

Opinnäytetyö (AMK)

Auto- ja kuljetustekniikan koulutusohjelma, insinööri (AMK)

Autotekniikka

Kesäkuu 2015

Jukka Nieminen

# AD-TURKU OY:N KORJAAMOYHTEISTYÖN KEHITTÄMINEN



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Auto- ja kuljetustekniikka | Autotekniikka

Kesäkuu 2015 | Sivumäärä: 29

Ohjaaja: Markku Ikonen

Jukka Nieminen

## AD-TURKU OY:N KORJAAMOYHTEISTYÖN KEHITTÄMINEN

Tässä opinnäytetyössä perehdytään AD-Turun korjaamoyhteistyön kehittämiseen. AD-Turku on vuonna 2008 perustettu tekniikanalan suurmyymälä, joka on erikoistunut työkaluihin ja tarvikkeisiin sekä auton varaosiin. Se kuuluu osaksi suomalaista IKH-ketjua sekä laajempaan kansainväliseen AD-ketjuun. Liike myy kuitenkin tämän lisäksi monen muun tavarantoimittajan tuotteita, kuten esimerkiksi Kahan ja Startaxin toimittamia varaosia sekä Bläkläderin ja Sievin työvaatteita ja -kenkiä.

AD-Turussa on viime vuoden lopusta alkaen uuden toimitusjohtajan johdolla pyritty kehittämään eri tapoja, miten yhteistyötä varaosia AD-Turusta hankkivien korjaamoiden kanssa sekä asiakaspalvelua yleisesti voitaisiin kehittää. Kehittämiskohteet, joihin tässä opinnäytetyössä on keskitytty, ovat hinnoittelu, tuotevalikoimat, merkinnät lähetteessä, kuljetukset, tilaustavat, asiakkaiden jakaminen myyjien kesken, viikkotarjous, uutiskirje sekä virkistystapahtumat.

Tavoitteena on korjaamokäyntien, keskustelujen yrityksen sisällä sekä oman pohdinnan kautta miettiä ja kehitellä mahdollisia tapoja, miten korjaamoyhteistyötä voisi parantaa sekä miten saada aikaan lisämyyntiä. Korjaamokäyntien ajatuksena oli vapaasti keskustella korjaamoiden kanssa yleisestä toiminnasta sekä mahdollisista parannuksista toimintaan. Yrityksen sisällä on käyty erillisen korjaamotiimin kesken keskusteluja siitä, miten palvelua voisi kehittää. Opinnäytetyössä esitellään myös jo tehtyjä parannusehdotuksia ja pohditaan niiden vaikutusta yhteistyöhön.

Saatuja tuloksia on vielä vaikea arvioida, koska suurin osa kehityskohteista on vasta työn alla tai ovat olleet käytössä vasta vähän aikaa. Tuloksia voidaan arvioida paremmin vasta myöhemmin syksyllä, kun kaikki kehityskohteet ovat olleet käytössä muutaman kuukauden ajan.

ASIASANAT:

Varaosamynti, korjaamoasiakas, korjaamoyhteistyö, asiakashankinta

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Automotive and transportational engineering | Automotive engineering

June 2015 | Total number of pages: 29

Instructor: Markku Ikonen

Jukka Nieminen

## IMPROVING CO-OPERATION BETWEEN AD-TURKU AND ITS CAR REPAIR SHOP CLIENTS

In this thesis, the goal is to find out new ways to improve the co-operation between AD-Turku and its car repair shop clients. AD-Turku is a store which is specialized in tools, accessories and car spare parts. The company is a part of the Finnish tool retail chain IKH and the worldwide car spare part retail chain AD. AD-Turku also sells a lot of other products from many other suppliers such as car spare parts from Kaha and Startax and workclothes and shoes from Blåkläder and Sievi.

From the beginning of the year, AD-Turku has started to develop new ways to improve the co-operation with its car repair shop clients and the overall customer service, led by its new general manager. The main focus groups have been pricing, product range, markings in the cover letter, transportation, ordering methods, dividing clients between salesmen, weekly offer, newsletter and different kinds of events.

The goal is to figure out new ways to improve the co-operation between clients and also how to increase sales volume. This is implemented by visiting clients and talking freely with them about the aspects that could be improved to make things easier for both sides, and holding meetings within the company to find new possible ways to increase cooperation. In this thesis, these propositions are presented and considered.

The results are hard to evaluate at this point, because most of the improvements are still under development or they have been in use only for a short while. The results can be evaluated later in the fall when all of the improvements have been in use for a few months.

### KEYWORDS:

Spare parts sales, repair shop client, repair shop co-operation, customer acquisition

# SISÄLTÖ

1.1 Tutkimuksen tausta	5
1.2 Tutkimuksen tavoite	5
<b>2 TOIMEKSIANTAJA JA SEN YHTEISTYÖKUMPPANIT</b>	<b>6</b>
2.1 AD Finland	7
2.2 IKH	8
2.3 Tavarantoimittajat	8
<b>3 AD-KORJAAMOT</b>	<b>9</b>
<b>4 SUURIMMAT KILPAILIJAT</b>	<b>10</b>
<b>5 NYKYINEN TOIMINTAMALLI</b>	<b>12</b>
<b>6 TYÖN TOTEUTUS</b>	<b>14</b>
<b>7 KEHITYSIDEAT JA SUORITETUT TOIMENPITEET</b>	<b>15</b>
7.1 Hinnoittelu	15
7.2 Tuotevalikoimat	16
7.3 Merkinnät läheteessä	18
7.4 Kuljetukset	20
7.5 Tilaustavat	21
7.6 Asiakkaiden jakaminen myyjien kesken	24
7.7 Viikkotarjous ja uutiskirje	24
7.8 Virkistystapahtumat	26
<b>8 TULOSTEN KÄSITTELY</b>	<b>27</b>
<b>9 YHTEENVETO</b>	<b>28</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>29</b>

# JOHDANTO

## 1.1 Tutkimuksen tausta

Opinnäytetyön taustalla on se, että tämän työn toimeksiantajalla, AD-Turku Oy:llä, ei ole täysin selkeätä suunnitelmaa, miten korjaamosuhteita pidetään yllä tai miten hankitaan uusia asiakaskorjaamoita. Toimeksiantajan tavoitteena on lisätä niiden autokorjaamoiden määrää, jotka hankkisivat korjaamotoiminnassaan tarvittavat varaosat AD-Turku Oy:ltä.

Tällä hetkellä korjaamosuhteita on ylläpitänyt yrityksen kenttämyyjä, joka kiertää silloin tällöin eri korjaamoilla kertomassa ajankohtaisista tarjouksista ja koulutustarjonnasta. Myös osa myyjistä on käynyt asiakastapaamisilla niillä korjaamoilla, joiden tilauksia he ovat hoitaneet.

## 1.2 Tutkimuksen tavoite

Opinnäytetyön tavoitteena on löytää uusia tapoja, joiden avulla AD-Turku pystyisi parantamaan yhteistyötään asiakaskorjaamoidensa kanssa. Lisäksi tarkoituksena on selvittää tapoja, millä saisi hankittua lisää asiakaskorjaamoita, tekemällä niistä jopa uusia AD-korjaamoita. Tarkoituksena olisi selvittää korjaamokäyntien avulla ja haastattelemalla korjaamoiden pitäjiä, ne seikat, joita he ovat pitäneet hyvänä, ja mitä he itse haluaisivat kehittää. Samalla korjaamoille on esitelty myös eri kehitysideoita ja pyritty saamaan selville heidän mielipiteensä niiden toimivuuteen sekä hyödyllisyyteen.

## 2 TOIMEKSIANTAJA JA SEN YHTEISTYÖKUMPPANIT

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii AD-Turku Oy, joka varaosien tukkumyynnin suurmyymälä Raision Kuninkojalla. Yritys on perustettu vuonna 2008 ja sen omistaa pitkänlinjan yrittäjä Oiva Känä, joka omistaa myös Rauman Varaosahallin, joka on samankaltainen liike kuin AD-Turku. Yritys työllistää tällä hetkellä 21 työntekijää. AD-Turun toimialaan kuuluu auton varaosien, tarvikkeiden sekä työkalujen myynti niin yrityksille kuin yksityishenkilöille. Yrityksen valikoimaan kuuluu kotimaisen IKH-ketjun työkalut ja muut tarvikkeet sekä kansainvälisen AD-varaosaketjun varaosat. Vaikka IKH ja AD Finland ovat yrityksen pääasialliset tavarantoimittajat, yrityksen valikoimaan kuuluu myös kymmenien muiden tukkurien toimittamia tavaroita. Näkymä AD-Turun myymälän sisätiloista on esitetty kuvassa 1 ja ulkonäkymä kuvassa 2. (AD-Turku 2015a; AD-Turku 2015b)



Kuva 1. Myymälänäkymä varaosatiskille, taustalla näkyy Kardex-varastorobotti.



Kuva 2. Liike sijaitsee Myllyn liikealueella Hong Kongin vieressä.

## 2.1 AD Finland

AD Finland on osa suurta kansainvälistä AD-ketjua. Ketjuun kuuluu tuhansia varaosaliikkeitä sekä autokorjaamoja ympäri maailman. Suomessa AD-ketjuun kuuluu 37 varaosamyymälää, joista 11 on Broman Group Oy:n omistaman AD Varaosamaailma -ketjun myymälöitä. Loput 26 myymälää ovat itsenäisiä yrityksiä, jotka eivät kuulu AD Varaosamaailma-ketjuun, mutta ovat silti osa AD-ketjua ja myyvät AD:n markkinoimia tuotteita. AD Finland itse ei ole varaosatoimittaja, vaan AD:n lipun alla myytävät tuotteet tulevat suomalaisen Broman Groupin varastolta eli tutummin BG Varastolta. AD-ketju on itsenäinen yrittäjäketju, jolla ei ole maahantuojasidonnaisuutta. (AD Finland 2013)

AD Finland on osa suurempaa kansainvälistä AD International -ketjua. AD toimii 31 maassa ja sen liikevaihto on vuosittain noin 5,7 miljardia euroa. AD-autokorjaamoita ketjusta löytyy yli 4500 kappaletta. (AD Finland 2013)

## 2.2 IKH

IKH eli Isojoen Konehalli Oy on suomalainen yritys, joka on perustettu vuonna 1956. Sen pääasialliseen valikoimaan kuuluu yli 50 000 tuotenimikettä, joka kattaa työkalut, koneet, työvaatteet, suojaimet, traktorin varaosat ja tarvikkeet sekä perävaunut, renkaat ja akut. IKH tuo tuotteita maahan yli 30:sta maasta. IKH-ketjuun Suomessa kuuluu jo yli 100 myymälää, joista suurin osa on yksityisiä kauppiasvetoisia myymälöitä, joihin myös AD-Turku lukeutuu. IKH:lla on 7 omaa myymälää, jotka sijaitsevat Espoossa, Jyväskylässä, Kauhajoella, Konalassa, Oulussa, Tampereella sekä Vantaalla. IKH:n myymäläverkosto kattaa koko Suomen, esimerkiksi pohjoisin myymälä löytyy aivan Suomen ja Norjan rajalta Nuorgamista, myös Ahvenanmaalta löytyy kolme IKH:n tuotteita edustavaa myymälää. (IKH 2015)

## 2.3 Tavarantoimittajat

AD-Turulla on yli kymmenen aktiivista tavarantoimittajaa, joiden valikoima kattaa autonvaraosat ja tarvikkeet, työkalut, työvaatteet, maatalouskoneiden varaosat ja tarvikkeet, kemikaalit, voiteluaineet ja paljon muuta. Suurimpia tavarantoimittajia ovat Isojoen Konehallin lisäksi, BG Varasto, Kaha, Startax, Blåkläder, Sievi, Dimex, Mobil ja Nordic Lubricans.



### 3 AD-KORJAAMOT

AD-korjaamoketju on Suomen sekä samalla myös Euroopan suurin alan ketju. Se on Suomen ensimmäinen korjaamoketju ja se on toiminut jo vuodesta 1992 lähtien. Ketju on itsenäinen yrittäjäketju, joka ei ole maahantuojasidonnainen. AD-korjaamot huoltavat ja korjaavat kaiken merkkiset ja ikäiset autot, säilyttäen samalla myös auton tehdastakuun.

Suomessa on tällä hetkellä jo yli 200 AD-autokorjaamoja, joista 16 sijaitsee Turun lähialueella. AD-korjaamon valtteja alalla ovat ison korjaamoketjun näkyvyys, 24 kuukauden takuu kattaen tehdyt työt ja asennetut varaosat työvirheiden, raaka-aineiden tai valmistusvikojen osalta. AD-korjaamot tarjoavat myös asiakkailleen edullista AD-erämaksua, jonka avulla voi kalliimmankin remontin maksaa helposti osissa.

AD-Turun yhteydessä ei ole omaa autokorjaamoja, joten tämän takia yhteistyö muiden AD-korjaamoiden kanssa on liikkeelle hyvin tärkeitä. Liikkeen henkilökunta kuitenkin auttaa tarvittaessa helpoimpien korjaustoimenpiteiden kanssa, kuten esimerkiksi polttimon tai pyyhkijänsulkien vaihdossa. AD-Turku toimittaa päivittäin varaosia jokaiselle sen lähialueella sijaitseville AD-korjaamoille, ja toimii samalla niiden pääasiallisena tavarantoimittajana. Poikkeuksen tekevät Salossa sijaitsevat AD-korjaamot, jotka saavat pääasiallisesti tavaransa Salossa sijaitsevasta AD Varaosamaailma -liikkeestä. (AD Finland 2015)

## 4 SUURIMMAT KILPAILIJAT

Kilpailu autonvaraosa- ja autokorjaamoalalla on todella kovaa, varsinkin Turun talousalueella. Erilaisia varaosaliikkeitä löytyy toistakymmentä, joista osa kuuluu johonkin isompaan valtakunnalliseen ketjuun ja loput ovat pienempiä yksityisiä toimijoita. Autokorjaamopuolella on sama tilanne kuin varaosissakin, kilpailu on kovaa ja toimijoita on todella paljon. Korjaamoiden määrä kertoo sen, että mahdollisia asiakkaita varaosaliikkeille on kymmeniä.

Fixus on vuonna 2005 perustettu varaosa- ja korjaamoketju, jonka toiminta kattaa lähes koko Suomen. Ketjun taustalla toimii maahantuonti- ja tukkuliike Koivunen Oy. Fixus on yhdessä AD:n kanssa yksi Suomen suurimmista varaosa- ja korjaamoketjuista. Turun alueella sillä on kaksi myymälä, yksi Raisiossa ja toinen Turun Itäharjulla. Fixus-korjaamoita Turun alueella on kahdeksan kappaletta. (Fixus 2015a; Fixus 2015b; Fixus 2015c)

Motonet on ehkä Suomen tunnetuin varaosamyymälä tällä hetkellä. Se on perustettu vuonna 1990 ja sen toiminta alkoi Turussa, jossa toimii tällä hetkellä myös sen verkkokaupan varasto. Motonet-myymälöitä löytyy Suomesta tällä hetkellä 22 kappaletta, joista pohjoisin sijaitsee Rovaniemellä. Motonet-ketjulla on myös omia Motonet-korjaamoita, joita Suomesta löytyy tällä hetkellä viisi kappaletta, joista yksi sijaitsee Turussa Motonet-myymälän yhteydessä. (Motonet 2015)

Osaset on Suomen vanhin autovaraosa- ja tarvikekaupan ketju. Se on perustettu vuonna 1979 ja ketjun taustalla toimii maahantuonti- ja tukkuliike Atoy Automotive Finland Oy. Ketjulla on myös oma korjaamonsa, jotka tunnetaan paremmin nimellä Autofit. Varaosamyymälöitä ketjulla on Suomessa 31 kappaletta ja Autofit-korjaamoita 118 kappaletta. Turussa näistä sijaitsee 5 autokorjaamo ja varaosamyymälöitä yksi. (Osaset 2015a; Osaset 2015b)

Autoasi on viimeisimpien tutkimusten mukaan Suomen tunnetuin korjaamoketju. Sillä on Suomessa jo yli 280 autokorjaamo ja 41 myymälää. Näistä Turussa sijaitsee yksi myymälä, jolla ei kuitenkaan ole kuluttajamyyntiä, ja 17

autokorjaamo. Ketjun omistaa maahantuonti- ja tukkuliike Örum Oy Ab, joka kuuluu suomalaiseen Mercantile-konserniin. Vuonna 2008 Autoasi solmi huoltoasemaketju Teboilin kanssa sopimuksen, jonka johdosta suuri osa Teboil-huoltokeskuksista muuttui Autoasi-korjaamoiksi. (Autoasi 2015a; Autoasi 2015b)

KL-Varaosat on vuonna 1979 perustettu varaosaliike, joka pääosassa myy Mercedes Benzin ja BMW:n alkuperäisvaraosia ja nyt viimeisimpänä lisännyt valikoimaansa myös Volvon alkuperäisosat. Yrityksellä on viisi myymälää, jotka sijaitsevat Tampereella, Jyväskylässä, Rovaniemellä, Raisiossa sekä Vantaalla. KL-varaosilla on myös omia yhteistyökorjaamoita, joita se nimittää ServicePartner—korjaamoiksi. Näitä korjaamoita on yhteensä 33 kappaletta, joista kaksi sijaitsee Turun alueella. (KL-Varaosat 2015)

Turun alueelta löytyy myös monia pienempiä varaosamyymälöitä, jotka ovat yksityisiä yrittäjävetoisia. Näitä ovat esimerkiksi Kaarinan Varaosa Oy, Kelhu Autotarvike, H-Varaosa sekä Osahankinta. Näistä suurin liikevaihdolla laskettaessa on Osahankinta, mutta heidän yritykseensä kuuluu myös heidän oma korjaamonsa. Varaosaliikkeenä suurin on Kaarinan Varaosa Oy, jonka liikevaihto oli vuonna 2013 noin 1,2 miljoonaa euroa. Kaarinan Varaosa Oy:llä on tällä hetkellä 24 yhteistyökorjaamo Turun alueella. (Taloussanomat 2015a; Taloussanomat 2015b; Kaarinan Varaosa 2015)

Suurina kilpailijoina voi myös pitää lukuisia internetissä toimivia varaosakauppoja, joiden lukumäärä moninkertaistunut viime vuosien saatossa. Näistä parhaimpina esimerkkeinä voisi mainita Skruvat, Nimark, Autonosat24 sekä varaosa.fi. Näiden liikkeiden suurin valtti kivijalkamyymälöitä vastaan ovat edulliset hinnat.

## **5 NYKYINEN TOIMINTAMALLI**

Tämän luvun teksti on poistettu työn julkisesta versiosta.



## 6 TYÖN TOTEUTUS

Työ toteutettiin käymällä yhdessä nykyisten asiakaskorjaamoiden kanssa keskustelua yhteistyöstä ja siitä, mikä on ollut toimivaa ja mitä pitäisi parantaa. Työn toteutuksessa käytettiin myös paljon omaa pohdintaa mahdollisista parannuskeinoista. Korjaamokäyntien ja oman pohdinnan lisäksi pidimme yrityksen sisällä kokouksia, joissa yhdessä käsittelimme aihetta ja mietimme mahdollisia kehityskohteita. Korjaamokäynneillä käytyjen keskustelujen taustalla ei ollut minkäänlaista valmista haastattelupohjaa, vaan käyntien tarkoituksena oli keskustella aiheesta vapaamuotoisesti ja pohtia yhdessä mahdollisia kehityskohteita.

## **7 KEHITYSIDEAT JA SUORITETUT TOIMENPITEET**

Korjaamoiden ja varaosamyymälän välisen yhteistyön kehittäminen on jatkuvaa työtä, koska aina tarvitsee keksiä uusia tapoja pitää vanhat asiakkaat tyytyväisenä sekä tapoja, miten tiiviin kilpailun lomassa onnistuu hankkimaan uusia asiakassuhteita.

### 7.1 Hinnoittelu

Tämän luvun teksti on poistettu työn julkisesta versiosta.

## 7.2 Tuotevalikoimat

Toinen iso asia varaosamyynnissä on tuotevalikoima, mikä saattaa itseasiassa olla tärkein asia, joka varaosamyymälän täytyy ottaa huomioon. Täytyy pystyä huolehtimaan, että varastosta löytyy juuri ne osat joita eniten menee kaupaksi ja että niitä on tarpeeksi paljon. Täytyy osata myös arvioida tuotteiden kiireellisyys, eli vaikka jos joku tuote olisikin menevä, mutta sen tarve ei useimmiten ole samana päivänä, niin tällöin täytyy osata arvioida, onko tuote kannattavaa varastoida vai onko järkevämpää aina tilata tuote tarpeen mukaan, koska osat saadaan päivässä tukkurilta.

Tuotevalikoimaa mietittäessä on tärkeää huomioida, sen lisäksi mitä on varastossa, se että minkä laatuista ja minkä hintaisia tuotteita valikoimasta löytyy. Nykyisessä taloustilanteessa asiakkaasta on tullut hyvin tarkka sen suhteen, mihin talouden varat käytetään, ja tällä hetkellä se näyttää hyvin vahvasti siltä, että autoiluun käytettävät varat on laskettu minimiin. Useimmiten asiakas haluaa mahdollisimman halpaa, mutta toisaalta laadukkaita tuotteita. Tässä on



varaosaliikkeen haaste pystyä vastaamaan tähän pyyntöön. Osia valittaessa on osattava ottaa huomioon auton ikä ja sen muu arvo, jotta ne täsmäisivät mahdollisimman hyvin asiakkaiden mieltymyksiin.

Esimerkiksi jos asiakkaalla on vanhempi 90-luvun auto johon tarvittaisiin alatukivarsi, niin on hyvin todennäköistä, että asiakas haluaa mahdollisimman edullisen osan kuin kalliimman ja laadultaan parhaimman. Tämä johtuu usein siitä, että auton rahallinen arvo ei itsessään ole enää niin korkea, että kannattaisi sijoittaa kalleimpaan mahdolliseen vaihtoehtoon. Toisena ääripäänä voi mainita uudemmat autot sekä niin sanotut premium-merkit, joihin useimmiten halutaan sijoittaa hieman enemmän ja tällöin valitaan hieman kalliimmat ja laadukkaammat vaihtoehdot. Tietysti poikkeuksia näissä tapauksissa löytyy, kun on tietynlaisia kohteita joissa ei haluta tinkiä laadusta. Näitä ovat esimerkiksi auton herkimmät paikat, joiden toimintavarmuudesta ei haluta tinkiä, kuten esimerkiksi moottorin jakopään osat tai jarruosat.

### 7.3 Merkinnät läheteessä

Korjaamoiden kanssa keskustellessa ilmeni yksi huomio, joka helpottaisi molempien osapuolten toimintaa. Korjaamot toivoivat läheteessä näkyvän auton rekisterinumeron tai mallimerkinnän, jos rekisterinumeroa ei ole saatavilla, jotta olisi helpompi kohdistaa korjaamolle tulevat osat oikeaan autoon (kuva 4). Oli myös toivottavaa, että eri autojen osat laitettaisiin eri läheteisiin, mikä myös omalta osaltaan helpottaa osien kohdistamista oikeaan autoon, kun samalla läheteellä ei ole kolmen eri auton osia listattuna.

Laittamalla läheteeseen vain yksi auto helpotetaan myös takuukäsittelyiden hallintaa, koska myyntiohjelman tietojärjestelmästä helppo löytää kyseiseen autoon menneet osat, kun viitteeksi on selkeästi merkitty auton rekisterinumero tai mallimerkintä. Tällöin vältetään turhalta etsimiseltä ja takuukäsittelyä voidaan tämän ansiosta nopeuttaa.

Selkeä viite myös helpottaa, jos halutaan selvittää auton historiaa, jos korjaamolla ei jostain syystä tätä tietoa ole. Sen avulla pystyy helposti selvittämään, onko auto ollut aikaisemmin asiakkaanamme ja millaisia osia siihen on mennyt.

**AD-Turku**Kuloistentie 3  
21280 Raisio**LÄHETE**

1.6.2015

1 / 1

Lähetenro  
242133**100778**

Jukka Nieminen

**Viitteemme** ABC-123**Viitteenne****Toimitustapa** Nouto**Myyjä** Jukka Nieminen**As. puhelin****Toimitusosoite**

Jukka Nieminen

Tuotekoodi	Tuotenimi
K025509XS-3385	7883-10649 POWERGRIP KIT
PA1019-5485	Vesipumppu Volvo 95-> Valeo
5PK848-3385	8653-10089 MICRO-V
5PK890-3385	8653-10112 MICRO-V
1457429244	(HU7198X) (CH9496) ÖLÜYNSUODATINPANOS (P9244

Vastaanottajan kuittaus ja nimenselvennys \_\_\_\_\_

AD-Turku Oy	Puh. 0207 4638 61	Y-tunnus 2168301-5	Nordea	
Kuloistentie 3		ALV REK.	BIC: NDEAFHH	IBAN: FI74 1128 3000 3256 79
21280 Raisio	Fax 02-438 9191	Kotipaikka Turku	OP suupaolija	
	sari.ketola@ad-turku.fi	w w w .ad-turku.fi	BIC: HELSFIHH	IBAN: FI4047300010097730

Kuva 4. Esimerkki lähetteestä.

Kuvan 4 lähetteestä näkyy rekisterinumero autosta, johon osat on hankittu.

## 7.4 Kuljetukset

Tärkeä osa varaosamyyntiä, varsinkin korjaamomyyntiä, on kuljetusten toimivuus. On elintärkeää korjaamolle, että se saa tarvittavat osat mahdollisimman nopeasti ja riittävän ajoissa, jotta työnalla olevan auton korjaus sujuisi mahdollisimman nopeasti ja ilman suuria ongelmia. Tämä tietenkin vaatii jatkuvaa kommunikaatiota korjaamon ja varaosamyymälän välillä, jotta osatoimitukset saadaan suoritettua parhaaseen mahdolliseen aikaan.

Kuljetuksissa olennaista on osata ajojärjestely jos käytävien paikkojen määrä on suuri. Esimerkiksi AD-Turulla voi olla aamun kello kahdeksan kuljetuksessa jopa 18 eri paikkaa ympäri Turun lähialueita. Paikkoja voi olla Naantalissa ja Paraisilla asti, jotka ovat Raisioon nähden aivan eri suunnissa. Tällöin on tärkeitä osata rakentaa kuljetusreitti järkevästi, jotta kuljetus tapahtuisi mahdollisimman nopeasti eivätkä asiakkaat joutuisi odottamaan osiansa liian pitkään. AD-Turulla on korjaamoasiakkaita laajalti Turun alueella aina saaristoon saakka. Siksi on tärkeitä, että kuljetukset on huolellisesti suunniteltu. Yritys on järjestänyt siten, että Paimioon ja sitä kauempana oleville asiakkaille osat kuljettaa ulkopuolinen kuljetusyritys. Tämä mahdollistaa asiakkaille nopean toimituksen, koska yhden auton ei tarvitse käydä läpi kaikkia paikkoja. Ei olisi edes ajallisesti kannattavaa, jos yksi auto kävisi niin Naantalissa kuin Kemiössä.

Jotta välttyttäisiin turhilta ajoilta ja liian pitkiltä kuljetusreiteiltä, on tärkeää että korjaamot osaisivat ilmoittaa, minä päivänä ja mihin kellon aikaan osat tarvitaan. Esimerkiksi jos osat tarvitaan keskiviikkona, niin on hyvä tietää, laitetaanko osat kello kahdeksan, yhdentoista vai yhden kuljetukseen, koska jos tätä ei ole tiedossa, osat laitetaan päivän ensimmäiseen kyytiin. Tämä saattaa aiheuttaa ruuhkaa ja viivästystä niillä joilla on oikeasti kiire.

AD-Turun kuljetuskalustoa esitellään kuvassa 5.



Kuva 5. AD-Turun kuljetuskalustoa.

Kuvassa olevaa Chevroletia käytetään vain pakkotilanteissa, ja kuvasta puuttuu yrityksen kolmas auto Volkswagen Caddy.

### 7.5 Tilaustavat

AD-Turussa korjaamoiden asioimista on pyritty helpottamaan eri tavoilla. Yksi niistä on erilaiset tilausmuodot. Tällä hetkellä tilauksia pystyy tekemään perinteisesti menemällä suoraan myymälään ja asioimalla tiskillä varaosamyynnin kanssa. Viime vuodenvaihteessa korjaamoiden asioimista myymälässä pyrittiin tehostamaan tekemällä korjaamoasiakkaille oma palvelutiski, jossa heidän ei tarvitse jonottaa normaalien asiakkaiden kanssa, vaan he pääsevät hoitamaan asiansa mahdollisimman nopeasti. Myymälästä löytyy korjaamoille oma noutohylly, johon laitetaan korjaamoiden tilaamat tavarat odottamaan niiden noutoa. Jokaiselle korjaamolle ei kuitenkaan ole omaa hyllyä, joka on vain niillä, jotka usemmin noutavat tavaransa kuin käyttävät kuljetusta. Hyllyyn on kuitenkin varattu muutama vapaahylly, johon voi laittaa muidenkin asiakkaiden varaamia osia.

Toinen perinteinen tapa, miten osat voi tilata, on puhelimitse. On mahdollista soittaa varaosapuolen yleiseen numeroon, josta voi vastata kuka vain myyjistä, tai sitten tilaaja voi soittaa suoraan tietylle myyjälle, jonka kanssa on tottunut asioimaan. AD-Turulla on jokaisen myyjän puhelinnumerot nähtävillä yrityksen internetsivuilla. Soittamalla tilaamisessa on vain se ongelma, että myyjät eivät välttämättä aina ehdi vastata puhelimeen, jos he ovat kiireisiä toisen asiakkaan kanssa.

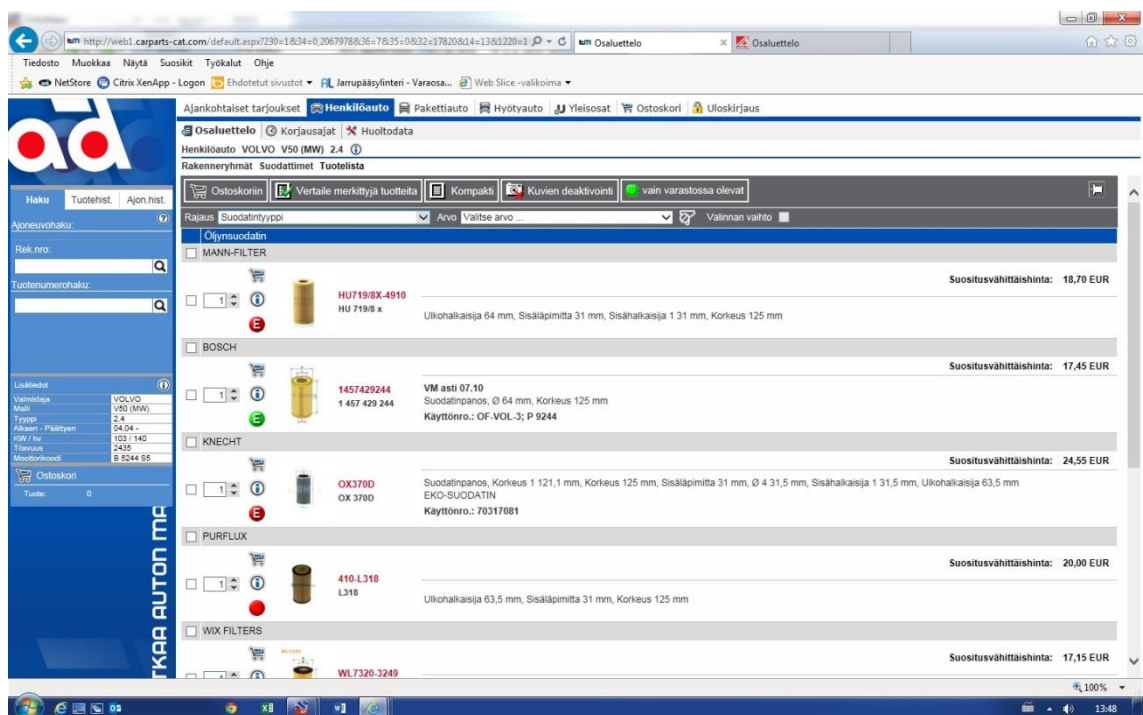
AD-Turulla on kuitenkin käytössään Handy Call–takaisinsoittojärjestelmä, josta jokainen myyjä näkee, kenen puheluun ei ole vastattu ja kenelle puhelu on mahdollisesti yritetty kohdistaa. Järjestelmän avulla puheluiden läpäisyprosentti on jopa lähelle 98%. AD-Turku on toiminut järjestelmän pilottitestajaana ja se on ensimmäinen varaosamyymälä, joka on käyttänyt kyseistä järjestelmää. Tähän asti saatujen tulosten perusteella järjestelmä on vähentänyt merkittävästi hoitamattomien puheluiden määrää, mikä lisää tietenkin asiakastytyvyyttä. Nyt kevään 2015 aikana AD Finland on ottanut järjestelmän laajempaan käyttöön Suomessa ja sitä on tarjottu myös AD-korjaamoille.

Korjaamoasiakkaita on myös pyritty rohkaisemaan käyttämään sähköisiä tilausmuotoja. Niitä ovat esimerkiksi Google-kalenterin käyttö, sähköposti sekä AD:n oma AD-Tuote-tilauspalvelu. Muutamat korjaamoista ovat omaksuneet Google-kalenterin käytön, mikä helpottaa todella paljon molempien niin korjaamon kuin varaosamyymälänkin toimintaa. Kalenterin käyttö on helppoa, korjaamon tarvitsee vain luoda itselleen Google-tili ja tämän jälkeen antaa tunnukset myös varaosamyymälälle, jotta se voi nähdä myös kalenterin sisällön. Tämän jälkeen myyjien on helppo seurata kalenteria ja nähdä, mitä autoja on tulossa huoltoon minäkin päivänä ja mitä osia ne tarvitsevat.

Tämän ansiosta pystytään vähentämään korjaamon ja varaosamyymälän välistä turhaa aikaa vievää kommunikaatiota, ja osat saadaan korjaamolle sopivaan aikaan ennen auton saapumista huoltoon. Kalenterin avulla ei kuitenkaan voida hoitaa hätätapauksia, joissa osat on saatava korjaamolle niin nopeasti kuin mahdollista. Näissä tapauksissa puhelin tai meneminen suoraan myymälään on tehokkain tapa toimia.

Toinen sähköinen tilaustapa, jota muutamat korjaamot ovat alkaneet käyttää, on AD-Tuote. Sen avulla korjaamot voivat itse valita, mitä osia he haluavat, ja jopa minkä merkkisiä osia he haluavat (kuva 6). Tämä vaatii kuitenkin korjaamolta tietoa ja taitoa valita oikeat osat itse, myymälän tehtäväksi jää vain kerätä halutut osat ja toimittaa ne korjaamolle. AD-Tuotteen hyöty on siinä, että asiakas voi itse valita ne osat, mitkä itse haluaa. Tämä vähentää samalla varaosamyymälän työtä, kun asiakkaalta tulee suora ostoslista siitä, mitä tämä tarvitsee.

Ongelma piilee kuitenkin siinä, jos asiakas ei kuitenkaan osaa valita oikeita osia itse. Silloin myymälälle tulee kaksinkertainen työmäärä, kun se ensin lähettää asiakkaan toivotut osat korjaamolle ja tämän jälkeen selvittää uudestaan oikeat osat ja lähettää ne uudelleen korjaamolle. Tästä aiheutuu varaosamyymälälle turhia kuljetus- ja tilauskustannuksia. Tämän takia palvelua voi suositella vain niille, joilla on halua ja taitoa itse selvittää autoon sopivat osat.



Kuva 6. Asiakkaan näkymä AD-Tuotteessa.

Kolmas sähköinen tilaustapa on perinteinen sähköposti, jonka avulla on helppo hoitaa ei niin kiireelliset tapaukset ja mahdollisesti muut kyselyt. Tämän käyttö on kuitenkin hyvin vähäistä tällä hetkellä.

## 7.6 Asiakkaiden jakaminen myyjien kesken

Yksi tapa, miten korjaamoiden palvelemista voi kehittää, on niiden jakaminen myyjien kesken. AD-Turussa työskentelee tällä hetkellä kymmenen varaosamyymäjä, joista kaksi on eläkkeellä olevia osa-aikatyöntekijöitä. Tällä hetkellä korjaamoasiakkaita palvelee pääosin kaksi korjaamoasiakkaille suunnattua myymäjä. Tämä näkyy lievänä kiireenä heidän päivässään, koska he hoitavat pääosan korjaamoiden tilauksista.

Korjaamoiden jakaminen myyjien kesken voisi vähentää myyjien kiirettä sekä parantaa korjaamoiden saamaa palvelua. Jos jokaisella myyjällä olisi muutama oma korjaamo, joiden asioita he hoitaisivat, olisi myyjillä paremmin aikaa perehtyä korjaamoiden tilauksiin sekä toiveisiin, ja antaa täten korjaamoille samalla parempaa palvelua. Asiakassuhteiden ylläpitäminen helpottuisi myös, kun myyjällä olisi paremmin aikaa vierailta myös omalla asiakaskorjaamolla, ja näin perehtyä paremmin sen toimintaan ja saada selville sen tarpeita.

## 7.7 Viikkotarjous ja uutiskirje

AD-Turussa on otettu käyttöön viime kuukauden aikana korjaamoasiakkaille suunnattu viikkotarjous, jonka tarkoituksena on tarjota korjaamoasiakkaille viikoittain erilainen tuotetarjous, jonka tavoitteena on tietenkin lisätä myymälän myyntiä, mutta myös tehostaa korjaamoiden toimintaa tarjoamalla vain heille suunnattuja erikoistarjouksia. Tarjoustuotteena voi olla melkein mitä vaan, mutta pääosin sellaisia tuotteita, joita nimenomaan korjaamoilla tarvitaan. Tähän mennessä on ollut kaksi viikkotarjousta, joista toinen on ollut lasinpesuneste ja toinen on ollut käsienpesuaine (kuva 7). Jatkossa tarjouksena voisi olla esimerkiksi tynnyrillinen moottoriöljyä, koska tämä on sellainen tuote, jota korjaamolla menee todella paljon.



**VIKKO  
19 / 2015**

**TUKKUMYYNNIN  
VIIKKOTARJOUS!**

**PRO10  
LASINPESUAINE**

**25 €**

- ammattikuljettajien suosima
- tehokas tiiviste (-60c)
- raikas omenan tuoksu

**VARAOSAT · TYÖKALUT · TARVIKKEET · TYÖVAATTEET**

**AD-TURKU**  
LAITA SAMANTIEN LAATUA

Kuva 7. Esimerkki korjaamoille suunnatusta viikkotarjouksesta.

Viime kuukausien aikana on myös aloitettu lähettää kaikille yritysasiakkaille AD-Turun omaa uutiskirjettä, jonka tarkoituksena on kertoa yritykseen liittyviä ajankohtaisia uutisia, kertoa mahdollisista tulevista tapahtumista sekä muita alaa

koskettavia uutisia. Välillä uutiskirjeessä voi olla pieniä tietokilpailuja, jonka voittajalle on tarjolla erilaisia palkintoja, esimerkiksi viimeisimmässä uutiskirjeessä oli kysymyksenä kuinka monta auton asentajan koulutuksen omaavaan työntekijää yrityksestä löytyy.

### 7.8 Virkistystapahtumat

Korjaamoiden ja myymälän välistä yhteistyötä pyritään kehittämään myös erilaisilla tapahtumilla. Tällaisia tapahtumia ovat esimerkiksi vierailut tavarantoimittajan tiloihin, jossa korjaamo ja myös myymälän henkilökunta pääsee tutustumaan tavarantoimittajan varastoon ja näkemään, mitä kaikkea heidän on mahdollista sieltä saada. Tarkoituksena on myös järjestää korjaamoille sellaisia tapahtumia, joissa työasiat eivät aina ole päällimmäisenä. Tällaisia tapahtumia ovat esimerkiksi vierailut erilaisille musiikkifestivaaleille. Tällaisten tapahtumien tarkoituksena on tietenkin ylläpitää asiakassuhteita ja mahdollisesti myös luoda uusia, mutta myös lähentää korjaamoita ja myymälän henkilökuntaa keskenään.

## 8 TULOSTEN KÄSITTELY

Tuloksia näistä uudistuksista on vielä vaikea antaa, koska suurin osa muutoksista on vielä työn alla, ja ne mitkä on otettu käyttöön, ovat olleet käytössä vasta lyhyen ajan. Tällä hetkellä suurin muutos, mikä on tulossa korjaamoiden näkökulmasta, on tuotevalikoiman uudistus. Tuotevalikoimaa pyritään jatkuvasti päivätöiden yhteydessä muokkaamaan siten, että se vastaisi paremmin asiakkaiden vaatimusta. Tämä tarkoittaa sitä, että joka osan kohdalla pyritään etsimään hinnallisesti ja laadullisesti järkevin vaihtoehto, ottaen huomioon sen autokannan ikä ja arvo, mihin kyseinen osa soveltuu.

Toinen suuri uudistus, joka on tulossa, on täysin uusi linjaus suodatinten myynnissä. Tällä hetkellä pääasiallinen suodatinmerkki, mikä varastosta löytyy, on laadukas ja tunnettu Mann Filter. Nyt tämän suodatinmerkin rinnalle ollaan tuomassa yleistä kysyntää vastaamaan myös halvempi vaihtoehto. Tämä johtuu siitä, että yleisen markkinatilanteen johdosta suuri osa asiakkaista suosii tällä hetkellä mahdollisimman halpoja tuotteita.

Tällä hetkellä käytössä olevat uudistukset, viikkotarjous ja uutiskirje ovat olleet nyt muutaman viikon ajan käytössä. Niistä saadut palautteet ovat olleet positiivisia, joten niiden odotetaan jatkossa parantavan myymälän ja korjaamoiden välistä toimintaa. Niiden tavoitteena on pystyä tarjoamaan korjaamoille viikoittain kilpailukykyisiä tarjouksia ja esittelemään mahdollisia uutuuksia ja tulevia tapahtumia.

Vasta alkusyksystä voidaan odottaa tarkempia tietoja siitä, kuinka nämä uudistukset ovat toimineet, kun ne kaikki on saatu pyörimään tehokkaasti muutaman kuukauden ajan.

## 9 YHTEENVETO

Työn aiheena oli selvittää AD-Turun mahdollisuuksia kehittää korjaamo-yhteistyötään ja hankkia uusia asiakaskorjaamoita. Tarve työlle lähti siitä, että yrityksellä ei ole ollut aiemmin selvää linjaa, miten vanhoja asiakassuhteita ylläpidetään tai uusien hankkimiseen.

Vuoden alusta lähtien AD-Turku on uuden toimitusjohtajan johdolla pyrkinyt kehittämään tätä toimintaa. Kehitysideoita haettiin asiakaskäynneillä korjaamoille, keskustelemalla heidän kanssaan mahdollisista parannusehdotuksista. Yrityksen sisällä on myös pidetty viikoittain korjaamotiimin kesken palavereita, joissa on keskusteltu kehityskohteista ja mahdollisista uudistuksista. Tämän lisäksi työn toteutukseen on käytetty omaa pohdintaa.

Kehittämiskohteet, joihin tässä opinnäytetyössä on keskitytty, ovat hinnoittelu, tuotevalikoimat, merkinnät läheteessä, kuljetukset, tilaustavat, asiakkaiden jakaminen myyjien kesken, viikkotarjous, uutiskirje sekä virkistystapahtumat.

Saatuja tuloksia on vielä vaikea arvioida, koska suurin osa kehityskohteista on vasta työn alla tai ovat olleet käytössä vasta vähän aikaa. Tuloksia voidaan arvioida paremmin vasta myöhemmin syksyllä, kun kaikki kehityskohteet ovat olleet käytössä muutaman kuukauden ajan. Tällä hetkellä kehityskohteista työn alla on hinnaston päivitys sekä uuden edullisemman suodatinvaihtoehdon tuominen myymälän varastoon. Uusista ideoista jo käytössä on viikkotarjous ja uutiskirje, joilla pyritään tarjoamaan asiakkaille erikoistarjouksia sekä kertomaan mahdollisista uutuuksista tai tulevista tapahtumista.

## LÄHTEET

AD Finland, 2015. Korjaamopalvelut. Viitattu 2.5.2015

<http://www.ad-finland.com/korjaamopalvelut>

AD-Turku 2015a. Yritys. Viitattu 14.3.2015

<http://www.ad-turku.fi/fi/yritys/>

AD-Turku 2015b. Henkilökunta. Viitattu 14.3.2015

<http://www.ad-turku.fi/fi/henkilokunta/>

Autoasi 2015a. Autoasi myymälät. Viitattu 2.5.2015

<http://www.autoasi.fi/luettelo/myymalat>

Autoasi 2015b. Autoasi-ketju. Viitattu 2.5.2015

<http://www.autoasi.fi/ketju>

Fixus 2015a. Fixus-ketju. Viitattu 2.5.2015

<http://www.fixus.fi/fixus-ketju.html>

Fixus 2015b. Myymälät. Viitattu 2.5.2015

<http://www.fixus.fi/myymalat.html>

Fixus 2015c. Huoltokorjaamot. Viitattu 2.5.2015

<http://www.fixus.fi/huoltokorjaamo.html>

Kaarinan Varaosa 2015. Asiakaskorjaamot. Viitattu 2.5.2015

<http://www.kaarinanvaraosa.fi/yhteistyota-tekevat-korjaamot/>

KL-Varaosat 2015. Yritys. Viitattu 2.5.2015

<http://kl-varaosat.fi/index.php?page=yritys>

Motonet 2015. Tavaratalot. Viitattu 2.5.2015

<https://www.motonet.fi/fi/tavaratalot>

Osaset 2015a. Osaset. Viitattu 2.5.2015

<http://www.osaset.fi/fi/?ID=1519>

Osaset 2015b. Myymälät. Viitattu 2.5.2015

<http://www.osaset.fi/fi/?ID=1529>

Taloussanommat 2015a. Yrityshaku. Viitattu 2.5.2015

<http://yritys.taloussanommat.fi/y/osahankinta-oy/turku/0204210-8/>

Taloussanommat 2015b. Yrityshaku. Viitattu 2.5.2015

<http://yritys.taloussanommat.fi/y/kaarinan-varaosa-oy/kaarina/0691917-3/>