijää, ja sen tavoitteena on kehittää Hovirinnan aluetta yhteistyössä alueen yhtiöiden ja asiakkaiden kanssa. Yhtiön haasteena on rakennuskannan vanheneminen, joka vaatii erityistä panostusta kiinteistönhuollolta.

Maininki Kiinteistöpalvelut Oy sai nykyisen nimensä vuonna 2007. Aiemmin yritys toimi nimellä Hovirinnan Huolto Oy, joka tarjosi samoja palveluja, eli kiinteistönhuoltoa, isännöintiä sekä siivousta. Yrityksen toiminta alkoi, kun Kaarinan kunta osti 1960- ja 1970-lukujen vaihteessa Hovirinnan tilan ja teki sopimukset kolmen eri rakennusliikkeen kanssa alueen rakentamisesta. Hovirinnan Huolto Oy perustettiin vuonna 1972, ja yhtiön toimitilat valmistuivat nykyisenlaisiksi vuonna 1989. (Maininki Oy 2024.)

Vuoden 2024 alussa Maininki Kiinteistöpalvelut Oy ja Maininki Isännöinti Oy ottivat käyttöön uuden ohjelmiston (toimitusjohtaja T. Laaksonen, henkilökohtainen tiedonanto 18.3.2024). Tämän ohjelmistopäivityksen vaikutuksia asiakastyytyvääsyyteen halutaan nyt mitata, jotta voidaan arvioida päivityksen tuomien muutosten, parannusten ja uusien ominaisuuksien vaikutusta asiakaskokemukseen. Tavoitteena on selvittää, onko päivitys parantanut käyttökokemusta vai synnyttänyt uusia haasteita, ja tämän tiedon pohjalta kehitetään palveluja edelleen. Asiakaspalautteen avulla voidaan myös huomioida käyttäjien toiveet ja tarpeet, mikä voi parantaa asiakassuhteita ja lisätä luottamusta yritystä kohtaan.

## 2 Isännöinti

Isännöinti-sanalla tarkoitetaan nykyään asuinkiinteistöjen isännöintiä. Asuinkiinteistöjen isännöinti jakautuu kahteen kategoriaan: asunto-osakeyhtiöiden isännöintiin ja vuokratalojen isännöintiin. Toimitilakiinteistöjen isännöinnistä käytetään puolestaan termiä “manageeraus”, josta vastaa kiinteistömanageri tai -päällikkö. (Sallinen ym. 2018, 14.) Toimeksiannon perusteella tutkielmassa keskitytään ainoastaan taloyhtiöiden isännöintiin eikä manageerausta tai vuokratalojen isännöintiä käsitellä.

### 2.1 Asunto-osakeyhtiö ja osakkaat

Asunto-osakeyhtiö, eli taloyhtiö, on yhtiömuoto, joka omistaa rakennuksia ja niissä sijaitsevia huoneistoja. Taloyhtiön omistamia asuinrakennuksia voivat olla kerrostalot, rivitalot, paritalot tai yhden asunnon talot eli erillistalot (Isännöintiliitto 2024e.) Taloyhtiön asukkaat ja osakkaat toimivat pääasiassa isännöinnin asiakkaina. Asukkaita ja osakkaita edustavaa tahoa kutsutaan hallitukseksi. (Sallinen ym. 2018, 92.)

Asunto-osakeyhtiölaissa (22.12.2009/1599, 1.3) säädetään, että *laissa osakehuoneistolla tarkoitetaan sellaista huoneistoa ja muuta rakennuksen tai kiinteistön osaa, jonka hallintaan osakkeet tuottavat oikeuden*. Osakeryhmä muodostuu yhden huoneiston hallintaan oikeuttavista osakkeista, jotka voidaan jakaa murto-osiin. Osakeryhmä on puolestaan yhteisesti käytettävä jakamaton osuus osakkeita, joka oikeuttaa yhtiökokouksessa äänestämisen kaikkien osakkeiden omistajien yhteisellä panostuksella. Asunto-osakeyhtiön osakas saa todisteeksi omistamastaan osakkeesta osakekirjan, joka painetaan turvapainatuksessa. (Ruutu ym. 2018, 147.)

Asunto-osakeyhtiölain (22.12.2009/1599, 1.3) mukaan *lakia sovelletaan kaikkiin osakeyhtiöihin, jotka on rekisteröity Suomen lain mukaisesti asunto-osakeyhtiöinä, jollei muussa laissa säädetä toisin*. Lisäksi asunto-

osakeyhtiölaissa säädetään asunto-osakeyhtiöiden hallintorakenteesta, päätöksenteon periaatteista, kuten yhtiökokouksien ja hallituksen roolista. Lisäksi laki määrittää osakkaiden oikeuksista ja velvollisuuksista sekä kunnossapito-, korjaus-, muutostöistä ja taloudellisesta vastuusta.

Asunto-osakeyhtiölain (22.12.2009/1599, 6.1) mukaisesti *osakkeenomistajat käyttävät päätösvaltaansa yhtiökokouksessa, jollei päätösvaltaa laissa tai yhtiöjärjestyksessä ole uskottu yhtiön hallitukselle*. Yhtiökokouksessa kokoontuvat isännöitsijä, hallitus ja yhtiön koko osakaskunta eli osakkaat (Kiinteistöliitto 2021). Osakkaiden ollessa yksimielisiä, päätöksiä voidaan tehdä myös ilman yhtiökokousta. Päätös tulee kirjata, päivätä, numeroida sekä allekirjoittaa. (Hekkanen 2020, 31.)

## 2.2 Isännöinnin tehtävät, velvollisuudet ja haasteet

Isännöinnin tehtävänä on vastata taloyhtiön hallinnosta, talouden hoidosta ja kiinteistön ylläpidon toimivuudesta. Tarkoituksena on varmistaa taloyhtiön ja sen omaisuuden arvon säilyminen ja kunto niin, että arki sujuu nyt ja tulevaisuudessa. Isännöinti noudattaa asiakkaan toiveiden ja vaatimusten lisäksi asunto-osakeyhtiölakia. Asunto-osakeyhtiölaissa määritetään miten taloyhtiön taloutta, hallinnollisia ja kiinteistön ylläpidon tehtäviä hoidetaan. (Isännöintiliitto 2024b; d.)

Isännöinnin tehtävistä vastaavat isännöitsijän lisäksi yrityksen mukaan kirjanpitäjät, vastikevalvojat, asiakaspalvelun ammattilaiset, kuten kiinteistösihteerit. Isännöinnin perehdyttämisessä tulisi kiinnittää huomiota riittävään tukihenkilömäärään, jotta alan erityispiirteiden omaksuminen olisi mahdollista. Palvelun laadun ei pitäisi olla henkilön persoonasta kiinni, kun toimintatavat ja työvälineet ovat kunnossa. (Sallinen ym. 2018, 21.)

Asunto-osakeyhtiölaissa (22.12.2009/1599, 7.17) määrätään isännöitsijän yleisistä tehtävistä seuraavasti:

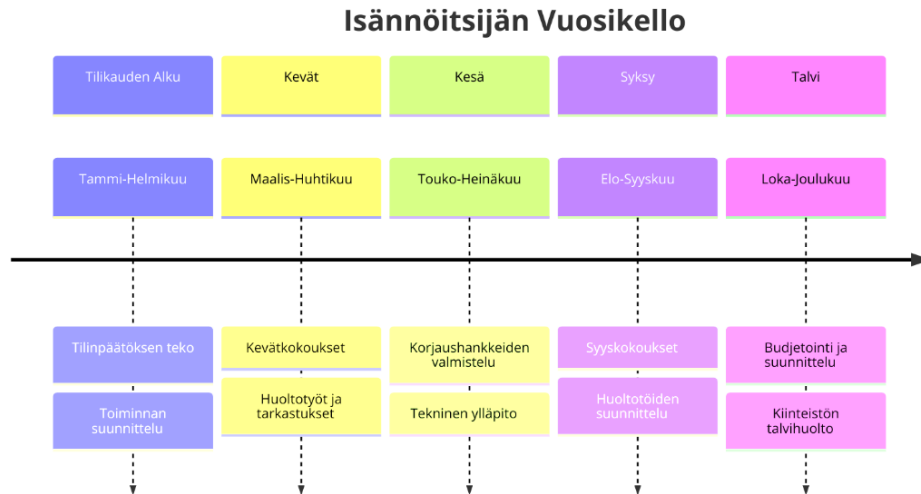
*Isännöitsijä huolehtii kiinteistön ja rakennusten pidosta ja hoitaa yhtiön muuta päivittäistä hallintoa hallituksen antamien ohjeiden ja määräysten mukaisesti. Isännöitsijä vastaa siitä, että yhtiön kirjanpito on lain mukainen ja varainhoito luotettavalla tavalla järjestetty. Isännöitsijän on annettava hallitukselle ja sen jäsenelle tiedot, jotka ovat tarpeen hallituksen tehtävien hoitamiseksi.*

Isännöinnin tehtävät jaetaan hallinnollisiin, taloudellisiin ja kiinteistön ylläpitoon liittyviin tehtäviin. Hallinnollisiin tehtäviin kuuluvat asiakaspalvelu, taloyhtiöiden hallitusten kanssa työskentely, yhtiökokoukset, viestintä, palveluiden hankinta, sopimusten valvonta, johtaminen sekä viranomaisyhteistyö ja muut hallinnolliset tehtävät. Taloudellisiin tehtäviin puolestaan sisältyvät talouden ja toiminnan suunnittelu, talousarvion laadinta ja seuranta sekä rahaliikenteen hallinta. Taloudellisia tehtäviä ovat myös vastikkeiden seuranta, perintä, kirjanpito, verotus ja tilinpäätöksen laatiminen. Kiinteistön ylläpidon tehtäviin sisältyvät elinkaaren hallinta ja suunnitelmallinen kiinteistöhoito, hankkeiden toteutus sekä osakkaiden remonttien valvonta. Ylläpidon tehtävät pitävät sisällään elinkaaren hallintaa ja kiinteistön järjestelmällistä hoitoa ja hallinnointia, hankkeiden toteutusta sekä osakkaiden korjaustöiden järjestämistä.

(Isännöintiliitto 2024a; c.)

Isännöinnissä hyödynnetään pääsääntöisesti vuosikelloa. Vuosikello on aikataulutustyökalu, joka esittää vuoden eri ajankohdat selkeässä muodossa, yleensä ympyränmuotoisessa kaaviossa. Sitä käytetään usein suunnittelemaan ja seuraamaan toistuvia tehtäviä, tapahtumia tai tavoitteita koko vuoden ajalle. Vuosikello tiivistää isännöitsijän tehtävät viiteen pääkohtaan, jotka suoritetaan 12 kuukauden aikana alkaen joko tilikauden alusta tai yhtiökokouksien alkavasta hallituskauden alusta (kuvio 1). Vuosikellopohjaan lisätään taloyhtiön hallinnon ja päätöksenteon lisäksi huoltotöitä ja muita teknisen ylläpidon kannalta tärkeitä toistuvia tehtäviä (kuva 1). Isännöitsijän tehtävistä painottuvat

syyskokoukset, tilinpäätösten teko, kevätkokoukset, korjaushankkeet, toiminnan suunnittelu. (Sallinen ym. 2018, 34.)



Kuvio 1. Vuosikello isännöitsijän päätehtävistä (OpenAI DALL-E, 2024).

### Laissa ei säädetä taloyhtiön vuosikellosta.



Kuva 2. Malli viestinnän vuosikellosta.<sup>11</sup>

Kuva 1. Viestinnän vuosikello (Kiinteistöliitto 2021).

Isännöitsijän tehtävänä on hoitaa edellä mainitut vastuut ja korvata vahingot, jotka aiheutuvat joko huolimattomuudesta tai tahallisuudesta; tätä kutsutaan huolellisuusvelvoitteeksi. Huolellisuusvelvoite edellyttää, että isännöitsijä noudattaa lakia tai yhtiöjärjestystä, jolloin laiminlyönneistä johtuva korvausvastuu kohdistuu isännöitsijälle. Korvausvastuu voidaan kuitenkin kumota, jos voidaan osoittaa, että tehtävät on hoidettu huolellisesti. (Laki24, 2024.)

Sallisen ym. (2018, 18) *Isännöinnin käsikirjassa* todetaan, että isännöinnin suurin haaste on se, että asiakkaat eivät ole tietoisia isännöitsijän tehtävistä ja vastuista, mikä johtuu pääosin työn monipuolisuudesta. Lisäksi ala on erittäin kilpailutettu, mikä johtaa usein siihen, että isännöinnin palveluita hankitaan edullisesti. Tämä asiakkaiden puutteellinen ymmärrys johtaa isännöitsijän suureen taloyhtiömäärään, töiden kasautumiseen ja lopulta tyytymättömyyteen asiakkaiden keskuudessa. Haasteita isännöintiin aiheuttavat myös rakennusten, asukkaiden ja isännöitsijöiden ikääntyminen sekä ympäristötietoisuuden lisääntyminen, alan lainsäädännön muutokset ja energiatehokkuusvaatimukset. Lisäksi asiakaslähtöisten palveluiden kehittämistarve on kasvanut asiakkaiden lisääntyvien vaatimusten sekä erilaisten kehittyvien teknisten ratkaisujen vuoksi. Isännöinnin käsikirjassa mainitaankin seuraavasti: *Kyky luoda järjestystä epäjärjestykseen ja erottaa olennainen epäolennaisesta on välttämätön edellytys työssä menestymiselle.* (Sallinen ym. 2018, 12–13.)

Isännöitsijäksi voi ryhtyä kuka tahansa, sillä kyseinen ammatti ei ole toimialana säännelty. Isännöitsijän valitsee asiakas, joka on käytännössä taloyhtiön hallitus. Asiakkaan tarpeet määrittävät isännöitsijän valintakriteerit, ja tästä syystä vastuu palvelun sisällöstä ja laadusta ovat asiakkaalla. Mahdolliset lisätehtävät sovitaan tapauskohtaisesti. (Kotitalo-lehti n.d.)

### 2.2.1 Isännöinnin laatuvaatimukset

Isännöinnin laatujärjestelmänä toimii ISA-auktorisointi, jonka kautta tunnistetaan laatuvaatimukset täyttävät isännöintiyritykset. Sertifikaatti tarjoaa yrityksille

kilpailuedun ja kehitystyökaluja. Vaatimukset sisältävät muun muassa taloudenhoitoon, lainmukaisuuteen, kiinteistön johtamiseen ja toiminnan avoimuuteen liittyvät kriteerit. Kriteerien täyttymistä valvotaan vuosi-ilmoitusten, yhteisten auditointien ja valvontamenettelyjen avulla. Laatupoikkeamista voidaan tehdä kantelu hallituksen tai tilintarkastajan toimesta. (Sallinen ym. 2018, 42–43.)

ISA-auktorisointikriteereitä ovat esimerkiksi (Sallinen ym. 2018, 42)

- isännöintiin liittyvien eettisten ohjeiden ja hyvän isännöintitavan mukainen toiminta
- Det Norske Veritaksen toteuttama tarkastusauditointi
- prosessit, jotka takaavat lainsäädännön ja viranomaismääräysten noudattamisen ja seurannan
- sitoutuminen ISA valvontamenettelyihin
- toiminnan jatkuva parantaminen ja kehittäminen.

Muita vaatimusalueita ovat (Sallinen ym. 2018, 43)

- *resurssit*
- *kokemus*
- *koulutustaso*
- *talous*
- *vastuuvaikutukset*
- *toimintatavat ja toiminnan dokumentointi*
- *laadun varmistaminen ja mittaaminen*
- *hankintamenettelyt*
- *viestintä.*

Laatujärjestelmän lisäksi isännöinnin kiinteistönpidossa laatua tarkastellaan eri osatekijöiden kautta, jotka määrittellään valmistus-, tuote-, arvo-, kilpailu-, asiakas- sekä ympäristökeskeisyyden mukaan. Valmistuskeskeisyys perustuu normeihin, viranomaisohjeisiin ja rakennussuunnitelmiin, kun taas tuotokeskeisyys tarkastelee energiatehokkuutta, elinkaariedullisuutta ja

päärakennusmateriaaleja. Arvo ja kilpailukeskeisyys perustuvat kustannushyötysuhteeseen. Asiakaskeskeinen laatu korostaa esteettisiä ominaisuuksia, ja ympäristökeskeinen laatu mittaa vaikutuksia yhteiskuntaan ja luontoon. Näiden tekijöiden summa muodostaa asiakkaan kokeman laadun isännöintipalvelussa. Lisäksi asiakaspalvelulla on merkittävä painoarvo laadun mittaamisessa, sillä huono palveluvaikutelma voi korostua muita rakennuksen puutteita enemmän, kun taas hyvä vaikutelma voi luoda myönteisen vaikutelman niistä huolimatta. (Hekkanen 2020, 43.)

Yleisesti rakennusten ylläpidossa laatua arvioidaan normien ja määräyksien mukaisesti, mutta ensisijaisesti laadun arviointi perustuu toimiviin toimintatapoihin, sopimuksiin ja eri tahojen väliseen luottamukseen. Huoltokirja sisältää virheettömän ja ajantasaisen tiedon kohteesta ja tarjoaa ohjeet, joilla voidaan ylläpitää toiminnan edellyttämiä olosuhteita, siksi sitä voidaan pitää rakennuksen laadun mittarina. (Hekkanen 2020, 44–45.)

Pitkän aikavälin kunnossapitosuunnitelma varmistaa suunnitelmallisen toteutuksen ja riittävän ajankäytön laadusta tinkimättä. Energiatehokkuus ja ympäristökriteerit saavutetaan pitämällä ympäristövaikutukset maltillisina ja täyttämällä nykyvaatimukset, esimerkiksi asumistottumuksien muutoksilla tai pienillä kunnostustoimilla. Ylläpidon taloudellisuus edellyttää kustannusten pysymistä raja-arvojen sisällä, mikä ilmenee vastikkeiden maltillisuutena ja toimitilojen vertailutasojen laatimisena. Taloudellisuus tavoitteita tulisi ohjata laskennallisia suunnitteluratkaisuilla ja käyttöohjelmia vertaamalla niitä toteutuneisiin ylläpitokustannuksiin. (Hekkanen 2020, 44–45.)

### 2.2.2 Tietojärjestelmät isännöinnissä

Viime vuosikymmenen ohjelmistot on suunniteltu ensisijaisesti arkistointiin, kuten henkilötietojen ja omistustietojen säilyttämiseen. Ohjelmistot ovat päivittyneet kasvavien tarpeiden ja toimintaympäristön kehityksen vuoksi. Nykyään ohjelmistoihin kohdistuvat odotukset liittyvät integroitavuuteen muihin järjestelmiin, toiminnanohjaukseen ja metatiedon, eli oheistiedon, hallintaan.

Isännöinnissä käytettävien tietojärjestelmien muutos keskittyy ensisijaisesti tietojen hallinta- ja hyödyntämistapojen sekä yhteyksien kehittämiseen. Hyvän ohjelmistohallinnan avulla luodaan asiakkaille parempia palveluita. (Hellevaara ym. 2018, 75.)

Tietojärjestelmät ovat keskeinen väline muun muassa viestinnässä, taloushallinnossa, taloyhtiön tietojen hallinnoinnissa sekä yhteyksissä pankkiohjelmistoihin. Hyvät tietojärjestelmät sisältävät kaikkien tarvittavien osapuolten yhteystiedot, talouden hallinnan asiakirjat, hankeviestinnän muutostyötiedot sekä taloyhtiön perustiedot. Parhaimmillaan tietojärjestelmä mahdollistaa sujuvan tiedonvälityksen eri toimijoiden välillä, esimerkiksi verotustietojen toimittamisen verottajalle, tiedotteiden ja asukastietojen välityksen sekä asukassivujen toiminnan. (Hellevaara ym. 2018, 76–77.)

Toimeksiantajalla Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:lla ja Maininki Isännöinti Oy:lla on käytössään Hausvise-tietojärjestelmä (toimeksiantajan tietojärjestelmä, 2024). Hausvise on isännöinnin työkalu, joka tarjoaa toiminnanohjausta, taloushallintoa sekä asukaspalveluita. Hausvise-isännöintijärjestelmä automatisoi isännöinnin tehtäviä sekä optimoi ajankäytön. Lisäksi ohjelmisto tarjoaa asukkaille digitaalisia palveluita, jotka helpottavat asukkaiden arkea ja parantavat asumisviihtyvyyttä. (Hausvise 2024.)

### 2.2.3 Isännöinnin eettiset säännöt ja hyvät käytännöt

Hyvää isännöintitapaa edistetään eettisten ohjeiden avulla. Eettiset ohjeet ohjaavat isännöintiä toimimaan huolellisesti taloyhtiön etua edistäen. Lisäksi ohjeiden avulla pyritään vaikuttamaan palveluiden ja hinnoitteluperusteiden ymmärrettävyyteen sekä toiminnan avoimuuteen ja läpinäkyvyyteen. Toiminnan tulee olla tasapuolista ja luotettavaa. Eettisillä ohjeilla pyritään edistämään isännöintialan arvostusta niin, että alan muita toimijoita kunnioitetaan. Lisäksi toiminnan tulee perustua harmaan talouden ja ilmastonmuutoksen torjuntaan sekä energiatehokkuuden parantamiseen. (Isännöinnin Auktorisointi ry, 2023.)

Hyvä hallintotapa on tavoite, minkä avulla pyritään lisäämään kiinnostusta yhteisten asioiden hoitoon, asumisviihtyvyyden saavuttamiseksi sekä taloyhtiöiden avoimen ja suunnitelmallisuuden edistämiseksi. Hyvää hallintotapaa voidaan käsitellä yhtiökokouksissa, jotta osakkaiden vaikuttamis- ja sitoutumismahdollisuudet paranevat. Hyvä hallintotapa ei ole lakiin kirjattu, mutta se antaa käytäntömalleja erityisesti niihin tilanteisiin, joita on haastavaa määrittää lailla. Hyvän hallintotavan avulla tavoitellaan osakkaiden tasapuolista kohtelua, heidän oikeuksien suojelemista, osallistumisen rohkaisemista, taloyhtiön ajantasaisten taloudellisten tietojen ja tarkan raportoinnin edistämistä sekä johdon valvontaa ja ohjausta. (Sallinen ym. 2018, 44–45.)

Hyvää hallintotapaa noudatetaan asettamalla pitkäaikaiset tavoitteet ja laatimalla niiden toteutussuunnitelmat. Taloyhtiön tehtäviä koskevat päätökset ja tiedottaminen tulee hoitaa yhdessä asukkaiden ja osakkaiden kanssa, ja tiedotusaikataulu on sovittava erikseen. Hyvään hallintotapaan kuuluu myös toimintakertomuksen laatiminen, jossa ilmoitetaan yhtiön tiedot ja toiminta, kuten yhtiön hallinnon toiminta, energian ja muiden resurssien kulutus, vakuutukset, riskienhallinta sekä yhtiön strategia ja sen toteutuminen. Lisäksi isännöintisopimusten käsittely, tilikauden aikainen viestintä sekä tilojen käyttöön liittyvissä tilanteissa pyritään noudattamaan hyvää hallintotapaa. (Kiinteistöliitto 2021.)

### 2.3 Taloyhtiön strategia isännöinnin suuntaviivana

Uusien tietojärjestelmien käyttöönotto vaatii isännöintiyritykseltä pitkän aikavälin ajattelua, kykyä reagoida muuttuviin olosuhteisiin sekä strategista suunnitelmallisuutta. Strategian eteenpäin vieminen edellyttää suunnittelemista, säännöllistä tiedonkeruuta ja sen analysointia, tavoitteiden määrittämistä, toiminnan organisoimista, suoritusten ja lopputulosten seuranta, palautteenantoa ja ohjausta sekä strategisten valmiuksien ja niihin liittyvien resurssien kehittämistä. Lisäksi strategia vaatii tuekseen johtamisjärjestelmän. Johtamisjärjestelmiä ovat erilaiset mittarit ja ohjausjärjestelmät eli ne

määrittävät miten työtä johdetaan, mitataan ja suunnitellaan sekä minkälaisilla kokoonpanoilla ja sykleillä toimintaa edistetään. (Tanner 2024.)

Strategian avulla valitaan ja päätetään organisaation tavoitteet, resurssien käyttökohteet sekä toimenpiteet (Andersson 2024). Organisaation tavoitteet asetetaan yleensä johtoryhmän toimesta, ja ne perustuvat organisaation näkemykseen. Strategian johtamista arvioitaessa voidaan tarkastella organisaation taloudellisia tuloksia, operatiivista tehokkuutta ja laatua, asiakaslähtöisyyttä, vastuullisuutta tai muita strategiassa määriteltyjä keskeisiä alueita. (Tanner 2024). Lisäksi tavoitteita ovat rakennuksen energiatehokkuus, ympäristövaikutusten vähentäminen, viihtyisä ja visuaalisesti miellyttävä ympäristö sekä pääoman arvon säilyminen. (Hekkanen 2020, 26).

Mielipiteet, toiveet ja kokemukset tulisi selvittää, jotta päätöksenteko noudattaisi asiakkaiden haluamaa lopputulosta. Strategiaa laadittaessa tulisi selvittää asiakkaiden arvopohja, jotta tiedetään, mitä korostetaan päätöksenteossa ja taloyhtiön suunnitelmissa. (Sallinen ym. 2018, 23–24.) Strategia tarvitaan, jotta tarpeet saadaan täytettyä. Esimerkiksi toimitilakiinteistön tarve on luoda edellytykset yritystoiminnalle. Taloyhtiön strategiassa on huomioitava monipuolinen asiakas ja käyttäjäkunta, mikä luo oman haasteensa strategian täyttymiselle. Onnistumista mitataan asetettujen tavoitteiden perusteella. (Sallinen ym. 2018, 25.)

Strategia tulee sopia yhteistyössä hallituksen kanssa ja jos näin ei tapahdu, strategia muodostuu usein kustannusten säästämisen ympärille. Kustannuksia säästävä strategia voi olla kuitenkin toimiva, silloin kun strategia on valittu tietoisesti ja yhteisellä päätöksellä. (Sallinen ym. 2018, 44–45.) Strategian perustana ovat asumisen ja kiinteistönpidon osa-alueet, joita ovat esimerkiksi alueen turvallisuus, eri asukasryhmien tarpeet, yhteisöllisyys, ympäristökysymykset, estetiikka, asumistaso ja suhtautuminen täydennysrakentamiseen ja rakennusten purkamiseen sekä asuntojen haluttavuus (Kiinteistömedia 2017).

Strategian määrittäminen on ehdotonta asukkaiden viihtymisen sekä suunnitelmallisen kiinteistön ylläpidon vuoksi. Taloyhtiön strategian perustaminen alkaa yhtiön nykytilan ja tarpeiden huomioinnilla sekä arvioimalla teknisen kunnon selvittämisen tarve. Lopuksi osakkaiden ja asukkaiden kokemukset, odotukset ja tahtotila selvitetään. Prosessi voi saada alkunsa osakas- ja asukaskyselyn tai taloyhtiön teknisen ja taloudellisen tilan selvityksellä. Apuna voidaan käyttää konsultteja, joiden tarpeellisuutta puntaroivat isännöinti ja hallitus. (Isännöintiliitto 2024c.)

Kiinteistönpidon strategiaan kuuluu ylläpitosuunnitelman laatiminen, jonka avulla strategia toteutetaan toimintasuunnitelmana. Strategiaan kuuluu jatkuva seuranta, viestintä asiakkaan kanssa ja toiminnan kehittäminen asiakasta kuullen. Viestintä erityisesti isojen muutoksien yhteydessä on merkittävää ja sen tulee olla sujuvaa ja nojata luottamukseen. Lisäksi ylläpidossa tulee huomioida ja tunnistaa kiinteistön ympäristövaikutukset sekä pyrkiä toiminnallaan ja strategian valinnoilla vaikuttamaan niihin. (Hekkanen 2020, 24.)

### 3 Asukastyytyväisyyden määritelmä, merkitys ja mittaaminen

Asiakastyytyväisyys perustuu kokemusmittaukseen, jossa arvioidaan ihmisten tunneperäistä kokemusta muutosta kohtaan. Mittauksen avulla saadaan käsitys kohderyhmän muutosvalmiudesta ja toimenpiteiden kohdentaminen niille ryhmille, jotka saivat muutoksesta negatiivisen kokemuksen. Lisäksi mittaamalla asiakastyytyväisyyttä selvitetään, miten organisaatio muuttuu ja kokevatko ihmiset, että organisaatiossa toteutetaan oikeita toimia. Mittausta tulisi suorittaa tasaisin väliajoin, kun organisaatiossa on tapahtunut riittävä määrä muutoksia. (Tanner 2024.)

#### 3.1 Asiakaslujuus ja asiakasuskollisuus

Asiakkuuden lujudella ja asiakasuskollisuudella on merkitystä, sillä asiakkaat ovat avainasemassa, kun tavoitellaan taloudellista menestystä. Parhaimman menestyksen tae on se, että asiakkaat kokevat saavansa lisäarvoa. Siksi yrityksiltä vaaditaan sopeutumiskykyä, josta vastineeksi he saavat korvauksen. (Lehtinen 2004, 11–12.)

Asiakkuuden lujudella viitataan asiakassuhteen kestävyYTEEN ja sen kykyyn säilyä huolimatta ulkoisista paineista. Asiakasuskollisuudella viitataan tunnepohjaiseen haluun jatkaa liiketoimintaa saman yrityksen kanssa pitkällä aikavälillä. Erilaisia asiakaslujuuden ja asiakasuskollisuuden etuja ovat asiakasosuuksien ja kassavirran lisääntyminen sekä se, että myönteiset asiakastarinat sitouttavat ja vaihtamiskynnys toiseen toimijaan vähenee. Lisäksi alhaisempi asiakkaiden vaihtuvuus kasvattaa asiakkuuksien elinkaarta ja parantaa eri asiakkuuksien myynnin laajentamismahdollisuuksia. (Lehtinen 2004, 25.) Puolestaan asiakaskato voi aiheuttaa tulojen menetyksen sekä negatiivisten asiakastarinoiden myötä tiedon kulkeutumisen muille. Vanhojen asiakkaiden säilyttäminen on tärkeää, koska tutkimusten mukaan 75 % tyytymättömistä asiakkaista vaihtaa herkemmin palvelun tai tuotteen tarjoajaa.

Lisäksi vanhojen asiakkaiden pitäminen on kustannustehokkaampaa kuin uusien hankkiminen. (Lehtinen 2004, 26.) Isännöinnissä asiakasuskollisuus korostuu, sillä toiminta perustuu taloyhtiön ja isännöintitoimiston väliseen yhteistyöhön sekä pitkään asiakassuhteeseen. Isännöintipalveluissa asiakkaat arvostavat erityisesti ammattitaitoista ja luotettavaa palvelua, mikä edesauttaa asiakassuhteen pitkäjänteistä kehittymistä ja sitoutumista isännöintiyritykseen.

### 3.2 Asiakastyypit ja niiden sitoutuminen isännöintipalveluissa

Jarmo Lehtisen (2004, 26–27) teoksessa *Asiakkuuksien aktiivinen johtaminen* mainitaan eri asiakastyypeistä, joita ovat hintakeskeiset, rajoitukselliset sekä tunteella sitoutuneet asiakkaat. Hintakeskeisten asiakkaiden perimmäinen asiakkuuden mittari on hinta, joka perustuu heidän laskelmiinsa, ansaintaansa sekä panostukseen. Puolestaan rajoitukselliset asiakkaat pysyvät asiakkaina esteiden vuoksi, kuten vaihtoehtojen vähäisyyden tai sopimuksen sitovuuden takia. Tunteella sitoutuneet perustavat asiakkuutensa kokemaansa tunteeseen, mikä voi olla lähtöisin sopivuudesta ja asiakaskokemuksen kelpoiseksi pitämisestä. Tunne voi sitoa sosiaalisesti paikkaan, arvostukseen, henkilökemiaan tai perhesiteen kanssa henkilökunnan kanssa. Tunne voi tulla myös palvelun laadun paremmuudesta muihin toimijoihin nähden. Kaikkien näiden asiakastyypien tavoittelun tavoitteena on saada asiakkaiden tahtotila pysyä yrityksessä. (Lehtinen 2004, 26–27.) Isännöinnissä asiakkaalle korostuu erityisesti palvelun laadukkuus, luotettavuus ja kyky hoitaa kiinteistöön liittyviä tehtäviä tehokkaasti ja ammattitaitoisesti, mikä vahvistaa asiakassuhdetta erityisesti tunteella sitoutuneiden asiakkaiden kohdalla ja auttaa ylläpitämään pitkäaikaista asiakkuutta.

Asiakkuuden ja organisaation toiminnan kannalta keskeisiä kilpailukyvyn mittareita ovat etiikka, estetiikka, tunne, tarinat, energia, osaaminen, innostus, talous ja tehokkuus. Näiden mittareiden avulla voidaan arvioida yrityksen ja asiakkaan välisen suhteen laatua sekä sitoutumisen ja sitouttamisen onnistumista. Sitoutuminen viittaa asiakkaan haluun sitoutua, erityisesti

tunnetasolla, ja sitouttaminen käsittää ne toimenpiteet, joilla asiakas houkutellaan osaksi asiakaskuntaa. (Lehtinen 2004, 31–32, 34, 41.)

Asiakkuuden arvo ilmaistaan absoluuttisena lukuna, liikevaihtoon suhteutettuna tai asiakaskantaan tuovan arvon kautta. Absoluuttinen luku kuvastaa asiakkaan tarjoamia resursseja ja liikevaihto puolestaan asiakkaan suhteellista kannattavuutta. Asiakaskantaan tuotu arvo mittaa yksittäisen asiakkaan hyötyä kokonaisuuden kannalta, esimerkiksi arvostetummat asiakkaat koetaan markkinoilla arvokkaimmaksi. Arvostettavuuteen vaikuttavat tunnettavuus ja tunnettavuuden sisältö, näiden kanssa yrityksen pitää puntaroida oman etiikan ja arvomaailmaan nojaten. Lisäksi arvoa mitataan verkostoitavuuden avulla laillisen yhteistyösidosien avulla, jolloin itse asiakas ei ole merkittävä kokonaisuuden kannalta, mutta se voi olla avaintekijä laajempiin ja uusiin asiakassuhteisiin. (Lehtinen 2004, 127, 129–131.)

Arvoa mitataan myös emotionaalisella mittarilla, joka perustuu henkilökohtaiseen vuorovaikutukseen, kuten luotettavuuteen, miellyttävyyteen ja arvoyhteensopivuuteen. Lisäksi asiakkaat, jotka ovat vaativia, tarjoavat enemmän kehittymismahdollisuuksia, mikä on omalta osaltaan arvokasta organisaation kehityksen kannalta. Säännönmukaisuus asiakastilauksissa on myös yrityksen tason arvon tekijä, sillä se mahdollistaa helpomman tuotannosuunnittelun ja auttaa parantamaan kapasiteetin käyttöastetta. (Lehtinen 2004, 127, 129–131.)

Asiakkaat, jotka kokevat asiakkuutensa olevan pakonsanelemaa, vaihtavat todennäköisemmin toimijaa mahdollisuuden tullessa. Tunteella sitoutuneet vaihtavat myös toimijaa, jos toimija ei toimi heidän saamiensa lupauksien mukaisesti. Sitouttamisen epäonnistumisen voi havaita asiakkaiden poistumisena. Sitouttamisen ja sitoutumisen yhteisvaikutuksesta käytetäänkin käsitettä asiakkuuden lujuus. (Lehtinen 2004, 35.) Ensivaikutelma ja loppuvaikutelma ovat erityisen tärkeitä asiakkuudessa, koska ne herättävät tunnesiteitä, kuten innostusta ja iloa. Innostuneisuus on tavoitteita ja päämäärää kohti ajava positiivinen voima. Innostus kumpuaa kokemuksista ja elämyksistä. Ilo puolestaan lisää yhteenkuuluvuutta ja välittyy myös muihin

läsnäolijoihin, toimien positiivisena vaikuttimena. (Lehtinen 2004, 46–47, 62, 64, 65.) Isännöinnin näkökulmasta asiakkaan sitouttaminen ja asiakkaalle luotettavan tunnesiteen luominen on erityisen tärkeää, sillä isännöinnin suurimpiin haasteisiin kuuluivat muun muassa asiakkaiden tietämättömyys isännöinnin tehtävistä sekä alan suuri määrä kilpailijoita (ks. luku 2.2). Tämä johtaa tilanteeseen, jossa asiakkuussuhde, jossa ei ole huomioitu asiakkuuslujuutta tai asiakastyytyvää, kariutuu helposti asiakkaan vaihtuessa helposti toisen yrityksen palveluihin.

### 3.3 Strategia asiakastyytyvyyden perustana

Strategian ymmärtäminen on tärkeää asiakastyytyvää arvioitaessa, sillä asiakastyytyvyyden selvittämisen jälkeen tulisi tietää, miten saatuja tuloksia voitaisiin hyödyntää halutun strategian edistämiseksi. Tulokset kuvastavat asiakastyytyvyyden tilaa ja niiden avulla voidaan kehittää yritystä. Asiakaskokemuksen edistämiseksi, yrityksen tulee kuitenkin päättää valita strateginen painopiste strategian mukaisesti ja ymmärtää oma tehtävänsä strategian edistämiseksi. Ei siis ole riittävää mitata asiakaskokemusta ja poistaa isoimpia ongelmakohtia isoilla kehitysprojekteilla. Yrityksen tulee toimia yksilötasolta eli yksittäisistä työntekijöistä lähtien sekä asiakaskokemuksen johtaminen tulee toteuttaa lähellä asiakasrajapintaa ja mahdollisimman reaaliaikaisesti.

Järjestelmällisen toimintatavan ottamista osaksi asiakaskokemusohjelmaa tulisi pohtia sekä asiakaskokemuksen johtaminen tulisi asettaa etusijalle, jotta se ei unohtuisi arjen keskellä. Esimerkiksi konkreettinen tapa yrityksessä on vaikuttaa asiakaskokemusosaamiseen työntekijöiden parissa, sillä se vaikuttaa myös suoraan asiakaskokemukseen. Osaamista voidaan kehittää sisäisellä viestinnällä ja henkilöstökyselyiden avulla sekä käsittelemällä yhteisesti asiakaskyselyn tuloksia työntekijöiden kesken, joka lisäksi auttaa työntekijöitä ymmärtämään työnsä merkitystä. Mikäli riittävää osaamista ja valtuuksia ei ole, tulee tämä korjata nopeasti, jotta syy asiakkaan heikkoon palautteeseen saadaan poistettua.

Asiakaskokemuksen kannalta on keskeistä, että henkilökunta on sitoutunutta ja innostunutta sekä kehittymishaluista muuttuvien ja kasvavien asiakasodotuksien rinnalla. Asiakaskokemuksen koulutuksilla voidaan yhtenäistää terminologiaa ja luoda yhteinen ymmärrys. Palavereissa on tärkeää pohtia, kuinka asiakkaat voidaan sitouttaa ja innostaa, sillä nämä tekijät ovat keskeisiä yrityksen kehityksen kannalta. (Tanner 2024.)

Strategian valinnan selvittämiseksi voidaan toteuttaa kyselyitä tai työryhmätyöskentelymalleja. Kyselyjen toteuttamiseksi voidaan laatia muutaman kysymyksen laajuinen kysymys patteristo tai ammattilaisten laatima laajempi kokonaisuus. Strategia perustuu taloyhtiön rajauksiin, lähtötietoihin sekä osakkaiden ja asukkaiden tarpeisiin. Esimerkiksi kiinteistön kunnon strategia jakautuu kolmeen kategoriaan: *tasoa kohottava*, *tasoa ylläpitävä* tai *tasoa alaspäin ajava*. Usein kuntoa määrittävä strategia on kuitenkin näiden kaikkien yhdistelmä, mutta näistä yksi valitaan päätavoitteeksi. Strategia pyritään valitsemaan niin, että se aiheuttaisi vähiten haittaa asukkaille ja se ennakoii korjaustarpeita sekä käyttää työkaluinaan viimeisintä tekniikkaa. (Sallinen ym. 2018, 28.)

### 3.4 Asiakaspalvelu ja asiakastyytyväisyys isännöinnissä

Asunnon tilanteen ja asiakastyytyvyyden sekä asiakaslujuuden kannalta on tärkeä tietää, mitä asiakas tarvitsee. Pidemmällä aikavälillä tarkasteltuna havaitaan, että taloyhtiön asiakkailta ja sidosryhmillä on yhtenevät edut, joita isännöinnin tulee ajaa. Lyhyellä aikavälillä kuitenkin poikkeavuuksia etujen suhteen voi esiintyä, siksi yhteisten etujen edistäminen isännöinnissä voi olla haastavaa. Erilaisia etuja lyhyellä aikavälillä voivat olla lakiin ja turvallisuuteen liittyviä, jotka voivat tuntua toisesta näkökannalta seurattuna epäreiluilta ja joustamattomalta, mutta pidemmällä aikavälillä tarkasteltuna tapahtuma voi olla looginen ja vastuullinen. (Sallinen ym. 2018, 93.)

Isännöinnissä asiakaspalvelu on keskeisessä roolissa. Peruspalveluihin kuuluvat muun muassa asuntokauppaan liittyvät toimet, kuten

isännöitsijäntodistusten ja osakerekisteröintien hallinnointi, sekä lainaosuuksien käsittely ja vastikevalvonta. Lisäksi isännöinnin asiakaspalveluun sisältyvät käyttäjäpalvelut, kuten avainhallinta, autopaikkavaraukset sekä sauna- ja pesutupavarauksien hallinta. Isännöitsijöiden työssä asiakaspalvelu näkyy taloyhtiöiden johtamisessa yhteistyössä hallitusten kanssa, sekä neuvonnan ja asiakaspalvelutehtävien muodossa. (Sallinen ym. 2018, 93.)

*Palvelutilanteessa yrityksen edustaja kohtaa asiakkaan. Kohtaamisissa syntyvät kokemukset, jotka määrittelevät asiakkaan tyytyväisyyden suhteessa odotuksiin.* (Sallinen M. ym. 2018, 95). Odotukset palvelun laadusta pysyvät pääsääntöisesti vakiona, minkä perusteella asiakkaat odottavat jatkuvasti korkeatasoista palvelua. Asiakkaan huomioiminen herättää hänessä arvostuksen ja ylpeyden tunteita. Netissä tehtävä vikailmoitus lisää asiakkaan mukavuuden ja vaivattomuuden kokemusta, kun taas ovien varmuuslukkojen asennus ja tiedostojen varmuuskopiointi vahvistavat turvan ja suojan tunteita. Palvelutilanteessa on suositeltavaa esitellä erilaisia vaihtoehtoja ja osoittaa niiden hyötyjä asiakkaalle. Mikäli asiakas kokee tarvitsevansa apua, joko palvelutilanteen aikana tai sen jälkeen, on tärkeää tarjota selkeää opastusta ja neuvoja mahdollisten ongelmien ratkaisemiseksi. Asiakaskokemuksen kannalta on oleellista, että asiointi sujuu mutkattomasti. Asiakkaan ongelmien ratkaisemisessa avainasemassa ovat henkilökunnan ammattitaito, yrityksen käytössä olevat työvälineet ja järjestelmät sekä organisaation toimintakulttuuri. (Sallinen ym. 2018, 95–96.)

### 3.5 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen ja Net Promoter Score

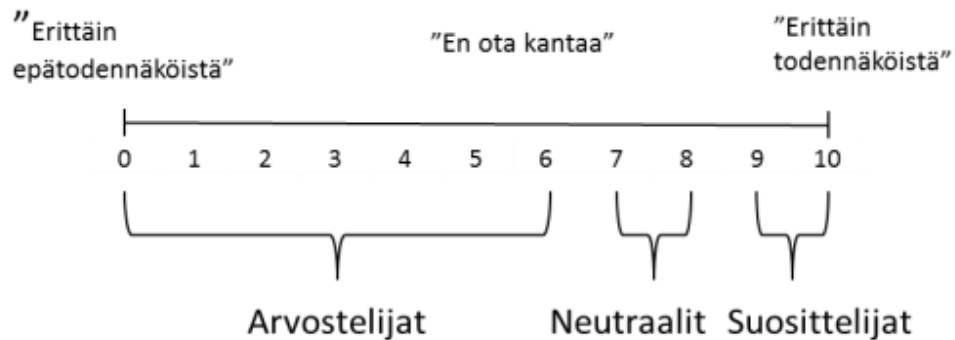
Asiakaskokemuksen johtamisessa asiakastyytyväisyystutkimukset antavat tuloksia sen hetkisestä tyytyväisyyden tasosta ja niitä voidaan käyttää tyytyväisyyden tutkimiseen, jonka pohjalta tehdään toimenpiteitä. Tutkimukset toimivat järkeen perustuvina mittareina, sen vuoksi niitä tulisi analysoida kehityskohteiden etsimisen näkökulmasta eikä pelkkinä lukuina ja tuloksina. Tutkimukset voivat antaa myös virheellistä tietoa tyytyväisyydestä, sillä niissä voidaan myös antaa virheellistä tietoa omasta kokemuksesta ja kaunistella

omaa mielipidettä. Asiakastutkimus on johtamisen näkökulmasta lupaus asiakkaalle tehdä toimenpiteitä kehittääkseen yritystä paremmaksi. Asiakas voi kuitenkin pettyä tutkimukseen, jos mitään ei tapahdu ja asiakastytyväisyyskysely pysyy muuttumattomana tutkimuksena. Yrityksen kehittymisen kannalta olisi tärkeää kerätä tietoa onnistumisista ja kehityskohteista sekä niiden pitää olla jatkuvia.

Asiakasmittareiden lisäksi tulisi käyttää talousmittareita, jotta asiakaskeskeisyyteen siirtymisen suuntaa voidaan seurata. Talousmittarit mittaavat voiton määrää, joka saadaan asiakaskokemukseen panostamisesta. Strategian edistymistä ja johtamisen onnistumista tulisi seurata myös henkilöstömittareilla, jotka mittaavat tapahtuvan toiminnan ja kulttuurin muutosta. (Nironen 2015.)

### 3.5.1 Net Promoter Score (NPS)

Asiakastytyväisyyttä voidaan mitata Net Promoter Score (NPS) -mallin avulla (kuva 2). NPS on asiakasuskollisuuden ja asiakaskokemuksen mittari, jonka avulla kerätään tuloksia yrityksen suositeltavuudesta. NPS perustuu kysymykseen: “Kuinka todennäköisesti suosittelisit yritystä/palvelua/tuotetta ystävällesi tai kollegallesi?” Vastausvaihtoehdot annetaan 0–10 arvosanan asteikolla, missä 0 tarkoittaa “ei lainkaan todennäköistä” ja 10 “erittäin todennäköistä”. Vastausten perusteella vastaajat jaetaan kolmeen ryhmään: suosittelijoihin, neutraaleihin ja arvostelijoihin. (Nironen 2015, 31.)



Kuva 2. Net Promoter Score (NPS) -konseptin havainnollistaminen (Nironen 2015).

NPS perustuu ääripäiden kokemaan suosittelavuuteen ja tyytymättömyyteen. Suosittelijoiden vastaukset ovat asteikolla 9–10, mikä kuvastaa erittäin tyytyväisiä asiakkaita, jotka todennäköisesti suosittelevat yritystä muille. Puolestaan neutraalien vastaukset ovat asteikolla 7–8, mikä kuvastaa tyytyväisiä, mutta ei kuitenkaan erityisen innokkaita asiakkaita, jotka eivät ehkä aktiivisesti suosittelu yritystä. Neutraalien vastausten oletetaan vaikuttavan heikentävän tuloksen tarkkuutta, joten ne jätetään analyysissä huomioimatta. Asteikolla 0–6 ovat arvostelijat, jotka edustavat tyytymättömiä asiakkaita, joiden voidaan olettaa antavan negatiivista palautetta tai puhuvan siitä epäedullisesti. (Nironen 2015, 31.)

NPS lasketaan vähentämällä arvostelijoiden prosenttiosuus suosittelijoiden prosenttiosuudesta. Mittarin tulos vaihtelee –100 ja +100 välillä, missä korkeampi NPS-arvo kuvastaa parempaa asiakastyytyväisyyttä ja uskollisuutta. (Ketola 2020, 11.) NPS on selkeä työkalu yrityksen asiakaskohtaamisten mittaamiseen ja kehittämiseen, mutta sen rinnalla on tärkeää toteuttaa asiakaskokemusohjelma, joka ohjaa yritystä kohti asiakaslähtöisyyttä. NPS-palautteisiin on suositeltavaa reagoida arjen toiminnassa, eikä niiden käsittely välttämättä edellytä kehityshankkeiden tai -projektien käynnistämistä. Osa palautteessa esiin tuoduista kehityskohdista on helposti toteutettavissa riippuen

palautteen laajuudesta ja sisällöstä. Palautetta voidaan käsitellä muun muassa viemällä se tiimin käsittelyyn, tarkistamalla osaston toimintatapoja, mahdollisten lisäohjeistuksen avulla tai järjestämällä tarvittaessa lisäkoulutusta osaston henkilökunnalle. (Nironen 2015, 23.)

Net Promoter Score muodostetaan kaavalla 1 vähentämällä arvostelijoiden prosenttiosuus suosittelijoiden prosenttiosuudesta (Korkeakoski & Ylikoski 2013, 3):

$$NPS = \%Suosittelijat - \%Arvostelijat, \quad (1)$$

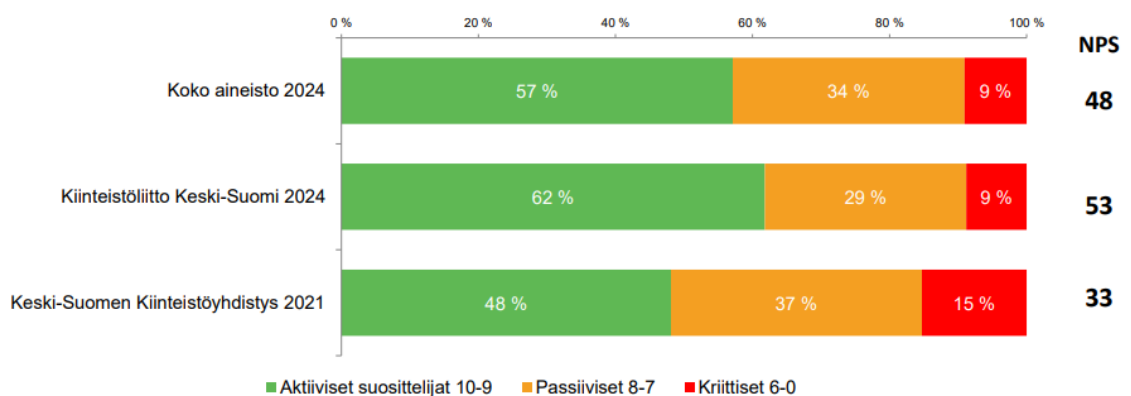
jossa

% Suosittelijat on suosittelijoiden prosenttiosuus

% Arvostelijat on arvostelijoiden prosenttiosuus.

Tässä tutkielmassa Net Promoter Scoren vertailulukuna käytetään vuoden 2024 kiinteistöliiton jäsenyytyväisyyskyselyn tuloksia (kuva 3). Koko aineiston vertailuluvuiksi on saatu 48, kun taas kiinteistöliiton Keski-Suomen 2024 NPS-tulos on ollut 53 ja Keski-Suomen kiinteistöyhdistyksen NPS-tulos 33. (Kiinteistöliitto 2024).

### NPS, Nettosuosittelemaindeksi= aktiiviset suosittelijat - kriittiset



Kuva 3. Kiinteistöliiton jäsenyytyväisyyskysely (Kiinteistöliitto 2024).

Huomioitavaa on, että NPS vaihtelee toimialan mukaan. Esimerkiksi aloilla, jotka ovat vahvasti riippuvaisia olosuhteista ja ympäristöstä, kuten lentoalalla, NPS on tyypillisesti alhaisempi. Sen sijaan hotellialalla, jossa asiakaskokemus perustuu puhtaasti palveluun, NPS on usein korkea (Löytänä & Korteso 2011, 202–204). Isännöintiala sijoittuu näiden väliin: toisaalta asiakaskokemus rakentuu pitkälti asiakaspalvelun laadusta ja kyvystä reagoida palautteeseen, mutta toisaalta se on altis ulkoisille tekijöille, kuten sääolosuhteille (esimerkiksi myrskyt), rakennusten kunnolle ja alueen infrastruktuurille, jotka vaikuttavat asiakkaiden kokemuksiin.

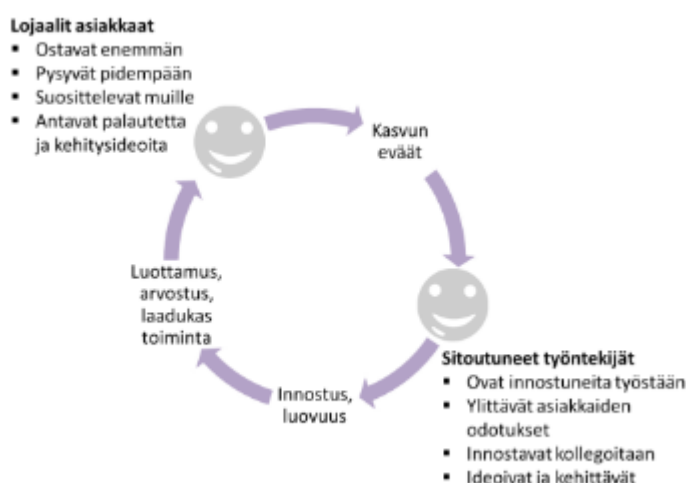
Asiakaskokemusta voidaan johtaa kehittämistyön tulosten avulla. Keskeisiä johtamistapoja ovat asiakaskeskeisen yrityskulttuurin vahvistaminen, asiakaspalautteen jatkuva kuunteleminen sekä NPS-palautteiden pohjalta toteutettavat parannustoimenpiteet. Parannustoimenpiteiden lisäksi jokaista osa-aluetta kohden tehdään konkreettisia toimia, mitkä auttavat asiakaskokemuksen johtamisessa siten, että hallinnointi saadaan osaksi päivittäistä toimintaa. Näitä toimia on esitelty taulukossa 1 (Nironen 2015, 42.)

Taulukko 1. Asiakaskokemuksen johtaminen NPS:n avulla (muokattu kuvasta Nironen 2015, 43).

### Asiakaskokemuksen johtaminen NPS:n avulla

Asiakaskokemuksen johtaminen		
Asiakaskeskeisen yrityskulttuurin vahvistaminen	Asiakkaan äänen aktiivinen kuunteleminen	NPS-palautteiden perusteella tehtävät toimenpiteet
Työntekijäkokemuksen huomioiminen kaikissa osaston päätöksissä; työntekijäkokemus heijastuu aina asiakaskokemukseen	Edellisen asiakastyytyväisyys kyselyn sekä siitä saadun NPS-palautteen läpikäynti	Asiakaspalautteen pohjalta lähtevien kehitysprojektien säännöllinen seuraaminen osastopalaverissa
Kaikkien päätösten ja toiminnan peilaaminen asiakaskokemuksen kautta	Vähintään kerran kuukaudessa tiimipalaverissa osaston/tiimin saadun palautteen perusteella toimintasuunnitelmakeskustelu	NPS-palautteiden antaneiden kontaktointi ja palautteiden perusteella osaston toimintatapojen tarkistukset/lisäohjeistukset
NPS palautteiden jälkeisen kontaktoinnin hoitaminen tiimeissä yhteisvastuullisesti	Tiimiläisen omien NPS-palautteiden läpikäynti kahden kesken	Palautteiden perusteella tiimiläisille lisäkoulutusta omaan työhön sekä toimintaan

NPS tarjoaa johtajille tehokkaan työkalun asiakaskokemuksen mittaamiseen ja parantamiseen, sillä se auttaa tunnistamaan asiakkaiden palautteen ja tunnistamaan kehityskohteet. Kuvan 4 tarkoituksena on sen sijaan havainnollistaa henkilöstön ja suosittelun välistä yhteyttä. Tyytyväiset työntekijät palvelevat asiakkaita paremmin, mikä parantaa asiakaskokemusta ja johtaa edelleen työntekijöiden tyytyväisyyden lisääntymiseen. Tämä edellyttää pitkäjänteistä ja suunnitelmallista työtä, jonka tuomat hyödyt ovat merkittäviä. Kehä toimii myös toisin päin, sillä negatiivinen kokemus vahvistaa negatiivisia kokemuksia. (Löytänä & Korkeakoski 2014, 180; Nironen 2015, 25.)



Kuva 4. Tyytyväisyyden vaikutus henkilöstön ja asiakkaiden välillä (Löytänä & Korkeakoski 2014,180; Nironen 2015).

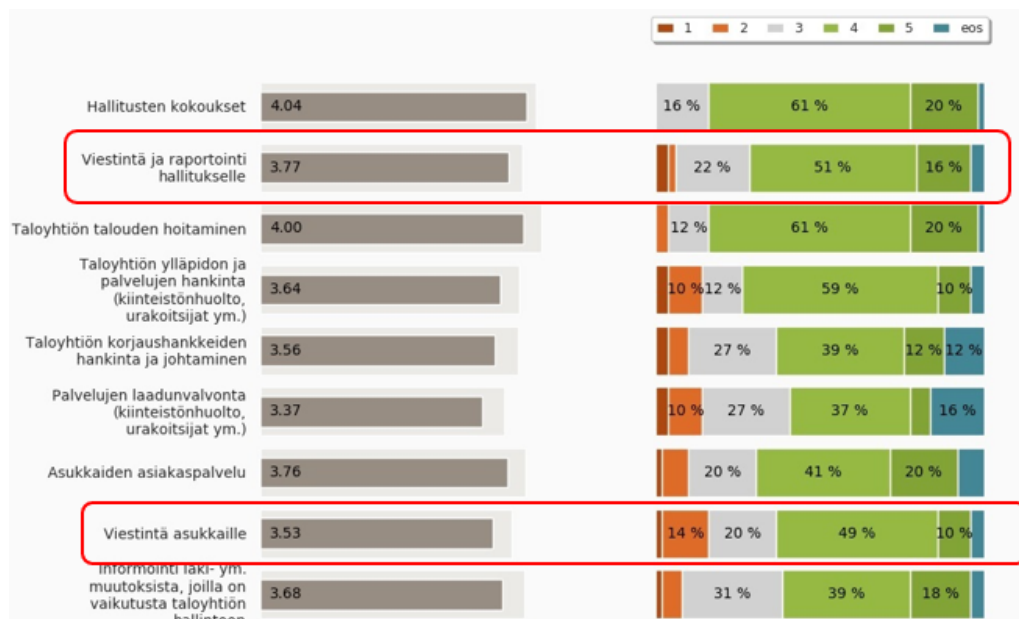
### 3.5.2 Aikaisemmat tutkimukset asiakastyytyväisyydestä

Maininki Kiinteistöpalvelut Oy järjesti viimeisimmän asiakastyytyväisyyskyselyn vuonna 2018, ja se lähetettiin hallituksen jäsenille sähköpostitse. Kyselyyn vastasi 82 hallituksen jäsentä. Asiakastyytyväisyyttä mitattiin arvioimalla asiakaskokemusta 1–5 asteikolla, jossa 1 tarkoitti erittäin epätodennäköistä

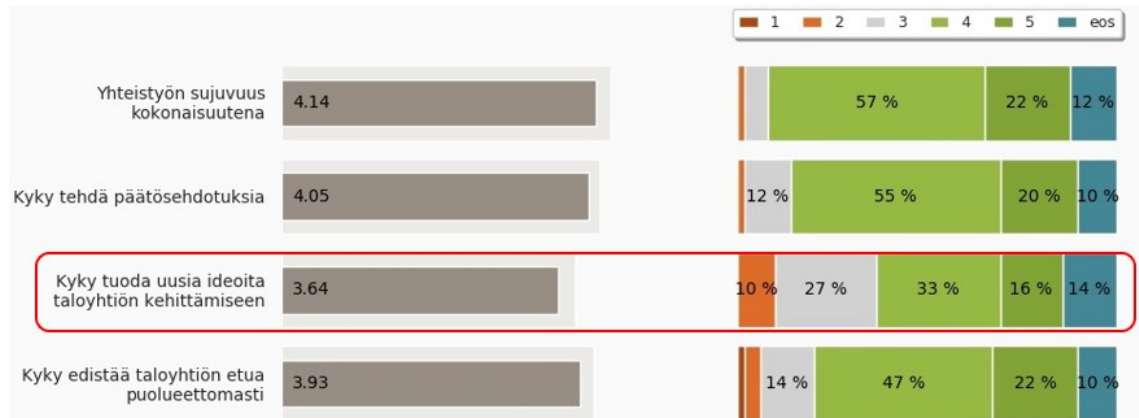
tyytyväisyyttä ja 5 erittäin todennäköistä tyytyväisyyttä. Lisäksi kyselyssä oli vaihtoehto "En osaa sanoa". Edellisessä asiakastyytyväisyysmittauksessa arvioitiin tyytyväisyyttä kolmella eri osa-alueella: tyytyväisyys isännöintipalveluun, yhteistyön sujuvuus sekä päätösten toimeenpano (toimitusjohtaja T. Laaksonen, henkilökohtainen tiedonanto 19.9.2024.)

Asiakastyytyväisyystuloksissa oli korostettu viestinnän ja raportoinnin sekä innovatiivisuuden tarpeita. Kyseiset tulokset olivat osoittaneet huolta aiemmassa mittauksessa taulukossa 1, taulukossa 2 ja taulukossa 3 (toimitusjohtaja T. Laaksonen, henkilökohtainen tiedonanto 19.9.2024.)

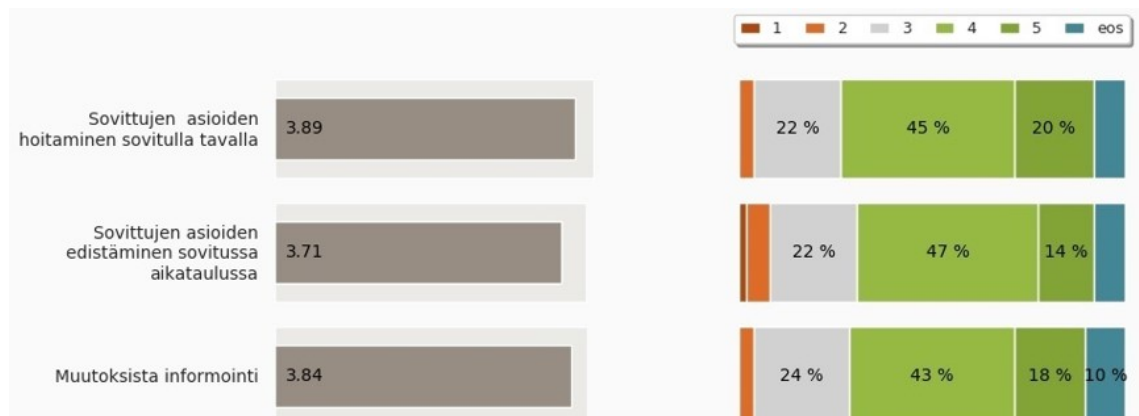
Taulukko 2. Vuoden 2018 asiakastyytyväisyystutkimuksen tulokset: Tyytyväisyys isännöintiin (toimitusjohtaja T. Laaksonen, henkilökohtainen tiedonanto 19.9.2024).



Taulukko 3. Vuoden 2018 tulokset asiakastyytyväisyydestä: Yhteistyön sujuvuus (toimitusjohtaja T. Laaksonen, henkilökohtainen tiedonanto 19.9.2024).



Taulukko 4. Vuoden 2018 asiakastyytyväisyystulokset: Päätösten toimeenpano (toimitusjohtaja T. Laaksonen, henkilökohtainen tiedonanto 19.9.2024).



## 4 Asiakastyytyväisyystutkimuksen toteutus

Kohderyhmäksi valittiin Maininki Kiinteistöpalvelu Oy ja Maininki Isännöinti Oy asiakastaloyhtiöiden hallitusten jäsenet, jotka edustavat taloyhtiöiden päättäviä osapuolia eli osakkaita. Valinta kohdistui hallituksen jäseniin, jotka olivat ilmoittaneet sähköpostiosoitteensa, sillä tämä helpotti kyselyn lähettämistä. Kysely haluttiin kohdistaa hallituksen jäsenille, koska he tekevät tiiviistä yhteistyötä isännöitsijöiden kanssa.

Hallituksen jäsenten kokema palvelun laatua voidaan arvioida asiakastyytyväisyyskyselyn avulla, ja samalla voidaan tarkastella mahdollisia kehitystarpeita. Hallituksen jäsenet voivat antaa palautetta muun muassa tiedonkulusta, henkilökunnan ammattitaidosta ja päätöksentekoon liittyvistä asioista. Palautteen perusteella voidaan huomioida palveluun kohdistuvat tarpeet ja odotukset. Käsittelemällä hallituksen jäsenten palautetta voidaan lisätä heidän motivaatiotaan taloyhtiön asioihin ja sitouttaa heitä entistä vahvemmin hallitustyöskentelyyn.

### 4.1 Kyselylomakkeen suunnittelu ja laadinta

Kyselylomake suunniteltiin yhteistyössä Maininki Kiinteistöpalveluiden toimitusjohtajan ja isännöitsijöiden esimiehen kanssa (toimitusjohtaja T. Laaksonen, henkilökohtainen tiedonanto 20.8.2024). Kyselyssä otettiin huomioon alan keskeiset vaatimukset, kuten:

- asiakaspalvelu
- viestintä ja tiedottaminen
- tietojärjestelmien hyödyntäminen
- ammattitaidon välittyminen
- palvelun nopeus ja reagointikyky
- ratkaisujen räätälöinnin ja joustavuuden näkökulmat.

Lisäksi kyselyllä pyrittiin selvittämään asiakastyytyväisyyden suhdetta muihin alan toimijoihin käyttämällä NPS- ja CES-mallia.

Tutkimuksessa käytetään kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä, eli numeerista dataa, joka voidaan mitata ja analysoida. Kvantitatiivisina menetelminä hyödynnetään muun muassa asiakastyytyväisyyskyselyn Likert-asteikkoa, jota mitataan 1–5 asteikolla. Likert-asteikko kuvaa asiakkaiden tyytyväisyyttä tiettyihin kysymyksiin ja väittämiin. Kysymykset asetellaan järjestykseen siten, että asteikon ääripäät ovat helposti tulkittavissa. Asteikon heikkoutena on sen tulkinnanvaraisuus, sillä eri vastaajien asteikon vaihtoehdot voivat merkitä eri asioita. Analysointivaiheessa tuloksia voidaan tarkentaa yhdistämällä eri luokkien kysymyksiä, mikä vähentää virhemarginaalia. Tulosten perusteella saadaan yleiskuva asiakastyytyväisyydestä. (Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto, 2024a.)

Tutkimuksessa hyödynnettiin myös kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Laadullisia piirteitä ilmensivät avoimet kysymykset, kommentit, palautteet, teemojen ja trendien tunnistaminen, asiakastarinoiden kerääminen sekä syvälinen analyysi. Tarkempi tarkastelu tuottaa tietoa siitä, mitkä tunteet, odotukset ja kokemukset ovat vaikuttaneet asiakkaiden vastaustapoihin. Lisäksi vastauksista voidaan tunnistaa toistuvia teemoja, trendejä ja huolenaiheita, joita vertaillaan tilastollisiin mittareihin. (Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto, 2024b.) Tulkinnan tueksi hyödynnettiin kirjallisuuslähteitä, joissa perehdytään isännöintiin. Kirjallisuuslähteeksi valikoituivat verkkolähteet, kirjat sekä lait ja suositukset. Lisäksi opinnäytetyössä hyödynnetään tekoälyyn pohjautuvaa ohjelmistoa, OpenAI ChatGPT -mallia, joka auttaa hahmottamaan opinnäytetyön kokonaiskuvaa analysoinnin apuvälineenä. Data-analyysi tehtiin Microsoft-Excelin avulla.

## 4.2 Kyselyaineiston keruu

Asiakastyytyväisyyskyselyjä lähetettiin sähköpostitse Maininki Kiinteistöpalvelu Oy:n 81:lle hallituksen jäsenelle ja Maininki Isännöinti Oy:n 343 hallituksen

jäsenelle. Vastausaikaa annettiin yksi viikko: kysely avattiin keskiviikkona klo 12 ja suljettiin seuraavan viikon keskiviikkona klo 23.45. Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:n kyselyyn vastasi 43 henkilöä ja Maininki Isännöinti Oy:n kyselyyn 97 henkilöä.

#### 4.2.1 Kyselylomakkeen sisältö

Kyselylomakkeessa hyödynnettiin yksi- ja monivalintakysymyksiä, avoimia palautteita sekä arviointiasteikkoa. Pääkysymyksiä oli yhteensä 13, joista osassa oli omia alakysymyksiä. Kyselyn avulla selvitettiin Hausvise-ohjelmiston käyttökokemusta, viestinnän toimivuutta sekä asiakaspalvelun laatua. Lisäksi kyselyllä selvitettiin suositteluhalukkuutta ja tarjottiin mahdollisuus vapaaseen palautteeseen. Tavoitteena oli ymmärtää asiakkaiden tarpeita ja parantaa isännöintipalveluita.

#### 4.2.2 Analysointimenetelmät

Kyselyn kysymysten avulla pyritään selvittämään asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä sekä nykyistä asiakastyytyväisyyden tilaa. Ensimmäisellä kysymyksellä kartoitetaan, kuinka hyvin kysely tavoittaa oikean kohderyhmän, jotta saadut vastaukset heijastavat juuri kyseisten vastaajaryhmien näkemyksiä. Kohderyhmän vaihtoehtoina ovat asukas, osakas ja hallituksen jäsen.

##### 1. Mikä on roolisi?

Kysymyksillä 2–4 selvitetään tietojärjestelmien toimivuutta isännöinnin työkaluna. Ensin pyritään selvittämään, kuinka moni vastaaja on ottanut ohjelmiston käyttöönsä, minkä jälkeen käyttäjien keskuudessa tutkitaan tyytyväisyyttä järjestelmän käyttöön liittyviin asioihin sekä arvioidaan, kuinka hyvin uuden järjestelmän käyttöönotosta on tiedotettu.

##### 2. Käytättekö taloyhtiön sähköistä asiointipalvelua, Hausvisea?

3. Mikä on käyttökokemuksenne uudesta Hausvise-ohjelmistosta?

4. Miten olemme onnistuneet tiedottamaan Hausvise-sivustosta?

Kysymyksellä 5 tutkitaan, millä tavalla asiakkaat toivovat viestinnän tapahtuvan, jotta asiakaskokemusta ja viestintää voidaan parantaa. Kysymykset 5 ja 6 auttavat lisäksi kohdentamaan markkinointia, ymmärtämään asiakasta paremmin ja käyttämään resursseja tehokkaammin.

5. Millä tavalla olisit mieluiten yhteydessä isännöintitoimistoon?

6. Millä tavalla tiedotteemme on tavoittanut sinut?

Kysymyksillä 7 ja 13 pyritään tunnistamaan kehityskohteita asiakkaiden kokemusten perusteella. Näiden avulla voidaan selvittää konkreettisia toimia, joita asiakkaat toivovat, jotta yritys voi parantaa palveluitaan ja toimintakäytäntöjään. Lisäksi kysely voi tuottaa uusia ideoita ja näkökulmia, jotka auttavat yritystä säilyttämään kilpailukykynsä. Asiakkaiden palautteen kuuntelu vahvistaa sitouttamista ja uskollisuutta yritykseen.

7. Mitä tulisi kehittää?

13. Vapaa palaute: risut, ruusut ja kehityskohteet.

Pelkät monivalintakysymykset eivät yksinään riitä selittämään tulosten taustalla olevia syitä, minkä vuoksi avoimet kysymykset tarkentavat vastauksia ja tarjoavat lisätietoa tyytyväisyyden ja tyytymättömyyden syistä. Avoimet kysymykset mahdollistavat kattavammat vastaukset eri osa-alueilta, ja ne antavat paremman käsityksen asiakkaiden näkemyksistä. Tulosten avulla voidaan parhaimmillaan tunnistaa ongelmakohdat ja kehittää niihin ratkaisuja.

Kysymyksellä 8 pyritään selvittämään tarkemmin isännöintipalvelun laatua, tehokkuutta, asiakaskeskeisyyttä, suoriutumista, kehityskohteita, näkökulmia ja kokemuksia. Kerätyn tiedon perusteella voidaan tunnistaa asiakastyytyväisyyteen ja uskollisuuteen vaikuttavia tekijöitä sekä kehittää palveluita ja toimintamalleja. Kysymyksen 8 alakysymykset tarkastelevat yksityiskohtaisemmin isännöinnin asiakaspalvelun eri tasoja.

#### 8.Miten arvioitte isännöintipalveluitamme?

Kysymyksessä 8 käsitellään viestinnän ja tiedonkulun onnistumista ja sitä, kuinka hyvin asiakkaat on pidetty ajan tasalla. Palvelun nopeuden ja reagointikyvyn mittaamisella tarkastellaan, kuinka tehokkaasti ja nopeasti asiakkaiden tarpeisiin vastataan. Ammattitaidon ja asiantuntemuksen selvittäminen antaa vastauksen siihen, kuinka päteväksi ja osaavaksi asiakkaat kokevat yrityksen henkilökunnan. Asioiden sujuvuudella arvioidaan, kuinka vaivatonta ja helppoa asioiden hoitaminen on ollut. Lisäksi kysymyksessä selvitetään tiedottamisen selkeyttä ja kattavuutta, mikä kertoo asiakkaiden ymmärryksestä ja tiedon vastaanottamisesta. Henkilökohtaisen asiakaspalvelun selvittämisellä arvioidaan, kuinka hyvin asiakaskohtainen huomioiminen on onnistunut.

Kiinteistön ylläpidon ja huollon kysymyksellä selvitetään, kuinka hyvin kiinteistön ylläpidon ja huollon toimenpiteet on järjestetty. Talouden hoidon ja raportoinnin kysymyksillä pyritään selvittämään, kuinka läpinäkyvästi ja selkeästi talousasiat on hoidettu ja raportoitu asiakaslähtöisesti. Luottamus ja yhteistyö - kysymyksellä selvitetään, kuinka luotettavana ja toimivana asiakkaat pitävät organisaatiota ja yhteistyötä. Lopuksi arvioidaan ratkaisujen joustavuus ja räätälöinti, mikä ilmaisee organisaation joustavuutta suhteessa asiakastarpeisiin ja toiveisiin. Alla esitettyä kuva kysymyksen 8 alakysymyksistä (kuva 5). Kysymyksen 8 arviointi perustuu 0–100 % asteikkoon, ja eri arviointiluokat on sijoitettu lineaarisesti palkkeihin.

	Erittäin heikko	Heikko	Keskiverto	Hyvä	Erinomainen
Viestintä ja tiedonkulku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelun nopeus ja reagointikyky	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ammattitaito ja asiantuntemus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asioiden hoidon sujuvuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiedottamisen selkeys ja kattavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökohtainen asiakaspalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kiinteistön ylläpito ja huolto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Talouden hoito ja raportointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luottamus ja yhteistyö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ratkaisujen joustavuus ja räätälöinti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kuva 5. Kysymys 8 sisältö.

Kysymyksillä 9–11 perehdytään asiakastyytyväisyyteen ja asiakaspalvelukokemuksen onnistumiseen. Kysymyksellä 9 selvitetään, kuinka merkittäväksi asiakkaat kokevat asiakaspalvelun eri osa-alueet. Vastaajat voivat valita useita vaihtoehtoja, kuten tavoitettavuuden, palvelun laadun, asiakaspalvelijan ystävällisyyden ja ammattitaidon, ratkaisukeskeisyyden sekä palvelun helppouden ja vaivattomuuden. Kysymyksellä 10 mitataan asiakkaiden kokemusta henkilökunnan palveluhenkisyydestä, eli kuinka hyvin asiakaspalvelijat ovat onnistuneet kohtaamaan asiakkaat ystävällisesti, avuliaasti ja asiakaslähtöisesti. Kysymys 11 puolestaan arvioi asiakkaiden tyytyväisyyttä yrityksen ja heidän väliseen viestintään ja yhteydenpitoon, mukaan lukien viestinnän tehokkuus, selkeys ja yhteydenpidon tiheys. Tulokset kertovat, kuinka hyvin yritys on onnistunut kommunikoimaan asiakkaidensa kanssa.

9. Mitkä asiat ovat tärkeitä asiakaspalvelukokemuksessanne?

10. Onko henkilökuntamme ollut palveluhenkistä?

11. Kuinka tyytyväisiä olette teidän ja Mainingin väliseen yhteydenpitoon?

Kysymys 12 mittaa asiakkaiden halukkuutta suositella yritystä muille NPS-mittarin avulla. Tämä palaute antaa arvokasta tietoa siitä, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen palveluihin ja kuinka uskollisia he ovat yritykselle. Kysymyksen avulla voidaan tunnistaa tyytyväisten, tyytymättömien ja epävarmojen asiakkaiden osuudet.

12. Miten todennäköisesti suosittelisit meitä ystävälle tai työtoverille?

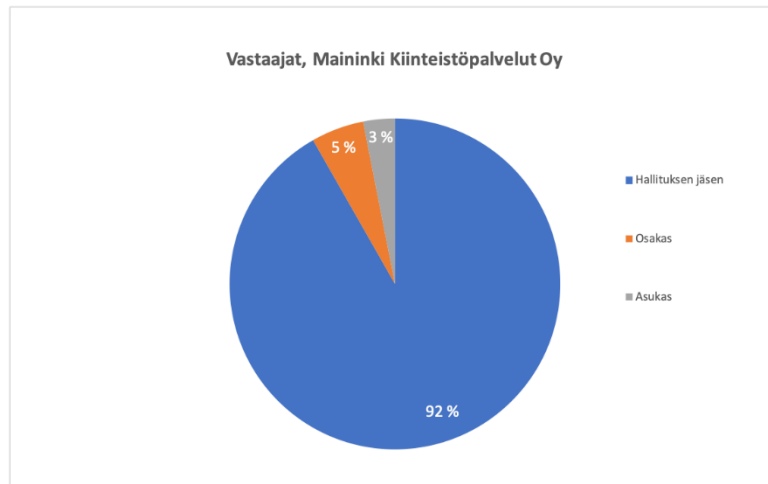
Tekoälyä käytettiin analyysin tukena erityisesti aineiston esikäsittelyssä, teemojen tunnistamisessa ja tulosten tiivistämisessä. Tekoäly auttoi tunnistamaan avainsanoja, luokittelemaan aineistoa ja löytämään yhteyksiä, mikä nopeutti analyysiprosessia ja lisäsi tarkkuutta. Tulosten luotettavuus varmistettiin vertaamalla tekoälyn ehdotuksia manuaaliseen analyysiin, säilyttäen ihmisen roolin tulkinnassa. (OpenAI, 2024.)

## 5 Tulosten tarkastelu ja johtopäätökset

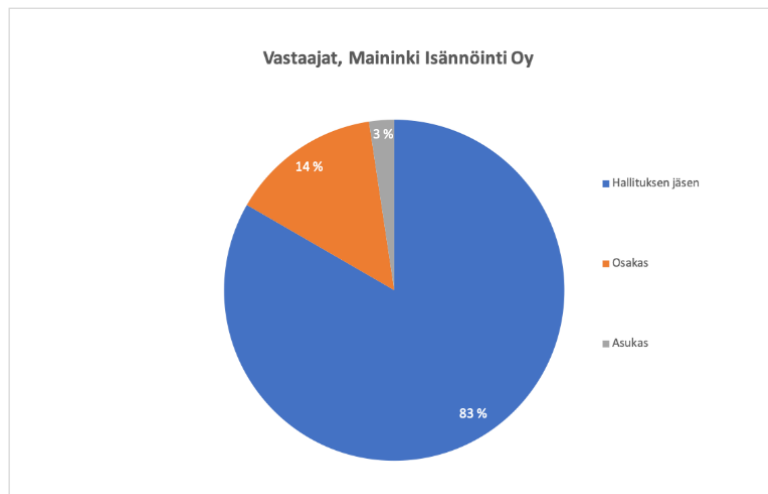
Tulokset analysoitiin tarkastelemalla eri asiakasryhmien vastauksia sekä erittelemällä keskeiset tyytyväisyyteen ja palvelun kehittämiseen liittyvät tekijät. Analyysissä keskityttiin erityisesti asiakastyytyväisyyteen, viestintäkanavien käyttöön ja asiakaspalvelun laatuun. Tuloksista johdettiin toimenpide-ehdotuksia, joiden avulla palvelun laatua ja asiakaskokemusta voidaan parantaa, kuten viestinnän tehostaminen, asiakaspalvelun tavoitettavuuden parantaminen ja Hausvise-ohjelmiston käytön edistäminen. Näillä toimilla pyritään vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin ja kehittämään palvelua kokonaisvaltaisesti.

### 5.1 Asiakastyytyväisyyden tulokset

Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:n kyselyyn vastanneista 35 oli hallituksen jäseniä, 6 osakasta ja 1 asukas (kuva 5). Puolestaan Maininki Isännöinti Oy:n kyselystä 89 oli hallituksen jäseniä, 5 osakasta ja 3 asukasta (kuva 6). Tästä voidaan päätellä, että selvä enemmistö vastanneista oli lähtötietojen mukaisesti hallituksen jäseniä. Kyselyn kannalta myös osakkaiden ja asukkaiden näkökulmat ovat myös merkityksellisiä, koska ne kuvastavat asiakaskuntaa kokonaisuudessaan. Hallituksen jäsenet ovat kuitenkin tiiviimmässä yhteydessä isännöintiin.



Kuva 6. Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:n kyselyyn vastanneet.



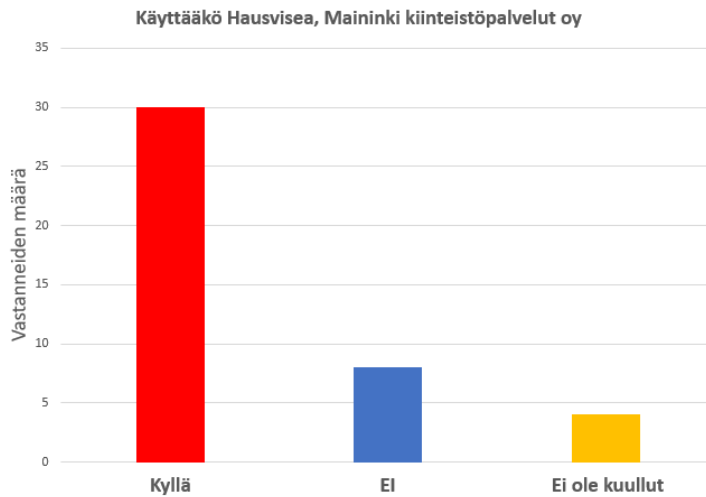
Kuva 7. Maininki Isännöinti Oy:n kyselyyn vastanneet.

Kuvista 6 ja 7 voidaan todeta, että suurin osa molemmissa kyselyissä oli hallituksen jäseniä.

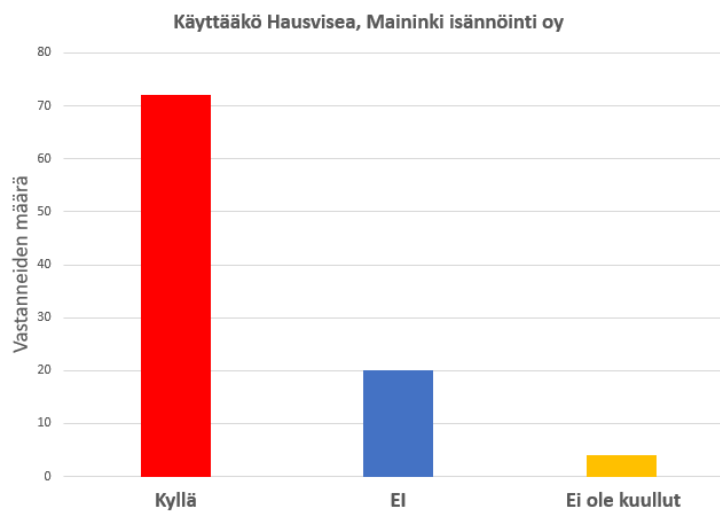
### 5.1.1 Hausvise-ohjelman käyttö ja tiedotus

Kyselyn mukaan Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:n asiakkaista 30 käytti Hausvisea, ja 8 ei käyttänyt (kuva 8). Maininki Isännöinti Oy:n vastaavat luvut olivat 72 käyttäjää ja 20 ei-käyttäjää (kuva 9). Molemmissa ryhmissä oli neljä henkilöä, jotka eivät olleet kuulleet ohjelmistosta. Tästä voidaan päätellä, että

asiakkaat olivat pääosin tietoisia uudesta ohjelmistosta, ja tiedotus tämän osalta oli onnistunut, mutta käyttöasteessa oli parantamisen varaa. Käyttökokemuksen tyytyväisyys oli molemmissa yrityksissä keskimäärin hieman yli 3 (asteikolla 1–5), ja tiedottamiseen liittyvät arviot olivat hieman alle 3.



Kuva 8. Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:n vastaukset kysymykseen, kuinka moni käyttää Hausvisea.

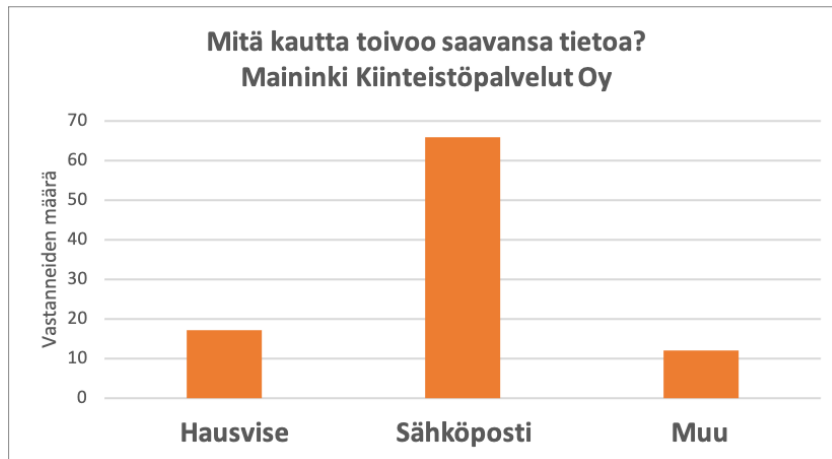


Kuva 9. Maininki Isännöinti Oy vastaukset kysymykseen, kuinka moni käyttää Hausvisea.

Kuvista 8 ja 9 voidaan todeta, että etenkin tiedotusta Hausvisesta voidaan pitää onnistuneena. Vain pieni osa vastaajista ei ollut kuullut ollenkaan Hausvisesta.

### 5.1.2 Viestintäkanavien suosio

Maininki Kiinteistöpalvelut Oy kyselyyn vastanneista suurin osa (32) toivoi viestintään sähköpostitse, kun taas vain 3 halusi käyttää Hausvise-asiakassivuja (kuva 10). Maininki Isännöinti Oy kyselyyn vastanneista 66 toivoi sähköpostia, 17 toivoi asiointia Hausvise-asiakassivujen kautta (kuva 11).



Kuva 10. Mitä kautta vastaajat toivovat saavansa tietoa isännöintipalveluista. Maininki Kiinteistöpalvelut Oy.

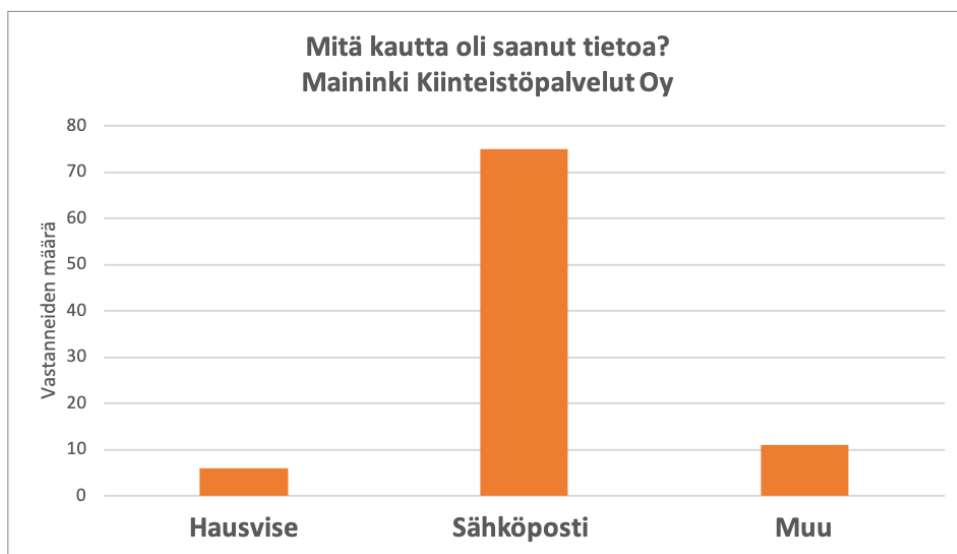


Kuva 11. Mitä kautta vastaajat toivovat saavansa tietoa isännöintipalveluista. Maininki Isännöinti Oy.

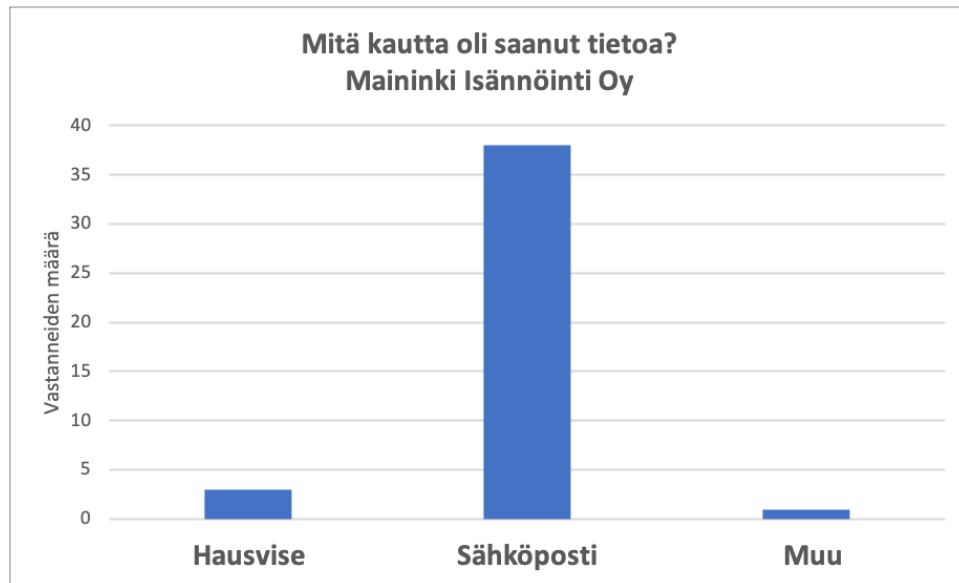
Asiointikanavan selvittäminen on asiakaslähtöisen toiminnan kannalta keskeistä, sillä sen avulla kartoitetaan asiakkaiden toiveita isännöinnin viestintätavoista. Vaikka Hausvise-ohjelmisto on käytössä, asiakkaat suosivat yhä perinteisiä viestintäkanavia, kuten sähköpostia. Tulosten perusteella voidaan todeta, että perinteisistä viestintätavoista, kuten sähköpostista ja puhelinviesteistä, ei tule luopua asiakastyytyvyyden säilyttämiseksi.

### 5.1.3 Tiedotteiden välittyminen

Suurin osa asiakkaista ilmoitti saavansa tiedotteet sähköpostitse (Maininki Kiinteistöpalvelut Oy: 75 vastaajaa (kuva 12), Maininki Isännöinti Oy: 38 vastaajaa (kuva 13)), kun taas Hausvisea käytti tiedotteiden vastaanottamiseen vain muutama asiakas. Tämä viittaa siihen, että Hausvise ei ole vakiintunut tiedotuskanava, ja viestinnässä on kehitettävää, sillä muutama asiakas ilmoitti, etteivät tiedotteet saavuttaneet heitä lainkaan.



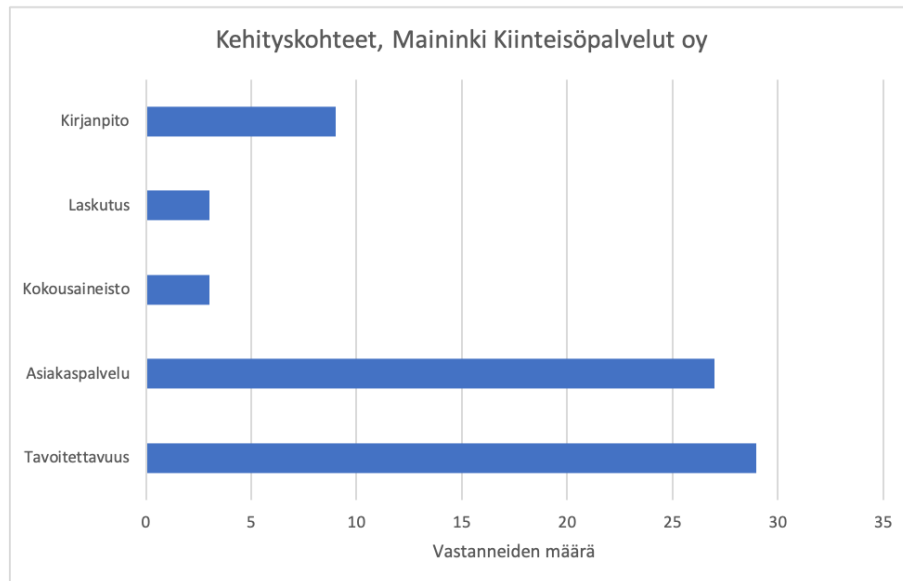
Kuva 12. Mitä kautta vastaajat saivat tiedon isännöintipalveluista. Maininki Kiinteistöpalvelut Oy.



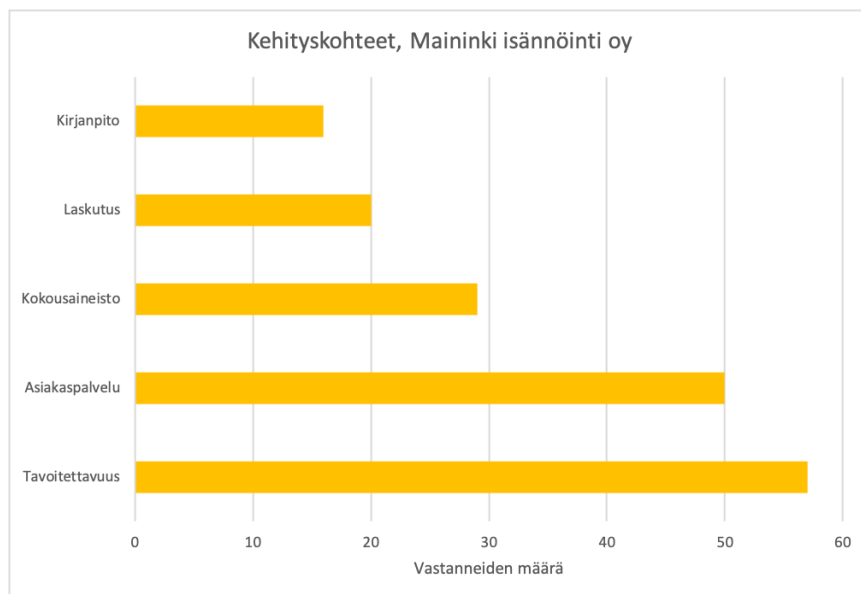
Kuva 13. Mitä kautta vastaajat saivat tiedon isännöintipalveluista. Maininki Isännöinti Oy.

#### 5.1.4 Kehityskohteet ja avoimet kysymykset

Kehityskohteiden määrittämisessä hyödynnettiin myös vapaata palautetta, jota saatiin Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:n kyselyssä 17 vastausta ja Maininki Isännöinti Oy:n kyselyssä 34 vastausta. Molempien yritysten kyselyssä asiakkaat nostivat esiin tavoitettavuuden ja asiakaspalvelun merkittävimmän kehitystä vaativana osa-alueina (kuvat 14 ja 15). Vastaajat mainitsevat erityisesti isännöitsijöiden vaihtumisen, laskutusvirheet sekä puutteet tehtävien hoitamisessa, kuten kiireellisten toimenpiteiden käsittelyssä ja projektinhallinnassa. He toivoivat nopeampaa reagoitua yhteydenottoihin, parempaa viestintää ja selkeämpää tiedottamista isännöinnin toiminnasta. Osa vastaajista kiitti henkilökunnan ystävällisyyttä ja ammattitaitoa sekä korosti positiivisia kokemuksia tietyistä isännöitsijöistä. Lisäksi vastauksissa mainittiin positiivisina asioina palveluntarjoajan läheinen sijainti sekä yhteistyön sujuvuus.



Kuva 14. Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:n kehityskohteiden mainintojen määrä.



Kuva 15. Maininki Isännöinti Oy kehityskohteiden mainintojen määrä.

## Tiedonkulku ja läpinäkyvyys

Asiakkaat toivoivat parannuksia viestintään, erityisesti ohjelmiston vaihto on korostanut tiedonkulun tarvetta, kuten selkeyttä ohjeistuksessa sekä mahdollisuutta tarkastella aiempien vuosien kirjanpitoa. Ohjelmistovaihdoksella

on pyritty parantamaan palvelun laatua vastaamaan asiakkaan tarpeita paremmin, mutta osa aiemman järjestelmän hyvistä ominaisuuksista ei ole siirtynyt uuteen järjestelmään. Nämä ongelmat ovat kuitenkin väliaikaisia ja liittyvät pääasiassa ohjelmistopäivityksen myötä ilmenneisiin teknisiin muutoksiin. Yritykset ovat ryhtyneet toimenpiteisiin, ja monet havaitut puutteet on joko korjattu tai niihin kehitetään parhaillaan ratkaisuja (toimitusjohtaja T. Laaksonen, henkilökohtainen tiedonanto 11.10.2024).

Useat vastaajat esittivät konkreettisia ja helposti korjattavissa olevia toiveita. He mainitsivat joutuneensa ottamaan yhteyttä toistuvasti, koska ensimmäinen yhteydenotto ei johtanut toimenpiteisiin. Poissaoloista tiedottaminen nähtiin selkeänä kehityskohtena, ja vastaajat toivoivat tuuraavan isännöitsijän yhteystiedot helposti saataville. Positiivisista kokemuksista asiakaspalvelun ystävällisyydestä mainittiin, mutta tavoitettavuus ja viestintä nousivat selkeinä kehityskohteina, jotka voidaan korjata nopeasti yksinkertaisin toimenpitein, parantaen näin palvelun läpinäkyvyyttä.

Pienillä parannuksilla, kuten tiedottamisen ja avoimuuden tehostamisella, asiakastytyvääisyyttä voitaisiin merkittävästi kohentaa. Hausvise-ohjelmiston vakiintuessa asiakkaat saavat entistä paremman mahdollisuuden ajantasaiseen viestintään (toimitusjohtaja T. Laaksonen, henkilökohtainen tiedonanto 11.10.2024).

### **Isännöinnin ja laadun kehityskohteet**

Vastauksista nousi esiin useita isännöinnin kehityskohteita. Erityisesti isännöitsijöiden toistuvat vaihtumiset koettiin heikentävän palvelun laatua ja vaikeuttavan asiointia. Asiakkaat toivat esille myös dokumentoinnin tarkkuuden sekä laadunvalvonnan keskeisinä parannustarpeina. Ohjelmistovaihdon myötä ilmenneet haasteet nousivat palautteissa esiin, ja monet asiakkaat joutuivat hoitamaan asioita itsenäisesti, mikä koettiin hankalaksi, joskin väliaikaiseksi siirtymävaiheeksi. Lisäksi palvelun kustannusten ja laadun välinen

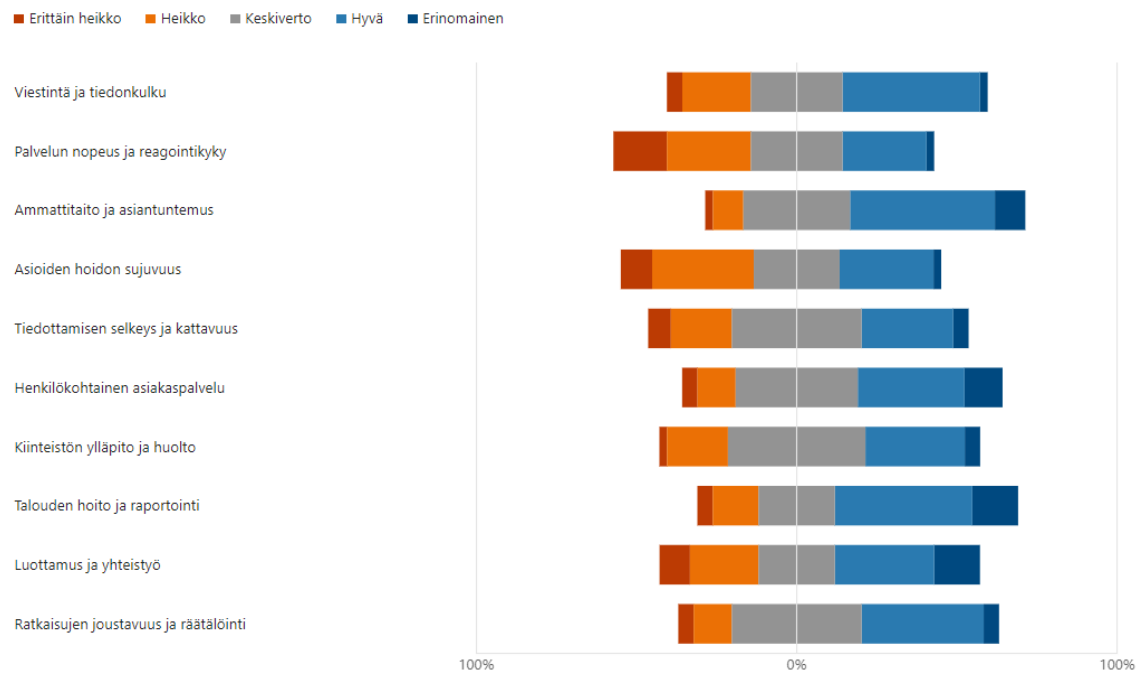
epäsuhta herätti huomiota, ja asiakkaat toivat esiin tarpeen kehittää hintatasoa vastaamaan paremmin palvelun laatua.

Uuden ohjelmiston avulla pyritään parantamaan palvelun laatua ja yhtenäistämään yrityksen toimintatapoja. Samalla esihenkilöt voivat seurata työn suoriutumista ja ajantasaisuutta tehokkaammin (toimitusjohtaja T. Laaksonen, henkilökohtainen tiedonanto 11.10.2024).

### 5.1.5 Asiakaskokemus ja NPS-tulokset

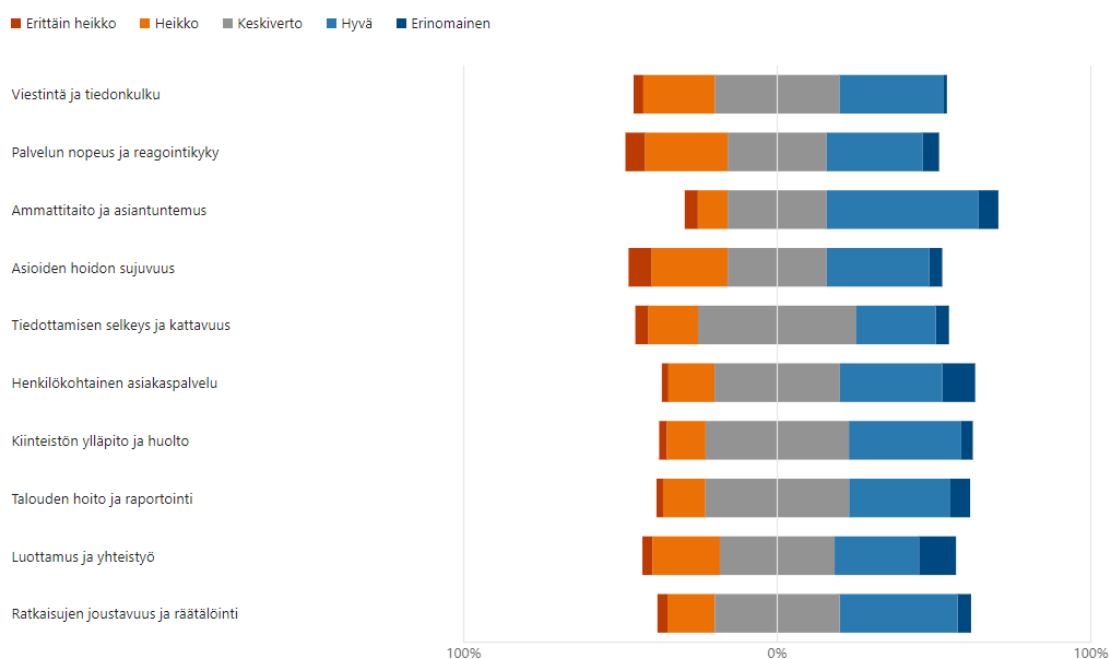
Maininki Kiinteistöpalvelut Oy kyselyyn vastanneista eniten erittäin heikoksi arvioitiin palvelun nopeus ja reagointikyky (taulukko 5.). Toiseksi huonoimman arvion oli saanut asioiden hoidon sujuvuus. Puolestaan erinomaisen arvioinnin oli saanut ammattitaito ja asiantuntemus. Toiseksi parhaimmaksi taloudenhoito ja raportointi. Kyselyyn vastanneiden näkemykset asiakaskokemuksesta vaihtelivat koko asteikon laajuudella, sillä vastaajat antoivat erittäin heikkoja, heikkoja, keskivertoja, hyviä ja erinomaisia arvioita molemmissa kyselyissä. Kokonaisuutena tarkasteltuna kummassakin kyselyssä harmaita ja vaalean sinisellä esitettyjä keskivertoja ja hyviä arviota oli annettu keskiarvallisesti enemmän kuin muita arvioita.

Taulukko 5. Isännöintipalvelun arvioinnin tulokset Maininki Kiinteistöpalvelut Oy.



Maininki Isännöinti Oy kyselyyn vastanneiden tulokset osoittavat tyytyväisempiä asiakkaita verrattuna Maininki Kiinteistöpalveluiden tuloksiin, sillä ”hyvä”- ja ”erinomainen”-arvioita oli selkeästi enemmän suhteessa vastanneisiin (taulukko 5). Lisäksi Maininki Kiinteistöpalvelut Oy kyselyyn vastanneiden tuloksissa oli suurempaa hajontaa eri arviointiluokkien välillä, mikä ilmenee useiden arvosanalukien esiintymisenä.

Taulukko 6. Isännöintipalvelun arvioinnin tulokset Maininki Isännöinti Oy.



Asiakaspalvelukokemuksen tärkeimmiksi tekijät Maininki Kiinteistöpalvelu Oy:n kyselyssä olivat:

- tavoitettavuus (34 mainintaa)
- asiakaspalvelijan ystävällisyys ja ammattitaito (31 mainintaa)
- palvelun laatu (27 mainintaa)
- ratkaisukeskeisyys (21 mainintaa)
- helppous ja vaivattomuus (20 mainintaa).

Maininki Isännöinti Oy vastaavassa kyselyssä painottuivat:

- tavoitettavuus (76 mainintaa)
- palvelun laatu (64 mainintaa)
- ratkaisukeskeisyys (50 mainintaa)
- asiakaspalvelijan ystävällisyys ja ammattitaito (48 mainintaa).

Molemmissa yrityksissä henkilökunnan palveluhenkisyys keskiarvo kysymykseen ”Onko henkilökuntamme ollut palveluhenkistä?” oli hieman yli 3,4 (Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:n tulos oli 3,45 ja Maininki Isännöinti Oy:n tulos

3,42). Kysymykseen ”Kuinka tyytyväisiä olette teidän ja Mainingin väliseen yhteydenpitoon?” yhteydenpidon keskiarvot olivat Maininki kiinteistöpalvelut Oy:lla 3,2 ja Maininki Isännöinti Oy:lla 3,14. Noin 40 % vastaajista antoi korkean arvion, mutta kolmasosa antoi matalan arvion.

NPS-tuloksissa Maininki Kiinteistöpalveluiden tulos oli –41 (kuva 16) ja Maininki Isännöinti Oy:n –23 (kuva 17).



Kuva 16. Maininki Kiinteistöpalvelut Oy ja Maininki Isännöinti Oy NPS-tulos.

Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:n kyselyyn vastanneista 8 oli suosittelijaa, 9 neutraalia ja 25 arvostelijaa, mikä johti NPS-tulokseen –41. Maininki Isännöinti Oy kyselyyn vastanneista 19 on suosittelijaa, 36 neutraalia ja 41 arvostelijaa, mikä johti tulokseen –23. Kumpikin lukema oli selkeästi vuoden 2024 kiinteistöliiton jäsenyytyväisyystuloksen vertailuarvoa 48 pienempi (ks. luku 3.4.1).

NPS tuloksien lisäksi arvioitiin palvelujen vaivattomuutta selvittämällä asioiden hoidon sujuvuutta. Molemmissa yhtiöissä havaittiin, että asioiden hoidon sujuvuudessa oli annettu arvioita koko asteikon laajuudelta, eli sekä erittäin heikosti, keskinkertaisesti ja erinomaisesti (taulukko 5 ja taulukko 6). Tästä voidaan päätellä, että asiakaskokemukset vaihtelivat huomattavasti.

### 5.1.6 Vertailu aikaisempaan tutkimukseen

Vuoden 2018 tehdyssä tutkimuksessa huolta herättivät viestintä ja raportointi hallitukselle ja asukkaille sekä kyky tuoda uusia ideoita taloyhtiön kehittämiseen. Viestinnän kehittämiskohteet näkyivät myös tässä tutkimuksessa, mikä viittaa siihen, että parannettavaa on edelleen, ja tähänastiset toimenpiteet eivät ole olleet riittäviä. Asiakkaiden odotusten täyttäminen on ollut osittain haastavaa, mikä voi vaikuttaa asiakasuskollisuuteen. Tämä korostaa strategisen suunnittelun ja muutosten tarpeellisuutta.

Aiemmin havaittua mahdollisuutta uusien ideoiden tuomisessa taloyhtiön kehittämiseen on pyritty tukemaan uuden ohjelmiston käyttöönotolla. Tämän tutkimuksen avulla on arvioitu kyseisen muutoksen vaikutuksia, ja sen tuloksena on tunnistettu uusia kehityskohteita ja ideoita jatkotoimenpiteiden suunnittelua varten.

### 5.2 Johtopäätökset

Kyselyihin vastanneista suurin osa oli hallitusten jäseniä. Osakkaiden ja asukkaiden näkemykset olivat edustettuina, ja heidän vastauksiaan voidaan pitää yhtä merkittävänä. Valtaosa vastaajista oli tietoisia Hausvise-ohjelmistosta ja hyödynsi sitä, mutta ohjelman käyttö ja viestintä kaipasivat tehostamista. Suurin osa sai tiedotteet sähköpostitse, ja Hausvisen käyttö tiedottamisessa oli vähäisempää. Osa vastaajista raportoi, että tiedotteet eivät aina saavuttaneet heitä, mikä osoittaa tarvetta viestinnän kehittämiseksi. Toisaalta useat kyselyyn vastanneista toivoivat, että esimerkiksi viestinnässä hyödynnetään sähköpostia ja paperisia tiedotteita. Paperiset tiedotteet ovat erityisen käteviä viestinnän välineitä niissä taloyhtiöissä, joissa asuu paljon vanhempaa, ei diginatiivista sukupolvea, joilla ei ole osaamista sähköisille järjestelmille. Viestinnässä on jatkossakin käytettävä monipuolisesti eri kanavia, jotta mahdollisimman moni asiakas saa isännöitsijältä tarvittavan tuen.

Vastaajat jakautuivat suosittelijoihin, neutraaleihin ja arvostelijoihin. Kyselyyn osallistuneissa oli lähes yhtä paljon erittäin tyytyväisiä vastaajia kuin niitä, jotka näkivät kehitettävää. Suhteellisesti suurin ryhmä koostui kuitenkin ”keskiverto” tai ”hyvä”-arvioita antaneista vastaajista. Asiakaspalvelu sai erityistä kiitosta ystävällisyydestä ja ammattitaidosta, ja asiakaspalveluhenkilöstön asiantuntemus koettiin vahvuutena. Kuitenkin asiakaspalvelun tavoitettavuus ja viestinnän sujuvuus tunnistettiin keskeisiksi parannuskohteiksi. Koska asiakaspalvelun puutteet korostuvat sekä vanhassa että uusissa kyselytuloksissa selkeästi, tulisi niihin kiinnittää jo strategia tasolla huomiota. Yrityksen tulisi pohtia, miten asiakaspalvelukokemusta voitaisiin parantaa entuudestaan ja mitkä tekijät vaikuttavat negatiivisiin tuloksiin.

NPS-tulokset osoittivat asiakastyytyväisyyden kehittämismahdollisuuksia, sillä Maininki Kiinteistöpalvelut Oy:n tulos oli -41 ja Maininki Isännöinti Oy:n tulos -23. Keskeisiksi kehityskohteiksi havaittiin isännöitsijöiden vaihtuvuus, laskutuksen selkeys sekä maksujen ajoituksen tarkentaminen. NPS-tulokset osoittavat selkeän tarpeen asiakaskokemuksen parantamiseen. Tulosten perusteella yrityksissä voidaan toteuttaa konkreettisia muutoksia asiakaspalvelun ja viestinnän kehittämiseksi. Asiakastyytyväisyyttä voidaan parantaa merkittävästi panostamalla viestinnän tehostamiseen, nopeampaan reagointiin sekä asiakaspalvelun ja isännöitsijän tavoitettavuuden parantamiseen. Lisäksi Hausvise-ohjelmiston käyttökokemuksen ja tiedottamisen kehittäminen ovat keskeisiä osa-alueita. Asiakaspalvelun laatu ja taloyhtiön kunnossapidon aktiivinen johtaminen ovat avainasemassa asiakassuhteiden parantamisessa. Asiakastyytyväisyyskyselyssä tunnistettiin osa-alueet, joissa yritys oli erityisesti onnistunut. Erityistä kiitosta saivat työntekijöiden palveluhenkisyys ja ammattitaito.

Palvelun laatu ja tehokkuus olivat keskeisiä huomion kohteina. Asiakkaat kokivat, että tavoitettavuudessa ja asiakaspalvelun nopeudessa oli kehitettävää: asiakkaat raportoivat viiveistä yhteydenotossa, ja isännöinniltä toivottiin aktiivisempaa roolia. Isännöitsijöiden vaihtuvuudesta aiheutuneet perehdytykset vaikuttivat palvelun tasaisuuteen.

Lopuksi voidaan todeta, että taloudenhoito ja raportointi arvioitiin toimiviksi. Ohjelmistopäivityksen vakiintuessa viestintä- ja raportointikäytännöt paranevat edelleen, mikä pitkällä aikavälillä voi parantaa asiakaskokemusta ja toimintojen läpinäkyvyyttä.

### 5.2.1 Kehitysehdotukset

Kyselyn perusteella on mahdollista esittää useita konkreettisia toimenpide-ehdotuksia asiakastytyväisyyden ja palvelun laadun parantamiseksi. Ensimmäisenä kehityskohteena on viestinnän tehostaminen. Vaikka Hausvise-ohjelmistoa tiedottamisvälineenä tulisi laajentaa, sitä ei voida ottaa heti ainoaksi tiedotuskanavaksi. Asiakaskunnan monimuotoisuuden vuoksi eri viestintätarpeet on huomioitava, ja perinteiset kanavat, kuten sähköposti ja tarvittaessa paperiset tiedotteet, on säilytettävä siirtymävaiheessa, jotta kaikki asiakkaat saavat tiedotteet ajallaan.

Toinen toimenpide koskee asiakaspalvelun tavoitettavuuden ja laadun parantamista. Vastausaikoja on nopeutettava asettamalla selkeät tavoitteet, kuten vastaaminen 48 tunnin sisällä. Isännöitsijän tulisi käyttää poissaoloviestejä ja vahvistaa tehtävän vastaanottaminen, jotta asiakas saa tiedon yhteydenoton käsittelystä ja prosessin etenemisestä. Tämä parantaa asiakaskokemusta ja selkeyttää viestintää.

Lisäksi Isännöinnin ennakoivien toimintamallien, kuten vuosikellon, käyttöönotto helpottaa taloyhtiön tehtävien hallintaa, ja isännöitsijöiden perehdytysohjelmat varmistavat palvelun laadun jatkuvuuden. Palvelun tehokkuutta voidaan parantaa nopeuttamalla reagointia yhteydenottoihin.

Asiakaskokemuksen säännöllinen mittaaminen on tärkeää, ja kehitystoimenpiteet pitää perustua saatuun palautteeseen. Monipuolisten viestintätapojen tarve on otettava huomioon, ja toimenpiteet tulee suunnitella asiakaskunnan moninaisuus huomioiden. Näillä kehitystoimenpiteillä voidaan merkittävästi parantaa asiakaskokemusta ja palvelun laatua.

### 5.2.2 Tutkimuksen merkitys ja vaikutukset

Tutkimuksessa tunnistettiin keskeiset kehityskohteet, kuten viestintä, tavoitettavuus ja asiakaspalvelun nopeus, jotka ovat kriittisiä asiakastyytyvyyden ja asiakassuhteiden vahvistamisen kannalta. Asiakastyytyvyyden parantaminen auttaa yritystä erottumaan kilpailijoistaan ja vahvistaa sen asemaa markkinoilla.

Hausvise-ohjelmiston käyttöön liittyvät haasteet nousivat esiin tutkimuksessa, ja tulokset tarjoavat mahdollisuuden kehittää ohjelmiston käyttökoulutusta ja viestintää. Asiakkaiden palautteen huomioiminen ja siihen reagointi lisäävät asiakastyytyvyyttä. Tutkimuksen avulla Maininki Kiinteistöpalvelut Oy ja Maininki isännöinti Oy voivat osoittaa sitoutumisensa asiakaslähtöiseen toimintaan, mikä on erityisen tärkeää isännöintialalla, jossa asiakassuhteet ovat pitkäaikaisia.

Tulokset tarjoavat selkeän suunnan tuleville kehitystoimille ja auttavat yritystä hyödyntämään tutkimustuloksia strategian tukena, erityisesti asiakaskokemuksen johtamisessa ja palvelujen räätälöinnissä vastaamaan asiakkaiden tarpeita. Tutkimus tarjoaa konkreettista tietoa kehitysalueista, ja se tukee yrityksen pitkäjänteistä palvelujen ja asiakassuhteiden kehittämistä.

## Lähteet

Andersson, N. 2023. Mikä on strategia? Käsite, merkitys ja strategisen suunnittelun tärkeys. Viitattu 27.8.2024.

<https://niklasandersson.fi/2023/05/17/mika-on-strategia-kasite-merkitys-ja-strategisen-suunnittelun-tarkeys/>.

Asunto-osakeyhtiölaki 22.12.2009/1599. Suomen Juristit Oy. Viitattu 3.9.2024.

<https://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2009/20091599?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=asunto>

Hausvise 2024. Mikä on Hausvise? Viitattu 9.9.2024. <https://hausvise.fi/mika-on-hausvise/>.

Hekkanen, M. 2020. Kiinteistönpidon laatu ja hyvä isännöinti. Helsinki: Rakennustieto Oy.

Hult, G. T. M. & Morgeson, F.V. 2023. 10 Ways to Boost Customer Satisfaction. Harvard Business Review. Viitattu 29.8.2024. <https://hbr.org/2023/01/10-ways-to-boost-customer-satisfaction?autocomplete=true>.

Isännöinnin Auktorisointi ry 2023. Isännöinnin eettiset ohjeet. Viitattu 12.9.2024. <https://www.isayhdistys.fi/wp-content/uploads/2023/01/isannoinnin-eettiset-ohjeet-a4-web.pdf>.

Isännöintiliitto 2024a. Asuminen taloyhtiössä. Viitattu 6.9.2024.

<https://www.isannointiliitto.fi/mita-on-isannointi/asuminen-taloyhtiossa/>.

Isännöintiliitto 2024b. Mitä on isännöinti? Viitattu 9.9.2024.

<https://www.isannointiliitto.fi/mita-on-isannointi/>.

Isännöintiliitto 2024c. Taloyhtiön strategia. Viitattu 9.9.2024.

<https://www.isannointiliitto.fi/taloyhtiovaikuttaminen/taloyhtion-strategia/>.

Isännöintiliitto 2024d. Isännöinti on taloyhtiömaailman asiantuntija. Viitattu

9.9.2024. <https://www.isannointiliitto.fi/mita-on-isannointi/isannointiala/isannointi-on-taloyhtiomaailman-asiantuntija/>.

Isännöintiliitto 2024e. Taloyhtiön kunnossapitovastuu. Viitattu 9.9.2024.:

<https://www.isannointiliitto.fi/taloyhtion-kunnossapitovastuu/>.

Ketola, S. 2021. Sisäisen palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. Viitattu 11.9.2024.

[https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/352584/Sonja\\_Ketola.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/352584/Sonja_Ketola.pdf?sequence=2&isAllowed=y).

Kiinteistöliitto 2021. Taloyhtiön hyvä hallintotapa: Suositus 2021. Viitattu 12.9.2024.

<https://www.kiinteistoliitto.fi/media/xzvpwd1d/taloyhtionhyvahallintotapa-suositus2021.pdf>.

Kiinteistöliitto 2024. Kiinteistöliiton jäsenyytyväisyys–Keski-Suomen Kiinteistöliitto. Viitattu 30.10.2024. [jäsenyytyväisyys2024\\_kiinteistoliittokeski-suomi.pdf](#)

Kiinteistömedia 2017. Näin laadimme strategian. Viitattu 27.8.2024.

<https://storage.googleapis.com/kiinteistomedia-wp/sites/9/2017/06/Nain-laadimme-strategian.pdf>.

Korkiakoski, K. & Ylikoski, T. 2013. Suositelun johtamisen pikaopas. Futurelab.

Kotitalo-lehti n.d. Voiko kuka tahansa ryhtyä isännöitsijäksi? Viitattu 30.8.2024.

<https://www.kotitalolehti.fi/kysy-isannoinnista/voiko-kuka-tahansa-ryhtya-isannoitsijaksi/>.

Laki24. 2024. Isännöitsijän vastuu. Viitattu: 3.9.2024.

<https://laki24.fi/isannoitsijan-vastuu/>.

Lehtinen, J.R. 2004. Asiakkuuksien aktiivinen johtaminen. Helsinki: Edita Yritysjulkaisut.

Löytänä, J. & Korkiakoski, K. 2014. Asiakkaan aikakausi: Rohkeus + Rakkaus = Raha. Talentum.

Löytänä, J. & Kortesoja, K. 2011. Asiakaskokemus – Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum.

Maininki Oy 2024. Maininki yrityksenä. Viitattu 12.9.2024.

[https://www.maininkioy.fi/maininki\\_yrityksena/](https://www.maininkioy.fi/maininki_yrityksena/).

Nironen, K. 2015. Asiakaskokemus ja sen johtaminen NPS:n avulla. Lahden ammattikorkeakoulu. Viitattu 25.8.2024.: [Asiakaskokemus ja sen johtaminen NPS:n avulla \(theseus.fi\)](#).

OpenAI DALL-E. 2024. Annual Schedule for Property Manager's Tasks. Online Diagram. Viitattu. 13.9.2024. <https://diagrams.helpful.dev/d/d>.

Sallinen, M.; Kaivanto, K.; Hellevaara, M.; Sorsa, S.; Kelola, M.; Joensuu, M.; Salo K.; Ruutu, K.; Kanerva, J.; Elosuo, M.; Peltonen, K.; Viljakainen, M.; Miikki, A.; Kaivanto, K.; Järvinen, J.; Suomela, J.; Pennanen, M.; Käpymäki, T.; Mäkinen, J.; Päivärinne, H.; Mäkinen, J.; Virta, J.; Johansson, T.; Kinnunen, H. & Pynnönen, K. 2018. Isännöinnin käsikirja. Helsinki. Kiinteistöalan Kustannus Oy.

Tanner, R. 2024. Strategiasta käytäntöön. 80/20-sääntö uudistumisen vauhdittajana. Viitattu 27.8.2024. [[Strategiasta käytäntöön \(2024\) \(turkuamk.fi\)](#)] bisneskirjasto-almatalent.

Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto 2024a. Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Viitattu 12.9.2024.

<https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/>.

Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto 2024b. Laadullisen tutkimuksen käsikirja. Viitattu 12.9.2024.

<https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvanti/ohjeet/johdanto/>.