



TAMPEREEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

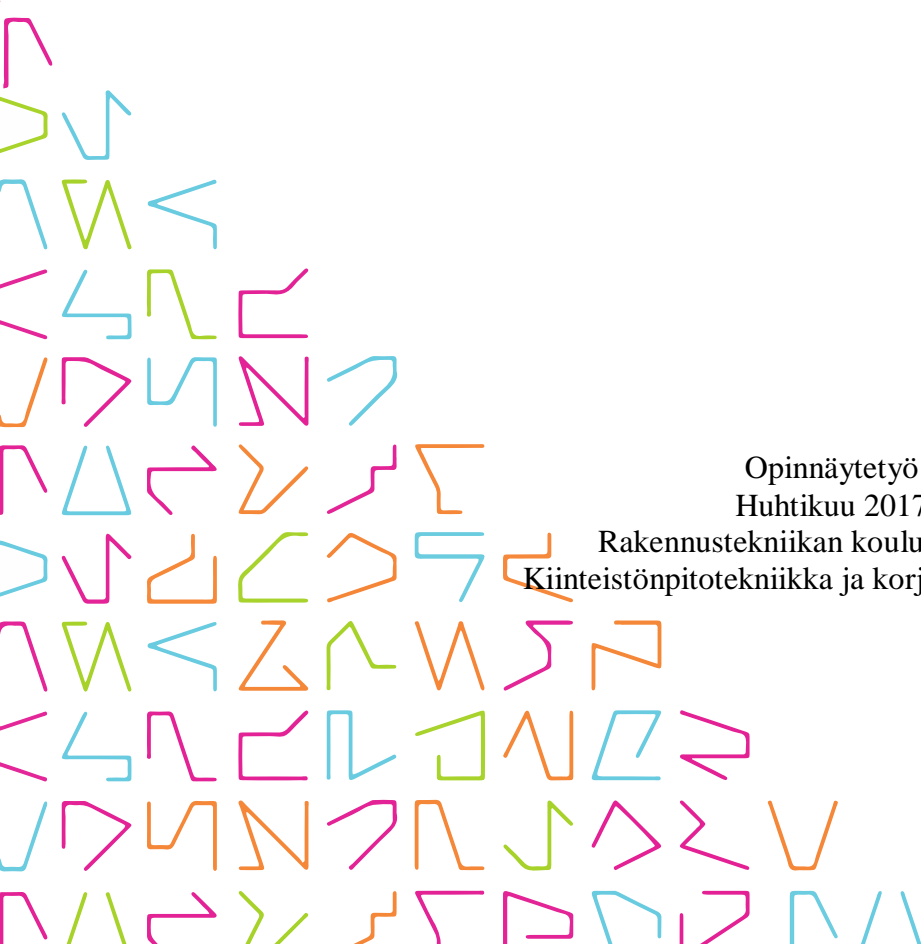
# ASIAKASLÄHTÖISEN RAKENNUSVAHINKO- PROSESSIN KEHITTÄMINEN SOPIMUS- KUMPPANIEEN TOIMINTAA TEHOSTAMALLA

Vuotovahingot

Santeri Lokkila

Opinnäytetyö  
Huhtikuu 2017

Rakennustekniikan koulutusohjelma  
Kiinteistönpitotekniikka ja korjausrakentaminen



## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Rakennustekniikan koulutusohjelma  
Kiinteistöpitotekniikka ja korjausrakentaminen

LOKKILA, SANTERI:

Asiakaslähtöisen rakennusvahinkoprosessin kehittäminen sopimuskumppanien toimintaa tehostamalla  
Vuotovahingot

Opinnäytetyö 35 sivua, joista liitteitä 5 sivua  
Huhtikuu 2017

---

Tämän opinnäytetyön tilaajana toimi If Vahinkovakuutusyhtiö Oy. Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää vakuutusyhtiön asiakaslähtöistä rakennusvahinkoprosessia tehostaen sopimuskumppanien toimintaa. Opinnäytetyön tutkimustulosten perusteella pohdittiin kehitysehdotuksia nykyiseen rakennusvahinkoprosessiin. Opinnäytetyön sisällöstä rajattiin pois muut rakennusvahingot kuin vuotovahingot. Tämä sen vuoksi, koska suurin osa rakennusvahingoista johtuvat veden aiheuttamista vaurioista.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, joka toteutettiin puhelinhaastattelulla sekä sähköisellä asiakastytyväisyyskyselyllä. Opinnäytetyön teoriaosuudessa tutkittiin kvantitatiiviseen tutkimusmenetelmän teoriaa ja syvennyttiin haastattelu- ja kyselytutkimuksiin sekä niiden eroihin.

If Vahinkovakuutusyhtiö Oy sai tutkimushaastatteluiden vastausten perusteella tarvittavaa tietoa siitä, mitkä ovat rakennusvahinkoprosessin vahvuudet tällä hetkellä ja mitkä osa-alueet tarvitsevat vielä kehittämistä.

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Construction Engineering  
Property Management and Renovation

**LOKKILA, SANTERI:**

Customer-Oriented Process of Building Damage Developing by Optimizing Cooperation Partners Operations  
Leak Damages

Bachelor's thesis 35 pages, appendices 5 pages  
April 2017

---

This study was ordered by If Vahinkovakuutusyhtiö Ltd. The aim of this study was to develop insurance company's customer-oriented process of building damage by optimizing cooperation partners operations. On the basis of research results of the study were discussed development proposals for the current process of building damage. The content of the study were limited out other building damages than leak damages. This is because, since the majority of building damages are resulting from the damages caused by water.

The research method was used a quantitative research method, which was executed by telephone interviews and electronic customer satisfaction survey. In theoretical part of the study was investigated quantitative research method's theory and deepened interviews and surveys, as well as their differences.

If Vahinkovakuutusyhtiö Ltd received the necessary information by research interviews responses which are the strengths of the process of building damage at the moment and which areas needs further development.

---

Key words: customer satisfaction, leak damage, insurance company, cooperation partner

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
1.1	Vakuutusyhtiö .....	6
1.2	If Vahinkovakuutusyhtiö Oy .....	6
1.2.1	Historia .....	6
1.2.2	If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:n sopimuskumppanit .....	7
1.3	Tausta ja työn rajaus .....	7
1.4	Tavoite ja tarkoitus .....	7
1.5	Menetelmät ja materiaalit .....	8
2	TUTKIMUSMENETELMÄT .....	9
2.1	Kysely- ja haastattelututkimus .....	9
2.1.1	Mittarit .....	9
2.1.2	Menetelmät .....	10
2.2	Mittaus ja tiedonkeruu .....	11
2.2.1	Kyselylomake mittausvälineenä .....	11
2.2.2	Mittauksen luotettavuus .....	11
2.3	Haastattelun edut ja ongelmat .....	12
2.4	Tutkimusmenetelmän valinta .....	14
3	OPINNÄYTETYÖN PROSESSI .....	15
3.1	Prosessin kulku yleisesti .....	15
3.2	Tutkimusaineisto .....	16
3.2.1	Haastattelukysymysten laadinta .....	16
3.3	Haastattelujen toteutus .....	16
4	HAASTATTELUIDEN TULOKSET SEKÄ NIIDEN ANALYSOINTI .....	18
4.1	Tulosten johdanto .....	18
4.2	Haastatteluiden vastaukset .....	18
4.3	Yhteenveto tuloksista .....	25
4.4	Tulosten luotettavuus .....	26
4.5	Tulosten hyödynnettävyys prosessin kehittämisessä .....	27
5	POHDINTA .....	29
5.1	Yhteenveto .....	29
	LÄHTEET .....	30
	LIITTEET .....	31
	Liite 1. Sähköpostiviesti asiakkaille .....	31
	Liite 2. Sähköinen asiakastyytyväisyyskysely .....	32

**ERITYISSANASTO**

Vakuutuksenantaja	Vakuutusten myöntäjä, jota käytetään yleisnimikkeenä niille vakuutusyhtiöille, jotka myöntävät vahinkovakuutuksia vakuutuksenottajille.
Vakuutuksenottaja	Henkilö, joka on tehnyt vakuutus sopimuksen vakuutuksenantajan kanssa. Vakuutuksenottaja voi olla joko luonnollinen henkilö tai oikeushenkilö.
Vakuutusyhtiö	Vakuutuksia myöntävä liikeyritys, joka voi olla joko vakuutusosakeyhtiö tai keskinäinen yhtiö.
Asiakastyytyväisyys	Käsite, jolla kuvataan asiakkaan odotusten täyttymistä. On yksi yritysmaailman tärkeimmistä tavoitteista, jolla pyritään varmistamaan tarvittavaa kehitystä.
Sopimuskumppani	Yhteistyökumppani, jonka kanssa yrityksellä on sopimus, joka mahdollistaa tulevat toimeksiannot mahdollisimman sujuvasti ja toteutuskelpoisesti.
Rakennusvahinko	Vahinko, joka kohdistuu kiinteään omaisuuteen eli esimerkiksi omakotitaloon tai taloyhtiön huoneistoihin. Näitä aiheuttavat muun muassa kosteus, tulipalo, luonnonilmiö tai ilki-valta.
Vuotovahinko	Rakennusvahinko, joka on syntynyt kosteusvaurioista. Tällainen voi syntyä esimerkiksi vesiputken tai LVI-laitteen rikkoutumisesta.

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Vakuutusyhtiö

Vakuutusyhtiöt ovat vakuutuksia myöntäviä liikeyrityksiä. Vakuutusyhtiöt eli vakuutus-  
senantajat myöntävät vakuutuksia vakuutuksenottajille eli henkilöille, joiden taloudelli-  
nen tilanne turvataan vahingon sattuessa. Vakuutusyhtiö voi olla joko vakuutusosakeyhtiö  
tai keskinäinen vakuutusyhtiö. Suomessa toimivia vakuutusyhtiöitä säätelevät sekä  
Suomen lain direktiivit että EU:n lain direktiivit. Vakuutusyhtiöiden perustamisesta, jär-  
jestysmuodosta, toiminnan peruslinjoista, vakuutettujen etujen turvaamisesta ja muista  
vastaavista seikoista säädetään vakuutusyhtiölaissa (Vakuutusyhtiölaki 2008).

## 1.2 If Vahinkovakuutusyhtiö Oy

Opinnäytetyön tilaajana toimi If Vahinkovakuutusyhtiö Oy. If Vahinkovakuutusyhtiö Oy  
on vakuutusyhtiö, joka vakuuttaa kotien sekä kiinteistöjen lisäksi ihmisiä, eläimiä ja ajo-  
neuvoja. If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:llä on toimintaa Suomessa, Ruotsissa, Tanskassa,  
Norjassa sekä Baltian maissa. Yhtiöllä on yhteensä noin 6800 työntekijää yhdeksässä  
maassa. Lisäksi yhtiöllä on työntekijöitä sivutoimipisteissä ympäri maailman. If Vahin-  
kovakuutusyhtiö Oy on alallaan Pohjoismaiden suurin, jolla on noin 3,7 miljoonaa asia-  
kasta. Yhtiö käsittelee noin 1,4 miljoonaa vahinkoa vuosittain. If Vahinkovakuutusyhtiö  
Oy:n omistaa Sampo Oyj (If Vahinkovakuutusyhtiö Oy 2017).

### 1.2.1 Historia

If Vahinkovakuutusyhtiö Oy perustettiin vuonna 1999 yhdistämällä ruotsalainen Skandia  
ja norjalainen Storebrand ja liittämällä niiden vahinkovakuutustoiminnot. Tavoitteena oli  
muodostaa Pohjoismaiden suurin vahinkovakuutusyhtiö. Yhtiön nimi If tulee englannin  
kielen sanasta JOS ja viittaa ajatukseen ”jos jotain tapahtuu”. If Vahinkovakuutusyhtiö  
Oy:n logo esiteltiin ensimmäistä kertaa If Stockholm Open -tennisturnauksessa, jonka  
pääsponsorina If Vahinkovakuutusyhtiö edelleen toimii. (If Vahinkovakuutusyhtiö Oy  
2017).

Vuonna 2001 Sampo-konsernin vahinkovakuutustoiminnasta tuli osa If Vahinkovakuutus Oy:tä ja sen myötä yhtiöstä tuli selkeästi suurin vakuutusyhtiö Pohjoismaissa. Vuonna 2002 yhtiöllä alkoi toiminta Baltian markkinoilla. Vuodesta 2004 Skandia ja Storebrand myivät kaikki If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:n osakkeensa Sampo-konsernille. Sen myötä If vahinkovakuutusyhtiö Oy siirtyi kokonaan Sampo-konsernin omistukseen. Yhtiö toimii edelleen Sampo-konsernin omistuksessa (If Vahinkovakuutusyhtiö Oy 2017).

### **1.2.2 If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:n sopimuskumppanit**

If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:n rakennusvahinkoprosessissa palvelevat sopimuskumppanit ovat rakennusalan yrityksiä, jotka hoitavat vakuutusyhtiön asiakkaille sattuvia rakennusvahinkoja. Vuotovahingoissa sopimuskumppanien toimeksiantoon kuuluvat kosteuskartoitukset, rakenteiden kuivaukset sekä purku- ja saneeraustyöt.

### **1.3 Tausta ja työn rajaus**

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, kuinka If Vahinkovakuutusyhtiö Oy pystyisi parantamaan asiakaslähtöistä rakennusvahinkoprosessia tehostamalla sopimuskumppanien toimintaa vuotovahinkojen osalta. If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:n suullisen tiedon mukaan vuotovahinkojen suuruus on noin 80 %, verrattuna kaikkiin rakennusvahinkoihin. Tästä syystä opinnäytetyössä keskityttiin pelkästään vuoto- eli vesivahinkoihin. Opinnäytetyöstä rajattiin pois muun muassa palo-, murto-, ilkivalta- ja myrskyvahingot.

### **1.4 Tavoite ja tarkoitus**

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää sekä tunnistaa sopimuskumppaneiden asiakastyytyväisyyttä alentavia tekijöitä ja löytää ratkaisu, miten tyytymättömien asiakkaiden määrää pystyttäisiin vähentämään 20 %. Asiakastyytyväisyyttä alentavia tekijöitä selvitettiin haastattelemalla If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:n asiakkaita, joille oli sattunut vuotovahinko. Haastattelut toteutettiin sekä puhelimitse että sähköisesti lähettämällä asiakkaille asiakastyytyväisyyskysely.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää rakennusvahinkoprosessin eri vaiheita, joissa asiakastyytyväisyys sopimuskumppanin toimintaan jää usein heikoksi. Työssä pyrittiin analysoimaan juurisyyt näihin vaikuttaviin tekijöihin, sekä löytämään uusia toimintatapoja, joilla asiakastyytyvää voitaisiin parantaa.

## **1.5 Menetelmät ja materiaalit**

Opinnäytetyössä käsiteltiin kvantitatiivisen tutkimuksen teoriaa sekä syvennyttiin kyselytutkimukseen ja haastattelututkimukseen sekä näiden tutkimustapojen eroihin. Tässä opinnäytetyössä tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivisia tutkimusmenetelmää, joka toteutettiin puhelinhaastatteluilla sekä sähköisellä asiakastyytyväisyyskyselyllä.

Opinnäytetyön materiaaleina käytettiin If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:n tietoja. Tarvittavat tiedot tutkimuksen tekemiseen löytyivät yhtiön ohjelmistoista sekä järjestelmistä. If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:n järjestelmistä ja ohjelmistoista käytetyt materiaalit ovat salassa pidettäviä tietoja. Näiden aineistojen avulla saatiin kaikki tarvittavat tiedot, jotta päästiin selvittämään sopimuskumppaneita koskevaa asiakastyytyvää.



## 2 TUTKIMUSMENETELMÄT

### 2.1 Kysely- ja haastattelututkimus

Kyselytutkimuksella kerätään ja tarkastellaan tärkeää tietoa muun muassa erilaisista yhteiskunnan ilmiöistä, ihmisten toiminnasta, mielipiteistä, asenteista ja arvoista. Tämän-tyyppiset kiinnostuksen kohteet ovat monimutkaisia ja moniulotteisia. Kyselytutkimuksessa tutkimuksen tekijä esittää haastateltavalle kysymyksiä kyselylomakkeen avulla. Kyselylomake on mittausväline, jota voidaan soveltaa yhteiskunta- ja käyttäytymistieteellisessä tutkimuksessa, mielipidetiedusteluissa, katukyselyjen soveltuvuustesteissä ja palautemittauksissa (Vehkalahti 2008, 11).

Haastattelututkimuksen laatija esittää kysymykset suoraan vastaajalle, esimerkiksi puhelimen välityksellä tai sitten kasvotusten. Haastattelulomake näin ollen muistuttaa kyselylomaketta. Erona on kuitenkin se, että ainakin kyselylomakkeen on toimittava omillaan, ilman haastattelututkimuksen laatijan apua (Vehkalahti 2008, 11).

#### 2.1.1 Mittarit

Asenteiden, mielipiteiden ja arvojen tutkiminen ei ole helppoa. Haasteita aiheuttavat monenlaiset epävarmuudet. Edustavatko kyselyyn osallistuneet tutkimuksen perusjoukkoa, saatiinko mahdollisesti tarvittava määrä vastauksia, oliko kysymyksiin vastattu riittävästi, mittasivatko kysymykset tutkittavia asioita, toimivatko kyselymittarit luotettavasti, toteutettiin-ko kysely oikeana aikana ja niin edelleen. Haasteita aiheuttavat esimerkiksi tiedonkeruu, mittaaminen ja tutkimuksen sisällölliset tavoitteet (Vehkalahti 2008, 12).

Kyselytutkimusmittarilla tarkoitetaan kysymysten ja väitteiden kokoelmaa, jolla yritetään mitata erilaisia moniulotteisia ja-mutkaisia ilmiöitä kuten esimerkiksi asenteita ja arvoja. Mittareita voidaan laatia joko itse tai sitten sovelletaan aiemmin käytettyjä, ”valmiita” mittareita. Näihin valmiisiin mittareihin on hyvä varautua ja suhtautua ainakin osin varauksellisesti, sillä näiden mittarien varma toimivuus toisessa mittauksessa ei ole enää itsestäänselvyys. Mitattavat asiatkaan eivät välttämättä ole kovin vakaita. Nämä ilmiöt voivat muuttua ajan kuluessa tai ilmetä ympäristöissä eri tavalla (Vehkalahti 2008, 12).

Parhaiten mittarien laatiminen onnistuu sisällöstä tietävän tutkijan sekä soveltavan tilastotieteilijän avulla. Mittareita laatiessa ja määriteltäessä korostuvat tilastotieteilijän näkemykset, mutta suurimmaksi osaksi tutkija on avainasemassa. Tilastotieteilijä ei välttämättä tiedä tarkalleen, mitä pitäisi mitata, mutta mahdollisesti auttaa siinä, miten mittaminen kannattaisi suorittaa (Vehkalahti 2008, 12).

### **2.1.2 Menetelmät**

Enimmäkseen kyselytutkimus on kvantitatiivista tutkimusta ja siinä sovelletaan tilastollisia menetelmiä. Tutkittavat aineistot ovat enimmäkseen mitattuja lukuja ja numeroita. Vaikka kysymykset esitetään sanallisessa muodossa, niin vastaukset yleensä ilmaistaan numeerisesti. Sanallisesti tutkimukseen annetaan joko täydentäviä tietoja tai sitten vastauksia kysymyksiin, joiden esittäminen numeerisesti olisi hankalaa (Vehkalahti 2008, 13).

Yleisesti ottaen kvantitatiivisella tutkimuksella tavoitellaan yleiskäsityksiä ja kvantitatiivisella menetelmällä paneudutaan yksityiskohtiin, mutta tutkimusmenetelmä ei kuitenkaan kaikkea ratkaise. Myöskin tilastollisella menetelmällä päästään käsiksi yksityiskohtaisesti. Yhdessä tutkimuksessa voidaan hyödyntää myös molempia lähestymistapoja. Sanalliset vastaukset voivat olla antoisempia analysoida laadullisilla menetelmillä, mutta saadut tulokset voi tiivistämällä toteuttaa määrällisillä menetelmillä. Tärkeää on, että pysyy valitsemaan tarkoituksenmukaiset lähestymistavat sen ilmiön tutkimiseen, josta on kiinnostunut (Vehkalahti 2008, 13).

Tutkimusaineiston analysointi ei kuitenkaan ole pelkkää mekaanisesti tehtävää käsittelyä. Jos näin olisi, ei tällöin siihen liittyvää kirjallisuutta tarvitsisi lainkaan. Joitain eri työvaiheita voidaan ja on hyväkin automatisoida riittävästi, mutta näiden tutkimusmenetelmien soveltaminen ja tulkitseminen on kuitenkin paljolti käsin tehtävää työtä, joka oikeastaan pakottaa laitteistojen, ohjelmistojen ja järkevien työskentelytapojen hyvää sisäistämistä (Vehkalahti 2008, 13).

## **2.2 Mittaus ja tiedonkeruu**

Peruskivi määrällisessä tutkimuksessa on itse mittaaminen, sillä asioiden tutkiminen tilastollisestikin edellyttää, että tarvittavia tietoja pystytään mittaamaan erilaisilla mittareilla. Kyselytutkimuksen mittarit koostuvat sekä kysymyksistä että väitteistä, joiden laatimisen tekoon liittyy tilastollisia ja sisällöllisiä haasteita. Mittaaminen tapahtuu kyselylomakkeella, joka koostuu useammasta mittarista ja yksittäisistä kysymyksistä (Vehkalahti 2008, 17).

Kyselytutkimuksen kohteita ovat arvot, asenteet ja mielipiteet. Ne ovat monipuolisia ja yleensä myös vaikeatajuisia, eikä niiden mittaaminen ole aivan helpoimmasta päästä. Itse mittaukseen kannattaa satsata, sillä mittauksissa tehtyjä virheitä ei voi enää korjata millään analyysitavalla. Kyseiset ratkaisut tulevat vaikuttamaan myös tutkimusmenetelmien valintamahdollisuuksiin sekä tutkimuksesta saatuihin johtopäätösten luotettavuuteen (Vehkalahti 2008, 17).

### **2.2.1 Kyselylomake mittausvälineenä**

Kyselytutkimuksessa mittaaminen tehdään lomakkeella. Lomake on syytä suunnitella todella huolellisesti, koska siihen ei enää pysty tekemään mahdollisia muutoksia, kun vastaaja on täyttänyt lomakkeen. Tutkimuksen onnistuminen riippuu siis mitä suurimmassa määrin lomakkeen laadusta. Tärkeää on se, onko lomakkeessa sisällöllisesti oikeita kysymyksiä tilastollisesti mielekkäällä tavalla. Kyselylomake on onnistunut kokonaisuus silloin, kun sekä sisällölliset että tilastolliset näkökohdat toteutuvat (Vehkalahti 2008, 20).

### **2.2.2 Mittauksen luotettavuus**

Kyselytutkimuksen mittaaminen ei ole niin helppoa ja suoraviivaista kuin ehkä voisi uskoakaan. Mittauksen laatu ja luotettavuus ovat suoraan verrannollisia sisällöllisiin, tilastollisiin, kielellisiin, kulttuurisiin sekä teknillisiin seikkoihin. Tämän vuoksi on selvää, että laadukas mittaus edellyttää usean asiantuntijan kanssa toteutettua yhteistyötä (Vehkalahti 2008, 40).

Kyselytutkimuksen mittaaminen on näin ollen ainutkertaista, eikä huonosti mitattuja asioita voida enää jäljestäpäin saada parannettua millään menetelmillä. Mittauksen luotettavuuteen ja laatuun voi kuitenkin vaikuttaa etukäteen. Mahdollisia neuvoja kannattaa siis kysyä alan asiantuntijoilta jo suunnitellessa kyselylomaketta (Vehkalahti 2008, 40).

### 2.3 Haastattelun edut ja ongelmat

Tiedonkeruumenetelmänä haastattelu on käytetyimpiä. Erityisesti vapaamuotoisten tai vähän jäsenneilyjen haastattelumuotojen käyttö on lisääntynyt. Näkemyksen mukaan nykyisessä käytännössä on kuitenkin se haitta, että haastattelua, vaikka se toteutettaisiinkin mahdollisimman vähän jäsenneilysti, ei pidetä mitenkään ongelmallisena tiedonkeruutapana. Tämä ongelma ei ainakaan näy tutkimusraportoinnissa. Haastattelumenetelmään suhtaudutaan hyvin teknisesti (Hirsjärvi & Hurme 2011, 34).

Tutkimushaastattelumenetelmän hyvä puoli on sen joustavuus, jolloin sitä voidaan käyttää erilaisiin tutkimustarkoituksiin. Itse haastattelussa ollaan suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa haastateltavan eli tutkittavan kanssa, ja tämä tilanne luo mahdollisuuden suunnata tiedonhankinnan tilanteen hetkellä. Samalla on myös mahdollista saada esiin vastausten motiivit, jotka vaikuttavat niiden taustalla (Hirsjärvi & Hurme 2011, 34).

Haastattelun etuja ovat:

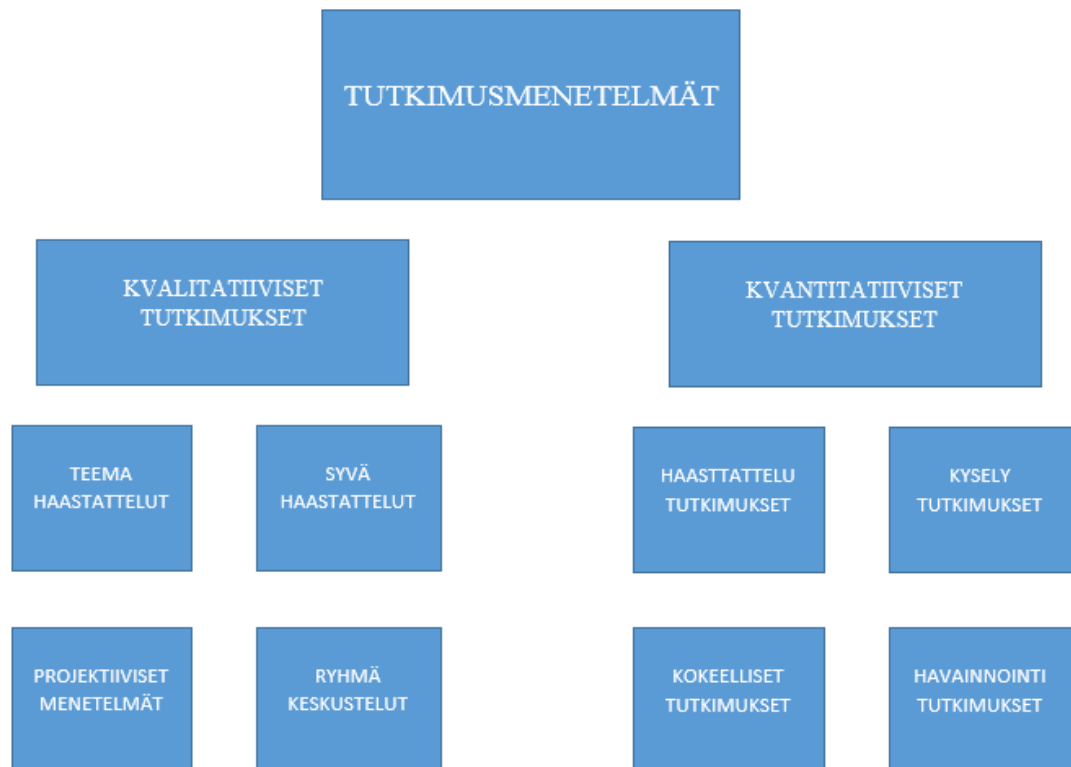
- Halutaan korostaa sitä, että ihminen on nähtävä tutkimustilanteessa subjektina.
- Kysymyksessä on vähän kartoitettu, tuntematon alue, jolloin tutkijan on vaikea tietää etukäteen mihin suuntaan vastaukset etenevät.
- Halutaan sijoittaa haastateltavan puhe laajempaan kontekstiin.
- Ennalta jo tiedetään, että tutkimuksen aihe tuottaa monitahoisesti ja laaja-alaisesti viittaavia vastauksia.
- Halutaan selventää haastateltavan vastauksia.
- Halutaan syventää saatavia tietoja, jolloin lisäkysymyksiä voidaan tarpeen tullen käyttää.
- Halutaan tutkia arkoja tai vaikeitakin aiheita, mutta tässä vaikeutena se, että aihe saattaa olla liian vaikea, jolloin mahdollisesti kyselylomake olisi parempi vaihtoehto (Hirsjärvi & Hurme 2011, 35).

Haastattelun ongelmia saattavat olla esimerkiksi:

- Haastattelijalla on oltava kokemusta ja taitoa, jotta aineiston keruusta saataisiin paras mahdollinen hyöty tilanteesta riippuen. Haastattelu kuuluisi sujua joustavasti tilanteen edellyttävällä tavalla ja vastaajia myötäillen.
- Haastattelijan rooliin ja tehtäviin pitäisi kouluttautua.
- Haastattelu vie paljon aikaa. Haastattelun eri osa-alueista ei selviä hetkessä. Haastatteluista sopiminen, haastateltavien etsiminen ja itse haastattelujen toteutus vievät aikaa. Vapaamuotoisten haastattelujen purkaminen on todella hidasta puuhaa.
- Haastattelun katsotaan sisältävän monia virhelähteitä. Esimerkiksi haastateltavan taipumus antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia saattaa heikentää haastattelun luotettavuutta.
- Vapaamuotoisten haastatteluaineiston analysointi, tulkinta ja raportointi ovat siinä ongelmallisia, koska niin sanottuja valmiita malleja ei ole tarjolla (Hirsjärvi & Hurme 2011, 35).

## 2.4 Tutkimusmenetelmän valinta

Kun tutkimuksen tavoitteet ja aikataulut on määritelty sekä sovittu, tällöin valitaan sopivin tutkimusmenetelmä tutkittavalle työlle. Alapuolella olevassa kuvassa on esitelty eri tutkimusmenetelmiä (Isoviita & Lahtinen 1998, 62).



KUVA 1. Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmäksi valittiin tähän opinnäytetyöhön kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä. Kuten yllä olevasta kuvasta näkyy, niin haastattelu- ja kyselytutkimus kuuluvat kvantitatiiviseen suuntaukseen, joita tässä työssä käytettiin. Opinnäytetyössä ei suoritettu puhelinhaastatteluiden osalta syvähaastattelua, vaan puhelinhaastattelu oli täysin samanlainen ja suoritettiin kysymys kysymykseltä samalla tavalla, kuin kyselylomakkeellakin tehty tutkimus. Näitä molempia haastattelutapoja pystyttiin analysoimaan samaa tutkimusmenetelmää käyttäen.

### 3 OPINNÄYTETYÖN PROSESSI

#### 3.1 Prosessin kulku yleisesti

Opinnäytetyöprosessi tehtiin alla olevan prosessikuvion mukaisesti. Opinnäytetyön laatiminen kokonaisuudessaan kesti noin kolme kuukautta. Kyseiset tehtävät alkoivat tammikuun alussa ja ne toteutettiin huhtikuun alkuun mennessä. Seuraavissa kappaleissa syvennytään tarkemmin prosessin kulun vaiheisiin.



KUVIO 1. Opinnäytetyön prosessi

## **3.2 Tutkimusaineisto**

Ensimmäisenä tehtävänä analysoitiin vakuutusyhtiön entisiä asiakaspalautteita, jotka koskivat sopimuskumppanien toimintaa rakennusvahingoissa. Näiden palautteiden avulla saatiin suuntaa, missä If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:n sopimuskumppaneilla olisi parannettavaa ja millaisia kysymyksiä haastatteluissa kannattaisi esittää. Rakennusvahinkotapauksia löytyi yhteensä 427 kappaletta, joita sopimuskumppanit olivat hoitaneet. Näissä palautteissa asiakkailla oli ollut mahdollisuus vapaalla sanalla kommentoida sopimuskumppanien toimintaa ja näistä kommenteista lähdettiin etsimään mahdollisia yhtäläisyyksiä.

### **3.2.1 Haastattelukysymysten laadinta**

Entiset asiakaspalautteet jaoteltiin asiakkaiden arvostelujen, sekä kommenttien mukaan ja arvoasteikko oli numeerisesti 0-10. Tapaukset jaoteltiin kolmeen luokkaan: 0-4, 5-8 ja 9-10. Parhaimman luokan kommenteista etsittiin mahdollisia hyviä tai kiitettäviä mainintoja, joita hyödyntämällä saataisiin sama osaaminen jokaiseen rakennusvahinkoprosessiin. Alempien luokkien kommenteista haettiin yhtäläisyyksiä kehityskohteiden tunnistamiseksi. Entisten asiakaspalautteiden kommenttien avulla määriteltiin toteutettavan asiakaskyselyn sisältö.

Kysymysten laadintavaiheessa huomattiin entisten asiakaspalautteiden perusteella, että eniten tyytymättömyyttä olivat aiheuttaneet sopimuskumppaneiden tiedottaminen, työlaatu sekä aikataulut. Tämän vuoksi näille osioille kehitettiin omat erilliset kysymykset. Yhteensä kysymyksiä laadittiin haastatteluja varten kahdeksan kappaletta. Kysymysten laadinta kesti tammikuun loppuun, jonka jälkeen kysymykset hyväksytettiin työn tilaajalla.

## **3.3 Haastattelujen toteutus**

Haastattelut toteutettiin ensin puhelimitse ja sen jälkeen sähköisellä asiakaskyselylomakkeella. Puhelinhaastatteluiden tavoite oli saada varma kontakti asiakkaisiin ja sähköisen



asiakaskyselylomakkeen tavoite oli saada mahdollisimman suuri otanta. Kysymykset olivat molemmissa haastatteluissa täysin samat. Puhelimitse kysymykset esitettiin myös samassa järjestyksessä kuin ne olivat kyselylomakkeessa. Tämä sen vuoksi, jotta puhelinhaastatteluista saatavat vastaukset olisivat vertailukelpoisia sähköisen lomakkeen tulosten kanssa.

If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:n järjestelmistä löytyi sopimuskumppanien hoitamia vuotovahinkotapauksia. Näistä valittiin sopivat kohdeasiakkaat, joille puhelinhaastattelu voitiin suorittaa. Puhelinhaastattelut suoritettiin helmikuun aikana. Yhteensä puheluita soitettiin 60 kappaletta, joista 38 vastasi puhelinhaastatteluun.

Puhelinhaastatteluiden jälkeen keskusteltiin tilaajan kanssa puhelinhaastatteluiden tuloksista sekä otannasta. Tilaajan edustajalle tulokset sekä otanta olivat riittäviä, joten seuraavaksi keskityttiin kyselylomakkeeseen ja sen laadintaan. If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:llä on oma kyselylomakkeiden valmistusohjelma, jota hyödynnettiin tässä opinnäytetyössä. Asiakkaille sähköpostitse lähetettävä asiakastyytyväisyyslomake oli valmis maaliskuun alussa.

Lomakkeen lähettämistä varten etsittiin uudet asiakkaat vakuutusyhtiön järjestelmistä, joiden vuotovahinkoja sopimuskumppanit olivat olleet hoitamassa. Järjestelmistä löytyi 100 kappaletta asiakkaita, joille kysely pystyttiin lähettämään. Sähköisen asiakaskyselylomakkeen linkki lähetettiin näille asiakkaille yhtä aikaa keskiviikkona 8.3.2017. Kyselyyn vastaamisaika oli kaksi viikkoa ja viimeinen vastauspäivä oli tiistaina 21.3.2017. Sähköisen asiakaskyselytutkimuksen tulokset saatiin selville seuraavana päivänä 22.3.2017. Kyselytutkimukseen oli vastannut 26 asiakasta.

## **4 HAASTATTELUIDEN TULOKSET SEKÄ NIIDEN ANALYSOINTI**

### **4.1 Tulosten johdanto**

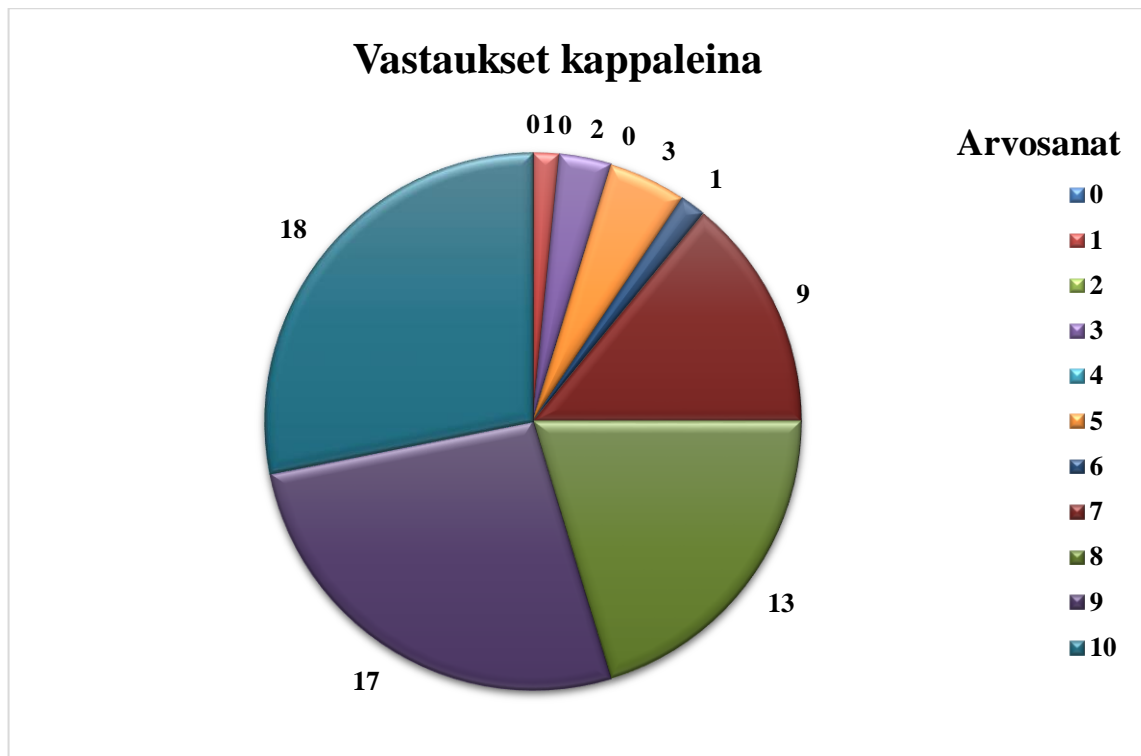
Tässä kappaleessa tarkasteltiin haastatteluiden tuloksia sekä analysoitiin niitä. Haastateltavia asiakkaita oli yhteensä 64 kappaletta. Näistä 38 asiakasta vastasi puhelinhaastatteluun ja 26 asiakasta vastasi sähköiseen asiakastyytyväisyyskyselyyn. Puhelinhaastatteluiden vastausprosentiksi tuli 63 % ja asiakastyytyväisyyskyselyn vastausprosentti oli 26 %. Molemmat haastattelutavat ovat kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä, joten molempien menetelmien vastauksia käsiteltiin yhdessä. Tulosten analysointi toteutettiin siten, että jokaisen kysymyksen tuloksiin syvennyttiin kysymys kerrallaan. Kirjallisen selvityksen lisäksi jokaisen kysymyksen vastauksista laadittiin myös diagrammi. Kysymysten vastauksia saatiin analysoitua paremmin diagrammien avulla.

### **4.2 Haastatteluiden vastaukset**

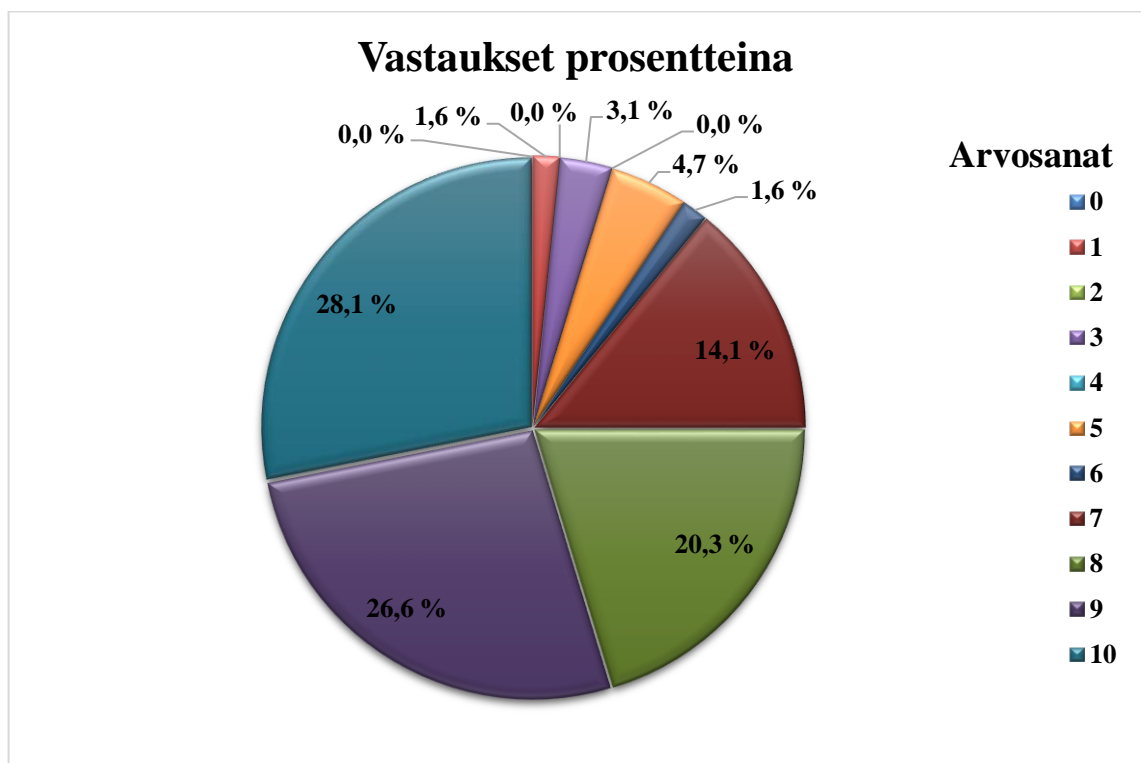
Ensimmäinen kysymys liittyi sopimuskumppaneiden toiminnan kokonaisarviointiin sekä haastateltavilta kysyttiin todennäköisyyttä sopimuskumppaneiden suositteluun.

Kysymys 1: ”Asteikolla 0-10 kuinka todennäköisesti suosittelisitte rakennusliikettä tutuillesi?” (Lokkila, asiakastyytyväisyyskysely 2017)?

Tähän kysymykseen vastasi 100 % haastatteluun vastanneista asiakkaista. Alla olevissa diagrammeissa esitetään vastaukset sekä kappaleina että prosentteina. Suurin osa haastatteluun vastanneista asiakkaista eli 75 % antoi sopimuskumppaneille arvosanaksi 8-10. Arvosanan 7 antoi 14 % asiakkaista. Arvosanoille 0, 2 ja 4 vastauksia ei tullut lainkaan. Seuraavan kysymyksen vastauksissa esitetään parannusehdotuksia.



KUVIO 2. Vastaukset arvosanoille kappaleina

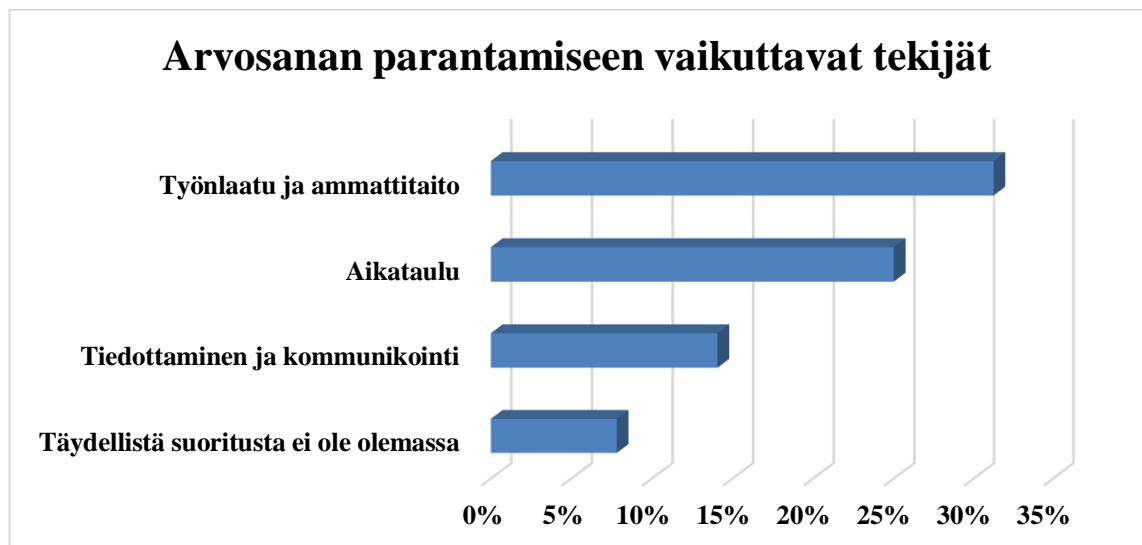


KUVIO 3. Vastaukset arvosanoille prosentteina

Toisessa kysymyksessä haastateltavilta pyydettiin mielipiteitä siitä, mitkä asiat sopimus-kumppaneiden toiminnassa vaativat panostamista, jotta ensimmäisen kysymyksen arvosanat olisivat olleet parempia.

Kysymys 2: ”Mitä asiaa/asioita muuttamalla olisi arvosana noussut paremmaksi” (Lokkila, asiakastytytyväisyyskysely 2017)?

Asiakkaista 31 % oli sitä mieltä, että työnlaatuun panostaminen ja ammattitaidon parantaminen olisi nostanut ensimmäisen kysymyksen arvosanaa eniten. Asiakkaista 25 % oli sitä mieltä, että aikataulut eivät jostain syystä pitäneet ja tämä laskee arvosanaa. Haastatelluista asiakkaista 14 % oli sitä mieltä, että paremmalla tiedottamisella ja kommunikoinnilla asiakkaiden suuntaan olisi arvosana noussut paremmaksi. Vastanneista 8 % oli sitä mieltä, ettei kenellekään voi antaa täydellistä arvosanaa, vaikka vahingon korjaukset olisivat menneet kuinka hyvin. Loput 22 % prosenttia eivät vastanneet kysymykseen ollenkaan tai olivat jotain muuta mieltä. Osa vastaajista saattoi olla esimerkiksi sitä mieltä, että kaikki osa-alueet menivät hyvin ja osa taas oli sitä mieltä, että kaikessa olisi parantamisen varaa. Vastaukset annettiin vapaamuotoisina, joten vastaajat saattoivat olla vahinkojen hoidosta montaakin mieltä.

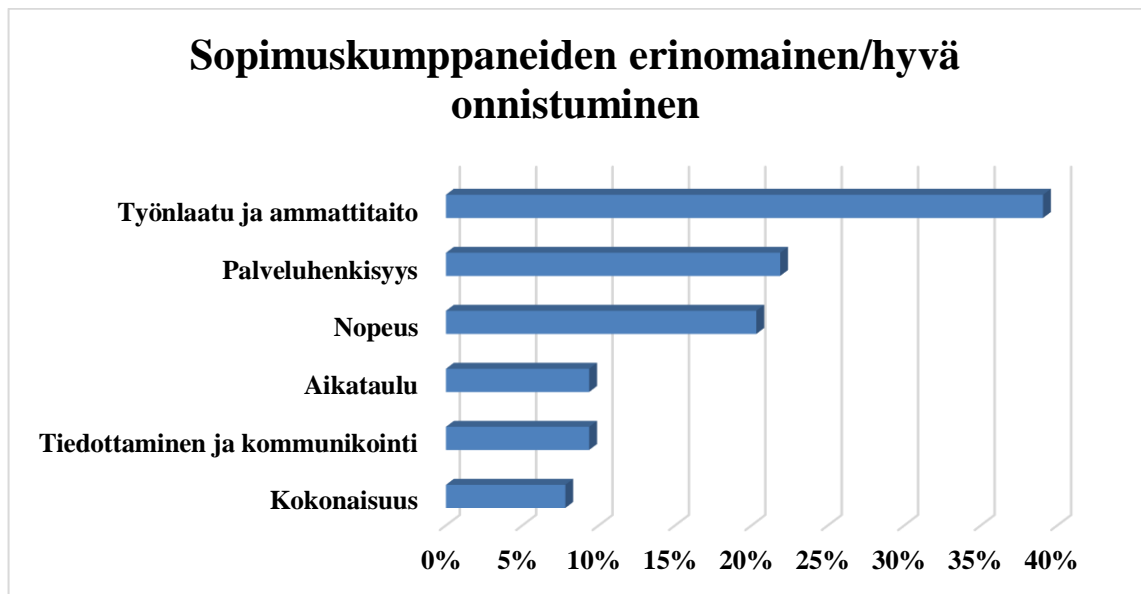


KUVIO 4. Asiat joita parantamalla olisi arvosana noussut

Kolmannessa kysymyksessä asiakkailta pyydettiin mielipiteitä siitä, missä asioissa sopimuskumppanit olivat onnistuneet.

Kysymys 3: ”Tuleeko teille mieleen jotain erityistä, missä sopimuskumppanimme onnistuivat erinomaisesti tai hyvin” (Lokkila, asiakastytytyväisyyskysely 2017)?

Vastanneista asiakkaista 39 % oli sitä mieltä, että sopimuskumppaneiden työnlaatu sekä ammattitaito olivat joko erinomaisesti tai hyvin onnistuneita. Asiakkaista 22 % mielsi sopimuskumppanimme palveluhenkiseksi ja ystävälliseksi. Vastanneista 20 % arvostivat sopimuskumppaneiden nopeutta. Aikataulut sekä tiedottaminen ja kommunikointi keräsivät molemmat 9 %. Vastanneista asiakkaista 8 % piti rakennusvahinkoprosessia kokonaisuudessaan hyvin onnistuneena.

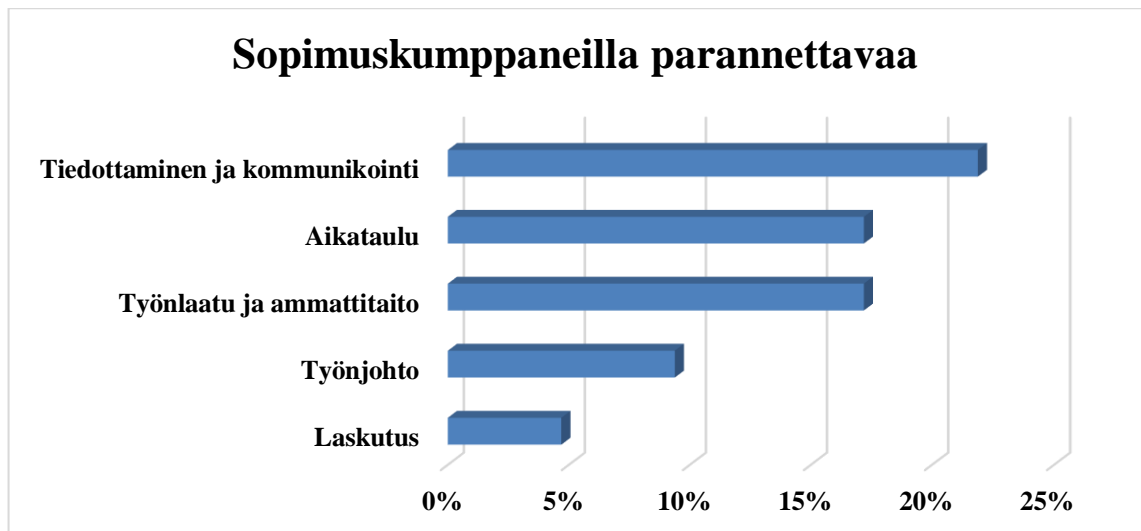


KUVIO 5. Sopimuskumppaneiden onnistuminen

Neljännessä kysymyksessä haastateltavilta kysyttiin mielipiteitä siitä, missä asioissa sopimuskumppaneilla olisi kehitettävää.

Kysymys 4: ”Tuleeko teille mieleen jotain erityistä, missä sopimuskumppanillamme olisi parannettavaa” (Lokkila, asiakastytytyväisyyskysely 2017)?

Vastanneista asiakkaista 22 % oli sitä mieltä, että tiedottamisessa ja kommunikoinnissa olisi eniten sopimuskumppaneilla kehitettävää. Toisena tulivat aikataulu sekä työnlaatu ja ammattitaito, jotka molemmat saivat 17 %. Asiakkaista 9 % oli sitä mieltä, että sopimuskumppaneiden työnjohdossa on puutteita ja 5 % vastaajista kokivat ongelmaa kumppaneiden laskutuksessa.

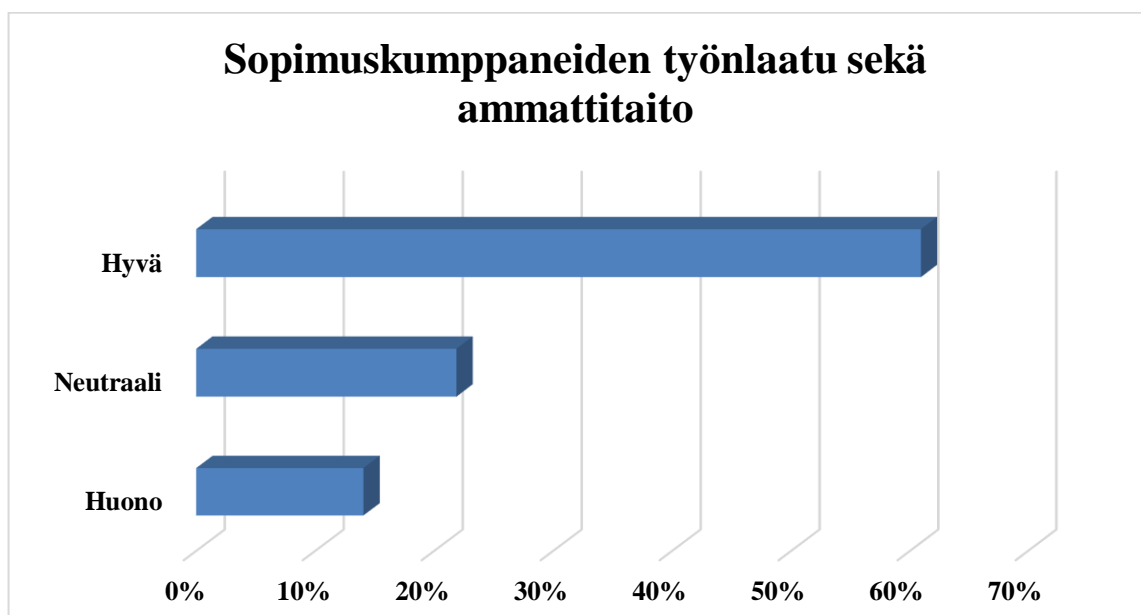


KUVIO 6. Sopimuskumppaneilla parannettavaa

Viidennessä kysymyksessä haastateltavilta pyydettiin mielipiteitä sopimuskumppaneiden ammattitaidosta sekä työnlaadusta.

Kysymys 5: ”Mitä olette mieltä sopimuskumppanimme työnlaadusta sekä ammattitaidosta” (Lokkila, asiakastytyväisyyskysely 2017)?

Asiakkaista 61 % pitivät työnlaatua sekä ammattitaitoa hyvänä. Haastateltavista 14 % oli sitä mieltä, että työnlaatu ja ammattitaito olivat neutraaleja, eli niissä ei ollut hyvää eikä huonoa. Myös 14 % asiakkaista pitivät kumppaneiden työnlaatua ja ammattitaitoa huonoina. Kysymykseen vastasi 97 % 64 asiakkaasta.

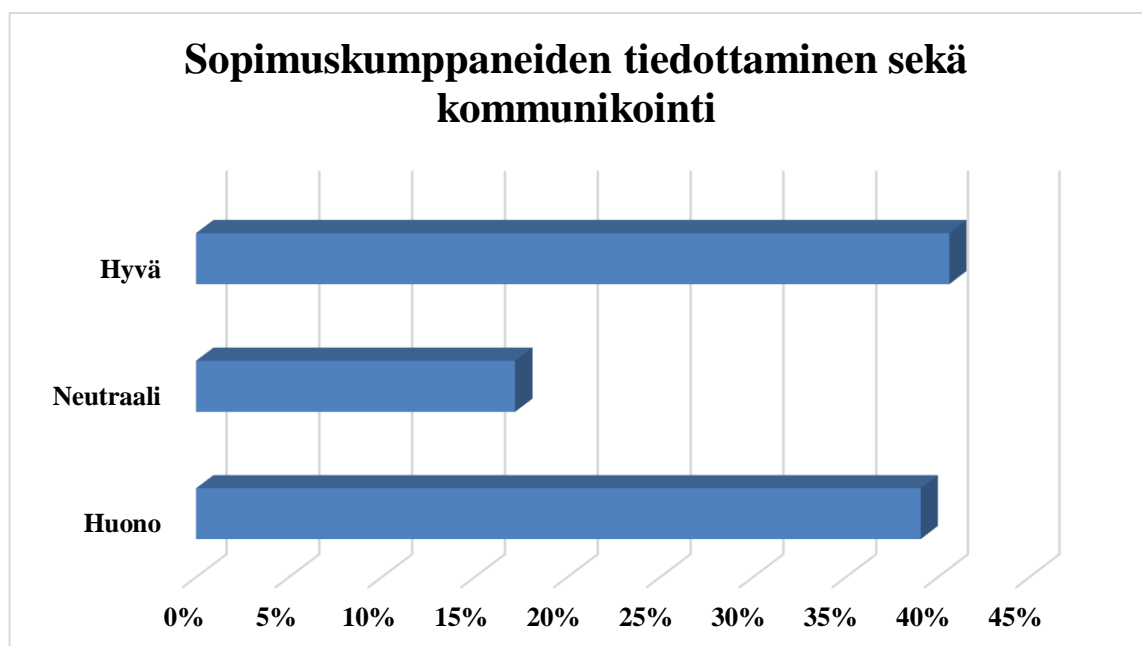


KUVIO 7. Sopimuskumppaneiden työnlaatu ja ammattitaito

Kuudennessa kysymyksessä asiakkailta kysyttiin, kuinka sopimuskumppanien tiedottaminen sekä kommunikointi toimivat ja oliko niissä ollut ongelmia.

Kysymys 6: ”Kuinka sopimuskumppaniemme tiedottaminen ja kommunikointi toimivat? Oliko puutteita? Jos oli, mitä” (Lokkila, asiakastyytyväisyyskysely 2017)?

Asiakkaista 41 % piti sopimuskumppaneiden tiedottamista ja kommunikointia hyvänä. Vastaavasti 39 % vastanneista asiakkaista pitivät niitä huonoina. Asiakkaista 17 % vastasivat kysymykseen neutraalisti. Kysymykseen vastasi kaikkiaan 97 % 64 asiakkaasta. Asiakkaiden vastauksista ei ilmennyt täysin selvää syytä, mikä olisi tiedottamisen suurin ongelmakohta. Esitettyyn kysymykseen haastateltavien yleisimmät kommentit olivat, että tiedottaminen ja kommunikointi toimivat tai tiedottaminen ja kommunikointi eivät toimineet laisinkaan. Asiakkaiden vastauksista esiin nousi kuitenkin muutamia kommentteja puutteisiin liittyen, että asiakkaat eivät tienneet vahinkoprosessin aikana, mitä tulee tapahtumaan ja milloin korjauksia tullaan tekemään.

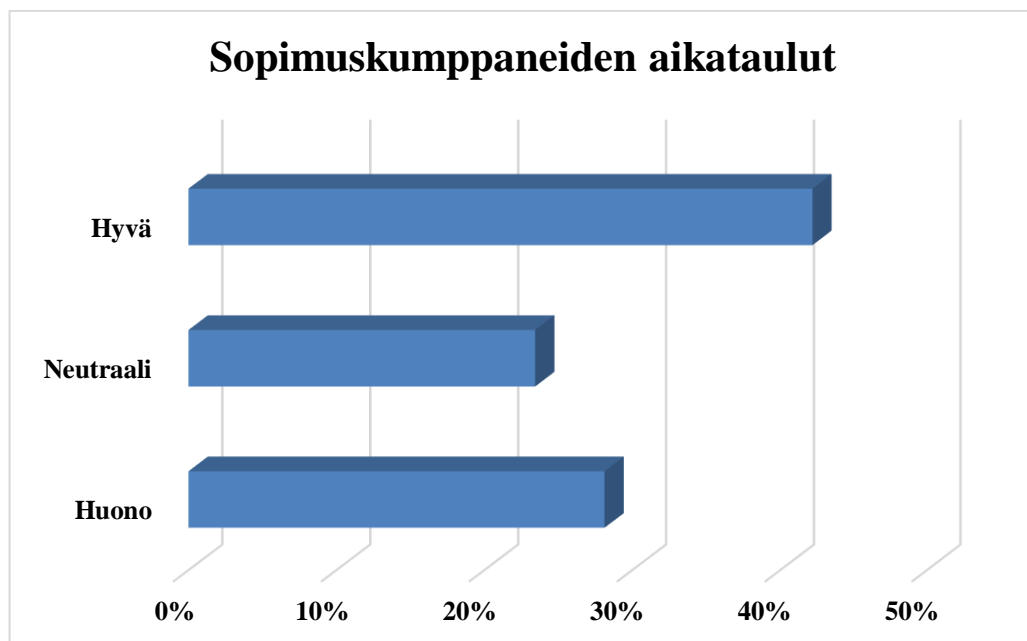


KUVIO 8. Sopimuskumppaneiden tiedottaminen ja kommunikointi

Seitsemännessä kysymyksessä haastateltavilta pyydettiin mielipiteitä sopimuskumppanien aikataulujen toimivuuteen ja niiden mahdollisiin puutteisiin.

Kysymys 7: ”Kuinka sopimuskumppaniemme aikataulut pitivät? Oliko puutteita? Jos oli, mitä” (Lokkila, asiakastytyväisyyskysely 2017)?

Asiakkaista 42 % pitivät sopimuskumppaneiden aikatauluja sekä niiden aikataulutusta hyvänä. Asiakkaista 28 % oli sitä mieltä, että tässä asiassa ei onnistuttu ja 23 % haastateltavista vastasi kysymykseen neutraalisti. Kysymykseen vastasi 94 % 64 asiakkaasta. Haastateltavien vastauksista ei ilmennyt täysin selvää syytä, mikä olisi aikataulujen suurin ongelmakohta. Esitettyyn kysymykseen asiakkaiden yleisimmät kommentit olivat, että aikataulut joko toimivat tai ne eivät toimineet. Haastateltavien vastauksista esiin nousi kuitenkin muutamia kommentteja puutteisiin liittyen, jotka koskivat joko rakennusvahinkoprosessin liian kireää aikataulua tai kuivausvaiheen liiallista pitkittymistä.



KUVIO 9. Sopimuskumppaneiden aikataulut

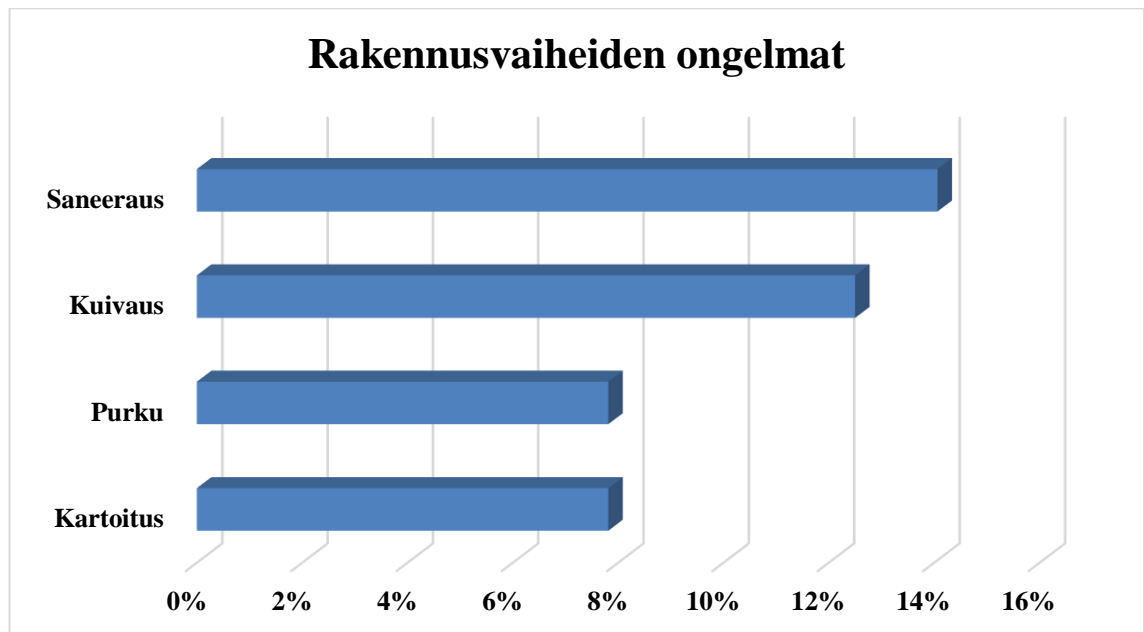
Kahdeksannessa kysymyksessä haastateltavilta pyydettiin mielipiteitä siitä, kuinka rakennusvahinkoprosessin eri vaiheet toteutuivat.

Kysymys 8: ”Kuinka hyvin rakennusvahinkoprosessin eri vaiheet onnistuivat (kosteuskartoitus, purku, kuivaus, saneeraus)” (Lokkila, asiakastytyväisyyskysely 2017)?

Haastateltavat vastasivat viimeiseen kysymykseen hyvin yleisellä tasolla tai viittasivat jo aiemmin mainittuihin vastauksiinsa. Haastateltavien vastausten perusteella alla olevassa



diagrammissa esitetään, kuinka rakennusvaiheprosessissa ongelmat jakautuivat työvaiheiden kesken. Asiakkaiden vastauksista 14 % koskivat saneerausvaiheen ongelmia, 13 % asiakkaiden vastauksista koskivat kuivausvaiheen ongelmia ja purku- sekä kartoitusvaihe saivat molemmat 8 % asiakkaiden vastauksista.



KUVIO 10. Eri rakennusvaiheiden ongelmien jakautuminen

Vastanneiden asiakkaiden mielestä saneerauksen osalta suurimmat ongelmat olivat työnlaadussa ja ammattitaidossa. Asiakkaiden vastausten perusteella osa ongelmista on myös johtunut tiedottamisen sekä aikataulun johtuvista ongelmista. Kuivaukseen liittyvät ongelmat koettiin suurimmaksi osaksi sen keston ja tiedottamisen osalta. Haastateltavien asiakkaiden mielestä purkuvaiheen suurimmat ongelmat ovat johtuneet työnlaadun sekä ammattitaidon puutteesta. Kartoitusvaiheen ongelmia oli myös muutamissa tapauksissa. Näissä ongelmiksi koituivat, vastanneiden asiakkaiden mielestä, kartoittajan ammattitaidon puute sekä kartoituslaitteiden toimimattomuus tai osaamattomuus niitä käytettäessä.

### 4.3 Yhteenveto tuloksista

Lähtökohtaisesti If vahinkovakuutusyhtiö Oy:n asiakkaat ovat mielestään saaneet kokonaisuudessaan melko hyvää palvelua sopimuskumppaneilta rakennusvahingoissa. Arvosanat olivat yleisesti hyvää tasoa ja suurin osa asiakkaiden vastauksista olivat myönteisiä joitain poikkeuksia lukuun ottamatta.

Haastatteluiden tulosten perusteella saatiin selville se, että rakennusvahinkoprosessin arvosana saataisiin parhaiten nousuun sopimuskumppaneiden työnlaadun ja ammattitaidon parannuttua. Tämä tulos johtui siitä, että asiakkaat kokivat näissä vahinkotapauksissa niin, että sopimuskumppanit tekivät työnsä kiireellä, huolimattomasti ja välinpitämättömästi. Tällöin työnlaatu pääsi näissä tapauksissa asiakkaiden mukaan kärsimään. Huolimattomuus ja kiireessä tekeminen joissain vahinkotapauksissa johtui siitä, että rakennusvahinkoprosessin aikataulu oli liian tiukka.

Kuitenkin kysyttäessä asiakkailta erikseen kysymyksen, missä sopimuskumppanimme onnistuivat parhaiten, nousi työnlaatu ja ammattitaito parhaimmalle sijalle. Tämä johtui siitä, että suurimmaksi osaksi rakennusvahinkoprosessit hoituivat asiakkaiden mielestä moitteetta. Näissä tapauksissa oli rakennusvahinkoprosessi mennyt kokonaisuudessaan mallikkaasti, jolloin sopimuskumppaneilla oli ollut aikaa panostaa työhönsä parhaalla mahdollisella tavalla ja tällöin työnlaatu oli miellyttänyt asiakkaita.

Kysyttäessä asiakkailta rakennusvahinkoprosessin niin sanottua isointa ongelmaa, nousi sopimuskumppaneiden tiedottaminen ja kommunikointi ensimmäiseksi. Tiedottamisen lisäksi aikataulut tuottivat eniten tyytymättömyyttä vahinkoprosessissa. Vaikka vahinko olisi hoidettu muuten kiitettävällä tavalla, mutta asiakas on suurimmaksi osaksi ollut epä tietoinen vahinkoprosessin kulusta ja aikataulusta, tällöin asiakkaiden tyytyväisyys on laskenut eniten. Kysyttäessä asiakkailta tiedottamisen ja kommunikoinnin toimivuutta, asiakkaat vastasivat tähän kysymykseen eniten kielteisesti. Näin ollen voidaan todeta tiedottamisen ja kommunikoinnin olevan suurin syy asiakastyytymättömyyteen rakennusvahinkoprosessissa yksittäisenä osa-alueena.

#### **4.4 Tulosten luotettavuus**

Tutkimuksen tuloksiin voidaan yleisesti luottaa, koska haastattelua varten laaditut kysymykset mittasivat tutkittavaa ilmiötä. Laaditut kysymykset olivat tarkkaan harkittuja ja ne hyväksyttiin tilaajan edustajalla. Opinnäytetyön tulokset olisivat olleet luotettavampia, jos haastatteluiden tutkimusotanta ja vastausprosentit olisivat olleet suurempia. Tulosten luotettavuutta olisi nostanut kyselylomakkeen vastausajan pidentäminen sekä lisäämällä puhelin- ja kyselylomakehaastatteluiden määrää. Tulosten luotettavuutta laski

myös se, että avointen kysymysten vastausmäärä jäi suppeaksi vähäisen otannan vuoksi, eikä niistä voitu tehdä tarkkoja johtopäätöksiä.

#### **4.5 Tulosten hyödynnettävyys prosessin kehittämisessä**

Opinnäytetyön haastatteluiden tulosten perusteella asiakaslähtöisen rakennusvahinkoprosessin tiedottamiseen ja kommunikointiin pitää panostaa entistä enemmän. Asiakkaiden mielestä heitä ei informoitu tarpeeksi siitä, milloin ollaan tulossa vahinkoa hoitamaan ja mitä tullaan seuraavaksi tekemään. Näissä tapauksissa asiakkaat ovat itse joutuneet ottamaan yhteyttä sopimuskumppaneihin ja näin asiakastyytyväisyydet ovat laskeneet.

Asiakkaiden mielestä heille kannattaa kertoa niin sanottuja välitietoja koko prosessin ajan. Asiakas saattaa olla maallikko rakennusasioihin liittyvissä asioissa ja he eivät itse välttämättä tiedä esimerkiksi tarvittavia kuivausaikoja vuotovahingon kuivauksiin, eikä myöskään montako kertaa vedeneristys tulee tehdä. Jos asiakas ei satu olemaan itse vahinkokohteessa tavoitettavissa, tällöin asiakkaalle voi jättää vaikka yksinkertaisen lapun näkyvälle paikalle, jossa mainitaan seuraavat toimenpiteet ja aikataulut.

Tiedottamisen parantaminen voisi onnistua myös niin, että sopimuskumppaneillamme olisi yhtiössään sellainen henkilö, joka hoitaisi kokonaan asiakkaan kanssa kommunikoinnin ja aikatauluista sopimisen ja välittäisi tarvittavaa tietoa tekijöiden sekä asiakkaan välillä. If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:llä on ainakin yksi tällainen urakoitsija sopimuskumppanina, joka toimii kyseisellä tavalla. Haastattelussakin kävi ilmi, että asiakkaat ovat tähän toimintatapaan olleet hyvin tyytyväisiä. Tällaista ratkaisua voisi ainakin ehdottaa myös muille sopimuskumppaneille ja näin parantaa asiakastyytyväisyyttä.

Tiedottamisen lisäksi aikataulut tulee suunnitella oikein sekä työnlaatuun ja ammattitaitoon tulee panostaa. Aikatauluissa tulee ottaa huomioon aikataulun realistisuus sekä mahdolliset muutokset. Asiakkaat ovat olleet todella tyytymättömiä sellaisiin vahinkotapauksiin, joissa esimerkiksi kuivausvaiheen on arvioitu kestävän noin kaksi viikkoa, mutta siihen on saattanutkin tulla jopa neljä viikkoa lisää kuivausaikaa. He ovat kyllä ymmärtäneet sen, että kuivauksen kestoa on mahdotonta arvioida tarkkaan, mutta sopimuskumppaneiden ei pidä suunnitella rakennusvahinkoprosessille liian optimistista aikataulua.

Kun tiedottaminen ja aikataulut ovat kunnossa, niin vuotovahinkoja ei tule korjattua liian kiireellä, jolloin myös työnlaatu paranee.

Rakennusvahinkoprosessin aikataulujen huolelliseen suunnitteluun, työnlaatuun ja erityisesti tiedottamiseen vielä lisää syventymällä, If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:n sopimus-kumppaneita koskevaa asiakastyytyväisyyttä saadaan parannettua. Näin myös voidaan pyrkiä opinnäytetyön tavoitteen mukaiseen 20 % tyytymättömien asiakkaiden osuuden vähennykseen.

## 5 POHDINTA

### 5.1 Yhteenveto

Opinnäytetyö laadittiin sekä toteutettiin If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:n toimeksiannosta. Tavoitteena opinnäytetyössä oli kehittää asiakaslähtöistä rakennusvahinkoprosessia tehostamalla sopimuskumppanien toimintaa ja näin saada aikaan 20 % parannus tyytymättömien asiakkaiden osalta. Opinnäytetyössä käytettiin työn suorittamiseen kvantitatiivista tutkimusmenetelmää ja tutkimukset toteutettiin puhelinhaastatteluilla sekä sähköisellä asiakaskyselylomakkeella.

Tutkimushaastatteluihin vastasi yhteensä 64 asiakasta, joiden vastauksista saatiin esille tarvittavia kehitysehdotuksia. Tuloksien mukaan rakennusvahinkoprosessin kehitettäviksi asioiksi nousivat tiedottaminen, aikataulutukset sekä työnlaadulliset seikat. Saatujen tulosten perusteella rakennusvahinkoprosessia pystytään jatkossa kehittämään entistä paremmaksi ja asiakastyytyväisemmäksi.

Työn aikaa vievin ja haastavin vaihe olivat puhelinhaastattelut. Haastattelutilanteisiin haettiin panostaa, jotta saataisiin tarkkaan mietityillä kysymyksillä kaikki oleellinen tieto puhelun aikana selville. Puhelinhaastatteluiden aikana asiakkaiden vastaukset saattoivat välillä eksyä pois annetusta kysymyksestä ja tämä vei hiukan lisäaikaa yritettäessä palauttaa asiakasta hienovaraisesti takaisin itse pääaiheeseen.

Sähköisen asiakaskyselylomakkeen vastausaika jäi opinnäytetyön tulosten kannalta hiukan lyhyeksi. Tästä johtuen asiakkaiden vastauksia ei ehtinyt tulla niin paljon kuin olisi ollut laadukkaamman tutkimuksen tarpeen hyödyllistä. Pidempi vastausaika olisi siis saattanut aikaansaada suuremman otannan kyselylomakehaastattelussa. Molemmat haastattelut toteutettiin kuitenkin tilaajan toivomalla aikataululla eli opinnäytetyön haastatteluiden tulokset katsottiin riittäviksi.

If Vahinkovakuutusyhtiö Oy:n rakennuskorvausosasto voi hyödyntää jatkossa opinnäytetyössä laadittuja haastattelukysymyksiä sekä asiakastyytyväisyshaastattelulomaketta. Vakuutusyhtiön sopimuskumppaneille voisi laatia esimerkiksi koulutus- tai perehdytyspakettin tämän työn tuloksia hyödyntäen.

## LÄHTEET

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2011. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.

If Vahinkovakuutusyhtiö Oy. 2017. Tietoa Ifistä. Luettu 11.2.2017.  
<https://www.if.fi/web/fi/tietoaifista/ifyriyksen/pages/default.aspx>

Isoviita, A. & Lahtinen, J. 1998. Markkinointitutkimus. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Vakuutusyhtiölaki 18.7.2008/521.

Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

## LIITTEET

### Liite 1. Sähköpostiviesti asiakkaille

Hei,

Teillä oli sattunut vuotovahinko, jossa meidän sopimuskumppanimme hoitivat vahinkoon liittyviä korjauksia.

Olen tekemässä opinnäytetyötä Ifille, jossa yritämme kehittää entisestään rakennusvahinkoprosessia sopimuskumppanien osalta. Tähän liittyen haluaisin haastatella oheisen kyselylomakkeen myötä asiakkaita, joiden vahingon korjaustöitä on hoitanut sopimuskumppanimme.

<http://survey.euro.confirmit.com/wix/p1856577298.aspx>

Toivoisin, että voisitte käyttää 5-10 minuuttia ajastanne vastaamaan oheiseen kyselyyn. Vastauksenne on meille todella tärkeä, koska vastausten avulla saamme arvokasta tietoa siitä, kuinka meidän rakennusvahinkoprosessia tulisi kehittää. Kysely toteutetaan anonymisti, eikä vastaustanne voida yhdistää vahinkotapaukseenne.

If lähettää teille tämän kyselyn lisäksi vielä erillisen asiakastytyväisyysskyselyn, joka ei liity tähän tutkimukseen. Toivoisimme että vastaisitte myös siihen.

Kiitos ajastanne jo etukäteen!

Ystävällisin terveisin

**Santeri Lakkila**  
Rakennuskorvauspalvelu

Työpuh. +358 (0) 10 515 8409, [rakennuskorvauspalvelu@if.fi](mailto:rakennuskorvauspalvelu@if.fi)  
If, Hatanpään Valtatie 11, PL 742, 33101 Tampere, Puh 010 19 18 18 - if.fi



Ole huoletta, me autamme.

## Liite 2. Sähköinen asiakastyytyväisyyskysely

1 (4)





1. Asteikolla 0-10 kuinka todennäköisesti suosittelisitte rakennusliikettä tutuillesi?

0   1   2   3   4   5   6   7   8   9   10

[>>](#)





2. Mitä asiaa/asioita muuttamalla olisi arvosana muuttunut paremmaksi?

[<<](#)

[>>](#)



2 (4)



3. Tuleeko teille mieleen jotain erityistä, missä sopimuskumppanimme onnistuivat erinomaisesti tai hyvin?

&lt;&lt;

&gt;&gt;



4. Tuleeko teille mieleen jotain erityistä, missä sopimuskumppanillamme olisi parannettavaa?

&lt;&lt;

&gt;&gt;

3 (4)



5. Mitä olette mieltä sopimuskumppanimme työnlaadusta sekä ammattitaidosta?

&lt;&lt;

&gt;&gt;



6. Kuinka sopimuskumppanimme tiedottaminen ja kommunikointi toimivat? Oliko puutteita? Jos oli, mitä?

&lt;&lt;

&gt;&gt;

4 (4)



7. Kuinka sopimuskumppaniemme aikataulut pitivät? Oliko puutteita? Jos oli, mitä?

&lt;&lt;

&gt;&gt;



8. Kuinka hyvin rakennusvahinkoprosessin eri vaiheet onnistuivat (kosteuskartoitus, purku, kuivaus, saneeraus)?

&lt;&lt;

&gt;&gt;