

Katsastusaseman kilpailukyvyn säilyttäminen muuttuvassa kilpailutilanteessa

Marianne Hetekivi

Opinnäytetyö
Toukokuu 2015

Logistiikan koulutusohjelma
Tekniikan ja liikenteen ala





Tekijä(t) Hetekivi, Eve Marianne	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 23.5.2015
	Sivumäärä 43	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty:
Työn nimi Katsastusaseman kilpailukyvyn säilyttäminen muuttuvassa kilpailutilanteessa		
Koulutusohjelma Logistiikka, Ylempi AMK		
Työn ohjaaja(t) Sanna Nieminen		
Toimeksiantaja(t) -		
Tiivistelmä <p>Tutkimuksen tavoitteena oli tutkia katsastusaseman valmiuksia kilpaluun vastaamiseen asiakkuuksien hallinnan avulla. Katsastuslain uudistuksen myötä myös korjaamoille avautui mahdollisuus katsastuspalveluiden tarjoamiseen ja kilpailun odotettiin kiristyvän. Työn tarkoituksena oli löytää keinoja, mitä pienet asemat voisivat käyttää kilpailutilanteessa ilman että tarvittaisiin lähteä hintakilpailuun mukaan.</p> <p>Opinnäytetyön perustan muodosti kahden pienen erillisen katsastusaseman asiakkaille kohdennettu asiakastytyväisyystutkimus, johon vastasi 210 asiakasta. Pohjana kyselytutkimukselle käytettiin tulevan lakiuudistuksen ennakoitua sisältöä. Tietopohjana työssä on asiakkuuksien hallinta ja laki ajoneuvojen katsastustoiminnasta 13.12.2013/957.</p> <p>Työllä ei ole toimeksiantajaa. Työ on tarkoitettu palvelemaan kaikkia alan pieniä toimijoita.</p> <p>Tutkimustuloksista kävi ilmi, että asiakkaat pitävätkin hintoja, sijainnin ja nopean palvelun ohella tärkeimpinä tekijöinä katsastusaseman valinnassa. Tutkimuksen perusteella voidaan suositella, että alan yritykset perehtyisivät asiakkuuksien hallintaan ja ottaisivat käyttöön menetelmän, minkä avulla markkinointia ja myyntiä voidaan kohdentaa kullekin asiakasryhmälle erikseen.</p>		
Avainsanat (asiasanat) katsastus, katsastuslakiuudistus, CRM		
Muut tiedot		



Author(s) Hetekivi, Eve Marianne	Type of publication Master's thesis	Date 23.05.2015
		Language of publication: Finnish
	Number of pages 43	Permission for web publication:
Title of publication Maintaining the competitiveness of a vehicle inspection station in an alterable competitive situation		
Degree programme Logistics, University of Applied Science, Master's degree		
Tutor(s) Nieminen Sanna		
Assigned by -		
Abstract <p>Main objective of the thesis was to research the preparedness of the inspection stations to meet the competition by means of customer relationship management. Along with the law reform of vehicle inspections, the workshops got the option of starting to provide the inspection services and the competition was dread to tighten. The aim of the work was to find out ways to meet this situation without participating the price competition.</p> <p>The basis of this thesis was a quantitative survey made for clients of two smal-size owner operated inspection stations. The survey of customer satisfacion was answered by 210 clients. The basis of this survey was the content of the upcoming law reformation. The informational part of the thesis consists of customer relationship management and the Finnish law of vehicle inspection operations 13.12.2013/957.</p> <p>This study is not made for a specific company and is to service all the small operators on the field of vehicle inspections.</p> <p>Based on this research it is learned that the customers see the prices, location and the rapidity of the service as the most important aspects when choosing the service provider. It can be recommended, by this research, for the vehicle inspection companies to get acquainted with customer relationship management, and to deploy a method, by which the marketing and sales functions could be targeted to specific groups of customers.</p>		
Keywords/tags (subjects) vehicle inspection, law reform, CRM		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ

1 Katsastustoiminnan muuttunut kilpailutilanne	3
1.1 Työn tarkoitus	3
1.2 Taustatietoa katsastustoiminnasta	4
1.3 Taustatietoa katsastusten kilpailutilanteen muuttumisesta ..	4
1.4 Taustatietoa asiakkuuksien hallinnasta.....	4
2 Katsastuslakiuudistus	5
Katsastustoimintaa ohjaava lainsäädäntö	5
3 Asiakkuuksien hallinta	13
3.1 Asiakkuuksien hallinta työkaluna	13
3.1.1 Aloitus	13
3.1.2 Suunnittelu	15
3.2 Tavoitteet	17
3.3 Miten parantaa asiakaslähtöisyyttä	20
3.3.1 Markkinointi ja myynti	22
3.3.2 Palvelu	23
3.4 Kilpailutilanne muuttuneessa katsastuslainsäädännössä	24
4 Kvantitatiivinen kyselytutkimus	26
4.1 Kyselyn suunnittelu	26
4.2 Kyselytutkimuksen toteutus	27

4.3 Ainesiton käsittely	27
4.4 Otantamenetelmät ja otoskoko	28
4.5 Vastajaat	28
5 Tulokset	28
5.1 Tulosten esittely	29
5.1.1 Korjaamoiden katsastuspalveluiden käyttäminen	29
5.1.2 Tärkeimmät kriteerit katsastuspalvelun valintaan	31
5.1.3 Aukioloajat	33
5.1.4 Maksulliset lisäpalvelut katsastusten yhteydessä	33
5.1.5 Kehittämisehdotuksia	36
6 Työn tulosten arviointi	37
6.1 Työn haasteet	37
6.2 Työn tavoitteen saavuttaminen	38
7 Johtopäätökset ja suositukset	39
Lähdeluettelo	42
Liitteet	43

1 Katsastustoiminnan muuttunut kilpailutilanne

Tämä opinnäytetyö käsittelee katsastuspalveluiden muuttunutta kilpailutilannetta. Kilpailutilanne muuttui uuden lainsäädännön myötä 1.7.2014 ja avasi mahdollisuuksien uusien asemien synnylle ja sen myötä kilpailutilanteen kiristymiselle.

Uuden lain tarkoituksena on hillitä viime vuosina tapahtunutta katsastushintojen nousua ja lisätä katsastuspalvelujen tarjontaa. Lailla pyritään myös helpottamaan katsastustoimipaikkojen sijoittumista alueellisen kysynnän mukaan sekä lisätä katsastusalan kilpailua. (<http://www.trafi.fi/tieliikenne/katsastukset/asiakkaille> 2015.)

Laki ajoneuvojen katsastustoiminnasta 13.12.2013/957 tuli voimaan kahta vuotta suunniteltua myöhemmin ja aiheutti paineita etenkin pienemmille katsastusasemille. Hallitus antoi eduskunnalle esityksen katsastustoiminnan uudistamista koskevien lakien sisällöstä jo joulukuussa 2010, mutta varmuutta ei ollut, missä muodossa laki toimitettaisiin ja mitä muutoksia se toisi tullessaan. Vaikka lain voimaantulo oli lähestulkoon vain ajan kysymys, eivät pienet alan toimijat tehneet muutoksen eteen juuri-kaan mitään ja moni on edelleenkin jatkanut vanhojen mallien mukaan.

Kyselytutkimukseni tein kahdella Pirkanmaalaisella pienellä katsastusasemalla, mutta muuten kohderyhmänä on koko katsastusala. Yksittäistä toimeksiantajaa ei tähän työhöni ole, vaan tulokset ovat yleisesti sovellettavissa.

1.1 Työn tarkoitus

Työn tarkoituksena on selvittää keinoja, mitä katsastusasema voisi hyödyntää pärjätäkseen kiristyvässä kilpailutilanteessa. Asiakaspalveluyritys ei voi toimia vain oletta- malla mitä asiakkaat tarvitsevat. Tarkoituksena oli tuoda esille seikkoja, jotka todellisuudessa vaikuttavat asiakkaiden valintaan. Yrityksen on tärkeää reagoida näihin tarpeisiin, jotta nykyiset asiakkaat tulisivat uudelleen ja jotta saataisiin houkutelua uusia asiakkaita. Työn tarkoituksena oli myös kääntää lakimuutoksen mörkö positiiviseksi, yritystä kehittäväksi asiaksi.

1.2 Taustatietoa katsastustoiminnasta

Vuonna 1917 aloitettiin katsastustoiminta kunnallisena toimintana kaupunkien järjestyssääntöjen pohjalta. Vuonna 1922 annettiin asetus automobiilien rekisteröinnistä ja katsastamisesta. Vuonna 1966 perustettiin Autorekisterikeskus(ARK), joka ohjeisti katsastusta niin, että säännökset sopeutettiin EU-maissa noudatettaviin käytäntöihin. Vuonna 1974 valmistui ensimmäinen katsastus- asema Raumalle. Vuonna 1993 Autorekisterikeskuksesta tuli valtion liikelaitos. Vuonna 1994 sallittiin yksityisten katsastusasemien toiminta. (Honka 2010, 6.)

Vuonna 2010 Ajoneuvohallintokeskus yhdistyi Liikenteen turvallisuusvirasto Trafiin ja nykyisin katsastuksia saa tehdä kaikki toimijat, jotka täyttävät Trafian ehdot ja ovat hakenneet ja saaneet luvan toiminnolleen. Vuoden 2014 lakiuudistuksen jälkeen ovat myös korjaamot saaneet suorittaa katsastuksia täytettyään kriteerit.

1.3 Taustatietoa katsastusten kilpailutilanteen muuttumisesta

Katsastusten kilpailu avautui vuonna 1994, jolloin mahdollistettiin yksityisten katsastusasemien toimiminen. Suomen ensimmäinen yksityinen katsastusasema perustettiin Joutsaan vuonna 1994. Vuoteen 2014 saakka oli katsastusasemien kilpailuosuudet selvästi jaettu kahden suuren ketjun (A-katsastus ja K1-katsastajat) kesken, useiden pienempien toimijoiden taistellessa markkinaosuuksista.

Vuoden 2014 lakiuudistus salli myös korjaamoiden aloittavan katsastustoiminnan korjaamotoiminnan rinnalla. Lakiuudistusta pelättiin lisäävän kilpailua ja esille nousi kysymys siitä, onko korjaamo jäävi katsastamaan korjaamiaan autoja. Laki muotoiltiin jääviyskysymys silmälläpitäen, eikä korjaamojen yhteydessä olekaan aloitettu ennakoitua määrää katsastustoimintaa.

1.4 Taustatietoa asiakkuuksien hallinnasta

Asiakkuuksien hallinta on vapaa suomennokseni käsitteelle CRM, Customer Relationship Management. CRM tarkoittaa lyhyesti asiakassuhteiden hoitoa ja johtamista,

mistä on käytetty myös käännöksiä asiakashallinta, asiakassuhteen johtaminen ja asiakkuuksien johtaminen. Myös asiakaspalvelua on joskus käytetty. Käsittelen mielelläni CRM-termiä mielelläni suurempana kokonaisuutena, mikä sisältää sekä asiakaspalvelun, että johtamisen. Sen tulisi olla koko prosessi, mainonnasta jälkimarkkinointiin, kattaen koko asiakaspalvelun kentän. Asiakkuuksien hallinta kuvaa koko prosessia parhaiten.

2 Katsastuslakiuudistus

Katsastustoimintaa ohjaava lainsäädäntö

Laki ajoneuvojen katsastustoiminnasta 13.12.2013/957 tuli voimaan 1.7.2014 ja sillä kumottiin ajoneuvojen katsastusluvista annettu laki 1099/1998. Pykälän 58 siirtymäsäännösten mukaan asemat, joilla oli voimassa oleva katsastuslupa, saivat jatkaa toimintaansa vanhojen säännösten mukaisesti kolme vuotta uuden lain voimaantulon jälkeen. Tämä koski myös asemia, joiden lupien määräaika olisi päättynyt ennen tätä kolmen vuoden siirtymäaikaa, jolloin vaadittiin kirjallinen ilmoitus luvan jatkamisesta.

Lakiuudistuksen tarkoituksena oli henkilö- ja pakettiautojen määräaikaikatsastushintojen nousun hillitseminen. Jopa hintojen laskua pidettiin mahdollisena. Uudistuksen myötä kevyiden ajoneuvojen eli henkilö- ja pakettiautojen sekä nelipyörien määräaikaikatsastuksia tekevien katsastustoimipaikkojen määrän ennustettiin lisääntyvän, sillä kaikkien toimipaikkojen ei tarvitse enää hoitaa sekä kevyiden että raskaiden ajoneuvojen katsastuksia. Sen sijaan raskaiden ajoneuvojen katsastuksia suorittavien katsastustoimipaikkojen määrän ennustettiin vähenevän, niiden sijoituessa paremmin sinne, missä palvelulle on kysyntää. Raskaiden ajoneuvojen katsastusten hintojen nousua pidettiin aluksi mahdollisena. ([http://www.trafi.fi/tieliikenne/katsastukset/asiakkaille 2015.](http://www.trafi.fi/tieliikenne/katsastukset/asiakkaille_2015.))

Nyt katsastustoimipaikkaa on mahdollista arvottaa myös katsastuksen laadun mukaan hinnan ja sijainnin lisäksi, sillä Trafi on ottanut käyttöön laajemman katsastustoimipaikkojen laadunvalvontamallin, jossa jokaiselle asemalle on laskettu oma laatuarvosanansa väliltä 0-10. Katsastustoimipaikkojen arvosana on muodostettu muun muassa katsastettujen ajoneuvojen ikäjakauman sekä katsastuksessa havaittujen vikojen määrän ja hylkäysprosenttien perusteella. Tilastollisten laadunvalvontamenetelmien rinnalla suorituskykymittarissa hyödynnetään myös Trafian valvontatoimintojen, kuten katsastustoimipaikoille suuntautuvien valvontatarkastusten ja testiautomittausten tuloksia, joilla on myös vaikutusta katsastustoimipaikan saavuttamaan arvosanaan. Tämän ns. suorituskykymittarin tarkoituksena on, että kuluttaja voi helposti tutustua myös katsastuk-

sen laatuun katsastusasemaa valitessaan. Mitä parempi arvosana, sitä varmemmin katsastusasemalla havaitaan ajoneuvon turvallisuuteen vaikuttavat asiat. (mt.)

Määritelmät

Tässä laissa tarkoitetaan:

- 1) katsastuksella ajoneuvolaissa (1090/2002) tarkoitettuja ajoneuvon katsastuksia;*
- 2) katsastustoiminnasta vastaavalla henkilöllä sitä, joka osaltaan varmistaa katsastusten suorittamisen asianmukaisuuden katsastustoimipaikalla;*
- 3) katsastajalla henkilöä, jolla on oikeus suorittaa katsastuksia;*
- 4) kevyellä ajoneuvolla M₁-luokan ajoneuvoa, jonka kokonaismassa on enintään 3,5 tonnia, sekä N₁-, L-, O₁- ja O₂-luokan ajoneuvoa ja maastoajoneuvoa;*
- 5) raskaalla ajoneuvolla M₁-luokan ajoneuvoa, jonka kokonaismassa on yli 3,5 tonnia, sekä N₂-, N₃-, M₂-, M₃-, O₃-, O₄-, T- ja C-luokan ajoneuvoa, liikennetraktoria ja moottorityökonetta;*
- 6) katsastuspalvelurekisterillä Liikenteen turvallisuusviraston automaattisen tietojenkäsittelyn avulla pitämää julkista rekisteriä katsastuslupan haltijoista ja niiden katsastuspalveluihin liittyvistä asioista. (Tieliikennelait 2015, 769.)*

Katsastuslupa

Ajoneuvojen katsastustoimintalain 2 luku käsittelee katsastuslupia. Katsastustoimintaa saa harjoittaa vain se, jolle myönnetään katsastuslupa. Tarkastuslupa voidaan myöntää erikseen myös ehdot täyttävälle toimipaikoille pakokaasupäästöjen, jarrujärjestelmien, vetokytkimien ja nopeusrajoittimien tarkastuksia varten. Tällaisilla toimipaikoilla on oltava käytettävissä tarvittavat toimitilat, riittävä tarkastuslaitteisto ja asiantunteva henkilöstö. Trafi valvoo myös näitä toimipaikkoja ja heidän sivuillaan on tiedot luvanhaltijoista.

Katsastuslupa myönnetään hakemuksesta katsastusten suorittamiseen katsastuslajeittain yhteen tai useampaan lupalajiin seuraavasti:

- 1) kevyiden ajoneuvojen määräaikais- ja valvontakatsastuksiin;
- 2) raskaiden ajoneuvojen määräaikais- ja valvontakatsastuksiin;

- 3) kevyiden ajoneuvojen määräaikais-, valvonta-, rekisteröinti-, muutos- ja kytkentäkatsastuksiin;
- 4) raskaiden ajoneuvojen määräaikais-, valvonta-, rekisteröinti-, muutos- ja kytkentäkatsastuksiin.

Toisen luvun seitsemäs pykälä määrittelee katsastusluvan myöntämisen edellytykset.

Määräaikais- ja valvontakatsastuksiin oikeuttavan katsastusluvan myöntämisen edellytyksenä on, että:

- 1) hakijalla on oikeus harjoittaa elinkeinoa Suomessa;*
- 2) hakija ei ole konkurssissa ja jos hakija on luonnollinen henkilö, hän on täysi-ikäinen eikä hänen toimintakelpoisuuttaan ole rajoitettu;*
- 3) hakija on luotettava;*
- 4) hakijan toiminta on järjestetty siten, ettei hakijan harjoittama muu ajoneuvoihin liittyvä toiminta kuin katsastustoiminta vaikuta katsastuksen lopputulokseen;*
- 5) hakija pystyy varmistamaan toiminnan riittävän korkean laadun ja hakijalla on laadunhallintajärjestelmien vaatimuksia koskevan standardin SFS-EN ISO 9001:2008 tai tätä uudemman kyseisen standardin mukaan akkreditoitun sertifiointielimen sertifioima hakijan katsastustoimipaikat kattava riittävän laaja laadunhallintajärjestelmä; laadunhallintajärjestelmässä on otettava huomioon katsastustoiminnalle säädetyt ja määrätyt vaatimukset;*
- 6) hakijalla on palveluksessaan täysi-ikäinen, luotettava ja ammattitaitoinen katsastustoiminnasta vastaava henkilö, joka ei ole konkurssissa ja jonka toimintakelpoisuutta ei ole rajoitettu;*
- 7) hakijan palveluksessa olevat katsastajat ovat luotettavia ja ammattitaitoisia ja heillä on katsastusoikeuksiinsa kuuluvien ajoneuvojen ajo-oikeus;*
- 8) hakijalla on riittävät toimitilat, joissa katsastukset suoritetaan;*
- 9) hakijalla on katsastuslaitteet ja varusteet, joilla katsastukset voidaan suorittaa asianmukaisesti sen mukaan kuin 12 §:n 2 momentissa säädetään;*
- 10) hakijalla on asianmukaiset yhteydet ajoneuvoliikennerekisteriin;*
- 11) hakija pystyy huolehtimaan asianmukaisesta tietosuojasta;*
- 12) hakijalla on vastuuvakuutus, jonka vakuutusmäärän arvioidaan katsastustoiminnan laatu ja laajuus huomioon ottaen riittävän katsastustoiminnasta ajoneuvoille mahdollisesti aiheutuvien vahinkojen korvaamiseen ja joka muilta ehdoiltaan vastaa alalla tavanomaista vakuutuskäytäntöä. (Tieliikennelait 2015, 769–770.)*

Rekisteröinti-, muutos- ja kytkentäkatsastuksiin oikeuttavan katsastusluvan myöntämisen edellytyksenä on lisäksi, että luvan hakija on riippumaton

Nykyinen katsastuslaki erittelee eri katsastusluvut, kun edellisen lain mukaan kaikilla asemilla tuli pääsääntöisesti olla mahdollisuus kaikkiin katsastuksiin. Näin ollen asemilla, joilla kävi yksinomaan henkilöautoja määräaikaikatsastuksissa, piti löytyä osaaminen ja tilat myös raskaan kaluston katsastuksiin ja erikoiskatsastuksiin. Nykytilanteessa on katsastusyrittäjäksi ryhtyminen taloudellisesti helpompaa, kun nämä vaatimukset poistettiin. Samaten helpottui toimipaikkojen keskittyminen omaan erityisosaamiseensa. Raskaankaluston asemien ei tarvitse hankkia nostureita, mitkä vaaditaan kevyen kaluston asemilla, eikä kevyen asemien tarvitse hankkia pitkää kuilullista hallia, mikä taas vaadittiin raskaille. Turha tila voidaan näin ollen vapauttaa muuhun toimintaan, mikäli sille ei ole käyttöä katsastuksissa.

Laatujärjestelmävaatimus tuli myös uuden katsastuslain myötä. Vanhoilla asemilla on jo aiemmin ollut jonkinlainen laatujärjestelmä, mistä ei ole määrätty tarkemmin. Nyt näidenkin asemien täytyy toimia SFS-EN ISO 9001:2008, tai tätä uudemman laatujärjestelmän mukaisesti ja sen täytyy olla sertifioitu. Tämä asettaa paineita vanhoille asemille, kun sertifioinnin tulee olla voimassa viimeistään 1.7.2017. Laki on tässä tasapuolinen uusille ja vanhoille asemille, jotka saivat kolme vuotta siirtymäaikaa asioiden kuntoon saattamiseen.

9 § määrittelee hakijan luotettavuuden arvioinnin kriteerit. Katsastusluvan hakijaa pidetään luotettavana jos häntä ei ole määrätty liiketoimintakieltoon viiden viimeisen vuoden aikana. Häntä ei pidetä luotettavana, mikäli hänet on kymmenen viimeisen vuoden aikana määrätty vähintään kahden vuoden pituiseen vankeusrangaistukseen; viiden viimeisen vuoden aikana rangaistukseen vakavasta ajoneuvojen katsastusta, rekisteröintiä, verotusta, kirjanpitoa tai varainhallintaa koskevien säännösten rikkomisesta taikka yli kuuden kuukauden, mutta alle kahden vuoden pituiseen vankeusrangaistukseen muusta rikoksesta, jonka katsotaan osoittavan henkilön tai yhtiön olevan ilmeisen sopimaton harjoittamaan katsastustoimintaa; taikka kolmen viimeisen vuoden aikana enintään kuuden kuukauden pituiseen vankeusrangaistukseen tai toistuvasti sakkorangaistukseen rikoksista, joiden katsotaan osoittavan henkilön ole-

van ilmeisen sopimaton harjoittamaan katsastustoimintaa. Hänen ei myöskään katsota olevan luotettava, jos hän on saanut toistuvia huomautuksia tai kirjallisia varoituksia aiemmasta katsastustoiminnasta viimeisen viiden vuoden aikana.

Hakijan riippumattomuuden arviointi käsitellään pykälässä 11.

Rekisteröinti-, muutos- ja kytkentäkatsastuksiin oikeuttavan katsastusluvan hakijaa pidetään riippumattomana, jos hakija taikka yhtiömuodossa toimivaan hakijaan määrävässä asemassa oleva ei harjoita tai ole kaupallisesti, taloudellisesti tai muuten riippuvuussuhteessa siihen, joka harjoittaa:

- 1) ajoneuvojen tai niiden osien valmistusta, maahantuontia, kauppaa, suunnittelua, markkinointia, korjausta tai huoltoa;*
- 2) vakuutustoimintaan liittyvää ajoneuvojen vahinkotarkastustoimintaa; taikka*
- 3) luvanvaraista liikennettä.*

Edellä 1 momentissa tarkoitettun katsastusluvan hakija tai muu mainitussa momentissa tarkoitettu henkilö ei saa myöskään olla riippuvuussuhteessa 1 momentissa tarkoitettua toimintaa harjoittavien muodostamaan järjestöön. (Tieliikennelait 2015, 771–772.)

Liikenteen turvallisuusvirasto antaa tarkemmat tekniset määräykset katsastuslaitteista ja -varusteista, katsastustoimipaikan tiloista sekä katsastustoimipaikan erillään oleville toimitiloille sallituista enimmäisetäisyyksistä. Etäisyyttä koskevia määräyksiä annettaessa on otettava huomioon asiakaspalvelunäkökohdat ja katsastustoiminnasta vastaavan henkilön mahdollisuus varmistaa katsastusten asianmukainen suorittaminen.

Määräaikais- ja valvontakatsastuksia suorittamaan oikeuttavan katsastusluvan hakijan, joka harjoittaa ajoneuvojen taikka niiden osien tai varusteiden valmistusta, maahantuontia, kauppaa, suunnittelua, markkinointia, korjausta tai huoltoa, vakuutustoimintaan liittyvää ajoneuvojen vahinkotarkastustoimintaa taikka luvanvaraista liikennettä on osoitettava, miten hakija järjestää toimintansa siten, ettei hänen harjoittamansa muu toiminta vaikuta katsastuksen lopputulokseen. Rekisteröinti-, muutos- ja kytkentäkatsastuksiin oikeuttavan katsastusluvan hakijan on esitettävä selvitys siitä, että hakija täyttää 11 §:ssä säädetyt riippumattomuusvaatimukset.

Katsastustoiminnasta vastaavan henkilön ja katsastajan luotettavuus

Luku kolme käsittelee katsastajan luotettavuutta ja koulutusvaatimuksia. *Laissa* (Tieliikennelait 2015, 769–770) *todetaankin ytimekkäästi, että Katsastustoiminnasta vastaavan henkilön ja katsastajan on oltava luotettavia.*

Tämä kohta keveni edellistä siten, että katsastajan ei tarvitse enää olla suorittanut insinöörin tai teknikon tutkintoa. Katsastajaksi voi nyt hakeutua muitakin väyliä pitkin.

Katsastajaa ei voida lain mukaan pitää luotettavan suorittamaan tehtäväänsä, mikäli hänet on tuomittu kymmenen viimeisen vuoden aikana vähintään kahden vuoden pituiseen vankeusrangaistukseen; viiden viimeisen vuoden aikana rangaistukseen vakavasta ajoneuvojen katsastusta, rekisteröintiä tai verotusta koskevien säännösten rikkomisesta taikka yli kuuden kuukauden, mutta alle kahden vuoden pituiseen vankeusrangaistukseen muusta rikoksesta, jonka katsotaan osoittavan henkilön olevan ilmeisen sopimaton harjoittamaan katsastustoimintaa; kolmen viimeisen vuoden aikana enintään kuuden kuukauden pituiseen vankeusrangaistukseen rikoksesta, jonka katsotaan osoittavan henkilön olevan ilmeisen sopimaton suorittamaan katsastustehtäviä tai kolmen viimeisen vuoden aikana toistuvasti sakkorangaistuksiin muista liikenne rikoksista kuin liikenne rikkomuksista. (Tieliikennelait 2015, 773.)

Henkilöä ei myöskään pidetä luotettavana rikossyytteen ja sen edellyttämien tutkimusten ajan, jos näillä voi olla vaikutusta henkilön edellytyksiin hoitaa tehtäväänsä; jos hänet on tuomittu tai määrätty ajokieltoon, eikä ajokielto ole päättynyt; enintään viiden vuoden ajan, jos hän on toiminnallaan aiheuttanut muusta kuin tässä pykälässä tarkoitettua syytä katsastusluvan peruuttamisen; taikka jos viiden viimeisen vuoden aikana hänen toimintansa vuoksi on 44 §:n nojalla annettu toistuvasti katsastustoiminnan harjoittamiseen liittyviä huomautuksia tai kirjallisia varoituksia taikka häntä on 44 §:n nojalla kielletty suorittamasta katsastuksia. (Tieliikennelait 2015, 773.)

Katsastajalta edellytetään peruskoulutusta ja jatkokoulutusta. Jatkokoulutus koostuu määräaikaikatsastuskoulutuksesta ja siihen liittyvästä harjoittelusta, erikoiskoulutuksesta sekä määräajoin toistuvasta täydennyskoulutuksesta. Katsastajalta edellytetään lisäksi alalle soveltuvaa ajoneuvojen korjaamokokemusta tai vastaavaa kokemusta sekä jatkokoulutukseen liittyvää käytännön kokemusta katsastustehtävistä.

Katsastajan peruskoulutuksena voi olla joko tekniikan ammattikorkeakoulututkinto tai katsastustoimintaan soveltuva ammatillisen aikuiskoulutuksen erikoisammattitutkinto tai ammattitutkinto. Myös aiempi teknikkotutkinto täyttää vaatimukset. Erikoiskatsastuksia suorittavalta henkilöltä vaaditaan joko ammattikorkeakoulututkinto, tai erikoisammattitutkinto.

Katsastajalta edellytetään jatkokoulutuksena henkilön katsastustehtäviä vastaavaa määräaikaikatsastuskoulutusta kevyiden ajoneuvojen ja raskaiden ajoneuvojen määräaikaikais- ja valvontakatsastuksiin sekä ammattitaidon säilyttämiseksi tarkoitettua täydennyskoulutusta. Raskaiden ajoneuvojen jarrujen laajoja tarkastuksia sekä rekisteröinti-, muutos- ja kytkentäkatsastuksia suorittavalta katsastajalta edellytetään jatkokoulutuksena myös katsastustehtäviä vastaavaa erikoiskoulutusta (Finlex).

Lisäksi vaaditaan ajoneuvoalan korjaamokokemus puolesta vuodesta kolmeen vuoteen pohjakoulutuksesta riippuen.

Tasapuolisuus katsastustoiminnassa

4 luku 23§ käsittelee katsastustoiminnan tasapuolisuutta. Tämä osio herättikin suurinta keskustelua enne katsastuslakiuudistusta. Pidettiin epätodennäköisenä, että korjaamoilla tapahtuva katsastustoiminta pystyttäisiin pitämään erillään korjaamotoiminnasta.

Lakiin kirjattiin seuraava: ”jos katsastusluvan haltija markkinoi tai tarjoaa katsastuksia yhdistettyinä huoltoon tai korjaukseen taikka ajoneuvoon kohdistuvaan muuhun toimenpiteeseen, katsastustoimipaikalla on oltava saatavissa katsastus erillisenä ja erikseen hinnoiteltuna toimenpiteenä. Katsastus ja ajoneuvoon mahdollisesti kohdistuva muu toimenpide on erotettava ajallisesti ja muutoinkin selvästi toisistaan”. (Tieliikennelait 2015, 775.)

Laatujärjestelmävaatimus ja Trafin tekemät tarkastuskäynnit lisäävät toiminnan luotettavuutta, eikä väärinkäytöstä voida pitää kilpailutekijänä. Toisaalta korjaamokatsastustoiminta voi vääristää vikaprosenttivertailuja, sillä ajoneuvo luultavammin käy ensin katsastustarkastuksessa.

Katsastusluvan haltijalla on velvollisuus vastaanottaa ja suorittaa jokaisen sitä haluavan asiakkaan ajoneuvon katsastus säännösten ja katsastuslupansa mukaisesti. Katsastukset on suoritettava ajoneuvon merkistä, tyypistä, käyttöönottajankohdasta ja muista vastaavista seikoista riippumatta. Velvollisuus vastaanottaa ja suorittaa katsastus ei kuitenkaan koske kevyttä ajoneuvoa, jota tavanomaisesta poikkeavien mittojensa takia ei voida katsastaa katsastusluvan haltijan toimitiloissa. (Tieliikennelait 2015, 775.)

Katsastusluvan haltijan ja katsastustoimipaikan on järjestettävä toimintansa siten, etteivät muut seikat kuin ajoneuvon kuntoon sekä säännösten- ja määräysten mukaisuuteen liittyvä arviointi voi vaikuttaa katsastuksen lopputulokseen. (Tieliikennelait 2015, 775.)

Lakiuudistuksen myötä tuli myös velvollisuus palvelutietojen ja katsastushintojen ilmoittamisesta katsastuspalvelurekisteriin. Liikenteen turvallisuusvirasto seuraa katsastuspalvelujen alueellista tarjontaa, katsastuksesta perittävien maksujen kehitystä ja katsastustoiminnan harjoittamista muutoinkin. Virasto antaa vuosittain liikenne- ja viestintäministeriölle selvityksen seurannan tuloksista. Liikenteen turvallisuusvirasto tarkastaa vähintään viiden vuoden välein, että katsastusluvan ja jatkokoulutusluvan haltija edelleen täyttävät luvan myöntämisen edellytykset. Katsastustoimipaikan katsastustehtävien valvomiseksi Liikenteen turvallisuusvirasto saa heti katsastuksen jälkeen suorittaa ajoneuville katsastusta vastaavan tarkastuksen tai osan siitä. Tarkastuksen suorittamiseksi Liikenteen turvallisuusviraston virkamies saa pysäyttää ajoneuvon ennen sen poistumista katsastustoimipaikalta.

Trafi voi myös kieltää katsastajaa suorittamasta katsastuksia, mikäli hän on katsastuksessa:

- 1) hyväksynyt liikenteessä käytettäväksi ajoneuvoja, jotka eivät ilmeisen selvästi ole olleet säännösten ja määräysten mukaisia;
- 2) hylännyt ajoneuvoja, joiden kaikkia ilmeisiä vikoja tai puutteita ei ole huomioitu;
- 3) tarpeettomasti edellyttänyt korjattavaksi ajoneuvon vikoja tai puutteita;
- 4) laiminlyönyt ajoneuvojen verotukseen liittyvää valvontaa tai muutoin jättänyt suorittamatta tehtävän, joka on erikseen säädetty suoritettavaksi katsastuksen yhteydessä; taikka
- 5) rikkonut 23 §:ssä säädettyä tasapuolisuusvaatimusta tai muuta tässä laissa tai sen nojalla säädettyä tai määrättyä vaatimusta. (<http://www.trafi.fi/tieliikenne/katsastukset/asiakkaille> 2015.)

3 Asiakkuuksien hallinta

Kiristyvässä kilpailutilanteessa on yrityksen mietittävä keinoja, millä saadaan säilytettyä asiakkaat, mutta myös miten saadaan houkuteltua uusia asiakkaita. CRM toimii asiakashallinnan työkaluna. Markkinoilla on erilaisia ohjelmia asiakashallintaa varten, mutta nämä vaativat sekä taloudellisia-, että henkilöstöresursseja. Pienillä yrityksillä ei useinkaan ole mahdollista toteuttaa tällaista laajamittaista asiakashallintajärjestelmää, joten olen rajannut työni kattamaan ne mahdollisuudet, mitkä ovat pienten yritysten käytettävissä. Asiakkuuksien hallinta ei välttämättä tarkoita suuria investointeja taikka ylimääräistä henkilökuntaa. Se vaatii silti koko organisaation sitoutumista ja asiakaslähtöistä ajattelutapaa.

Asiakkaiden resursseja voidaan saada yrityksen käyttöön ainoastaan ja vain tuomalla asiakkaille sellaista arvoa, josta he ovat valmiita maksamaan (Lehtinen 2004, 12.)

3.1 Asiakkuuksien hallinta työkaluna

3.1.1 Aloitus

Pienemmissä katsastusyriksissä on totuttu hoitamaan asiakassuhteita luulo-tuntumalla. Suuremmissa ketjuissa on panostettu enemmän asiakkaiden hankkimiseen ja yleensä heillä onkin palveluksessaan markkinointipäällikkö, jonka työhön asiakassuhteiden ylläpito kuuluu.

Se, että ajatellaan palvelun olevan riittävän hyvää, on tuudittanut monet yritykset siihen uskoon, että asiakkaat pysyvät. Mainonta on ainoa seikka mihin on panostettu. Näissä pienissä yrityksissä on usein omistaja aktiivisesti mukana toiminnassa ja sitä on pidetty tärkeänä. Vasta kiristynvä kilpailutilanne pakottaa yritysjohtoa miettimään toisenlaisia strategioita.

Ed Peelen toteaa kirjassaan Customer Relationship Management, että mikäli yritys haluaa saavuttaa pitkäkestoisen asiakassuhteen, pitää yrityksen:

1. tunnistaa milloin asiakassuhteessa tapahtuu muutoksia;
2. pystyä reagoimaan ja vastaamaan muutostarpeeseen varhaisessa vaiheessa ja;

3. kyetä vaikuttamaan asiakassuhteeseen niin tehokkaasti, että siitä olisi hyötyä.

Asiakkuuden päättymisen ehkäisyyn täytyy pystyä panostamaan jo suhteen kasvuvaiheessa, mikä tapahtuu ensimmäisten kahden vuoden aikana. Tätä varten yrityksen on tärkeää luoda asiakkuuksien hallintastrategia.

Asiakkuudenhallinnan kehittäminen voidaan luokitella valitun lähtötavan mukaan strategiseen asiakkuusajattelun kehittämiseen, toimintatapojen kehittämiseen ja työkalun kehittämiseen ja/tai käyttöönottoon. Onnistuminen edellyttää elementtejä jokaisesta (Oksanen 2010, 5).

Uutta asiakashallintaprojektia suunniteltaessa tulisi siihen suhtautua muutosprojektina. Etenkään jos ei yrityksellä ole sitouttaa ylimääräisiä resursseja, tulisi panostaa jo olemassa olevien toimintojen kehittämiseen ja uudelleenorganisointiin. Tärkeintä on saada koko henkilökunta sitoutumaan uuteen toimintatapaan johdon avustuksella. Jottei projekti kaadu omaan mahdottomuuteensa tulisi sille nimetä jo alussa vastuuhenkilö ja myös mahdollistaa hänen aikatauluresurssejaan projektille. Tämä vaatii johdolta sitoutumista asiaan.

Asiakasohjelmien johtamista tarkastellaan usein joko

1. palvelun kehittämisen näkökulmasta, jolloin ohjelma ja palkitseminen ovat palvelun laajentamista tai

2. myynnin näkökulmasta, jolloin tavoitteina ovat lisä- ja ristimyynti sekä asiakaspysyvyys tai

3. markkinoinnin näkökulmasta, jolloin ohjelma tuo sisältöä brändiin ja viestintään tai toimii differoivana tekijänä. (Arantola 2003, 153.)

Tavoitteita tulisikin asettaa kaikista edellä mainituista näkökulmista, jotta saataisiin suurin hyöty. Aloitusvaiheessa tulisikin selkeästi luoda strategiat vanhojen asiakkaiden pitämiseksi, uusien asiakkaiden saamiseksi ja aiempien asiakkaiden takaisin saamiseksi ja näihin strategioihin linkittää markkinointi, myynti ja palvelu.

3.1.2 Suunnittelu

*Jill Dyché (2004, 183) kehottaa kirjassaan *The CRM Handbook* kysymään seuraavat kysymykset asiakkuuksien hallintastrategiaa suunniteltaessa:*

- *Onko rajapinnoilla mahdollista kerätä enemmän tietoa asiakkaista?*
- *Tuoko jokainen rajapintatapahtuma lisäarvoa asiakkaalle?*
- *Kuluttaako joku toimi asiakkaalta turhaan aikaa?*
- *Auttaako prosessi meitä näkemään asiakasta yksilönä?*
- *Onko mahdollista vaikuttaa asiakkaaseen tai yksilöidä erillistä tapahtumaa?*
- *Kykenemmekö huomioimaan asiakkaan odotuksia tarjotaksemme oikeanlaista palvelua yksilöidysti?*
- *Voidaanko prosessia parantaa ja tehostaa arvokkaille asiakkaille ja miten toimitaan keskivertoasiakkaan suhteen?*

Tärkeää olisikin ensin määritellä, keitä ovat arvokkaimmat asiakkaat, keskivertoasiakkaat ja asiakkaat, joihin ei kannata tuhlata voimavaroja. Ed Peelenin mukaan suhdetta ei ole ilman vastavuoroisuutta ja vastavuoroisuus muodostaa suhteen perustan. Suhteen jatkamisen kannalta tulisi lopputuloksen tyydyttää molempia osapuolia mahdollisimman paljon. Tyydyttävän lopputuloksen saavuttamiseen tarvitaan:

- Sitoutumista, joka on henkilökohtaista sitoutumista ja moraalista sitoutumista. Henkilökohtaisen sitoutumisen taustalla on suhteen jatkamisen tahto ja moraalisen sitoutumisen perustana ovat vastuu ja arvot rajoituksineen.
- Luottamusta, joka on suhteen jatkumisen kannalta välttämätöntä.
- Jatkuvuutta

Asiakassuhteessa on tärkeää muodostaa luottamus, joka perustuu luotettavuuteen ja suoraselkäisyyteen. Asiakkaan on tärkeä saada kokea ainutlaatuinen asiakaspalvelu ja kohtelu, missä lupaukset lunastetaan rehellisesti ja ongelmatilanteeseen reagoidaan asianmukaisella tavalla. Asiakas, joka kokee tulleensa huonosti kohdelluksi, ei palaa takaisin. Tämä tulee esiin etenkin tilanteissa, missä asiakas on joutunut tekemään reklamaation tai puuttumaan muuten toimintaan. Asiakkaalle on tärkeää että vastapuoli on kykenevä tunnustamaan virheensä ja puuttumaan niihin vaadittavalla tavalla.

Luottamuksen rakentamisen kannalta on tärkeää että osapuolilla on kykyä asettua toisen asemaan. Asiakkuuden hallintastrategiaa varten olisi hyvä pohtia mitä itse toivoo saavansa palveluyritykseltä ja mitä ei halua kokea. Näillä perusteilla on mahdollista rakentaa kestävä, hyvää palvelua.

Ed Peelen (2005, 52) toteaa että yrityksen maine vaikuttaa paljon luottamukseen. Mainiikkaalla yrityksellä ei ole vara käyttäytyä epäluotettavasti. Uusilla yrityksillä onkin isompi työ tämän maineen luomisessa, joten kilpailijan tullessa markkinoille, on vanhalla yrityksellä tämä etu puolellaan. Peelen mukaan myös sitoutuminen kasvava asiakastyytyväisyyden kasvun myötä, joten olisi tärkeää saada asiakas tyytyväiseksi jo ennen kilpailutilanteen syntymistä.

Yksi CRM-projektin perusteista on kustomointi (=räätälöinti). Tämä tarkoittaa asiakkaiden jakamista eri segmentteihin, jolloin markkinointia ja asiakaspalvelua voidaan räätälöidä kullekin ryhmälle erikseen. Jako voidaan tehdä monella eri tavalla, onkin mietittävä mistä olisi yritykselle eniten hyötyä. Asiakkaan ikä ja sukupuoli ovat etenkin vaatekaupassa usein käytettyjä segmentointiperusteita.

Katsastusalalla lopputuote eli ajoneuvon katsastaminen on kaikille sama, joten uutta strategiaa mietittäessä voitaisiin ensimmäinen jako tehdä seuraavin perustein (ks. kuvio 1):

Uudet asiakkaat	Kokeilevat	yritys
		henkilö
	Uskolliset	yritys
		henkilö
Vanhat asiakkaat	Kokeilevat	yritys
		henkilö
	Uskolliset	yritys
		henkilö
Lähteneet asiakkaat	Tyytyväiset	yritys
		henkilö
	Tyytymättömät	yritys
		henkilö

Kuvio 1. Katsastusasiakkaiden erittely

Jill Dyche'n mukaan 11 % asiakkaista haluaa kokeilla uusia tuotteita tai palveluita ensimmäisten joukossa. 46 % asiakkaista kokeilee mielellään uutta, mikäli joku on sen jo kokeillut positiivisella kokemuksella. 28 % haluaa vastinetta rahoilleen ja etsii kampanjoita ja alennusmyyntejä. Loput 15 % asiakkaista ei mielellään lähde uuden perään, vaan pysyttelee vanhan tutun palvelun tai tuotteen käyttäjänä.

Tämän tiedon perusteella voidaan päätellä että ainoastaan noin viidennes asiakkaista on uskollisia yritykselle, joten lopuille pitäisi kehittää tarkempaa strategiaa. Viidennes asiakkaista taas kokeilee joka tapauksessa uutta, mikäli alueelle syntyy kilpailua. Kriittisimpiä ovat keskivaiheilla olevat, yli puolet, asiakkaista. Heille täytyisi kohdentaa tarjontaa siten, että he eivät kokisi vaihtamista houkuttelevaksi.

Johdon asiakkuuksien hallintaprojektiin sitoutumisen jälkeen olisi tärkeää hahmottaa, mitä yritys haluaa saavuttaa projektin avulla ja onko olemassa vaihtoehtoja. CRM ohjelmat ovat kalliita ja pienelle yritykselle raskaita käyttää, koska vaativat henkilöresursseja. Kannattaakin miettiä, millä keinoin strategia pystyttäisiin toteuttamaan ilman uusia ohjelmia. Katsastusasemilla on Trafim tietojärjestelmästä ostettavissa asiakas- ja ajoneuvotietoja, joita tässä pystytään hyödyntämään. Katsastusalalla ei ole sallittua kaikenlaisen tiedon hyödyntäminen ja suurempaan asiakastietokantaan tarvitaankin siten asiakkaiden suostumus. Tämä voi osoittautua hankalaksi, mikäli taloudellisia resursseja ei ole riittävästi.

Ennen CRM strategian luomista täytyy johdon miettiä miten mittavasti tämä toteutetaan. Onko pienen yrityksen tarkoituksenmukaista panostaa asiaan kovinkaan paljon ja mitkä ovat ennustettavissa olevat hyödyt. Jonkinasteinen strategia olisi kumminkin suositeltavaa kilpailutilanteen varalle, jotta kyettäisiin nopeaan reagointiin.

3.2 Tavoitteet

Kaksi käsitettä on pidettävä erillään: kilpailukyky ja kilpailuetu. Yrityksen on oltava kilpailukykyinen kaikkien keskeisten kilpailutekijöiden osalta: tuote, prosessit ja asiakkuus. Menestykseen on lisäksi löydettävä kilpailuetu. Se toiminnan alue, jossa ollaan parempia kuin kilpailijat. Ainoastaan löytämällä ja säilyttämällä kilpailuedun voi menestyä markkinoilla. (Lehtinen 2004, 31.)

Seuraava Lehtisen taulukko (ks. kuvio 2) vertailee ulottuvuuksia asiakkaan ja yrityksen näkökulmasta:

	Asiakas	Yritys
Talous	Alennukset	Asiakaskate, volyyymi
Tehokkuus	Vaivattomuus	Kustannustehokkuus
Estetiikka	Samaistuminen	Design management
Epiikka	Referenssi	Viestintä
Etiikka	Suhteessa omaan etiikkaan	Yrityskansalainen
Tunne	Arvoyhteensopivuus	Luotettavuus
Oppiminen	Tietoja ja taitoja	Asiakkaiden tunteminen
Energia	Vaivannäkö	Asiakkuuden ylläpito
Innostus	Oma profilointipanos	Syventäminen, lisämyynti

Kuvio 2. Ulottuvuudet asiakkaan ja yrityksen näkökulmasta (alkup. kuvio ks. 2004, 37)

Tavoitteena on löytää tasapaino asiakas- ja yritystytyväisyyden välillä. Asiakkaan näkökulmasta on tärkeää, että hän saa asiantuntevan palvelun vaivattomasti, mahdollisimman edullisesti ja että hän tuntee olevansa tervetullut palveltavaksi. Yritys taas tavoittelee mahdollisimman suurta voittoa mahdollisimman pienellä vaivannäöllä ollen samalla luotettava ja tuntien asiakaskuntansa.

Yrityksen työyhteisön ilmapiirillä on asiakaspalvelussa yllättävänkin suuri merkitys yrityksen ollessa pieni. Katsastusalalla ilmapiiri eritoten vaikuttaa asiakaspalveluun, sillä alalla on ennestään rasitteena yrmeä ukkoutunut leima. Asiakas valitsee todennäköisesti uuden kilpailevan aseman, mikäli aistii huonon ilmapiirin tai mikäli palvelu ei ole ystävällistä. Suomalaisilla on usein erityinen suhde autoihinsa, sillä autot ovat hintava investointi. Asiakaspalvelijan on osattava kohdella kutakin asiakasta autoineen ainutlaatuisena. Mikäli tällainen taito henkilöstöltä puuttuu, voi peli olla menetetty.

Kirjassaan Leadership in the Era of Economic Uncertainty konsulttilegenda Ram Charan kehottaa yrityksiä hankkimaan parempaa ymmärrystä asiakkaistaan ja käyttämään ruohonjuuritason tiedustelutietoa liiketoiminnan johtamiseen. Charanin kehotus perustuu varsin ehdottomaan toteamukseen siitä, että muita vaihtoehtoja ei ole. Jos yritykset eivät aidosti kykene seuraamaan asiakkaidensa pulsseja ja yhdistelemään eri asiakkailta tulleita hiljaisia signaaleja koko asiakaskunnan tasoiseksi viesteiksi, ei niillä ole elinkelpoista tulevaisuutta. Samaa ehdottomuutta on syytä soveltaa myös CRM-hankkeisiin. (Oksanen 2010,58.)

Asiakkuuksien hallintahankkeissa toimii oleellisen osana CRM-tietojärjestelmä, joka vaatii enemmän resursseja yritykseltä, kuin mihin pienillä yrittäjillä on mahdollisuus. Mikäli tällainen tietojärjestelmä halutaan hankkia ja hyödyntää sen tuomat mahdollisuudet, on suunnittelun oltava johdonmukaista. Suunnittelussa on tällöin huomioitava ja eriteltävä selkeästi:

- liiketoiminnan tavoitteet
- projektin tavoitteet
- projektin laajuus
- projektin aikataulu
- projektin toteutustapa,
- käyttäjätavoitteet,
- käyttötasotavoitteet,
- priorisointi ja
- kriittiset menestystekijät,

Näiden lisäksi on huomioitava projektiin käytettävät resurssit ja muodostettava projektiorganisaatio. Projektipäällikkö, pääkäyttäjä, ohjausryhmä ja projektiryhmä on muodostettava ja heidän tehtävänsä määriteltävä tarkasti. On myös selkeytettävä avainkäyttäjät, tietosuojavastaava ja tekniset asiantuntijat. Tietosuojaan on perehdyttävä huolella, sillä tietosuojalainsäädäntö määrittelee hyvin yksityiskohtaisesti miten henkilötietoja saa käsitellä.

Pienen yrityksen on tuskin mahdollista irrottaa henkilötyötunteja näihin tehtäviin. Projektin kustannukset nousisivat todennäköisesti saavutettua hyötyä suuremmiksi. Tavoitteet tulisikin asettaa realistiselle tasolle ja toteuttaa projekti ilman suurempaa

tietotekniikkavaatimusta. Asiakkuuden hallintaprojektin voi rakentaa toimivaksi, ottamalla palasia täydellisestä järjestelmästä omien resurssien mukaisesti, kunhan suunnittelutyö ja projektistrategia tehdään kunnolla.

3.3 Miten parantaa asiakaslähtöisyyttä

Asiakassuhteet ovat monesti luonteeltaan jatkuvia, mikäli kilpailua ei lähialueella esiinny. Muutos markkinoilla voi muuttaa tilannetta hyvinkin nopeasti ja tähän tulisi yritysten varautua. Tällöin nykyisten asiakkaiden pitämisestä tulee tärkeää. Kun osa asiakkaista vaihtaa kilpailijalle, tulee entistä vaikeammaksi löytää korvaavia uusia asiakkaita. Tähän tilanteeseen tarvitaan valmis strategia, jotta reagointi olisi nopeaa. Myös jo olemassa olevien asiakkaiden eteen on tehtävä töitä, jotta he eivät miettisi kilpailijalle siirtymistä.

Asiakkuuksien hallinnan sisäänajossa yritykseen onkin saada koko henkilöstö innostumaan ajatuksesta. Vaikeutena onkin miten tämä tehdään. Henkilöstön tulisikin saada samaistumaan asiakkaaseen ja ymmärtämään heidän tarpeensa. Jotta tämä saavutetaan, on oleellista luoda hyvä työilmapiiri kohtelemalla kaikkia tasavertaisesti. Vahva yrityskulttuuri luodaan avoimuudella, rohkaisemalla työntekijöitä, empatialla, vilpittömyydellä ja sitoutumalla tunteella työympäristöön. Ilmapiirin tulee olla rennon kannustava, jotta kaikki uskaltavat esittää näkemyksiään. Vain näin pystytään asiakaspalveluprosesseja kehittämään ja vastuita jakamaan siten, että kaikki tuntevat tekevänsä tärkeää työtä.

Työkaluja yrityskulttuurin parantamiseen:

- Määritellään yleiset arvot ja pelisäännöt.
- Annetaan johtovastuuta henkilöille, jotka tukevat asenteiltaan yrityskulttuuria ja voivat toimia esimerkkeinä luoden yhteishenkeä.
- Otetaan käytännöksi sisäisen ilmapiirin keskustelut vieden nämä myös käytännön tasolle.
- Luodaan yhteistä ilmapiiriä jollain kaikille mieluisalla yhteisellä seikalla (vaateetus, maskotti) tai näkösällä olevalla yritysfilosofialla.

- Huomioidaan yrityksen arvomaailma myös uuden henkilön rekrytointitilanteessa ja irtisanomisista päätettäessä. Luodaan järjestelmä, mikä sallii sääntöjen mukaan ja arvomaailmaa kunnioittavan työntekijän palkitsemisen ja muunlaisesta käytöksestä poisrohkaisemisen.
- Otetaan käyttöön jokin mittaus tapa, millä voidaan mitata onnistumista ja kannustaa parannuksiin.

Tyytyväisten työntekijöiden on helpompi palvella asiakkaitaan heitä tyydyttävällä tavalla, kun taas tyytymätön työntekijä usein tartuttaa tyytymättömyyden myös asiakkaisiinsa, eikä kykene onnistuneesti käsittelemään negatiivista asiakaspalautetta.

Katsastusaseman asiakaskontakti lähtee markkinoinnista, työn vastaanoton kautta katsastukseen ja sen lopputulokseen. Prosessi alkaa asiakkaan tarpeesta katsastaa ajoneuvo määräajan puitteissa. Asiakas joko tulee katsastukseen ilman ajanvarausta, tai varaa ajan. Ajanvaraus voi tapahtua puhelimitse tai kotisivujen kautta koneellisesti. Asiakas voi maksaa katsastuksen ennakoon varatessaan ajan, tai ilmoittautuessaan katsastukseen, mikä on prosessin seuraava toimenpide. Ilmoittautumisen jälkeen asiakas odottaa katsastukseen pääsyään. Katsastukseen hän voi mennä mukaan tai jäädä toimistoon odottelemaan. Katsastusprosessin viimeinen kohta on ajoneuvon loppuarvostelu, jossa katsastaja kertoo havaitut viat ja sen onko ajoneuvo läpäissyt katsastuksen vai täytyykö ajoneuvo tulla näyttämään uudemman kerran. Prosessin jälkeen asiakas voi antaa palautetta, mikäli on tyytymätön joko katsastuspäätökseen tai johonkin prosessin osaan. Palautteen voi antaa joko suoraan katsastajalle tai kirjallisena palautelomakkeella, joko toimistossa tai sähköisesti.

Katsastusprosessissa on useita kohtia, missä asiakassuhde voi mennä pieleen ja mihin tarvitsee kiinnittää erityistä huomiota:

- Markkinointi. Asiakas täytyy saada tulemaan asemalle.
- Ilmoittautuminen. Asiakkaalle tämän tulisi olla yksinkertaista, helppoa ja nopeaa.
- Odotusaika. Asiakasta täytyy kyetä palvelemaan nopeasti.
- Katsastus. Asiakkaalla täytyy olla mahdollisuus osallistua katsastukseen halutessaan ja hänelle täytyy jäädä positiivinen mielikuva prosessista.

- Katsastuspäätös. Katsastajan on kyettävä selittämään asiakkaalle päätöksensä riittävän selkeästi ja tarkasti siten, että kielteisestäkin päätöksestä jäisi positiivinen kuva.

3.3.1 Markkinointi ja myynti

Asiakastietojen tulee pohjautua luotettaviin tietolähteisiin. Mikäli omaa asiakastietojärjestelmää ei ole, voidaan täsmämarkkinoinnissa hyödyntää Trafín tietokantaa. Yleisin markkinointiperuste on tietyille postinumeroalueelle tehty mainonta. Tämä ei kumminkaan ole riittävä erittelyperuste, mikäli halutaan tehostaa markkinointia. Täytyy miettiä tarkemmin sitä, miksi asiakas tulisi käyttämään yrityksen tarjoamaa palvelua. Tarkemmalle kohderyhmälle tulisi räätälöidä juuri tätä ryhmää kiinnostava tarjous.

Katsastuspalveluiden markkinoinnissa jakaisin ryhmät ensin yritysasiakkaisiin- ja yksityisasiakkaisiin. Yritysasiakkaille olisi henkilökohtainen markkinointi tehokkainta. Markkinointikeinona suora käynti ja neuvottelut katsastuksista vastaavan kanssa tuottaisivat tietoa yrityksen vuosittaisesta katsastustarpeesta ja antaisi samalla mahdollisuuden hintaneuvotteluihin. Yritysmarkkinointi tuli aina räätälöidä tapauskohtaisesti ja siihen tulisi järjestää tarvittava aika.

Markkinoinnissa kuluttaja-asiakkaille käytetään paljon paikallislehtien mainontaa. Tällaisen mainonnan on tapana hukkua mainosvirtaan, vallankin mikäli tarjoushinta pysyy jopa vuodesta toiseen samana. Sillä ei tällöin saada paljoakaan lisäarvoa. Uusille toimijoille lehtimainonta on toimiva keino saada näkyvyyttä, mutta jo muutaman vuoden toiminut yritys, joka on ohittanut kasvuvaiheen ja vakiinnuttanut asiakaskuntansa, ei hyöty ole merkittävää.

Mainonnasta tulisi tehdä enemmän eriteltyä. Kohdistettujen kampanjoiden on todettu tehoavan hyvin, vallankin jos kampanja on lyhytkestoinen. Eräskin katsastusyritys on mainostanut samaa alennettua hintaa jo kolme vuotta, milloin ei voida enää puhua alennuksesta, vaan hinnasta on tullut vakiohintaa. Mikäli alennettua hintaa markkinoidaan liian pitkään, on hintojen nosto oikealle tasolle mahdotonta, ilman asiakkaiden menetyksiä.

Ensimmäinen helppo kohderyhmäjako katsastusasemien markkinoinnille:

- kahtena tai useampana vuotena meillä asioineet, ns. vakioasiakkaat
- ensimmäistä kertaa viime vuonna meillä asioineet
- ei asiointia meillä aiemmin
- aiemmin meillä asioineet, mutta viime vuonna muualla asioineet

Näille ryhmille voitaisiin suorittaa erilaisia kampanjoita. Vakioasiakkaille on hyvä järjestää kiitokseksi kampanja, mikä takaa heille tunteen, että heitä arvostetaan uskollisuutensa vuoksi ja että he ovat tärkeitä jatkossakin. Ensimmäistä kertaa asioivia voidaan houkutella eri tavoin kuin heitä, joiden toivotaan tulevan toisen kerran. On selvitettävä syitä myös sille, miksi jotkut vakioasiakkaat ovat vaihtaneet toiselle palveluntarjoajalle ja pyrittävä saamaan heidät takaisin. Nämä erilaiset kohderyhmät tarvitsevat myös erilaisen markkinointitavan, jotta markkinoinnista saataisiin mahdollisimman suuri hyöty.

3.3.2 Palvelu

Katsastustoiminta mielletään usein tekniseksi toiminnaksi, vaikka onkin suurelta osin täysin palvelutoimintaa. Palvelulla on näin ollen suuri merkitys yrityksen menestymisen kannalta. Hinta on toki ratkaisevassa asemassa kuten muillakin palvelualoilla, mutta huonoksi koettu palvelu voi karkottaa asiakkaat, vaikka hinta olisi kohdallaan.

Henkilöstön koulutus ja mukaan ottaminen asiakashallinnan suunnitteluun onkin ensiarvoisen tärkeää. Oikeanlaisilla kannustimella ja tuella saadaan asiakaspalvelutyöstä mielekästä ja ryhmähengestä onnistunut.

Keskivero katsastusasiakas odottaa että hänen ajoneuvonsa tulee nopeasti katsastetuksi, ilman että hänellä kuluu ylimääräistä aikaa toimenpiteeseen. Ihanne olisikin että yrityksellä olisi henkilöstöä yli tarpeensa, jolloin asiakkaan ei tarvitsi odotella vuoroaan. Tämä ei nykymaailmassa, missä hinnat on usein laskettu jo kipurajalla, ole mahdollista. Katsastajien ja palveluneuvojien määrä on laskettu keskiarvotarpeen mukaan ja ruuhkahuipun aikana voi asiakas valitettavasti joutua odottamaan. Tärkeää onkin kyetä myymään odotusaika asiakkaille.

Asiakas, kuka varaa ajan, on oikeutettu tulla palvelluksi juuri ajallaan. Tästä pidetäänkin kiitettävästi kiinni ja tiedostetaan se, että myöhässä palveltu asiakas ei ole tyytyväinen. Ongelmana ovatkin ilman ajanvarausta saapuvat asiakkaat, sillä heidän määräänsä ei kyetä mitenkään ennustamaan. Heitäkin tulisi palvella hyvin, mitä edesauttaa henkilöstön sitoutuminen hyvän palvelun tasoon. Palveluneuvoja voi jo toimituksessa ennakoita odotusajan ja kertoa sen asiakkaalle, jolloin pettymystä ei tule. Pettymys tulee, mikäli aika-arvio on hyvinkin pielessä, tai sitä ei ole annettu lainkaan, eikä asiakas ole näin ollen voinut tehdä päätöstä poislähtemisestä. Mikäli jonotusaika on pitkä, ei asiakkaan pois lähteminen ole välttämättä tappio. Hänelle voi yrittää myydä aikaa myöhemmälle ajankohdalle tai kehottaa tulemaan uudelleen.

Palvelun osalta voidaan myös tehdä jako kuluttaja- ja yritysasiakkaisiin. Yritysasiakkailla on usein kiire, eritoten raskaalla puolella ja heidän palveluaan ja palveluun pääsyään kannattaisi pyrkiä tehostamaan. Autoliikkeiden kohdalla lienevät palveluajat sopivia, mutta autoilijat kaipaavat aikoja normaaliaikojen ulkopuolella. Monet raskaan kaluston korjaamot toimivat tästä syystä iltamyöhään jopa viikonloppuisinkin ja tätä olisi syytä miettiä myös katsastustoimintaan. Henkilökohtaisella yhteydenotolla yrittäjiin, pystytään saamaan selville heidän tarpeensa ja voidaan laskea kannattaako järjestää aukiolo ajanvarauksella räätälöidymmäksi.

Palvelun osalta pystytään myös hyödyntämään kohdepalvelua, kuten kampanjoinnissakin. Voidaan tarjota erilaisia erityispaketteja esimerkiksi nuorille, vanhuksille, naisille. Tätä ajatusta ei juurikaan ole katsastusmaailmassa onnistuttu toteuttamaan, vaikka muussa palvelumaailmassa onki koettu hyväksi.

3.4 Kilpailutilanne muuttuneessa katsastuslainsäädännössä

Taloustilanteessa monopolilla tarkoitetaan tilannetta, jossa markkinoilla on vain yksi tietyn palvelun tai tuotteen tarjoaja. Ostajia on useampia. Monopolin ominaispiirre on siten kilpailun puuttuminen, ja usein surauksena on korkea hintataso ja vähäinen tuotannon määrä. (Ojala 2009, 18.)

Katsastusalalla laillinen monopoli purettiin vuonna 1994, kun alalla sallittiin kilpailu. Kilpailusta ei silti tullut lainsäädännön vuoksi täysin vapaata, sillä alalle tulo oli melko vaikeaa koulutus- ja investointivaatimusten myötä. Vuoden 2014 lakiuudistuksen tar-

koituksena olikin keventää alalle tulokynnystä ja mahdollistaa pienemmillä investoinneilla toiminta myös pienemmillä paikkakunnilla. Kilpailusta tuli näin ollen vapaampaa ja asiakkaille enemmän valinnanvaraa. Kilpailu lisääntyi uuden lain myötä ja etenkin suuremmilla paikkakunnilla, missä on enemmän tarjontaa, tuli hintatasosta merkittävä kilpailukeino.

Hinnat eivät voi määräänsä enempää laskea, jotta yritys säilyttää toimintakykynsä. Onkin tärkeää panostaa asiakkaisiin kokonaisvaltaisesti. Katsastusalan erityispiirteenä on se, että ajoneuvojen katsastaminen tietyin määräajoin on pakollista. Asiakas ei näin ollen voi valita käyttääkö katsastuspalveluita vai ei, ainoastaan missä niitä käyttää.

Lakiuudistus toi katsastusyrityksen mahdollisuuden uudenaiseen liiketoimintaympäristöön. Erilaisten tuotteiden ja lisäpalvelujen myynti mahdollistui asemilla, joilla ei suoriteta muuta kuin määräaikaikatsastuksia. Laki on ollut vasta vuoden voimassa, joten odotettavissa on että useampi yritys olisi tulevaisuudessa euroja jakamassa. Katsastusasemat joutuvat miettimään tarkemmin katsastustoimintaa asiakkuuksien hallinnan ja uusien tuoteideoiden kautta.

Tila on yksi tekijä uusien toimintojen lanseerausvaiheessa. Monella asemalla ei ole ylimääräistä tilaa täysin erilaisen toiminnan tuottamiseen. Tuotemyynti onkin helpommin toteutettavissa. Myyntituotteille on vain mielikuvitus rajana. Tuotteet voi olla joko autoihin liittyviä, tai asiakkaiden odotusaikaa parantavia, tai jotain muuta. Yrityksen kannattakin tehdä lyhytkestoinen kysely siitä, mitä asiakkaat todella haluavat ostaa katsastusasemilta.

Lisämyynti on helppo toteuttaa, mutta kokonaisuutena vaatii henkilökunnan panosta. Suurella osalla katsastajista ja palveluneuvojista, ei ole minkäänlaista myynnin koulutusta, eivätkä aiemmin työsuhteensa aloittaneet, ole valmistautuneet myyntityöhön. Johdon onkin tässä ymmärrettävä, että osa ihmisistä ei ole mitenkään kyvykkäitä, tai edes halukkaita tekemään myyntityötä. Painostamalla henkilökunta toimiin, jotka eivät ole heidän alkuperäisen työnkuvansa mukaisia, ei saavuteta toivottua lopputulosta, hyvää asiakaspalvelijaa. Johdon tulisikin uusien ideoiden myötä, kyetä ennen toteuttamista myymään nämä ideat ensin henkilökunnalle, jotta lopputulos olisi

hyvä. Kouluttaminen ja palkitseminen ovat tähän oikeita positiivisuutta luovia keinoja.

4 Kvantitatiivinen kyselytutkimus

Kyselytutkimus (ks. liite 1) tehtiin viikon aikana kahden Pirkanmaalaisen keskisuuren katsastusaseman asiakkaille. Nämä katsastusasemat eivät kuulu mihinkään konserniin ja ovat omistajavetoisia yrityksiä. Kysely tehtiin lokakuussa 2013, jolloin katsastuslain uudistusta vasta suunniteltiin.

4.1 Kyselyn suunnittelu

Trafin katsastuspaikkakyselyn perusteella päädyttiin tekemään kysely myös katsastusasemien asiakkaille. Trafi tutki katsastusasemien suhtautumista katsastuslain uudistukseen, mutta kyselyä ei tehty asiakaskunnalle. Kysely oli erittäin tarpeellinen, jotta voitaisiin huomioida asiakkaiden tarpeet tulevaa toimintamallia suunniteltaessa.

Kyselystä pyrittiin tekemään tarpeeksi lyhyt ja yksinkertainen, jotta asiakkailta olisi mielenkiintoa vastata siihen odotellessaan. Liian pitkä ja monimutkainen kysely karsii vastaamisintoa. Tahtotilaa lisättiin arpomalla vastanneiden kesken ilmainen katsastus molemmilla mukana olleilla asemilla.

Kysymykset valittiin kyselyyn lähtökohtana helppo ja edullinen toteutettavuus. Huomioon otettiin myös tuleva lakiuudistus, jonka suhteen voitiin ainoastaan arvailla mitä se tulisi mahdollistamaan ja missä muotoa. Nyt tehtynä kysely olisi hieman erilainen.

Suullinen kysely suunniteltiin tehtäväksi kirjallisen kyselyn rinnalle. Tarkoituksena oli tehdä suullisesta kyselystä laajempi, mutta testauksen jälkeen todettiin, että siinä olisi parempi paneutua muutamaan kysymykseen ja kerätä niistä tietoa, sekä kirjata muitakin suullisesti tulleita kommentteja. Todettiin myös, että asiakkaat halusivat esiintyä nimettöminä, joten emme keränneet nimitietoja.

4.2 Kyselytutkimuksen toteutus

Asiakastyytyväisyyskartoitus toteutettiin yhden lomakesivun kokoisena. Lomake jätettiin katsastusasemien odotustilan pöydälle, josta asiakkaiden oli helppo huomata se. Lomakkeen yhteydessä oli erillinen arpajaislipuke, johon asiakkaat saivat halutesaan täydentää yhteystietonsa. Molemmille oli erillinen suljettu palautuslaatikkonsa. Toimiston palveluneuvoja tiedotti asiakkaita kyselystä ja arvonnasta.

Kirjallinen kysely tehtiin yhden viikon aikana ja sen rinnalla tehtiin katsastusten yhteydessä pienimuotoisia haastatteluja, joiden kommentteja kirjattiin. Samanlainen suullinen haastattelu toteutettiin kahdella eri asemalla lokakuussa 2014. Toisen haastattelun tarkoituksena oli kartoittaa, miten paljon asiakkaiden mielipiteet muuttuivat lakiuudistuksen myötä.

Kirjalliseen kyselyyn tuli vastauksia 236, joista 26 poistettiin. Suullinen kysely tehtiin kummankin jakson aikana 200 henkilölle.

4.3 Ainesiton käsittely

Kirjallisen kyselytutkimuksen tulokset kerättiin ja siirrettiin Excel-taulukkolaskentaohjelmaan, jota hyödynnettiin aineiston analysoinnissa. Tuloksista tehtiin esitys yksinkertaisina kaavioina, joita olisi helppo tulkita.

Kirjallisen kyselyn vastauksista poistettiin ne lomakkeet, joissa palautteen antaja oli rastittanut kaikki kohdat. Näiden ei voida todeta olevan luotettavia, sillä kaikkiin kohtiin rastittaminen ei ollut useimpien kysymysten kohdalla mahdollista. Lisäksi poistettiin epäselvät lomakkeet ja lomakkeet, joista pystyi selvästi näkemään, ettei kysymyksen asettelua oltu ymmärretty oikein.

Kysymyksiä oli 6, joista yksi vapaamuotoinen. 71 vastaajista vastasi vapaamuotoiseen kysymykseen. Muihin kysymyksiin oli kaikissa 210 lomakkeessa vastattu.

4.4 Otantamenetelmät ja otoskoko

Tutkimuksen otantamenetelmänä käytettiin kokonaisotantaa. Tähän päädyttiin, koska oli tärkeää saada koko asiakaskunnan mielipide selville. Tutkimus toteutettiin viikon aikana, sillä katsottiin kyselyn sinä aikana saavuttavan tarpeeksi heterogeenisen asiakaspohjan.

Lopullinen otoskoko oli kirjallisen tutkimuksen osalta 210, mikä oli 76 % suunnitelmasta, kun koko asiakasmäärä oli 275 tutkimuksen aikana. Otoksen voidaan näin ollen katsoa olevan edustava.

4.5 Vastaajat

Asiakastyytyväisyyskyselyn vastaajina toimivat kahden katsastusaseman katsastusasiakkaat. Vastaajien ikä- ja sukupuolijakauma oli heterogeeninen, vastaten katsastusasiakkaiden jakaumia.

Suullisen kyselyn sukupuolijakauma oli täysin heterogeenin, sillä valinta tehtiin sillä perusteella, että molempia sukupuolia olisi yhtä paljon. Ikäjakauma pyrittiin myöskin pitämään heterogeenisenä, tosin alle 25-vuotiaita ja yli 70-vuotiaita oli vähemmän. otannan katsotaan kuvaavan autoilevan väestön keskiarvoa.

5 Tulokset

Tässä luvussa analysoidaan tuloksia, minkä perusteella voidaan tehdä kehityssuunnitelmaa. Kirjallisen tutkimuksen (LIITE 1) tuloksia vertailtiin suullisten tutkimusten tuloksiin ja kirjalliseen vapaa-muotoiseen palautteeseen. Lisäksi tämän luvun lopussa analysoidaan tutkimuksen kautta esiin nousseita uusia ongelma-alueita ja tilannetta ennen lakimuutosta ja muutoksen jälkeen. Analysoinnin tarkoituksena on saada perusteita osaan kehitysehdotuksista.

5.1 Tulosten esittely

Tässä alaluvussa käsitellään kyselytutkimuksen tulokset kohta kohdalta. Tulosten avulla pyritään selvittämään mitkä osa-alueet kaipaavat useimpien asiakkaiden mielestä muutosta.

5.1.1 Korjaamoiden katsastuspalveluiden käyttäminen

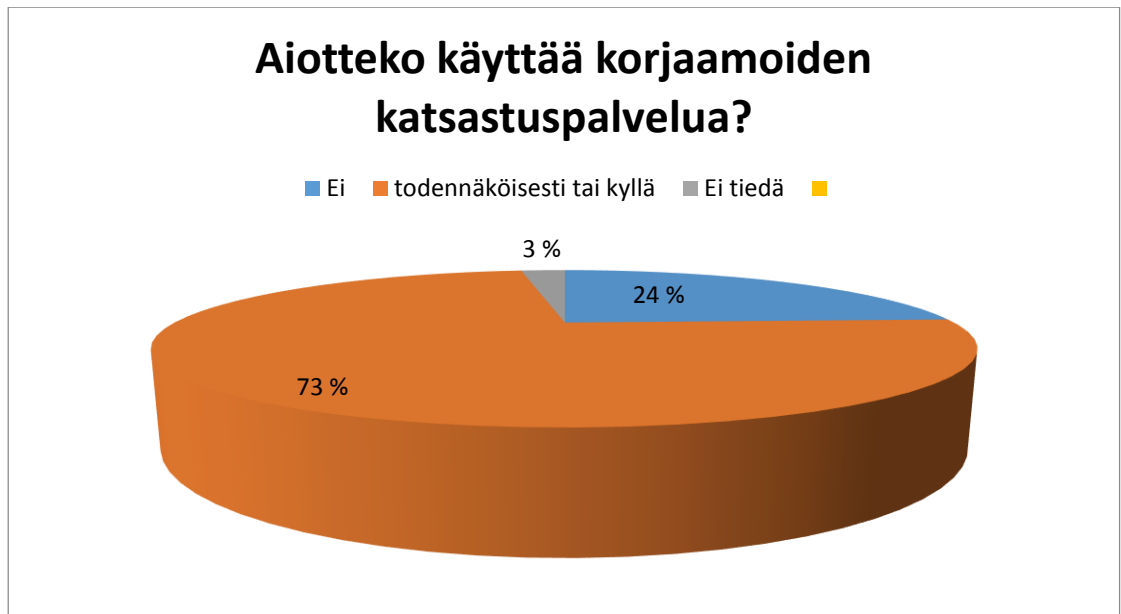
Kysymys 1. Aiotteko käyttää korjaamoiden katsastuspalvelua? Kysymys pohjasi lakiuudistukseen, joka oli kyselyhetkellä vielä tulevaisuutta. Katsastuslakia suunniteltiin muutettavaksi siten, että korjaamoille mahdollistettaisiin oman katsastustoiminnan aloittaminen, mikä laki toteutuikin lakiuudistuksen myötä. Katsastusalan toimijat vastustivat suuresti tätä uudistusta, peläten kasvavaa kilpailua ja sen tuomaa hintasotaa ja markkinaosuuksien laskua.

Katsastuslain uudistus mahdollistaa auton huoltamisen, korjaamisen ja katsastamisen samalla kertaa samassa paikassa. Uudistuksen myötä on myös mahdollista viedä määräaikaikatsastuksessa hylätty auto jälkitarkastukseen mille tahansa katsastustoimipaikalle. (<http://www.trafi.fi/tieliikenne/katsastus-set/asiakkaille> 2015.)

Lakiuudistuksen pyrkimyksenä oli taata kaikille kansalaisille tasa-arvoisesti mahdollisuus ajoneuvojen katsastuttaminen mahdollisimman lähellä kotia. Tämä palvelisi etenkin ruuhka-Suomen ulkopuolella asuvia. Trafim tutkimuksen mukaan henkilöautojen katsastusten hinnat tulisivat laskemaan kun saataisiin enemmän kilpailua markkinoille.

Kilpailutilanteen kiristymisen uhka loi sen hetken toimijoille tarpeen tutkia asiakkaitaan ja menetelmiä, joilla nykyiset asiakkaat saataisiin pidettyä. Tämä oli ja on edelleenkin ensisijainen tavoite, minkä rinnalla on kehitettävä myös keinoja uusien asiakkaiden saamiseksi.

Asiakastyytyväisyyskartoituksen perusteella vain 24 % vastaajista ilmoitti, ettei aikonut siirtyä korjaamoiden katsastuspalveluiden käyttäjiksi (ks. kuvio 3). 3 % ei osannut sanoa kantaansa ja jopa 73 % ilmoitti alkavansa tai todennäköisesti alkavansa käyttämään korjaamokatsastuspalveluita.



Kuvio 3. Korjaamoiden katsastuspalveluiden käyttöhalukkuus

Suullisessa kyselytutkimuksesta kysyttiin asiakkailta miksi he katsastuttaisivat autonsa korjaamoilla, mikäli näin tekisivät. Selvästi saatiin erotettu kolme pääsyytä korjaamokatsastusten käyttämiselle:

- helppous auton huollon yhteydessä
- Sijainti
- Hinta

Kolme selvintä syytä, miksi 24 % asiakkaista kertoi pysyvänsä vanhanmallisen katsastustoimipaikan asiakkaina olivat:

- puolueettomuus
- luotettavuus
- ammattitaito

Helppoutta auton huollon yhteydessä suoritettavalle katsastukselle piti tärkeänä etenkin uudempien autojen omistajat, joiden ajoneuvossa ei todennäköisesti löytyisi paljoakaan korjattavaa. Samaten kiireiset ihmiset, joille, oli hankalaa katsastuttaa autonsa aukioloaikojen puitteissa.

Sijainti oli kriteerinä monelle ”todennäköisesti”-vastauksen antaneelle. Tämän lisäksi vaikutti myös hinta. Tästä voidaan nähdä että lähes 70 % asiakkaista valitsisi joko korjaamokatsastuksen tai perinteisen katsastuksen mikäli edullinen hinta yhdistettäisiin hyvällä sijainnilla.

Vanhempien autojen omistajille luotettavuus ja puolueettomuus olivat erittäin tärkeitä kriteerejä. Toki hinnallakin oli iso merkitys, mutta siinäkin tapauksessa heidän tärkein kriteerinsä oli luotettavuus. Tutkimuksen ensimmäisellä jaksolla ei ollut vielä tietoa siitä, miten korjaamokatsastusten luotettavuus ja jääviys voitaisiin taata ja asiakkaista yli 20 % pitikin arveluttavana korjaamoiden kykyä jäädä itsensä. Pelkona oli että vähäpätöisempiäkin vikoja merkittäisiin korjattavaksi.

Suullisen tutkimuksen toisessa vaiheessa, joka toteutettiin myöskin erilaisilla aseilla, voitiin todeta, että yli 80 % vastaajista oli sitä mieltä että hinta ja sijainti olivat ainoat asiat, mitkä vaikuttivat katsastusaseman valintaan.

5.1.2 Tärkeimmät kriteerit katsastuspalvelun valintaan



Kuvio 4. Tärkeimmät katsastuspaikan valintaan vaikuttavat kriteerit

Kysymyksessä pyydettiin vastaajaa numeroimaan kriteerit tärkeysjärjestyksessä. Huomioimme tuloksessa kolme tärkeintä siten, että tärkein sai kolme pistettä, toiseksi tärkein 2 pistettä ja kolmanneksi tärkein yhden pisteen. Näin saimme selville

todellisen tärkeimmän valintatekijän. Taulukosta voidaan nopeasti nähdä, että suurimmalle osalle asiakkaita sijainti ja hinta muodostuvat tärkeimmiksi valintakriteereiksi, minkä myös edellinen kysymys toi esille (ks. kuvio 4).

Palveluun pääsyn nopeus koettiin myös tärkeäksi, henkilöstön ja aukiolo-aikojen merkitysten jäädessä pienempään asemaan. Aseman siisteydellä ei juurikaan ollut merkitystä kyselyn perusteella.

Mikäli vertaus olisi tehty ilman painoarvopisteytystä, olisi järjestys ollut sijainti, hinta ja henkilöstö tärkeysjärjestyksessä.

Kysymyksessä 3 pyysimme asiakkaita ympäröimään ne kohdat, mitkä toteutuivat kyselyasemilla kyselyn ajankohtana. Sijainti, nopeus, siisteys ja henkilöstö saivat kaikki tasaisesti ympäröitä.

Vastauksista voidaan todeta, että sijainnilla ja hinnalla on todella suuri merkitys katsastusasemaa valittaessa. Tosin tästäkin näimme että ehkä sijainti vaikutti enemmän kuin hinta ja vallankin pienemmällä paikkakunnalla on myös henkilöstöllä merkitystä.

Tutkimusajan jälkeen toisen tutkittavana olevan aseman lähellä sijaitseva kilpailija-asema laski hintojaan huomattavasti. Näimme suoraan katsastustilastoista että tutkittavan aseman katsastusmäärät laskivat reippaasti. Kun taas asema vastasi kilpailuun alentamalla hintoja vain 5€ katsastukselta, saatiin asiakkaita takaisin. Osa asiakkaista valitsi suoraan aseman hinnan perusteella, asemien välimatkan ollessa lyhyt. Kun taas toisen tutkittavana olevan aseman sijainti oli sellainen, että seuraavalle asemalle oli matkaa 25 km, tuli sijainnista merkittävämpi tekijä.

Vaikka tutkimuksessa ei henkilöstö saanut korkeita pisteitä, on sen vaikutus suurempi kun alueella on useampi toimija, joiden hinnat ja aukiolo-ajat eivät kovinkaan paljoa poikkea toisistaan. Tässä tapauksessa voidaan todeta, että palvelun nopeudella ja tutulla henkilöstöllä on suurempi merkitys. Isoimmilla paikkakunnilla ei taas huomattu myöhemmän haastattelun perusteella olevan juurikaan merkitystä sillä, että henkilökunta on tuttua. Tällaisilla asemilla ratkaisevat valinnan lähestulkoon hinta ja sijainti, aukioloaikojen ja nopeuden saaden hieman enemmän arvoa.

Siisteys oli tutkimusaikoina kaikilla asemilla erinomainen. Vaikka siisteyttä ei pidetty valintaan juurikaan vaikuttavan kriteerinä, ei voida tämän tutkimuksen perusteella

tietää onko sillä todellista merkitystä. Voidaan siis päätellä, että katsastusaseman siisteyttä pidetään itsestään selvänä seikkana, eikä siisteyden laadusta kannata näin ollen tinkiä. Toki voidaan myös päätellä, että koska sillä ie tutkimuksen mukaan ole kovinkaan suurta merkitystä, ei siihen myöskään kannattaisi laittaa liikaa resursseja.

Suullisessa kyselyssä toinen kysymys koski palvelun nopeutta. Ensimmäisellä jaksolla suurin osa haastateltavista kertoi nopeusodotustensa täyttyvän ja heidän olevan tyytyväinen nopeaan palveluun. Tämä oli yksi heidän valintakriteereistään. Tosien haastattelujakson aikana eniten tyytymättömyyttä tuli pitkistä odotusajoista. Vaikka sijainti ja hinta olivat kohdallaan, oli lähes puolet tyytymättömistä asiakkaista sitä mieltä, että menisivät seuraavalla kerralla toiselle asemalle.

Kaikki neljä suullisen tutkimuksen asemaa olivat drive-in asemia, joihin pystyi myös varaamaan katsastusajan. Kahden aiemman jakson aseman ajanvarausprosentti oli 8 ja kahden jälkimmäisen 66. Ajan varanneet asiakkaat olivat eniten tyytyväisiä palvelun nopeuteen, kun drive-in asiakkaat tyytymättöimpiä.

Tämän perusteella voidaan huomioida, että asemien kannattaisi kannustaa asiakkaitaan varaamaan katsastusaika etukäteen. Asemat pyrkivät ensisijaisesti palvelemaan näitä asiakkaita ajallaan. Tällä saataisiin tyytyväisydentunnetta lisättyä. Olisi tärkeää osata tiedottaa drive-in asiakasta jonotusajan pituudesta, jolloin myös hänelle annettaisiin mahdollisuus tehdä päätös odottamiseen jäämisestä. Asiakas, joka joutuu odottamaan pitkään, ilman että hänellä on tiedossa odotusaikaa, on mitä todennäköisimmin näiden tyytymättömien asiakkaiden joukossa. Asemien reklamaatiot koskevatkin useimmiten tätä jonotuksen kestoa.

5.1.3 Aukioloajat

Neljäs kysymys koski aseman aukioloaikoja. Kysyimme aukioloaikojemme sopivuutta ja toiveita, mikäli eivät olleet. Toisen aseman aukioloaika oli maanantaisin 9-17 ja tiistaista perjantaisin 8-16. Toinen asemista oli avoinna maanantaista perjantaihin 8.30–16.30. Kumpikaan asema ei ollut auki lauantaisin. Toisen suullisen tutkimusjakson aikana toinen asema oli avoinna maanantaista perjantaihin 8-17 ja lauantaisin 9-14. Toisen aseman aukioloaika oli arkipäivisin 9-17.

Kirjallisen kyselyn vastaajista 65 % (136 kpl) oli tyytyväisiä asemien nykyisiin aukioloaikoihin. 14 vastaajaa kaipasi sekä ilta- että lauantai-aukioloa, määrittelemättä näitä aikoja tarkemmin. 5 vastaajaa kaipasi lauantaikatsastusta ja loput myöhäisempiä aukioloaikoja arkisin.

Lauantaisin ei näin ollen voitu todeta olevan suurta aukiolotarvetta. Ilta-aukiololle sen sijaan löytyisi kysyntää. Jopa 32 % vastaajista toivoi mahdollisuutta katsastaa autonsa iltaisin. Katsastaminen lähialueella nykyisten aukioloaikojen puitteissa koettiin hankalaksi etenkin kun työpaikka sijaitsee toisella paikkakunnalla. Alueilla ei toiminut asemaa, joka olisi ollut 17 jälkeen auki.

Kyselyn perusteella voidaan todeta että pienten asemien ei kannattane kiinnittää resursseja lauantaille. Sen sijaan kannattaisi kehittää palvelua siten, että myös muualla työssäkäyvät asiakkaat saataisiin palvelu piiriin. Tämä olisi mahdollista aukioloaikoja pidentämällä ja voitaisiin kokeilemalla toteuttaa yhtenä tai kahtena iltana viikossa pelkästään ajanvarausasiakkaille. Näin pystyttäisiin myös tarvittava henkilöstömäärä suunnittelemaan paremmin.

Suullisten haastatteluiden kolmas kysymys koskikin ilta-aukioloaikoja. Asemien ruuhkahuippu osuu yleensä 16 – 17 aikaan, jolloin asiakkaat pääsevät töistään. Katsastajien työaika venyy ja osa asiakkaista joudutaan käännettämään ovelta kun heitä ei enää ehditä palvella. Kummankin kyselyjakson aikana tuli ilmi, että aukioloaikojen pidentämiselle olisi tarvetta. Aukioloajan pidentäminen kello 18 saakka ei lisäisi työvoimakuluja ja näin päästäisiin eroon ruuhkahuipusta, sekä pystyttäisiin palvelemaan asiakkaita paremmin. Hyvin pieni osa vastaajista toivoi aukioloa kello 20 asti, minkä voisi toteuttaa ajanvarausasiakkaille kerran viikossa.

5.1.4 Maksulliset lisäpalvelut katsastusten yhteydessä

Katsastuslain uudistuksen myötä katsastustoimipaikkojen suunniteltiin pystyvän tarjoamaan lisäpalveluita katsastusten yhteydessä. Tämä ei kyselyhetkellä ollut lain mukaan mahdollista ja tarkoitus oli kartoittaa mille palveluille olisi tarvetta. Kyselyn aikana oli lehdistössä monenlaista spekulatiota katsastuspalvelujen tulevaisuudesta ja

korjaamokatsastusten odotettiin lisääntyvän huomattavasti. Kysely tehtiin uudenlaisen kilpailutilanteen lähtökohdista.

Kysymys 5: Minkälaista maksullista lisäpalvelua voisitte ajatella haluavanne katsastuksen yhteyteen? Vaihtoehtoina olivat:

- pientä huolto-palvelua
- polttimon vaihto ja valojen suuntaus
- öljynvaihto
- nesteiden vaihto ja tarkastus
- tarvike- ja varaosamyynti
- korjauspalvelu
- auton- ja sisätilojen pesua
- jokin muu



Kuvio 5. Asiakkaiden toivomat lisäpalvelut

Vastauksista nähdäänkin tarve polttimoiden vaihdolle ja valojen suuntaukselle, mitkä ovatkin yleisimpiä syitä ajoneuvojen korjauskehotuksille (ks. kuvio 5).

Etukseliston viat sekä käyttö- ja seisontajarrujen ongelmat ovat vuodesta toiseen pysyneet yleisimpinä katsastuksen hylkäyssyinä. Korjauskehotuksia taas annetaan eniten toimimattomista valoista, ajokielto rapsahtaa useimmiten jarruvian vuoksi. (<http://www.trafi.fi/tieliikenne/katsastukset/asiakkaille> 2015.)

Pienet huoltotoimenpiteet pitävät myöskin sisällään pieniä asioita, mistä ajoneuvo voi saada korjauskehotuksen. Tämän kyselyn perusteella voidaan havaita, että katsastusasemien yhteydessä on vain hyvin pieni tarve isommille korjaustoimenpiteille. Asiakkaat haluavatkin etupäässä, että pienet viat saataisiin samalla kerralla kuntoon ja isompia korjauksia varten olisi ajan kanssa mahdollista kilpailuttaa korjaamoita.

Lakiuudistus ei toteutunut ihan ennakoidun mukaisesti. Asemien, joilla tehdään myös rekisteröintikatsastuksia aja muutoskatsastuksia, ei sallita tekevän huolto- eikä korjaustoimintaa. Sen sijaan asemilla, joilla tehdään pelkästään ajoneuvojen määräkatsastuksia, on tällainenkin toiminta mahdollista, edellyttäen ylimääräisen henkilön niitä tekemään. Lisäksi on oltava todennettu laatujärjestelmä ja prosessikuvaus eri toimien eriyttämiseen. Käytännössä ei ole mahdollista että sama henkilö katsastaa ajoneuvon ja korjaa havaitun vian. Tämä sitoo henkilökuntaa ja onkin pienillä asemilla ongelmallista järjestää. Tilakysymys koituu myös ongelmaksi, mikäli asema on rakennettu vain katsastusta varten, sillä korjaamotoiminta vaatii erillisen tilan.

5.1.5 Kehittämisehdotuksia

Kysymyksessä 6. asiakkaita pyydettiin vapaamuotoisesti kertomaan miksi he tulisivat jatkossakin asemalle ja kehittämisehdotuksia. Tässäkin vastauksessa 19 vastaajaa toivoi hintoja halvemmaksi ja 22 vastaajista piti hyvänä sijaintia. Pienellä paikkakunnalla koettiin tärkeäksi se, että asema on lähellä. Vain viisi vastaajaa ilmoitti hyvän palvelun valintakriteeriksi.

Tämän vastauksen perusteella voidaan päätellä, että mikäli hinta ylittää kipukynnyksen, voisi osa asiakkaista siirtyä muualle katsastuttamaan autonsa. toinen asemista sijaitsee 40 kilometrin päässä Tampereelta, missä hinnat ovat reilusti halvempia, ja missä muutenkin asioidaan. Näin lähellä useampia kilpailijoita olevan asian kannattaa panostaa asioihin, mitä asiakkaat pitävät tärkein.

Tutkimuksessa ei puututtu asemien kotimaisuuteen, millä asemia markkinoitiin. Suullisessa kyselyssä asiakkaat kertoivat kotimaisuuden vaikuttavan hieman, mutta tämä ei menisi hinnan ja sijainnin ohitse. Mikäli kilpailualueella olisi useita toimijoita, voitaisiin tällä kuvitella olevan enemmänkin merkitystä. Jälkimmäisen haastattelujakson aikana selveni kumminkin se, ettei asiakkailla ole kovinkaan paljon mielenkiintoa aseman omistuspohjaan, mikäli hinta on tarpeeksi alhainen. Kotimaisuudesta ei näin ollen olla valmiita maksamaan ylimääräistä.

6 Työn tulosten arviointi

6.1 Työn haasteet

Työn haasteena oli työnkuvan muuttuminen työn eri vaiheissa. Työ oli alun perin tilattu ja suunniteltu tehtäväksi pienen katsastusyrietyksen tarpeisiin ja työkaluksi ollessani kyseisen yrityksen palveluksessa työtä aloittaessani. Työn tekeminen venyi haastatteluosuuden jälkeen johdon sitoumuksen puutteen vuoksi. Työn tekeminen oli erittäin haastavaa, koska en saanut töiltäni varattua aikaa siihen paneutumiseen ja koska työn alkuvaihe olisi vaatinut nimenomaan johdon aikaa ja sitoutumista, en päässyt etenemään asian kanssa.

Asiakkuuksien hallinnan osalta on johdolla erityinen merkitys työn onnistumisen kannalta. Vaikka kyseisen yrityksen johto tilasikin työn minulta ja oli asiasta kovasti innoissaan, ei se riittänyt. Tämä lienee ongelmana muissakin yrityksissä, mikäli aikaa ei löydy. Tämän kokemuksen pohjalta voin todeta, että tämän kaltaiseen projektiin ei kannata ryhtyä, mikäli jo alkuvaiheessa näyttää siltä, että vastaan tulee joko resurssi- tai intressipula.

Työpaikan vaihdon myötä en kyennyt jatkamaan työtä, uuden työnkuvan tuomien kiireiden vuoksi. Toisaalta sain uudenlaisia näkökulmia aiheeseen työympäristöni muutoksen myötä. Nykyinen työnantajani on saman alan isompi toimija, jolla on tyystin erilainen ja ammattimainen ote asiakkuuksien hallintaan. Heillä on tarpeeksi niin rahallisia- kuin henkilöstöresurssejakin käytettävissään asiakkuusprojekteihin ja nämä toteutetaan hyvinkin ammattimaisesti. Minulle selkiintyi kuva siitä, miten erilaista on viedä tällainen projekti käytännön tasolle pienessä ja suuressa yrityksessä.

Yrityksen, jonka työkuultuuri on pitkä ja kansainvälinen, on ollut aikaa vuosien kuluessa hioa tätä prosessia ja mahdollisuudet sen toteuttamiseen ovat aivan toista luokkaa. Tosin kulurakennekin on tyystin erilainen. Pienten yritysten onkin hyvin tärkeää tiedostaa ja suunnitella omat resurssinsa ja paloitella projekti toteutuskelpoiseksi. Ilman johdon panosta ja aitoa tahtoa tämä ei kumminkaan onnistu.

Yksi haasteista oli myös voimaantullut katsastuslakiuudistus. Työ oli alun perin suunniteltu valmistummaan ennen lakiuudistusta antaen yritykselle työkaluja kilpailua varten. Lakiuudistuksen sisällöstä ei ollut siinä vaiheessa tarkkaa tietoa, mitä nyt pystyttäisiin eri tavoin hyödyntämään. Säilytin haastattelun vastaukset kumminkin työssäni, vaikka työstä tulikin yleinen, ilman toimeksiantajaa. Katson että vastausten tieto on samanlaista myös uudessa tilanteessa. Enemmänkin tuloksiin vaikuttaa se, onko paikkakunnalla jo olemassa olevaa kilpailua ja se, miten suuri paikkakunta on kyseessä. Ihmisten ostokäyttäytyminen eroaa jonkin verran paikkakunnan koon mukaan.

6.2 Työn tavoitteen saavuttaminen

Työn tavoitteena oli kartoittaa katsastusyrityksen mahdollisuuksia asiakassuhteiden ylläpitämisessä ja kilpailuun vastaamisessa, katsastustoiminnan muuttuessa uuden lakiesityksen voimaantulon myötä. Viitekehystenä oli toimia katsastustoimintaa koskeva lainsäädäntö, jonka pohjalta oli tarkoitus pohtia eri vaihtoehtoja toiminnan tehostamiseksi.

Tavoite muuttui kun lisäsin työhöni asiakkuuksien hallintaa käsittävän osuuden ja toimeksiantajan jäätyä pois, aiheesta tuli yleisempi. Mikäli toimeksiantaja olisi pysynyt, uskon että hänelle olisi ollut hyötyä tuloksista. Alalla on paljon tunnepitoista spekulatiota siitä, mitä asiakkaat arvostavat ja haluavat. Tunnepohjaisen tiedon sijaan, tulisi käyttää täsmällistä tietoa, mikä olisi mahdollista saada asiakashallintajärjestelmän avulla. Asiakashaastattelut osoittivat, että ratkaisevaa palveluntarjoajan valinnassa ei niinkään ole kotimaisuus tai tuttuus, vaan enemmänkin sijainti ja hinta. Näiden lisäksi palvelulla on suuri merkitys ja näiden kolmen ollessa kohdallaan voidaankin parantaa

kilpailuasemaa. Hinta ja sijainti ovat sen sijaan niin kriittisiä kohteita, että jomman-kumman tai kummankin kohdatessa kilpailua, tulee yrityksellä olla asiakkuus strate-gia jo valmiina kyetäkseen vastaamaan tähän kilpailuun.

Työ saavutti tavoitteensa siltä osin, että siinä tuodaan esille oleelliset seikat, millä voidaan parantaa markkinaosuuksia kiristyvässä kilpailutilanteessa. Työ palvelee etenkin pieniä yrityksiä, sillä sisällössä ei ole tarkemmin puututtu tietokonepohjai-seen asiakkuuksien hallintaan, mikä taas palvelisi suuria yrityksiä. Pienten yritys on tärkeää pohtia nimenomaan asiakkuuksia sen sijaan, että mietitään omaa teknistä ylivoimaa. Trafi hoitaa katsastusyriyten teknistä valvontaa pitäen kaikkien nähtä-vissä olevaa tilastoa laadusta. Näin ollen teknisessä laadussa ei ole juurikaan eroja eri asemien välillä. Sen sijaan markkinointia, myyntiä ja palvelua parantamalla ja niitä te-hostamalla, voidaan vaikuttaa asiakasmääriin. Katsastus on pakollinen bulkkituote, jota voidaan räätälöidä vain näiden kolmen seikan avulla. Variaatioihin itse teknisen toimenpiteen suhteen kun ei ole mahdollisuuksia.

7 Johtopäätökset ja suositukset

Asiakkuuksien hallinnan aihepiiri on laaja kattaa koko asiakaskentän hallinnan mark-kinoinnin suunnittelusta jälkimarkkinointiin ja reklamaatioiden käsittelyyn. Katsastus-lainsäädäntö puolestaan on yksiselitteistä asettaen tiukat raamit katsatustoimialalle. Tiukat raamit selkeyttävät toiminnan puitteita, mutta samalla myös hillitsevät uusien ideoiden toteuttamista. Kilpailu on yhä enemmän säädeltyä kuin mitä se on usealla muulla toimialalla, vaikka vapautuikin paljon lakiuudistuksen myötä.

Lakiuudistus ei tuonutkaan mukanaan niin suurta kilpailua kuin mitä pelättiin. Korjaa-mokatsastusasemia on perustettu hyvin hillitysti ja alueille, missä ei ennestään ole ollut suurta kilpailua. Sen sijaan kilpailu on hieman lisääntynyt pienillä paikkakunnilla, minne on pystytty perustamaan katsastusasema pienemmillä kuluilla, kun ei ole tarvittu rakentaa raskaan kaluston hallia. Tämä uudistus on ollut hyvä asiakkaille, kun on saatu aikaiseksi hintakilpailua, mikä oli eräs lakiuudistuksen tarkoituksistakin. To-dennäköisesti nämä pienemmät asemat tulevat lisääntymään hyvien kokemusten kannustamana.

Haastattelututkimus osoitti saman, mikä on todettu myös kaupan alalla, että sijainnilla ja hinnalla on suuri merkitys. Aamulehden (17.5.2015) kirjoituksessa mainitaan kilpailu- ja viestintäviraston kyselyn mukaan hinnan ja sijainnin olevan tärkeimmät valintakriteerit, kun taas laadukkuus ja palvelu jäävät hännänhuipulle. Tulos oli sama kuin asiakastytyväisyystutkimuksessanikin.

Hintakilpailu on jo nyt alalla kova, minkä vuoksi onkin tärkeää miettiä myös muita tapoja asiakasvirran ohjaamiselle. On huolehdittava siitä, etteivät hinnat laske liian alas, vaikkakin on selvää että silloin saataisiin asiakkaita. Kustannusrakenteesta on huolehdittava ja tarkemmin tutkittava asiakaspohjaa, jotta osattaisiin paremmin kohdentaa markkinointi ja myynti.

Vanhojenkin toimijoiden on alettava saattamaan laatujärjestelmänsä lain vaatimaan kuntoon ja valmistauduttava sertifiointiin. Suosittelisin, että asiakkuuksien hallinta sisällytettäisiin laatujärjestelmään yhtenä sen osiona ja panostettaisiin sen tekemiseen samalla kun rakennetaan laatujärjestelmää. Molemmat vaativat johdon sitoutumista ja resursseja eikä tällä keinoin tarvittaisiin peräkkäin kahta erillistä projektia. Synkronoimalla molempien osa-alueita, saataisiin suurempi hyöty.

CRM on erinomainen työkalu etenkin sen alkuperäisessä muodossaan, tietojärjestelmänä. Ymmärrettävää on, ettei sen käyttö tule useinkaan pienten yritysten kohdalla kyseeseen. Ei kannata silti poissulkea sen tuomia kevyempiä käyttömahdollisuuksia. Asiakkuuksien hallinnasta on paljon kirjallisuutta ja yritys voikin räätälöidä omaan toimintaansa sopivan toimivan paketin, kunhan ajatusmaailma tulee ymmärretyksi.

Haastatteluiden ja asiakkuuksien hallinnan idean perusteella kehottaisin yrityksiä panostamaan enemmän kohdemarkkinointiin. Se lienee helpoiten toteutettava keino asiakassuhteiden ylläpitämiseksi ja saamiseksi. Ottaisin koko henkilökunnan mukaan ideoimaan ja kehittäisin kannustus- ja palkitsemisjärjestelmän työntekijöille. Tämä on helppo keino innostaa yrityksen äkäpussejakin.

Asiakkaiden hyvät kokemukset ovat yritykselle usein elintärkeitä muuten heterogeenisessa kilpailutilanteessa. Suosittelen tekemään asiakastutkimuksia säännöllisesti ja lyhytkestoisin projektein. Jatkuvasti tehtynä ne turruttavat asiakkaat, eikä vastaushalukkuutta tällöin löydy. Asiakaspaneelit voisi myös ottaa käytäntöön. Ne voitaisiin kohdentaa kanta-asiakkaille tai kyselyn perusteella halukkaille. Paneeleiden avulla

olisi yksinkertaista kartoittaa asiakkaiden tarpeita ja onnistumisia. Nämä eivät kumminkaan saisi olla itsetarkoitus, vaan kaikki saatu tieto tulisi prosessoida ja kyettävä hyödyntämään.

On tärkeää, että yritys pystyisi uudistumaan pysyessään kilpailussa mukana. Viime vuoden hyvä juttu, ei välttämättä päde enää ensi vuonna, mikäli kilpailija keksii paremman vetonaulan. Kohderyhmiä voidaan vaihdella, oheistuotteita voidaan vaihdella ja hintoja voidaan muuttaa. Tärkeintä on, että kehitys ei jää paikoilleen. Kampanjoita olisi aluksi syytä testata lyhytkestoisesti, milloin ne ovat helposti muunneltavissa, mikäli eivät toimi. Katsastusalalla on onnistuneesti kokeiltu katsastusten yötä ja naistenpäivän ruusujakoa. Vastaavanlaisia voisi olla naisten opastava katsastusilta, nuorille suunnattu rohkaiseva katsastustapahtuma ja äijäilta. Ideoita voi löytyä valtavasti henkilöstön avulla ja mikäli ideat tulevat suoraan heiltä, on myös toteutus helpompaa.

Suosittelen tutkimukseni ja työni perusteella asiakastietojen keräämistä, asiakkuuksien hallintajärjestelmän käyttöönottoa, sekä asiakkaiden ja työntekijöiden mukaan ottamista toiminnan kehittämiseen.

Lähdeluettelo

Arantola, H. 2003. Uskollinen asiakas. Kuluttaja-asiakkuuksien johtaminen. Porvoo: WSOY.

Dyché, J. 2004. The CRM Handbook. Addison-Wesley.

Honka M. 2010. Katsastusaseman perustaminen. Opinnäytetyö. Turun Ammattikorkeakoulu. Auto- ja kuljetustekniikka. Käyttöpainotteinen auto- ja kuljetustekniikka.

Lehtinen J.R. 2004. Asiakkuuksien aktiivinen johtaminen. Helsinki: Edita Prima Oy.

Lehtovaara R. Hinta on vasta sijalla kaksi. Aamulehti 17.5.2015.

Ojala M. 2009. Monopolit ja markkinoiden vapauttaminen. Helsinki: Edita Prima Oy.

Oksanen T. 2010. CRM ja muutoksen tuska. Asiakkuudet haltuun. Helsinki: Talentum.

Peelen E. 2005. Customer Relationship Management Gosport: FT Prentice Hall, Pearson Education.

Tieliikennelait. 2015. 22. p. Helsinki: Talentum Media Oy

Trafi, Liikenteen Turvallisuusviraston sivut. Viitattu 10.5.2015. <http://www.trafi.fi>.

LIITTE 1



ASIAKASTYYTYVÄISYYSKARTOITUS

- Katsastustoiminta on muutosvaiheessa ja korjaamokatsastukset tultaneen sallimaan vuoden 2014 alussa. Aiotteko käyttää korjaamoiden katsastuspalveluita, mikäli se on mahdollista
 - en, mahdollinen syy:
 - todennäköisesti
 - kyllä, mahdollinen syy:
- Mitkä ovat teille tärkeimmät kriteerit katsastuspalvelun valintaan, numeroikaa tärkeysjärjestys

<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> 1 sijainti <input checked="" type="checkbox"/> 2 hinta <input checked="" type="checkbox"/> 3 nopeus <input checked="" type="checkbox"/> 5 siisteys <input type="checkbox"/> muu 	<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> 5 aukioloajat <input checked="" type="checkbox"/> 4 henkilökunnan asiantuntemus <input checked="" type="checkbox"/> 6 hyvä ilmapiiri <input checked="" type="checkbox"/> 2 mukavat odotustilat
---	---
- Mitkä edellä mainituista toteutuvat meillä, ympyröikää vaihtoehdot
- Ovatko aukioloaikamme teille sopivat?
 - ovat
 - kaipaamme ilta-aikoja / lauantai-aikoja, mainitse toiveesi:
- Minkälaista maksullista lisäpalvelua voisitte ajatella haluavanne katsastuksen yhteyteen?
 - pientä huolto-palvelua
 - polttimon vaihto ja valojen suuntaus
 - öljynvaihto
 - nesteiden vaihto ja tarkastus
 - tarvike- ja varaosamyynti
 - korjauspalvelua
 - auton ja sisätilojen pesua
 - jokin muu
- Mitkä ovat mielestänne tärkeimmät asiat, jotka saavat teidät jatkossakin tulemaan asemallemme? Mitä meidän tulisi kehittää? *Hyvä palvelu*

Kiitos vastauksistanne. Voitte antaa lisää palautetta paperin kääntöpuolelle.

