

Heidi Toljander

**KAUNEUSHOITOLA DIBI-CENTERIN KAUNEU-
DENHOITO- JA HYVINVOINTIPALVELUJEN
KEHITTÄMINEN –
ASIAKASPALAUTELOMAKKEEN PILOTOINTI**

Dataperustaisten hyvinvointipalvelujen kehittämisen
koulutus (ylempi amk)

Sosiaali- ja terveysalan ylempi ammattikorkeakoulututkinto

2025



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tutkintonimike	Jalkaterapeutti (ylempi AMK)
Tekijä/Tekijät	Heidi Toljander
Työn nimi	Kauneushoitola Dibi-Centerin kauneudenhoito- ja hyvinvointipalvelujen kehittäminen – asiakaspalautelomakkeen pilotointi
Toimeksiantaja	Kauneuskauppa- ja hoitola Dibi-Center
Vuosi	2025
Sivut	34 sivua, liitteitä 1 sivua
Työn ohjaaja(t)	Tiina Kautonen, Marja-Liisa Rissanen

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kuvata nykyisten kauneudenhoito- ja hyvinvointipalvelujen toimivuutta, tarpeellisuutta sekä ajankohtaisuutta pilotoimalla asiakaspalautelomaketta. Tavoitteena oli laajentaa Dibi-Centerin palvelualikoimaa asiakkailta saadun palautteen perusteella. Asiakaskunta koostui sekä kosmetologi- että jalkaterapiapalveluja käyttävistä. Tulosten avulla palautelomaketta on mahdollista kehittää eteenpäin vastaamaan paremmin kauneushoitolan palveluiden kartoitusta sekä havainnoida aineiston kanssa eteen tulevat haasteet ajoissa.

Palautelomakekysely toteutettiin A4-muotoisena paperilomakkeena, jonka asiakkaat (n=15) täyttivät hoidon päätteeksi ja palauttivat sille varattuun keräysastiaan. Palautelomake oli täysin anonyymi, eikä tuloksia voida yhdistää vastajiin. Tulokset analysoitiin määrällisesti. Kyselylomake sisälsi lisäksi avoimia kysymyksiä, jotka on avattu tässä opinnäytetyössä.

Opinnäytetyön tuloksista voidaan todeta, että kyselylomake oli toimiva tapa kerätä palautetta palvelujen toimivuudesta ja yrityksen nykyisestä palvelurakenteesta. Asiakkailta saadun palautteen perusteella yrityksen toimintaa on mahdollista kehittää ja vahvistaa jo ennestään toimivaksi havaittuja tapoja. Tulvaisuudessa asiakkailta kannattaa kerätä palautetta uudestaan, ja yrityksen kannattaa ottaa käyttöön palautekanava.

Asiasanat: opinnäytetyö, kauneudenhoito, kosmetologi, hyvinvointi, kyselylomake, pilottitutkimus

Degree title	Master of Health Care, Podiatry
Author	Heidi Toljander
Thesis title	Developing beauty and wellbeing services in Beauty Center Dibi-Center – piloting a customer feedback form
Commissioned by	Kauneuskauppa ja -hoitola Dibi-Center
Time	2025
Pages	34 pages, 1 page of appendices
Supervisor	Tiina Kautonen, Marja-Liisa Rissanen

ABSTRACT

The purpose of this thesis was to pilot a customer feedback form to support the future development of the beauty salon's services and evaluate the effectiveness of the form itself. The pilot was conducted during the summer of 2024 in Dibi-Center Lappeenranta, gathering feedback from customers utilizing the salon's current services, including beautician and podiatry services. In addition to testing the form, the primary objective was to gain insight into the currently used services by customers and their preferences for the future at Dibi-Center Lappeenranta.

The material for this thesis was collected using an A4-sized paper form, which customers were asked to complete after their appointment at the salon. The completed forms were then returned to a designated collection box. The survey included questions about the salon's services and provided space for open-ended feedback, and the feedback itself is also covered in this thesis. The results were analyzed quantitatively. The questionnaire also included open-ended questions, which are elaborated on in this thesis. Participation was entirely anonymous, ensuring that individual responses could not be linked to specific customers.

The results of this thesis could be further used to develop an improved customer questionnaire form later in future, helping Dibi-Center optimize its services to better meet customers' needs and to provide services customers seek and use the most. It is highly recommended to use feedback methods like a questionnaire again to ensure customers long-term commitment.

Keywords: Master's thesis, beautician, beauty services, well-being, questionnaire, pilot study

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	TOIMEKSIANTAJANA DIBI-CENTER LAPPEENRANTA	3
3	TIETOPERUSTA JA KESKEISET KÄSITTEET	6
	3.1 Kauneudenhoito palvelualana	6
	3.2 Asiakaskokemus ja asiakassuhde	7
3.3	VUOROVAIKUTUS	9
4	OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS JA TAVOITE	10
5	OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS	10
	5.1 Lähestymistapoina määrällinen tutkimus ja palvelumuotoilu	10
	5.2 Aineiston keruu	12
6	TULOKSET	14
7	POHDINTA	21
	7.1 Tulosten tarkastelu	21
	7.2 Eettisyys ja luotettavuus	22
8	JOHTOPÄÄTÖKSET	25
	LÄHTEET	26

Liitteet

Liite 1

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tarkoituksena on kuvata nykyisten kauneudenhoito- ja hyvinvointipalvelujen toimivuutta, tarpeellisuutta sekä ajankohtaisuutta pilotoimalla asiakaspalautelomaketta. Tavoitteena on laajentaa Dibi-Centerin palveluvalikoimaa. Yritys tarjoaa perinteisiä kauneudenhoitopalveluja Lappeenrannan asukkaille, mutta lisäksi yrityksessä työskentelee vuokratuolipaikalla jalkaterapeutti (allekirjoittanut) sekä toinen kosmetologi. Tulevaisuudessa yritykseen on mahdollista ottaa muitakin sopimusyrittäjiä.

Tarjoan asiakkaille vaativia jalkaterapiapalveluja, laitospöytäpalveluja sekä ohjausta ja neuvontaa. Olen työskennellyt yli vuoden verran jalkaterapeutina Dibi-Centerillä ja olen päässyt vaikuttamaan heti työt aloitettuani sekä oman alan palveluihin että koko yrityksen palveluihin.

Aiheen ulkopuolelle jäävät kampaamopalvelut, koska tällä hetkellä meillä ei siihen sopivia tiloja, eikä yritys ole näillä näkymin muuttamassa nykyisistä tiloista tai laajentumassa.

Vuoden aikana yrityksessä on tapahtunut paljon muutoksia, ja nämä muutokset ovat antaneet hyvän pohjan opinnäytetyötä varten, koska meidän on tehtävä ratkaisuja tulevaisuutta varten. Keskeisiä kysymyksiä ovat, kuinka tarjoamme jatkossa palveluja ja millaisella henkilökunnalla ja millaisia näkymiä tulevaisuudessa on kauneudenhoito- ja hyvinvointialalla. Vuonna 2018 uudistunut ammatillisen koulutuksen reformi oli suuri uudistus, jolla halutaan nopeuttaa valmistumista ja lisätä merkittävästi työpaikkojen merkitystä oppimisessa. Reformin tueksi käynnistettiin tukiohjelma ja kehittämishankkeita, joissa tarkoituksena on uudistaa toimintamalleja yhä asiakasystävällisemmiksi ja keventää hallintoa. Lisäksi opetus- ja kulttuuriministeriön reformissa tuetaan laadun kehittämistä, yhteisöllisyyden ja hyvinvoinnin vahvistamista ja uusien, innovatiivisten toimintojen kehittämistä. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2017.) Olen ollut itse mukana Saimaan ammattiopiston palaverissa yhdessä alueen kauneudenhoitoalan yrittäjien kanssa, jossa etsittiin keinoja muun muassa opiskelijoiden työharjoittelupaikkojen lisäämiseksi.

Kauneudenhoito- ja hyvinvointiala muuttuu ja meidän on jatkuvasti kehityttävä alan ammattilaisina, jotta pysymme mukana kasvavassa kilpailussa ja erotumme eduksemme muista. Yleinen arvonlisäverokanta nousi 24 prosentista 25,5 prosenttiin 1.9.2024 alkaen. Eduskunta päätti korotuksesta kesäkuussa 2024. Korotettua arvonlisäverokantaa sovelletaan vain sellaisiin tavaroihin ja palveluihin, joiden verokanta oli ennen syyskuun alkua 24 %. Jalkaterapiapalvelut ovat arvonlisäverottomia, koska jalkaterapia kuuluu terveyden- ja sairaanhoidon palvelujen alle. (Vero.fi 2024.)

Ammatillisesti tämä on kiinnostava ja ajankohtainen kehittämistyö, ja tavoitteenamme on hyödyntää saatuja tietoja yrityksen kehittämisessä jatkossa, käyttäen kyselylomaketta, joilla kartoittaa asiakkaiden tarpeita ja toiveita palveluista. Toimimme yhteistyössä Saimaan ammattiopiston kanssa, ja yrityksessämme on usein ammattiin opiskelevia nuoria työharjoittelussa. (Saimaan ammattiopisto 2024.) Haluamme tuottaa heille realistisen kuvan alan erilaisista palvelumahdollisuuksista ja miten tulevaisuudessa näitä palveluja voidaan tuottaa yhteistyössä asiakkaiden toiveiden kanssa.

Tähän mennessä uusia palveluja on lisätty edellisten jatkoksi pohtimatta kokonaisuutta tai sen toimivuutta. Tällä hetkellä pyrimme myös vastaamaan ongelmaan, joka on noussut hiljattain esiin; miten ratkaista palvelujen tuottajien saatavuus ja pysyvyys eli sitoutuneisuus myös tulevaisuudessa? Esiin ovat nousseet myös tahdosta riippumattomat ongelmat, kuten yrittäjän allergisoituminen käytetyille liima-aineille. Tämä tarkoittaa sitä, että yrittäjä ei voi enää jatkossa itse tehdä esimerkiksi ripsienpidennyksiä, koska hän on altistunut niissä käytettäville liimoille.

Vastaavaa palvelukuvausta ei ole aiemmin tehty, ja kauneudenhoitoalasta on ylipäättään kohtalaisen vähän tehty tutkimusta. Suurin osa tehdyistä opinnäytetyöistä suuntautuu liiketoiminnan tai markkinoinnin kehittämiseen. Kauneudenhoitoala ei ole myöskään usein tutkimuksien kohteena, pl. estenomikoulu-tus, jossa tutkitaan muun muassa tuotteita tai niiden raaka-aineita syvällisemmin.

Aihe on minulle tärkeä, koska haluan sitoutua yrityksen toimintaan ja olla jatkossakin kehittämässä sitä. Olen ensimmäistä kertaa yrittäjänä, ja opinnäytetyön tekeminen myös vahvistaa ammatillista identiteettiäni, ja pystyn hyödyntämään aiempaa osaamistani sekä dataperustaisten hyvinvointipalvelujen kehittäminen -koulutusohjelmassa opittuja tietoja.

Varsinaisten kauneudenhoito- ja hyvinvointipalvelujen lisäksi tarjoamme esimerkiksi sähköisen ajanvarauksen, mahdollisuuden maksaa ja ostaa lahjakortteja netistä sekä luonnollisesti käyttää sähköisiä yhteydenottokanavia. Käytössämme on Timma-palvelu sekä yrityksen omat nettisivut. Vain jalkaterapeutilla on käytössään sähköinen asiakasrekisteri, johon asiakaskäynnit kirjataan lain vaatimalla tavalla. Digitaaliset työkalut ovat ja tulevat olemaan jatkossakin tärkeä osa työtämme.

2 TOIMEKSIANTAJANA DIBI-CENTER LAPPEENRANTA

Toimeksiantajan yrittäjä on halunnut pitäytyä anonyyminä, joten hänestä puhuttaessa työssä käytetään ilmausta *yrittäjä*. Kauneuskauppa- ja hoitola Dibi-Center on perustettu vuonna 2013, kun yrittäjä perusti yrityksen valmistuttuaan kosmetologiksi. Vaikka yrityksen palveluvalikoima onkin perinteinen, se profiloituu selvästi aikuisemmän ihmisen hoitolaksi sekä hoitolaksi, johon kuka tahansa on sukupuolesta tai identiteetistä riippumatta tervetullut. Hoitolassa ei eritellä sukupuolisidonnaisesti palveluja, vaan ne ovat kaikille yhdenvertaisesti tarjolla.

Dibi Milano -brändi perustettiin vuonna 1976 Italiassa. Aluksi yritys valmisti kosmetiikkatuotteita kauneudenhoitoalan ammattilaisille sekä keskittyi niiden markkinointiin ja tutkimukseen. Yrityksellä oli taustaa biolääketieteen parissa, ja tämän osaamisen pohjalta kehitettiin kauneudenhoitoon käytettäviä laitteita. Aluksi laitehoitoja annettiin Dibi Milanon omissa keskuksissa, joista ne myöhemmin 1980-luvun puolivälissä muuttuivat kauneuskeskuksiksi. Tämän siirtymän myötä maine levisi, ja Dibi Milanon suosio kasvoi. Vuonna 2009 liiketoiminnan osti italialainen hiustuotteiden kehittäjä Roberto Franchina. Dibi Milano yhdisti näin ihon- ja hiusten hoidon. (Dibimilano 2024; Alparfmilano 2024.)

Dibi kauneuskeskuksia, eli Dibi-Centereitä on Suomessa useita, ja yrittäjä voi hakea brändin edustajaksi. Hän saa käyttöönsä Dibin materiaalit, koulutukset, sertifioidut tuotteet sekä mahdolliset laitteet, sekä oikeuden käyttää Dibi-Center-nimeä. Tämä ei silti poissulje yritystä hankkimasta muitakin tuotteita, laitteita tai palveluja. (Dibimilano 2024.)

Haastateltaessa yrittäjää hän perusteli Dibi Milanon valintaa seuraavasti:

”Koululla oli (Dibin) laitteet ja tuotteet. Ajattelin, että jos meidän opettajamme oli ne hyväksynyt oppilaille ja koululle käytettäväksi, niin tuotteiden/laitteiden oli pakko olla turvalliset sekä laadukkaat. Lisäksi en halunnut olla pieni puoti, vaan osa suurempaa kokonaisuutta.”

Valintaan vaikutti myös Milanon imago muodin ja kauneuden Mekkana, sekä laatu- ja kosmetiikan hankinta ja saatavuus läheltä Euroopasta. Suomeen Dibin tuotteita maahantuo kotimainen maahantuontiyritys Disar. (Disar 2024.)

Omistaja ja yrittäjä on kiinnostunut ja kouluttautunut vaativankin ihon hoitoon sekä kasvoissa että koko vartalolla, ja tuntee erityisen hyvin eri sairauksien mukana tuomat muutokset iholle. Myöhemmin hän suoritti kosmetologin erikoisammattitutkinnon, ja lisäksi hän harjoittaa tanssinopetusta. Yrittäjä on tanssiliikunnan kouluttaja sekä seuratanssinopettaja yhdessä parinsa kanssa, ja he vetävät kursseja sekä yksilöille että ryhmille. Yrittäjä valmistui myös merkonomiksi vuonna 2023 työn ohella.

Yrittäjänä hän on verkostoitunut laajalle. Hän tuntee alueen yrittäjät ja toimijat, ja on ollut vuosia mukana vaikuttamassa alueen kehittämiseen sekä opettanut ammattioppilaitoksessa tulevia kosmetologeja. Vuosien kokemuksen myötä hänelle on syntynyt käsitys, millaisia palveluja hän haluaa itse omassa yrityksessään tarjota ja mitä alueella yleisesti ottaen kaivataan.

Dibi-Center Lappeenrannassa on käytössä hyvin perinteiset kauneudenhoitoalan palvelut. Ne koostuvat kasvohoidoista, vartalohoidoista sekä tuotemyynnistä. Kasvohoitoja Dibillä ovat puhdistavat ja kiinteyttävät hoidot, anti-

age-hoidot ja rentouttavat hoidot. Käytössä olevat menetelmät ovat mikroneulaus, radiofrekvenssi, timanttihionta, hapotushoidot ja ultraäänipuhdistus. Ilman laitteita tehtäviä hoitoja ovat mekaaninen ihonpuhdistus sekä AgeMethod-erikoiskasvojenhoito. Vartalohoidoissa voidaan käyttää samoja menetelmiä eri kehon alueille, kuten esimerkiksi komedojen poisto selästä ultraäänipuhdistuksen avulla. Ihokarvojen poisto tapahtuu sokeroimalla, ja ihokarvat voidaan poistaa koko kehon alueelta. (Dibicenterlpr.com 2024.)

Ripsi- ja kulmapalvelut sisältävät lyhyesti erilaisia ripsiin ja kulmakarvoihin tehtäviä värjäys- ja muotoilupalveluja. Dibi-Centerillä lisäksi tehdään XTREME Lashes -volyymiripsiä sekä niiden huoltoja. Volyymiripsien ikäraja on 18 vuotta. (Tikka 2024.)

Lisäksi tarjoan itse jalkaterapiapalveluja Dibi-Centerin tiloissa toiminimiyrityksenä. Palveluiden keskiössä ovat kliiniset jalkaterapian hoidot sekä erityisryhmien jalkaterapia. Kliininen eli terveyttä edistävä jalkaterapia pitää sisällään jalkojen terveystarkastuksen, omahoitotottumusten kartoittamisen, kynsi- ja ihomuutosten hoidon sekä asiakkaan jalkojenhoidon toteutumisen tukeminen apuvälinein. Jalkaterapian apuvälineterapiaan kuuluu erityisesti kevennykset sekä varpaiden oikaisijat ja suoristajat, joita voidaan valmistaa eri tekniikoita käyttäen. Kaikkeen tähän kuuluu lisäksi asiakkaan toimintakyvyn arviointi, jonka perusteella jalkojenhoitosuunnitelmaa lähdetään tekemään; arvioidaan asiakkaan kävelyä, tasapainoa, toimintakykyä sekä nivel- ja lihastoimintoja alaraajoissa. (Terveyskirjasto 2024.)

Käsitteenä jalkojenhoito ja jalkahoito ovat eri asioita. Nimikkeiden ero on merkittävä, ja etenkin palvelutarjonnassa asiakkaan on hyvä tietää eri ammattilaisien erot. Vuoden 1999 jälkeen nimike *jalkojenhoitaja* muuttui virallisesti *jalkaterapeutiksi*, kun aiemmin toisen asteen koulutus muuttui ammattikorkeakoulututkinnoksi, ja siitä lähtien korkeakoulusta valmistuneet ovat käyttäneet nimityksenä jalkaterapeutti. Ennen vuotta 1999 valmistuneet voivat kuitenkin edelleen käyttää jalkojenhoitajan nimikettä, vaikka varsinainen nimityksen poistui vuonna 2007 valtioneuvoston asetuksella. Tällä hetkellä nimityksenä ovat *jalkaterapeutti* sekä *lähihoitaja, jalkojenhoidon osaamisala*.

Näitä ammattinimikkeitä voi käyttää vain kyseisen tutkinnon suorittaneet henkilöt. Ammattioikeudet myöntää Valvira. Jalkojenhoidon ammattitutkinto on terveysalan ammattitutkinto, joka on tarkoitettu sosiaali- ja terveydenhuollon henkilöille, jotka haluavat syventää osaamistaan. *Jalkojenhoitaja (at)* ei ole nimikesuojattu. (Duodecim Käypä Hoito 2024; Careeria 2024.)

3 TIETOPERUSTA JA KESKEISET KÄSITTEET

Keskeisimmät käsitteet opinnäytetyössä ovat vuorovaikutus, palvelumuotoilu, määrällinen tutkimus, kehittäminen, kauneudenhoito, asiakaskokemus ja asiakassuhde. Tietoperusta koostuu aiheeseen liittyvästä teoriasta. Teoriaosuudessa käytettävät kirjallisuus- ja tutkimuslähteet ovat valittu tukemaan keskeisiä menetelmiä, joilla voidaan ymmärtää syvemmin asiakkuuden merkitystä, asiakassuhteen muodostumista, sitoutumista yrityksen palveluihin sekä itse palvelumuotoilua, jolla kehitetään näitä asiakkaille tarjottavia palveluja.

3.1 Kauneudenhoito palvelualana

Hyvinvointi on käsitteenä monialainen ja erittäin laaja, ja sillä voidaan näkökulman mukaan tarkoittaa eri asioita. Tässä opinnäytetyössä hyvinvoinnilla tarkoitetaan hyvinvointipalveluja ja ne erotellaan kauneudenhoitopalveluista. Se, mitä määritellään yleisesti hyvinvoinniksi, voidaan pitää fyysistä, psyykkistä ja sosiaalista hyvinvointia. Käsitteenä hyvinvointi viittaa yksilölliseen sekä yhteisön hyvinvointiin; yksilöllisen hyvinvoinnin tekijöiksi voidaan lukea muun muassa onnellisuus, sosiaaliset suhteet ja itsensä toteuttaminen. Yhteisötason hyvinvoinnissa taas eri ulottuvuuksia ovat työllisyys, toimeentulo ja työolot. (Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2024.)

Kauneudenhoitoalan tarkoituksena on tarjota palveluja, joilla vaikutetaan ihmisen ulkoiseen olemukseen, kuten hiuksiin ja ihoon. Näiden palvelujen tarkoituksena on edistää asiakkaiden hyvinvointia, mutta myös vahvistaa asiakkaiden persoonallista identiteettiä. Palvelutuottajat työskentelevät tavallisesti itsenäisinä ammatinharjoittajina tai jonkun toisen ammattilaisen palveluksissa. Li-

säksi palvelut ovat sijoittuneet esimerkiksi tavaratalojen tai kylpylöiden yhteyteen, sekä joitain palveluja voidaan viedä myös asiakkaan kotiin. Kauneudenhoitoalan ammattilaisia työskentelee lisäksi myynnin, konsultoinnin, markkinoinnin tai koulutustehtävien parissa, sekä esimerkiksi teatteri-, valokuvaus-, ja elokuva-alalla. (Pylväs & Roisko 2012.) Tässä opinnäytetyössä keskityttiin kuitenkin vain tarkastelemaan omassa yrityksessä työskentelevää yrittäjää ja aiheen ulkopuolelle rajataan muualla kuin hoitolassa työskentelevät.

Kauneudenhoitoalaa koskeva kirjallisuus on pääasiassa usein alan käytännön työtä, kuten työmenetelmiä ja sanastoja sekä alan yleisiä oppikirjoja. (Halsas-Lehto & Raivio 2023) Tutkimusta kauneudenhoitoalasta on tehty markkinoinnin ja liiketalouden osalta, jonkin verran sivuten myös asiakassuhteiden lähtökohdista. Niskanen (2020) tutki pro gradu -työssään brändipääoman kehittämistä ja konseptointia koulutusalan kontekstissa Vamian hius- ja kauneudenhoitoalalla.

Asiakkaiden tyytyväisyyttä ei ole aiemmin tutkittu tässä yrityksessä, joten tulevien mahdollisten muutosten edessä opinnäytetyön tulokset antavat viitteitä siitä, millaiseen suuntaan yritystä voidaan mahdollisesti tulevaisuudessa kehittää. Jo itsessään asiakastytyväisyyden tutkiminen on tärkeää, koska asiakkaat ovat yritykselle elintärkeitä – asiakkaat maksavat työntekijöiden palkan.

3.2 Asiakaskokemus ja asiakassuhde

Asiakaskokemus on laaja käsite, joka nimensä mukaisesti on ennen kaikkea kokemus, ei rationaalinen päätös. Tämä asiakaskokemus on ihmisten tekemien yksittäisten tulkintojen summa, jonka asiakas muodostaa yrityksen toiminnasta. Näitä ovat esimerkiksi kohtaaminen, mielikuvat ja tunteet sekä alitajuisesti tehdyt tulkinnat. Näin ollen ei ole täysin mahdollista vaikuttaa asiakkaan saamaan kokemukseen, mutta yritys voi halutessaan valita, millaisia kokemuksia he pyrkivät luomaan. Kokemuksia syntyy kaikissa niissä hetkissä, jolloin asiakas on vuorovaikutuksessa tai tekemisessä yrityksen kanssa. Asiakaskokemus alkaa rakentua asiakkaan mielessä jo huomattavasti aikaisemmin, ennen kuin asiakassuhdetta on edes ehtinyt syntyä. Syntyy ennako-

odotus, joka muodostuu yritykseen liittyvien käsitysten, mielikuvien ja viestinnän pohjalta. (Killström 2020.)

Asiakkaiden uskollisuutta voidaan mitata transaktioperustaisen datan kautta, joka tarkoittaa sitä, montako kertaa hän (asiakas) on ostanut tuotteen tai kuinka paljon rahaa hän on käyttänyt palveluun. Uskollisuutta voidaan mitata asiakassuhteen kestolla, ja tätä mittaria käytetään erityisesti sopimuspohjaisessa liiketoiminnassa, kuten vakuutustoiminnassa. (Killström 2020.)

Transaktioiden kautta saadaan ymmärrystä asiakkuuksien johtamiseen, mutta aidosti asiakassuhteesta kertovat tunne-elementit, joita asiakas liittää tuotteen tai palvelun tarjoajaan. Transaktiot voivat kertoa lähinnä tavasta, eivät niinkään lojaaliudesta. Kaavoihinsa kangistunut asiakas voi ilmaista olevansa tyytyväinen palveluun, mutta siirtyy silti toiselle palveluntarjoajalle. Sen sijaan, jos asiakkaaseen onnistutaan luomaan emotionaalinen side, kiinnittää tämä side asiakkaan paremmin kuin tapa. (Killström 2020.)

Asiakaskokemus on muutakin kuin pelkkää asiakaspalvelua tai sen kehittämistä. Tässä ajattelumallissa ajatus lähtee siitä, että asiakas siirretään keskiöön, jolloin kaikki yrityksen toiminnot vaikuttavat siihen, millaisia kokemuksia asiakas muodostaa yrityksestä. Perinteisessä organisaatiomallissa vain osa toiminnoista on asiakasrajapinnassa, ja osa jäävät taustalle. Kun asiakas kokee saavansa arvoa palvelun tai tuotteiden parissa vietetystä ajasta, hän suosittelee yritystä omalle verkostolleen. (Holma ym. 2021.)

Keskeisiä alakäsitteitä ovat asiakaskeskeisyyden lisäksi asiakaslähtöisyys (tai ihmislähtöisyys, riippuen kontekstista) sekä käyttäjälähtöisyys, jota käytetään enemmän hyvinvointiteknologian kehittämisen yhteydessä. Nämä kaksi termiä – käyttäjälähtöisyys ja asiakaslähtöisyys – rinnastetaan usein toisiinsa. Käsitteenä *käyttäjä* on laajempi kuin asiakas, ja nämä termit erotetaan toisistaan esimerkiksi siten, että asiakaslähtöisyydessä yksi tärkeimmistä toiminnoista on asiakassuhteen vaaliminen, kun taas käyttäjälähtöisyydessä pyritään siihen, että tuote tai palvelu vastaa asiakkaan todellisia tarpeita. Toisessa tar-

kastellaan siis *joukkoa nimeltä ”asiakas”*, kun käyttäjälähtöisyydessä keskiössä on jokin konkreettinen tuote tai palvelu – esimerkiksi potilastietojärjestelmä tai sähköinen ajanvarausjärjestelmä, jota *”käyttäjä”* käyttää. (Löytänä 2011.)

3.3 Vuorovaikutus

Vuorovaikutus on kahden tai useamman olion välistä keskustelua tai sanatonta viestintää. Yksinkertaisesti se voidaan ymmärtää prosessina, jossa kaksi toimijaa pyrkii verbaalisia tai nonverbaalisia merkkijärjestelmiä käyttäen itsensä ilmaisuun, pyrkien samanaikaisesti tulkitsemaan sekä reagoimaan toistensa viesteihin. Vuorovaikutus mielletään usein ihmisten väliseksi, mutta se voi olla myös ihmisen ja tietojärjestelmien välistä. Vuorovaikutus voi olla myös tapahtuma, jossa yhdessä osallistuvat luovat yhteisen merkityksen. Näin ollen vuorovaikutus ei ole vain kahden olion välistä, vaan se voi koostua useista olioista. (Sanastokeskus: vuorovaikutus 2023.)

Asiakaskeskeinen vuorovaikutus on terminä ja näkökulmana hyvin tiiviisti yhteydessä asiakaskeskeiseen ajattelu- ja toimintatapaan. Se nousi asiantuntijakeskeisyyden rinnalle 1980-luvun lopussa, ja tätä vuorovaikutuksen näkökulmaa kutsutaan *asiakaskeskeiseksi orientaatioksi*. Lyhyesti tässä tarkoitetaan asiakkaan tarpeista lähtevää orientaatiota. Lähtökohtana voidaan pitää humanistisen psykologian edustaja Carl Rogersin kehittämää asiakassuhteen näkökulmaa, jossa korostetaan asiakkaan kunnioittamista ja hänen tarpeidensa parempaa huomioimista, sekä arvostetaan asiakkaan omaa tietämystä. Suomeen asiakaslähtöinen ajattelu rantautui vasta 1990-luvun alussa, vaikka muun muassa päihdetyössä viitteitä oli ollut jo aiemmin. Asiakaskeskeisyys ei ole täysin ongelmaton, sillä mikäli käsite ymmärretään liian kapeasti, työntekijän rooli vuorovaikutuksen osapuolena hälvenee. Mönkkönen (2018) korostaa, että käsite *palvelu* tulee erottaa ihmisten välisestä *vuorovaikutuksesta*. Nämä käsitteet merkitsevät eri asioita, vaikka niitä käytetään usein virheellisesti samassa yhteydessä. (Mönkkönen 2018).

4 OPINNÄYTETYÖN TARKOITUS JA TAVOITE

Opinnäytetyön tarkoituksena on kuvata nykyisten kauneudenhoito- ja hyvinvointipalvelujen toimivuutta, tarpeellisuutta sekä ajankohtaisuutta. Tavoitteena on laajentaa yrityksen palveluvalikoimaa. Tutkimuskysymykset ovat:

- Millaisia kauneudenhoidon ja hyvinvoinnin palveluja asiakkaat käyttävät tällä hetkellä?
- Millaisia kauneudenhoidon ja hyvinvoinnin palveluja he haluaisivat käyttää?
- Mitä ovat asiakkuutta tukevat toiminnot ja tekijät?

5 OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS

5.1 Lähestymistapoina määrällinen tutkimus ja palvelumuotoilu

Lähestymistapa opinnäytetyössä oli määrällinen tutkimus ja palvelumuotoilu. Työvaiheet kulkevat käsi kädessä, koska opinnäytetyötä tehtiin samalla työn ohella.

Määrällisessä tutkimuksessa aineisto kerätään usein kyselyillä. Kyselytutkimus on mittausväline, ja se on myös tapa kerätä ja tarkastella tietoa erilaisista yhteiskunnan ilmiöistä, asenteista, arvoista ja ilmiöistä. Käytettäessä kyselytutkimusta tutkija esittää vastaajalle kysymyksiä varsinaisen kyselylomakkeen avulla. Kyselytutkimusta voidaan käyttää erilaisissa yhteyksissä, kuten palautekyselyissä, mielipidetutkimuksissa tai katukyselyissä. Kyselytutkimus on enimmäkseen määrällistä tutkimusta. Aineistot koostuvat pääosin mitatuista luvuista ja numeroista, sillä vastaukset ilmaistaan numeraalisesti, vaikka kysymykset ovatkin esitetty sanallisesti. Täydentävät tiedot tai vastaukset kysymyksiin voidaan antaa sanallisesti, koska näiden esittäminen numeraalisesti olisi epäkäytännöllistä. (Vehkalahti 2014.)

Palvelumuotoilu kuvaa palvelujen luomisen tai kehittämisen prosessia. Vaikka nimensä mukaisesti palvelumuotoilussa kuvataan palveluja, niiden lisäksi pal-

veluihin liittyvät tuotteet, teknologiat, liitännäispalvelut tai sovellukset muuttuvat prosessin edetessä, tai niitä voidaan spesifisti lähteä muuttamaan palvelumuotoilun keinoin. Palvelumuotoilua voidaan käyttää erilaisten organisaatioiden tarpeisiin, kuten innovoimaan uusia palveluita tai kehittämään jo olemassa olevia. Tyypillisesti palvelumuotoilussa kyse on asioiden uudelleenjärjestelystä – uudet mallit rakentuvat vanhojen alle, rinnalle ja päälle, ja hyvin harvoin vanhat rakenteet poistuvat kokonaan. (Tuulaniemi 2011.)

Palvelumuotoilun kautta on mahdollista kehittää uusia lähestymiskulmia, toteutuksia tai ratkaisuja, ja näitä kutsutaan uusiksi käytännöiksi (eng. emerging practices). Näistä uusista käytännöistä on mahdollista kehittää tutkimuksen, testauksen ja tulosten kautta. On kuitenkin huomioitava, että lupaavatkin käytännöt täytyy testata ja niiden tulee olla turvallisia, luotettavia, laadukkaita ja tehokkaita ennen varsinaista käyttöönottoa. (Maffei, S; Bianchini, M. & Villari, B. 2022.)

Määrällisen tutkimusmenetelmän tarkoituksena on saavuttaa numeraalista tietoa. Se soveltuu tutkimuksiin, joissa halutaan kerätä tutkimusaineistoa mitattavaan ja testattavaan muotoon. Menetelmällä voidaan kuvata, missä määrin jokin asia on muuttunut tai missä määrin jokin asia vaikuttaa johonkin toiseen. Esimerkiksi määrällisellä tutkimusmenetelmällä toteutetussa tutkimuksessa voidaan selittää, millä tavalla ihmisten mielipiteet eroavat eri muuttujien suhteen. Määrällisessä tutkimusmenetelmässä on tarkoitus löytää lainalaisuus sille, miksi asiat ovat niin kuin ovat; syyn löytäminen yksistään ei vielä riitä. Tämä yleinen lainalaisuus voidaan esittää numeraalisesti esimerkiksi jakaumina, keskiarvoina tai keskihajontana. (Vilkkä 2021.)

On hyvä muistaa, että tutkimuksen menetelmällä, olipa se laadullinen tai määrällinen tutkimus, on vain välinearvo. Ne eivät ole itseisarvoja tai tavoitteita itsessään. Käytetyt metodit ovat välineitä tietyn ongelman ratkaisemiseen. (Puusa & Juuti 2020).

Pilottitutkimusta voidaan käyttää menetelmänä ennen laajemman tutkimuksen toteuttamista, koska se sopii hyvin pienemmän joukon testaamiseen, oli sitten

kyseessä lääketutkimus tai käytettävän metodin sopivuuden testaaminen. Pilottitutkimuksen tarkoituksena ei ole testata hypoteeseja ja niiden vaikutusta, vaan arvioida laajemmassa tutkimuksessa käytettävän lähestymistavan toteutettavuutta tai käytettävyyttä. (National Center for Complementary and Integrative Health.) Pilottitutkimusta voidaan kuvata myös termillä esiselvitys, ja pilottinnista saatujen tulosten perusteella menetelmää voidaan kehittää edelleen. Opinnäytetyössäni tämä tarkoitti kyselylomaketta. Pilotoin kyselylomakkeen käytön Dibi-Centerissä, ja saatujen tulosten perusteella kyselylomaketta voidaan kehittää tulevaisuudessa käytettäväksi esimerkiksi isommalle joukolle palvelujen kehittämistä varten.

5.2 Aineiston keruu

Opinnäytetyön kohderyhmänä olivat kaikki Dibi-Centerin palveluja käyttävät asiakkaat, sekä kauneushoitolassa työskentelevät henkilöt. Lisäksi opinnäytetyön tuloksia voivat hyödyntää ammattiin opiskelevat opiskelijat, jotka koulutautuvat kauneudenhoitoalalle. Osallisina olivat Dibi-Centerin nykyiset työntekijät, eli vuokratuoliyrittäjät ja yrityksen omistaja.

Aineiston keruun menetelmänä käytettiin paperilomaketta, vaikka Vehkalahti (2014) toteaa, että paperilomakkeiden tallentaminen voi olla aikaa vievää ja huolimaton käsittely voi altistaa virheille. Kyselypohja toteutettiin Canva-ohjelmalla, ja se tulostettiin fyysiseen muotoon, jonka asiakkaat täyttivät liikkeessä. Kyselyn täyttämiseen meni noin 2–5 minuuttia. Sähköistä kyselytutkimusta en lähtenyt edistämään. Halusin ensisijaisesti keskittyä jo olemassa olevaan asiakaskuntaan, eli palvelujen aktiivisiin käyttäjiin. Tämän tiedonkeruun ulkopuolelle jätetään siis kaikki muu.

Toisaalta paperilomake valittiin nimenomaan kohderyhmän vuoksi; iso osa asiakkaista on hyvin iäkkäitä ihmisiä, jotka eivät käytä sähköisiä palveluja, tai hoitavat vain minimimäärän asioita esimerkiksi tietokoneen kautta. Heillä ei välttämättä älypuhelimet kulje mukana, joten kysely tulisi täyttää kotona. Näiden seikkojen vuoksi tulin siihen tulokseen, että helpointa on antaa kyselylo-

make täytettäväksi käynnin yhteydessä. Vastaaminen pitää tehdä mahdollisimman helpoksi, sillä ihmisten aika on arvokasta eivätkä vastaajat välttämättä viitsi käyttää aikaa pitkien lomakkeiden kanssa.

Tarkoituksena oli hyödyntää jo olemassa olevaa asiakaskuntaa teettämällä heillä anonyymi kysely. Asiakkaat olivat kosmetologin sekä jalkaterapeutin hoidossa käyviä, jotka palvelun päätteeksi täyttivät palautelomakkeen käyntinsä yhteydessä. Aineistoa kerättiin noin kuukauden ajan. Työntekijä tiedusteli heiltä ensin halukkuutta osallistua palautekyselyyn, ja mikäli asiakas oli halukas, hän sai täytettäväkseen lomakkeen. Lomake palautettiin taiteltuna sille varattuun keräysastiaan.

Saatujen tietojen perusteella tarkoituksena on muodostaa kokonaiskäsitys siitä, mitkä ovat eniten käytettyjä palveluja ja mille on eniten kysyntää. Samalla saamme selville, mitkä ovat selvästi vähiten käytettyjä. Monivalintakysymysten avulla pyrimme selvittämään, mitä asiakkaat haluaisivat vielä lisäksi saada Dibi-Centeristä. Lisäämme useita vaihtoehtoja, jotta voimme kartoittaa laajaltikin heidän toiveitaan. Näitä tuloksia tarkastellessa käsitys tulevaisuuden palvelutarjonnasta selkenee. Vaikka emme tarkastele asiakkaiden ikää, otamme huomioon myös palvelujen saatavuuden. Lisäksi kyselylomakkeessa on mahdollisuus täydentää vastauksia jättämällä avointa palautetta kohtiin, joissa asiakas voi tuottaa vapaamuotoista tekstiä. Aineiston analysoinnissa tullaan käyttämään kuvailevia menetelmiä ja määrällisen tutkimuksen analysointimenetelmiä.

Kyselyssä ei kartoitettu käyttäjien sukupuolta tai ikää, sillä palvelut pääasiassa soveltuvat kaiken ikäisille ihmisille, joitain poikkeuksia huomioiden. Esimerkiksi tekoriisiä ei tehdä alle 16-vuotiaille edes vanhempien/vanhemman luvalla, koska käytettävät aineet eivät välttämättä sovellu niin nuorelle iholle.

5.3 Aineiston analyysi

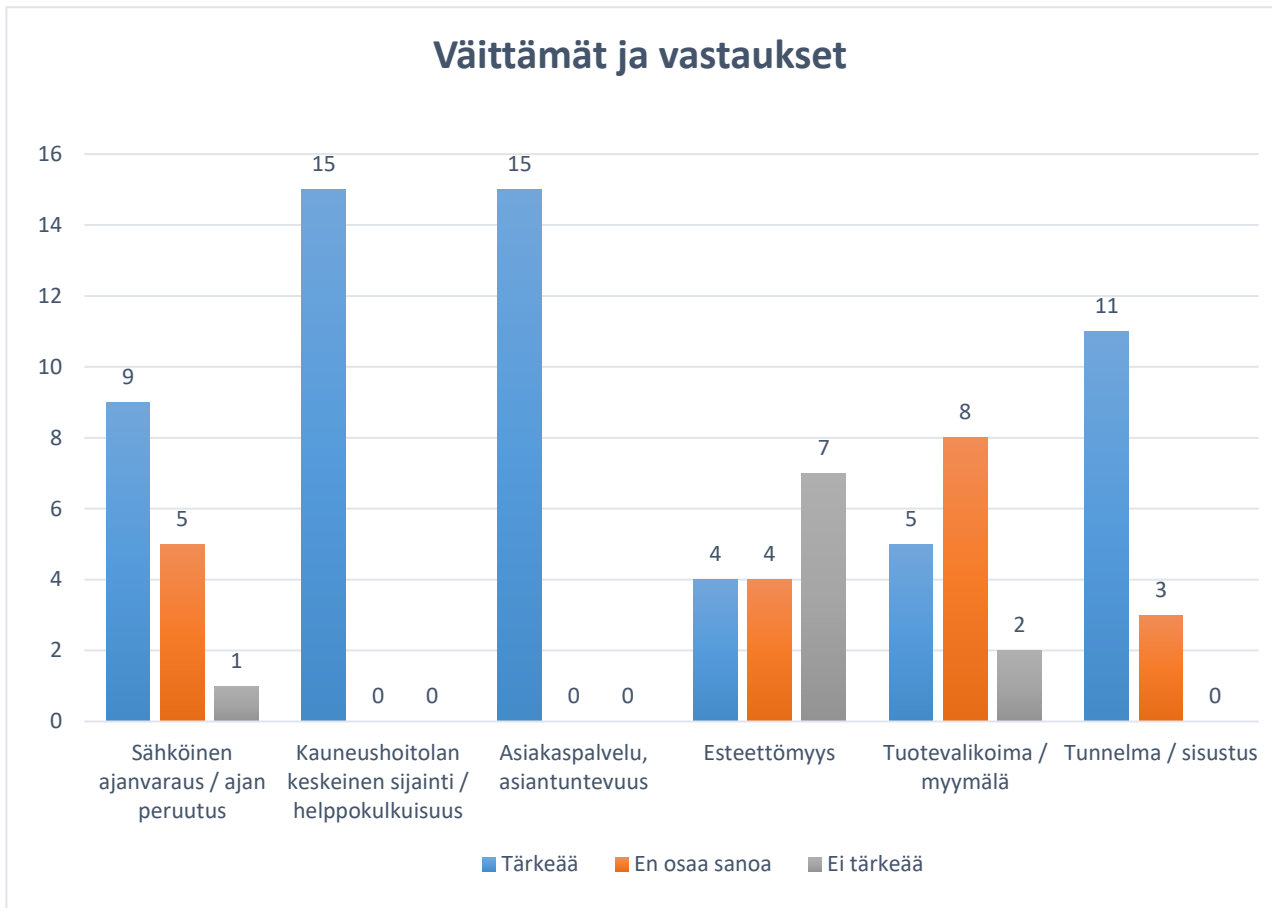
Tässä opinnäytetyössä kerätyt kyselylomakkeet koottiin ensin yhteen ja lomakkeiden kokonaismäärä laskettiin, jonka jälkeen jokainen lomake luettiin kokonaiskuvan saamiseksi. Vielä tässä vaiheessa erittelyä tai jaottelua ei

tehty. Tämän jälkeen jokainen lomake tarkastettiin, jotta voidaan huomata puutteelliset tai vajaaksi jätetyt lomakkeet. Mikäli asiakas ei ole täyttänyt kaikkia kohtia tai antanut suostumusta vastausten käyttöön opinnäytetyössä, lomake hylättiin. Valli (2018) toteaa, että vastaus voidaan jaotella joukkoon ”tyhjät tai väärin täytetyt”, jos eteen tulee epäselvyyksiä aineistossa.

Aineiston analysointiin käytettiin määrällistä tarkastelua. Lähes kaiken kerätyn tiedon voi muuttaa numeraaliseen muotoon, joskin se ei aina ole tarpeenmukaista. Numerointia voi käyttää myös apuna avointen kysymysten suhteen, eli samantyyppiset vastaukset koodataan samalla numerolla, kuten tässä opinnäytetyössä on tehty. Numerotieto kannattaakin yleensä laittaa taulukoihin, koska silloin se on helpommin tulkittavissa eikä tee tekstistä raskaslukuista. (Valli 2018.) Vastaukset avoimiin kysymyksiin on yhdistetty määrällisiin tuloksiin, ja nämä ovat tulososiossa kohdassa 6.3.

6 TULOKSET

Kuvassa 1 havainnollistetaan Dibi-Centerin palveluiden asiakkaiden jättämiä vastauksien määrää, kun heiltä kysyttiin vastauksia eri väittämiin.



Kuva 1. Kyselylomakkeen tulokset kohdassa *väittämät ja vastaukset*.

Asiakkaat saivat myös jättää palautetta avoimiin kysymyslaatikoihin. Kuvassa 2 on asiakkaiden jättämiä kirjallisia vastauksia siihen, miten Dibi-Centerissä voitaisiin taata, että he käyvät jatkossakin.

Jokainen asiakas on meille tärkeä. Miten voisimme taata, että käytät jatkossakin Dibin palveluja?

- Joustavat aukioloajat
- Kohtuullinen hintataso
- Yhtä ystävällistä ja asiantuntevaa palvelua jatkossakin

Ystävällinen ja positiivinen henkilökunta vaikuttaa paljon. Se iso syy miksi täällä käyn. Ja viihtyisät tilat on isot.

Säilyttäkää palveluvalikoima ja taso sekä palveluasenne

Minulle on tärkeää, että saan jatkossakin saman henkilön palvelun!

Ystävällinen vastaanotto ja palvelu

Ystävällinen vastaanotto ja palvelu

Tiina palvelee myös jatkossakin

Hyvä asiakaspalvelu ja ammattitaito

Kuva 2. Vastaukset avoimiin kysymyksiin.

Asiakkaiden jättämissä vastauksissa korostuivat erityisesti asiakaspalvelu ja ystävällinen henkilökunta. Muita kiitoksia keräsivät joustavat aukioloajat, tilojen viihtyvyys sekä kohtuullinen hintataso.

Kuvassa kolme on esitetty vapaan asiakaspalautteen kommentteja. Kuten kuvasta voidaan havaita, tähän osioon jätettiin vähemmän palautetta ja vastaukset olivat lyhyempiä.

Sana on vapaa! Kerro ajatuksistasi, toiveistasi, kommentoi Dibin palveluja, anna palautetta.

Kiitos, oli ihanaa!

Jos jotain voisi toivoa niin asiakaspalvelija/hoitaja ei tupakoisi ollenkaan sillä sen kyllä haistaa hoidon aikana

En voi kun kiittää palveluista mitä olen saanut
Tiina sekä harjoittelijat joilla olen käynyt ovat olleet aivan ihania

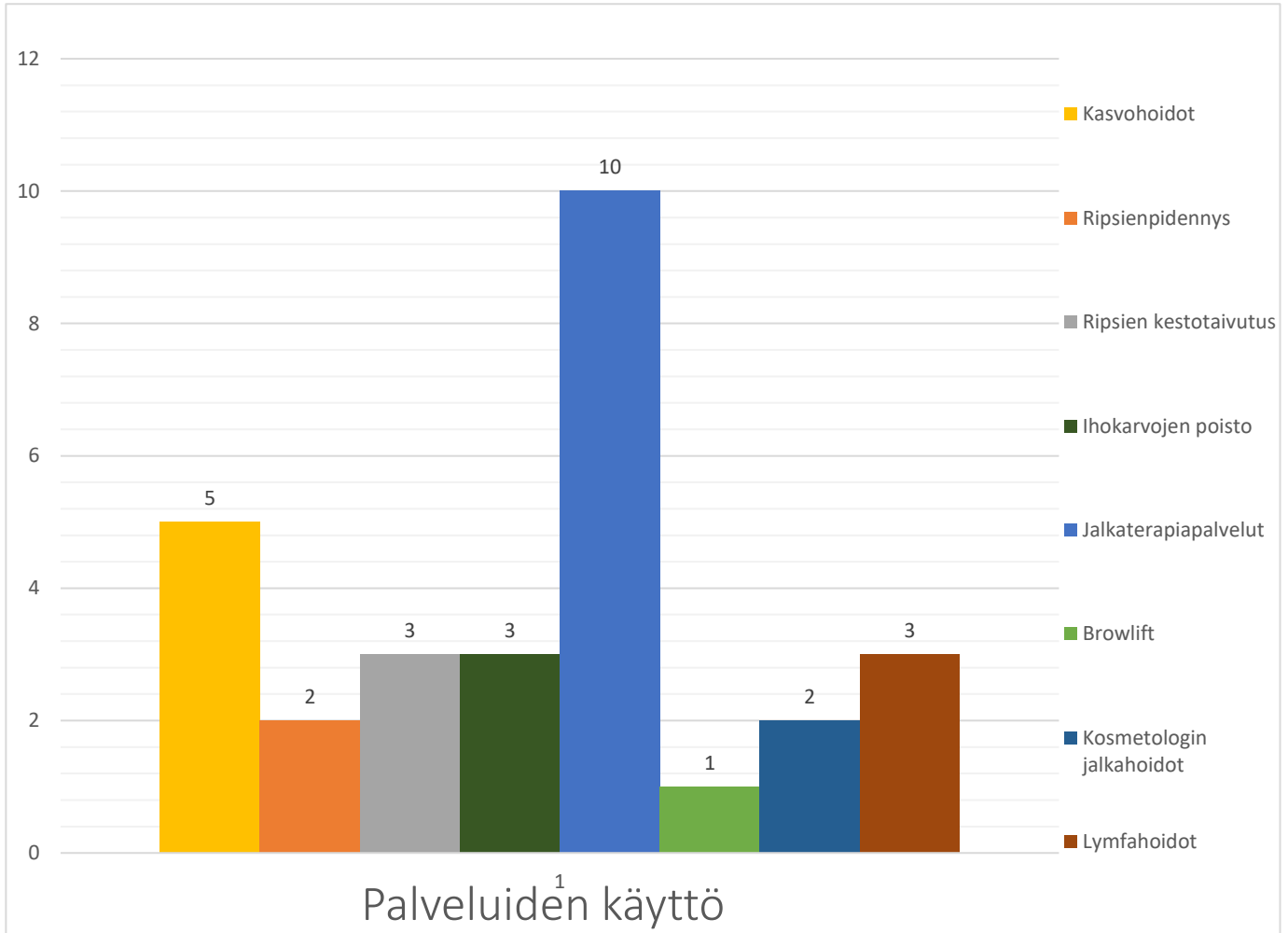
Olen erittäin tyytyväinen Heidin palveluihin ja lämminhenkiseen kohtaamiseen

Kuva 3. Vastaukset avoimeen kysymykseen, jossa asiakkaat saivat jättää vapaasti palautetta.

Tässä kuvassa oli nostettu esiin toive hoitajien tupakoimattomuudesta. Tämä käytäntö otetaan käyttöön Dibi-Centerissä koskemaan koko henkilökuntaa sekä mahdollisia yrityksessä työharjoittelussa olevia opiskelijoita. Myös näissä avoimien kysymyksien vastauksissa korostuu tyytyväisyys lämminhenkiseen kohtaamiseen ja asiakaspalveluun.

6.1 Kauneudenhoito- ja hyvinvointipalvelujen tämänhetkinen käyttö palveluittain

Asiakkaita pyydettiin merkkamaan lomakkeesta se palvelu, joita he käyttävät tällä hetkellä Dibi-Centerissä. Asiakas sai valita useita vaihtoehtoja eli useita palveluja.



Kuva 4. Palveluiden käyttöaste.

Kyselyyn vastanneista uusia asiakkaita oli kolme, ja vanhoja, jo aiemmin palveluja Dibi-Centerissä käyttäneitä 12. Kuvasta 4 voidaan todeta, että vastanneiden kesken (N=15) eniten käytetyt palvelut olivat kasvohoidot sekä jalkaterapiapalvelut. Jalkaterapiapalveluja käyttäviä vastaajia oli 10, kasvohoidoita

käyttäviä viisi. Vähiten käyttäjä oli ripsienpidennyksillä kaksi, kosmetologin tekemällä jalkahoidolla kaksi, sekä browliftillä yksi. Lymfahoidot, ihokarvojen poisto ja ripsien kestotaivutus saivat kukin kolme vastaajaa.

6.2 Toivotut vielä puuttuvat kauneudenhoito- ja hyvinvointipalvelut

Seuraavassa taulukossa (taulukko 1) on havainnollistettu mitä palveluja asiakkaat toivoisivat, joita ei tällä hetkellä ole palveluvalikoimassa. Taulukossa on eritelty palvelut sekä vastanneiden lukumäärä, tarkoittaen kuinka moni vastaajista toivoisi kyseistä palvelua lisäksi Dibi-Centerin palveluvalikoimaan.

Palvelut, joita ei tällä hetkellä ole palveluvalikoimassa	Vastanneiden lkm.
Tatuoinnit	1
Lävistyksset	0
Hieronta	5
Täyteainehoidot (esim. hyaluronihappo)	3
Suihkurusketus	1
Manikyyrit	4
Meikkaukset	0

(Kuiva)kuppaus	2
Kestopigmentointi (huulet, silmät, kulmat)	6
Kynsipalvelut	4
Akupunktio	2
Botuliinihoito (esim. botox)	1
Muu, mikä?	3
<i>Selite: pikakampaus / pikameikki, intialainen päähieronta, ei mitään edellä mainituista</i>	

Taulukko 1. Asiakkaiden toivomat palvelut Dibi-Centeriin.

Eniten toivottu palvelu vastaajien mukaan oli kestopigmentointi, jota toivoi vastaajista 6. Seuraavaksi eniten vastauksia keräsi hieronta, jota toivoi viisi vastaajaa. Kynsipalvelut sekä manikyyri saivat molemmat neljä vastaajaa.

Täyteainehoitaja (esim. hyaluronihappo) toivoi kolme vastaajaa, ja myös vaihtoehto "muu, mikä?" keräsi kolme vastaajaa. Tässä tapauksessa asiakas sai itse täyttää tyhjään kohtaan palvelun, jota ei ollut vaihtoehtoina, mutta toivoisivat silti palveluvalikoimaan. Näitä olivat:

Intialainen päähieronta.

Pikakampaus, pikameikki/meikkaus.

Ei mikään edellä mainituista.

Kuten avoimesta vastauksesta nähdään, yksi vastaaja ei valinnut mitään ehdotetuista palveluista, eikä myöskään avannut toivettaan enempää.

Akupunktio ja kuivakuppaus saivat molemmat kaksi vastausta. Vähiten vastauksia saivat botuliinihoito (1), tatuoinnit (1), lävistys (0) ja meikkaus (0).

6.3 Asiakkuutta tukevat toiminnot ja tekijät

Asiakaspalvelua ja asiantuntijuutta (N=15) kuvattiin ystävälliseksi, positii-
viseksi ja hyväksi. Avoimissa vastauksissa nousi esiin saman hoitajan tuotta-
man palvelun tärkeys ja samaa hoitajaa toivottiin jatkossakin. Hoitolan tunnel-
maa (N=11) pidettiin tärkeänä, kuten myös tilojen viihtyvyyttä ja kokoa.
Aukioloaikojen joustavuus mainittiin myös asiakkuutta tukevana tekijänä, ku-
ten myös kohtuullinen hintataso. Hoitolassa on käytössä sähköinen ajanva-
rauspalvelu (N=9), joka osaltaan tukee myös ajanvarauksen helppoutta –
asiakas voi netistä katsoa itselleen sopivan ajan ja varata sen suoraan itsel-
leen, tai peruuttaa helposti samasta paikasta.

Kehittämisehdotuksena nostettiin esiin toive työntekijöiden tupakoimattomuus-
desta hajuhaittojen vuoksi. Tuotevalikoiman (N=5) säilyminen nykyisellään on
myös sekä asiakkuutta tukeva toiminto, mutta myös kehittämisehdotus tulevai-
suutta varten.

6.3 Avoimet vastaukset

Asiakkaat saivat halutessaan kirjoittaa vapaan kommentin kahteen eri koh-
taan. Ensimmäisessä kohdassa kysymys kuului: ”Jokainen asiakas on meille
tärkeä. Miten voisimme taata, että käytät jatkossakin Dibin palveluja?” ja toi-
nen kysymys oli ehdotus kirjoittaa vapaasti palautetta. ”Sana on vapaa! Kerro
ajatuksistasi, toiveistasi, kommentoi Dibin palveluja, anna palautetta.”

Ensimmäiseen kysymykseen tuli yhteensä kahdeksan avointa vastausta.
Toiseen, joka koski vapaamuotoista palautetta Dibin palveluista, tuli vastauk-
sia neljä.

7 POHDINTA

7.1 Tulosten tarkastelu

Vastanneita kyselyyn oli yhteensä 16, joista yksi henkilö ei antanut lupaa käyttää kyselyn vastauksia opinnäytetyössä, joten hänen vastauksensa jätettiin pois aineistosta. Tuloksista voidaan nähdä, että ahkerammin vastanneet olivat jalkaterapiapalveluja käyttäviä. Lappeenrannan alueella toimii useita jalkaterapeutteja, joista suurin osa on yrittäjiä joko yksin tai osana toista yritystä, tyypillisimmin osana fysioterapiapalveluja. Ei ole lainkaan tavatonta, että yrittäjällä on useampi ammatti ja hän harjoittaa yrityksessään sekä jalkaterapiaa että fysioterapiaa. Jalkojenhoito on joko siis toiminimiyrittäjän yritys, osa kauneushoitola tai fysikaalista hoitola. Osa ammatinharjoittajista keskittyy yhteen osa-alueeseen, kuten esimerkiksi kotikäynteihin, kun taas toinen ottaa vastaan asiakkaita yrityksensä työtiloissa. Alueellamme toimii tällä hetkellä noin kahdeksan aktiivista jalkaterapeuttia yksityisellä sektorilla. Julkinen sektori työllistää huomattavasti vähemmän.

Kestopigmentoinnin suosio toivotuimmissa palveluissa hieman yllätti, koska kestopigmentointi toimenpiteenä muistuttaa hyvin paljon tatuoimista tekniikaltaan, mutta väri jää vain ihon yläpintaan kerrokseen. (L-beauty 2024.) Voidaan olettaa, että ihmiset haluavat arjen helppoutta tuotteilla ja toimenpiteillä. Koska kestopigmentointi pysyy hyvänä muutaman vuoden, se voi olla houkutteleva vaihtoehto meikkauksen sijaan. Dibi-Center Lappeenrannassa tavallisesti kasvohoidon yhteydessä muotoillaan ja värjätään kulmakarvat sekä ripset.

Keskeinen sijainti ja asiakaspalvelu olivat jokaisen vastaajan mielestä tärkeimmät väittämät, kun he saivat arvioida eri väittämiä asteikolla Tärkeää – en osaa sanoa – ei tärkeää. Mielenkiintoinen havainto on hoitolan tunnelman merkitys ennen esteettömyyttä. Esteettömyydellä tarkoitetaan tavallisesti fyysistä ympäristöä, kuten julkisia rakennuksia tai ulkoalueita. Niin fyysisen ympäristön kuin vaikka verkkosivujenkin, palvelujen tulisi olla kaikille sopivia ja kaikkien saatavilla riippumatta yksilön toimintakyvystä. (Invalidiliitto 2024.)

Tuotevalikoimaa / myymälää koskevaan kysymykseen enemmistö valitsi vaihtoehdon ”en osaa sanoa”, joten tuotteiden saatavuutta tai myymälää voidaan pitää mukavana lisänä, mutta sillä ei ole olennaista vaikutusta hoidoissa käymiseen. Tunnelma / sisustus oli ainut kategoria, jossa asiakkaat valitsivat vain tärkeää – en osaa sanoa. Sitä siis pidetään jossain määrin tärkeänä tekijänä ja varmasti omalta osaltaan tekee hoidoista miellyttävämmän kokemuksen. ”En osaa sanoa” -mielipiteen voidaan olettaa tarkoittavan ainakin osalle vastaajista sitä, ettei hän osaa päättää, kumman näkemyksen puoleen kallistuu. Vastaajalla ei välttämättä ole väitteeseen mielipidettä, jonka vuoksi hän valitsee vaihtoehdon ”en osaa sanoa”. Tässä yhteydessä olisi voitu myös käyttää semanttista differentiaaliasteikkoa, jossa mitta-asteikon kysymykset koodataan useimmiten arvolla yhdestä viiteen tai nolasta neljään. ”Tärkeää” olisi siinä tapauksessa ollut yksi, ja ”Ei tärkeää” ollut viisi. ”En osaa sanoa” asettuisi tällä asteikolla jonnekin keskivaiheille. (Valli 2018.)

7.2 Eettisyys ja luotettavuus

Tutkimusetiikka kulkee mukana koko tutkimusprosessin ajan aina ideointivaiheesta tutkimustulosten tiedottamiseen. Hyvän tieteen käytännön mukaan jokainen, pienikin tutkimus on suunniteltava, toteutettava ja raportoitava laadukkaasti, huomioiden myös tutkimussuunnitelman. On eettisesti suotavaa noudattaa yhteisiä pelisääntöjä suhteessa kollegoihin, toimeksiantajiin ja tutkimuskohteeseen. Hyvä tieteellinen käytäntö edellyttää, että tutkija noudattaa rehellisyyttä, huolellisuutta sekä yleistä tarkkuutta työssään ja tutkimustulosten esittämisessä. Erityisen tärkeää on huolellisesti suojella ja kunnioittaa tutkittavia ja toimeksiantajaa koko prosessin ajan. Vilkka (2021) linjaa vahvasti, että hän ei suosittele tekemään työelämässä tutkimuksia, joihin ei ole saatu tutkimusaineiston keräämistä varten tutkittavien suostumista. Dibi-Centerissä täytettävässä lomakkeessa on kysytty erikseen lupa tietojen käyttämiseen opinnäytetyössä. Lisäksi esittelytekstissä on mainittu vastausten anonymiteetista; vastaajia ei voida yhdistää vastauksiin. Hyvän tieteellisen käytännön mukaisesti suostumuksen pyytämisen lisäksi käytettävässä tiedotteessa tai lomakkeessa

tulee mainita tutkimuksen toteuttaja ja vastuuhenkilön yhteystiedot (Vilkkä 2021) ja nämä kuvattiin kyselylomakkeessa (liite 1).

Validiteetti eli *pätevyys* tarkoittaa tutkimusmenetelmän (mittari, kysely) kykyä mitata sitä, mitä on tarkoituskin tutkimuksessa mitata. Tutkimusmenetelmän validiutta tarkastellaan jo suunnitelmavaiheessa, sillä mittari tulee suunnitella huolellisesti. Mikäli vastaajat ymmärtävät mittarin tai kyselylomakkeen kysymykset väärin, tulokset vääristyvät. Tutkija voi olettaa virheellisesti vastaajien vastaavan tietyllä tavalla, joka johtaa vääjäämättä systemaattisiin virheisiin. (Vilkkä 2021.) Ulkoinen validiteetti tarkoittaa sitä, kuinka hyvin saatuja tuloksia voidaan yleistää tutkimuksen ulkopuoliseen perusjoukkoon. Voimme siis pohtia, voidaanko Dibi-Centeristä saatuja tuloksia yleistää pääkaupunkiseudun kauneushoitolohin. Sisäinen validiteetti tarkoittaa yleisesti tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä. Tutkimuksessa voidaan siis kysyä, johtuvatko tulokset tutkitusta ilmiöstä vai onko sekoittavia tekijöitä olleet esimerkiksi historia, poistuminen tai kontaminaatio. (Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2017.)

Luotettavuus eli *reliabiliteetti* tarkoittaa tulosten tarkkuutta ja pysyvyyttä. Kun tutkimus toistetaan, saadaan täsmälleen sama mittaustulos riippumatta tutkijasta. Jos tulokset pysyvät samansuuntaisina, voidaan mittaria pitää luotettavana. Satunnaisvirheet voivat heikentää luotettavuutta, jos vastaaja esimerkiksi ymmärtää jonkin asian väärin. Mikäli tutkimustulokset vaikuttavat poikkeavilta verrattuna muiden tutkimusten tuloksiin, voidaan pohtia, mistä virheet mahdollisesti johtuvat. Mahdollisia syitä voivat olla aineistonkeruumenetelmien erot, tutkittavien valinta, käsitteiden määrittelyn onnistuminen tai metodisten valintojen kriittinen arviointi. (Vilkkä 2021; Kankkunen & Vehviläinen-Julkunen 2017).

Vastaajien vähäinen määrä yllätti, mikä luonnollisesti oli pettymys. Tästä voidaan päätellä, että muiden palvelujen käyttäjät eivät vastanneet kyselyyn, tai heille ei tarjottu mahdollisuutta täyttää kyselylomaketta. Vehkalahti (2014) toteaa, että vastausväsymys on tyypillinen ilmiö, kun kyselyiden määrä on jatkuvasti kasvanut. Ratkaisuksi ehdotetaan vastaamisen helppoutta, kielen selkeyttä ja kyselylomakkeen ulkoasua, mutta tässä tapauksessa kyse ei ollut

vastaajien väsymyksestä, vaan työntekijöiden motivaatiosta. Syytä tälle en tiedä, sillä prosessin oli tarkoitus olla yksinkertainen: kysyä asiakkaalta halua vastata kyselyyn, ja sen jälkeen ojentaa asiakkaalle lomake. Lomakkeet sijaitsivat kassalla, jossa palvelun jälkeen asiakas suoritti maksun. Kuten jo aiemmin todettiin, vastaaminen vei noin 2–5 minuuttia asiakkaalta. Vastaamisen jälkeen asiakas pudotti taitellun lomakkeen sille varattuun laatikkoon. On todettava, etten osannut ottaa huomioon työntekijöiden vähäistä panostusta prosessiin. Asiasta kuitenkin käytiin keskusteluja hyvissä ajoin ennen varsinaisen kyselyn toteuttamista henkilökunnan kesken.

Validiteettia heikensi epämääräinen ja hajanainen sitoutuminen kyselylomakkeen käyttöön henkilökunnan osalta. Tuloksissa korostuu jalkaterapian asiakkaiden vastausten määrä, koska pystyin itse vaikuttamaan omalla toiminnallani tutkimuksen etenemiseen. Toiminnallani varmistin, että jokainen hoivossa(ni) käynyt asiakas sai mahdollisuuden vastata. Valitettavasti tämä ei toteutunut muiden työntekijöiden kohdalla, eikä kaikkia asiakkaita tavoitettu toivotulla tavalla. Kyselylomakkeen pilotointi osoitti, että työntekijät on perehdytettävä huolellisesti käsillä olevaan tehtävään ja muistuttaa käynnissä olevasta tutkimuksesta säännöllisesti. Mahdollisesti jatkossa kysely voidaan toteuttaa myös ilman henkilökunnan osallisuutta, mutta silloin vastausaika on oltava huomattavasti pidempi. Palautetta voitaisiin kerätä esimerkiksi vuoden ajan, jos lomakkeet olisivat aina näkyvillä niille erikseen varatussa paikassa asiakkaiden tavoitettavissa.

Vastausväsymyksen vähentämiseksi lomakkeen mitta oli kohtuullinen ja helposti ymmärrettävä. Kiireisimmätkin asiakkaat jaksoivat ja halusivat täyttää yksinkertaisesti muotoillun ja selkeän lomakkeen. Lomakkeessa kysymykset olivat lyhyitä ja tutkittava alue (palvelut, asiakastyytyväisyys) verrattaen suppea, mutta se tarjosi katsauksen nykytilanteeseen. Jatkoa ajatellen vastauksia tulisi saada huomattavasti enemmän, jotta voitaisiin vielä tarkemmin kartoittaa palveluja käyttävien todellinen määrä ja täten saada selkeämpi kokonaiskuva palvelukokonaisuudesta.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Lomakkeen pilotointi osoitti, että palveluvalikoima on tällä hetkellä toimiva ja palvelut ovat asiakaslähtöisiä. Asiantuntijuus ja asiakaspalvelu olivat asiakkailla eniten merkityksellisiä ilmapiirin ja tilojen viihtyvyyden lisäksi. Vastauksista voidaan päätellä, että asiakkaat ovat sitoutuneita palveluihin sekä niitä tuottaviin palveluntarjoajiin – moni haluaa käydä samalla hoitajalla. Asiakkuussuhteet ovat myös Dibi-Centerissä pitkäaikaisia ja yrityksessä halutaan vaalia kestäviä asiakassuhteita jatkossakin.

Opinnäytetyön tuloksia hyödyntämällä palveluja voidaan parantaa ja ottaa asiakkaiden kokemukset huomioon, kun uusia palveluja lähdetään kehittämään. Yrityksessä on edessä jonkin verran muutoksia, joten jatkotutkimusta ajatellen olisi suotavaa toteuttaa kysely uudelleen. Uudella kyselyllä saataisiin vertailukelpoisia tuloksia, joilla yrityksen palveluita ja toimintaa voitaisiin kehittää entistä toimivammaksi. Asiakkaiden toiveita tulee jatkossakin kuunnella, ja mielestäni olisi tärkeää, että jonkinlainen kysely tai haastattelu toteutettaisiin tulevaisuudessa useamminkin.

Tällä hetkellä on tärkeää, että jo havaitut kohdat otetaan osaksi jokapäiväistä toimintaa jokaisen työntekijän kohdalla, kuten esimerkiksi tuloksissa ilmennyt tupakointiasia. Yrityksessä voitaisiin esimerkiksi kannustaa työntekijöitä savuttomuuteen sekä asiakaslähtöiseen asiakaspalveluun jatkossakin.

LÄHTEET

Alfaparf Milano s.a. The Italian house of beauty 2024. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.alfaparfmilano.com/int-en/group> [viitattu 16.12.2024].

Jumisko, A.M, & Komulainen, J. 2022. Ammattinimikkeitä liittyen jalkojen hoitoon. Helsinki: Suomalainen Lääkäriseura Duodecim. WWW-dokumentti. Julkaistu 17.1.2022. Saatavissa: <https://www.kaypahoito.fi/nix01324> [viitattu 16.12.2024]

Careeria. 2024. Terveysalan ammattitutkinto – Jalkojenhoitaja (at). WWW-dokumentti. Ei päivitystietoja saatavilla. Saatavissa: <https://careeria.fi/koulutus/terveysalan-ammattitutkinto-jalkojenhoitaja-at/>

Dibi Milano s.a. Beauty in a method. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.dibimilano.com/en-en/brand>

Disar Oy. 2024. WWW-dokumentti. Saatavissa: www.disar.fi [viitattu 16.12.2024].

Edusampo s.a. Saimaan ammattiopisto. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://edusampo.fi/> [viitattu 2.5.2024]

Halsas-Lehto, A-L., & Raivio, T. 2023. Ihonhoito kauneudenhoitoalla. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Holma, L., Laasio, K., Ruusuvuori, M., Seppä, S. & Tanner, R. 2021. Menestys syntyy asiakaskokemuksesta. B2B-johtajan opas. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.227071?sid=5038998058> [viitattu 16.12.2024].

Invalidiliitto ry. 2024. Saavutettavuus. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.invalidiliitto.fi/esteettomyys/saavutettavuus>

Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu Xamk. Opinnäytetyöohje. 2024. Intranet.

Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. Liiketalouden yksikkö. 2024. Tulevaisuuden liiketoiminnan johtaminen. Ohjeita opinnäytetyön suunnitteluun. Intranet.

Kankkunen, P. & Vehviläinen-Julkunen, K. 2017. Tutkimus hoitotieteessä. Helsinki: Sanoma Pro. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.225541?sid=5038999099> [viitattu 20.5.2024]

Kestopigmentointi 2024. L-beauty kauneushoitola. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://l-beauty.fi/kestopigmentointi/>

Kettunen, H. 2008. Lasten kokema hyvinvointi porilaisissa peruskouluissa. Jyväskylän yliopisto. Erityispedagogiikan laitos. Pro gradu -tutkielma. PDF-dokumentti. Saatavissa: https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/18694/URN_NBN_fi_jyu-200806195529.pdf?sequence=1 [viitattu 7.4.2024]

Killström, M. 2020. Vetoa tunteisiin. Luo parempia asiakaskokemuksia ja pysyvämpiä asiakassuhteita. Helsinki: Alma Talent. E-kirja. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/book/9789521441004>

Koivunen, K. 2017. Asiakas- tai ihmislähtöisyys – tasavertaisuutta ja vastavuoroisuutta ammattilaisten ja palvelun käyttäjien kanssa. ePooki. Oulun ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyön julkaisut 6. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://urn.fi/urn:isbn:978-951-597-141-8>.

Kosonen, H. 2021. Plotti – kaikkea viestinnästä. Akateeminen opiskeluessee for dummies. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.plotti.fi/2021/02/23/akateeminen-opiskeluessee-for-dummies/f>

Löytänä, J. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus: palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.216973?sid=5037456967> [viitattu: 2.5.2024].

Maffei, S; Bianchini, M. & Villari, B. 2022. When the Patient Innovates. Emerging Practices in Service Ecosystems. Teoksessa Pfannstiel, M. A., Brehmer, N., & Rasche, C. (Eds.). Service Design Practices for Healthcare Innovation: Paradigms, Principles, Prospects. Springer International Publishing AG, 71–81. E-kirja. Saatavissa: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/xamk-ebooks/detail.action?docID=6871220>

Mönkkönen, K. 2018. Vuorovaikutus asiakastyössä. Asiakkaan kohtaaminen sosiaali- ja terveysalalla. Helsinki: Gaudeamus. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.223708?sid=5037458578> [viitattu 18.5.2024].

National Center for Complementary and Integrative Health s.a Pilot studies: Common uses and misuses. National Institutes of Health. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.nccih.nih.gov/grants/pilot-studies-common-uses-and-misuses> [viitattu 23.11.2024]

Niskanen, S. 2020. Brändipääoman kehittäminen ja konseptoiminen koulutusalan kontekstissa - Case Vamia hius- ja kauneudenhoitoala. Vaasan yliopisto. Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö. Pro gradu -tutkielma. PDF-dokumentti. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2020103188901> [viitattu 18.5.2024].

Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2017. Ammatillinen koulutus uudistuu vuoden alusta. Päivitetty 20.12.2017. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://okm.fi/-/ammattillinen-koulutus-uudistuu-vuoden-alusta> [viitattu 20.5.2024].

Puusa, A. & Juuti, P. (toim.) 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudeamus.

Pylväs, L., & Roisko, H. (2012). Kauneudenhoitoalan tulevaisuuden osaamistarpeet. *Ammattikasvatuksen aikakauskirja*, 14(3), 26–39. Saatavissa: <https://journal.fi/akakk/article/view/114472>

Saarikoski, R. & Stolt, M. 2024. Duodecim terveyskirjasto. Jalkaterapeutti: Asiantuntemus ja työskentely. Päivitetty: 12.8.2024. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.terveyskirjasto.fi/tju00118> [viitattu 23.11.2024]

Sanastokeskus: vuorovaikutus. 2023. Tieteen termipankki. WWW-dokumentti. Päivitetty 3.8.2023. Saatavissa: <https://termipankki.fi/tepa/fi/haku/vuorovaikutus>

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2024. Hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen johtaminen. Päivitetty: 8.3.2024. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://thl.fi/aiheet/hyvinvoinnin-ja-terveyden-edistamisen-johtaminen/hyvinvointijohtaminen/hyvinvointi-ja-terveyserot/keskeisia-kasitteita>

Timma 2024. Dibi-Center Lappeenranta. Sähköinen ajanvarausjärjestelmä.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.227528?sid=5037524380> [viitattu 3.5.2024].

Valli, R. & Aaltola, J. (toim.) 2018. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysime

netelmiin. E-kirja. Jyväskylä: PS-kustannus. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.223903?sid=5037516988> [viitattu 24.11.2024]

Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Finn Lectura. E-kirja. Saatavissa: <http://hdl.handle.net/10138/305021> [viitattu 2.5.2024].

Verohallinto. 2024. Yleisen alv-prosentin muutos 1.9.2024 – ilmoitusohjeet. WWW-dokumentti. Päivitetty 9.10.2024. Saatavissa: <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/verot-ja-maksut/arvonlisaverotus/arvonlisaveroprosentit/Yleinen-arvonlisaverokanta-nousee-syyskuussa/> [viitattu 24.11.2024]

Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: PS-kustannus. E-kirja. Saatavissa: <https://kaakkuri.finna.fi/Record/kaakkuri.227023?sid=5037502138> [viitattu 18.5.2024].

Kysely opinnäytetyötä varten

Olen jalkaterapeutti Heidi Toljander, ja teen YAMK opinnäytetyötä Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulussa. Opinnäytetyöni tarkoituksena on selvittää Dibi-Centerin palveluja ja sen palvelujen kehittämistä tulevaisuudessa.

Kysely on täysin anonyymi, eikä vastaajaa voida yhdistää vastauksiin.

Luethan huolellisesti allaolevat kysymykset.

Lisätietoja voi kysyä henkilökunnaltamme tai suoraan Heidiltä. Yhteystiedot löydät kassalta.

Oletko uusi asiakas?

Kyllä Ei

Saako vastauksiasi käyttää opinnäytetyössä?
Opinnäytetyö tullaan julkaisemaan verkossa osoitteessa theseus.fi.

Kyllä Ei

Millaisia palveluja käytät tällä hetkellä Dibi-Centerissä? Voit valita useita.

- | | | | |
|--|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Kasvohoidot | <input type="checkbox"/> Ihokarvojen poisto | <input type="checkbox"/> Jalkahoidot (kosmetologin tekemä) | <input type="checkbox"/> Joku muu, mikä? |
| <input type="checkbox"/> Ripsienpidennys | <input type="checkbox"/> Jalkaterapiapalvelut | <input type="checkbox"/> Lymfahoidot | |
| <input type="checkbox"/> Ripsien kestotaivutus | <input type="checkbox"/> Browlift (kulmien laminointi) | | |

Millaisia palveluja haluaisit käyttää, mutta niitä ei tällä hetkellä ole palveluvalikoimassa? Voit valita useita.

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Tatuoinnit | <input type="checkbox"/> Suihkurusketus | <input type="checkbox"/> Kestopigmentointi (huulet, silmät, kulmat) |
| <input type="checkbox"/> Lävistyksen | <input type="checkbox"/> Manikyyrit | <input type="checkbox"/> Kynsipalvelut (rakennekynnet, geelilakkaukset ym.) |
| <input type="checkbox"/> Hieronta | <input type="checkbox"/> Meikkaukset | <input type="checkbox"/> Akupunktio |
| <input type="checkbox"/> Täyteainehoidot (hyaluronihappo) | <input type="checkbox"/> (Kuiva)kuppaus | <input type="checkbox"/> Botuliinihoito (esim. botox) |

Muu, mikä? _____

Vastaa seuraaviin väittämiin. Kuinka tärkeää sinulle on....

Kauneushoitolan keskeinen sijainti / helppokulkuisuus

Tärkeää

En osaa sanoa

Ei tärkeää

Asiakaspalvelu, asiantuntevuus

Esteettömyys

Sähköinen ajanvaraus / ajan peruutus

Tuotevalikoima / myymälä

Tunnelma / sisustus

Jokainen asiakas on meille tärkeä. Miten voisimme taata, että käytät jatkossakin Dibin palveluja?

Sana on vapaa! Kerro ajatuksistasi, toiveistasi, kommentoi Dibin palveluja, anna palautetta.