



Tjänsteutveckling för PRM passagerare på Helsingfors Flygfält

Jesse Rista

Examensarbete

TUR-12

2016

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Turism
Identifikationsnummer:	5217
Författare:	Jesse Rista
Arbetets namn:	Tjänsteutveckling för PRM passagerare på Helsingfors flygfält
Handledare (Arcada):	Hellevi Aittoniemi
Uppdragsgivare:	Aviator
<p>Sammandrag:</p> <p>Finavia har beräknat att passagerarantalet på Helsingfors flygfält kommer öka från 16,4 miljoner passagerare från 2015 till 20 miljoner till år 2020. Med detta är det viktigt att flygfälten uppnår passagerares förväntningar på alla del områden. Men med automatiseringen av flygfälten, så finns det kundgrupper som ännu behöver personlig service för att kunna flyga, dessa är PRM (Passengers With Reduced Mobility) passagerare. Genom att ta reda på PRM passagerares bemötande av Aviators check-in personal kan de i framtiden förbättra sina tjänster och kvaliteten för att kunderna skall även i fortsättningen vara nöjda.</p> <p>Arbetets teori grundar sig i stort sätt på tjänstedesign samt tjänstekvalitet. Som metod valdes den kvalitativa metoden för att få en djupare syn av hur kunden faktiskt upplever check in tillfället. Som data insamlingsmetod användes intervjuer, och intervju frågorna valdes på basis av arbetets syfte samt uppdragsgivarens önskemål. Intervjuerna hölls under sommaren 2015, och totalt 10 respondenter deltog.</p> <p>Viktigaste resultaten som kom upp var att de flesta kunderna var nöjda med Aviators inchecknings personal, och speciellt smidigheten och bemötandet av personalen var sådan som de uppskattade. Förbättringsförslagen som kom upp var att Aviator kan skola mer personalen.</p>	
Nyckelord:	PRM, flygfält, tjänsteutveckling, kvalitet, passagerare.
Sidantal:	57
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	18.5.2016

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Tourism
Identification number:	5217
Author:	Jesse Rista
Title:	Service development for PRM passengers at Helsinki Airport
Supervisor (Arcada):	Hellevi Aittoniemi
Commissioned by:	Aviator
<p>Abstract:</p> <p>According to Finavia passenger amount at Helsinki Airport will increase from 16.4 million in year 2015 to 20 million by the year 2020. With the increasing amount of passengers, it is also important that passenger's expectations and needs are taken into consideration. At the same time Finavia is increasing self-service at the airport, especially at the check-in and at the boarding gates, but there are still one group of people which needs customer service during the whole trip, these are PRM passengers (Passengers with reduced mobility). By knowing the expectations and how these passengers were served by Aviators check in agents, Aviator can improve their service and have happier and loyal customers.</p> <p>The thesis theory is based on quality theories. I chose the quality method as the method because I believe it will give a much deeper look on how the check-in is. I chose to interview ten passengers and the interview questions were planned based on the purpose of the work and the constituents wishes. The interviews were done at Helsinki Airport during the summer of 2015.</p> <p>The most important results that came up was that the passengers were relatively satisfied with the service they got and both the service and the smoothness were appreciated by most of the passengers. Improvement suggestions were that Aviator could focus a little bit more on the training of the staff.</p>	
Keywords:	PRM, passenger, airport, quality, service development
Number of pages:	57
Language:	Swedish
Date of acceptance:	28.5.2016

OPINNÄYTE	
Arcada	
Koulutusohjelma:	Matkailu
Tunnistenumero:	5217
Tekijä:	Jesse Rista
Työn nimi:	Palvelujen kehittäminen PRM matkustajille Helsinki- Vantaan lentokentällä.
Työn ohjaaja (Arcada):	Hellevi Aittoniemi
Toimeksiantaja:	Aviator
<p>Tiivistelmä:</p> <p>Finavia uskoo Helsingin lentokentän matkustajamäärän kasvavan 16,4 miljoonasta 20 miljoonaan vuoteen 2020 mennessä. Koska lentoliikenne on jyrkässä kasvussa olisi tärkeätä, että lentoasema vastaa asiakkaitten odotuksia sekä tarpeita. Vaikka Finavia ja lentoyhtiöt automatisoivat palvelujaan kaipaavat moni matkustajaryhmä kuitenkin palvelua, tästä esimerkkinä ovat PRM matkustajat. Tämän työn tavoite on selvittää miten Aviator ottaa PRM matkustajat vastaan ja miten heitä palvelee.</p> <p>Opinnäytetyön teoria perustuu suurimmaksi osaksi laatuun ja asiakaskokemukseen. Kvalitatiivinen menetelmä valittiin työn menetelmäksi, koska katsoin että näin saadaan paremmin esille miten matkustajat on oikeasti otettu vastaan. Haastattelut tehtiin kesällä 2015, ja kaikkiaan kymmenen matkustajaa osallistui haastatteluun.</p> <p>Kyselyn tärkeimmät tulokset olivat, että matkustajat olivat suhteellisen tyytyväisiä Aviatorin asiakaspalveluun. Parannuskeinoja koski eniten että Aviator voisi kouluttaa enemmän työntekijöitään.</p>	
Avainsanat:	PRM, matkustaja, lentokenttä, palvelujenkehittäminen, laatu
Sivumäärä:	57
Kieli:	Ruotsi
Hyväksymispäivämäärä:	18.5.2016

INNEHÅLL

1	Inledning.....	7
1.1	Problemformulering och forskningsfrågor	8
1.2	Syfte samt avgränsning	8
1.3	Metod och materialbeskrivning.....	9
1.4	Definitioner	10
1.5	Bakgrundsfakta om PRM passagerare	11
2	Tjänsteutveckling	13
2.1	Tjänsteutvecklingsprocess	14
2.1	Tjänstedesign	16
2.2	Tjänstekvalitet.....	17
2.2.1	<i>Kvalitetsdimensioner</i>	<i>18</i>
2.2.2	<i>Förväntad och upplevd kvalitet.....</i>	<i>21</i>
3	Metodbeskrivning	24
3.1	Val av metod.....	24
3.2	Frågeguide	25
3.3	Respondenterna samt genomförandet.....	25
4	resultatredovisning	26
4.1	Första intryck	26
4.2	Check- in	28
5	Diskussion	31
5.1	Tjänstedesign samt tjänstekvalitet	31
5.2	Tjänsteutvecklingsprocess	33
6	Avslutning	36
6.1	Arbetets begränsning	36
6.2	Förslag för vidare undersökning.....	36
6.3	Slutord	37
	Källor	38
	Bilagor	40

Figurer

Figur 1 Tjänsteutvecklingsprocessens fyra faser (Edvardsson, 1996.) Modifierad av skribenten.	15
Figur 2 Kvalitetsdimensioner av Grönroos (1984) modifierad av skribenten.....	19
Figur 3 Grönroos (1984) tjänstekvalitetens dimensioner (citerad Nitin & Deshmukh, 2005a).....	21
Figur 4 Passagerares förväntningar på flygfält (Fodness & Murray, 2007).....	23

1 INLEDNING

Flygtrafiken är i dagens läge ett populärt transportmedel och fördelen med flygtrafik gentemot andra transportmedel är snabbheten. Antalet resenärer som reser med flyg ökar hela tiden, trots variationer i de ekonomiska och politiska situationerna, exempelvis förväntas antalet resenärer på Helsingfors flygfält öka från 16,4 miljoner till 20miljoner till år 2020. Redan år 2012 översteg antalet internationella resenärer i världen en miljard sträcket. (UNWTO, 2013) På samma gång som antalet resenärer ökar i antal, ökar även automatiseringen på flygfält vilket innebär att passagerarservicen blir mindre personlig. Trots att automatisering av flygfält redan är i full gång, finns det passagerare som fortfarande behöver personlig service. Till dessa passagerare som behöver personlig service hörs så kallade PRM passagerare (*persons with reduced mobility*). Rullstolsbundna passagerare hörs till PRM passagerare och jag kommer att fokusera mig på denna typ av passagerare i denna undersökning.

Jag har valt ämnet för mitt intresse för flygindustrin. Jag kommer säkert att ha nytta av min arbetserfarenhet vid incheckningen och ombordstigningsområdet vid Helsingfors flygfält samt min yrkespraktik vid Helsingfors flygfält för Aviator. Jag anser även att det är logiskt för mig att göra examensarbetet för Aviator när jag även praktiserade hos dem.

Jag anser att arbetet kommer hjälpa mig i mitt eget arbetsliv, på grund av att arbetet kommer ge mig en djupare insyn på passagerares insyn på incheckningen.

1.1 Problemformulering och forskningsfrågor

I dagens läge har flygfält många olika kunder, och av dessa är tusentals passagerare med specialbehov. Till dessa kan nämnas rullstolsbundna personer och de behöver extra betjäning, vissa mer och andra mindre. Deras åsikter om kundnöjdhet har en lika stor betydelse som alla andra passagerares, och de har även olika förväntningar på kundbetjäningen än så kallade vanliga passagerare. För att kunna ge bra kundservice är det viktigt för företaget att man känner till sina kunder samt att betjäna dem på ett sådant sätt som uppfyller deras krav och förväntningar. I denna undersökning strävar jag efter att ta reda på ifall Aviator uppfyller de rullstolsbundna passagerarnas behov och förväntningar.

Forskningsfrågorna som jag strävar efter att besvara är:

1. Hurdan service erbjuder Aviator åt rullstolsbundna passagerare?
2. Hurdana förväntningar har de rullstolsbundna passagerarna på servicen?
3. Hur kan Aviator förbättra sin service åt de rullstolsbundna passagerarna?

1.2 Syfte samt avgränsning

Syftet med arbetet är att få reda på hurdana förväntningar de rullstolsbundna passagerarna har och hur de blir bemötta av personalen på flygfältet. Delsyftet är att hitta förbättringsförslag på hur Aviator kunde förbättra sin kundservice för de rullstolsbundna passagerarna.

Arbetet är avgränsat geografiskt till Finland och närmare bestämt Helsingfors flygfält i huvudstadsregionen. Tidsmässigt behandlar arbetet våren och sommaren 2015 och tar inte beaktande servicen före detta. Arbetet avgränsas till att gälla *ground handling* företaget Aviator som sköter check-in och portarbete för enskilda flygbolag på Helsingfors flygfält. Arbetet avgränsas även till att gälla endast rullstolsbundna passagerare och inte andra typer av passagerare. Vidare undersöks endast tjänstekvaliteten för servicen vid

check- in och vid portarna, då endast dessa sköts av Aviator. Transporten av rullstolsbundna mellan check in och portarna och in till planen, samt säkerhetskontrollen sköts av andra utomstående företag.

1.3 Metod och materialbeskrivning

I arbetet kommer det användas en kvalitativ undersökningsmetod eftersom jag kommer att använda mig av intervjuer för att få fram de rullstolsbundna passagerarnas åsikter, tankar och behov samt hur de blivit bemötta av Aviator på Helsingfors flygfält. Hos Aviator utfördes även min yrkespraktik, och under den tiden utfördes även intervjuerna. Under intervjuerna höll jag även Aviators arbetskläder på mig, detta kommer att skapa mer trovärdighet mellan mig och passagerarna som intervjuas. Intervjuerna kommer antagligen ske lite mer mot slutet av praktiken än helt i början. Som mål har lagts upp att tio rullstolsbundna passagerare skall intervjuas ifall möjligt. Intervjuerna blir uppskattningsvis runt en 15 minuter på grund av att passagerarna skall hinna i tid till planet vilket också gör att länge intervjuer är svåra.

Jag kommer att intervjua både personer från föreningar som Invaliidiliitto och rullstolsbundna passagerare. Teorigrunden kommer att basera sig i stort sätt av litteratur främst av forskare som har behandlat olika aspekter av tjänstekvalitet som Edvardsson, Klefsjö & Bergman samt litteratur av Grönroos. Men även Fodness & Murray som har behandlat bland annat passagerares förväntningar på flygfält.

1.4 Definitioner

Aviator är ett ground handling företag grundat 2010, med huvudkontor i Sverige, och verksamhet i Sverige, Finland, Norge, Danmark samt i Stor Britannien. (Aviator, 2016)

Tjänster är aktiviteter som uppstår mellan kunder och anställda på ett företag. Oftast är tjänster olika lösningar till kundernas problem. (Grönroos 1990, s. 27.)

Tjänsteutveckling betyder konkret att man utvecklar nya tjänster, men även att man utvecklar tjänster som redan existerar. Enligt Edvardsson betyder tjänsteutveckling att man skapar rätt eller önskad kundnöjdhet. Med detta avses att kundnöjdheten är på ett tillfredsställande nivå. (Edvardsson, 1996, s. 73)

Tjänsteutvecklingsprocess beskriver olika processer som bygger upp en tjänst i sin stora helhet. (Edvardsson & Echeverri 2012)

PRM passagerare är passagerare med begränsad rörlighet (*Passengers with Reduced Mobility*, PBR på svenska). Hit räknas bland annat rullstolsbunden passagerare, blinda passagerare (BLND) och barn som reser ensamma. På Scandinavian Airlines hemsida beskrivs PRM passagerare enligt följande:

”En person med begränsad rörlighet (PBR) är en person vars rörlighet är begränsad på grund av fysiskt (sensoriskt eller motoriskt) eller intellektuellt funktionshinder, ålder eller annat funktionshinder vid användande av transport och vars behov kräver särskild tillsyn och anpassning av de tjänster som finns för alla passagerare.” (SAS, 2015)

Tjänstedesign innebär att man inom företaget funderar på möjliga behov kunden har och formar tjänsten enligt det. (Hautmaa 2011) Man kan med hjälp av detta styra upplevelser till en positiv inriktning (Raulo, 2012)

Tjänstekvalitet är i korthet en tjänsts kvalitet och dess förmåga att tillfredsställa kundernas behov och förväntningar (Edvardsson & Echeverri 2012) Kvaliteten kan även sägas vara en av företagets viktigaste framgångsfaktorer vilket även gäller kvaliteten för tjänster. (Tawlar, 2011)

Kvalitetsdimensioner tjänstekvalitet kan delas in i teknisk (Vad) och funktionell (Hur) kvalitet. Den tekniska dimensionen är hur saker har skötts före tjänsten, och den funktionella dimensionen är sedan hur tjänsten ges åt kunden. (Grönroos, 2008)

Förväntad och upplevd kvalitet. Förväntad kvalitet är hur kunden förväntar sig att tjänstens kvalitet kommer att vara, medan upplevd kvalitet är den kvalitet på tjänsten kunderna verkligen upplevt står mer om detta i stycke 2.3.2.

1.5 Bakgrundsfakta om PRM passagerare

PRM passagerare är ett allmänt begrepp när man talar om flygbranschen. PRM kommer från engelskans *Persons with Reduced Mobility*. På svenska kan man översätta detta till Personer med Begränsad Rörlighet (PBR). I detta arbete kommer jag att använda mig endast av benämningen PRM.

Ofta är det svårt att beskriva vem som är och klassificeras som en så kallad PRM passagerare. I många fall är det personen själv som kan konstatera att han eller hon har begränsad rörlighet och på så sätt hör till PRM passagerare. Personer som kan klassificeras som PRM passagerare kan vara personer som sitter i rullstol, har dålig syn, är gravida eller

äldre personer. På grund av detta är det svårt att ge en exakt siffra på hur många personer som räknas till PRM personer, men uppskattningar görs och i Finland är andelen PRM passagerare ungefär 10 % av befolkningen. (Lappalainen, 2015) I hela världen är siffran ungefär 15 % av världens befolkning. Denna siffra är högre på grund av att hit räknas med utvecklingsländer var andelen PRM passagerare är mycket högre än i industriländer. (UNWTO, 2013)

Eftersom det i många fall är upp till passageraren själv att avgöra om hen är en PRM passagerare är det svårt att ge exakta siffror på rullstolsbundna passagerare. Det sägs att ungefär 0,2 % av flygresenärer sitter i rullstol. En del av dessa personer anser att det är bara lättare att använda rullstol när de flyger, trots att de kan röra sig bra , men kanske lite långsammare än andra. Det finns även sådana som inte vill använda rullstol, för att de är rädda att bli stämplade på grund av detta vilket leder till att de använder exempelvis andra hjälpmedel eller i form av möjlighet inga hjälpmedel. (Lappalainen, 2015)

2 TJÄNSTEUTVECKLING

För några årtionden värderade man mycket fysiska produkter och ansåg att det var den fysiska tjänsten/ produkten som man betalade för. Men i och med att samhället utvecklas hela tiden har kunderna satt mer värde på att tjänsterna utvecklas. Till det här räknas att förbättra befintliga tjänster samt att skapa helt nya tjänster. (Edvardsson & Echeverri, 2012 s. 395) Företag som varit varuproducenter har även börjat övergå mer till att producera tjänster. Tjänsteutveckling baserar sig ganska långt på att hur man kan förbättra en tjänst så att den blir tillräckligt bra för kunden. Tjänsteutveckling kan sägas vara lyckad när olika värderingar, arbetssätt och verktyg samverkar för att uppnå högre kundtillfredsställelse, helst med mindre resursåtgång. (Bergman & Klefsjö 2001 s. 34)

När man utvecklar nya tjänster strävar man i de flesta fall efter att utveckla kvaliteten. Enligt Bergman & Klefsjö (2001) är det viktigt att fokusera på fyra värderingar när man arbetar med kvalitetsutveckling, dessa är att sätta kunden i centrum, basera beslut på fakta, arbeta ständigt med förbättringar samt att skapa förutsättningar för delaktighet.

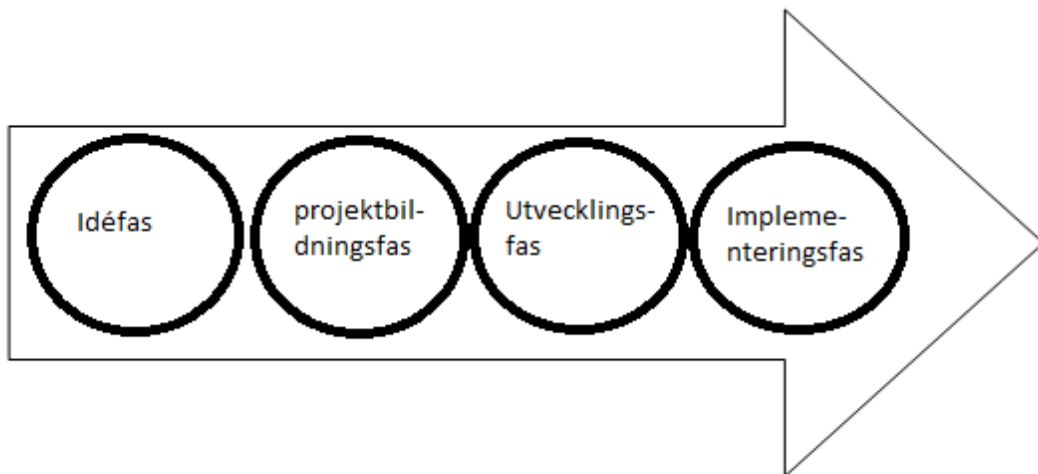
Den första värderingen innebär att man hela tiden skall ta reda på vad kunden vill ha och deras förväntningar och försöka sedan utveckla tjänsten så att behoven uppfylls. Det kan vara svårt att veta vad kunderna faktiskt vill ha av tjänsten, eftersom kunden nödvändigtvis inte själv alltid kan fastställa vilka hans behov är. Det kan krävas mycket arbete av företaget för att komma fram till vad kundernas behov faktiskt är. Att basera beslut på fakta går in i förra punkten ”sätta kunden i centrum” man skall ordentligt ta reda på kundens behov och basera informationen man utgår från på verklig fakta i form av till exempel undersökningar och intervjuer samt att analysera resultaten noga. Att arbeta ständigt med förbättringar är viktigt för att kundernas behov förändras hela tiden och nuförtiden kräver de mer av tjänsterna de köper samt är överlag mer kritiska gällande kvaliteten på tjänsterna. Därför är det viktigt att man hela tiden förbättrar kvaliteten på de egna tjänsterna. Det sägs ofta att om man slutar att förbättra på kvaliteten på sina tjänster så tar det inte länge tills konkurrenterna tagit över ens kunder. Att skapa förutsättningar för delaktighet är även viktigt i tjänsteutveckling, och ett gott råd är att låta arbetarna säga ett ord

alltid om beslut som görs i företag och låta dem delta aktivt även i förbättringsarbete. (Bergman & Klefsjö 2001 s. 36 - 44)

Barron & Harris (2003) säger att om en tjänst misslyckas på något sätt är det orsakat av antingen arbetarna eller av kunden. Misstag med arbetsuppgiften inkluderar att arbetstagarer gör något fel, genom att exempelvis arbeta för långsamt eller i fel ordning. Ett annat misstag är att arbetaren bemöter kunden på felaktigt sätt vilket kan bero på för lite utbildning, att arbetaren inte lyssnar tillräckligt mycket på kunden eller på att arbetaren inte kan reagera på rätt sätt mot kunder med olika behov. Sedan från företagets syn finns det även misstaget att det uppstår materiella problem. Detta kan vara att utrymmen inte städas eller att det inte finns rena arbetsuniformer. Det finns även alltid en chans att kunden själv orsakar att allting inte går som planerat. Hit kan räknas att kunden inte har förberett sig tillräckligt bra och att de inte har hämtat allt material med sig som de skulle behöva som viktiga dokument. Som ett exempel på detta kan nämnas en situation där kunden inte har förberett sig på hur man skall gå till väga på flygfältet och de vet helt enkelt inte vart man skall gå, vilka dokument de skall ha med sig och hur man beter sig i till exempel säkerhetskontrollen. Ett annat sätt kunden kan göra att tjänsten misslyckas är genom så kallade *resolution errors*. Detta innebär att kunden misslyckas att meddela om sitt behov för assistans till arbetarna. (Barron & Harris, 2003, s. 105)

2.1 Tjänsteutvecklingsprocess

Detta handlar om hur man utvecklar en tjänst från en idé till lanseringen av en tjänst på marknaden. Dock kan man även använda sig av tjänsteutveckling när man planerar att förbättra en tjänst. Tjänsteutvecklingens huvuduppgift är att utveckla tjänster med så kallad rätt kvalitet. (Edvardsson & Echeverri 2012 s. 93)



Figur 1 Tjänsteutvecklingsprocessens fyra faser (Edvardsson, 1996.) Modifierad av skribenten.

Edvardsson (1996) beskriver att tjänsteutvecklingsprocessen har fyra olika faser (se figur 1). Trots att faserna verkar kräva att de utförs efter varandra, är det möjligt att även implementera faserna i alla fall delvis samtidigt.

I idé fasen utvecklas idén till tjänsten. En existerande tjänst kan även finnas i idé fasen och i så fall funderar man på hur man skall kunna utveckla den. Det kan göras undersökningar att kundnöjdheten inte är på sin plats, så är det bra att fundera på vad som kan göras för att förbättra på tjänsten. (Edvardsson, 1996 s. 189-192)

Projektbildningsfasen är nästa fas i tjänsteutvecklingsprocessen. I den här fasen finns det en projektgrupp som sedan får till uppgift att utveckla tjänsten eller förbättra den vid en redan existerande tjänst. (ibid)

Utvecklingsfasen handlar om att utveckla tjänsten eller förbättra en existerande tjänst. I den här fasen skall man ta i bruk information man har av kunderna om till exempel kundernas behov. Om det handlar om en helt ny tjänst blir man ofta tvungen att grunda kundbehoven väldigt långt på antaganden och inte lika mycket på konkret fakta. Ifall man

istället utvecklar och förbättrar en existerande tjänst har man tillgång till mer konkret fakta om vad kunderna faktiskt förväntar sig. Detta gör att det är lättare att utveckla en existerande tjänst än att lansera en helt ny. (ibid)

Implementeringsfasen innebär helt enkelt att tjänsten tas i bruk. I samband med att tjänsten förnyas så är det även väldigt viktigt att få fram information till arbetstagarna, så att de vet hur de nya arbetsuppgifterna skall skötas för att tjänsten skall vara bättre. (ibid)

I en kundcentrerad företagskultur är det alltid viktigt att lyssna på kunderna och ta med dem i själva tjänsteutvecklingen, så att man inte drar felaktiga konklusioner. Enligt Edvardsson & Echeverri underskattar många företag värdet av kundinteraktion och därför är det viktigt att inte bara lyssna på helheten utan även på individuella kunder. De flesta misslyckanden vid utveckling av befintliga eller nya tjänster sker när tjänsterna inte går ihop med kundernas förväntningar och behov. (Edvardsson & Echeverri, 2012 s. 402)

2.1 Tjänstedesign

Tjänstedesign har en viktig roll för alla företag eftersom kunder värdesätter mycket personlig betjäning och det är här som tjänstedesign kommer in. Med hjälp av tjänstedesign får man reda på kundernas behov, speciellt passagerare med special behov, vilka har lite andra förväntningar än andra passagerare. En av de viktigaste sakerna som gäller tjänstedesign är för företaget att kunna tänka i förväg, detta betyder att någon har redan tänkt på hurdan service kunden kan behöva när denna använder tjänsten, till exempel då personen reser. Detta är även viktigt för då kommer personalen vara förberedda på passagerare med special behov. Exempel på sådana här funktioner kan nämnas att det finns skild säkerhetsgranskning för passagerare med special behov vid Helsingfors flygfält. (Hautmaa, 2011)

Och även att i vissa fall kommer PRM passagerare förbi köerna i check in för smidighetens skull.

Genom tjänstedesignen så kan man styra kundens upplevelser positivt genom att beakta sådana saker som kunden kommer att uppleva under tjänsten. Det är även viktigt att minnas att upplevelserna som passageraren har baserar sig långt på personens egna värderingar och olika förväntningar och de är därför personliga. (Raulo, 2012) En passagerares upplevelser baserar sig väldigt långt på bara hur de bemöts av personalen. Den uppfattade kvaliteten påverkas bland annat av, ifall personalen är vänliga och till exempel önskar de kunden en trevlig resa eller god fortsättning på dagen. (Kalajoki, 2012) Om upplevd och förväntad kvalitet går närmare in på i kapitel 2.3.2.

Enligt Barron & Harris är kunderna inte alltid medvetna om att företaget har tänkt i förväg på att vad skall göras för att kunderna skall vara nöjda (Barron & Harris, 2003 s.99-100)

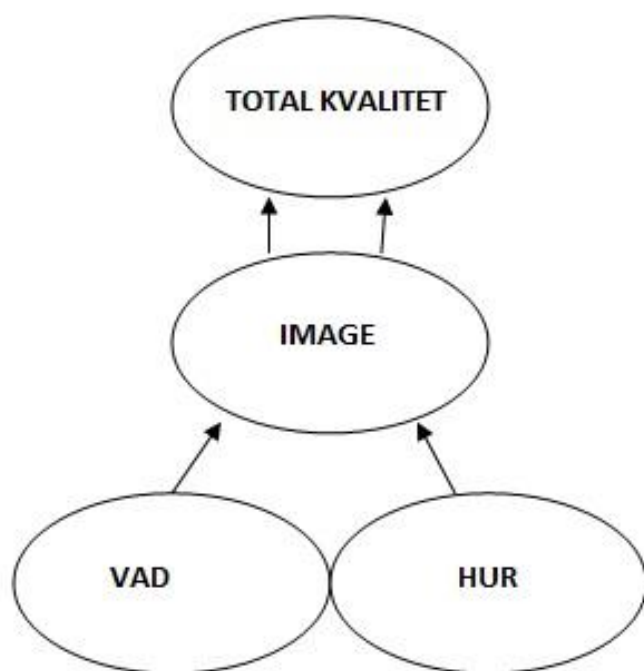
2.2 Tjänstekvalitet

Många uppfattar att kvaliteten i en tjänst baserar sig bara på kunden och hennes behov och upplevelser. Men Edvardsson & Echiverri (2012) menar att andra intressenter än bara kunden borde betraktas. Dessa är förutom kunderna även de anställda och ägarna/huvudmännen i ett företag. Detta är på grund av att ifall till exempel arbetarna i företaget inte är nöjda så påverkar detta kvaliteten på tjänsten de ger vilket i sin tur påverkar hur kunden upplever kvaliteten. För att den högsta kvaliteten uppnås är det viktigt att alla intressenters förväntningar, behov och krav är på sin plats. Oftast är det även så att när kunderna blir nöjda med tjänsten, så sprids nöjdheten till arbetarna samt ägarna men detta gäller inte alltid. (Edvardsson & Echiverri, 2012, s. 268-269)

Kvaliteten på en tjänst kan i vissa fall vara svår att definiera och mäta innehållet i, till skillnad från en konkret vara som man kan röra vid. Tjänster består ofta av olika deltjänster och kunden värderar ofta helheten av tjänsten istället för att värdera deltjänsterna skilt. (Bergman & Klefsjö, 2001, s. 30-31)

2.2.1 Kvalitetsdimensioner

Under en tjänst uppstår produktionen och konsumtionen av tjänsten samtidigt, och det som händer under denna kortare stund avgör hur tjänsten upplevs av kunden. Grönroos (1983) modell (se figur 2) beskriver att av tjänstekvalitetens dimensioner ingick det teknisk kvalitet och funktionell kvalitet. Tekniska kvaliteten är ”vad” kunden får eller vad för tjänst som erbjuds och hur saker skötts före att man får själva tjänsten. Till exempel en flygresor från Helsingfors till Köpenhamn. Funktionell kvalitet i sin tur är ”hur” man fått tjänsten som incheckningen på flygfältet och hur kunden har tagits emot av personalen. Detta svarar på frågan hur tjänsten blivit levererad till kunden. (Bergman & Klefsjö, 2001, s. 327)



Figur 2 Kvalitetsdimensioner av Grönroos (1984) modifierad av skribenten.

Vad kunden får av företaget som en tjänst berättar långt hurdan kvalitetsupplevelsen är. Inom företaget är detta oftast betraktat som den kvaliteten man erbjuder till kunden. Dock menar Grönroos att detta inte är allting som skall tas i beaktande. Det som kunden får är bara en kvalitetsdimension av flera dimensioner, i detta fall är vad den tekniska kvaliteten. Den tekniska kvaliteten kan ibland även kallas för ”resultatkvalitet” men jag använder mig av uttrycket tekniska kvaliteten i denna undersökning. När kunden får sin tjänst uppstår det ett antal interaktioner mellan tjänsteleverantören samt kunden och på grund av detta kommer den tekniska kvaliteten inte att beskriva hela kvaliteten som kunden upplever att hen fått. Kunden kommer självklart att påverkas av **hur** tjänsten har getts till denne. Hur, kan man kalla för processens funktionella kvalitet, eller med benämningen process kvalitet. Till den funktionella kvaliteten räknas personalens bemötande och uppträdande, hur de utför sitt arbete, vad de säger och hur de säger det, detta kommer att inverka stort på hur kunden upplever tjänsten. Det finns såklart även chansen att andra kunder inverkar på hur kunderna kommer att uppleva tjänsten. Detta kan vara att andra kunder får sin tjänst utnyttjad samtidigt och det skapas köer, och det blir en känsla av att andra stör en. Men det kan även leda till en positiv uppfattning av tjänsten i form av small -talk kunderna emellan. (Grönroos, 2008 s.81-82)

Företagets image finns även insatt i figur 2. Enligt Grönroos spelar imagen en relativt stor roll om tjänsteföretaget, resurserna och verksamhetsprocesserna är synliga för kunden. Och detta kan inverka på kvalitetsupplevelsen på flera sätt. Om företaget har en bra image, kan det hända att mindre misstag förlåts lättare av kunderna. Om det uppstår ofta misstag kan företagets image ta skada, och om företaget har en redan dålig image bland kunderna kommer antagligen misstag att orsaka större skada till företaget än vad fallet annars skulle vara. De två kvalitetsdimensionerna samt företagets image far sedan ihop till den så kallade totala kvaliteten enligt kunden. (Grönroos, 2008 s.82)

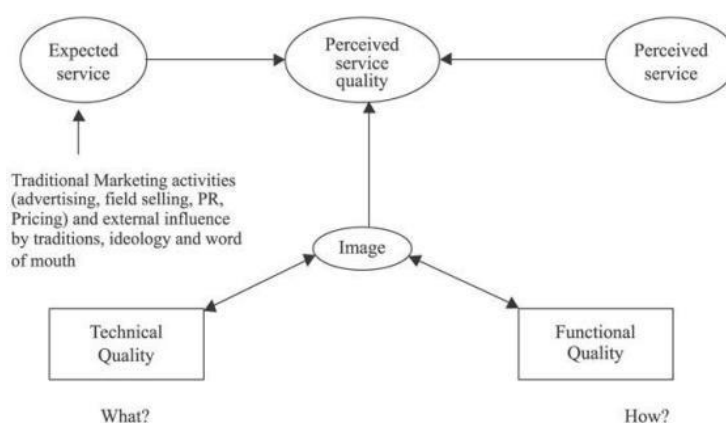
Många olika forskare har tänkt att man skulle kunna utvidga Grönroos modell. Grönroos har själv nämnt om exempelvis Rust och Oliver, dessa tänkte att man skulle kunna tillägga den fysiska miljön som en tredje dimension. Detta betyder att vad och hur skulle få sällskap av dimensionen **var**. Upplevelsen av en tjänst inverkas stort på den fysiska omgivningen, exempelvis en sliten lokal inverkar stort på upplevelsen av hela tjänsten, oftast inte på ett positivt sätt. Enligt Grönroos är ändå **Var** dimensionen redan en del av **Hur** dimensionen. Men Grönroos håller visserligen med om att man skulle kunna göra en tydligare skillnad mellan dessa genom att dela dem in i två skilda dimensioner. Denna dimension skulle man kunna kalla för servicelandskapets kvalitet, enligt Bitners begrepp ”servicelandskap” som används för att beskriva olika element i servicens fysiska omgivning. (Grönroos, 2008 s.83)

Flera andra forskare har även skapat kvalitetsdimensioner vilka är välutförda för tjänster. Ett exempel kan nämnas Zeitham (1990) beskriver att kvalitetsdimensioner på en tjänst delas in i åtta olika delar: pålitlighet, trovärdighet, tillgänglighet, kommunikationsförmåga, tjänstvillighet, artighet, inlevelseförmåga och omgivning. Men i denna undersökning kommer jag att använda mig av Grönroos modell för kvalitetsdimensioner. (Bergman & Klefsjö, 2001, s. 32)

2.2.2 Förväntad och upplevd kvalitet

Kvalitet kan nämnas som ett sätt att tillfredsställa kunders olika behov, och kvaliteten kan även sägas vara en av företagets viktigaste framgångsfaktorer. Det är viktigt att alla företag känner till hurdana förväntningar kunderna har. Förväntningarna påverkar kundernas upplevelser positivt men även negativt. Människornas förväntningar förändras hela tiden, till exempel högre levnadsstandarder orsakar att personer kräver mer. Passagerare med special behov har även höga förväntningar av den betjäning de kommer att få, och därför spelar det en stor roll att se till att personalen på ett tjänsteföretag beaktar alla passagerares behov. (Tawlar, 2011)

I förra stycket presenterades att de grundläggande kvalitetsdimensioner är vad och hur en tjänst ges åt kunden, och att tjänsten är för det mesta en subjektiv upplevelse, alltså att man kan tycka olika om samma tjänst. Men upplevelsen av en tjänst är inte så här enkelt att beskriva. Det finns fler faktorer än kvalitetsdimensionerna som bestämmer om upplevelsen av tjänsten är bra, dålig eller neutral. Fi-



Source: Grönroos (1984)

Figur 3 Grönroos (1984) tjänstekvalitetens dimensioner (citerad Nitin & Deshmukh, 2005a)

gur 3 visar hur olika kvalitetsupplevelser med traditionell marknadsföring resulterar i total upplevd kvalitet. Kundens upplevelse av kvaliteten upplevs som bra när kundens erfarenhet av kvaliteten (perceived service) motsvarar den förväntade kvaliteten (expected service). Om förväntningarna är skyhöga, alltså orealistiska kommer den upplevda kvaliteten oftast att vara dålig. Som det kommer fram i figur 3 baserar sig förväntade kvaliteten på flera faktorer: marknadskommunikation (*marketing activities*), *word of mouth*, *image*, pris (*pricing*) och kundernas behov och värderingar. (Grönroos, 2008 s. 84, 85)

Marknadskommunikationen omfattar allt från reklamerna, webbplatser och internetkommunikation. Men här inverkar inte Aviators egna marknadsföring på slutkunden (alltså passagerarna), detta för att i de flesta fall är flygbolagens tjänster utnyttade till

groundhandling företag som Aviator. Alltså Aviator säljer sin tjänst till flygbolag (B2B) medan Aviators tjänster är B2C för flygbolagets kunder. De flesta passagerarna är antagligen inte medvetna om tjänstens uthyrning så då inverkar flygbolagens marknadsföring mer på den förväntade kvaliteten än vad Aviators marknadsföring gör. Faktorerna som *image* och *word of mouth* samt *PR* kontrolleras oftast indirekt av företaget. På samma sätt som marknadsföringen. Som det nämnts i kapitel 3.3.1. inverkar *image* även av de tidigare erfarenheterna (var och hur). Till slut inverkas även den förväntade kvaliteten på kundernas värderingar och behov vilka är subjektiva för varje enskild passagerare. (ibid)

Om företaget i sin marknadsföring lovar för mycket, och man kan inte nå dessa orimliga standarder inverkar detta negativt på hur tjänsten upplevs fast tjänsten annars skulle vara kvalitetsmässigt bra. Detta kan vara i viss mån problematiskt när flygbolagen outsourcar tjänsterna på flygfälten till ground handling företag som till exempelvis Aviator. Om ett ground handling företag har flera olika flygbolag som de sköter kan det bli svårt att följa alla flygbolags riktlinjer om hur kunderna skall bemötas. I slutändan nås inte den totala upplevda kvaliteten endast genom den tekniska (vad) och funktionella (hur) kvaliteten. Utan den beror mycket på glappet mellan förväntade kvalitet och kundens erfarenhet av kvaliteten. När dessa två är sedan jämna så sägs det att kunden uppnår den totala kvaliteten som god. (ibid)

Som det kan ses i figur 3, har kundernas förväntningar en stor inverkan på hela kvalitetsupplevelsen. Om tjänsteföretaget lovar mycket och inte kan hålla allting de lovar, blir kundernas förväntningar för höga och de upplever att tjänsten inte är av god kvalitet. Enligt Grönroos (2008) kan en tjänst alltså vara objektivt av god kvalitet medan den subjektivt är av dålig kvalitet. Därför kan det ofta vara bra att lova mindre i marknadsföringen, och då kommer kunderna i alla fall inte att bli besvikna. Som sagt finns det en större chans att problem uppstår när tjänsten är oftast outsourcad till ground handling företag. En annan sak som är bra med att lova mindre under marknadsföringen är att det är större chans att man överraskar kunden med bra kvalitet. Detta leder antagligen till högre lojalitet och medför upprepade köp av kunden än vad en tjänst som varit helt ok kvalitetsmässigt skulle ha medfört. Till exempel om flygbolaget har sagt åt kunderna att

PRM passagerare får ombordstiga planet först, men av olika skäl görs inte detta utan de ombordstiger samtidigt som andra passagerare. Detta kommer antagligen att ge en dålig bild av företaget, fast all annan betjäning varit bra. (Grönroos, 2008 s. 86) Fast Grönroos säger att lova mindre och ge bättre kvalitet, skall man ändå vara försiktig med att lova för lite. Man vill ändå inte skrämja bort kunderna.

Det finns flera andra forskare som även forskat om förväntad och upplevd kvalitet. Hit kan exempelvis nämnas Fodness och Murray (2007) vilka konstaterar att passagerares förväntningar och upplevelser på flygfält delas in i tre olika delar, dessa är tjänster, personal och omgivningen, och dessa delas sedan in i olika underrubriker.



Figur 4 Passagerares förväntningar på flygfält (Fodness & Murray, 2007)

I denna undersökning kommer den viktigaste delen vara personalen (*service personnel*) när man riktar sig på hur rullstolsbundna passagerares behov bemöts av Aviators personal, och hur de kunde förbättra sig. Enligt Fodness och Murray delas personalen in i tre stycken underrubriker. Dessa är *attityder*, *beteende*, och *expertis*. Attityd och beteende är de två viktigaste, hur personerna tas emot, får de den service de behöver, och att man respekterar alla kunder på lika sätt. Expertis behöver inte alltid vara den viktigaste men det är alltid bra för att upplevelsen skall bli bättre. Om man är ny på arbetet kan man ju inte vara expertis direkt, men det är något som man lär sig, medan attityder och beteende kan man själv lätt inverka på bara genom arbetarens personlighet. (Fodness & Murray, 2007)

3 METODBESKRIVNING

Det finns många datainsamlingsätt då man forskar i något ämne. Det är upp till forskaren att hitta en passande forskningsmetod för att nå det mest trovärdiga resultatet. De två viktigaste metoderna är kvalitativ och kvantitativ undersökning. Kvalitativ undersökning är fördjupad till korrespondentens åsikt, och genomförs oftast i form av en intervju, och används då forskaren behöver ett mer djupare svar på sin fråga. Med en kvalitativ intervju har forskaren även möjlighet att styra intervjun på önskvärt sätt. Dåligt med denna typ av forskning är att forskaren lätt kan missförstå respondenten. I en kvantitativ undersökning använder man sig av en större mängd respondenter, oftast i form av en enkätundersökning. I en sådan undersökning svarar respondenten oftast med siffror från 1-5 (väldigt dåligt till väldigt bra), vilket kan ofta leda till feltolkning av svaren, dessutom kan man inte gå alltför djupt i undersökningen men det behövs heller inte alltid.. Resultaten fås ut lättast som siffror och tabeller och läses ut i SPSS. (Christensen et al. 2010: 69 – 71)

3.1 Val av metod

Jag valde att göra kundnöjdhetsundersökningen bland PRM- passagerare genom en kvalitativ undersökning med semistrukturerade intervjuer. I en semistrukturerad intervju följer man en viss plan på vad man skall ställa för frågor, men man behöver inte följa den till 100%. Orsaken varför jag valde att göra undersökningen genom kvalitativa intervjuer är att då skulle jag få en mer realistisk bild av vad passagerarna faktiskt tyckte om servicen, och då kan man även läsa mellan raderna, och ändra på frågorna under intervjun för att få mer ut av passagerarna. Även det att respondenterna är begränsade till 0,3% av alla passagerarna så anser jag att jag inte kan få tillräckligt med korrespondenter att svara på en enkätundersökning Jag satte som mål att intervjua tio PRM- passagerare, och sedan analysera intervjuerna med hjälp av teorierna. Intervjuerna transkriberade jag och dem finner man i bilagorna i detta arbete.

I alla intervjuer bör man ha en frågeguide, som man strävar efter att följa i stort sätt men man kan ändra på formuleringen av frågorna, och ställa följdfrågor beroende på vad respondenten svarar.

3.2 Frågeguide

Jag strävade efter att få tio respondenter som alla kommer att svara på samma frågor. Planeringen av frågeformuläret börjades i mars 2015. I april presenterade jag intervjufrågorna till handledaren samt uppdragsgivaren och efter några små förbättringar var den i skick. Intervjufrågorna gjordes på svenska, finska samt engelska, i hopp om att få åsikter från olika nationaliteter. Den engelska versionen var den som jag hoppades få använda mest utav så jag tog även kontakt med en engelsk språkig kompis som kollade att språket var korrekt engelska, samt att frågorna förstods korrekt.

Jag försökte ställa mina frågor enkelt, så att de förstods lätt, och att passageraren uppfattar dem även, att man inte behöver förklara någonting ”onödigt”. Detta för att det skulle gå smidigare samt att på flygfält är det alltid tight med tiden, så att passageraren är redo för ombordstigning när den började. Frågorna gällde självklart endast check-in, hur de blev mötta, hur respondenten tilltalades, och hurdana erfarenheter de tidigare haft. Frågeguiden finns i slutet av detta arbete.

3.3 Respondenterna samt genomförandet

Undersökningen ägde som sagt rum på Helsingfors flygfält under hela sommaren, och intervjuerna gjordes efter säkerhetskontrollen, vid ombordstignings området. Det var planerat från början att först efter säkerhetskontrollen, för att oftast är det lugnare vid ombordstignings området, samt att L&T, som hjälper rullstolsbundna, vill ofta komma efter dem från check in ganska snabbt så att passagerarna faktiskt hinner till flyget. Tidpunkten för intervjuerna var allt från kl. 05:00 på morgonen till kl. 21:00 på kvällen. Det var i eget tycke en utmaning att göra intervjuerna, p.g.a. att det var så få personer som åkte som PRM passagerare. Totalt fick jag tio respondenter vilket var målsättningen, och tre personer ville inte delta överhuvudtaget och en person kom så sent till porten att ombordstigningen hade börjat så jag valde att inte intervju hen. Så det blev en lyckad intervju med tio respondenter av potentiellt fjorton. Av de tio som deltog i intervjun var majorite-

ten män, sju stycken, och tre kvinnor. Inga andra personligare frågor ställde jag respondenterna, exempelvis ålder, vilket land de är från, dels för att hålla dem som anonyma, men även för att spara tid till ”riktiga” frågor.

4 RESULTATREDOVISNING

I resultatredovisningen kommer jag presentera intervjuresultaten. Det som även nämnts tidigare så användes samma frågeguide för alla passagerare men frågeguiden anpassade sig ganska långt under intervjuens gång. För att göra detta lättförstått och att inte blanda med respondenterna har jag bestämt mig för att kalla respondenterna bokstäver. 10 respondenter, så detta betyder att det blev respondent A, B, C, D, E, F, G, H, I och J. Alla kunderna flög med Norwegian.

4.1 Första intryck

Respondent A, kom till check in i god tid och nämnde att det var inga köer. Vilket var en positiv överraskning. Kunden närmade sig en arbetare som stod vid Norwegian's diskar. Arbetaren frågade artigt att flyger ni med Norwegian, och efter jakande svar av kunden, blev hen dirigerad direkt till check in diskarna och samma person som gav första kontakten med kunden skötte sedan vidare check- in. Respondent A flög även första gången med Norwegian, och hört bra saker om flygbolaget förut.

Respondent B som även flög första gången överhuvudtaget, och nämnde att hen inte visste överhuvudtaget vad hen skulle förvänta sig. Hen hade även som respondent A hört positiva saker om Norwegian. Respondent B poängterade att det var en hel del kö, men till hans överraskning, när de gick och frågade en arbetare att hur de skall ta tillväga för att komma till flyget blev respondenten med sin dotter direkt dirigerade till vanlig check in diskar. Och B var nöjd med att det var bara en annan kund till vanlig check in, medan det var ett tjugo- trettio till den andra kön.

C respondenten var den ända som var BLND passagerare och kom under en tid som var relativt så lugn. Hen flög första gången med Norwegian och visste inte hur det går till med check in, alla flygbolag har ju nuförtiden helt olika regler. Hen tog sig mot bag drop diskarna, en som verkade arbeta för Norwegian, stod vid början av labyrinten och gav ingen som helst kontakt till kunden, så de fortsatte vidare med assistenten vidare längs labyrinten. Tills en annan som arbetare för Norwegian, kom och frågade dem om de flyger med Norwegian, och de blev tagna till vanliga check- in diskarna av denna person. Respondenten sade att detta var lite konstigt att den första personen inte ens hälsade på dem, men det dåliga intrycket räddades enligt kunden av den andra service personen.

Respondent D berättar att första intrycket med Norwegians check in var bara kaos, man visste inte alls vart man skulle gå. Respondenten berättar att hen varit i fel kö, alltså till self service bag drop, och hen nämnde att de var i denna kö i tio minuter före någon lagt märke till detta. Men efter detta blev de dirigerade till rätt kö, men enligt kunden var det väldigt dålig kundbetjäning att de blev satta till ändan av kön, så köandet började helt från början, från detta tog det ännu en dryga tio minuter före de fick komma till check in.

Respondent E, hade flugit flera gånger förut med Norwegian, men inte från Helsingfors flygfält. Hen nämnde att det verkade som köandet för Norwegian var smidigare på Helsingfors än på de andra skandinaviska flygfälten. Det gick snabbt, och de hade faktiskt mycket med personal.

Enligt respondent F var första intrycket med Norwegian väldigt bra, det var en hel del kö, till både bag drop, samt vanliga check in, men personalen lade genast märke till dem, och de blev anvisade till rätt kö. Fast det var ganska lång kö, så gick det smidigt och snabbt.

Respondent G flög första gången med Norwegian och hade hört väldigt mycket dåliga saker av flygbolaget från vänner. Men hen nämnde att första intrycket ändå var positivt. Inga köer och behövde inte göra self service check in.

Respondent H, anlände till flygfältet under rusningstid. Och de flög med Norwegian första gången, och var en grupp på fem personer. De visste inte av att de inte behöver

göra self service check in. Så de gjorde den med automaterna, och fick ombordstignings korten samt bagage etiketterna från automaten. Men när de ställde sig i bag drop kön, blev de dirigerade till check in diskarna, fast de redan gjort check in.

Respondent I var nöjd med första intrycket, det var även en hel del kö, men allting gick smidigt och första intrycket av personalen var att de var extra vänliga och hjälpsamma

Respondent J var även nöjd med servicen, de var även tidigt till flygfältet, så rusningstiden hade inte ännu börjat, allting gick smidigt till för hen.

4.2 Check- in

För respondent A gick check in även smidigt, check in agenten frågade de nödvändiga frågorna som ställs alla passagerare, om pass, vart de åker, om de har något att checka in etc. Personalen närmade sig enligt kunden de mer personliga frågorna professionellt och artigt. Tog reda på hurdan assistans man behöver, och arbetade snabbt även. Till slut bad de även att kunden kan vänta vid caféet som var mitt emot check in, och om Lassila & Tikanoja inte kommit inom tio minuter så kom och säga då. Det tog inte länge före de sen kom, och slutet av transporten till porten gick även smidigt. Personalens bemötande samt smidigheten på servicen var bra.

Respondent B var även nöjd med själva check in. Hade ett förbättringsförslag, de skulle kunna tala med lite högre volym, för nu var det enligt kunden lite svårt att höra vad de sade. Men det var bara en liten sak, annars var allting bra, vänlig, artig samt det märktes att kunden ändå visste vad den gjorde. Kunden ville även nämna att det var säkert den snabbaste check in de varit med om. De hade inte flugit med Norwegian förut men med andra flygbolag nog. I detta fall var personalens bemötande samt smidighet även bra, och servicen var bättre än förväntat.

Respondent C hade fått litet sämre bild av första intrycket, men det hela räddades av väldigt bra kundbetjäning. Kunden nämnde att det var även något problem med deras system, så det inte fanns information om att hen är PRM passagerare. Check in agenten bad om ursäkt för detta och att hen sätter in denna information i deras system. Efter några

snabba frågor om hurdan assistans var allting fixat. Bemötande av personalen var bra dock lilla misstaget som skedde först, och smidigheten var även bra. Servicen var som de förväntat sig.

Respondent D hade haft väldigt dåligt första intryck, och det dåliga intrycket för Norwegians check in fortsatte. Kunden nämnde att servicen inte alls var personlig, check in agenten verkade vara stressad, och ville bara få check in skött så snabbt som möjligt. Det frågades inte nästan alls några frågor av kunden. Kunden nämnde att detta ändå är ett kundbetjänings jobb, att lite kan man väl le, och det kostar inte mycket att önska kunden en trevlig resa. Positivt med servicen var ändå att check in agenten talade med kunden och inte med assistenten vilket händer på många flygfält. Kunden nämnde att resten av resan ändå gick helt ok. Men det viktigaste för check in, bemötande samt smidigheten uppnådde inte förväntningarna. Kunden nämnde även att check in personalen borde sköta detta bättre, Norwegian har ändå blivit valt i två år i rad som Europas bästa lågprisflygbolag.

Respondent E hade haft ett bra första intryck, och bra service fortsatte ända till slut. Det var inte mycket kö, och check in agenten hade tid att fråga lite frågor om hur deras resa överlag gått i Finland, och de var positivt överraskade för det har aldrig hänt förut. Det tog sen ganska länge för Lassila & Tikanoja att komma, nästan 20 minuter, och check in agenten ringde efter dem två gånger. Bemötande var bra, smidigheten var ok för att det tog länge för Lassila & Tikanoja.

Respondent F hade ett bra första intryck, av check in, och check in agenten var vänlig. Men det var busstransport till flyget, vilket de inte blivit informerade om vid check in. Och passageraren klarar av att gå själv genom bryggan till flyget men trappor lyckas han inte att gå upp för. Så sedan från porten var de tvungna att ringa efter Lassila & Tikanoja för att hjälpa dem in till planet. Enligt kunden är det en ganska viktig sak att meddela kunden om. Men kunden sade att det ingen större skada skedde ändå, för att misstaget korrigerades sedan vid porten. Och det var även samma person vid porten som vid check in, och hen bad om ursäkt sedan och sade att detta var helt hens eget fel, att det vad vi kan kompensera detta med är att ge en egen skjuts till planet och vi torde komma först in. Så

situationen räddades ganska långt vid porten. Bemötande samt smidigheten räddades från dåligt till bra, med bra kundbetjäning till slut.

Respondent G nämnde att hen var positivt överraskad med servicen. Hen hade hört negativa saker, men allting gick bra och smidigt. Nämnde att man inte ens märkte av att det var ett lågpris flygbolag. Smidigheten samt personalens bemötande var väldigt bra.

Respondent H hade med sina fyra vänner redan gjort check in och fått bagage taggarna. Så check in gick smidigt, vid diskarna frågade de bara om hurdan assistans de behöver, och de behövde inte någon speciell assistans. De fick ta med manuell rullstol till porten, vilket var överraskande, när de flugit förut har de alltid måsta checka rullstolen in som bagage redan vid check in. Smidighet samt personalens bemötande var bra.

Respondent I hade haft bra första intryck och check in gick bra, de var vänliga, och allting gick relativt snabbt. Men sedan bads de vänta vid caféet mitt emot check in diskarna och de blev tillsagda att de skall byta till flygfältets egen rullstol, och deras manuell rullstol checkas in redan vid detta tillfälle. Sedan när Lassila & Tikanoja kom sade de att på detta sätt görs det inte, utan kunden får alltid ta med sin egna manuell rullstol till flyget. Dels för att den är oftast bekvämare än flygfältets rullstolar, samt för att göra allting smidigare för kunden. Men enligt kunden var detta inte någon stor sak som check in agenten missade. Betjäningen var ändå bra, och de fick den personliga servicen som de ville ha.

Respondent J sade att det var den absolut bästa servicen de någonsin fått när de flugit. Det var kanske lite för vänligt, om man kan säga så. För det första märktes det att check in agenten tyckte om sitt jobb. Fick personlig service, talade direkt med kunden och inte med assistenten. Berättade vad som händer till näst, vilket håll porten är, och att han kommer vara själv vid porten och kommer att se till att vi kommer först in i planet. De hade även fått lite sämre platser i planet, ganska i mitten så check in agenten ändrade även deras platser till första raden, och sade även att planet inte är fullt så han blockerar platsen bredvid så att de får lite mer utrymme, när ingen annan kommer då att kunna välja den platsen.

5 DISSKUSSION

Intervjuerna samt teoretiska referensramen kopplas ihop i detta stycke. Först tas upp om tjänstedesign och sedan även om tjänstekvalitet.

5.1 Tjänstedesign samt tjänstekvalitet

Enligt Hautamaa (2011) är det viktigt när man planerar tjänster att alla kundgrupperna tas i beaktande, och att de som exempelvis behöver personlig betjäning får det även. Alla kunderna som jag intervjuade flög med Norwegian, och detta flygbolag har så att alla passagerare med special behov, behöver inte göra självbetjäning check in, utan de borde iallafall bli direkt anvisade till att använda vanliga check-in diskarna av personalen. Detta används bland annat för att göra check-in smidigare för dem samt att ge åt dem den personliga servicen de behöver. Många andra flygbolag använder sig av detta samma system. Detta har i alla fall lyckas med Aviator/ Norwegian, de ger den personliga servicen som PRM passagerarna behöver.

Enligt (Fodness & Murray, 2007), är det personalens attityd, expertis samt beteende vilket påverkar kundernas nöjdhet med personalen. Detta skulle nu ha gett ett dåligt första intryck av hela flygresan till en kund, när hen blev ”glömd” och inte dirigerad till rätt kö. Personalens beteende hade inte uppnått rätt standard. För BLND passageraren räddades situationen snabbt av att en annan arbetare kom och visade dem rätt väg. Många andra hade även uppfattat attityden samt beteende som bra exempelvis kunden som beskrev servicen som den bästa servicen de någonsin fått. Och när det var situationer var arbetarnas beteende var dåligt enligt kunden så visade det sig ganska klart att de inte varit nöjda med servicen överhuvudtaget.

Grönroos (2008) nämnde om att de viktigaste delarna i en tjänst är vad och hur tjänsten levereras till kunden. Och den viktigaste är hur alltså funktionell kvalitet. Och detta är allt från personalens bemötande till attityd osv. Grönroos nämnde att om andra kunder får sin tjänst utnyttjad samtidigt kan det inverka på den upplevda kvaliteten, och detta råkade ut för en respondent och enligt kunden skapade det en dålig bild av check in när det uppstod längre köer. Och de flesta respondenter hade tur med andra passagerare alltså inte mycket

av dem, och det kan även inverka på att de höll servicen som extra bra. Självt har jag märkt med min erfarenhet av flygbranschen att desto mindre med passagerare det finns desto nöjdare och gladare är oftast passagerarna. Grönroos nämnde visserligen att många som utnyttjar samtidigt tjänsten kan orsaka även att det blir en positivare upplevelse, i form av small talk, men detta stämmer antagligen inte så mycket med flygbranschen. Eller det kan även vara en kultur skillnad, kanske i ett land var small talk är väldigt vanligt kan det vara andra åsikter, men i alla fall i Helsingfors flygfält verkar det som fler människor leder till fler irritationsfaktorer, vilket orsakar sämre overall nöjdhet med servicen.

Många teorier nämnde även om att små misstag kan räddas av annars bra kvalitet, och detta stämde med några fall av respondenterna även. Och det är även ofta så att man minns bäst det som hänt sist under det att tjänsten blivit utnyttjad. Exempelvis om första intrycket är dåligt men resten av tjänsten är bra, blir overall nöjdheten med större sannolikhet bättre än om första intrycket varit bra, och sedan blir det dåligt till slut.

Fodness & Murray nämnde att det viktigaste med att servicen skall bli lyckad är personalens attityd, beteende samt expertis. Som redan nämnts av andra forskare är attityd och beteende tjänsten A och O. men expertisen då? Enligt respondenterna verkade det som allting varit ganska så som det borde. Om de hade åsikter att servicen var bra var det oftast just attityd och beteende som togs upp som det avgörande. Medan vice versa om det var dåligt togs det ganska långt upp att just attityd samt beteende var bristerna. När kunderna hade något att säga om expertisen var det oftast lite sämre men overall nöjdheten var ändå bra, trots att expertisen var dålig.

Fodness & Murray sade även att expertis inte är den viktigaste av de tre delarna, och exempelvis nya arbetare kan inte vara experter genast på sitt arbete. Så detta stöder att det var kanske inte så farligt att arbetaren inte var experter, men är mer som en påminnelse att se till att skola tillräckligt personalen så de vet exakt hur det går till. Och man lär ju sig av sina misstag även

Grönroos (2008) skrev även om förväntade kvaliteten på tjänster och hur det påverkar den upplevda kvaliteten, och nämnde att kvaliteten är bra när kundernas erfarenheter av kvaliteten motsvarar den upplevda kvaliteten. Många av kunderna som åkt förut hade höga förväntningar, och enligt dem motsvarade även servicen deras förväntningar ganska långt Enligt Grönroos (2008) är det även lättare att uppnå bra nöjdhet om förväntningarna

är låga. Detta stämde även ganska bra till med respondenterna svar. De som hade hört sämre saker om flygbolaget ansåg att servicen var bättre än förväntat, bara för att de var vänliga i check in. Så det stämmer ganska bra att om förväntningarna är låga krävs det inte mycket för att göra upplevelsen ändå till en positiv överraskning.

Grönroos (2008) nämnde även att prissättning samt word of mouth spelar väldigt stor roll när man väljer olika tjänster. Många av respondenterna nämnde just att prissättningen var en av orsakerna varför de valde just detta flygbolag, men sedan igen word of mouth, stämmer kanske inte så väldigt mycket in på i alla fall på flygbranschen, många av respondenterna hade som sagt hört dåliga saker men valde ändå att åka med Norwegian. Det kan även bero på att prissättningen hålls som mycket viktigare nuförtiden än på servicestandarderna.

5.2 Tjänsteutvecklingsprocess

På basis av föregående stycke tas i detta stycke upp hur Aviator kan förbättra på sin kvalitet med hjälp av Edvardssons (1996) tjänsteutvecklingsprocess. Edvardsson delade detta upp i fyra olika faser idé fas, projektbildningsfas, utvecklingsfas samt implementeringsfas. Här tar jag även med egna åsikter som jag lade märke till, men som jag inte fick med till intervjuerna, p.g.a. att respondenterna inte nämnde det/ eller att de inte råkade ut för dessa brister.

I stort sätt uppnådde servicen de standarder som kunderna förväntade sig så med tanke på det är det inte mycket som borde förbättras enligt kundernas synvinkel.

Kvaliteten var i stort sätt bra enligt respondenterna, men det fanns några saker som kan förbättras. Som det nämnts så var en kund totalt missnöjd med kvaliteten, och var i fel kö. Kunden nämnde att det inte var många arbetare, kanske tre eller fyra. Och detta kan vara en orsak varför kunden hamnade i fel kö, p.g.a. brist på personal. Om fyra arbetare var vid check in för detta flygbolag, var antagligen en och hjälpte med självbetjäning bag drop, en var möjligtvis vid check in disken samt två var och dirigerade personer till rätt kö/ samt hjälpa kunder med självbetjäning check in. I värsta fall är båda och hjälper kunder med självbetjäning check in, och då är det ingen som dirigerar kunderna till rätt kö. Och det kan hända att detta var fallet, och det skulle förklara varför kunden hamnade

i fel kö. O andra sidan skulle detta ha kunna hindrats med att exempelvis ha en sådan regel att av de två som dirigerar/hjälper till med självbetjänings check in. En av dem dirigerar kunder till rätt kö, och en hjälper till med självbetjänings check in. Då sker det inte misstaget att någon är i fel kö. Och under rusningstid, (05:00-08:00/1400-1700) kan man sedan ha fler personer som hjälper till med självbetjänings check in. Samt fler personer som sköter inchecknings diskarna för att köerna där skulle gå snabbare. Det med att ha åtminstone två personer som sköter check in diskarna är enligt egen åsikt viktigt, och några respondenter nämnde även att det var en hel del kö till check in diskarna, men respondenterna störcdes i stort sätt inte mycket av detta. Men när det är ganska långt PRM passagerare samt passagerare som behöver något extra, eller check in inte lyckas med självbetjänings automater så det tar lite längre att göra check in för dessa kunder så för smidighetens skull samt att det inte skall bildas allt för långa köer så är det bra om fler än bara en skulle sköta check in diskarna. Det som jag själv märkte att nästan varje dag vid rusningstid var köerna till de normala check in diskarna väldigt långa.

Sedan var det fallet med att kunden fick fel information av arbetaren, detta fall är ju oklart att varför kunden fick fel information, eller uppfattade kunden fel arbetaren. Men hursomhelst vi antar att kunden fick fel information av arbetaren. Och om detta är fallet så är det viktigt att Aviator under skolningstillfälle tar upp allt om hur proceduren går till med olika kundgrupper, som PRM passagerare.

En BLND respondent med assistent nämnde även att de blev dirigerad direkt till självbetjänings bag drop av en arbetare, men tack vare att det inte var andra passagerare märkte en annan arbetare detta och tog dem till check in diskarna. Detta är sedan igen oklart varför hen blev dirigerad direkt till fel kö, kanske den första arbetaren inte tänkte att en BLND passagerare räknas som en PRM passagerare, i så fall hade arbetaren inte fått tillräckligt med utbildning, så viktigt att även gå igenom med arbetare att vilka typer av PRM passagerare finns det och att alla PRM passagerare är berättigade att använda check in diskarna.

Det är även viktigt att minnas att berätta för kunderna all info som de behöver veta, speciellt om det är en PRM passagerare så är det viktigt att meddela denne om att det är busstransport till planet

En kund som var nöjd med servicen, nämnde ändå under intervjun att det är viktigt att arbetarna minns att tala tydligt, och starkt. Kunden hade lite svårigheter att uppfatta vad check in agenten sade, p.g.a. att denne talade ganska tyst, men poängterade ändå att servicen ändå var bra. Och detta kan vara som en liten påminnelse att minnas att tala till kunderna klart och tydligt, för det kan ge litet dåligt intryck om man inte uppfattar överhuvudtaget vad man säger.

Med tanke på att en kund upplevde check in agenten som irriterad och stressad så torde det vara viktigt att nämna att positivt inriktad personal höjer på kvaliteten och påverkar kundens upplevelse om hela check- in tillfället. Dessutom ger personalens munterhet mycket åt passageraren och den kostar ingenting för företaget. Personalens munterhet borde tas upp med jämna mellanrum för arbetarna för att hålla tjänstekvalitet hög.

6 AVSLUTNING

I detta kapitel tas upp vad som enligt mig har lyckas och inte lyckats med arbetet, tas upp om arbetets begränsningar, förbättringsförslag för vidare undersökningar. Även arbetets slutord finns i slutet av kapitlet.

6.1 Arbetets begränsning

För att jag avgränsade arbetet att gälla bara check in och PRM passagerare blev arbetet inte så brett som jag önskat mig. Jag insåg att det var ganska långt samma åsikter jag fick av passagerarna gällande check in, men under intervjuerna hade de överlag om hela flygfältet saker att poängtera om. Och detta kunde jag ju inte ta upp i arbetet fast det skulle varit intressanta saker och speciellt säkerhetskontrollen, caféerna, skyltning och parkeringsområdet hade de mycket åsikter om.

6.2 Förslag för vidare undersökning

Efter att gjort detta arbete insåg jag själv, att jag skulle ha kunnat och velat ta i tu med arbetet på ett annat sätt. Så om jag skulle ha en möjlighet att ändra på arbetet, skulle jag antingen välja PRM passagerare men skulle forska deras hela upplevelse av flygfältet, och inte bara avgränsa arbetet till check in. Eller om jag skulle hålla mig till check in, skulle det varit bättre att göra en kvantitativ undersökning, för att få så många passagerares åsikter som möjligt med. Och det blev ganska ofta lite problematiskt att passageraren kom ganska sent till porten, ombordstigningen hade nästan börjat när man blev klar med intervjun. Att om möjligt skulle de kunna intervjuas direkt efter incheckningen och inte ungefär en timme efter den vid port området. Jag hade själv förväntat mig att det skulle vara lätt att få tag på PRM passagerarna för intervjuerna. Men detta var inte fallet. 0,3% av passagerarna torde vara PRM passagerare, och av ungefär 45 000 passagerare per dag på

Helsingfors flygfält, betyder det att ungefär 135 passagerare per dag torde vara PRM passagerare. Och detta gjorde det svårt att exempelvis göra två intervjuer på en dag, exempelvis en dag som en passagerare nekade att delta i intervjun, skulle nästa PRM passagerare åka först om två timmar. Jag ansåg själv att detta begränsade arbetet lite.

6.3 Slutord

Undersökningens ämne valdes av mitt eget intresse för flygbranschen. Arbetet börjades med att tillsammans med uppdragsgivaren fundera ut ett lämpligt och viktigt ämnesområde. Undersökningens syfte blev att ta reda på hurdana förväntningar och upplevelser rullstolsbundna passagerare har och hur de tas emot av Aviator. Samt att hur Aviator skulle kunna förbättra på sin service om det finns brister. Teoridelen valdes i stort sätt på basen av syftet med undersökningen. Jag valde att ta upp teorier som behandlar tjänstekvalitet samt förväntad och upplevd kvalitet. Med allting så kan man gott säga att fick nog svar på syftet alltså hurdana förväntningar och upplevelser PRM passagerare har samt hur de blev tagna emot av Aviator.

KÄLLOR

Baron, S & Harris, K. 2003. *Services Marketing Texts and Cases*. New York. ISBN:0-333-7793-X

Bergman, B & Klefsjö B. 2001. *Kvalitet från behov till användning*. Lund. Studentlitteratur. ISBN: 91-44-01917-3

Christensen, Lars; Engdahl, Nina; Gräas, Carin; Hagund, Lars. 2010, *Marknadsundersökning. En handbok*. Lund. Studentlitteratur. ISBN 978-91-44-05529-9

Edvardsson, B & Echeverri P. 2012. *Marknadsföring i tjänsteekonomin*. Lund. Studentlitteratur. ISBN: 978-91-44-05974-7

Fodness, D: Murray B. 2007, *Expectations of airport quality*. Journal of Service marketing. s.492-506. Emerald Group Publishing Limited
Tillgänglig: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/08876040710824852> hämtad 13.1.2015

Grönroos, C. 2008, *Service management och marknadsföring, kundorienterat ledarskap i servicekonkurrensen*. Malmö. Liber AB. ISBN: 978-91-47-08861-4

Gustavsson, B & Kullvén, H & Larsson, P 1997: *Tjänstekvalitet- för kund, anställd och ledning*. Malmö. Liber AB. ISBN: 91-47-04011-4

Hautmaa, L. 2011, *Via Helsinki*. The Finavia magazine for Helsinki Airport travelers. *Your life is designed travelers*, nr 4, s 4.
Tillgänglig: http://archive.finavia.fi/files/finavia2/Julkaisut/Via-Helsinki_4_2011_LR.pdf hämtad 15.1.2015

- Kalajoki. M. 2012, Via Helsinki. The Finavia magazine for Helsinki Airport travelers. *Design Eases the Way*, nr 2, s 32.
Tillgänglig: http://archive.finavia.fi/files/finavia2/Julkaisut/Via-Helsinki_ENG_LR2_Final.pdf hämtad 15.1.2015
- Lappalainen T. 2015. Invalidiliitto ry, Socialpolitisk expert, Helsingfors, Intervju 20.3.2015 kl. 14.00- 14:45
- Nitin Seth S.G. Deshmukh Prem Vrat, (2005), *Service quality models: a review*, *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 22 Iss 9 pp. 913 – 949. Emerald Group Publishing Limited
Tillgänglig: <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/02656710510625211> hämtad 19.1.2015
- Tawlar R. 2011, Airport 2025- *rethinking the customer experience*, *Future travel experience*.
Tillgänglig: <http://www.futuretravelexperience.com/2011/11/airport-2025-rethinking-the-customer-experience/> hämtad 15.1.2015
- UNWTO, 2013. Recommendations for Accessible Tourism. PDF-fil. Tillgänglig: <http://dtxq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/accessibilityenok.pdf> hämtad 20.3.2015.
- Raulo, M. 2012. *Palvelujakin voi muotoilla*. Tillgänglig: <http://www.experiencebusiness.fi/osaamisklusteri/painopisteet/palvelumuotoilu.html> hämtad 15.1.2015
- SAS, 2015. *Personer med begränsad rörlighet*. Tillgänglig: <https://www.sas.se/allt-om-resan/resevillkor/prm/> hämtad 2.2.2015

BILAGOR

1. Intervjufrågor Svenska

Vart flyger Ni?

Med vilket flygbolag flyger ni

Har ni rest med flyg tidigare?

Hurdana erfarenheter har Ni tidigare haft?

Vilka bra erfarenheter har Ni tidigare haft?

Vilka dåliga erfarenheter har Ni tidigare haft?

Hur beskriver ni bemötandet av personalen?

Hurdan attityd hade personalen mot Er?

Tycker ni att personalen agera på ett professionellt sätt?

På vilket sätt togs era personliga behov i beaktande?

Beskriv servicen Ni fått som en helhet

Vad har Ni varit nöjda med servicen?

Vad skulle enligt Er kunna förbättras med servicen?

2. Intervjufrågor Finska

Minne lennätte?

Millä lentoyhtiöllä lennätte?

Oletteko lentäneet ennen?

Minkälaisia kokemuksia Teillä on ollut aiemmin?

Onko Teillä ollut jotain hyviä kokeuksia?

Entä onko teillä ollut jotain vähän huonompia kokemuksia?

Miten koit lähtöselvityksen ja lähtöselvityshenkilökunnan palvelun?

Minkälainen asenne henkilökunnalla oli?

Toimiko henkilökunta teidän mielestä ammattitaitoisesti?

Millä tavalla henkilökunta otti teidän yksilölliset tarpeet huomioon?

Kuvaile miten palvelu oli kokonaisuudessaan?

Mistä olitte erityisen tyytyväisiä?

Olisiko teillä parannusehdotuksia?

3. Intervjufrågor Engelska

Where are you flying to?

With which airline are you flying?

Have you flown before?

What were your experiences when you have flown before?

Has there back then been something particularly good?

Has there back then been something particularly bad?

How did you experience the check- in and the check- in personnel?

How was the personnel's attitude towards you?

Were the personnel in your opinion professional?

Did the personnel take into consideration your personal needs?

In your opinion how was the overall service?

What were you the most pleased with?

What could we improve even more on?

1. Intervju med respondent A

Så då sätter vi igång...vart flyger Ni samt vilket flygbolag?

A – jaa vi flyger med familjen nu till Stockholm med Norwegian Air

Har ni rest med flyg tidigare eller är detta första gången?

A – jag har nog rest några gånger förut... i europa.. men då har vi flugit med SAS... så de här blir faktiskt första gången med Norwegian

Var allting bra när ni flugit förut med SAS, allting gått då som det borde?

A – joo, de där nu sku ja säga så att allting gått bra, iallfall kommer jag ihåg om de varit något tokigt

Okej, så detta är då första gången ni flyger med Norwegian, har Ni hört någonting om detta bolag, exempelvis om servicen etc?

A – Jag har hört av vänner att detta är ett bra bolag, billiga biljetter, nya plan, servicen har jag hört att är bra, och att flygen är nästan aldrig full bokade så mycket utrymme lär det vara i dem... hmm... de e väll de va ja vet om Norwegian.

Okej, då går vi vidare till själva incheckningen idag, om hur servicen var. Vad var första tanken eller intrycket när ni kom till incheckningen?

A – Det var ju ganska mycket utrymme där, och incheckningen till Norwegian hade säkert just öppnas för där var inga köer, sedan var där den där killen vid den där ingången till check in, när vi kom där fråga han flyger vi med Norwegian. Vi for sedan till check in där var den görs, och följdes av den här killen, och under tiden fråga han vart vi flyger, och bad redan då att ta fram legitimation fram...

Okej, då själva check in tillfället sköttes då av samma person?

A – joo

Gick detta även lika smidigt som början?

A – joo jag e nog nöjd med det även, killen frågade frågor som hurdan assistans jag behöver, och det gick snabbt även, snabbare än hos SAS, att hela sköttes på kanske 2 minu-

ter. Killen bad även oss att vänta sedan ännu en stund vid caféet som var bredvid Norwegians check-in, så han ringer efter assistans till oss, och det tog ju inte heller länge för dem att komma o skjutsa oss till porten.

Så allting gick bra? Enligt er var killen vänlig, och det märktes tydligt att han visste vad han gjorde, och allting var bra organiserat med check in?

A – joo så e de

Var det ändå någonting som skulle kunna förbättras med check in?

A – hmm, nä kommer nog inte på någonting som skulle kunna förbättras med check in, men märkte nog med hela flygfältet några brister.

Hurdana brister var det?

A – nå märkte att det var väldigt dålig skyltning över hela flygfältet, speciellt med säkerhetskontrollen, det lär finnas tre säkerhetskontroller där i terminal två och vi måste fråga hjälp om hur vi edes hittade en av dem.

Joo håller själv nog med om att det är väldigt dålig skyltning på flygfältet, och hoppas på att de fixas på något sätt. Men hej, eran boarding torde börja här så småningom, så jag vill tacka för intervjun, och önskar er en trevlig resa tillbaks till Stockholm.

A – så lite så de va trevligt att vi kunde hjälpa, hejhej

2. Intervju med respondent B

Så då sätter vi igång...vart flyger Ni samt vilket flygbolag?

B – hejhej, jo alltså det där flyger nu till Alicante med Norwegian, med dottern min samt dotterns son.

Har ni rest med flyg tidigare eller är detta första gången?

B – detta är faktiskt nu första gången jag flyger, dottern har flugit förut, men inte jag. Det är väll på tid att jag även får flyga nu.

Okej, så allting är nytt då.

B – javisst lite spännande är det nog

Okej, så detta är då första gången ni flyger över huvudtaget, har Ni hört någonting om detta bolag, exempelvis om servicen etc?

B – jag har nog hört bra saker, det är dottern min som åkt ofta till just Spanien och hon har haft alltid bra erfarenheter från Helsingfors, och då har hon just flugit med det här Norska flygbolaget, men själv vet jag inte riktigt vad jag tycker om såna här lågpris bolag, man måste betala för allting, det skulle ju vara lättare om man bara betalar en summa o sen får man allt det goda med.

Joo, många flygbolag har ju övergått till detta att betala för allting skilt... Men hursomhelst så går vi vidare till själva incheckningen idag, om hur servicen var. Vad var första tanken eller intrycket när ni kom till incheckningen?

B – det första vad man märkte att det var långa köer, och då sade jag även till dottern min att jag orkar nog knappast int nog köa där. Men till vår överraskning blev vi dirigerade direkt till vanlig check in kön, de andra måste tydligen göra med de där automaterna, och det var ju väldigt trevligt att se att där var ju bara en annan framför oss i kön, medan vad skulle det varit.... 20- 30 i den andra kön.

Så detta gick visst då ganska smidigt, och snabbt?

B – joo någon nytta har man väll av det att jag rör mig så långsamt framåt

Gick själva incheckningen lika smidigt?

B – joo de gick bra nog, att tjejen som checkade oss in till flyget var snabb, och frågade just säkert helt nödvändiga frågor, om vi behöver hjälp att komma fram till porten eller klarar vi oss själva, och inga assistans behövdes heller när jag ändå har min dotter som hjälper.

B's dotter – ursäkta att jag avbryter men jag vill poängtera att det var säkert den snabbaste incheckningen någonsin, och inga onödiga dröjningar, så extra poäng för det.

Okej det är ju bra o höra, så allting verkade ha gått väldigt bra, var det någonting ni var just extra nöjda med?

B – det måste vara just den här smidigheten , att det gick så snabbt, att om vi skulle köat i den där långa kön så skulle de knappast gått lika snabbt.

Var det då något som skulle ha kunna förbättrats med incheckningen?

B – hmm tjejen talade ganska sakta så var lite svårt för mig o höra vad hon sade ibland, men dottern hörde tydligen ganska bra allting när du han svara på alla frågor. Så kanske att påminna dem om att tala tydligt och högt. Men det var ändå bra allting. Sen var det med flygfältets parkeringsplatser dåligt, när vi kom med bil och lämnade den på parkeringen så den är långt bort från terminalen, så det är lång väg o gå. Men det åkte nog en buss där runt men den väntade vi på i 15minuter.

Det borde de få nog lite bättre ordnat. Men hej det var inte längre än det här den här intervjun, då vill jag bara tacka för eran tid, och önska er en trevlig semester i Spanien.

B – joo tack själv, och joo vi ska ha det skönt, lär ju vara ganska varmare där en hit i Helsingfors.

Det är det säkert hejhej.

3. Intervju med respondent C (engelska)

So where are you flying to and with which airline?

C- I'm flying with my friend, back home to Madrid, Spain. With Norwegian of course because of the price.

Have you flown before with Norwegian?

C- no no, this is the first time with this plane (airplane), but we have fly with other companies before but not to Finland.

Have you heard anything of the service of Norwegian, like overall on-board service, the employees etc.?

C- well this is apparently a low- cost airline, you buy everything separately, so the first time with one of those, I haven't heard anything no

So everything is kinda new then?

C- yes

So let's continue to the service that you got today how was it? The first impressions of the check- in?

C- well firstly there was no other passengers which made it easy to find the check in. Then with my friend walked towards the check in counters, because we didn't know what to do... there was one that seemed to work for Norwegian, that was standing at the beginning of the standing area, but she didn't say anything to us. Just let us walk forward. Then there was this other employee that came walking towards us, and asked where we are flying to and then he took us to the counter to check in. It was indeed a little bit weird that first employee that she didn't do anything say anything.

Okay, so it could have been a little better, but how was the check in then?

C- well the guy was really nice and kind and helped us really a lot, but there was some kind of problem with their check in system, there was no info that I was a blind passenger, but the guy fixed the thing and put the info in the system. And he asked if we need any help, and he explained also where the boarding gate is.

So overall everything seemed to be good, but something could also be improved?

C- yes, that is right, overall was good, some small things could be improved, like it seemed a little bit like the girl didn't want to be there where she was, and it doesn't cost a lot to smile and say good morning or something like that, but otherwise yes it was a good experience

Well thank you very much, this is actually all the time we have now when the boarding is starting just in a few moment, I wish you a pleasant flight and thank you.

C- okay no worries, bye

4. Intervju med respondent D

Så då sätter vi igång....vart flyger Ni samt vilket flygbolag?

D- joo de där vi far med norwegian till köpis

Har ni rest med flyg tidigare eller är detta första gången?

D- ganska mycket ha jag flugit men joo första gången nu med Norwegian...

Har ni hört någonting om Norwegian förut angående servicen?

D- de ha varit lite tudelat det man hört, nån ha nog sagt att de varit helt bra, men de flesta ha nog väll sagt att något problem e de med flygbolaget, de talar inte alls svenska eller finska på flyget etc.

Jo de har väll en hel del utländsk personal nog, men hur som helst, nu skall vi lite titta tillbaka på hur servicen var vid incheckningen idag, hur var liksom det här första intrycket?

D- vet nu int helt om vi hade bara otur med allting med det var jätte dåligt. Nå där var ju jätte mycket människor samtidigt som vi, och då när ingen av oss flugit med norwegian förut inte visste vi vad man skulle göra, så vi ställde oss i kön som verkade gå till check in diskarna. Efter att vi köat där i en ca. 10 minuter så kom ju en arbetare och fråga att har vi gjort incheckningen... och sedan fråga att vem alla reser i samma grupp?... vi sade att de är vi tre som åker. Efter detta blev vi satta i en annan kö helt i ändan av den, och säkert lika länge köade vi i den kön ännu före vi kom fram. Om det skulle varit bra kundbetjäning skulle vi för det första inte hamnat i fel kö från början och sedan skulle vi enligt mig i alla fall komma förbi kön till den där vanliga check in.

Okej, allting gick då inte helt som planerat.. men hur var det då med själva inchecknings tillfället?

D- det var ju inget bättre det heller, arbetaren som sedan checkade in oss verkade vara stressad, kanske p.g.a. att det var så mycket köer, och det verkade som hen försökte få allting skött på rekord tid. Hen talade nästan inte alls, ställde bara några frågor just att

vart vi flyger, och sedan gjorde han check in snabbt. Men det är ju ändå ett kundbetjänings yrke så lite kan man väll le.

Okej, men fanns det någonting som skulle vara lite positivare?

D- hmm joo de ända va ja kan tänka mig på att när de frågade hurdan assistans jag behöver så då frågade de det direkt av mig på många flygfält frågar de det direkt av assistenten. Men joo de borde ha varit bättre service, Norwegian har ju ändå blivit valt till det bästa lågpris flygbolaget i Europa, så någon form av standarder borde de väll ha.... nå hoppas de e bättre sedan när vi kommer tillbaka.

Det hoppas jag även på att ni skall få en lite trevligare upplevelse av incheckningen, men det var inte destu mer frågor jag har, om ni har något att tillägga så får ni självklart göra det.

D- Måst bara säga att sen resten av resan gick bra till porten, att en annan lite negativ sak, som vi märkte när vi skulle fa på café att det finns nästan inga sittplatser på cafén...okej det här har nu int med incheckningen o gö men hur som helst. Tack tack för intervjun

Javisst okej tack själv för att ni deltog trevlig resa.

5. Intervju med respondent E

Så då sätter vi igång...vart flyger Ni samt med vilket flygbolag?

E- Jag flyger nu med Norwegian med min fru, till Mallorca

Har ni rest med flyg tidigare eller är detta första gången?

E- vi har flugit många gånger till vårt hus i Mallorca, och nästan alla gånger har vi flugit med just Norwegian, just för att detta är säkert det ända inte charter fluget dit från Helsingfors. Och några gånger har vi även med Norwegian flugit till Stockholm och Oslo.

Hurdan har servicen varit förut?

E- den har varit bra, och just därför flyger vi även med detta, det här e ju även ett av de ända flygbolagen som har någon form underhåll under flyget som vi flugit med. Och ett av de billigare alternativen är detta även.

Okej, detta är ju trevligt att höra, hur var då själva incheckningens första intryck idag när ni anlände till flygfältet?

E- Det var lika bra som förut, det var en hel del kö, men vi kom som vanligt förbi kön till den där s.k. vanliga check in, och de hade ju mycket personal även. Det var överraskande två arbetare som skötte vanliga check in så det gick ju även snabbt på ca fem minuter var det väll så var det redan vår tur. Vet inte men det verkar som om det blivit smidigare hela check inen. Iallafall är det smidigare än på Mallorcas flygfält, och jag tycker även att det är smidigare än på Stockholms samt Oslos fält.

Sedan när ni kom vidare till vanliga check in, hölls det samma standarder som förut på servicen?

E- Det var bra, hon frågade om just vart vi skall åka, och sedan till vår överraskning blev det även lite small talk även. Vi är ju bosatta i Mallorca och var ju på semester så att säga i Finland, och hon frågade då exempelvis hur vi haft det i Finland. Hon bad oss sen till slut att sätta oss ner vid det här spoon caféet bredvid check in. Så ringer hon efter assistans. Vi hamnade nog sen vänta länge 20 minuter på att någon kom för att söka oss, och vi bad check in personalen att ringa på nytt efter dem vilket de gjorde, men de kom sen till slut. Det var kanske det ända negativa med hela check in, men det var ju inte Norwegians fel, det var ju en utomstående firma som skötte om skjutsen från check in till porten.

Okej så allting verkar som det gått riktigt bra, finns det något som ni vill tillägga ännu, annars är det slut på intervjun.

E- Det har nog nu kommit tror jag allting som hände där under check in...hmm... joo de va nog lika bra som alltid.

Okej, men hej då tackar jag för att Ni hade tid för intervjun, och önskar er en trevlig hemresa till Mallorca.

6. Intervju med respondent F (Engelska)

So where are you flying to and with which airline?

F- We are flying back home to London Gatwick with Norwegian

Have you flown before with Norwegian?

F- Yes indeed we have, when we flew into Helsinki we flew from Gatwick to Helsinki via Stockholm. So that was the first time with Norwegian. Usually we always pick the low cost airlines, but Ryanair nor Easyjet flies to Helsinki so it was obvious we take Norwegian. Myself I don't like those overpriced airlines like British, or Finnair was also expensive.

So how was the experience when you flown before with Norwegian?

F- Overall it was good, it is a low cost airline what do you expect? Surprisingly they had in flight entertainment, and the service is good.

So let's continue to the service that you got today how was it? The first impressions of the check-in?

F- The first impressions were really good there was a bit que, but the staff told us that we don't have to do the self-service check in, usually we even have to do it with Ryanair, so they told us to wait in the que to the normal check in counters. We didn't have to wait a long time before it was our turn... and the check in agent was also very polite and friendly. We told him that we don't need any assistance to board the aircraft. But the everything started to get a little bit worse, he didn't tell us that it was a bus transportation to the aircraft, and in that case we need assistance. Now fortunately the same guy was at the gate, and just before the interview we talked to the gate personell, and what they now he told us that it was completely his own fault. And the only thing they can do now, is call for assistance to the gate, and we will also apparently get our own ride to the aircraft which is nice. And be able to board first. And this is actually good service, he saved the situation with this.

So everything was good then at the end?

F- yes, really good, and it seems that we are starting the boarding now.

Okay, yes apparently the boarding is starting, so I wish you a pleasant flight and hopefully in Gatwick there is as good weather as here.

F- most likely not.. but thank you very much mate.

7. Intervju med respondent G

Så då sätter vi igång...vart flyger Ni samt med vilket flygbolag?

G- Hejhej, jo de där vi flyger till Oulu med Norwegian

Har ni rest med flyg tidigare eller är detta första gången?

G- jag har rest förut med flyg men inte med norwegian, två gånger har jag åkt till Oulu , men då har jag flugit med Finnair, men på grund av priset blev det Norwegian idag.

Har Ni hört någonting om Norwegian förut angående exempelvis servicen?

G- en hel del har jag nog hört, att flygen blir lätt inställda, estnisk personal, och att de inte bryr sig om kunden. Och sen är det ju det att allting kostar skilt, men det passade mig nu när jag bara har min lilla ryggsäck med mig och omat eväät.

Nå hur var då första intrycket av incheckningen?

G- De var ju helt okej, inga köer och personalen sade genast att jag inte behöver göra self service check in, utan blev dirigerad till check in diskarna, så att jag fick tala med en person, och behövde inte chansa med automaterna.

Det låter bra, Ni kom säkert under en tid som inte var helt rusningstid säkert?

G- jo alltså jag var ju redan vid halv elva tiden på flygfältet men check in var inte öppen då ännu utan den öppnades lite före kl 11 och kom genast då fram till diskarna.

Okej, nå då kan vi gå vidare till själva check in tillfället hur var det?

G- det var även bra, unga killen som skötte check in verkade vara proffsig, skötte allting snabbt och bra, och frågade just frågor som att hurdan assistans jag behöver och kommer jag själv in till planet. Att mycket bättre än den servicen som jag fått när jag åkt med Finnair, att jag kommer nog att åka på nytt med detta bolag.

På vilket sätt var detta bättre än Finnair?

G- nå de där de e så att de är jätte fake Finnairs personal vad jag har märkt, att de verkade som om Norwegian hade äkta kundbetjänare, sådana som verkligen bryr sig om kunden, Och detta gav ju faktiskt jätte bra bild av servicen att jag hade ju hört en hel del dåligt men blev positivt överraskad.

Väldigt trevligt att höra att allting gick så bra som det gick, och om Ni inte har någonting att tillägga så är det inte mycket mer att tillägga för denna intervju.

G- Jo de där int har ja ju något speciellt mer att säga

Okej nå tack isåfall för intervjun och önskar er en trevlig resa.

G- tack tack

8. Intervju med respondent H

Så då sätter vi igång....vart flyger Ni samt med vilket flygbolag?

H- hejsan javisst de där öööh... vi flyger till Spanien till Alicante med Norwegian

Har ni rest med flyg tidigare eller är detta första gången?

H- vi har flygit nog med flyg tidigare men inte med Norwegian, med SAS, Finnair och vad hette den Spanair har vi flugit förut med...

Hurdan har servicen varit förut?

H- allting har förut varit bra vi har alltid fått personlig service vilket varit bra, inget dåligt att säga.

Nå nu skall vi i alla fall lite titta tillbaka på hur servicen var vid incheckningen idag, hur var liksom det här första intrycket?

H- nå det verkar som vi kom ganska bra under den värsta rusningstiden, och vi hade hört att man måste göra self service check in , så en av vår grupp gick o fråga hur vi skall göra o de sa att gör check in med automaterna... Nå detta gjorde vi sen och allting gick bra, vi fick ombordstigningskortet samt de där som man sätter på baggaget utprintat, sedan ställde vi oss alla till bag dop kön, och sedan blev vi därifrån sedan dirigerade till vanliga check in och vi kom genast fram till diskarna, att det var inga kö. Den här check in tjejen sade sedan att vi skulle inte ha behövt göra check in med automaterna att vi skulle haft rättighet att komma direkt hit. Men det gick ju ändå så lätt att göra den med automaterna att de va ju ingen större skada skedd...

Hur var sedan mötande av den här check in tjejen?

H- det var riktigt bra, vi fick ta även med våran egna manuella rullstol med hit till porten, vilket var överraskande i spanien har vi varit tvungna att checka den in redan vid check in som baggage. Det här är ju jätte bra, för iallfall i spanien är de där flygfältets rullstolar obekväma, så det är ju bra att man får ta den för sin egna bekvämlighet med.

Okej och överlag var allting bra sen?

H- Javisst, det var smidigt, och personalen verkad vara väldigt professionella.

Okej trevligt att höra, om ni inte har någonting mer att tillägga så avslutar vi intervjun nu, eran ombordstigning torde börja helt snart, och då önskar jag er en väldigt trevlig resa.

H- okej tack själv de va trevligt att tala om detta, ha trevlig fortsättning på dagen och hoppas du har nån nytta av detta.

Helt säkert viktiga saker kom ju nog upp här. Men ha trevlig fortsättning på dagen hejhej.

9. Intervju med respondent I (Engelska)

So where are you flying to and with which airline?

I - Hello so we are flying to Copenhagen and from Copenhagen to New York JFK

Have you flown before with Norwegian?

I – This is probably now my fourth or fifth time with this airline, a few days ago we fly in from Rome to Helsinki and stayed here for a few nights and now today going to New York, first time to the United States so a little bit exiting.

I can guess that. So how was the experience when you flown before with Norwegian?

I - It has been good the service is good, the all speak English, and the crew are always fantastic funny and everything. And the check in is like normal check in, has not been anything special to mention.

So let's continue to the service that you got today how was it? The first impressions of the check- in?

I - So there was a little bit of que, but not that much and we were not allowed to do the self-service check in but we got told that we can go past the que to the normal check in, which was the same procedure as in Rome so it was really smooth, because in that que there was no one we were first.

Okay that sounds really cool and great, then you got to the normal check in right? How was the service over there?

I – it was also good, but could have been better. It went good until they told us that we have to leave our manual wheelchair to be checked in at the check in, even though before we got to take it to the gate with us. But we thought this is some new regulations and we didn't care. So we were told to wait at the cafeteria by the check in so someone would bring us the airports own wheelchair. But when the guy came with the wheelchair, he told us that this is not normal procedure and that we can take the wheelchair to the gate, and the guy went to the check in counter and had a talk with the employee, and then we proceed to the gate. It wasn't really a big mistake, it just seemed that the employee didn't really know about the regulations.

Well good that it didn't ruin your trip, but do you have some tips on how we can fix these things that they don't happen again?

I – well for example just make sure that everyone knows about the regulations, with for example more schooling or training.

Do you have something more that you would like to add still?

I – not actually, it was still good overall even though that small mistake.

Okay, thank you very much for your time and hopefully you have a great time in New York.

I – Thank you very much. And have a nice day

10. Intervju med respondent J

Så då sätter vi igång....vart flyger Ni samt med vilket flygbolag?

J - Hejsan, jo det där vi flyger nu med Norwegian till Paris

Har ni rest med flyg tidigare eller är detta första gången?

J – jo visst har vi åkt mycket förut, själv åker jag kanske två till tre gånger om året, så jag är riktigt en erfaren resenär.

Hurdan har servicen varit förut har den varit överlag bra eller dålig?

J – överlag har servicen nog varit bra, såklart har det varit några gånger att flygen varit ganska mycket försenade som sedan inverkat på hela resan, men Norwegian har alltid hållit tiden så hoppas de fortsätter idag ännu på samma sätt. Det har ju ändå varit några strejker i början av förra vecka så alla flyg var väl inställda för nån dag.

Javisst de va strejk då på gång, och tyvärr vissa flyg var ju inställda men idag torde alla flyg åka normalt. Men hursomhelst så idag hur var då första intrycket av incheckningen?

J – det var faktiskt helt bra, det var inga som helst köer, och jag visste att jag inte behöver göra check in med automaterna utan får personlig service så jag tog mig direkt mot check in diskarna.

Okej tills vidare har allting tydligen gått bättre än förväntat sen hur blev det med själva inchecknings tillfället

J- Alltså det här var absolut den bästa servicen någonsin, har aldrig varit med om att en kundbetjänare är såhär engagerad i sitt yrke, och märks att han tycker om att göra sitt arbete. För det första var det hela tiden small talk mellan mig o honom. Och han berättade tydligt vad som han gör näst och vart vi skall ta oss efter check in, gav till och med tips på restaurang på flygfältet. Det som man även lade märke till att han talade direkt med mig och inte med min vän som fungerar som min assistent. Han nämnde även att han kommer själv att vara vid porten och kommer se till att vi kommer komma först in i planet. Och våra sittplatser i planet hade inte varit de bästa från början så han ändrade dem även till första raden, samt blockerade visst platsen bredvid så att vi skulle få en rad för oss själva. Detta blev nästan liksom övervänligt, men det var helt perfekt service, den bästa någonsin.

Okej det är väldigt trevligt att höra, har ni ännu något som ni vill tillägga?

J – kan jag ännu tillägga att perfekt service (haha), men hej tack till att ni orkade lyssna på mig.

Tack själv att ni ville dela med er av er positiva upplevelse tack väldigt mycket

J – jooo tack tack bordingen verkar även så småningom börja iallfall e de den tiden som det står på det här ombordstigningskortet.

Nå då skall jag låta er fortsätta er resa, ha de trevligt i Paris.

J – Tack de samma.