



Asiakastyytyväisyys: mittaaminen ja tulosten hyödyntäminen liiketoiminnassa

Leevi Laajala

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Tradenomi, liiketalous

Opinnäytetyö

2025

Tiivistelmä

Tekijä(t) Leevi Laajala
Tutkinto Tradenomi
Opinnäytetyön nimi Asiakastyytyväisyys: mittaaminen ja tulosten hyödyntäminen liiketoiminnassa
Sivu- ja liitesivumäärä 29 + 12
<p>Opinnäytetyössä selvitettiin Arica Fit Oy:n asiakastyytyväisyyden nykytila sekä kehityskohteet asiakaskokemuksen parantamiseksi. Työn taustalla oli tarve saada ajankohtaista ja luotettavaa tietoa asiakkaiden kokemuksista ja näkemyksistä yrityksen palveluista. Lisäksi Arica Fit on opinnäytetyön kirjoittajan perheen omistama yritys, jossa kirjoittaja itsekin työskentelee. Tavoitteena oli suunnitella, toteuttaa ja analysoida asiakastyytyväisyyskysely, jonka pohjalta yritys voisi parantaa asiakaskokemustaan. Työ rajattiin koskemaan kuntosali- ja ryhmäliikunta-asiakkaita, ja tutkimus toteutettiin huhtikuussa 2025. Päättökysymyksenä oli, kuinka tyytyväisiä Arica Fitin nykyiset kuntosali- ja ryhmäliikunta-asiakkaat ovat yrityksen palveluihin. Alaongelmina selvitettiin, mitkä asiat vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen sekä kuinka sitä mitataan ja parannetaan. Mitkä asiat vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen?</p> <p>Opinnäytetyön tietoperustassa käsiteltiin asiakaskokemuksen ja asiakastyytyväisyyden merkitystä liiketoiminnalle, asiakaskokemuksen mittaamista sekä asiakastutkimuksen suunnitteluun ja toteutukseen liittyviä keskeisiä periaatteita. Työssä esiteltiin myös yleisimmin käytetyt asiakastyytyväisyyden mittarit, kuten NPS, CSAT ja CES.</p> <p>Itse asiakastyytyväisyystutkimus oli kvantitatiivinen tutkimus, joka toteutettiin sähköisenä kyselynä. Se sisälsi sekä strukturoituja että avoimia kysymyksiä, ja kyselyyn vastasi 431 asiakasta, jolloin vastausprosentiksi muodostui 43,1 %. Aineiston analysoinnissa käytettiin tilastollista tarkastelua ja avointen vastausten sisältöä analysoitiin tekoälyn avulla.</p> <p>Tulosten perusteella Arica Fitin asiakkaat olivat pääosin erittäin tyytyväisiä yrityksen palveluihin. NPS-luku oli 85 ja muiden tyytyväisyyttä kuvaavien kysymysten keskiarvo noin 4,5/5. Yksittäisiksi kehityskohteiksi nousivat muun muassa kuntosalin ilmanvaihto ja ruuhkahuiput sekä ryhmäliikuntatuntien ajankohdat ja monipuolisuus. Johtopäätöksenä todettiin, että yrityksen asiakastyytyväisyys on erinomaisella tasolla, mutta asiakaskokemusta voidaan edelleen parantaa reagoimalla kyselyssä selvinneisiin ongelmakohtiin ja kehittämällä palveluita palautteen pohjalta. Tuloksia voidaan hyödyntää konkreettisina suuntaviivoina palveluiden kehittämisessä ja niiden avulla voidaan seurata asiakastyytyväisyyden kehitystä yrityksessä.</p>
Asiasanat Asiakastyytyväisyys, asiakaskokemus, asiakastyytyväisyystutkimus, asiakaskokemuksen kehittäminen, asiakaskokemuksen mittaaminen, kuntosali

Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Opinnäytetyön tausta ja rajaukset.....	2
1.2	Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset	2
1.3	Arica Fit Oy	3
2	Asiakaskokemus	4
2.1	Asiakastyytyväisyys	4
2.2	Asiakaskokemuksen mittaaminen.....	5
2.3	Asiakastutkimus	5
2.4	Asiakaskokemuksen mittarit	6
2.4.1	Net Promoter Score.....	6
2.4.2	CSAT, CES	7
3	Tutkimuksen toteutus	8
3.1	Kvantitatiivinen tutkimus	9
3.2	Aineiston keruu ja analysointi	9
3.3	Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti.....	10
4	Tutkimustulokset	12
4.1	Vastaajien taustakysymykset.....	12
4.2	Kuntosaliin liittyvät kysymykset.....	16
4.3	Ryhmäliikuntaan liittyvät kysymykset.....	18
4.4	Kuntosaliin ja ryhmäliikuntaan liittyvät kysymykset.....	19
4.5	Yleiset kysymykset.....	21
5	Yhteenveto ja johtopäätökset.....	26
5.1	Tutkimuksen johtopäätökset ja kehitysehdotukset.....	26
5.2	Opinnäytetyöprosessin arviointi	26
	Lähteet.....	28
	Liitteet	30
	Liite 1. Kyselytutkimuslomake	30

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö käsittelee asiakastyytyväisyyskyselyn suunnittelua, toteutusta ja tulosten analysointia Arica Fit Oy:lle. Työn tavoitteena on selvittää, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat yrityksen palveluihin, ja tunnistaa kehityskohteita asiakaskokemuksen parantamiseksi. Kyselytutkimuksen avulla pyritään saamaan konkreettista ja mitattavaa palautetta asiakkaiden näkemyksistä yrityksen tarjoamista palveluista ja niiden laadusta. Valitsin aiheen siksi, että Arica Fit on perheeni omistama yritys, jonka toiminnassa olen itsekin tiiviisti mukana. Lisäksi opinnäytetyöprosessi ajoittui samaan ajankohtaan kuin yrityksen suunnittelema asiakastyytyväisyyskysely, joten oli luonnollista yhdistää nämä kaksi.

Työ on tehty ennen kaikkea toimeksiantajaa varten: tutkimuksesta toivotaan saatavan kattava tilanne yrityksen nykyisten asiakkaiden tyytyväisyydestä sekä mahdollisista kehitysehdotuksista palvelun parantamiseksi. Lisäksi uskon, että työstä voi olla hyötyä muillekin alan yrityksille. Tietoperustassa on käsitelty kattavasti asiakaskokemukseen ja sen mittaamiseen vaikuttavia tekijöitä, joita muut yritykset voivat mahdollisesti hyödyntää omia asiakastyytyväisyystutkimuksiaan tehdessä.

Opinnäytetyön rakenne noudattaa Haaga-Helian tutkimustyyppisen opinnäytetyön rakennetta. Johdannon alaluvuissa käydään tarkemmin läpi opinnäytetyön taustaa, tavoitteita, tutkimuskysymyksiä ja rakennetta. Tietoperustassa ja sen alaluvuissa käsitellään kattavasti asiakaskokemusta, asiakastyytyväisyyttä, niiden mittaamista ja tulosten hyödyntämistä asiakaskokemuksen kehittämässä. Kolmannessa osassa kuvataan, kuinka itse tutkimus on toteutettu ja pohditaan sen luotettavuutta. Lisäksi käsitellään yleisellä tasolla kvantitatiivista tutkimusta ja sen luotettavuutta. Neljännessä luvussa käydään läpi kattavasti toteutetun asiakastyytyväisyyskyselyn vastaukset. Viimeisessä osiossa analysoidaan kyselyn tuloksia sekä tehdään niistä johtopäätöksiä ja tutkimusehdotuksia. Lisäksi pohditaan opinnäytetyöprosessia ja kirjoittajan oppimista. Taulukossa 1 kuvattu peittomatriisi auttaa hahmottamaan työn rakennetta sekä tietoperustan ja empiirisen osion yhteyksiä.

Taulukko 1. Peittomatriisi

Tutkimusongelmat	Tietoperusta (luku)	Tulokset (luku)
Kuinka tyytyväisiä Arica Fitin kuntosali- ja ryhmäliikunta-asiakkaat ovat yrityksen palveluihin?	-	5
Mitkä asiat vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen?	2.1	5
Kuinka asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata?	2.2–2.4	5

Kuinka asiakastyytyväisyyttä voidaan parantaa?	2.5	5
--	-----	---

1.1 Opinnäytetyön tausta ja rajaukset

Tämä opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Arica Fit Oy:lle, mutta idea opinnäytetyölle syntyi omasta tarpeesta. Arica Fit on perheeni omistama yritys, ja olen itsekin tiiviisti mukana yrityksen arjessa vastaten muun muassa Arica Fitin taloushallinnosta ja markkinoinnista. Asiakaslähtöisyys ja -tyytyväisyys ovat olleet meille tärkeitä yrityksen toimintaa ohjaavia tekijöitä alusta asti, minkä vuoksi toteutamme kerran vuodessa laajan asiakastyytyväisyyskyselyn kaikille asiakkaillemme. Vuoden 2025 kysely oli vielä tekemättä ja opinnäytetyön tekeminen oli itselleni ajankohtaista, joten oli luonnollista yhdistää nämä kaksi asiaa.

Opinnäytetyö ja tutkimus rajattiin koskemaan vain Arica Fitin nykyisiä kuntosali- ja ryhmäliikunta-asiakkaiden asiakastyytyväisyyttä. Työn ulkopuolelle siis rajattiin muun muassa Arica Fitin entiset asiakkaat sekä hierontapuolen asiakkaat ja muut yrityksen palvelut, kuten personal trainer -palvelut, hieronnat ja yritysasiakkaat. Rajaus tehtiin sekä opinnäytetyön ja tutkimuksen yksinkertaistamiseksi että toimeksiantajan toiveesta: kuntosali- ja ryhmäliikunta-asiakkaat ovat yrityksen liiketoiminnan kannalta merkittävimpiä, joten panostaminen ensisijaisesti heidän asiakaskokemukseensa ja sen mittaamiseen on liiketoiminnan kannalta kannattavinta.

1.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön tutkimuksen tavoitteena on selvittää Arica Fit Oy:n nykyisten kuntosali- ja ryhmäliikunta-asiakkaiden tyytyväisyyden taso yrityksen tarjoamiin palveluihin ja niiden laatuun. Tämän selvittämiseksi kaikille yrityksen nykyisille asiakkaille lähetettiin asiakastyytyväisyyskysely. Apuna kyselyn laatimisessa ja tutkimusongelman selvittämisessä edellä mainitusta pääongelmasta johdettiin kolme alakysymystä:

- Mitkä asiat vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen?
- Kuinka asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata?
- Kuinka asiakastyytyväisyyttä voidaan parantaa?

Tutkimuksen pääkysymyksen ja näiden alakysymysten avulla tarkoituksena on saada mahdollisimman kattava kuva Arica Fitin asiakkaiden tyytyväisyydestä yrityksen palvelun laatuun. Lisäksi vastauksista pyritään tunnistamaan kehityskohteita, joiden avulla Arica Fit voi tulevaisuudessa parantaa asiakastyytyväisyyttä entisestään. Lisäksi kyselyn tuloksia hyödynnetään yrityksessä sisäisesti myös aiempiin asiakastyytyväisyyskyselyihin. Tämän avulla yritys näkee kehityssuunnan

asiakkaidensa tyytyväisyydessä ja pystyy arvioimaan, ovatko toimet asiakastyytyväisyyden parantamiseksi toimineet. Vertailu kuitenkin rajattiin opinnäytetyön ulkopuolelle eli tässä kirjoituksessa käsitellään vain tämän vuoden kyselyä.

1.3 Arica Fit Oy

Opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Arica Fit Oy:lle. Arica Fit on Äänekoskella sijaitseva kuntokeskus, joka on perustettu alkuvuodesta 2023. Yrityksen toimiala on liikuntapalvelut. Yrityksen vuonna 2024 päättyneen tilikauden liikevaihto oli 369 000 euroa ja tulos 31 000 euroa. (Finder 2025.)

Arica Fit on Ääneseudun suurin ja monipuolisin kuntokeskus; se tarjoaa saman katon alta suuren, noin 2000 neliömetrin kuntosalin, viidentoista viikkotunnin ryhmäliikuntakalenterin, personal trainer-palvelut, kehonkoostumusmittaukset, hieronta- ja hemmotteluhoidot, sauna- ja kokoustilojen vuokraamisen sekä työhyvinvointipäivät yrityksille. Yrityksen verkkokaupasta asiakas voi ostaa määräaikaisen tai toistaiseksi voimassa olevan kuntosali- tai yhdistelmäjäsenyyden sekä kertakäyntejä ja kymppikortteja. Yrityksen kilpailuetuina ovat suurten ja monipuolisten tilojen ja palvelujen lisäksi jäsenyydet, joissa ei ole lainkaan irtisanomisaikaa, vaan sen voi irtisanoa milloin tahansa kuluvan laskutuskauden loppuun. Arica Fit on perheyritys, jonka omistajina ovat isäni ja hänen vaimonsa. He pyörittävät yrityksen arkea itseni ja muutaman työntekijän lisäksi. Oma roolini yrityksessä on pääasiassa hallinnollisten tehtävien, kuten kirjanpidon ja laskutuksen hoitaminen. Opinnäyteprosessin ja tutkimuksen tekohetkellä Arica Fitillä on yhteensä noin tuhat aktiivista asiakkuutta sisältäen kaikki jäsenyydet ja kertakortit. (Arica Fit Oy 2025.)

2 Asiakaskokemus

Asiakaskokemus tarkoittaa asiakkaan kokonaiskuvaa yrityksestä, joka muodostuu erilaisten kohtaamisten kautta. Tämä käsitys rakentuu asiakkaan ja yrityksen välisissä kosketuspisteissä tapahtuneista vuorovaikutustilanteista, yrityksen herättämistä tunteista sekä asiakkaan aiemmista ja uusista mielikuvista. (Korkiakoski & Karhinen 2019, 19.)

Kun yritys panostaa asiakaskokemuksen parantamiseen, se saa siitä monenlaisia etuja, kuten taloudellista menestystä. Esimerkiksi Boston Consulting Groupin tekemän tutkimuksen mukaan 20 yritystä, joilla oli korkein asiakastyytyväisyys S&P500-yrityksistä tuottivat omistajilleen jopa kaksinkertaisen tuoton muihin indeksiin yrityksiin verrattuna. Hyvän asiakaskokemuksen tuoma taloudellinen menestyminen johtuu niin tyytyväisten asiakkaiden korkeammasta asiakkuuden arvosta kuin kustannussäästöistä esimerkiksi asiakaspalvelu- ja markkinointikuluissa. (Korkiakoski 2023, 26.)

2.1 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyys tarkoittaa sitä, kuinka tyytyväisiä tai tyytymättömiä asiakkaat ovat yrityksen tarjoamiin tuotteisiin tai palveluihin (American Society for Quality s.a.) Asiakastyytyväisyys on keskeinen tekijä yrityksen menestyksessä ja laadunhallinnassa. Se muodostuu asiakkaan kokemuksesta tuotteen tai palvelun laadusta, hinnasta ja asiakaspalvelusta. (Suomi.fi 2022.)

Kuluttajat valitsevat usein monista tuote- ja palveluvaihtoehdoista sen, joka tuottaa hänelle eniten arvoa ja tyytyväisyyttä. Asiakkaat muodostavat odotuksensa tuotteen tai palvelun laadusta ja hyödyistä, ja tekevät ostopäätöksensä näiden odotusten pohjalta. Asiakastyytyväisyyteen panostaminen onkin tärkeää, koska tyytyväiset asiakkaat todennäköisimmin ostavat uudelleen ja suosittelivat kokemustaan muille. Vastaavasti tyytymättömät asiakkaat saattavat siirtyä kilpailijoiden asiakkaiksi ja jakaa negatiivista kokemustaan eteenpäin. (Kotler, Armstrong & Balasubramanian 2024, 31.)

Asiakasodotusten asettaminen realistiselle tasolle on tärkeää asiakastyytyväisyyden kannalta. Liian matalalle asetettu rima saattaa kyllä ylittää asiakkaiden odotukset, mutta ei välttämättä onnistu houkuttelemaan tarpeeksi asiakkaita. Vastaavasti liian korkeiden odotusten seurauksena saattaa olla pettynyt asiakas, vaikka tuote tai palvelu olisi sinänsä laadukas. Asiakastyytyväisyys on keskeinen tekijä rakennettaessa ja ylläpidettäessä vahvoja asiakassuhteita. (Kotler, Armstrong & Balasubramanian 2024, 31.)

2.2 Asiakaskokemuksen mittaaminen

Jotta asiakaskokemusta voidaan kehittää ja hyödyntää liiketoiminnassa, sitä täytyy ensin mitata. Asiakaskokemuksen mittaaminen on tärkeä osa asiakaslähtöistä liiketoimintaa, ja sen avulla voidaan saavuttaa monia konkreettisia hyötyjä. Ensinnäkin asiakaskokemuksen mittaaminen auttaa ymmärtämään, millaisia kokemuksia asiakkaille syntyy asiakassuhteen aikana asiakaspolun eri kosketuspisteissä. Mittaamisen avulla saadaan tärkeää palautetta siitä, miten prosesseihin ja toimintamalleihin tehdyt muutokset näkyvät asiakkaiden arjessa. Asiakaspalaute toimiikin arvokkaana tukena kehittämistyössä ja päätöksenteossa, kun mietitään palveluiden parantamista asiakkaan näkökulmasta. (Korkiakoski 2023, 125.)

Toiseksi mittaaminen auttaa myös asiakassegmenttien erottelussa. Yritys voi esimerkiksi tunnistaa nopeasti tyytymättömät asiakkaat, joihin voidaan reagoida sekä erittäin tyytyväiset asiakkaat, joita voidaan kiittää ja sitouttaa entisestään. Asiakaskokemusta mittaamalla asiakkaan ääni pysyy jatkuvasti mukana yrityksen kehittämistyössä, ja yritys voi rakentaa kannattavaa kasvua muuttamalla toimintaansa asiakaskeskeisemmäksi. (Korkiakoski 2023, 125.)

Kolmanneksi on tärkeää huomata, että asiakaskokemuksen mittaaminen ei ole sama asia kuin brändi- tai mainetutkimus. Sen tulisi aina perustua asiakkaan omaan kokemukseen yrityksen palveluista ja toiminnasta. Mittaaminen täydentää asiakasymmärrystä ja toimii käytännön työkaluna asiakaskokemuksen johtamiseen ja parantamiseen kuitenkin vain, kun sitä käytetään oikein. Yritysten suurimpia haasteita asiakaskokemuksen mittaamisessa ovat muun muassa, ettei sitä tehdä lainkaan, koska sitä ei koeta tarpeelliseksi tai asiakaskokemusta kyllä mitataan, mutta tuloksia ei hyödynnetä liiketoiminnan kehittämiseksi. Kun asiakaskokemusta mitataan ja tuloksia hyödynnetään strategisesti, saadaan koko liiketoimintaa hyödyttäviä tietoja. (Korkiakoski 2023, 126.)

2.3 Asiakastutkimus

Asiakaskokemusta voidaan mitata asiakastutkimusten avulla. Asiakastutkimus tarkoittaa nykyisten ja potentiaalisten asiakkaiden toimintaa ja/tai toimintaan vaikuttavia tekijöitä ja niiden arvoa yrityksen liiketoiminnalle. Se on kattotermi asiakkaan tutkimisen eri osa-alueille, joita ovat esimerkiksi markkina- ja käyttäjätutkimus. (Pöyhönen, Santavuori & Mustonen 2023, 57.)

Pöyhösen, Santavuoren ja Mustosen (2023, 58) mukaan asiakastutkimus koostuu kolmesta eri osa-alueesta. Ensimmäinen osa-alue on asiakkaan suhde yrityksen liiketoimintoihin sekä palveluihin ja tuotteisiin. Osa-alueen tutkimuskohteita ovat esimerkiksi ostokäyttäytyminen, brändimielikuvat ja asiakkaan kokemukset alan toimijoista. Toinen osa-alue syventyy itse asiakkaaseen; hänen motiiveihinsa, arvoihinsa, asenteisiinsa ja muihin taustatekijöihin, jotka vaikuttavat hänen käyttäytymiseensä. Tutkimuksessa pyritään selvittämään, miksi asiakas toimii tietyllä tavalla tai

muodostaa tietynlaisia mielikuvia. Kolmannen osa-alueen tavoitteena on selvittää ulkopuolisia tekijöitä, jotka vaikuttavat asiakkaan käyttäytymiseen ja sen muutokseen.

2.4 Asiakaskokemuksen mittarit

Asiakaskokemuksen mittaaminen on usein haastavaa, eikä siihen ole kehitetty yhtä yleispätevää mittaamisen keinoa. Ensinnäkin yritykset ovat hyvin erilaisia ja tavoittelevat erilaisia asiakaskokemuksia, eikä jonkin yrityksen käyttämä mittari ole relevantti toiselle. Lisäksi mittareiden avulla tulisi saada mahdollisimman perinpohjaista tietoa, jonka avulla voidaan paitsi nykytilaa myös yrityksen tekemien muutosten seurauksia. (Saarijärvi & Puustinen 2020, osa 3.)

Koska mittareita ja niiden käyttötarkoituksia on monia, tulee yritysten ensiksi tunnistaa oman liiketoimintansa kannalta oleellimmat asiakaskokemuksen tavoitteet ja niihin sopivat mittarit. Korhikoski ja Karhinen (2019, 64–75) tunnistavat kolme lähtökohtaa asiakaskokemuksen mittareiden valintaan, jotka tähtäävät laadulliseen, tehokkuuden ja asiakaspääoman kehittämiseen. Laadullisen kehityksen mittareiden tavoitteena on selvittää asiakkaan kokemuksia aiemmista kohtaamisista yrityksen kanssa. Tähän tarkoitukseen sopii esimerkiksi NPS, josta lisää myöhemmin. Tehokkuuden kehittämiseen sopivat mittarit eivät yleensä ole peräisin suoraan asiakkaan antamista palautteista, vaan yrityksen keräämästä datasta. Esimerkiksi kuntosalin tapauksessa tällainen mittari voisi olla kuntosalin käyttöaste. Asiakaspääoman mittarit kertovat, miten yrityksen asiakkuuksien arvo kehittyy. Niiden avulla voidaan ymmärtää tarkemmin, kuinka yrityksen tekemät muutokset asiakaskokemukseen vaikuttavat koko liiketoimintaan. Asiakaspääoman mittareita ovat esimerkiksi asiakaspoistuma ja elinkaariarvo.

2.4.1 Net Promoter Score

Net Promoter Score (NPS-indeksi) tarkoittaa asiakkaan suositteluhalukkuutta. Sitä mitataan kysymällä asiakkaalta, kuinka todennäköisesti hän suosittelisi yritystä tai sen tuotetta tai palvelua asteikolla 0–10. Vastaajat jaetaan vastauksensa perusteella suosittelijoihin (9–10), passiivisiin (7–8) ja kriittisiin (0–6). NPS-luku saadaan, kun suosittelijoiden osuudesta vähennetään kriittisten vastaajien osuus, passiiviset jätetään huomiotta. Näin ollen indeksin skaala on -100 (ei yhtään suositelijaa) ja +100 (ei yhtään arvostelijaa) välillä. (Saarijärvi & Puustinen 2020, osa 3.)

NPS on yleisesti käytetty suositteluhalukkuuden ja asiakastyytyvyyden mittari sen yksinkertaisuuden vuoksi. Asiakkaalle vastaaminen on usein helppoa ja nopeaa, mikä nostaa vastausprosenttia. Lisäksi yrityksille sen toteuttaminen on halpaa ja yksinkertaista. (Saarijärvi & Puustinen 2020, osa 3.)

NPS-indeksiä on kuitenkin kritisoitu muun muassa sen yksinkertaisuudesta ja raja-arvoista. Koska mittari yksinkertaistaa asiakastytyväisyyden vain yhteen suositteluhalukkuutta mittaavaan kysymykseen, se soveltuu huonosti tarkempaa tarkastelua vaativiin asiakaskokemuksen tasoihin. (Saarijärvi & Puustinen 2020, osa 3.) Myös NPS-indeksin raja-arvot saattavat olla vaikeasti ymmärrettäviä ja perusteltavissa. Asiakkaan ja tutkijan voi olla vaikea ymmärtää, mitä eroa on esimerkiksi kuudella ja seitsemällä. Lisäksi negatiivisten suuri osuus koko skaalasta laskee NPS-lukua nopeasti, vaikka vastausten keskiarvo olisikin korkeahko. Myös tyytyväisyyden muutoksen mittaaminen NPS-indeksillä on hankalaa: vaihtoehdot nolla ja kuusi antavat molemmat negatiivisen indeksin, vaikka toinen on huomattavasti parempi. Näiden vuoksi on tärkeää, että NPS-indeksiä käytetään oikeissa asiayhteyksissä ja pelkän NPS-luvun sijaan vastauksia tarkastellaan kokonaisvaltaisesti. (Kataja 23.10.2019.)

2.4.2 CSAT, CES

CSAT eli customer satisfaction score on asiakastytyväisyyden mittari, jolla mitataan asiakkaan kokemusta tietyssä kohtaamispisteessä. Sitä voidaan kysyä esimerkiksi heti ostotapahtuman tai asiakaspalvelutilanteen jälkeen, jolloin saadaan selville asiakkaan tyytyväisyys kyseisessä tilanteessa. Kyselyssä asiakasta pyydetään arvioimaan tyytyväisyyttään asteikolla 1–5, jossa yksi tarkoittaa erittäin tyytymätöntä ja viisi erittäin tyytyväistä. CSAT-tulos lasketaan jakamalla arvosanan 4–5 eli tyytyväisten asiakkaiden määrä kaikkien vastaajien määrällä ja kertomalla tulos sadalla. Näin tulokseksi saadaan prosenttiluku, jolla saadaan nopea ja selkeä kuva siitä, kuinka hyvin yritys täyttää asiakkaidensa odotukset tietyssä tilanteessa. (Trustmary 2024.)

CES eli customer effort score on mittari, jolla mitataan, kuinka helppoa asiointi yrityksen kanssa oli. Tyypillisesti CES-kyselyssä asiakasta pyydetään arvioimaan väitettä ”yritys teki asiani hoitamisesta helppoa” ja pyydetään arvioimaan vaivannäköä asteikolla 1–7, jossa yksi tarkoittaa täysin eri mieltä ja seitsemän täysin samaa mieltä. CES-tulos lasketaan yleensä jakamalla vähintään arvosanan viisi antaneiden vastaajien määrä kaikkien vastaajien määrällä ja kertomalla tulos sadalla, jolloin saadaan asiointin helppoutta kuvaava prosenttiluku. (Trustmary 2024.)

3 Tutkimuksen toteutus

Siinä missä akateemisen tutkimuksen tavoitteena on tuottaa uutta tietoa tiedon itsensä vuoksi, asiakastutkimuksen tavoitteena on tuottaa liiketoiminnalle merkityksellistä tietoa. Yhteistä molemmille on tuottaa mahdollisimman luotettavaa tietoa, minkä takaa tieteellinen lähestymistapa. Tieteellinen lähestymistapa on tärkeää myös siksi, että tutkimus ja sen analyysi on objektiivista ja asiakkaan kokemuksesta pohjautuvaa, eivätkä tutkijan tai toimeksiantajan asenteet vaikuta siihen. (Pöyhönen, Santavuori & Mustonen 2023, 80.)

Tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi valikoitui kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus, joka toteutettiin asiakkaille lähetetyllä anonyymillä kyselytutkimuslomakkeella. Kyselylomaketutkimuksessa vastaajille lähetetään kysymykset kirjallisesti, jotka vastaaja itse lukee ja vastaa kysymyksiin kirjallisesti. Kyselylomake aineistonkeruutapana soveltuu hyvin tutkimuksiin, joissa aineisto kerätään suurelta joukolta ihmisiä. Lisäksi etuna on, että vastaaja jää tuntemattomaksi – olettaen ettei lomakkeella kysytä tunnistettavia tietoja. Kyselylomaketutkimuksen haittapuolena on, että vastausprosentti saattaa jäädä alhaiseksi. (Vilkka 2025, luku 4.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen tärkein asia on itse kyselylomakkeen suunnittelu. Lomakkeen suunnittelussa tärkeää on, että tiedostetaan tutkimuksen tavoitteet ja luodaan kysymykset sen pohjalta. Tavoitteiden ja tutkimuskysymysten pohjalta voidaan myös määritellä, millä taustamuuttujilla (kuten sukupuoli ja ikä) on vaikutusta tutkittaviin asioihin. Kyselylomakkeen kysymykset voivat olla monivalintakysymyksiä eli strukturoituja, avoimia kysymyksiä tai näiden väliltä olevia sekamuotoisia kysymyksiä. Strukturoidut kysymykset ovat vakioituja eli ne kysytään kaikilta vastaajilta samalla tavalla, millä tavoitellaan tulosten vertailtavuutta. Avointen kysymysten tavoitteena on saada vastaajien spontaaneja mielipiteitä, joiden vastaamista ei ole rajoitettu. Sekamuotoisissa kysymyksissä osa vastausvaihtoehdoista on annettu valmiiksi, mutta niiden lisäksi on mahdollista antaa avoin vastaus. Sekamuotoisia kysymyksiä käytetään, kun on aiheellista olettaa, ettei vastaaja tunne kaikkia aiheeseen liittyviä vaihtoehtoja. (Vilkka 2025, luku 4.)

Arica Fit on toteuttanut samankaltaisen asiakastytyväisyyskyselyn jo viime vuonna. Toimeksiantajan toiveesta myös tämä kysely laadittiin viime vuoden kyselyyn pohjautuen, jotta tulokset olisivat mahdollisimman vertailukelpoisia keskenään. Kysely kuitenkin käytiin tarkasti läpi tämän opinnäytetyön tietoperustaan pohjautuen ja sitä tarvittaessa muokattiin, jotta tutkimus on mahdollisimman luotettava. Kyselyrunko on opinnäytetyön liitteenä (liite 1).

3.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus tarkoittaa tutkittavan tiedon esittämistä numeroilla ja sen analysoimista tilastollisin menetelmin. Määrällinen tutkimus sopii erityisesti tilanteisiin, joissa vastaajia on erityisen paljon ja vastaukset voidaan esittää numeerisesti. Koska kvantitatiivisen tutkimuksen kysymykset ovat strukturoituja eli vakioituja, eri vastaukset ovat keskenään vertailukelpoisia. (Vilkkä 2007, 13–15.)

Tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen lähestymistapa, koska sen avulla voidaan mitata asiakastyytyväisyyttä numeerisesti ja vertailla tuloksia helposti. Kvantitatiivinen tutkimus mahdollistaa suuremman otoskoon ja tilastollisen analyysin, mikä tukee johtopäätösten yleistettävyyttä. Kyselylomake sisälsi pääosin suljettuja kysymyksiä, joissa käytettiin Likertin asteikkoa (1–5), jotta vastauksia voitiin vertailla keskenään.

3.2 Aineiston keruu ja analysointi

Tämä tutkimus toteutettiin määrällisenä kyselytutkimuksena, jonka tiedonkeruumenetelmä oli vastaajille lähetettävä sähköinen, Webropol-ohjelmalla tehty kyselylomake. Sähköinen kyselylomake valittiin tiedonkeruumenetelmäksi, koska paperiseen lomakkeeseen verrattuna se on nopea toteuttaa ja lähettää vastaajille, ja heidän on nopea vastata siihen. Lisäksi sähköisen kyselyn tuloksia on helpompi ja nopeampi analysoida, koska Webropol-ohjelma laati vastauksista valmiiksi taulukot ja vastauksia pystyy helposti vertailemaan keskenään valitsemalla haluamiaan muuttujia.

Toimeksiantajan toiveesta tutkimuksen kohderyhmä oli kaikki Arica Fitin kuntosali- ja ryhmäliikunta-asiakkaat, joilla oli kyselyn toteutushetkellä voimassa oleva jäsenyys. Tämä siis sisälsi kaikki asiakkuudet toistaiseksi voimassa olevista jäsenyyksistä kertakäynteihin. Koska tutkimuksella pyrittiin selvittämään mahdollisimman laajasti Arica Fitin asiakkaiden tyytyväisyyttä, lähetettiin kysely kaikille asiakkaille. Kyselyn toteuttamishetkellä Arica Fitillä oli tuhat voimassa olevaa asiakkuutta, joille kysely lähetettiin sähköpostitse sekä lomakkeen aukiolon ensimmäisenä että viimeisenä päivänä. Lisäksi kuntosalin seinille ja ilmoitustaululle jaettiin paperisia lomakkeita, jotka sisälsivät QR-koodin kyselyyn.

Kysely oli avoinna 21.4.2025 – 27.4.2025 välisenä aikana. Ajankohta valikoitui kevääseen opinnäytetyöprosessin ajoittumisen vuoksi, mutta se oli sopiva myös toimeksiantajan mielestä: keväällä asiakaskunta on monipuolista, sillä mukana on sekä pitkäaikaisia asiakkaita että alkuvuodesta tulleita uusia asiakkaita. Huhtikuussa suurin osa ei myöskään ole ehtinyt asettaa jäsenyyttään kesätauolle. Asetimme tavoitteeksi saada kyselyyn vähintään 400 vastausta, jotta koko asiakaskunnan tyytyväisyystasosta saataisiin mahdollisimman kattava kuva. Tavoite ylittyi, sillä vastauksia tuli 431 kappaletta, mihin olimme erittäin tyytyväisiä.

Kyselyn tulosten analysointi aloitettiin kyselyn sulkeuduttua, kun kaikki vastaukset oli saatu. Strukturoitujen kysymysten analysoinnissa käytettiin Webpropol-ohjelman omia analytiikkatyökaluja, joiden avulla vastauksia pystyi visualisoimaan erilaisilla graafeilla ja vertailemaan keskenään valitsemalla eri taustatekijöitä. Tuloksia vertailtiin esimerkiksi sukupuolen, iän ja asiakkuuden keston mukaan. Avoimiin kysymyksiin saatiin keskimäärin 50–150 vastausta, joiden analysoinnissa käytettiin apuna ChatGPT-tekoälyä. Vastaukset avoimiin kysymyksiin ladattiin palveluun pdf-tiedostona ja tekoälyä pyydettiin analysoimaan ne käyttämällä kehotetta ”Analysoi vastaukset ja erittele niistä tärkeimmät pääkohdat.” Vastauksena tekoäly antoi tekstin, jossa se tunnisti vastauksista kaikki usein toistuvat teemat ja niiden tarkemmat alakohdat sekä sopivia lainauksia vastauksista. Loppuun tekoäly teki yhteenvetotaulukon ja joissakin tilanteissa myös toimenpide-ehdotuksia. Tekoälyn vastausten luotettavuuden varmistamiseksi kävin kaikki vastauksen myös itse läpi, jotta varmistuin vastausten paikkansapitävyydestä. Tekoälyn analyysit pitivät hyvin paikkansa ja siitä oli erinomainen apu suurten aineistojen analysoinnissa ja toistuvien teemojen tunnistamisessa.

3.3 Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Puhuttaessa tutkimuksen luotettavuudesta erotetaan yleensä kaksi käsitettä: reliabiliteetti ja validiteetti. Yksinkertaistettuna reliabiliteetti tarkoittaa mittauksen tarkkuutta, kun taas validiteetti kertoo, mittaako tutkimus sitä, mitä sen piti. (Vehkalahti 2019, 41.)

Koska tutkimuksen validiteetti tarkoittaa sitä, että tutkitaan oikeaa asiaa, validius tulee ottaa huomioon jo tutkimusta suunniteltaessa. Käytännössä tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että kyselylomakkeen kyselyt esitetään helposti ymmärrettävässä muodossa, jotta vastaajat eivät käsitä niitä väärin. Koko kyselyn tulokset vääristyvät, jos vastaaja ei ajattelekaan tutkijan odottamalla tavalla. Lisäksi on tärkeää, että tutkija itse on sisäistänyt tutkimuksen tavoitteet ja laatii kysymykset siten, että ne käsittävät koko tutkimusongelman. (Vilkkä 2025, luku 7.)

Tutkimuksen reliabiliteetti on sitä tarkempi mitä vähemmän siinä on mittausvirheitä. Toisin sanoen toinen tutkija voi toistaa tutkimuksen ja saada samoja tuloksia. Toisaalta tutkimus luotettava vain oikeassa kontekstissa, eikä tuloksia voi yleistää niiden pätevyysalueen ulkopuolelle. (Vilkkä 2025, luku 7.) Esimerkiksi tämän opinnäytetyön tutkimustulokset ovat luotettavia ja yleistettävissä vain Arica Fitin asiakkaiden keskuudessa, eivätkä välttämättä jossain toisessa yrityksessä.

Yhdessä reliabiliteetti ja validiteetti muodostavat tutkimuksen kokonaisluotettavuuden. Kokonaisluotettavuuden voidaan ajatella olevan hyvä, kun tutkimustuloksissa on mahdollisimman vähän satunnaisuutta ja otos on tarpeeksi kattava. Kokonaisluotettavuus voi heikentyä satunnaisvirheiden vuoksi, jos vastaaja esimerkiksi ymmärtää kysymyksen eri tavalla kuin tutkija tai merkitsee vastauksensa lomakkeeseen väärin. Satunnaisvirheillä ei kuitenkaan välttämättä ole kovin suurta

vaikutusta koko tutkimuksen kannalta, jos tutkija tunnistaa ne ja ottaa niihin kantaa tuloksia analysoidessaan. (Vilkkä 2025, luku 7.)

Tässä tutkimuksessa luotettavuus on huomioitu jo alusta asti. Tämän tutkimuksen kysely pohjautui pitkälti Arica Fitin viime vuonna asiakkailleen toteuttamaan asiakastytyväisyyskyselyyn, jotta tulokset ovat vertailukelpoisia keskenään. Tämän vuoden kysely kuitenkin käytiin tarkasti läpi tämän opinnäytetyön tietoperustaan pohjautuen ja sitä tarvittaessa muokattiin hieman. Kyselyä laatiessa pidettiin mielessä päätutkimuskysymys (nykyisten asiakkaiden tyytyväisyys palveluihin) lomaketta suunniteltaessa ja varmistettiin, että kaikki kysymykset ovat oleellisia. Lisäksi kysymykset laadittiin siten, että ne ovat mahdollisimman helposti ymmärrettävissä ja helposti vastattavissa. Luotettavuutta pyrittiin parantamaan myös pyrkimällä saamaan kyselyn vastausprosentti mahdollisimman korkeaksi lähettämällä kyselystä muistutusviestejä ja tarjoamalla mahdollisuutta osallistua 50 € Arica Fitin lahjakortin arvontaan. Vastaamista helpotti myös se, että suurin osa kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä, joihin vastaaminen on helppoa ja nopeaa.

4 Tutkimustulokset

Toteutettu asiakastyytyväisyyskysely sisälsi yhteensä viisi eri osiota, joista vastaajat vastasivat kolmeen tai neljään riippuen jäsenyytystyyppistään. Ensimmäinen osio koostui taustakysymyksistä, joilla kartoitettiin vastaajien demografisia ja asiakkuuteen liittyviä tietoja, joiden perusteella vastaaja siirrytti hänelle sopivaan osioon. Tähän vastasivat kaikki. Toinen osio sisälsi kuntosaliin liittyviä kysymyksiä, johon vastasivat asiakkaat, joilla oli kuntosalijäsenyys tai -kortti. Kolmas osio koostui ryhmäliikuntaan liittyvistä kysymyksistä ja siihen vastasivat asiakkaat, jotka käyttivät pääasiassa ryhmäliikuntapalveluja. Neljäs osio sisälsi sekä kuntosaliin että ryhmäliikuntaan liittyviä kysymyksiä ja siihen vastasivat yhdistelmäasiakkaat, jotka käyttivät säännöllisesti molempia palveluja. Viidennessä ja viimeisessä osiossa kysyttiin kaikille yleisiä kysymyksiä Arica Fitiin liittyen ja muun muassa suositteluhalukkuutta sekä ostopäätökseen vaikuttaneita tekijöitä.

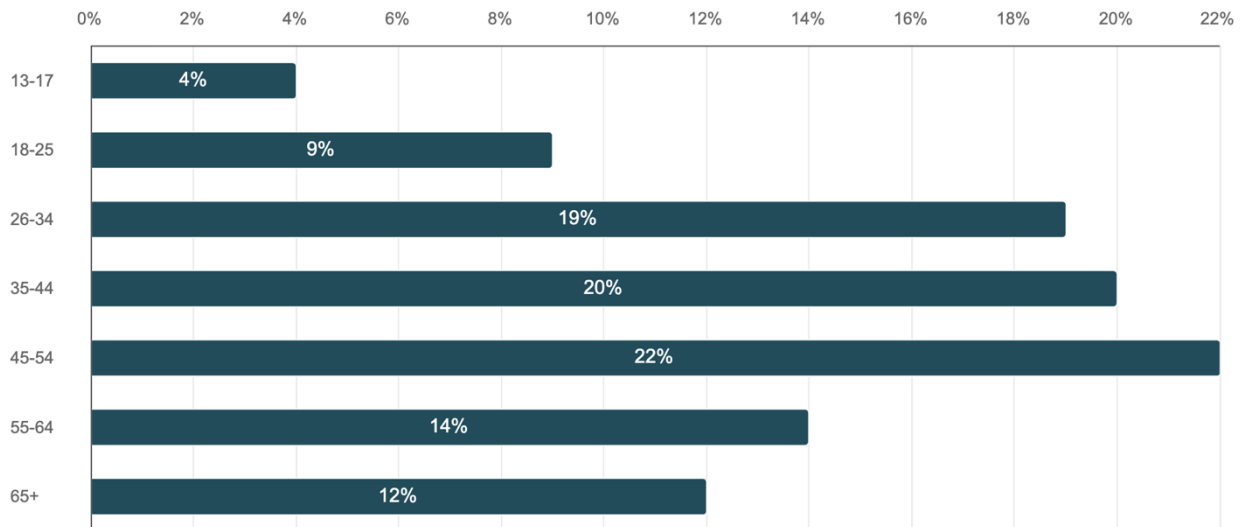
Kaikki osiot koostuivat pääasiassa monivalintakysymyksistä, joihin vastaaminen oli tehty mahdollisimman helpoksi ja yksinkertaiseksi. Osa monivalintakysymyksistä sisälsi useamman väittämän tai alikysymyksen. Monivalintakysymysten lisäksi kaikissa osioissa ensimmäistä lukuun ottamatta oli avoimia vastauslaatikoita, joihin vastaajat pystyivät kirjoittamaan vapaasti omia perustelujaan, toiveitaan ja palautteitaan. Kyselyn monivalintakysymykset olivat pakollisia mutta vapaat vastauslaatikot eivät. Yhteensä kyselylomakkeella oli 24 kysymystä, joista vastaajat vastasivat kahdeksantoista kysymykseen. Vastauksia kyselyyn saatiin yhteensä 431, joka hieman ylitti asetetun 400 vastauksen tavoitteen. Kyselyn lähetyshetkellä Arica Fitillä oli tuhat voimassa olevaa asiakkuutta, joille kaikille kysely lähetettiin. Näin ollen vastausprosentiksi muodostui 43,1 %.

4.1 Vastaajien taustakysymykset

Kyselyn ensimmäisessä kysymyksessä (kuvio 1) kysyttiin vastaajien ikää. Vastausvaihtoehdot oli jaettu seitsemään eri ikähaarukkaan. Vastaajista 18 (4,2 %) ilmoitti olevansa 13–17-vuotiaita. 40 vastaajaa (9,3 %) ilmoitti olevansa 18–25-vuotiaita. 26–34-vuotiaita oli 80 eli 18,6 %. 35–44-vuotiaita oli hieman enemmän; 88 eli 20,4 %. Suurin osa vastaajista kuului ikäryhmään 45–55, yhteensä 96 vastaajaa eli 22,3 %. 55–64-vuotiaita oli 58 (13,4 %) ja yli 65-vuotiaita olivat loput 51 vastaajaa eli 11,8 %.

Ikä?

Vastaajien määrä: 431

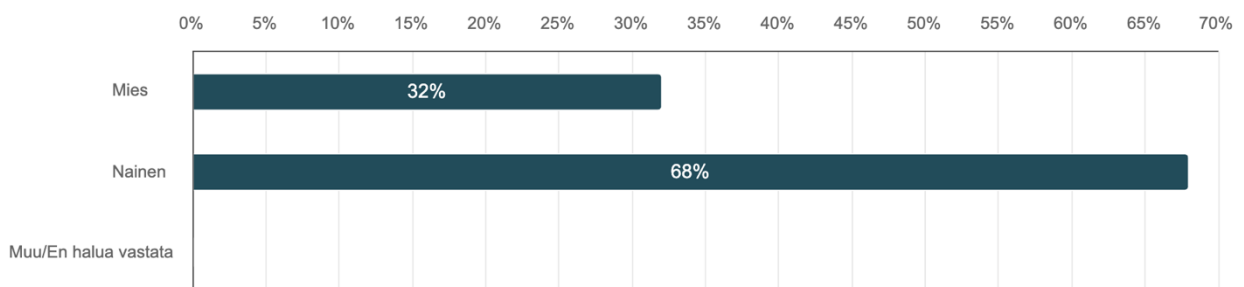


Kuvio 1. Vastaajien ikäjakauma.

Osion toisessa kysymyksessä (kuvio 2) kysyttiin vastaajien sukupuolijakaumaa. Vaihtoehtoina olivat mies, nainen ja muu / en halua vastata. Vastaajista 140 eli 32,5 % ilmoitti olevansa miehiä ja loput 291 eli 67,5 % naisia.

Sukupuoli?

Vastaajien määrä: 431

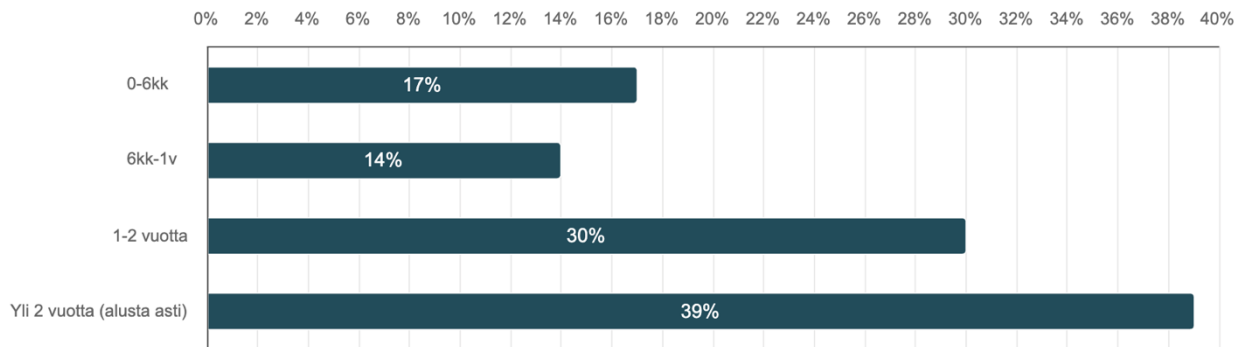


Kuvio 2. Vastaajien sukupuolijakauma.

Kolmannessa kysymyksessä (kuvio 3) kartoitettiin vastaajien asiakkuussuhteen kestoa neljällä eri vaihtoehdolla. Vastaajista 73 eli 16,9 % ilmoitti olleensa Arica Fitin asiakkaana 0-6 kuukautta. Puolesta vuodesta vuoteen asiakkaana oli ollut 61 vastaajaa eli 14,2 %. 129 vastaajaa (29,9 %) ilmoitti asiakkuudensa kestoksi 1-2 vuotta. Suurin osa vastaajista (168 eli 39,0 %) oli ollut Arica Fitin asiakkaana yli kahden vuoden ajan eli käytännössä koko yrityksen perustamisesta lähtien.

Kuinka kauan olet ollut asiakkaamme?

Vastaajien määrä: 431

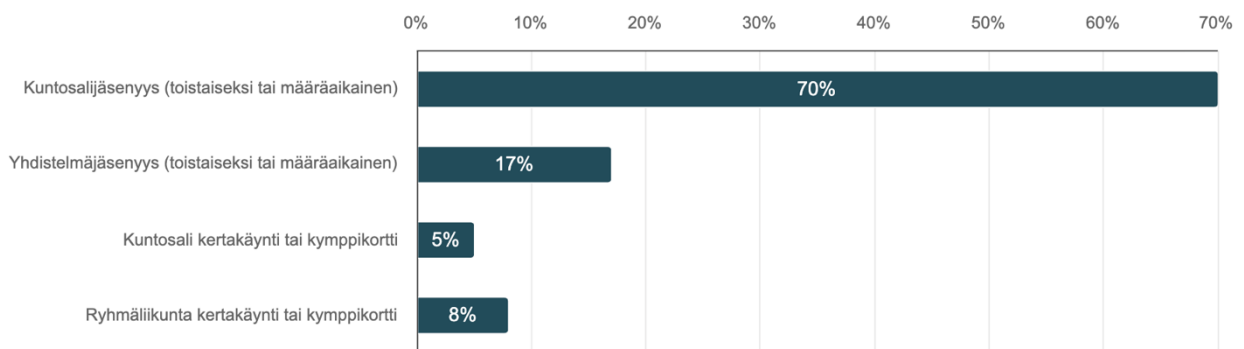


Kuvio 3. Vastaajien asiakkuuden kesto.

Osion neljännessä kysymyksessä (kuvio 4) kysyttiin vastaajien jäsenyystyyppiä. Suurin osa vastaajista (303 eli 70,3 %) oli kuntosaliasiakkaita eli heillä joko toistaiseksi voimassa oleva tai määräaikainen kuntosalijäsenyys. 73:lla (16,9 %) vastaajista oli toistaiseksi voimassa oleva tai määräaikainen yhdistelmäjäsenyys. 20 vastaajaa (4,7 %) asioi kuntosalin kertakäynneillä tai kymppikortilla ja loput 35 (8,1 %) ryhmäliikunnan kertakäynneillä tai kymppikortilla.

Mikä jäsenyystyyppi sinulla on?

Vastaajien määrä: 431

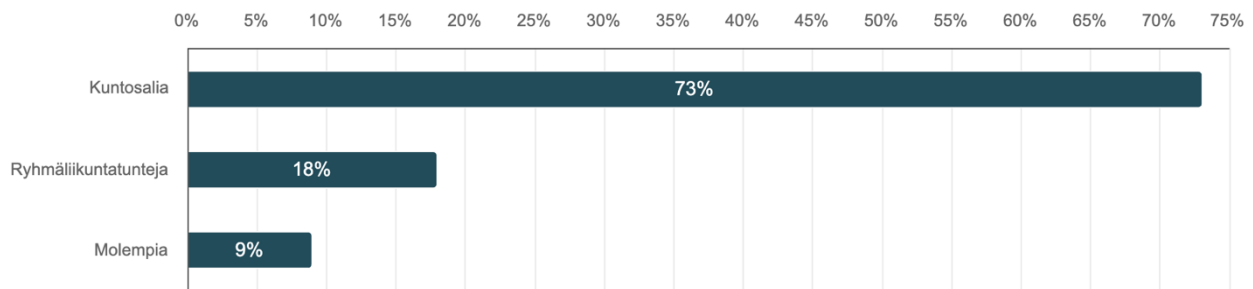


Kuvio 4. Vastaajien jäsenyystyytit.

Viidennessä kysymyksessä (kuvio 5) kysyttiin, mitä palvelua vastaaja pääasiassa käyttää. Tämä oli kyselyn kannalta oleellinen kysymys, sillä sen perusteella määriteltiin, mihin kyselyn osioon vastaaja seuraavaksi siirtyy; kuntosali pääasiassa käyttävät siirtyivät osioon kaksi eli kuntosalia koskeviin kysymyksiin, ryhmäliikuntaa käyttävät ryhmäliikuntaa koskeviin kysymyksiin ja vastaavasti kumpaakin palvelua käyttäneet siirtyivät molempia palveluita koskevaan osioon. Vastaajista suurin osa (315 eli 73,1 %) vastasi käyttävänsä pääasiassa kuntosalia. 78 eli 18,1 % käytti pääasiassa kuntosalia ja loput 38 eli 8,8 % käytti molempia palveluita.

Mitä palvelua pääasiassa käyttät?

Vastaajien määrä: 431

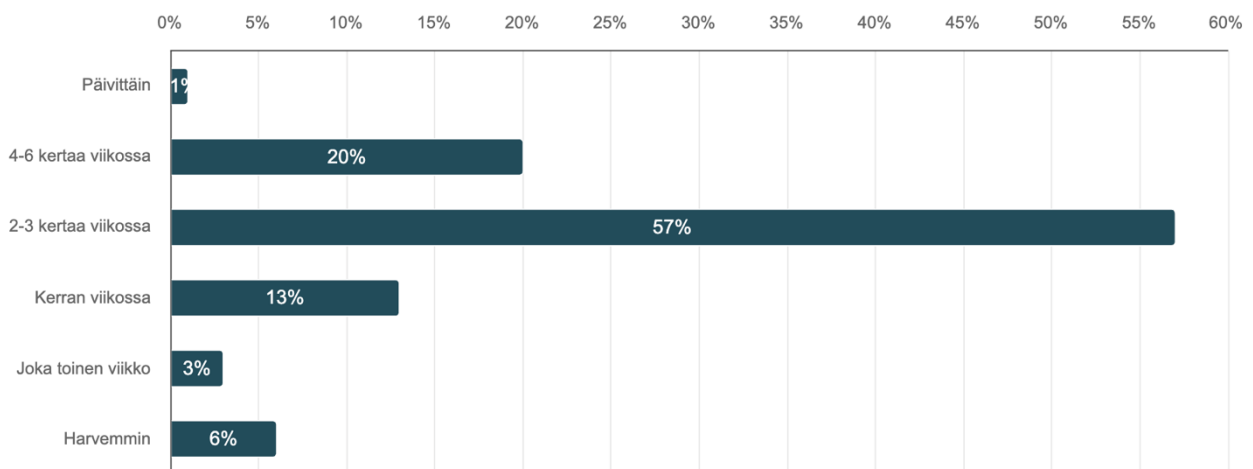


Kuvio 5. Mitä palvelua vastaajat pääasiassa käyttävät.

Kysymyksessä kuusi (kuvio 6) kysyttiin, kuinka usein vastaajat keskimäärin käyvät harjoittelemassa. Vastaajista vain neljä eli 0,9 % ilmoitti käyvänsä päivittäin. 4-6 kertaa viikossa treenaavia oli 87 eli 20,2 %. Suurin osa vastaajista (244 eli 56,6 %) kävi harjoittelemassa 2-3 kertaa viikossa. Keskimäärin kerran viikossa käyviä vastaajien oli 57 eli 13,2 %. 11 vastaajaa (2,6 %) ilmoitti käyvänsä joka toinen viikko ja loput 28 eli 6,5 % sitäkin harvemmin.

Kuinka usein keskimäärin käyt treenaamassa?

Vastaajien määrä: 431



Kuvio 6. Vastaajien asiointitiheys.

Ensimmäisen osion viimeisessä eli seitsemännessä kysymyksessä kysyttiin, kuinka vastaaja oli päätenyt Arica Fitin asiakkaaksi. Vastaajista suurin osa (172 eli 39,9 %) ilmoitti jatkaneensa aiemmin paikalla sijainneen kuntosalin Ääneseudun Kuntokeskuksen asiakkaana. 129 vastaajaa eli 29,9 % ilmoitti vaihtaneensa Arica Fitille toiselta kuntosalilta ja loput 130 vastaajaa (30,2 %) ilmoitti, etteivät olleet minkään muun kuntosalin asiakkaita ennen Arica Fitille liittymistään.

4.2 Kuntosaliin liittyvät kysymykset

Kyselyn toiseen osioon eli kuntosaliin liittyviin kysymyksiin vastasivat vastaajat, jotka ilmoittivat kysymyksessä kuusi käyttävänsä pääasiassa kuntosalia. Osioon siirtyi 315 vastaajaa. Osion ensimmäinen kysymys eli koko kyselyn kysymys yhdeksän koostui yhdeksästä eri väittämästä, joiden avulla kartoitettiin vastaajien tyytyväisyyttä Arica Fitin kuntosalipuoleen. Väittämien vastausasteikko oli välillä 1–5, jossa yksi tarkoitti täysin eri mieltä ja viisi täysin samaa mieltä väittämän kanssa. Mikäli vastaaja vastasi johonkin väittämään vaihtoehdon väliltä 1–3 eli ei ollut tyytyväinen tai osannut sanoa, häntä pyydettiin perustelemaan vastaus vapaaseen tekstikenttään. Näitä perusteluja tuli kuntosaliin liittyen yhteensä 86.

Vastaukset väittämiin on esitelty taulukossa kaksi (taulukko 2). Pääasiassa vastaukset väittämiin ovat erittäin myönteisiä kaikkien vastausten keskiarvon ollessa 4,4 ja mediaanin 5. Eniten samaa mieltä vastaajat ovat siitä, että kuntosali vastaa tarpeita (keskiarvo 4,7) ja laitteita on riittävästi ja monipuolisesti (keskiarvo 4,5) sekä sopivasta lämpötilasta (keskiarvo 4,5) ja valaistuksesta (keskiarvo 4,6). Toisaalta, vaikka kahden viimeisimmän mainitun väittämän keskiarvot ovat erittäin hyviä, oli vastauksissa jonkin verran (noin 10 %) hajontaa asteikon toiseen päähän, mikä korostuu vapaissa tekstivastauksissa. Vähiten samaa mieltä vastaajat olivat väittämistä: kuntosalilaitteet on sijoitettu järkevästi (keskiarvo 4,1), pääsen yleensä käyttämään laitteita ilman jonottamista (keskiarvo 4,1) ja kuntosalin ilmanvaihto on riittävä (keskiarvo 4,3). Näissä kolmessa väittämässä oli myös eniten hajontaa ääripäiden välillä.

Yhteensä kaikkiin väittämiin tuli vastauksia 2520, joista 242 vastausta eli 9,6 % oli väliltä 1–3. Vastaajaa pyydettiin perustelemaan vastauksensa vapaaseen tekstikenttään, mikäli tämä vastasi johonkin vaihtoehtoon 1–3. Vapaita perusteluja saatiin 86 kappaletta eli 35,5 % perusteli vastauksensa. Vastausten analysoinnissa ja usein toistuvien teemojen tunnistuksessa on käytetty apuna ChatGPT-tekoälyä, joka korosti vastauksista erityisesti seuraavat perustelut väittämiin: ilma on tunkkainen erityisesti kesällä ja ruuhka-aikoihin. Lisäksi kesäisin lämpötila on liian korkea ja talvisin osa tiloista, kuten joogasali ja lasten leikkitala ovat liian kylmiä. Jotkut vastaajista kokevat, että erityisesti suosituimpiin kuntosalilaitteisiin joutuu usein jonottamaan ja ongelmaa pahentaa se, että käyttäjät jäävät laitteille selaamaan puhelinta taukojensa ajaksi, mikä ruuhkauttaa salia. Useampi ehdotti, että sääntöjä puhelimen käytöstä salilla selkeytettäisiin ja treenaajia ohjeistettaisiin. Lisäksi muutamia mainintoja tuli laitekannan vanhuudesta, joka alkaa näkymään esimerkiksi kulumina ja kitinä joidenkin laitteiden kohdalla. Myös muutamia laitetoiveita esitettiin. Kuntosalilaitteiden sijoittelusta erityisesti juoksumattojen ja muiden aerobisten laitteiden sijainti heti salin etuosassa ei ole mieleinen, sillä se aiheuttaa melua ja jotkut kokevat ahdistavaksi treenata aerobisten laitteiden

käyttäjien katseiden alla. Muutama toivoi parannuksia valaistukseen kolkoista ja kirkkaista loisteputkista miellyttävämpään ja kohdennetumpaan valaistukseen.

Taulukko 2. Vastaukset kuntosaliin liittyviin väittämiin.

	1. Täysin eri mieltä	2. Jokseenkin eri mieltä	3. En samaa enkä eri mieltä / En osaa sanoa	4. Jokseenkin samaa mieltä	5. Täysin samaa mieltä	Yhteensä	Keskiarvo	Mediaani
Kuntosalilaitteita on riittävästi ja monipuolisesti	3 0,9%	9 2,9%	4 1,3%	97 30,8%	202 64,1%	315	4,5	5,0
Kuntosalilaitteet ovat hyväkuntoisia	4 1,3%	8 2,5%	9 2,8%	124 39,4%	170 54,0%	315	4,4	5,0
Kuntosalilaitteet on sijoitettu järkevästi	2 0,6%	24 7,6%	26 8,3%	141 44,8%	122 38,7%	315	4,1	4,0
Pääsen yleensä käyttämään laitteita ilman jonottamista	0 0,0%	24 7,6%	18 5,7%	184 58,4%	89 28,3%	315	4,1	4,0
Kuntosali vastaa tarpeitani	2 0,6%	3 1,0%	5 1,6%	63 20,0%	242 76,8%	315	4,7	5,0
Kuntosalin valaistus on sopiva	1 0,3%	11 3,5%	15 4,8%	74 23,5%	214 67,9%	315	4,6	5,0
Kuntosalin lämpötila on sopiva	1 0,3%	16 5,1%	11 3,5%	69 21,9%	218 69,2%	315	4,5	5,0
Kuntosalin ilmanvaihto on riittävä	2 0,6%	26 8,3%	18 5,7%	99 31,4%	170 54,0%	315	4,3	5,0
Yhteensä	15	121	106	851	1427	2520	4,4	5,0
Yhteensä	0,6%	4,8%	4,2%	33,8%	56,6%			

Osion seuraavassa kysymys numero 10 oli vapaa tekstikenttä, johon pyydettiin vastauksia kysymykseen ” Oletko lainkaan kiinnostunut ryhmäliikunnasta? Miksi tai miksi et? Mikä voisi saada sinut kokeilemaan ryhmäliikuntaa?” Vastauksia kysymykseen tuli 209, joiden analysoinnissa käytettiin apuna ChatGPT:tä. Vastaajista noin sata ei ollut lainkaan kiinnostunut ryhmäliikunnasta. Perusteluiksi mainittiin pääasiassa, ettei ryhmäliikunta vain kiinnosta, tykätään treenata yksin ja tehdään aerobista liikuntaa jo muuten tai mieluiten ulkona. Loput vastaajista saattaisivat olla tai ovat kiinnostuneita ryhmäliikunnasta, mutta eivät ole vielä kokeilleet muun muassa seuraavista syistä: ei ole saanut aikaiseksi, ei halua mennä yksin tuntemattomien ihmisten kanssa, tuntien aikataulut eivät sovi tai yhdistelmäjäsenyyteen ei ole varaa tai sen koetaan olevan liian kallis tuntitarjontaan nähden.

Osion viimeinen kysymys oli vapaa sana kuntosaliin liittyen eli vastaajat saivat vapaasti kirjoittaa ajatuksiaan. Vastauksia saatiin 141, jotka olivat pääasiassa kiitoksia ja positiivista palautetta hyvästä kuntosalista. Lisäksi vastauksissa toivottiin muutamia eri kuntosalilaitteita, joita salilla ei tällä hetkellä ole.

4.3 Ryhmäliikuntaan liittyvät kysymykset

Kyselyn kolmanteen osioon eli ryhmäliikuntaan liittyviin kysymyksiin vastasivat vain vastaajat, jotka ilmoittivat kysymyksessä numero kuusi käyttävänsä pääasiassa ryhmäliikuntapalvelua. Osioon siirtyi 78 vastaajaa eli 18,1 % koko kyselyn vastaajista. Osion ensimmäinen kysymys eli koko kyselyn kahdestoista kysymys koostui kuudesta eri väittämästä, joiden avulla kartoitettiin vastaajien tyytyväisyyttä Arica Fitin ryhmäliikuntapuoleen. Väittämien vastausasteikko oli välillä 1–5, jossa yksi tarkoitti täysin eri mieltä ja viisi täysin samaa mieltä väittämän kanssa.

Vastaukset väittämiin on esitelty taulukossa kolme (taulukko 3). Pääasiassa vastaajat ovat erittäin tyytyväisiä ryhmäliikuntapalveluihin kaikkien väittämien keskiarvon ollessa 4,4 ja mediaanin 5,0. Eniten vastaajat ovat tyytyväisiä tuntien musiikin sopivaan äänenvoimakkuuteen (keskiarvo 4,5), ohjaajien ammattitaitoon (keskiarvo 4,7) ja tuntien riittävään valaistukseen (keskiarvo 4,8). Eniten hajontaa vastauksissa oli väittämissä, jotka koskivat tuntien valikoimaa (keskiarvo 4,0), ajankohtaa (keskiarvo 4,0) ja tunneilla soivaa musiikkia (keskiarvo 4,3).

Taulukko 3. Vastauksen ryhmäliikuntaan liittyviin väittämiin.

	1. Täysin eri mieltä	2. Jokseenkin eri mieltä	3. En samaa enkä eri mieltä/En osaa sanoa	4. Jokseenkin samaa mieltä	5. Täysin samaa mieltä	Yhteensä	Keskiarvo	Mediaani
Tuntien valikoima on sopiva	2 2,6%	8 10,2%	1 1,3%	45 57,7%	22 28,2%	78	4,0	4,0
Tuntien ajankohta on sopiva	0 0,0%	12 15,4%	3 3,8%	35 44,9%	28 35,9%	78	4,0	4,0
Tunneilla soiva musiikki on mieleistä	1 1,3%	4 5,1%	5 6,4%	31 39,8%	37 47,4%	78	4,3	4,0
Tuntien musiikin voimakkuus on sopiva	2 2,6%	4 5,1%	2 2,6%	16 20,5%	54 69,2%	78	4,5	5,0
Tuntien ohjaajat ovat ammattitaitoisia	1 1,3%	0 0,0%	1 1,3%	16 20,5%	60 76,9%	78	4,7	5,0
Tunneilla on riittävä valaistus	1 1,3%	1 1,3%	0 0,0%	10 12,8%	66 84,6%	78	4,8	5,0
Yhteensä	7	29	12	153	267	468	4,4	5,0
Yhteensä	1,5%	6,2%	2,6%	32,7%	57,0%			

Ryhmäliikuntaosion seuraavassa kysymyksessä numero 13 kysyttiin ” Oletko lainkaan kiinnostunut kuntosaliharjoittelusta? Miksi tai miksi et? Mikä voisi saada sinut kokeilemaan kuntosaliharjoittelua?” Vastauksia kysymykseen tuli 59 kappaletta, joiden analysoinnissa apuna käytettiin ChatGPT-tekoälyä. Vastaajista huomattavan suuri osa on kiinnostunut kuntosaliharjoittelusta – vain kymmenkunta kertoi, ettei ole lainkaan kiinnostunut kuntosaliharjoittelusta. Vastaajien suurimpia esteitä sille, etteivät ole vielä aloittaneet kuntosaliharjoittelua, vaikka ovat siitä kiinnostuneita, ovat pääasiassa: ei ole saanut aikaiseksi sekä epätietoisuus laitteiden oikeaoppisesta käytöstä ja

treeniohjelman puuttuminen. Muutama vastaajista ilmoitti käyvänsä jollakin muulla kuntosalilla kuin Arica Fitillä. Syiksi mainittiin asuminen muualla kuin Äänekoskella, kaupungin ylläpitämän kuntosalin edullinen hinta sekä salin ruuhkaisuus.

Ryhmäliikuntaosion viimeinen kysymys, numero 14, oli vapaa sana ryhmäliikuntaan liittyen. Vastauksia tuli 57 kappaletta, joissa korostuivat erityisesti positiivinen palaute mukavista tunteista ja ammattitaitoisiin ohjaajiin liittyen. Lisäksi esitettiin toiveita muun muassa tuntien ajankohdista ja toivottiin uusia tunteja, kuten pilatesta ja crossfittiä.

4.4 Kuntosaliin ja ryhmäliikuntaan liittyvät kysymykset

Kyselyn neljänteen osioon eli sekä kuntosaliiin että ryhmäliikuntaan liittyviin kysymyksiin vastasivat vastaajat, jotka ilmoittivat kysymyksessä kuusi käyttävänsä säännöllisesti kumpaakin palvelua. Osioon siirtyi 38 vastaajaa. Osion kaksi ensimmäistä kysymystä olivat samoja monivalintaväittämiä kuin kuntosalii- ja ryhmäliikuntaosioissa. Väittämien vastausasteikko oli välillä 1–5, jossa yksi tarkoitti täysin eri mieltä ja viisi täysin samaa mieltä väittämän kanssa. Mikäli vastaaja vastasi johonkin väittämään vaihtoehdon väliltä 1–3 eli ei ollut tyytyväinen tai osannut sanoa, häntä pyydettiin perustelemaan vastaus vapaaseen tekstikenttään.

Vastaukset kuntosalipuolen väittämiin on esitelty taulukossa neljä (taulukko 4). Yhdistelmäasiakkaiden vastaukset kuntosaliiin liittyviin väittämiin heijastelevat pitkälti kuntosaliasiakkaiden vastauksia. Pääasiassa kuntosaliiin ollaan erittäin tyytyväisiä. Tyytyväisimpiä vastaajat ovat kuntosalilaitteiden riittävyteen ja monipuolisuuteen (keskiarvo 4,7), niiden kuntoon (keskiarvo 4,6) ja kuntosalii vastaa tarpeisiin (keskiarvo 4,7). Myös kuntosalin valaistukseen (keskiarvo 4,6) ja lämpötilaan (4,4) ollaan pääosin tyytyväisiä. Eniten hajontaa on vastauksissa, jotka liittyvät kuntosalin ilmanvaihtoon (keskiarvo 4,1) ja laitteille jonottamiseen (keskiarvo 4,0). Vastauksia väittämiin väliltä 1–3 tuli 29 kappaletta, ja yhdeksän oli perustellut vastauksensa tarkemmin. Näistä vastauksista kolme liittyi ryhmäliikuntaan, joten kuntosaliiin liittyviä perusteluja oli vain kuusi. Vapaissa vastauksissa mainittiin muun muassa ilman tunkkaisuus ja korkea lämpötila erityisesti kesällä sekä aerobisten laitteiden huono sijainti vastaajien mielestä.

Taulukko 4. Yhdistelmäasiakkaiden vastaukset kuntosaliin liittyviin väittämiin.

	1. Täysin eri mieltä	2. Jokseenkin eri mieltä	3. En samaa enkä eri mieltä / En osaa sanoa	4. Jokseenkin samaa mieltä	5. Täysin samaa mieltä	Yhteensä	Keskiarvo	Mediaani
Kuntosalilaitteita on riittävästi ja monipuolisesti	0 0,0%	0 0,0%	2 5,3%	9 23,7%	27 71,0%	38	4,7	5,0
Kuntosalilaitteet ovat hyväkuntoisia	0 0,0%	0 0,0%	1 2,6%	15 39,5%	22 57,9%	38	4,6	5,0
Kuntosalilaitteet on sijoitettu järkevästi	0 0,0%	1 2,6%	1 2,6%	22 57,9%	14 36,9%	38	4,3	4,0
Pääsen yleensä käyttämään laitteita ilman jonottamista	0 0,0%	4 10,5%	3 7,9%	20 52,6%	11 29,0%	38	4,0	4,0
Kuntosali vastaa tarpeitani	0 0,0%	0 0,0%	1 2,6%	8 21,1%	29 76,3%	38	4,7	5,0
Kuntosalin valaistus on sopiva	0 0,0%	1 2,6%	2 5,3%	7 18,4%	28 73,7%	38	4,6	5,0
Kuntosalin lämpötila on sopiva	0 0,0%	4 10,5%	1 2,7%	10 26,3%	23 60,5%	38	4,4	5,0
Kuntosalin ilmanvaihto on riittävä	0 0,0%	5 13,2%	3 7,9%	14 36,8%	16 42,1%	38	4,1	4,0
Yhteensä	0	15	14	105	170	304	4,4	5,0
Yhteensä	0,0%	4,9%	4,6%	34,5%	55,9%			

Myös ryhmäliikuntaan liittyviä väittämiä kysyttiin yhdistelmäasiakkailta samoilla kysymyksillä kuin ryhmäliikuntaosiossa. Nämä vastaukset on esitelty taulukossa viisi (taulukko 5). Myös nämä vastaukset noudattavat samaa linjaa ryhmäliikuntaosion vastausten kanssa eli vastaajat ovat erittäin tyytyväisiä tuntien valaistukseen (keskiarvo 4,8), ohjaajien ammattitaitoon (4,9) ja tuntien musiikin äänenvoimakkuuteen (keskiarvo 4,5). Sen sijaan hajontaa oli vastauksissa musiikin miellyttävyyteen (keskiarvo 4,2), tuntien ajankohtaan (keskiarvo 4,1) ja tuntien valikoimaan (keskiarvo 4,2) liittyvissä väittämissä. Vastauksia väittämiin väliltä 1–3 tuli yhteensä 23 kappaletta, ja vastaajien perusteluja vastauksilleen seitsemän sekä edellisen kohdan kolme eli yhteensä kymmenen. Vapaissa perusteluissa mainittiin erityisesti tuntien ajankohtaan liittyen sekä esitettiin toiveita esimerkiksi pilatestunneista.

Taulukko 5. Yhdistelmäasiakkaiden vastaukset ryhmäliikuntaan liittyviin väittämiin.

	1. Täysin eri mieltä	2. Jokseenkin eri mieltä	3. En samaa enkä eri mieltä/En osaa sanoa	4. Jokseenkin samaa mieltä	5. Täysin samaa mieltä	Yhteensä	Keskiarvo	Mediaani
Tuntien valikoima on sopiva	0 0,0%	3 7,9%	2 5,2%	18 47,4%	15 39,5%	38	4,2	4,0
Tuntien ajankohta on sopiva	0 0,0%	4 10,5%	1 2,7%	20 52,6%	13 34,2%	38	4,1	4,0
Tunneilla soiva musiikki on mieleistä	0 0,0%	2 5,3%	4 10,5%	15 39,5%	17 44,7%	38	4,2	4,0
Tuntien musiikin voimakkuus on sopiva	0 0,0%	1 2,6%	4 10,5%	9 23,7%	24 63,2%	38	4,5	5,0
Tuntien ohjaajat ovat ammattitaitoisia	0 0,0%	0 0,0%	1 2,6%	2 5,3%	35 92,1%	38	4,9	5,0
Tunneilla on riittävä valaistus	0 0,0%	0 0,0%	1 2,6%	4 10,5%	33 86,9%	38	4,8	5,0
Yhteensä	0	10	13	68	137	228	4,5	5,0
Yhteensä	0,0%	4,4%	5,7%	29,8%	60,1%			

Neljännän osion viimeinen kysymys oli vapaa sana kuntosaliin ja ryhmäliikuntaan liittyen, johon vastaajat saivat vapaasti kirjoittaa palautetta ja toiveita. Vastauksia tuli yhteensä 13 kappaletta, jotka olivat pääosin positiivisia sekä toiveita ryhmäliikuntatuntien ajankohtaan liittyen.

4.5 Yleiset kysymykset

Kyselyn viides ja viimeinen osio koski yleisiä kysymyksiä Arica Fitiin liittyen sekä muun muassa suositteluhalukkuutta. Viimeiseen osioon vastasivat kaikki 431 vastaajaa. Osion ensimmäinen eli koko kyselyn 18. kysymys oli monivalintakysymys, joka koostui yhdestätoista eri väittämästä, joita arvioitiin asteikolla 1–5. Kysymykset koskivat muun muassa Arica Fitin tilojen siisteyttä, nettisivuja, vastaanoton aukioloaikoja, viestinnän selkeyttä ja asiakastyytyväisyyttä. Vastaukset on esitelty taulukossa kuusi (taulukko 6).

Pääsääntöisesti vastaajat ovat hyvin yhtä mieltä väittämien kanssa kaikkien vastausten keskiarvon ollessa 4,6 ja mediaanin 5,0. Kaikissa väittämässä vähintään 50 % vastaajista on antanut arvosanaksi viisi. Erityisesti kiitosta ovat saaneet jäseneksi liittymisen helppous (keskiarvo 4,8), yleisten tilojen siisteys (keskiarvo 4,6), henkilökunnan ystävällisyys (keskiarvo 4,8), vastaanoton sopivat aukioloajat (keskiarvo 4,7) ja viestinnän selkeys (keskiarvo 4,5). Lisäksi vastaajat kokevat, että Arica Fit välittää asiakkaistaan (keskiarvo 4,7), tarjoaa rahoille vastinetta (keskiarvo 4,7) ja parantaa toimintaansa jatkuvasti (keskiarvo 4,6). Sen sijaan vähiten pisteitä ovat saaneet nettisivujen helppokäyttöisyys (keskiarvo 4,3), vessojen ja pukuhuoneiden siisteys (keskiarvo 4,4) ja myynnissä olevien juomien ja patukoiden valikoima (keskiarvo 4,3). Vastauksista juomien ja patukoiden valikoimaan mainittakoon, että siinä on poikkeuksellisen paljon arvosanoja kolme (112 kappaletta

eli 26 %), joka tarkoittaa en samaa tai eri mieltä / en osaa sanoa. Avoimissa vastauksissa arvosanan kolme antaneet vastaajat ovat perustelleet, etteivät käytä Arica Fitin myymiä juomia tai patukoita, joten eivät osaa sanoa valikoiman soveltuvuudesta. Sama ilmiö on nähtävissä myös nettisivujen helppokäyttöisyyteen liittyvässä väittämässä: 41 eli 9,5 % vastaajaa ei osaa arvioida nettisivujen helppokäyttöisyyttä, koska ei käytä niitä. Toisaalta 20 eli 4,6 % vastaajaa on antanut nettisivujen helppokäyttöisyydeksi arvosanan kaksi. Keskiarvoa laskevat, negatiivisen puolella olevat vastaukset korostuvat myös vessojen ja pukutilojen siisteyttä koskevassa väittämässä: 23 vastaajaa eli 5,4 % on antanut niiden siisteydelle arvosanan yksi tai kaksi.

Mikäli vastaaja antoi jollekin väittämälle arvosanan väliltä 1–3, häntä pyydettiin perustelemaan vastaus vapaaseen tekstikenttään. Avoimia vastauksia tuli yhteensä 119, joista reilut 60 oli sellaisia, ettei vastaaja osannut sanoa mielipidettä, koska ei ole tarvinnut kyseistä palvelua. Loput noin 50 vastausta olivat aiheellisia perusteluja, joissa korostuivat erityisesti seuraavat asiat: pesu- ja pukutilojen ahtaus ja vanhanaikaisuus, roskisten täyttyminen erityisesti viikonloppuisin, nettisivujen käytettävyydestä erityisesti ryhmäliikuntakalenteri hankala käyttö mobiilissa, sivujen hidas latautuminen ja tiedon etsimisen hankaluus. Lisäksi muutamia mainintoja saivat ryhmäliikuntatuntitoiveet ja tiedotus ajankohtaisista asioista sosiaalisen median kanavien lisäksi sähköpostitse ja nettisivuilla.

Taulukko 6. Vastaukset yleisten kysymysten väittämiin.

	1. Täysin eri mieltä	2. Jokseenkin eri mieltä	3. En samaa tai eri mieltä / En osaa sanoa	4. Jokseenkin samaa mieltä	5. Täysin samaa mieltä	Yhteensä	Keskiarvo	Mediaani
Jäseneksi liittyminen oli helppoa	3 0,7%	1 0,2%	9 2,1%	32 7,4%	386 89,6%	431	4,8	5,0
Nettisivut ovat selkeät ja helppokäyttöiset	2 0,5%	20 4,6%	41 9,5%	153 35,5%	215 49,9%	431	4,3	4,0
Yleiset tilat ovat siistit	2 0,5%	8 1,8%	8 1,9%	132 30,6%	281 65,2%	431	4,6	5,0
Vessat ja pukuhuoneet ovat siistit	2 0,5%	21 4,9%	18 4,2%	171 39,7%	219 50,8%	431	4,4	5,0
Henkilökunta on ystävällistä ja avuliasta	1 0,3%	0 0,0%	7 1,6%	60 13,9%	363 84,2%	431	4,8	5,0
Vastaanoton aukioloajat ovat sopivat (ma-to klo 13-20 ja la klo 10-14)	1 0,2%	4 0,9%	25 5,8%	70 16,3%	331 76,8%	431	4,7	5,0
Koen, että Arica Fit välittää asiakkaitaan	1 0,2%	2 0,5%	11 2,5%	83 19,3%	334 77,5%	431	4,7	5,0
Saan rahoilleni vastinetta	1 0,2%	4 0,9%	12 2,8%	100 23,2%	314 72,9%	431	4,7	5,0
Koen, että Arica Fit kehittää ja parantaa toimintaansa jatkuvasti	1 0,2%	3 0,7%	33 7,7%	102 23,7%	292 67,7%	431	4,6	5,0
Viestintä ajankohtaisista asioista on riittävä ja selkeää	1 0,2%	8 1,9%	22 5,1%	127 29,5%	273 63,3%	431	4,5	5,0
Myynnissä olevien juomien ja patukoiden valikoima on riittävä	1 0,2%	3 0,7%	112 26,0%	59 13,7%	256 59,4%	431	4,3	5,0
Yhteensä	16	74	298	1089	3264	4741	4,6	5,0
Yhteensä	0,3%	1,6%	6,3%	23,0%	68,8%			

Viidennen osion seuraavassa kysymyksessä kysyttiin, onko vastaaja kokenut tai todistanut häiritsevää tai muuta epäasiallista käytöstä Arica Fitillä. 431 vastaajasta 12 vastasi kyllä-vaihtoehdon ja viisi oli perustellut vastaustaan tarkemmin. Yksittäisiksi syiksi mainittiin muun muassa tuijottaminen ja joidenkin asiakkaiden heikko hygieniataso.

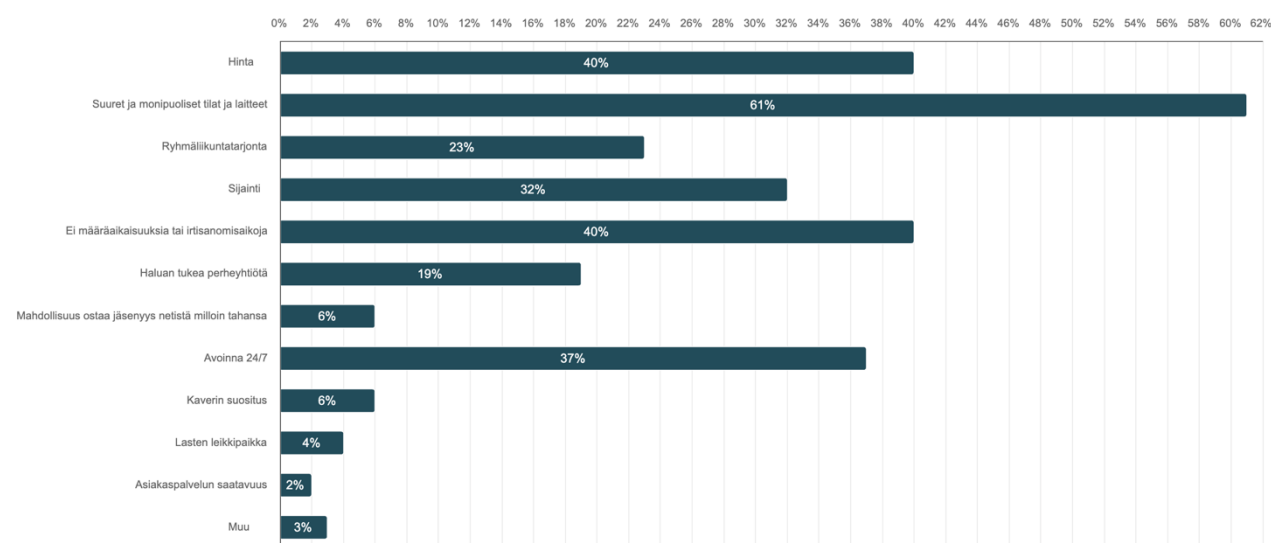
Kyselyn 20. kysymys oli avoin ja siinä kysyttiin, toivooko vastaaja Arica Fitille jotain uutta palvelua, jota siellä ei tällä hetkellä ole. Vapaaseen tekstikenttään tuli 92 vastausta, joista noin 35 ei toivonut mitään uutta tai osannut sanoa. Loput reilut 50 vastausta sisälsivät ehdotuksia uusia palveluista ja parannusehdotuksia nykyisiin palveluihin. Eniten ehdotuksia uudeksi palveluksi keräsi lastenhoitopalvelu, lasten jumppatunti tai muu ohjattu toiminta lapsille. Lisäksi useampia ehdotuksia tuli ryhmäliikuntatuntien valikoimaan ja niiden ajankohtaan. Yksittäisiä mainintoja saivat muun muassa saunan käyttömahdollisuus, pienryhmävalmennukset, kuvaushuone/nurkkaus poseerauskuvien ottamiseen, fysioterapia ja vakituinen pukukaappi omille tavaroille.

Osion seuraava kysymys (kuvio 7) kartoitti vastaajien ostopäätökseen eniten vaikuttaneita tekijöitä. Monivalintakysymyksessä oli 12 eri vaihtoehtoa, joista vastaajaa pyydettiin valitsemaan 1–3 tärkeintä tekijää, jotka vaikuttivat päätökseen valita Arica Fit. Mikäli vastaaja oli jatkanut Ääneseudun Kuntokeskuksen vanhana jäsenenä, häntä pyydettiin miettimään, mitkä ovat Arica Fitin 1–3 tärkeintä kilpailutekijää tällä hetkellä. Viisi eniten mainintoja saanutta vaihtoehtoa olivat suuret ja monipuoliset tilat ja laitteet (61,5 %), hinta (40,4 %), ei määräaikaisuuksia tai irtisanomisaikoja (40,1 %), avoinna 24/7 (36,7 %) ja sijainti (31,8 %). Keskitärkeitä tekijöitä olivat puolestaan ryhmäliikuntatarjonta (22,5 %) ja halu tukea perheyhtiötä (19,5 %). Vähiten merkittäviä tekijöitä olivat mahdollisuus ostaa jäsenyys netistä milloin tahansa (5,8 %), kaverin suositus (5,8 %), lasten leikkipaikka (4,4 %), asiakaspalvelun saatavuus (1,9 %) ja muut tekijät (3,2 %). Muiksi ostopäätökseen vaikuttaneiksi tekijöiksi oli mainittu muun muassa tuttu ja turvallinen treenipaikka, mukavat ja motivoituneet omistajat, crossfit-tila ja tietyt ryhmäliikuntatunnit tai -ohjaajat.

Mitkä seuraavista tekijöistä vaikuttivat eniten päätökseesi valita juuri Arica Fit? Valitse 1-3 tärkeintä vaihtoehtoa.

Jos olet ollut meillä aiusta asti Kuntokeskuksen asiakkuuden jäljiltä, vastaa sen mukaan, mitä pidät suurimpina kilpailutekijöinä.

Vastaajien määrä: 431, valittujen vastausten lukumäärä: 1179



Kuvio 7. Kaavio eniten Arica Fitin valintaan vaikuttaneista tekijöistä.

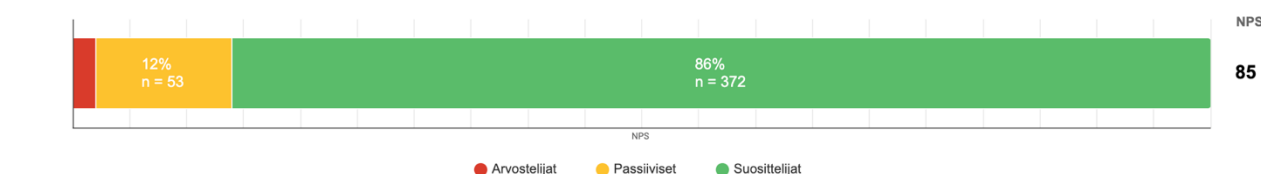
Kyselyn toiseksi viimeinen kysymys oli NPS-indeksi eli suositteluhaluukkuuta kuvaava kysymys (kuvio 8). Kysymys kuului "Kuinka todennäköisesti suosittelisit Arica Fitiä ystävällesi?".

Vastaaminen tapahtui valitsemalla vaihtoehdon väliltä 0-10, jossa nolla tarkoitti ei lainkaan todennäköisesti ja kymmenen erittäin todennäköisesti. Vastauksia tuli 431, joista suurin osa oli erittäin positiivisia. Vaihtoehdon 9-10 valitsi 372 vastaajaa eli 86,3 %. Niin sanottuja passiivisia eli vaihtoehdon 7-8 valinneita oli 53 eli 12,3 %. Loput 1,4 % eli kuusi vastaajaa antoi arvosanaksi neljä, viisi tai kuusi eli erittäin negatiivisia vastauksia välillä 0-3 ei ollut lainkaan. Näin ollen Arica Fitin suositteluindeksiksi muodostui 85 ja keskiarvoiseksi arvosanaksi 9,5.

Kuinka todennäköisesti suosittelisit Arica Fitiä ystävällesi?

0 = En lainkaan todennäköisesti/10 = Erittäin todennäköisesti

Vastaajien määrä: 431



Arvostelijat						Passiiviset		Suosittelijat		
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
n = 6						n = 53		n = 372		
1,4%						12,3%		86,3%		
0	0	0	0	1	3	2	12	41	82	290
0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,7%	0,5%	2,8%	9,5%	19,0%	67,3%

Yhteensä		
Vastauksia	NPS	Keskiarvo
431	85	9,5

Kuvio 8. Kaavio Arica Fitin NPS-indeksistä.

Kyselyn viimeinen kysymys oli Vapaa sana -kenttä, johon vastaajat saivat vapaasti kirjoittaa palautetta, toiveita ja muita terveisiä mihin tahansa liittyen. Vastauksia tuli 77 kappaletta (kuva 1), joista noin 50 oli kiitoksia ja positiivisia huomioita muun muassa toiminnan kehittämistä ja hyvästä asiakaspalvelusta. Kehitysehdotuksia ja muuta palautetta tuli noin 25 kappaletta jotka keskittyivät pääasiassa uusiin laitetoiveisiin (esimerkiksi Booty Builder -laitteet ja lisää levypainoja), pienten lasten oleskeluun kuntosalin puolella ja pukutilojen siisteyteen. Lisäksi yksittäisiä mainintoja saivat alkuvuodesta 2025 tapahtunut hintojen korotus, parempi tiedottaminen koululaisryhmistä ja tilavarauksista sekä ryhmäliikuntatuntien varaamisen hankaluus mobiililaitteilla.

Naisten pukkarin vessat on tosi pienet pitkäreitille ihmiselle. Vaikea muuttaa ilman remonttia.
Kuuntelette ja toteutate todella hyvin asiakkaiden toiveita ja kehittäte jatkuvasti toimintaanne. Lisäksi tuo naisten lenkkitapahtuma oli best, semmoisia lisää 😊
Hyvä sali, hyvä sijainti, kiva käydä teenaamassa. Lisäksi ei ole persoonaton ketjusali, joten erityisplussa siitä!
Arica Fitissä on hyvä palvelu ja mainiot tilat saliharjoitteluun!
Lasten paikka ei ole edelleenkaan salin puolella, on kohtuutonta, että treenatessa joutuu varomaan ja/tai väistelemään päättömästi kirmaavia pikkulapsia.
Kaiken kaikkiaan 10- sali arvosanalla. Henkilökunta ihanista ihanin, välitätte asiakkaistanne ja se välittäminen on molemminpuolista kiitos teille.
Käyn siksi erittäin harvoin, kun työttömänä ei ole varaa. Osti juuri Suolahden terapiatalon voimailusalille vuoden kortin kun se oli vain 52e ja saa käydä niin paljon kuin lystää. Harmi vain kun sali on niin suppeasti varusteltu, lyhyenä ihmisenä en pysty siellä jalkaprässääkään käyttämään. Kävisin siis Aricalla välillä lisäreeninä jos kertamaksu olisi huomattavasti halvempi.
Hyvä ja mukava sali käydä hikoilemassa, hyvin on varustettu ja mahtuu olemaan.
Monipuolinen sali, jonne on aina ilo mennä.
Toivottavasti saamme myös kesälle ryhmäliikuntatunteja 😊
Hyvä konsepti teillä, pt-palveluita harkitsen vahvasti, täytyy vain vielä lisätä pohjakuntoa
Tiedottamista koululaisryhmien vierailuajoista etukäteen
Hyvää kevättä
-Käsipainot crossisaliin -Levypainoja lisää -Vaatikaa painojen palauttamista paikoilleen=selkeät merkinnät mikä kg paino kuuluu mihinkin paikalle
Jaksamisia ja kiitokset!
Kiitos hyvästä palvelusta. Oma jäsenyyteni tällä hetkellä katkolla mutta palaan heti kun olen takaisin äänekoskella
Olette hoitaneet homman hienosti ja mahtava nähdä kuinka kuuntelette asiakkaiden toiveita ja myöskin toteutate niitä mahdollisuuksien mukaan! 😊
Kuntosalille käsipainot, joihin voi lisätä painoa pienin askelin. Nyt taitaa olla 15 kg, ja vielä löytyy 16 kg ja sitten tulee korkea hyppäys.
Todella hyvä kuntosal!

Kuva 1. Ote Vapaa sana -kentän vastauksista.

5 Yhteenveto ja johtopäätökset

5.1 Tutkimuksen johtopäätökset ja kehitysehdotukset

Asiakastyytyväisyystutkimuksen tulosten perusteella Arica Fit Oy:n asiakkaat ovat pääosin erittäin tyytyväisiä yrityksen tarjoamiin palveluihin. Sekä kuntosalin että ryhmäliikunnan käyttäjät antoivat positiivista palautetta erityisesti henkilökunnan ystävällisyydestä, palvelun sujuvuudesta ja tilojen siisteydestä. Asiakkaat olivat pääosin samaa mieltä kaikkien kyselyssä esitettyjen väittämien kanssa: keskiarvo oli jokaisessa väittämässä 4–5. NPS-tulos 85 osoittaa poikkeuksellisen korkeaa suosittelemisluvua, mikä kertoo vahvasta asiakassuhteesta ja hyvästä asiakaskokemuksesta. Vaikka tähän opinnäytetyöhön ei sisällytetty tämän vuoden kyselyn vertailua viime vuoden kyselyyn, mainittakoon sen verran, että edeltävässä kyselyssä saatu NPS-luku oli 77 eli tämän perusteella Arica Fit on onnistunut parantamaan asiakastyytyväisyyttään. Toisaalta, kuten luvussa 2.4 opittiin, pelkän NPS-luvun perusteella ei voida tehdä johtopäätöksiä koko asiakastyytyväisyyteen, vaan on tärkeää vertailla myös muita mittareita.

Tutkimuksessa nousi esiin myös selkeitä, vaikkakin yksittäisiä kehityskohteita. Kuntosalin puolella ilmanvaihto ja ruuhkahuiput aiheuttavat ajoittaista epämukavuutta. Lisäksi esiin nousi useita laite-toiveita ja laitteiden parempaa sijoittelua erityisesti aerobisten laitteiden osalta. Ryhmäliikunnan osalta palautteissa korostuivat erityisesti tuntien ajankohdat sekä toiveet monipuolisemmasta tarjonnasta. Erityisesti ryhmäliikuntakalenteriin toivottiin muun muassa pilatesta ja crossfittunteja. Lisäksi jotkut vastaajat toivoivat parempaa viestintää ja ajankohtaista tietoa tunteista ja mahdollisista muutoksista niihin.

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että Arica Fitin asiakastyytyväisyys on erittäin hyvällä tasolla, mutta jatkuvan kehittämisen kannalta on tärkeää reagoida havaittuihin ongelmakohtiin. Tulokset tarjoavat Arica Fitille konkreettisia ideoita toimintansa ja palvelunsa asiakaslähtöiseen kehittämiseen. Ehdotan jatkotutkimuksia varten erityisesti, että tämän vuoden kyselyn tuloksia verrattaisiin tarkemmin aikaisempiin kyselyihin. Vertailujen avulla yritys voisi saada tarkempaa tietoa siitä, miten asiakastyytyväisyys on muuttunut eri osa-alueilla ja mitkä tekijät muutoksiin ovat vaikuttaneet. Näin yritys saisi selkeämpää tietoa siitä, mitkä osa-alueet ovat Arica Fitin kannalta tärkeimpiä asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä, joihin panostaminen kannattaa eniten.

5.2 Opinnäytetyöprosessin arviointi

Valitsin tämän opinnäytetyön aiheen pitkälti yritykselleni saatavan hyödyn vuoksi. Perheyrittäjänsä panostaa vahvasti asiakaskokemukseen ja -tyytyväisyyteen, joten aihe oli sen kannalta

erittäin relevantti. Lisäksi yrityksemme toteuttaa laajan asiakastytyväisyyskyselyn asiakkailleen vuosittain. Tämän vuoden kysely oli vielä toteuttamatta ja opinnäytetyöni vielä tekemättä, joten näiden kahden yhdistäminen oli luonnollista.

Suurin hyöty opinnäytetyöstä olikin perheyrittäjäni: saimme toteutettua kattavan asiakastytyväisyyskyselyn ja opinnäytetyöprosessin ansiosta tuloksia analysoitiin tarkasti. Saimme asiakkailtamme paljon uusia ideoita toimintamme kehittämiseksi, joita lähdemme seuraavaksi käymään läpi ja miettimään tarkempaa toteutusta. Samalla opin itsekin lisää asiakastytyväisyydestä, sen mittaamisesta ja tulosten tulkinnasta.

Vaikka aihe sinänsä oli hyödyllinen ja mielenkiintoinen, itse opinnäytetyöprosessi oli minulle vaikea, pitkäväteinen ja vastentahtoinen kokemus. Varsinkin tietoperustan kirjoittaminen takkusi paljon; järkevä sisällön suunnittelu, tekstin kirjoittaminen ja sopivien ja monipuolisten lähteiden etsiminen oli hankalaa. Lisäksi aikataulu venyi suunnitellusta ja deadline tutkinnon valmistumiselle alkoi lähestymään, mikä aiheutti kiirettä loppua kohden. Jouduinkin karsimaan useampia kappaleita työn suunnitellusta sisällöstä, jotta ehdin saamaan työn ajoissa valmiiksi.

Jälkikäteen arvioituna opinnäytetyöprosessi olisi voinut olla mieluisampi, mikäli olisin aloittanut sen aikaisemmin. Nyt aloitin opinnäytetyön aktiivisen tekemisen vain noin kuukautta ennen aiottua tutkinnon valmistumista, joten aikataulu oli tiukka. Lisäksi asennoitumiseni työn tekemiseen olisi voinut olla innokkaampi, mikä olisi lisännyt mielekkyyttä ja motivaatiota. Tavoitteena minulla olikin saada opinnäytetyö valmiiksi mahdollisimman nopeasti ja vähällä vaivalla, joten tämän mielessä pitäen voin olla valmiiseen työhön tyytyväinen.

Lähteet

- American Society for Quality. S.a. What is customer satisfaction? Luettavissa: <https://asq.org/quality-resources/customer-satisfaction>. Luettu: 27.5.2025.
- Arica Fit Oy. 2025. Arica Fit Luettavissa: <https://aricafit.fi>. Luettu: 27.5.2025.
- Finder. 2025. Arica Fit Oy. Luettavissa: <https://www.finder.fi/Liikuntapalvelut/Arica+Fit+Oy/%C3%84%C3%A4nekoski/yhteystiedot/3969518>. Luettu: 27.5.2025.
- Kataja, J. 23.10.2019. NPS ei ole asiakaskokemuksen mittari. Timo Kataja – digipalvelut on jänniä -blogi. Luettavissa: <https://timokataja.fi/nps-ei-ole-asiakaskokemuksen-mittari/>. Luettu: 26.5.2025.
- Korkiakoski, K., Karhinen, R. 2019. Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus: uusi aika, uudenlainen johtaminen. Alma Talent. Helsinki. E-kirja. Luettu: 26.5.2025.
- Korkiakoski, K. 2023. Huomisen asiakas. Kauppakamari. Helsinki. E-kirja. Luettu 27.5.2025.
- Kotler, P., Armstrong, G. & Balasubramanian, S. 2024. Principles of marketing. Pearson Education Limited. Harlow. E-kirja. Luettu: 27.5.2025.
- Pöyhönen, P., Santavuori, H. & Mustonen, S. 2023. Asiakastutkimus: perusteet ja käytännöt. Alma Talent. Helsinki. E-kirja. Luettu: 25.5.2025.
- Saarijärvi, H., Puustinen, P. 2020. Strategiana asiakaskokemus: miksi, mitä, miten? Docendo. Jyväskylä. E-kirja. Luettu: 26.5.2025.
- Suomi.fi 2022. Asiakastyytyväisyys ja laatu. Luettavissa: <https://www.suomi.fi/yritykselle/liiketoiminnan-kehittaminen/laadunhallinta/opas/tuotteen-laatu/asiakastyytyvaisyys-ja-laatu>. Luettu: 27.5.2025.
- Trustmary. 2024. CSAT – Mittari asiakastyytyväisyyden selvittämisen. Luettavissa: <https://trustmary.com/fi/asiakaskokemus/csat-mittari-asiakastyytyvaisyyden-selvittamisen/>. Luettu: 26.5.2025.
- Trustmary 2024. Customer effort score (CES) – Mittari käyttäjäkokemuksen mittaamiseen. Luettavissa: <https://trustmary.com/fi/asiakaskokemus/customer-effort-score-ces-mittari-kayttajakokemuksen-mittaamiseen/>. Luettu: 26.5.2025.
- Vehkalahti, K. 2019. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsingin yliopisto. Helsinki. E-kirja. Luettu 25.5.2025.
- Vilkkä, H. 2025. Tutki ja kehitä. Santalahti-kustannus. Jyväskylä. E-kirja. Luettu 25.5.2025.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa: määrällisen tutkimuksen perusteet. Tammi. E-kirja. Luettu 25.5.2025.

Liitteet

Liite 1. Kyselytutkimuslomake

Arica Fit asiakastyytyväisyyskysely 2025

Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)



Kiitos, että haluat vastata kyselyyn! Arica Fit pyrkii palvelunsa jatkuvaan parantamiseen ja kehittämiseen. Säännölliset asiakastyytyväisyyskyselyt ovat tärkeä osa tätä toimintaa, ja tarjoavat asiakkaille mahdollisuuden antaa palautetta.

Kyselyyn vastaaminen vie noin 5-10 minuuttia. Kysely on anonymi ja vapaaehtoinen. Vastaamisen jälkeen voit jättää yhteystietosi osallistuaksesi 50€ Arica Fitin lahjakortin arvontaan. Yhteystietoja ei voida yhdistää kyselyn vastauksiin.

Tämä kysely on samalla osa Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opiskelijan ja Arica Fitin yrittäjän Leevi Laajalan opinnäytetyötä. Kyselyn vastauksista koostetaan opinnäytetyöhön anonymi raportti Arica Fitin asiakkaiden asiakastyytyväisyydestä.

Lisätietoja: Leevi Laajala, info@aricafit.fi

Kaikki vastaukset ovat meille erittäin arvokkaita!

1. Olen tutustunut yllä olevaan tutkimustiedotteeseen sekä annan suostumukseni osallistua tutkimukseen tutkimustiedotteen mukaisesti. *

- Kyllä
- En. Kyselyyn vastaaminen edellyttää luvan antamista.
-

Kysymyksen säännöt

Olen tutustunut yllä olevaan tutkimustiedotteeseen sekä annan suostumukseni osallistua tutkimukseen tutkimustiedotteen mukaisesti.

Kyllä

Ei vaihtoehdon sääntöjä

En. Kyselyyn vastaaminen edellyttää luvan antamista.

Sääntö: Lopeta kysely

Jos vaihtoehto on valittu Lopeta kysely ja ohjaa vastaaja kiitossivulle.

Taustakysymykset

2. Ikä? *

- 13-17
- 18-25
- 26-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- 65+

3. Sukupuoli? *

- Mies
- Nainen
- Muu/En halua vastata

4. Kuinka kauan olet ollut asiakkaamme? *

- 0-6kk
- 6kk-1v
- 1-2 vuotta
- Yli 2 vuotta (alusta asti)

5. Mikä jäsenyystyyppi sinulla on? *

- Kuntosali jäsenyys (toistaiseksi tai määräaikainen)
- Yhdistelmäjäsenyys (toistaiseksi tai määräaikainen)
- Kuntosali kertakäynti tai kymppikortti
- Ryhmäliikunta kertakäynti tai kymppikortti

6. Mitä palvelua pääasiassa käytät? *

- Kuntosalia
- Ryhmäliikuntatunteja
- Molempia

Kysymyksen säännöt

Mitä palvelua pääasiassa käytät?

Kuntosalia

Sääntö: Hyppää sivulle

Jos vaihtoehto on valittu Hyppää sivulle Kuntosaliin liittyvät kysymykset

Ryhmäliikuntatunteja

Sääntö: Hyppää sivulle

Jos vaihtoehto on valittu Hyppää sivulle Ryhmäliikuntaan liittyvät kysymykset

Molempia

Sääntö: Hyppää sivulle

Jos vaihtoehto on valittu Hyppää sivulle Kuntosaliin ja ryhmäliikuntaan liittyvät kysymykset

7. Kuinka usein keskimäärin käyt treenaamassa? *

- Päivittäin
- 4-6 kertaa viikossa
- 2-3 kertaa viikossa
- Kerran viikossa
- Joka toinen viikko

Harvemmin

8. Kuinka päädyit meille asiakkaaksi? *

- Jatkoin Kuntokeskuksen jäsenenä
- Vaihdoin toiselta salilta
- Olen täysin uusi (en ole käynyt salilla ollenkaan tai pitkään aikaan)

Kuntosaliin liittyvät kysymykset

Kysymyksen säännöt

Kuntosaliin liittyvät kysymykset

Ei vielä kysymyssääntöjä. HUOM! Kun testaat sääntöjä kyselyn esikatselussa, muista lähettää lomake jotta testisi nollaantuu esikatselussa.

Kysymys **Mitä palvelua pääasiassa käytät?** on Hyppää sivulle sääntö tälle kysymykselle

9. Vastaa seuraaviin väittämiin kuntosaliin liittyen *

- 1 = Täysin eri mieltä
- 2 = Jokseenkin eri mieltä
- 3 = En samaa enkä eri mieltä tai en osaa sanoa
- 4 = Jokseenkin samaa mieltä
- 5 = Täysin samaa mieltä

	1. Täysin eri mieltä	2. Jokseenkin eri mieltä	3. En samaa enkä eri mieltä / En osaa sanoa	4. Jokseenkin samaa mieltä	5. Täysin samaa mieltä
Kuntosalilaitteita on riittävästi ja monipuolisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuntosalilaitteet ovat hyväkuntoisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuntosalilaitteet on sijoitettu järkevästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pääsen yleensä käyttämään laitteita ilman jonottamista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuntosali vastaa tarpeitani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1. Täysin eri mieltä	2. Jokseenkin eri mieltä	3. En samaa enkä eri mieltä / En osaa sanoa	4. Jokseenkin samaa mieltä	5. Täysin samaa mieltä
Kuntosalin valaistus on sopiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuntosalin lämpötila on sopiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuntosalin ilmanvaihto on riittävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jos vastasit johonkin väittämään 1-3 eli olet eri mieltä, perustelisitko vastauksen?

Kysymyksen säännöt

Vastaa seuraaviin väittämiin kuntosaliin liittyen

Kysymyksen säännöt

Sääntö: Hyppää sivulle

Hyppää sivulle Yleiset kysymykset

10. Oletko lainkaan kiinnostunut ryhmäliikunnasta? Miksi tai miksi et? Mikä voisi saada sinut kokeilemaan ryhmäliikuntaa?

11. Vapaa sana kuntosaliin liittyen

Ryhmäliikuntaan liittyvät kysymykset

Kysymyksen säännöt

Ryhmäliikuntaan liittyvät kysymykset

Ei vielä kysymyssääntöjä. HUOM! Kun testaat sääntöjä kyselyn esikatselussa, muista lähettää lomake jotta testisi nollaantuu esikatselussa.

Kysymys **Mitä palvelua pääasiassa käytät?** on Hyppää sivulle sääntö tälle kysymykselle

12. Vastaa seuraaviin väittämiin ryhmäliikuntaan liittyen *

1 = Täysin eri mieltä

2 = Jokseenkin eri mieltä

3 = En samaa enkä eri mieltä tai en osaa sanoa

4 = Jokseenkin samaa mieltä

5 = Täysin samaa mieltä

	1. Täysin eri mieltä	2. Jokseenkin eri mieltä	3. En samaa enkä eri mieltä/En osaa sanoa	4. Jokseenkin samaa mieltä	5. Täysin samaa mieltä
Tuntien valikoima on sopiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuntien ajankohta on sopiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tunneilla soiva musiikki on mieleistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuntien musiikin voimakkuus on sopiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuntien ohjaajat ovat ammattitaitoisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tunneilla on riittävä valaistus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kysymyksen säännöt

Vastaa seuraaviin väittämiin ryhmäliikuntaan liittyen

Kysymyksen säännöt

Sääntö: Hyppää sivulle

Hyppää sivulle Yleiset kysymykset

**13. Oletko lainkaan kiinnostunut kuntosaliharjoittelusta? Miksi tai miksi et?
Mikä voisi saada sinut kokeilemaan kuntosaliharjoittelua?**

14. Vapaa sana ryhmäliikuntaan liittyen.

Kuntosaliin ja ryhmäliikuntaan liittyvät kysymykset

Kysymyksen säännöt

Kuntosaliin ja ryhmäliikuntaan liittyvät kysymykset

Ei vielä kysymyssääntöjä. HUOM! Kun testaat sääntöjä kyselyn esikatselussa, muista lähettää lomake jotta testisi nollaantuu esikatselussa.

Kysymys **Mitä palvelua pääasiassa käytät?** on *Hyppää sivulle* sääntö tälle kysymykselle

15. Vastaa seuraaviin väittämiin kuntosaliin liittyen *

- 1 = Täysin eri mieltä
- 2 = Jokseenkin eri mieltä
- 3 = En samaa enkä eri mieltä tai en osaa sanoa
- 4 = Jokseenkin samaa mieltä
- 5 = Täysin samaa mieltä

	1. Täysin eri mieltä	2. Jokseenkin eri mieltä	3. En samaa enkä eri mieltä / En osaa sanoa	4. Jokseenkin samaa mieltä	5. Täysin samaa mieltä
Kuntosalilaitteita on riittävästi ja monipuolisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuntosalilaitteet ovat hyväkuntoisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuntosalilaitteet on sijoitettu järkevästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pääsen yleensä käyttämään laitteita ilman jonottamista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuntosali vastaa tarpeitani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuntosalin valaistus on sopiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuntosalin lämpötila on sopiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuntosalin ilmanvaihto on riittävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jos vastasit johonkin väittämään 1-3 eli olet eri mieltä, perustelisitko vastauksen?

16. Vastaa seuraaviin väittämiin ryhmäliikuntaan liittyen *

1 = Täysin eri mieltä

2 = Jokseenkin eri mieltä

3 = En samaa enkä eri mieltä tai en osaa sanoa

4 = Jokseenkin samaa mieltä

5 = Täysin samaa mieltä

	1. Täysin eri mieltä	2. Jokseenkin eri mieltä	3. En samaa enkä eri mieltä/En osaa sanoa	4. Jokseenkin samaa mieltä	5. Täysin samaa mieltä
Tuntien valikoima on sopiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuntien ajankohta on sopiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tunneilla soiva musiikki on mieleistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuntien musiikin voimakkuus on sopiva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuntien ohjaajat ovat ammattitaitoisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1. Täysin eri mieltä	2. Jokseenkin eri mieltä	3. En samaa enkä eri mieltä/En osaa sanoa	4. Jokseenkin samaa mieltä	5. Täysin samaa mieltä
Tunneilla on riittävä valaistus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jos vastasit johonkin väittämään 1-3 eli olet eri mieltä, perustelisitko vastauksen?

17. Vapaa sana kuntosaliin ja ryhmäliikuntaan liittyen.

Yleiset kysymykset

Kysymyksen säännöt

Yleiset kysymykset

Ei vielä kysymyssääntöjä. HUOM! Kun testaat sääntöjä kyselyn esikatselussa, muista lähettää lomake jotta testisi nollaantuu esikatselussa.

Kysymys **Vastaa seuraaviin väittämiin kuntosaliin liittyen** on *Hyppää sivulle* sääntö tälle kysymykselle
 Kysymys **Vastaa seuraaviin väittämiin ryhmäliikuntaan liittyen** on *Hyppää sivulle* sääntö tälle kysymykselle

18. Kuinka samaa tai eri mieltä olet seuraavista väittämistä?

- 1 = Täysin eri mieltä
- 2 = Jokseenkin eri mieltä
- 3 = En samaa tai eri mieltä / En osaa sanoa
- 4 = Jokseenkin samaa mieltä
- 5 = Täysin samaa mieltä

	1. Täysin eri mieltä	2. Jokseenkin eri mieltä	3. En samaa tai eri mieltä / En osaa sanoa	4. Jokseenkin samaa mieltä	5. Täysin samaa mieltä
Jäseneksi liittyminen oli helppoa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nettisivut ovat selkeät ja helppokäyttöiset *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yleiset tilat ovat siistit *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vessat ja pukuhuoneet ovat siistit *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunta on ystävällistä ja avuliasta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vastaanoton aukioloajat ovat sopivat (ma- to klo 13-20 ja la klo 10-14) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koen, että Arica Fit välittää asiakkaistaan *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan rahoilleni vastinetta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koen, että Arica Fit kehittää ja parantaa toimintaansa jatkuvasti *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintä ajankohtaisista asioista on riittävä ja selkeää *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Myynnissä olevien juomien ja patukoiden valikoima on riittävä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jos vastasit johonkiin edellisistä väittämistä vaihtoehdon 1-3 eli et ole samaa mieltä, perustelisitko vastauksen?

19. Oletko kokenut tai todistanut häirintää tai muuta epäasiallista käytöstä Arica Fitillä? *

- En
- Kyllä

Jäikö jotain kysymättä? Anna tässä vapaasti palautetta, toiveita ja/tai terveisiä.

24. Haluatko osallistua 50€ Arica Fitin lahjakortin arvontaan? *

- Kyllä
- En

Kysymyksen säännöt

Haluatko osallistua 50€ Arica Fitin lahjakortin arvontaan?

Kyllä

Sääntö: Ohjaa vastaaja

Jos vaihtoehto on valittu Ohjaa vastaaja Toiseen (tai samaan) kyselyyn

En

Sääntö: Lopeta kysely

Jos vaihtoehto on valittu Lopeta kysely ja ohjaa vastaaja kiitossivulle.