

RENKAAT LIIKKEELLE

liiketoiminnan kehittäminen palvelumuotoilulla



RENKAAT LIIKKEELLE

liiketoiminnan kehittäminen palvelumuotoilulla

Asiasanat:

palvelumuotoilu
liiketoiminta
verkkokauppa
asiakaslähtöisyys

Lahden Ammattikorkeakoulu
Muotoiluinstituutti
Muotoilun koulutusohjelma
Pakkaus- ja brändimuotoilu

Vilna Orrenmaa, kevät 2018
Opinnäytetyö 58 sivua

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyössäni kehitän liiketoimintaa palvelumuotoilun keinoin. Toimeksiantajana minulla on Rengaskuriiri – auton renkaita myyvä verkkokauppa. Haluan näyttää, kuinka palvelumuotoilun keinoin voidaan löytää perusteltuja ja tehokkaita ratkaisuja sekä asiakaslähtöisyyden että liiketoiminnan kehittämiseen.

Muotoiluprosessini sisältää yritykseen perehtymisen ja ratkaistavien ongelmien määrittelyn, laajan tutkimusvaiheen, ideoinnin ja lopputuloksena kehityssuunnitelman Rengaskuriirille. Koko prosessin keskiössä ovat käyttäjät ja Rengaskuriirin toiveet.

Tavoitteenani oli luoda konkreettinen kehityssuunnitelma, jossa on otettu huomioon Rengaskuriirin resurssit toteuttaa sitä. Kehityssuunnitelman on tarkoitus auttaa asiakashankinnassa, verkkosivujen käytettävyydessä ja asiakaskokemuksen parantamisessa palvelupolun alusta loppuun.

TIRES ON THE MOVE

**business development
with service design**

Tags:

service design

business

online store

customer orientation

Lahti University of Applied Sciences
Institute of Design
Degree programme in Design
Packaging and brand Design

Vilna Orrenmaa, spring 2018
Bachelor's Thesis page count 58

ABSTRACT

In the thesis I will carry out business development with service design. The client is Rengaskuriiri- an online store selling car tires. In this project, I want to present how service design can be used for finding justified and efficient solutions for customer orientation and business development.

The design process includes business orientation and problem definition, an extensive research stage, visioning and as an outcome, the development plan for Rengaskuriiri. The main focus on the process is held on the users and the wishes of Rengaskuriiri.

The aim is to create a development plan that takes into account Rengaskuriiri's resources to fulfil them. The development plan aims to help with finding new customers, with the usability of the website and on improving the customers experience on every step on the service process.

Sisällys

1. Johdanto

- 1.1. Aiheen valinta **7**
- 1.2. Liiketoiminnan kehittäminen palvelumuotoilulla **8**
- 1.3. Rengaskuriiri **9**

2. Määrittely

- 2.1. Rengaskuriirin haasteet **11**
- 2.2. Business model canvas **11**
- 2.3. Rengaskuriirin brändi **13**

3. Tutkimus

- 3.1. Palvelupolku **15**
- 3.2. Tavoitteet palvelupolun pohjalta **17**
- 3.3. Kyselytutkimus **18**
- 3.4. Rengaskauppojen benchmarking **22**
- 3.5. Turvallisuus verkkokaupassa **24**
- 3.6. Swot-analyysi **26**
- 3.7. Google Analytics **30**
- 3.8. Varjostustutkimus **33**

4. Suunnittelu

- 4.1. Tutkimustulosten koonti **40**
- 4.2. Tarkennettu briiffi **42**
- 4.3. Asiakasprofiilien luominen **44**
- 4.4. Ideointi **46**
- 4.5. Co-design **46**
- 4.6. Jatkosuunnittelu **49**

5. Kehityssuunnitelma

- 5.1. Kehityssuunnitelman pohjustus **53**
- 5.2. Valmis kehityssuunnitelma **54**

6. Arviointi

- 6.1. Prosessin ja lopputuloksen arviointi **61**

Lähteet **63**

Liitteet

- Liite 1. Kehityssuunnitelma
- Liite 2. Kyselytutkimuksen kysymykset
- Liite 3. Varjostustutkimus

Johdanto

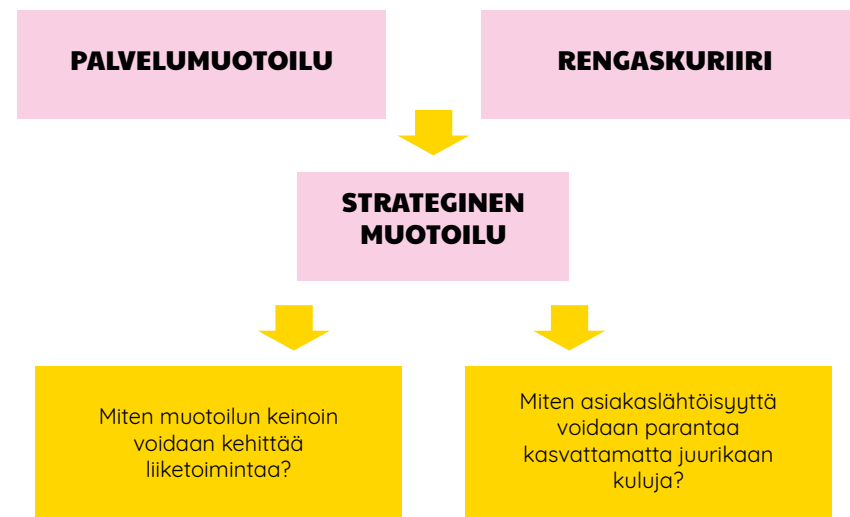
1.1. AIHEEN VALINTA

Lähdin valitsemaan opinnäytetyöni aihetta mielenkiintojani ja työllistymistä ajatellen. Olen opintojeni edettyä ollut yhä kiinnostuneempi palvelumuotoilusta, joten halusin siitä pääteeman opinnäytetyöhöni. Minua kiinnostaa myös liiketoiminnallinen näkökulma asioihin, ja erityisesti kuinka liiketoimintaa voi kehittää muotoilun menetelmin. Halusin opinnäytetyölleni ehdottomasti toimeksiantajan, jotta pääsisin soveltamaan palvelumuotoilun menetelmiä käytännössä sekä kehittämään liiketoimintaa konkreettisesti.

Työlleni löytyi toimeksiantaja Rengaskuriirista – autonrenkaita myyvistä nettikaupasta. Rengaskuriiri kilpailee uudenlaisen liiketoimintamallin avulla autonrenkasmarkkinoilla, mikä tekee siitä mielenkiintoisen kehityskohteen. Rengaskuriirin ansaintalogiikkaan kuuluu mahdollisimman pienet kulut, joten myöskään asiakaspalveluun ei käytetä paljon resursseja. Muotoilussa minua kiinnostaakin kuinka olemassa olevia resursseja voidaan saada käyttöön tehokkaammin, ja kuinka jo pienillä muutoksilla

voidaan saada aikaan kehitystä. Palvelumuotoilu on myös paras tapa lähteä kehittämään asiakaslähtöisyyttä. Rengaskuriirilla oli myös tiedossa heti selkeitä ongelmakohtia, joista sain hyviä lähtökohtia kehityskohteille.

Opinnäytetyölläni haluan osoittaa, että muotoilun keinoin on mahdollista kehittää liiketoimintaa tuloshakuisesti ja varmoin perustein. Rengaskuriirin ollessa toimeksiantaja, haluan myös osoittaa, että kehitykseen ei aina tarvita suuria rahallisia investointeja.■



Aiheen valinta ja muodostuminen.

1. JOHDANTO

1.2. LIKETOIMINNAN KEHITTÄMINEN PALVELUMUOTOILULLA

Monille voi tuntua vieraalta ajatukselta palkata muotoilija kehittämään palveluita, koska on monia koulutusaloja, jotka keskittyvät suoraan liiketoiminnan kehittämiseen. Palvelumuotoilulla voidaan kuitenkin tuoda liiketoiminnallisen näkökulman lisäksi asiakaslähtöisyys mukaan kehitysprosessiin. Yhdistämällä nämä kaksi näkökulmaa saadaan perusteltuja ja kestäviä ideoita sekä yrityksen että asiakkaiden tarpeisiin.

Palvelumuotoilu on osaamisala, missä otetaan mukaan muotoilun toimintatavat perinteisiin palvelun kehitysmenetelmiin. Sen ydintä on yhdistää käyttäjien tarpeet ja palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet palveluiksi. Prosessin keskiössä ovat palvelun käyttäjät, niin asiakkaat kuin sen tuottajat. Palvelumuotoiluprosessissa muodostetaan kokonaiskuva palvelusta, jonka jälkeen se pilkotaan systemaattisesti pienempiin osiin. Pienempiä osia on helpompi tutkia ja optimoida tavoitteiden mukaisiksi. (Tuulaniemi 2016, 24-27.)

”Palvelumuotoilun liiketoiminnalliset edut liittyvät niin organisaation strategiseen suuntaamiseen, toiminnan fokusoimiseen asiakaslähtöiseksi, sisäisten prosessien kehittämiseen ja brändin ja asiakassuhteiden syventämiseen kuin uusien ja jo olemassa olevien palveluiden kehittämiseenkin.” (Tuulaniemi 2016, 95.) Palvelumuotoilu auttaa havaitsemaan asioita, jotka ovat strategisesti järkeviä ja luovat samaan aikaan arvoa asiakkaille. Yrityksille voidaan rakentaa palvelumuotoiluprosessin avulla toimintasuunnitelma, jossa käyvät ilmi tärkeimmät kehityskohteet. Näin kehitystyö ja investoinnit tehdään varmasti strategisesti kannattaviin osa-alueisiin.■

1.3. RENGASKURIIRI

Rengaskuriiri on maaliskuussa 2017 perustettu autonrenkaita netissä myyvä yritys. Yrityksen varastot sijaitsevat Seinäjoella sekä Tampereella, mutta renkaita toimitetaan koko Suomeen. Yritysidea lähti siitä, että Suomessa autonrenkaat ovat kalliita johtuen jyrkistä sesongeista ja niistä yrityksille aiheutuvista korkeista kiinteistä kuluista. Rengaskuriiri pyrkii minimoimaan kiinteät kulut, jotta renkaita pystytään myymään asiakkaille mahdollisimman halvalla. Halvan hinnan mahdollistavat vain netissä tapahtuva myynti, rajattu valikoima, renkaiden nouto varastoista, yhteistyökumppanit ja rajatut palvelut. (Ruuskanen 2018.)■

RENGASKURIIRI.fi

Kuva 1. Rengaskuriirin logo



Rengaskuriirin toimipisteet.

Määrittely

2.1. RENGASKURIIRIN HAASTEET

Aloitin opinnäytetyöni käymällä Rengaskuriirin toimintaa ja haasteita läpi yhdessä Rengaskuriirin perustajan ja yhden osakkaan kanssa. Kävi ilmi, että Rengaskuriirilla on vielä paljon ratkottavia ongelmia. Rengaskuriiri on vielä varsin uusi yritys, joten moni asia hakee senkin vuoksi yhä muotoaan. Liiketoiminnan idea tuntuu toimivalta, eikä Suomessa ole muita rengasmyyjiä, jotka toimisivat samalla periaatteella. Yritys olikin tunnistanut suurimmiksi haasteikseen asiakkaiden hankinnan edullisesti sekä palvelumuodon tekemisen ymmärrettäväksi. Yrityksen ydin on kunnossa, mutta muilta osa-alueilta löytyi paljon kehitettävää.

Markkinointia oltiin saatu kehitettyä ensimmäisen vuoden aikana kokeilemalla erilaisia tapoja ja kanavia. Oikeat kanavat tuntuivat löytyneen, mutta sisältöön tarvittiin ideoita. Itse verkkosivut olivat hyvin alkutekijöissä ja sekavat. Verkkosivuille tuli ihmisiä, mutta vain hyvin harva osti lopulta renkaat, joten verkkosivujen konversio oli hyvin heikko. Joillakin asiakkailla oli myös hankaluuksia ymmärtää,

että renkaiden noutopisteet eivät ole kauppoja, vaan osto tapahtuu aina verkossa.■

2.2. BUSINESS MODEL CANVAS

Business model canvas on visuaalinen ja yksinkertainen työväline liiketoimintasuunnitelman rakentamiseen. Se on lisäksi strateginen työkalu, jonka avulla voi myös kehittää jo olemassaolevia liiketoimintamalleja. (OnnistuYrittäjänä.fi 2018.)

Opinnäytetyössäni business model canvas (sivu 12) toimii myös hyvänä perehdytyksenä Rengaskuriirin liiketoimintaan ja keskeisimpiin elementteihin. Sen avulla kaikki suunnitteluun osallistuvat osapuolet voivat varmistua siitä, että yrityksen liiketoiminnasta on samanlaiset näkemykset, eikä suunnitteluprosessi lähde virheellisten mielikuvien takia väärille poluille. Business model canvasiin voi palata myös myöhemmässä suunnitteluvaiheessa ja käyttää sitä kehittämisen työkaluna.■

2. MÄÄRITTELY

Yhteistyökumppanit	Kriittiset tehtävät	Arvolupaus	Asiakassuhteet	Asiakassegmentti
<p>Nettisivujen ylläpitäjä, maksunvälityspalvelu, rengastoimittajat, keskusvarastot (noutopisteet), tilitoimisto, mainospaikat verkossa (Facebook, tori.fi, Google, AutoJerry.fi).</p>	<p>Nettikaupan maksupalvelu toimii, ostosta lähtee kuitti asiakkaalle ja viesti noutopisteelle, ostetut renkaat löytyvät varastosta, noutopisteellä on henkilö luovuttamassa renkaat aukioloaikana.</p>	<p>Hinta. Heti noudettavissa olevat laaturenkaat edullisimmin. Kustannusrakenne mahdollistaa arvon, kiinteät kulut on minimissä, muuttuvatkaan ei kovin korkeat.</p> <p>Normaaliin nettikauppaan verrattuna nopeus eli renkaat ovat heti noudettavissa. Varastot eri kaupungeissa (Seinäjoki, Tampere, kohta Kuopio) mahdollistavat sen.</p>	<p>Asiakaspalvelu sähköpostitse ja verkossa (Facebook -sivut).</p> <p>Yritys pitää sanansa ja tarjoaa asiakkailleen helpon ja turvallisen ostotapahtuman monine maksumahdollisuuksineen.</p>	<p>Edullisia laaturenkaita autoonsa tarvitsevat ihmiset.</p> <p>Ovat valmiita ostamaan netistä, ovat valmiita näkemään vaivaa ja asennuttamaan renkaat eri paikassa kuin ostopaikka.</p> <p>Omistavat tavallisen auton, erikoisempiin ei ole Rengaskuiriirilla tarjolla renkaita.</p>
	<p>Kriittiset resurssit</p> <p>Rengasvarastot, varastotilat, nettisivut.</p>		<p>Markkinointi, myynti ja toimitus</p> <p>Asiakkaat hankitaan netissä: Facebook, tori.fi, Google, AutoJerry.fi. Ostetaan näistä paikoista mainontaa, ostetaan näkyvyyttä (esim nostot tori.fi:n listoilla).</p> <p>Tuotteen voi noutaa varastolta eli noutopisteeltä tai ostaessaan asiakas voi tilata kuljetuksen kotiinsa.</p>	
<p>Kustannusrakenne</p>		<p>Kassavirta</p>		
<p>Renkaiden hankintakustannukset, varastotilan kustannukset, renkaiden luovutuspalkkiot, tilitoimistomaksut, nettisivujen päivityskustannukset ja palvelintilan kustannukset, maksunvälityskustannukset, mainostuskulut.</p> <p>Mahdollisimman paljon kustannuksista on muodostettu muuttuviksi niin, että hiljaisina kuukausina kulutkin ovat pienet.</p> <p>Kiinteitä tai lähes kiinteitä ovat palvelintila, tilitoimisto ja jotkut mainostuskuluista.</p>		<p>Tuotteisiin lisätään tietty rengassarjakohtainen kate, joka koostuu sekä prosentuaalisesta osuudesta että absoluuttisesta euromäärästä (tyyliin 5% + 30 eur/sarja, luvut eivät ole oikeita). Hinnoittelu ei perustu markkinatilanteeseen, koska toimintatapa on omanlaisensa ja siinä ei suoraan ole kilpailijoita.</p> <p>Kassavirta koostuu pelkästään renkaiden myyntihhinnoista.</p>		

2.3. RENGASKURIIRIN BRÄNDI

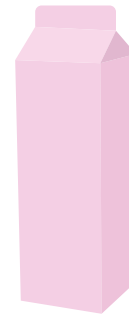
Kävimme läpi Rengaskuriirin perustajan kanssa alkutapaamisessa myös Rengaskuriirin brändiä. Vahva ja selkeä brändi toimii hyvänä työkaluna markkinoinnissa sekä yhtenäistää koko palvelua. Se millaiseksi brändi halutaan kokea, tuli hyvin selkeästi ja yhtenäisesti läpi hyvinkin erilaisten kysymysten kautta. Osa kohdista tuli kuitenkin yllätyksenä, koska ne eivät olleet välittyneet nykyisellä ilmeellä eikä verkkosivuilla.

Rengaskuriiri haluaa olla koko kansan turvallinen ja kotimainen valinta renkaiden ostoon. Parhaita myyntivaltteja ovat halpa hinta ja palvelun nopeus. Yritys haluaisi toimia renkaiden Ikeana: tuotteet ovat halpoja, mutta vaativat hieman omaa vaivaa. Rengaskuriiri haluaisi myös olla kuin litran maito tai Toyota Corolla: kaikille tuttu, edullinen ja yksinkertainen valinta. ■

Sana, joka ei kuvaa

~~Kaiken kattava~~

Mikä tuote kuvaa Rengaskuriiria?



Maito

Suomalainen
Turvallinen
Kaikille tuttu

Kuvaavia sanoja

**Edullinen
Turvallinen
Kotimainen**

Mikä yritys kuvaa Rengaskuriiria?

IKEA

Renkaiden Ikea. Edullista, mutta joutuu näkemään myös itse vaivaa.

Miten erottuu kilpailijoista?

Halvin ja nopein

Jos Rengaskuriiri olisi auto?

Toyota Corolla

Yleinen
Yksinkertainen
Koko kansan
Edullinen

Rengaskuriirin värit



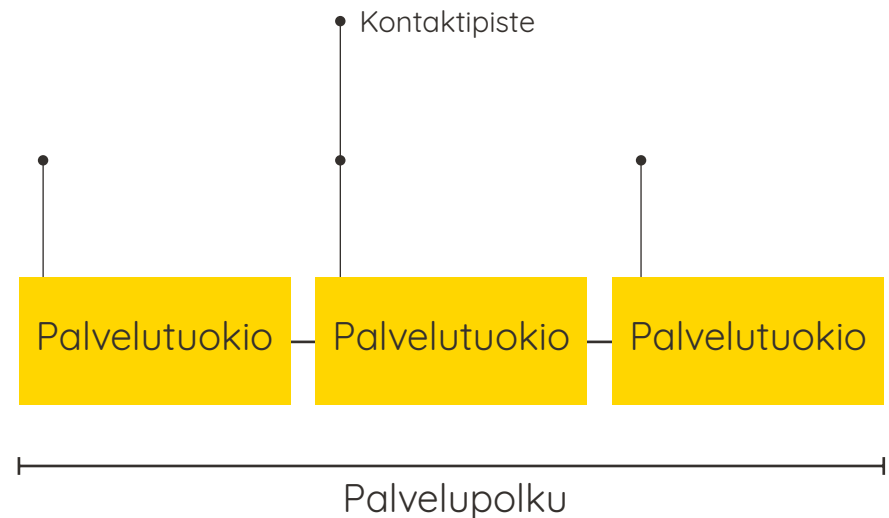
Tutkimus

3.1. PALVELUPOLKU

Rengaskuriiri mainitsi yhdeksi isoimmista haasteistaan palvelumuodon tuomisen selväksi asiakkaille, koska palvelupolku on epätyypillinen nettikaupalle. Yleensä tilatut tuotteet toimitetaan asiakkaille, mutta Rengaskuriirin halvat hinnat mahdollistavat toisille yrityksille ulkoistetut varastot, joista asiakas itse hakee netistä ostamansa renkaat, ellei asiakas halua maksaa lisää toimituksesta. Jotkut asiakkaat ovat myös luulleet, että renkaita voisi ostaa suoraan varastoilta, vaikka ostot voi tehdä vain verkossa.

Kun palvelu halutaan nähdä käyttäjien silmin, tarvitaan uusia tapoja jäsentää palveluja. Palvelutuokiot, palvelupolku ja palvelun kontaktipisteet tekevät tämän mahdolliseksi. Palvelumuotoilussa palvelupolku ja palvelutuokiot voidaan kartoittaa olemassa olevasta palvelusta, jotta palvelun rakenne saadaan ymmärrettävään muotoon. Näin sitä voidaan tarkastella kriittisesti. (Miettinen 2016, 49-50.) Palvelupolku voidaan myös jakaa eri vaiheisiin asiakkaalle muodostuvan arvon näkökulmas-

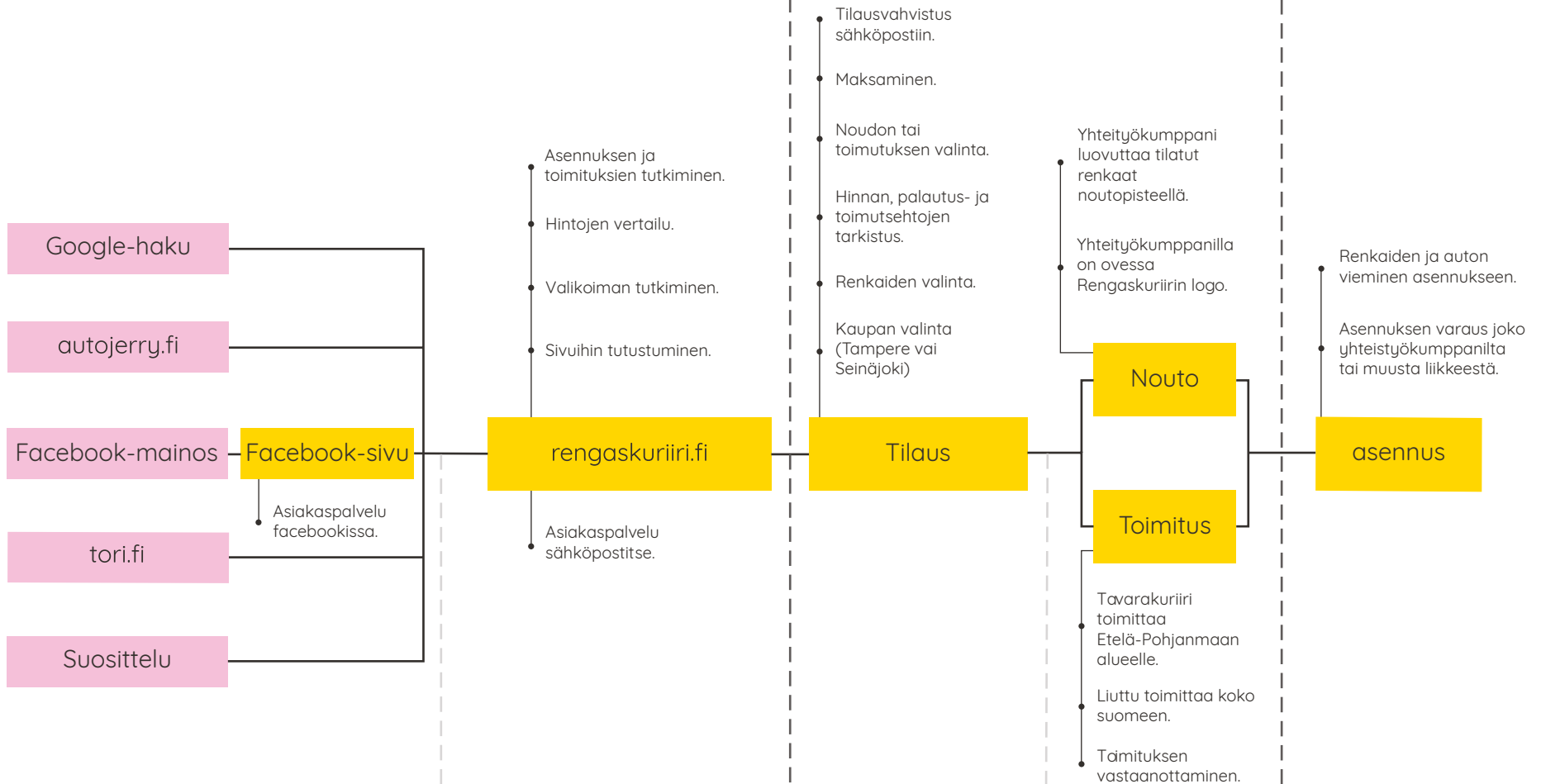
ta. Näitä vaihteita ovat esipalvelu, ydinpalvelu ja jälkipalvelu. Suunnittelun ensimmäinen toimenpide onkin määrittellä, mikä osa palvelupolkua otetaan suunnittelun kohteeksi. (Tuulaniemi 2016, 78-79.)■



Esipalvelu

Ydinpalvelu

Jälkipalvelu



Tavoitteet

Rengaskuriiri kertoi yhdeksi suurimmaksi haasteekseen markkinoinnin ja asiakashankinnan. Markkinointiin pitää löytää uusia asiakaslähtöisiä keinoja.

Rengaskuriirin sivuissa on paljon kehitettävää ja ne tulevatkin uudistumaan opinnäytetyöni aikana, mutta ei osana työtäni. On hyvä kuitenkin varmistaa, että verkkokauppoja koskevat perusasiat ovat kunnossa. Sivujen pitää myös pärjätä kilpailussa muille alan sivuille.

Tilaus pitää sujua mahdollisimman helposti ja tiedot, mitä asiakas haluaa tietää tilausta tehdessään, pitää olla nopeasti ja helposti saatavilla.

Nouto ja toimitus pitää hoitua asiakkaalle helposti. Kummankaan vaihtoehdon valintaan ei saa kuluu paljoa aikaa sekä toimitukseen tai noutoon liittyvät tiedot pitää olla esillä.

Rengaskuriirilla on yhteistyö asentajia, mutta asennus on vielä melko irtonainen osa renkaiden ostoa. Asennus pitää saada sujuvaksi osaksi palveluketjua.

Jälkipalveluun olisi hyvä saada myös lisää vaiheita kuten suosittelu tai palautteen keruu.

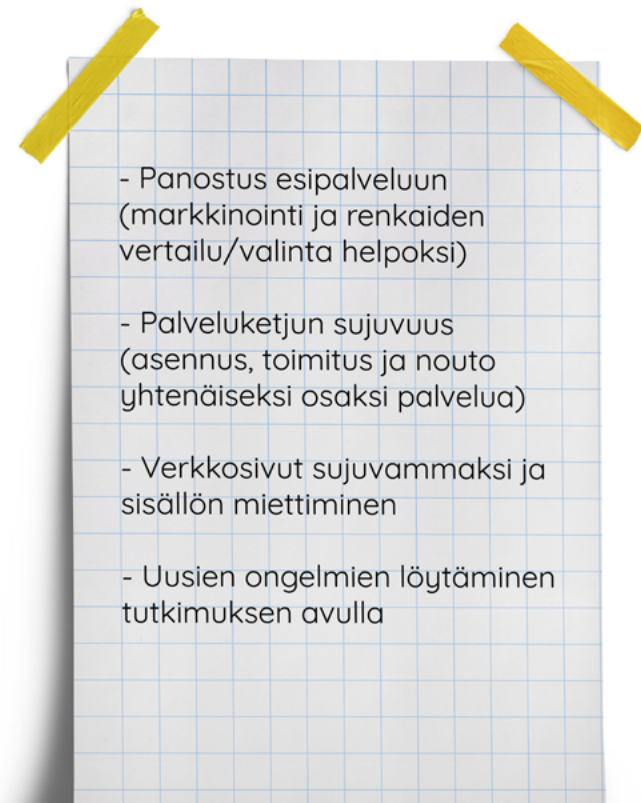
Rengaskuriirin palvelupolku.

3.2. TAVOITTEET PALVELUPOLUN POHJALTA

Loin palvelupolun (sivu 16) Rengaskuriirin palvelusta, jonka jaoin palvelutuokioihin ja edelleen kontaktipisteisiin. Merkitsin kaavioon myös palvelun eri vaiheet. Jokaisen palvelutuokion kohtaan merkitsin tavoitteet jo esiin tulleiden haasteiden pohjalta.

Haluan keskittyä eniten esipalveluun ja palveluketjun sujuvuuteen, koska ne olivat Rengaskuriirin suurimmat haasteet. Esipalvelussa haluan löytää keinoja markkinointiin ja tutkia, miten asiakkaat löytävät palveluiden luokse. Verkkosivut ovat olennainen osa palvelua ja haluankin, että ne kulkevat kehityksessä mukana. En kuitenkaan lähde opinnäytetyössän keskittymään syvemmin niiden käyttöliittymäsuunnitteluun, koska sivut uudistuvat opinnäytetyöprosessini aikana, enkä siten ehtisi kerätä dataa niiden käytöstä. Haluan kuitenkin luoda yleisemmän ohjeistuksen, mitä sivujen pitäisi pitää sisällään.

Palvelupolun pohjalta tulleiden ja Rengaskuriirin määrittämien ongelmien lisäksi haluan ratkaista ongelmia, joita minä tai Rengaskuriiri emme ole vielä osanneet nähdä. Toivon, että tutkimuksen edetessä paljastuu käyttäjälähtöisiä haasteita renkaiden ostoon liittyen.■



Kuva 2. Muistiinpanot.

3. TUTKIMUS

3.3. KYSELYTUTKIMUS

Halusin toteuttaa kyselytutkimuksen heti tutkimusvaiheen alussa, jotta saisin mahdollisimman nopeasti käyttööni käyttäjälähtöistä tietoa ohjaamaan tutkimusmenetelmien valintaa ja sisältöä. Toteutin kyselyn Google Forms -kyselynä ja vastaajat hankin Facebook-ryhmistä sekä tutuistani. Vastauksia kyselyyn tuli 93. Kysymykset löytyvät liitteistä (liite 2.).

Halusin kyselytutkimuksen avulla selvittää:

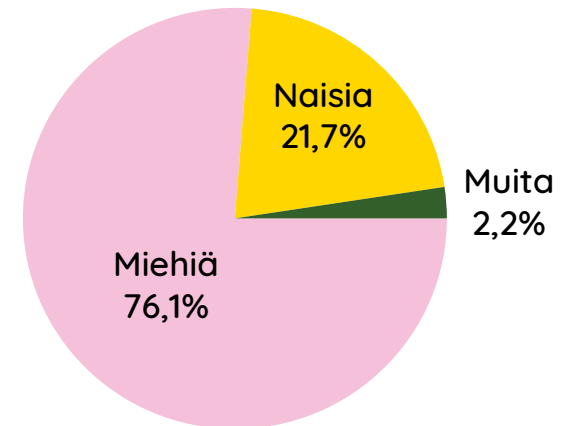
- Mitä asioita renkaissa ja niiden ostossa arvostetaan
- Ostavatko ihmiset renkaat mieluummin verkkokaupasta vai fyysisestä myymälästä ja miksi ihmiset suosivat valitsemaansa vaihtoehtoa
- Tietävätkö ihmiset milloin renkaat pitää vaihtaa uusiin
- Kuinka hyvin ihmiset ymmärtävät renkaisiin liittyviä merkintöjä
- Millaisiin ryhmiin ihmisiä voi jakaa vastauksien perusteella

32 % vastaajista ostaisi mieluummin renkaat verkkokaupasta ja 72 % fyysisestä myymälästä. Osalle ei siis ollut myöskään väliä kummasta renkaat ostetaan. Kyselytutkimus toteutettiin verkossa, joten fyysisen myymälän suosijoita voi olla oikeasti vielä isompi prosentti. Kokosin yhteen perustelut myymälän valinnasta ja korostin eniten toistuneita vastauksia (sivu 19).



Kyselyn sukupuolijakauma.

Taulukko on muokattu Google Forms -kyselyn pohjalta (liite 2).



32%

Verkkokauppa

HINTA

VERTAILU HELPOMPAA

ENEMMÄN VALIKOIMAA

Ulkomailta tilattaessakin saa alle viikossa

Erikoisvalikoima

Saa tilattua suoraan kotiovelle

Hinta, vaikka muuten fyysinen myymälä kivempi

Ei tarvitse puhua

Laiskuus

Helppous

Aina auki

72%

Fyysinen myymälä

MYYMÄLÄSTÄ SAA ASENNUKSEN

NÄKEE TUOTTEEN

Asennus sisältyy hintaan

Näkee renkaiden kunnan parhaiten

Nopeaa

Luotettavampi

HENKILÖKUNTA AUTTAA

HELPOMPAA

SAA VARMASTI OIKEAT RENKAAT

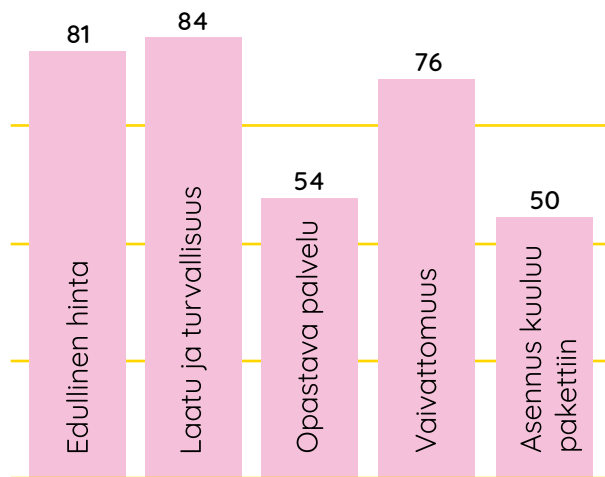
Saa hoidettua kerralla kaiken

Tutut myyjät

Saa myös käytettyjä

3. TUTKIMUS

Renkaiden ostossa tärkeimmäksi kriteeriksi selvisivät laatu ja turvallisuus. Lähes yhtä tärkeänä pidettiin halpaa hintaa. Kolmantena tuli vaivattomuus. Opastava palvelu sekä renkaiden asennuksen kuuluminen pakettiin jakoivat eniten mielipiteitä eivätkä ne olleet yhtä tärkeitä kuin muut kriteerit. Vastaajissa korostuivat autoharrastajien vastaukset, joten nämä kriteerit olisivat varmasti tärkeämpiä keskiaverto ostajalle.



Taulukko osoittaa ihmisten määrän, jotka pitivät kutakin ominaisuutta erittäin tärkeänä tai tärkeänä.

Taulukko on tehty Google Forms -kyselyn pohjalta (liite 2).

Milloin renkaat pitäisi vaihtaa uusiin?

“noin 10v renkaasta riippuen tai kulutus pintaa liian vähän”

“Sillon ku sakkorajoilla tai ei vaan pysy enää tiellä”

“Sitten ku rauat näkyy”

Avoimia vastauksia kyselystä.

84 % vastaajista kertoi tietävänsä milloin renkaat kuuluu vaihtaa uusiin. Avoimista vastauksista kävi kuitenkin ilmi, että renkaita ei välttämättä tietoisesti vaihdeta riittävän usein. Odotetaan että renkaat menevät “sakoille”, “kankaat näkyvät” tai kun auto ei pysy enää tiellä. Osa ei tiennyt kesä- ja talvirenkaita koskevia eri säädöksiä. Osa vastasi suosituksen mukaiset kulutuspinnot, mutta useimmat rajat, joilla renkaat menevät sakoille. Kolikkotesti oli monille tuttu tapa testata renkaiden kulumista. Vaikka turvallisuus ja laatu olivat tärkeimmät kriteerit renkaiden ostossa, vanhat ja kuluneet renkaat eivät näyttäneet häiritsevän monia vastaajista.

Renkaan korkeus, profiilisuhde ja vanteen koko olivat tuttuja yli 90 %:lle vastanneista. Nopeus- ja kuormitusluokka olivat tuttuja enää noin puolille vastaajista. Vastauksissa pitää ottaa taas huomioon autoharrastajien suuri osanotto kyselyyn.

Tarkastelin vastauksia myös yksilöidysti ilman tilastoja kaikkien vastauksista, koska halusin löytää yhteneväisiä asiakasprofiileja. Näin sain selville myös naisten ja miesten välisiä eroja. Kyselyssä korostui autoharrastajien vastaukset, joten sain myös tarkasteltua tarkemmin autoista vähemmän tietävien ryhmää. Sain hyviä työkaluja asiakasprofiileja varten. Vastauksista näki myös selvästi, että naiset kaipaavat lähes aina opastavaa palvelua eivätkä renkaisiin liittyvät asiat olleet niin tuttuja.■

“rengasmyyjät ei osaa/tiedä/jaksa kiinnostua asiakkaan tarvekartoituksesta, mitä pidän tärkeimpänä asiana koko hommassa.”

“Liki aina renkaiden ostaminen on ollut hankalaa; olen kohdannut ylimielistä tai olematonta palveluasennetta ja silkkaa vedätystä.”

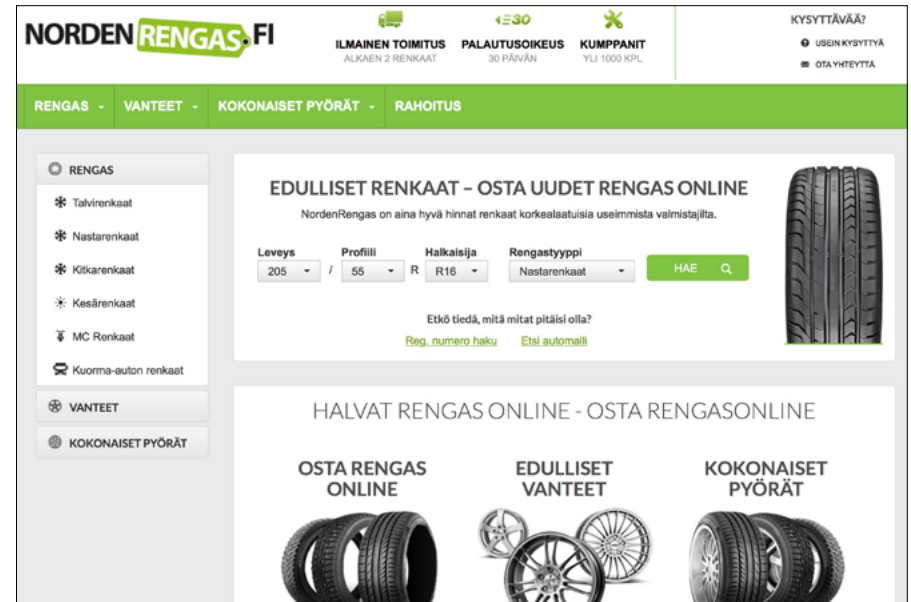
Avoimia vastauksia kyselystä.

3. TUTKIMUS

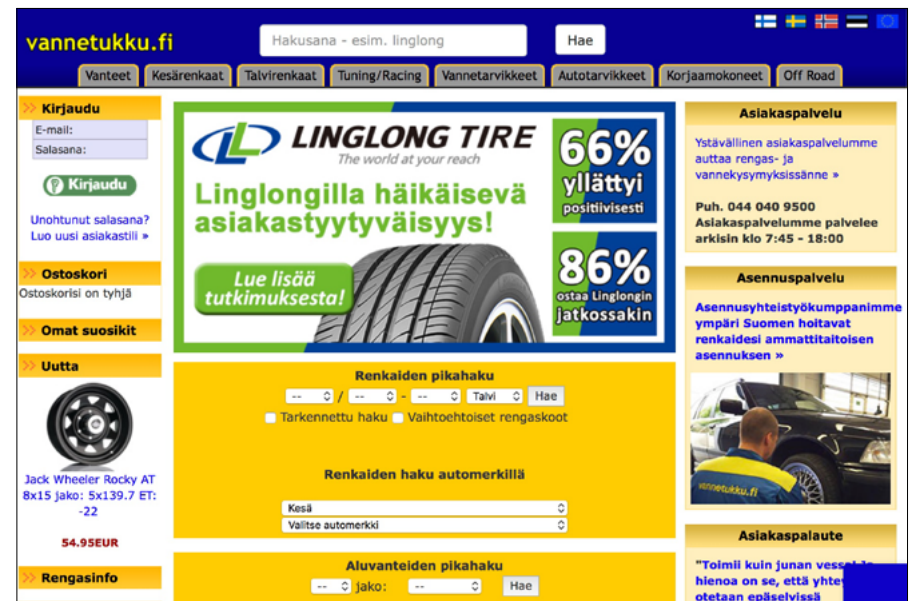
3.4. RENGASKAUPPOJEN BENCHMARKING

”Benchmarking on jatkuva ja järjestelmällinen prosessi parhaiden menetelmien ja toimintatapojen tunnistamiseksi, ymmärtämiseksi ja soveltamiseksi, kun tavoitteena on oman organisaation suorituskyvyn kehittäminen.” (Niva, Tuominen 2005.)

Lähdin aluksi kartoittamaan verkossa toimivien rengaskauppojen visuaalista ilmettä ja verkkosivujen rakennetta, jotta saisin käsityksen siitä, missä tällä hetkellä alalla mennään verkkosivujen suhteen. Vain harva sivusto oli selkeä visuaalisesti, mutta muutamia hyviäkin oli joukossa (kuva 3). Suurin ongelma oli sivustojen sekavuus, mikä johtui huonosta värien käytöstä, liian monista elementeistä ja typografiasta (kuva 4). Katse jäi harhailemaan pitkin sivuja, koska sitä ei ohjattu visuaalisen hierarkian avulla minnekään. Monet sivustot käyttivät myös vanhoilta tuntuvia efektejä elementeissään, mikä helposti johtaa käsitykseen ajasta jääneestä liiketoiminnasta.



Kuva 3. Nordenrengas.fi



Kuva 4. vannetukku.fi

Yleisen kartoituksen jälkeen lähdin etsimään parhaimpia ominaisuuksia rengaskauppojen sivuilta. Monilla sivustoilla oli erilaisia rengashakuja (kuva 6), joiden avulla löytää helposti omaan autoonsa sopivat rengasmallit. Tällaista hakutoimintoa ei ole Rengaskuriirin sivustolla. Joillain sivustoilla pystyi hakemaan autoonsa sopivia renkaita pelkän rekisterinumeron avulla (kuva 5). Ominaisuus on hyvä etenkin sellaiselle, jolle renkasiin liittyvät luvut ovat hankalia. Joillain sivustoilla pystyi hakemaan lähimpiä asennusliikkeitä osoitteen perusteella ja näkemään myös liikkeiden hinnastoa (kuva 8). Yhdellä sivustolla tuotiin isolla esiin sopivuustakuu: jos tilattu vanne ei sovi autoon, hoitaa yritys siitä koituvat kustannukset (kuva 7). ■

**SELAILE
AUTOTIEDOILLA**

FIN ABC-123

ETSI AUTO

Kuva 5. Rekisterinumerohaku.

Tietoja koosta Tietoja autovalikoimasta

Rengashaku

Leveys: 195 Korkeus: 65 Halkaisija: 15

205 / 55 R16

Talvirenkaat

Rengashaku

Kuva 6. Haku renkaan mitoilla.

**ETSI ASENNUSLIIKE
LÄHISTÖLTÄSI**

Yhteistyöverkostossamme on 145 asennusliikettä, jotka auttavat sinua asennuksessa, tasapainotuksessa ja renkaanvaihdossa. Voimme lähettää tuotteet suoraan asennusliikkeeseen. Sinun tarvitsee vain ajaa paikalle ja asennusliike hoitaa loput! Kirjoita postinumerosi alla olevaan kenttään löytääksesi lähimmän asennusliikkeen.

Etsi asennusliike:

Postinumero **ETSI**

Kuva 8. Asennusliikkeet.

**SOPIVUUS
TAKUU**

SOPIVUUSTAKUU

Tämä tarkoittaa että vanne tulee sopimaan autollesi. Jos sinulle tulee ongelmia sovituksen kanssa otamme kustannukset.

Kuva 7. Sopivuustakuu.

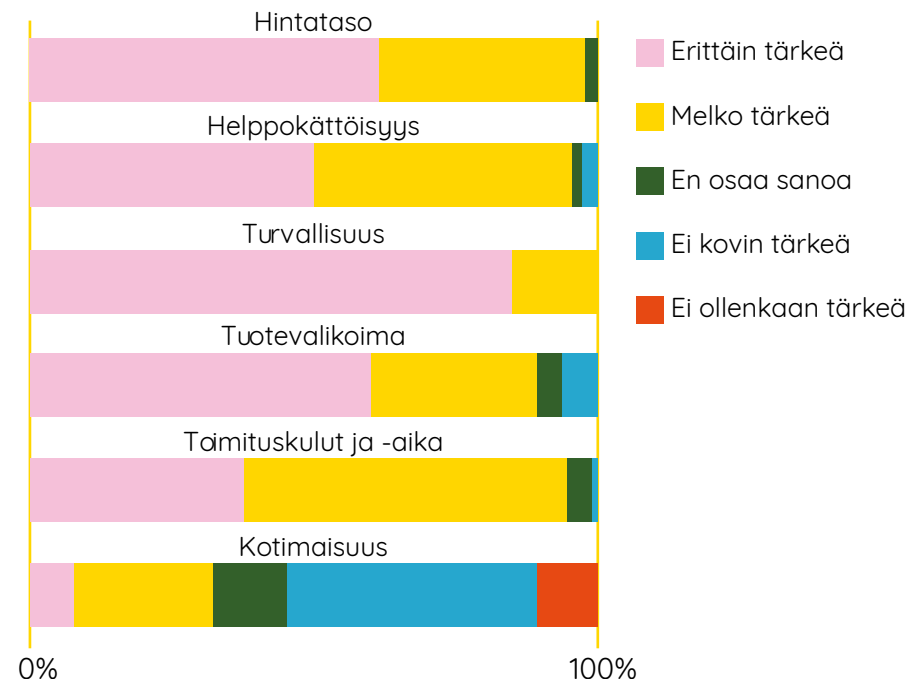
3. TUTKIMUS

3.5. TURVALLISUUS VERKKOKAUPASSA

Rengaskuriirin brändiä määrittäessä esiin nousi useamman kerran turvallisuus. Rengaskuriiri haluaisi antaa luotettavan ja turvallisen kuvan yrityksestään ja siten myös verkkosivustaan. Sen lisäksi, että Rengaskuriiri haluaa viestiä turvallisutta, on se myös kuluttajille yksi tärkeimmistä ominaisuuksista varsinkin verkko-ostamisessa.

Verkkokauppaan liittyy erikoispiirteitä, sillä myyjä ja ostaja eivät ole samaan aikaan läsnä kaupan teossa. Tämä seikka voi tuoda kuluttajalle epävarmuuden kaupan luotettavuudesta. Kuluttajille yksi tärkeimmistä verkkokaupan ominaisuuksista onkin turvallisuus ja luotettavuus. Kaupankäyntiä Internetissä -opinnäytetyöhön tehdyn tutkimuksen mukaan turvallisuus oli ainoa ominaisuus, jota jokainen vastaaja oli pitänyt tärkeänä verkkokaupassa. Ne olivat tutkimuksen mukaan myös tärkeimmät ominaisuudet verkkokaupalle (kuva 9).

Euroopan kuluttajakeskus Suomessa on koonnut sivuilleen verkko-ostamisen muistilistan kuluttajien avuksi. Listassa olevat perusasiat pitäisi ainakin olla kunnossa, jos haluaa antaa verkkokaupastaan luotettavan kuvan. Tutkin toteutuvatko muistilistan neuvot Rengaskuriirin verkkosivuilla.



Kuva 9. Tärkeimmät ominaisuudet verkkokaupassa.

Mitä tiedät myyjästä? Kertooko myyjä selkeästi sivuillaan nimensä, katuosoitteen, puhelinnumeron ja sähköpostiosoitteen?

Sivujen alalaidasta löytyy kaikki muut tiedot paitsi puhelinnumero. Rengaskuriiria pyöritetään päivätyön ohella, joten puhelimeen ei pystyttäisi vastaamaan aina, mutta jonkun ratkaisun voisi puuttuvalle numerolle kehittää. Tiedoissa on myös Y-tunnus, mikä lisää luotettavuutta. Yhteystiedot voisi olla myös erikseen omana osionaan ja noutopisteet merkittyinä karttakuviin. Rengaskuriirista ei kerrota juurikaan yrityksenä, eikä sen omistajaa esitellä sivuilla. Näiden lyhyet esittelyt voisi lisätä verkkosivuille.

Mitä sinulle kerrotaan tuotteesta? Kertooko myyjä selkeästi tuotteesta ja sen ominaisuuksista? Annetaanko tuotteelle takuu?

Tuotteesta kerrotaan perustiedot sekä pidempi kuvailu sen ominaisuuksista. Tuotteelle annetaan takuu, mutta takuutiedot löytyvät vain sivun alalaidasta toimitusehdot-linkin takaa. Pitkä 12 kuukauden takuu voisi olla mainittu jo tuotetiedoissa.

Ovatko hintatiedot selkeät? Onko tilauksesta kertyvät maksut eritelty selkeästi? Onko verot ja toimituskulut ilmoitettu?

Tuotteen hinta on ilmoitettu selkeästi, samoin alv-veron sisällytys siihen. Toimituskulut on ilmoitettu jo ennen tuotteen lisäämistä ostoskoriin, mutta vaihtoehdot ja tiedot voisi olla jäsennelty selkeämmin.

Kerrotaanko toimitusaika ja muut toimitusehdot?

Toimitusaikaa ei ole mainittu, jos toimitustavaksi valitaan kotiinkuljetus. Toimitusehdot löytyvät sivun alalaidan linkistä ja ostoskorissa tilausta viimeisteltäessä.

Annetaanko tieto peruutusajasta tai sen puuttumisesta?

Peruutusajasta ei ole mainintaa sivuilla.

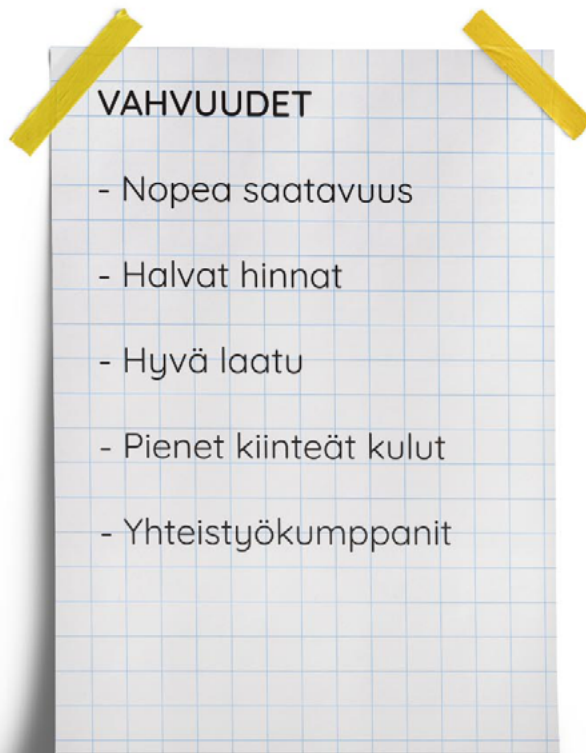
Onko myyjällä niin sanottu trustmark?

Myyjällä ei ole trustmarkia.■

3. TUTKIMUS

3.6. SWOT-ANALYYSI

Swot-analyysi on nelikenttäkartoitus, jolla tarkastellaan yrityksen tilannetta suhteessa ympäristöön. Menetelmässä listataan vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat, jotta ne voidaan analysoida yrityksen kehittämistä varten. (OnnistuYrittäjänä.fi 2018.)



Kuva 10. Vahvuudet.

Vahvuudet

Nopea saatavuus ja halvat hinnat ovatkin jo osa brändin perustaa ja niitä korostetaan markkinoinnissa ja verkkosivuilla.

Myyntiin on valittu vain laadukkaita renkaita, jotta reklamaatiokuluilta vältyttäisiin. Monet asiakkaat haluavat laadukkaat renkaat, mutta eivät tiedä mitkä renkaat ovat laadukkaita ja mitkä taas eivät, joten verkkosivuilla pitäisi viestiä selvästi, että kaikki myynnissä olevat renkaat ovat luotettavia.

Rengaskuriirilla on pienet kiinteät kulut, mikä onkin lähtökohta yrityksen ansaintalogiikalle. Pieniä kuluja mahdollistavat yhteistyökumppanit, joiden avulla kiinteitä kuluja on saatu muuttuviksi kuluiksi, joita syntyy vain, kun joku ostaa renkaat.

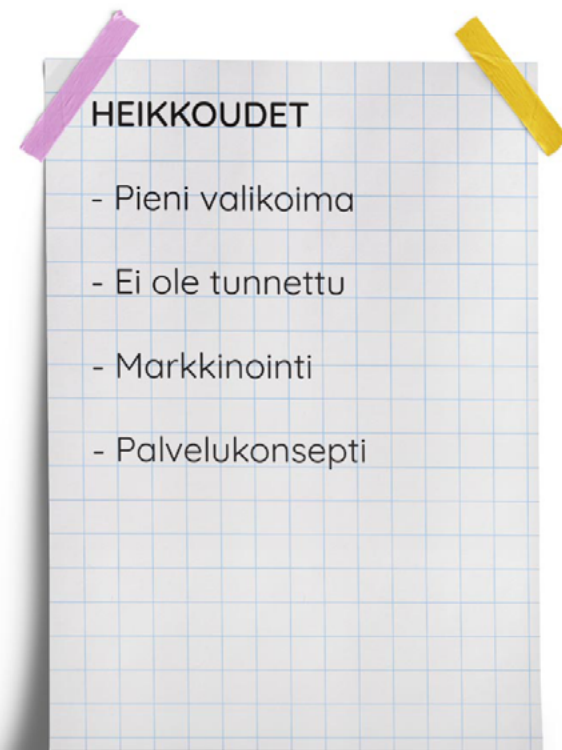
Heikkoudet

Pieni valikoima renkaissa mahdollistaa halvat hinnat, mutta saattaa karsia osan ostajista pois. Asiakkaat pitäisikin saada vakuutettua, että valikoiman renkaista löytyy tavalliseen käyttöön varmasti hyvät ja sopivat renkaat. Havainnointitutkimuksessa toisaalta liian suuri valikoima verkkokaupoissa teki käyttäjän valintaprosesessista hankalamman, koska oli vaikea tietää mistä edes aloittaa. Pieni valikoima voi olla myös selkeyttä tuova etu.

Rengaskuriiri ei ole tunnettu rengasmarkkinoilla. Yritys on vielä hyvin uusi ja tunnetuksi tuleminen vie oman aikansa. Tunnettavuutta voi vahvistaa vahvalla ja yhtenäisellä brändillä sekä aktiivisella markkinoinnilla.

Markkinointi on osittain vielä yksi heikkouksista. Viime vuoden aikana yritys on kokemuksen kautta oppinut, mitkä ovat sille parhaat markkinointikanavat, mutta itse mainontaan kaivataan vielä vinkkejä.

Uudenlainen palvelukonsepti on tuottanut ongelmia joillekin asiakkaille, jotka ovat menneet suoraan noutopisteelle tilaamatta renkaita. Palvelukonsepti on helppo tehdä ymmärrettävämmäksi verkkosivujen ja infografiikoiden kautta.



Kuva 11. Heikkoudet.

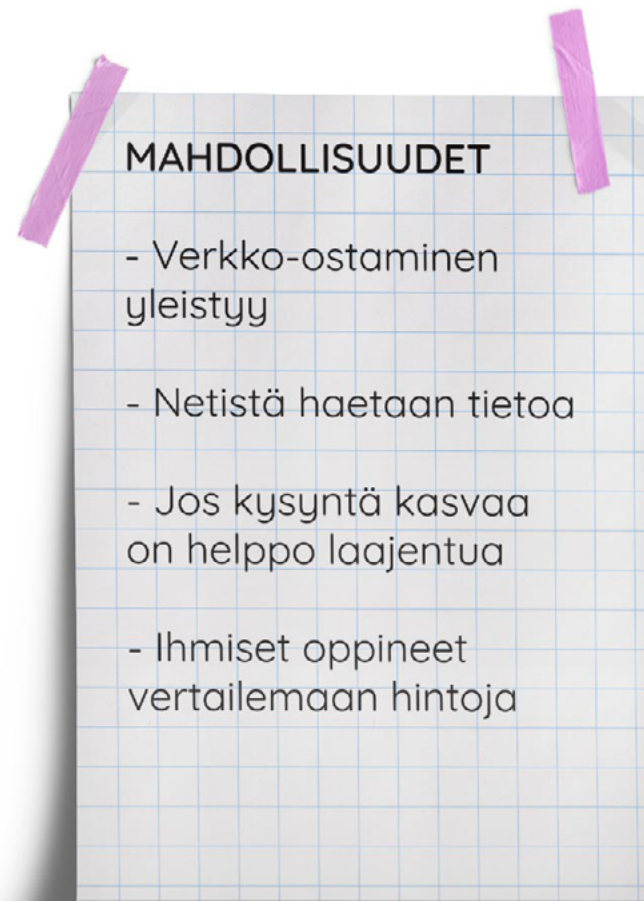
3. TUTKIMUS

Mahdollisuudet

Verkko-ostaminen yleistyy. Sellaisillakin toimialoilla, joissa suositaan vielä tällä hetkellä mieluummin fyysisiä myymälöitä, tullaan siirtymään enemmän verkkokauppoihin.

Kuluttajat hakevat netistä tietoa tehdessään ostopäätöksiä. Kun myyntikin tapahtuu verkossa, päätyvät potentiaaliset asiakkaat helpommin verkkokauppoihin kuin fyysisiin myymälöihin. Selkeä tietopaketti renkaiden ostosta verkkokaupassa voi toimia hyvänä markkinointina. Kuluttajat ovat myös tulleet tietoisemmiksi hintakilpailusta ja vertailevat hintoja netissä.

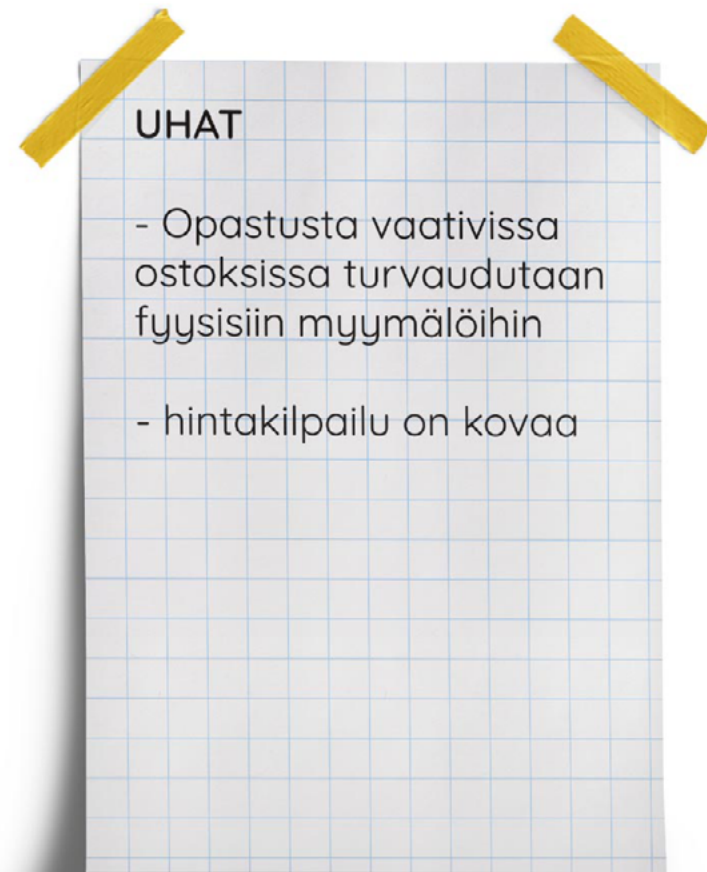
Jos kysyntä kasvaa Rengaskuriirin on helppo laajentaa toimintaansa. Uusien toimipisteiden lisääminen ei vaadi uusia työntekijöitä vaan pelkät yhteistyökumppanit riittävät.



Kuva 12. Mahdollisuudet.

Uhat

Opastusta vaativassa hankinnassa turvaututaan fyysisiin myymälöihin. Uusia renkaita tarvitaan harvoin, joten se ei ole monelle helppo ja tuttu ostos. Tällaisissa ostoksissa on helpompi kääntyä ammattilaisen puoleen. Tekemällä verkko-ostamisestakin vaivatonta ja opastavaa voidaan tavoittaa lisää asiakkaita. Hintakilpailu on netissä kovaa. Verkkokauppojen etu laajan valikoiman lisäksi on mahdollisuus halpoihin hintoihin. Rengaskuriirin pitää erottua muista verkkokaupoista, jotka kilpailevat hintansa avulla rengasmarkkinoilla.■



Kuva 13. Uhat.

3. TUTKIMUS

3.7. GOOGLE ANALYTICS

Google Analytics on verkkosivujen kävijäseurantaan tarkoitettu ohjelma. Verkkosivun kävijöistä kerätään tietoja. Tiedot tallennetaan Googlen palvelimelle, josta niistä koottuja tilastoja voidaan tutkia Analytics-ohjelmalla. Rengaskuriirilla on ollut Google Analytics käytössä jo vuoden, joten sinne on ehtinyt kertyä hyvä määrä dataa kävijöistä. Koska itse verkkosivut uudistuvat suunnitteluprosessini aikana, en keskittynyt siihen, miten käyttäjät käyttäytyvät sivuilla, vaan miten sivuille löydetään ja millä laitteilla sitä selataan.

Tutkimuksen kannalta mielenkiintoisimmiksi tilastoiksi koin avainsanat (suosituimmat hakusanat), suosituimmat kanavat (miten sivuille on päädytty), liikenteen lähteet (kun sivustolle on tultu linkin kautta toiselta sivustolta), kaupungit (missä kaupungissa käyttäjät selaavat sivustoa) ja istunnot laitteen mukaan (onko sivustolla oltu tietokoneella, tabletilla vai mobiililaitteella).

Avainsanat

Suosituin avainsana oli goodyear efficientgrip, joka näytetäänkin heti Rengaskuriirin etusivulla hintavertailussa. Tämä osoittaa Rengaskuriirin olevan halvin ostopaikka kyseiselle renkaalle. Seuraavaksi suosituin avainsana oli rengaskuriiri, mikä on hyvä merkki siitä, että yrityksestä on kuultu ja siitä etsitään lisää tietoa. Sivustolle oltiin päädytty myös hakusanoilla renkaat halvalla ja renkaat seinäjoki. Rengaskuriirin tärkein erottautumistekijä on halpa hinta, joten on hyvä, että sillä on myös löydetty perille. On myös hyvä, että haulla renkaat seinäjoki on tultu sivustolle. Ostajat, jotka ovat ehkä halunneet ostaa renkaat fyysisestä myymälästä, voivat harkita sivustolle päädyttyään myös verkosta ostamista.

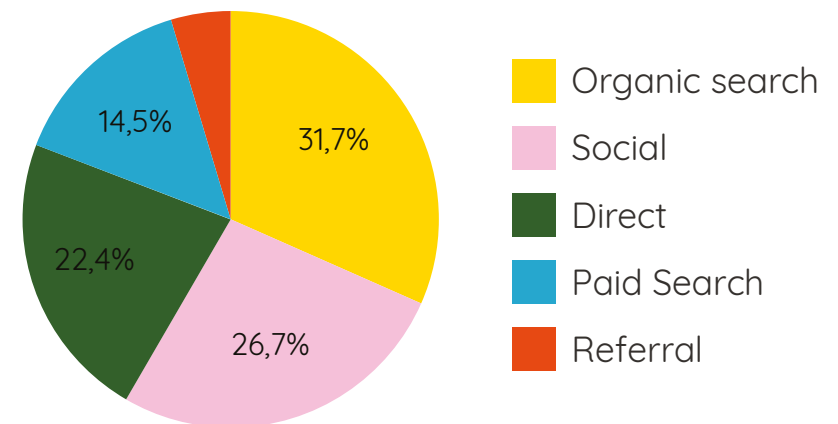
Suosituimmat kanavat

Yleisin tapa päätyä sivulle on hakukoneen kautta ja neljänneksi yleisin tapa on maksetut hakumainokset. Yritys onkin panostanut hakumainontaan ja se näyttää toimivan. Toiseksi yleisin tapa on sosiaalisen median kautta, josta lähes sata prosenttia on Facebookin kautta. Facebook toimii Rengaskuriirin aktiivisimpana markkinointikanavana, mikä näkyy myös tuloksissa. Kolmantena on suora saapuminen sivustolle, eli osa on varmasti palaavia käyttäjiä. Nimi voi olla myös sopivan lyhyt ja mieleenjäävä. Viidentenä on referral, mikä tarkoittaa linkin kautta tulleita käyttäjiä. Liikenteen lähde osio kertoo tarkemmin, missä sivustolla linkki on ollut.

Avainsana

1. (not provided)
2. goodyear efficientgrip
3. rengaskuriiri
4. renkaat halvalla
5. renkaat seinäjoki

Suosituimmat kanavat



Kaavio on muokattu Rengaskuriirin Google Analytics -tililtä.

3. TUTKIMUS

Liikenteen lähde

Sivustoja, joiden kautta päädytään eniten Rengaskuriirin sivustolle ovat tori.fi, fonecta.fi ja finder.fi. Tori-sivustolla Rengaskuriiri markkinoi itseään aktiivisesti, mutta se ei ole yhtä tärkeä kanava kuin Facebook. Tori-sivustolla käytetyt mainokset on syytä käydä läpi, jos niistä löytyisi jotain kehitettävää. Fonectasta Rengaskuriiria ei löydy ollenkaan haulla Rengaskuriiri. Finderista löytyy vain tietoja, joiden avulla potentiaalisten asiakkaiden on vaikea saada tietoa yrityksestä. Kummankin sivuston mahdollisuuksia pitäisi tutkia paremmin markkinoinnin ja yrityksen luotettavuuden kannalta. Osa kuluttajista voi etsiä yrityksestä lisää tietoa sivustoilta, koska se toimii vain verkossa.

Liikenteen lähde

1. tori.fi
2. fonecta.fi
3. finder.fi

Kaupunki

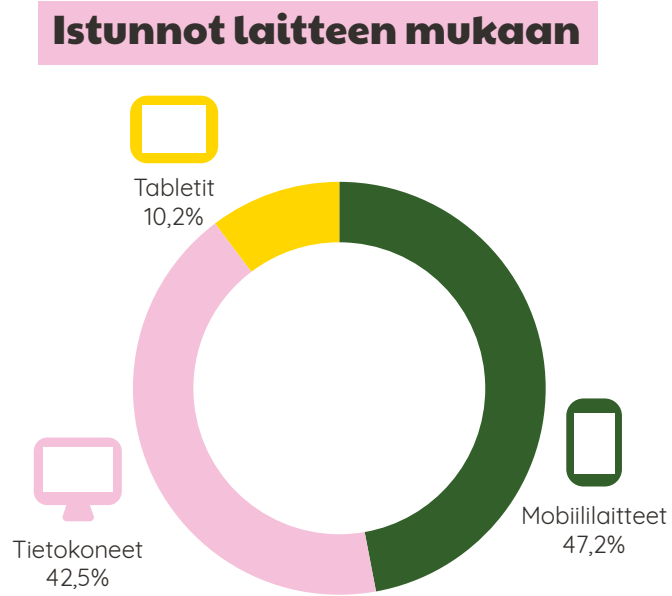
Lähes 40 % verkon selauksista tapahtuu Helsingissä. On hyvin tärkeä mainostaa nopeaa ja koko Suomeen saman hintaista toimitusta, jopa enemmän kuin ilmaista ja välitöntä noutomahdollisuutta. Seinäjoki ja Tampere ovat seuraavilla sijoilla, joten toimipisteiden sijainnit ovat välittyneet hyvin renkaita paikallisesti etsivien hauissa. Seuraavat sijat ovat jakautuneet isojen kaupunkien kesken. Kymmentenä on Kauhava, mikä on lähellä Seinäjoen varastoa, joten pienemmiltä paikkakunnilta etsitään renkaita viereisistä isommista kaupungeista.

Kaupunki

- | | |
|--------------|-------|
| 1. Helsinki | 38,3% |
| 2. Seinäjoki | 15,7% |
| 3. Tampere | 10,1% |
| 4. Turku | 8,3% |
| 5. Vantaa | 1,8% |
| 6. Espoo | 1,6% |
| 7. (not set) | 1,5% |
| 8. Vaasa | 1,4% |
| 9. Pori | 1,0% |
| 10. Kauhava | 1,0% |

Istunnot laitteen mukaan

Vain 42,5 % käyttää verkkosivujen selaukseen tietokonetta. Suurin osa eli 47,2 % käyttää mobiililaitetta eli kännykkää sivuston selaukseen. Loput käyttävät tablettia. Rengaskuriirin sivustossa olisi siis hyvin tärkeää tehdä toteutus mobiililaitteet edellä. Tietokoneen käyttäjiäkin on vielä melko paljon, joten verkkosivun responsiivisuus on tärkeää. ■



Kaavio on muokattu Rengaskuriirin Google Analytics -tililtä.

3.8. VARJOSTUSTUTKIMUS

Varjostus tarkoittaa palvelun loppuasiakkaan toiminnan havainnointia hänen kuluttaessaan palvelua. Varjostamalla saadaan selville, miten palvelutapahtuma todellisuudessa toteutuu osapuolten kesken ja millainen vuorovaiikutustilanne on. Kun tehdään konkreettisia havaintoja palvelutapahtumasta, saadaan selville, miksi ihmiset käyttävät tai eivät käytä palveluita tai joitain sen elementtejä. (Tuulaniemi 2016, 150)

Palvelupolku, benchmarking, Google Analytics ja tutkimukset verkkokaupoista antavat hyviä työkaluja verkkosivujen ja palvelun kehittämiseen, mutta ne eivät anna vielä riittäviä vastauksia Rengaskuriirin suurimpaan haasteeseen eli asiakashankintaan. Varjostustutkimuksen avulla halusin selvittää, miten ihmiset ostavat renkaat verkosta ja erityisesti, miten vertailu ja valinta monien yritysten joukosta tehdään. Tutkimuksen tavoitteena on löytää käyttäjille hyödyllisimmät ja turhauttavimmat ominaisuudet sekä saada selvyys käyttäjän ostoprosessiin.

3. TUTKIMUS

Tutkimuksen toteutus

Hankin varjostusta varten kolme tutkitavaa, joilla kaikilla oli erilainen historia autonrenkaisiin liittyen. Annoin kaikille alkukartoituksen jälkeen saman tehtävän - kesärenkaiden ostamisen verkkokaupasta omaan autoon. Pyysin tutkittavia puhumaan ajatuksiaan mahdollisimman paljon ääneen, jotta pysyin mukana prosessissa. Kuvasin varjostuksen ajan tietokoneen ruutua kameralla, jotta sain tarkempaa analyysia varten talteen puheen ja verkossa liikkumisen. Olin enimmäkseen hiljaa, mutta välillä tein lisäkysymyksiä ymmärtääkseni paremmin tutkittavien ajatuksenkulkua. Yhdellä haastateltavista oli paikalla avovaimo, jonka kanssa hän keskusteli samalla, kun osti renkaita. Heidän välisensä keskustelu antoi vielä uudenlaisia mahdollisuuksia tehdä havaintoja ostajan ajatuksista.

Antonius, 49

Ostanut aikaisemminkin renkaat, mutta fyysisestä myymälästä.

Google

- Haku: verkkokauppa renkaat auto.

Hakutulokset

- Rullaa maksettujen hakutuloksien ohi.
- Euromaster tulee vastaan hakutuloksissa ja kiinnittää huomion, koska tuttu brändi.
- Seuraavaksi tulee rengas-online. Nimi viittaa verkkokauppaan ja tuntuu hyvältä joten menee sivustolle.

rengas-online.fi

- Etusivulla on isolla hakukone, johon syötetään renkaiden mitat. Syöttää muistamansa mitat vaikka, ei ole ihan varma niistä. (Ei tiennyt että renkaat valitaan mittojen perusteella, mutta luvut olivat tuttuja edellisestä ostosta.)
- Mittojen perusteella hakuun ilmestyy 200 eri rengasta. "Noin paljon."
- Menee lajitteluperusteisiin saadakseen, jonkun lähtökohdan valintaan. Laittaa perusteeksi hinnan.
- Selaa tuloksia ja miettii samalla, että ominaisuuksilla ei ole niin väliä, koska ei aja paljoa autoa.

- Vaihtaa lajitteluperusteen takaisin hintaan ja nyt 47€ renkaat tuntuvatkin halvoilta. Päättää googlettaa 47€ maksavan renkaat saadakseen lisää tietoa.
- Päättää valita tutun rengasmerkin, vaikka ei tietäisi mistä brändi on tuttu, koska tieto renkaista on niin vähäistä.
- Nyt renkaiden hinnat ovat halvimmillaan 90€. Muodostaa sopivaksi hinnaksi omalle renkaalle 80-100€. Nyt myös kiinnittää huomioita renkaiden desibeleihin.
- Menee valitsemaan uudestaan lajitteluperusteen, koska tullut ymmärrystä ominaisuuksista. Uusi kriteeri on vierintä.
- Herää kiinnostus renkaiden hiljaisuuteen ja polttoainekulutukseen.
- Kaikki tieto on uutta. On hieman epäselvää, mitkä ominaisuudet voi itse valita ja mitkä ominaisuudet määrittää auto.
- Haluaa tietää lisää, mitä eri ominaisuudet ja merkinnät tarkoittavat ja löytää sivustolta info-välilehden ominaisuuksista.
- Vaihtoehtoja ja ominaisuuksia niin paljon, että tekee mieli mennä tuttuun fyysiseen kauppaan ostamaan renkaat.
- Hyppää suoraa sivulle 9. Siellä on lisää tuttuja brändejä, mutta hinta on jo 90€.
- Vasta sivulla 3 tulee ensimmäiset tutut brändit kuten Pirell ja Nokia.
- Renkaat ja tiedot eivät oikein kerro, mitään joten selaa sivulle 2 asti löytääkseen ensimmäisiä tuttuja brändejä. Tuttuja brändejä ei löydy, mutta tutkii tarkemmin ominaisuuksia, mitä kuvien alle on liitetty. Merkinnät eivät eivät vielä avaudu.

Visualisoitu polku tutkimuksesta.

Google

- Haku: Sunny SN3630

Hakutulokset

- Toivoo löytävänsä arvosteluja renkaasta, koska brändi ei ole tuttu ja halvan renkaan laatu mietityttää. Koittaa myös välttää maksettuja arvosteluja.
- Klikkaa itsensä sivustolle, jossa on arvostelu.

Arvostelu

- Arvostelussa on arvioitu ominaisuuksia tähdillä ja tiedot ovat englanniksi. Haluaisi mieluummin suomeksi arvostelun ja kokemuksia käytöstä eikä tähtiluokitusta.

Hakutulokset

- Löytää kaupan, joka myy samoja renkaita ja sisältää arvostelun.

verkkokauppa

- Arvostelu osio onkin tyhjä. Valitsee usein tuotteita käyttäjäarvioiden perusteella, joten arvosten puuttuminen harmittaa.
- Päittää jatkaa renkaiden etsintää muulla tapaa ja palaa Googleen.

- Vie renkaat ostoskoriin ja tarkistaa hinnan asennuksen kanssa. Hinta on 40€ halvempi kuin edellisten renkaiden osto ja asennus fyysisestä myymälästä.

- Rengasvaihtoehtojen yläpuolella löytyy teksti, että hinta ei sisällä asennusta, mutta ostoskorissa pääsee valitsemaan asennuksen haluttaessa.

- Hinnat ovat melko samat, joten rupeaa miettimään kuuluuko asennus hintaan ja miten se hoituu.

- rengas-online sivuilla ei ole hakukonetta, joten tietoja ei voi hakea suoraan, vaan ne pitää valikoida hauan rajauksen avulla. "turhan aikaa vievä."

rengas-online.fi

- Kopio renkaan nimen ja koko tiedot syöttääkseen ne rengas-onlineen verkkosivuille verratakseen hintaa.

- Tuttu yritys niin renkaiden laatuun on helppo luottaa. Löytää tutun brändin ja kohtuuhintaisen renkaan.

- Etusivulle aukeaa tällä kertaa rekisterinumeroilla tehtävä haku. "oho kätevä"

euromaster.fi

- Haku: euromaster konola
Paikka on tuttu joten sieltä voisi olla helppoa lähteä tutkimaan.

Google**euromaster.fi**

- Vie tuotteet ostoskoriin myös Euromasterissa, jotta hahmottaa hintaa. Rupeaa miettimään toimituksen hintaa, sillä sitä ei tule suoraa näkyviin.

- Etsii tietoa toimituksesta, mutta ei löydä. Löytää kuitenkin tiedon asennuskumppaneista.

- Haluaa selvittää paljonko asennus maksaisi erikseen hankittuna.

Google

- Haku: pitäjänmäki rengasasennus

- Haku: Pitäjänmäki rengasvaihto

- Löytyy liike ja klikkaa sivuille.

Asennusliike

- Etsii sivuilta hinnaston, mutta vaikea hahmottaa mitä kaikkia palveluita tarvitsee, jos vaihtaa renkaat.

- Hinnaksi hahmottuu sama 100€ kuin rengas-onlineella.

rengas-online.fi

- Palaa takaisin rengas-onlineen ja miettii, että voisi tilata renkaat netistä, mutta käydä asentamassa ne liikkeessä, koska hinta on sama ja tilaus yksinkertaisempaa.

- Haluaa vielä selvittää soittamalla asennusliikkeen, että voiko renkaat tilata suoraan sinne ja asentavatko he muitakin kuin itse myymiään renkaita.

3. TUTKIMUS

Tutkimustulosten koonti

Varjostuksen jälkeen kirjoitin ylös koko prosessin ja loin siitä visuaaliset polut tutkimuksen analysointia varten (sivu 34-35 ja liite 3.). Visualisoitujen polkujen avulla löysin ja keräsin talteen kaikkein olennaisimmat asiat. Huomioita kertyi niin paljon, että jaottelin löydökset samankaltaisuuskaavion avulla ja loin yhteensä viisi kategoriaa:

- käyttäjän puutteellinen tieto renkaiden ostosta
- parhaat ominaisuudet verkkokaupassa
- hakukoneen käyttö ja sivustojen valinta
- mietteitä ja ongelmia ostoprosessista
- syyt vaihtaa verkkokauppaa.

Loin jokaisen kategorian pohjalta design driverin. Drivereissä esiintyi päällekkäisiä ajatuksia, joten tiivistin ne vielä eteenpäin viideksi selkeäksi ohjeeksi.■

Käyttäjien puutteelliset tiedot renkaiden ostosta

Tietää renkaidensa mitat, mutta ei tiennyt, että ne pitää olla tietyt.	Ei tiedä, että uudet renkaat pitää asentaa autoon.
Ei katso kuin brändiä ja hintaa rekaita valittaessa, koska ei ymmärrä muita merkintöjä.	Ei kiinnitä huomiota renkaiden mittoihin, koska ei tiedä, että ne määräytyvät auton mukaan.
Mitä toimenpiteitä asennukseen kuuluu ja mitkä ovat pakollisia? Esim. renkaiden kierrätys.	Ei tiedä renkaidensa korkeutta, vaikka muistaa muut mitat.

Varmistettava, että osto ei katkea asiakkaan puutteelliseen tietoon.

- mitat
- asennus
- ominaisuudet

Parhaat ominaisuudet verkko-kaupoissa

Sivustolta löytyy info-osio, jossa selitetään renkaiden eri ominaisuuksista.	Haun tulokset näkyvät selkeänä taulukkona, missä voi vertailla ailekain hintaa, brändiä ja ominaisuuksia.	Arvostaa kaupan valinnassakin tuttujen suosituksia.
Renkaiden laatuun on helpompi luottaa, jos kauppa on tuttu, vaikka renkaiden merkki ei olisi.	Tutut renkaat valikoimassa herättävät luottamusta eniten.	Lajitteluperuste hyvä ominaisuus verkkosivuilla.
Arvostelut verkkokaupassa iso plussa. Varsinkin tavallisten käyttäjien antamat.	Rekisterinumerolla tehtävä haku on hyvä.	Jos vertaillaessa mukana on myös huonompia renkaita, helpottaa se ostopäätöstä paremman renkaan kohdalla.
Asennus- ja toimituskulut pitää olla esille todella selkeästi.	Hakutoiminto olisi kätevä. Voi esim. kopioida renkaan nimen suoraa eri kauppoihin ja vertailla helposti hintoja.	Hyvä, kun saa itse päättää kuuluuko asennus pakettiin.

Hinta ei noussut ostoskorissa.

Tuo käyttäjien arvostamat asiat verkkokauppaan.

- info-osio
- arvostelut
- selkeä hinta
- hakukone
- taulukko
- tutut brändit
- lajitteluperuste

Samankaltaisuuskaavio varjostustutkimuksen löydöksistä.

Hakukoneen käyttö ja sivustojen valinta

Jos tarkoitus on ostaa verkosta, nettiin viittaava nimi edesauttaa valintaa. Esim. Rengas-online.

Käyttää hakusanaa renkaita etsiessään "autoliikkeet".

Renkaita haetaan myös ominaisuuksien perusteella esim. hiljainen kesärenkas.

Googlaa kokemuksia myös verkkokaupoista.

Vaikka yriyksestä ei olisi ikinä kuullut kuin nimen, lisää se heti paljon houkuttelevuutta.

Kokemuksia ja testejä on yllättävän vaikea löytää googlesta.

"Skipaan maksetut hakutulokset tarkoituksella."

Tee sivustosta houkutteleva valinta.

- heti selväksi, että verkkokauppa
- hakusanat huomioitu
- Yritys tutuksi
- helpota testien löytymistä
- hanki arvosteluja myös verkkokaupasta

Mietteitä ja ongelmia ostoprosessista

"Toivoisin käyttäjien vapaamuotuisia arvosteluja renkaista, enkä ammattilaisten luomia tähtiluokituksia."

Kaipaisi asiantuntijaa apuun verkkokaupassa.

Muodostaa budjetin ostoprosessin aikana sen perusteella minkä hintaisia renkaita näkee.

Renkaista (jostain tietystä brändistä) on yllättävän vaikea löytää lisää tietoa.

Haluaa löytää testin valitsemastaan renkaasta.

Vertailee renkaiden hinnan lisäksi aina toimituskulut.

Halvat renkaat houkuttaa, mutta niistä haluaisi myös löytää käyttökokemuksia. Halvoista brändeistä ei kuitenkaan juuri löydy tietoa.

Arviot ja testit myynnissä olevista renkaista helposti asiakkaille.

Syyt vaihtaa verkko-kauppaa.

Syytä hylätä kiinnostava rengas:
- ei arvosteluja
- ei testejä
- chat ei auta
- ei ollut tuttu merkki

Ei löydä toimituksen hitaata, joten valitsee toisen vertailussa olleista kaupoista.

Chat-keskustelut eivät lähinnä aikaa.

Arvostelu osio kaupassa oli tyhjä, joten vaihtaa kauppa.

Lähti pois kaupasta koska haussa ei voinut etsiä erikseen hiljaisia renkaita.

Liian iso valikoima (yli 200 rengasta omilla mitoilla) hankaloittaa entisestään valintaa.

Älä anna syytä vaihtaa verkkokauppaa.

- sopivan kokoinen valikoima
- arvostelut
- hinnat selkeät
- tuttuja brändejä
- hakuohjeita

Helppo ja houkutteleva valinta muiden verkkokauppojen joukosta.

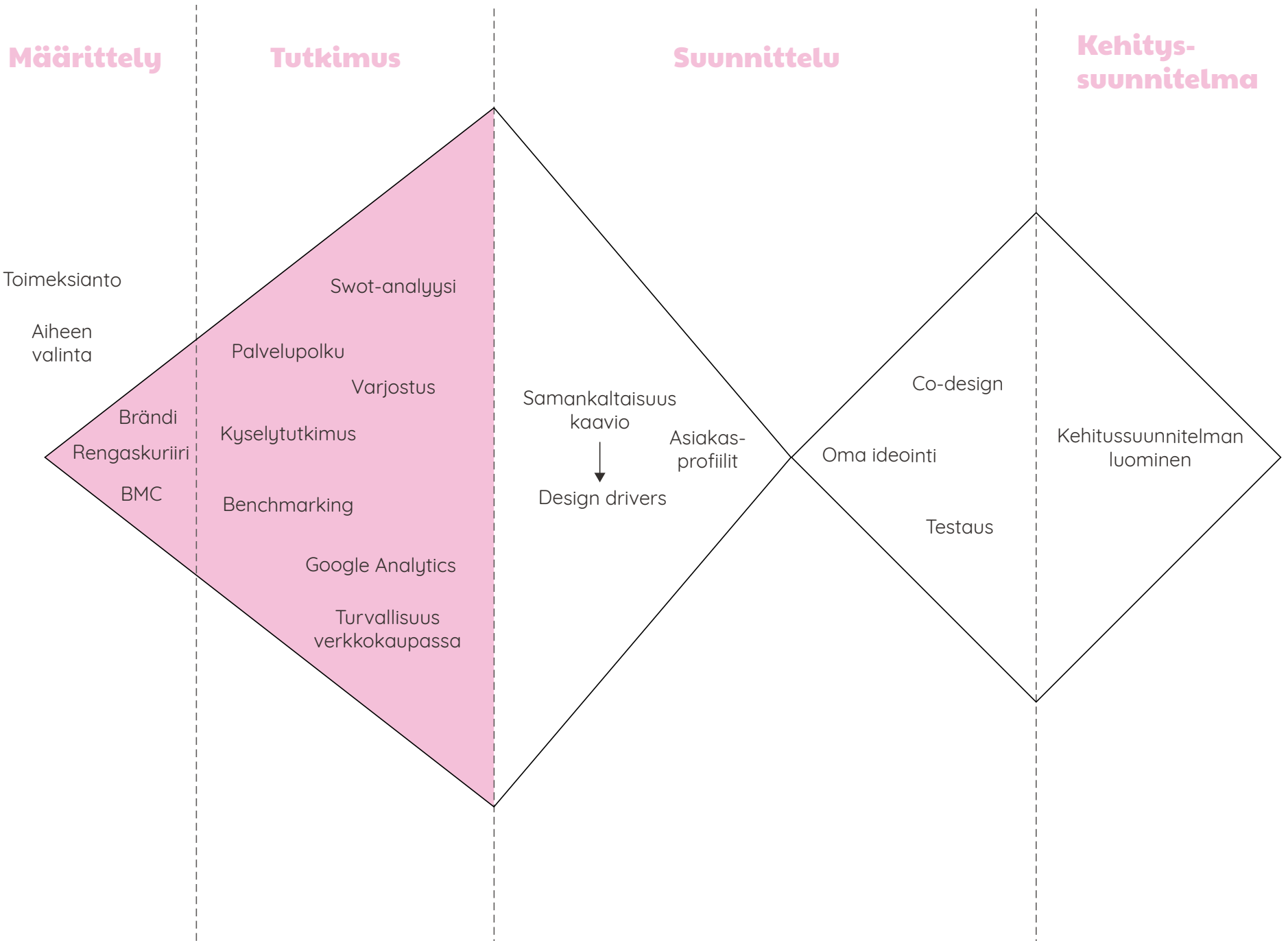
Selkeä hinnoittelu (renkaat, toimitus ja asennus).

Valinta, haku ja vertailu helpoksi.

Arvosteluja renkaista ja verkkokaupasta. Mielellään myös testejä.

Opastus osaksi renkaiden ominaisuuksia, mittoja ja asennusta

Suunnittelu



Kaavio suunnitteluprosessista.

4. SUUNNITTELU

4.1. TUTKIMUSTULOSTEN KOONTI

Palvelumuotoiluprosessini on tähän asti sisältänyt:

1. Rengaskuriirin tarpeiden määrittelyn kahdella tapaamisella.
2. Esitutkimuksen yrityksen nykyisestä toiminnasta (BMC), brändistä ja kilpailijoista (benchmarking).
3. Asiakasymmärryksen hankkimisen palvelupolun, kyselytutkimuksen, verkkokaupan turvallisuuden, Google Analyticsin ja varjostustutkimuksen kautta.
4. Strategista suunnittelua swot-analyysin avulla.

Olen jokaisen menetelmän yhteydessä kerännyt talteen tärkeimmän huomiot, mutta en ole muodostanut niistä vielä kokonaiskuvaa. Kokonaiskuvan saamiseksi loin kaikista löydöksistä samankaltaisuuskaavion, jonka pohjalta loin design draiverit auttamaan briiffin luomisessa. Yleensä teemat hahmottuvat löydöksiä pohjalta, mutta tällä kertaa loin teemat palvelupolun pohjalta jo ennen tulosten läpikäyntiä. Varjostustutkimuksessa loin teemat vasta löydöksiä perusteella, joten tällä tavoin sain kaksi eri lähestymistapaa suunnittelulleni.

Samankaltaisuuskaavio helpottaa tutkimustiedon jäsentelyä. Tutkimusaineistosta etsitään samankaltaisuuksia ja ryhmitellään ne yhteisten teemojen alle. Ryhmittely nostaa esiin käyttäjälle olennaisia asioita. Design draiverit muodostuvat asiakastutkimuksen löydösten perusteella. Niiden avulla saadaan asiakkaan tarpeet, tavoitteet ja motivaatio suunnittelu-prosessin keskiöön. (Tuulaniemi, 154-156.)■

4. SUUNNITTELU

Markkinointi ja asiakas-hankinta

Laatu ja turvallisuus tärkeintä renkaissa.	"Halvalla merkkilläkin voi olla hyviä renkaita."	Ihmiset vertailevat hintoja netistä.
Halpa hinta ja vaivattomuus renkaiden ostossa on tärkeää.	Suurin osa rengaskauppojen sivuista huonoja ja vanhan näköisiä joten ilmeillä helppo kilpailla.	Tunnetuksi tekeminen on tärkeää.
Turvallisuutta arvostetaan mutta ajetaan silti kuluneilla renkailla.	Parempi näkyvyys fonectaan ja finderiin.	Renkaista haetaan tietoa netistä.
"Turha vaihtaa renkaita, jos ei sakoilla."	Miten asiakkaat saataisiin päätyään rengaskuriirin sivuille kun googlaavat rengasmalleja?	Kaikki eivät tiedä milloin renkaat kuuluisi vaihtaa.
Renkaita ei haluta vaihtaa vaikka huomataan niiden olevan vanhat.	Facebook toimii hyvin markkinoinnissa.	

Houkuttele sivuille tietoa, arvosteluja ja testejä etsivät.
Anna renkaiden ostoon muitakin syitä kuin "ne ovat sakoilla".

Verkkosivut

Aina auki.	"Ei tarvitse puhua kellekään."	Verkosta ostaminen koetaan vaikeammaksi.
Vertailu helpompaa verkkokaupoissa.	Isompi valikoima.	Ei ole henkilökuntaa auttamassa.
Verkkokaupat on halvempia.	Rengashaut mitoilla tai rekisterinumeroilla hyviä.	Tuotteet näkee vain kuvista.
Nopeus ja kuormitusluokka vieraita asioita.	Ovatko sivut responsiiviset?	Verkkokaupat ei niin luotettavia.
"Tuntuu, että fyysisessä myymälässä saa ylimielistä palvelua. Silkkää vedätystä."	Trustmark lisää luotettavuutta.	Asiakkaan tarpeiden kartoitus tärkeää.
Yhteystiedot pitää olla selkeästi ja kattavasti esillä.	Pieni valikoima pitäisi perustella asiakkaan eduksi.	Pienestä valikoi- masta voi vertailla helposti ja nopeasti itselleen parhaat renkaat.

Hyödynnä verkkokaupan edut ja minimoi haitat.

Tilaus

"Helppoa tilata netistä."	Pelko, että tilaa väärät renkaat.
Sopivuustakuu hyvä palvelu.	Hitaampaa.
Onko renkailla peruutusaikaa?	Tuotteen takuu?
Toimitusaika pitää olla hyvin esillä.	Toimitusehdot?

Poista epävarmuustekijät tilauksesta.

Nouto/ toimitus

Saa toimituksen suoraa kotiovelle.
Suurin osa Rengaskuriiriin asiakkaista tarvitsee toimituksen asuinpaikkansa takia.
Palvelupolku ei saa olla sekava.

Jälkipalvelu ja asennus

Asennusliikkeiden hinnat pitäisi olla sivuilla selkeästi.	Asennuksen hoitaminen tuntuu verkossa vaikeammalta.
Helsingistä eniten verkkosivukäyntejä joten sinne asentamo.	Asennukseen liittyvät hankaludet.

Asennus yhtä vaivattomaksi kuin fyysisessä myymälässä.

Samankaltaisuuskaavio tutkimustuloksista.

4. SUUNNITTELU

4.2. TARKENNETTU BRIIFFI

Briiffissä määritellään suunnittelutyön tavoitteet. Briiffi kertoo suunnan, jonne halutaan päästä, mutta tarkkaa lopputulosta se ei kerro. (Tuulaniemi 2016, 132.)

Kartoitin projektin alussa asioita, joihin Rengaskuriiri koki tarvitsevansa eniten apua. Esille nousi markkinointi ja palvelupolun ymmärrettävyys. Myös verkkosivujen heikko konversio mietitytti. Palvelupolun pohjalta loin tavoitteita suunnittelun avuksi ja asiakasymmärryksen kautta muodostin vielä design draiverit. Näitä elementtejä tutkimalla ja yhdistelemällä suunnittelin briiffin ohjaamaan suunnitteluprosessiani.

Ihmiset etsivät arvosteluja, rengastestejä ja tietoa renkaiden ominaisuuksista. Nämä asiat tulee käyttää hyödyksi markkinoinnissa ja sivustolle päätymisessä. Rengaskuriirin asiakkaiden kokemuksia kannattaa hyödyntää, jotta sivustolle saadaan helposti ymmärrettäviä arvosteluja. Ihmisiltä puuttuu myös tietoa siitä, milloin renkaat pitäisi ostaa tai miksi kuluneilla renkaila ei kannata ajaa.

Verkkosivuilla pitää olla helposti kaikki tieto, mitä asiakkaat tarvitsevat. Useimmat kaipaavat ammattilaista avuksi renkaiden ostossa, joten Rengaskuriirin pitää olla ostoprosessissa aina askeleen edellä tarjotessaan tietoa ja valintaa helpottavia asioita renkaista. Ihmiset käyvät ostoprosessin aikana helposti useammallakin sivustolla, mutta jos asiakkaalle tarjotaan ennakoivasti informaatioita, ei tätä välttämättä tapahdu. Ostoon ei myöskään saa liittyä mitään epävarmuutta tuottavaa tekijää, joka liittyy rengasvalintaan tai verkkokaupan luotettavuuteen.

Renkaiden ostolta toivotaan vaivattomuutta. Monet kokevatkin verkko-ostamisen hankalaksi, vaikka renkaat voi saada kotisohvalta suoraan ovelle. Myös asennuksen saaminen koetaan helpommaksi fyysisestä myymälästä. Renkaiden tilaus ja asennus pitää saada tuntumaan vähintään yhtä helpolta kuin fyysisessä myymälässä asiointi.■

Rengaskuriiri



Houkuttele sivuille tietoa, arvosteluja ja testejä etsivät.

Anna renkaiden ostoon muitakin syitä kuin "ne ovat sakoilla".

Poista epävarmuustekijät tilauksesta.

Älä anna syytä vaihtaa verkkokauppaa.

- sopivan kokoinen valikoima
- arvostelut
- hinnat selkeät
- tuttuja brändejä
- hakehtoja

Tee sivustosta houkutteleva valinta.

- heti selväksi, että verkkokauppa
- hakusanat huomioitu
- Yritys tutuksi
- helpota testien löytymistä
- hanki arvosteluja myös verkkokaupasta

Hyödynnä verkkokaupan edut ja minimoi haitat.

Asennus yhtä vaivattomaksi kuin fyysisissä myymälöissä.

Tuo käyttäjien arvostamat asiat verkkokauppaan.

- info-osio
- arvostelut
- selkeä hinta
- hakukone
- taulukko
- tutut brändit
- lajitteluperuste

Varmistettava, että osto ei katkea asiakkaan puutteelliseen tietoon.

- mitat
- asennus
- ominaisuudet

Arviot ja testit myynnissä olevista renkaista helposti asiakkaille.

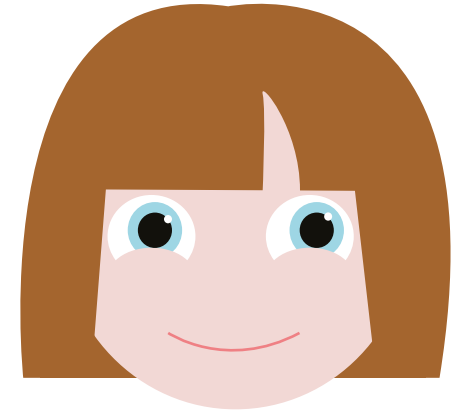
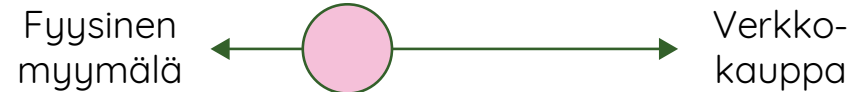
Lähtökohdat tarkennetulle briiffille.

4. SUUNNITTELU

4.3. ASIAKASPROFIILIENTEN LUOMINEN

Halusin painottaa asiakasprofiileissa niitä piirteitä, mitkä luovat haasteita asiakashankintaan ja verkkokauppojen käyttämiseen fyysisten myymälöiden sijasta. Rengaskuriiri koki yhdeksi suurimmista haasteista markkinoinnin, joten luomani asiakasprofiilit voisivat toimia apuna myös yritykselle viestintää suunniteltaessa.

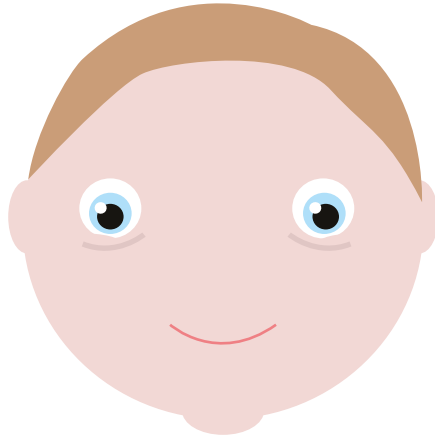
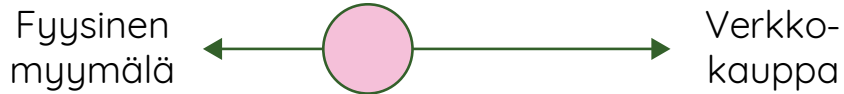
Loin kolme asiakasprofiilia. Asiakasprofiileista kaksi oli miehiä ja yksi nainen. Selvästi suurin osa renkaiden ostajista on havaintojeni ja kyselytutkimukseni perusteella miehiä, mutta mukaan oli hyvä sisällyttää myös nainen, koska heitä toivotaan lisää asiakkaiksi sekä heidän tarpeissaan korostuu opastuksen tarve. Tutkimuksessani vain kolmasosa ostaisi renkaat verkkokaupoista, joten siirsin saman suhteen asiakasprofiileihini. Näiden asiakasprofiilien kautta voisi tutkia erityisesti verkkokauppoihin liittyviä haasteita.



Nainen, 30

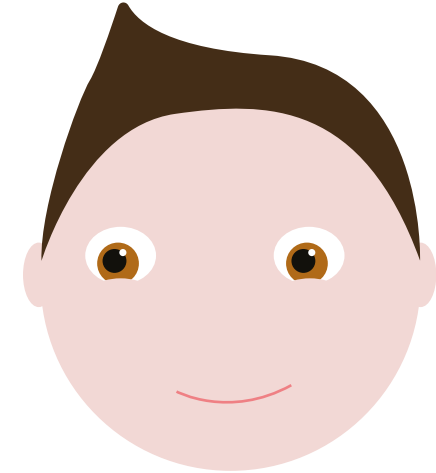
Kyselytutkimuksessani lähes kaikki naisvas-
taajista ostaisivat renkaat fyysisestä myymälästä. Renkaista ei tiedetä juuri mitään, joten on helpompi mennä kauppaan, missä voi sy-
sätä päätökset ammattilaiselle. Koska aiheesta tiedetään hyvin vähän, tuo edes hieman tuttu brändi varmuutta ostopäätökseen. Suu-
relle osalle naisista renkaiden osto on ikävä ja pakollinen menoerä, siten myös verkkokaupat voivat herättää kiinnostusta hintansa puolesta.

4. SUUNNITTELU



Mies, 52

Tämän asiakasprofiilin loin tutkimuksieni lisäksi pitkälti omiin havaintoihini perustuen. Renkaita on ostettu jo useamman kerran, mutta niistä ei silti tiedetä kovin paljon. Fyysinen myymälä on koettu vaivattomaksi vaihtoehdoksi, eivätkä verkkokaupat ole edes käyneet mielessä renkaiden ostossa. Renkaissa koetaan muita asiakasprofiileita tärkeämmäksi turvallisuus. Edullinen hinta on kannustava ominaisuus, mutta ei ostoa eniten määrittävä.



Mies, 24

Viimeinen asiakasprofiili on luotu kyselytutkimukseni isoimmasta erottuvasta ryhmästä. Tutkimukseeni vastasi moni autojen tuunauksesta kiinnostunut, joten asiakasprofiili kuvastaa tätä ryhmää. Renkaiden hintataso, ominaisuudet ja merkinnät ovat hyvin tuttuja. Verkkokaupasta tilaaminen on itsestäänselvä, koska se on halvempaa ja netissä on suurempi valikoima. Renkaiden etsimiseen ja vertailuun jaksetaan käyttää paljon aikaa, koska se on osa harrastusta. ■

4. SUUNNITTELU

4.4. IDEOINTI

Tutkimusvaiheessa minulle oli tullut jo paljon uusia ideoita ja huomioita asioista, mitkä ovat toimivia. Ideat myös jalostuivat jo tutkimuksen edetessä. Lähdin kokoamaan ideoita yhteen miellekartan avulla (sivu 47). Palvelupolun pohjalta luotujen tavoitteiden sekä tarkennetun briiffin avulla tarkistin, että kaikkiin tarvittaviin osa-alueisiin tulee riittävästi materiaalia. Jaoin ideoita edelleen kolmeen eri kategoriaan: valmiit ideat, testausta tai tutkimusta vaativat ideat ja co-design-työpajassa kehitettävät ideat. Kaikki ideat tarvitsivat kuitenkin vielä konkretisointia ja tarkempaa mietintää.■

4.5. CO-DESIGN

Oman ideoinnin jälkeen jalostin co-design ideoita hieman pidemmälle, jotta sain ne ymmärrettävään ja kehitettävään muotoon työpajaa varten. Halusin päästä juttelemaan ideoista ja tutkimustuloksista mahdollisimman nopeasti niiden syntymisen jälkeen. Näin sain käsityksen, mihin ideoihin kannattaa panostaa eniten,

ja mitkä taas voi karsia heti pois tuhlaamatta niihin aikaa.

Co-design eli yhteiskehittäminen on osa palvelumuotoilun ydintä. Sen avulla halutaan osallistaa palvelun eri osapuolet kehitysprosessiin. Jotta kaikkien osapuolten olisi helppo osallistua suunnitteluun, on muotoilijan tehtävä visualisoida ja prototypoida ideoita ja tietoa. Co-designin tavoitteena on saada esille kaikki palveluun liittyvät näkökulmat, jotta ne tulisivat huomioduksi suunnitteluprosessissa. (Tuulaniemi 2016, 116-117.)

Työpajaan osallistui Rengaskuriirin perustaja ja osakas, joka on erikoistunut markkinoinnin tehostamiseen ja myynnin kehittämiseen. Työpajassa kävin läpi aluksi kaikki tutkimukset, mitä olin tehnyt ja millaisia havaintoja olin niiden pohjalta tehnyt. Tutkimustulokset herättivät paljon keskustelua ja nostivat esille uutta tietoa kuluttajien käyttäytymisestä. Kävin läpi myös kaikki syntyneet ideat ja sainkin työpajan perusteella selvän suunnan siitä, mitä ideoista kannattaa lähteä kehittämään ja mitkä jättää tulevaisuuden varalle. Olin luonut myös pohjan, jonka avulla kävin läpi tarkemmin co-designiin valitsemani aiheet.



4. SUUNNITTELU

Työpajan avulla monet ideat, joita olin suunnitellut testaavani käyttäjillä, karsiutuivat pois resurssien puutteiden takia, mutta jäivät kuitenkin osaksi pidemmän tähtäimen suunnitelmaa. Muutama idea kuitenkin nousi selvästi esille ja kehittyi työpajassa, joten sain selvän suunnan lopullista suunnitelmaa varten. Eri-tyisesti pidettiin opastavasta hahmosta, sopivuustakuusta ja kolmen eri kaupan (varastotuotteet Seinäjoki, varastotuotteet Tampere ja tilaustuotteet) selkeyttämisestä ja uudella lähestymistavalla markkinoinnista. Sidosryhmien läpikäyminen ja miettiminen antoi uusia ideoita markkinointiin. Kävi myös ilmi, että joitain oltiin jo kokeiltu, mutta ne kaipaisivat tuekseen printtimainoksia Rengaskuriirista. Asennuksen sisällyttäminen vielä helpommin palveluketjuun ymmärrettiin tutkimustulosten perusteella myös tarpeelliseksi. Käyttäjien hyvin pieni ymmärrys omaan autoon sopivista renkaista tuli yllätyksenä, eikä nykyisen rengashaun vaikeutta oltu kyseenalaistettu aikaisemmin.■



Sopivuustakuu

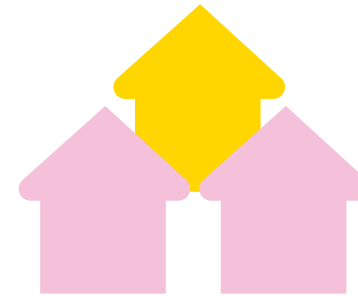
Jos renkaat eivät sovi autoosi, voit vaihtaa ne veloitusetta oikeisiin!



Hakutoiminto selkeämmäksi



Asennus helpommaksi



Kauppojen selkeyttäminen

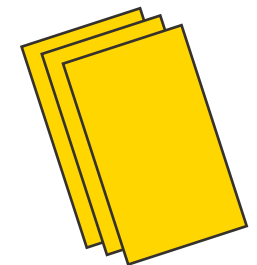


Arvosteluja sähköpostilla

Saat renkaan mitat selville autosi reskisteriotteesta.



Opastava hahmo



Printtimainoksia

4.6. JATKOSUUNNITTELU

Co-design työpajassa valikoitui seitsemän ideaa lopullista toimintasuunnitelmaa varten jo valitsemieni ideoiden lisäksi. Suurin osa ideoista alkoi olla lähes valmiita työpajan jälkeen, mutta muutama idea tarvitsi vielä jatkokehitystä.

Hakutoiminto

Hakutoiminto oli yksi suurimmista ongelmista. Rengaskuriirilla ei ollut käytössä, eikä vielä varaa hetkeen investoida rekisterinumero- tai mittahakuun. Päädyimme siihen, että sivustolle tehdään selkeät ohjeet opastamaan renkaiden valintaa hakukoneen sijasta. Suunnittelin opasteen, mikä sisälsi tekstejä ja infografiikkaa. Pyysin seitsemää ihmistä katsomaan tekemääni opastetta ja sen jälkeen etsimään sopivat renkaat keksittyyn automalliin. Kukaan testaukseen osallistuneista ei ollut aikaisemmin ostanut renkaita, eikä osa edes omistanut ajokorttia. Kaikki osallistujat löysivät oikeat renkaat opasteen avulla hetkessä. Opaste osoittautui jopa helpommaksi tavaksi

etsiä renkaita kuin monien verkkokauppojen käyttämät hakukoneet.

Näin valitset oikeat renkaat autoosi!

Jos et tiedä renkaidesi mittoja, löydät ne seuraavista paikoista:

- A. nykyisten renkaidesi kyljestä
- B. rekisteriotteesta
- C. Trafín oma asiointi -palvelusta

Oikeiden renkaiden valinta kaupasta:

1. Tarkista mikä on renkaittesi vanteiden halkaisija **H** ja mene valikossa kohtaan, mistä löytyvät renkaat kyseisellä koolla.
2. Katso vielä, että renkaan leveys **L** ja rengasprofiili **P** vastaavat renkaidesi mittoja.



”todella helppoa”

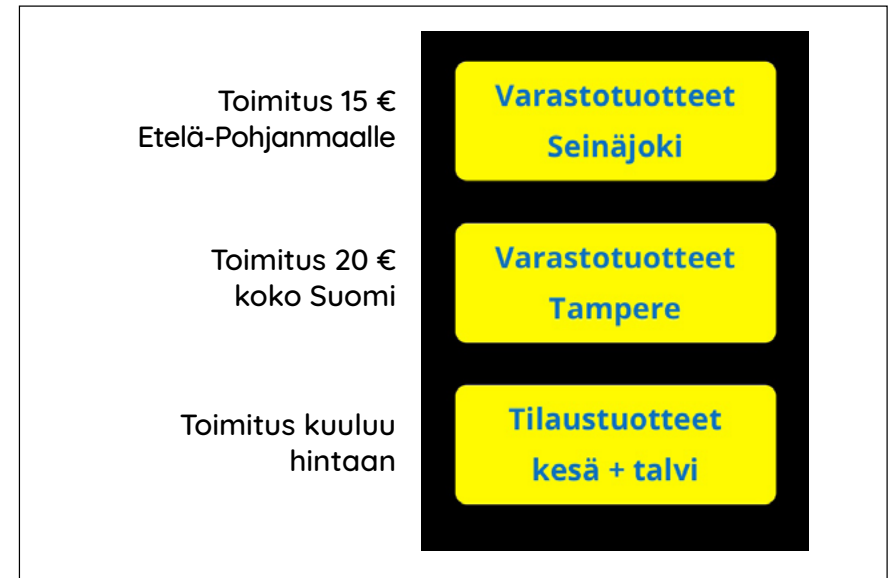
”selkee, vaikkei mitään renkaista tiiäkään niin oli helppo löytää”

”piti vaa selata eli ei vaikea”

4. SUUNNITTELU

Kauppojen selkeyttäminen

Yksi iso ongelma oli myös, että verkkosivulla oli kolme erillistä kauppaa ja lisää oli tulossa. Kauppoja ei ollut vielä tässä vaiheessa resurssien takia mahdollista yhdistää yhdeksi kaupaksi, josta olisi nähnyt renkaiden varastotilanteen kussakin toimipisteessä kerralla. Ongelma oli myös, että jokaisessa kaupassa oli eri toimitushinnat, mikä lisäsi sekavuutta. Kaupat toimivat myös eri periaatteilla, mikä ei välttämättä välittynyt kaikille asiakkaille. Kahdessa kaupassa kaikki tuotteet olivat varastossa tai tilattavissa kahdessa arkipäivässä. Yksi kauppa sisälsi vain tilaustuotteita, joiden toimitus kesti vähän pidempään. Suunnitelimme yhdessä tähän ongelmaan ratkaisuja. Päädyimme, että Rengaskuriiri ottaa myyntivaltikseen varastotuotteet ja yhtenäistää toimitushinnat. Varastotuotteita ruvetaan myös myymään helppona ja varmana valintana nopean toimituksen lisäksi.



Kuva 14. Kuvakaappaus nykyiseltä verkkosivulta.



Hahmotelma uudesta versiosta.

Printtimainokset

Rengaskuriirilla oli joitain yhteistyökumppaneita, jotka olivat luvanneet mainostaa Rengaskuriiria. Mainostaminen oli kuitenkin vain suullista, eikä tueksi ollut aikaisemmin tehty printtimainoksia. Suosittelu ja mainostaminen on paljon helpompaa ja mieleen jäävempää, jos tukena on jotain konkreettista. Loin pohjan Seinäjoella jaettavalle flyerille, jota yhteistyökumppanit voivat jakaa. Uutena ideana markkinointiin tuli kauppojen ilmoitustaulut. Loin niihin julisteen, jonka voi tulostaa kotiprintterilläkin. Näin uutta ideaa voi testata lähes ilmaiseksi. ■



Kuva 15. Flyer.

Kehityssuunnitelma

5.1. KEHITYSSUUNNITELMAN POHJUSTUS

Kehityssuunnitelma on kaksiosainen. Ensimmäinen osa sisältää ideat, jotka tuntuivat toimivimmilta ja ovat mahdollisia toteuttaa lähinnä aikaa uhraamalla. Suunnitelmassa on otettu huomioon myös nykyisen verkkosivupohjan rajoitukset. Ensimmäisen osan ideat ovat myös kehitetty mahdollisimman konkreettisiksi. Vain toteutus puuttuu.

Toisessa osassa on ideoita, mitkä osoittautuivat hyviksi tutkimuksien perusteella, mutta ovat vielä liian kalliita tai hankalia toteuttaa. Toisen osan ideat vaativat vielä kehittelyä ennen käyttöönottoa. Ne ovat kuitenkin odotamassa ja valmiina, jos Rengaskuriirilla on tulevaisuudessa ajankohtaista kehittää toimintaansa lisää.

Kehityssuunnitelman lisäksi kokosin Rengaskuriirin käyttöön materiaalia omatoimista kehittämistä varten. Kehitystyökalut sisältävät koottuja tutkimustuloksia ja asiakasprofiilit.

Kaikki kehityssuunnitelman ideat pohjautuvat asiakaslähtöiseen tutkimukseen. Ideoilla on pyritty ratkaisemaan keskeisimmiksi nousseet ongelmat ja Rengaskuriirin omat haasteet. Koska toimintasuunnitelma on luotu asiakaslähtöisesti ja Rengaskuriiria osallistaen, on ideoilla hyvät lähtökohdat vastata niin asiakkaiden tarpeisiin kuin liiketoiminnan kasvattamiseen.■



Kuva 16. Kehityssuunnitelma.

5. KEHITYSSUUNNITELMA

4.6. KEHITYSSUUNNITELMA

Tässä kappaleessa kerron kehityssuunnitelman sisällöstä yleisemmin, mutta en käy läpi kaikkia yksityiskohtia. Kehityssuunnitelma on nähtävissä kokonaisuudessaan liitteissä (Liite 1).

Kehityssuunnitelman ensimmäinen osa koostuu markkinointi-, verkkosivu- ja jälkipalveluosista. Toinen osa sisältää lyhyet kuvaukset ideoista, joita voisi toteuttaa myöhemmin tulevaisuudessa. Lopussa on lisäksi to do -lista konkretisoimassa tarvittavia muutoksia.

Kehityssuunnitelmassa olen ideoiden lisäksi pyrkinyt lyhyesti kertomaan miksi ne olisivat tarpeellisia ja millaisia ongelmia ne voisivat ratkaista. Olen myös pyrkinyt konkretisoimaan ideoita niin, että ne olisi mahdollisimman helppo toteuttaa pelkästään kehityssuunnitelman avulla.



Kuva 17. Kehityssuunnitelma.

Markkinointi

Rengaskuriiri toivoi projektin alussa apua erityisesti markkinointiin. Tutkimuksen avulla löytyi uusia näkökulmia, joilla voisi lähestyä mahdollisia asiakkaita. Kokosin ideat kehityssuunnitelmaan.

Kävi ilmi, että Rengaskuriiri ei ollut hyödyntänyt markkinoinnissa printtimainoksia, vaikka siihen olisi ollut ilmaisia jakelukanavia yhteistyökumppaneiden kautta. Loin flyerin ja julisteen, joilla voi lähteä kokeilemaan mainosten toimivuutta Seinäjoen alueella pienin kustannuksin. Mietin myös sidosryhmiä, joita printtimainonnassa voisi hyödyntää. Laitoin sidosryhmistä alulle kartan, jota Rengaskuriirin on tarkoitus täydentää.

Rengaskuriirilta löytyy osaamista hakukoneoptimointiin ja hakumainontaa. Kokosin tutkimuksesta esiin nousseista havainnoista tiivistelmän, jonka pohjalta näitä asioita voi lähteä kehittämään.



Kuva 18. Juliste.

5. KEHITYSSUUNNITELMA

Verkkosivut

Rengaskuriirin verkkosivut oli tehty pienellä budjetilla, joten ne olivat ominaisuuksiltaan selkeästi huonommat kuin monilla kilpailijoista. Verkkosivut olivat uudistumassa projektini aikana, joten en voinut tehdä sivuilla tarkkaa käyttäjätestausta tai yksityiskohtaisia suunnitelmia. Tutkimuksessa kävi kuitenkin ilmi suurimpia ongelmia liittyen yleisesti renkaiden verkko-ostamiseen ja pyrin löytämään ratkaisut niihin. Oppaassa verkkosivuosiso on jaettu kahteen osaan: ostoprosessin sujuvoittaminen ja sisältö verkkosivuilla.

Monilla liittyi renkaiden ostamiseen pelko väärin renkaiden valinnasta, koska renkaisiin liittyviä lukuja ei ymmärretty kunnolla. Ongelman ratkaisuksi tuli sopivuus takuu, millä luvataan oikeat renkaat väärin tilalle veloitusetta.

Suurin syy fyysisen myymälän valintaan verkkokaupan sijaan oli opastuksen puute. Yleisimmät ongelmat kävi ilmi tutkimuksessa ja olivat siten ennakoitavissa. Ratkaisuksi syntyi opastava hahmo, joka puhekuplissaan ennakoi asiakkaan ajatuksia tarjoamalla niihin vastauksia.



Kuva 19. Opastava hahmo.

5. KEHITYSSUUNNITELMA

Ostettaessa renkaita verkosta, haluttiin hintoja vertailla useiden kauppojen välillä. Renkaiden hinnan lisäksi haluttiin vertailla toimituskulut. Toimituskulujen vertailu osoittautui yllättävän haastavaksi, koska joskus hintaan sisältyi toimitus ja joskus ei. Tieto oli välillä hyvin vaikea löytää. Rengaskuriirilla tilannetta hankaloittaa lisäksi se, että kauppvoja on kolme ja jokaisessa on eri toimituskulut. Kolmen eri kaupan konseptit voivat myös jäädä epäselviksi asiakkaille. Kokosin kehityssuunnitelmaan ohjeita, joilla toimituskuluja voisi yhtenäistää ja kauppojen konsepteja selkeyttää asiakkaille. Kauppojen uudelleen suunnittelu auttaisi myös liiketoimintastrategian kirkastamisessa.

Yleisin ongelma renkaiden ostossa oli puutteellinen tieto omien renkaiden mitoista ja mistä mitat saisi selville. Useilla verkkokaupoilla oli käytössä erilaisia hakukoneita ongelman ratkaisemiseksi, mutta Rengaskuriirilla ei ollut vielä resursseja sellaisen tekemiseen. Vaihtoehdoksi syntyi infografiikka (kuva2), mikä opastaa oikeiden renkaiden valinnassa.

Tutkimuksessa kävi ilmi, mitä sisältöä käyttäjät haluavat löytää joko verkkokaupasta tai muualta verkosta. Tärkeimpiä sisältöjä olivat testit, arvostelut, info rengasvalmistajasta ja tietoa renkaiden ominaisuuksista. Lisäksi kokosin yhteen asiat, millä pystyi välittämään kuvaa turvallisesta verkkokaupasta.

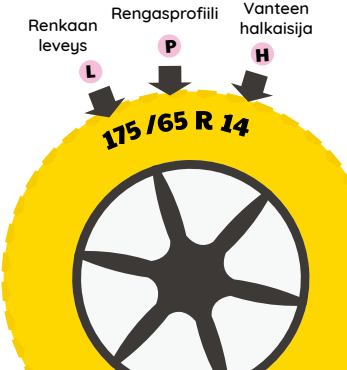
Näin valitset oikeat renkaat autoosi!

Jos et tiedä renkaidesi mittoja, löydät ne seuraavista paikoista:

- A. nykyisten renkaidesi kyljestä
- B. rekisteriotteesta
- C. Trafan oma asiointi -palvelusta

Oikeiden renkaiden valinta kaupasta:

1. Tarkista mikä on renkaittesi vanteiden halkaisija **H** ja mene valikossa kohtaan, mistä löytyvät renkaat kyseisellä koolla.
2. Katso vielä, että renkaan leveys **L** ja rengasprofiili **P** vastaavat renkaidesi mittoja.



Infografiikka näyttää keltaisen renkaan ja mustan vanteen. Renkaalla on merkintä '175 / 65 R 14'. Kolme nuolta osoittaa renkaalla olevia merkkejä: 'L' (Renkaan leveys), 'P' (Rengasprofiili) ja 'H' (Vanteen halkaisija). Yllä olevat tekstit selittävät, missä näitä tietoja voi löytää.

5. KEHITYSSUUNNITELMA

Jälkipalvelu

Renkaiden ostamisen jälkeen asiakkaat saavat valita hakevatko renkaat itse varastolta vai toimitetaanko ne kotiin. Rengaskuriirilla on myös muutama yhteistyöasentamo, joista asiakkaat saavat alennuksen. Fyysisiä myymälöitä suositaan osittain sen takia, että ne tarjoavat asennuksen osana palvelua. Asennus olisi siksi tärkeä saada myös osaksi Rengaskuriirin tarjoamaa palvelua. Kehityssuunnitelmassa on ohjeet kuinka renkaat voisi lähettää suoraan asiakkaan valitsemaan asentamoon. Toteutus on suunniteltu niin, että se ei vaadi Rengaskuriirilta aluksi uudenlaisia teknisiä järjestelmiä.

Niitä varten jotka hakevat tuotteet itse varastosta, tein ehdotuksia, millaista infoa noutopaikasta voisi varausvahvistuksen yhteydessä tulla.

Kehitysideoita tulevaisuuteen

Tulevaisuuden kehitysideoista suurin osa oli teknisiä ominaisuuksia verkkokauppaan, jotka olisivat olleet turhan hankalia toteuttaa tässä vaiheessa. Ominaisuudet ovat myös hyödyllisempiä tilaustuotteiden kauppaan, minkä kehittäminen ei ollut yhtä ajankohtaista kuin varastotuotteiden. Lisäksi mainitsin pari keinoa markkinointiin. Jatkossa olisi myös hyvä ottaa huomioon vielä enemmän, että ihmiset asioivat verkossa yhä enemmän mobiililaitteilla.

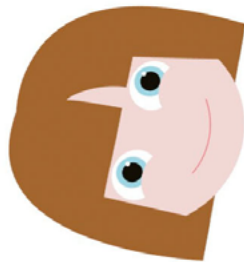
To do -lista ja kehittämistyökalut

To do -listan tein tiivistämään tarvittavat muutokset yhdelle sivulle. Listan avulla on helppo hahmottaa, mitä muutoksia on jo tehty ja mitä vielä tekemättä.

Kehittämistyökaluihin kokosin hyödyllisimmät tutkimustulokset, mitkä esitin ymmärrettävillä kaavioilla. Lisäksi työkaluista löytyy asiakasprofiilit. Työkalujen avulla on helpompaa ymmärtää syitä muutoksille ja kehittää niitä eteenpäin. Asiakasprofiilien avulla voi nähdä palvelut uusin silmin ilman, että omat ennakkokäsitykset vaikuttavat liikaa.■

Mie-

Nainen, 30

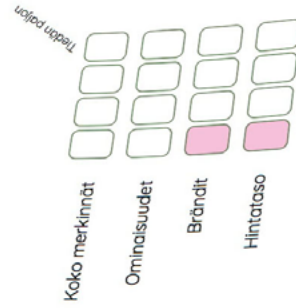
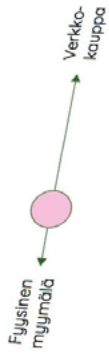
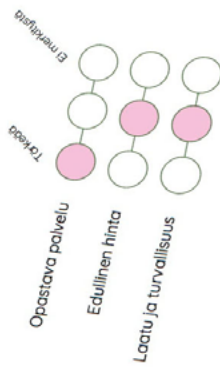


Ei ole ennen ostanut renkaita, mutta nyt olisi aika ostaa uudet.

Ei tiedä juuri mitään renkaista ja haluaa selvittää mahdollisimman vaivattomasti renkaiden ostosta.

Fyysiseen myymälään olisi helppo mennä ja ulkoistaa päätökset ammattilaisille. Autoihin liittyvistä asiakaspalvelutilanteista mat hinnat houkuttavat.

Lähtisi etsimään uusia renkaita googlaamalla verkkokauppoja tai etsimällä Google Mapsista lähimmät rengasliikkeet.



Kuva 20. Asiakasprofiilit.

Arviointi

6.1. PROSESSIN JA LOPPUTULOKSEN ARVIOINTI

Halusin valita opinnäytetyöni aiheen itselleni osittain vieraalta alueelta, jotta voisin vielä laajentaa osaamistani opintojeni aikana. Palvelumuotoilu oli minulle osittain tuttua, varsinkin käyttäjälähtöisten menetelmien osalta. Olin suunnitellut niiden avulla pakkauksia ja visuaalisia identiteettejä, mutta en palveluita. Pyrkimykseni oli nähdä kuinka hyvin osaan soveltaa oppimaani uudelle osa-alueelle. Minua oli myös ruvennut kiinnostamaan liiketaloudellinen näkökulma muotoilussa. En halunnut tehdä pelkästään kaunista tai toimivaa, vaan liiketoimintaa kehittävää muotoilua. Kolmas tavoitteeni oli tuottaa oikeasti hyödyllistä materiaalia toimeksiantajalleni. Sellaista, mitä olisi helppoa lähteä hyödyntämään, eikä lukea kerran läpi ja unohtaa.

Mielestäni onnistuin menetelmien valinnassa hyvin ja sain kaikista tutkimuksista jotain hyötyä lopullista suunnitelmaa varten. Osa menetelmistä osoittautui kuitenkin erityisen tehokkaiksi. Jatkossa painottaisinkin tutkimuksia

vielä enemmän käyttäjien havainnointiin oikeissa ympäristöissä. En ollut ajatellut aikaisemmin kuinka paljon materiaalia kenttätutkimus voi tuottaa verrattuna tutkimuksiin, missä tutkittavalla kohteella ei ole niin paljoa liikkumavaraa.

Liiketaloudellisen näkökulman mukaan ottaminen kävi yllättävän luontevasti, eikä sitä tarvinnut juurikaan miettiä erikseen. Tärkeintä oli perehtyä riittävästi Rengaskuriirin toimintaa, resursseihin ja tavoitteisiin, minkä teinkin huolella projektin alussa. Suunnittelussa keskityin ratkaisemaan ongelmia, mitkä hankaloittavat ostoprosessia ja miten Rengaskuriiri voisi saada enemmän asiakkaita. Löysin kumpaankin ongelmaan useita ratkaisuja, joiden toteutessaan pitäisi automaattisesti kasvattaa liikevaihtoa.

Uskon, että tuotin hyödyllistä materiaalia Rengaskuriirille. Vaikka kaikkia osia kehitysuunnitelmasta ei toteutettaisikaan, osa tulee varmasti käyttöön. Otin kaikissa ideoissa huomioon Rengaskuriirin resurssit toteuttaa niitä, ettei toteutus jäisi niistä kiinni. Jo prosessin aikana tutkimustulokset avasivat Rengaskuriirin

silmiä näkemään ongelmakohtia uudella tavalla. Itse opin kuinka tärkeää on suunnitella yhdessä toimeksiantajan kanssa, jotta ideoista tulee varmasti toteutuskelpoisia ja ideointi on tehty oikeiden ongelmien ratkaisemiseksi.

Rengaskuriiri koki opinnäytetyöni todella hyödylliseksi. Se antoi uutta oppia ja laittoi pohtimaan asioita uusista näkökulmista. Tarkoitus on lähteä myös hyödyntämään kehityssuunnitelmassa ilmenneitä asioita. Tulevaisuus näyttää kuinka muutokset tulevat näkymään tuloksessa.■

Kirjalliset lähteet

Miettinen, S. (toim.) 2016. Palvelumuotoilu – uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. 3. painos. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy.
Tuulaniemi, J. 2016. Palvelumuotoilu. 3. Painos. Helsinki: Talentum pro.

Elektroniset lähteet

Euroopan kuluttajakeskus Suomessa. 2014. Verkko-ostamisen muistilista. [viitattu 10.1.2018]. Saatavissa: <https://www.ecc.fi/Teemat/verkkokauppa/verkko-ostamisen-muistilista/>

Niva, M. Tuominen, K. 2005. Benchmarking käytännössä : itsearvioinnin työkirja hyviä periaatteita ja benchmarking-tutkimuksia. Benchmarking [viitattu 20.1.2018]. Saatavissa: <http://ekirjasto.kirjastot.fi/ekirjat/benchmarking-kaytannossa-itsearviointin-tyokirja-hyvia-periaatteita-ja-benchmarking-tutkimuksia-mikael-niva-kari-tuominen-kuvitus-lasse-malmberg>

OnnistuYrittäjänä.fi. 2018. Business Model Canvas Joskus yksinkertainen vain toimii paremmin [viitattu 4.2.2018]. Saatavissa: <https://www.onnistuyrittajana.fi/business-model-canvas-ohjeet>

Taivaloja, C. 2014. Minkälainen on hyvä verkkokauppa? Verkkokaupan arvio käyttäjänäkökulmasta. [Verkkodokumentti]. AMK -opinnäytetyö. Metropolia ammattikorkeakoulu, liiketalouden ala. Helsinki. [Viitattu 10.2.2018]. Saatavissa: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/76889/Opinnaytetyo_Taivaloja_2014.pdf;jsessionid=432D928D11C056511D79893582574305?sequence=1

Suulliset lähteet

Ruuskanen, V. 2018. Toimitusjohtaja. Rengaskuriiri Oy. Haastattelu 3.1.2018.

Kuva lähteet

Kuva 1. Rengaskuriirin logo, Rengaskuriiri [Viitattu: 3.1.2018] Saatavissa: <https://rengaskuriiri.fi>

Kuva 2. Pohjana ilmainen PSD-tiedosto [Viitattu: 26.3.2018] Saatavilla: <https://www.pixeden.com/psd-mock-up-templates/a3-psd-poster-mockup-vol12>

Kuva 3. Nordenrengas.fi, Norden Rengas [Viitattu: 20.1.2018] Saatavilla: <https://www.nordenrengas.fi>

Kuva 4. Vannetukku.fi, Vannetukku [Viitattu: 20.1.2018] Saatavilla: <https://www.vannetukku.fi>

Kuva 5. Rekisterinumerohaku, Euromaster [Viitattu: 20.1.2018] Saatavilla: <https://www.euromaster.fi>

Kuva 6. Haku renkaan mitoilla, Rengas-online [Viitattu: 20.1.2018] Saatavilla: <https://www.rengas-online.fi>

Kuva 7. Sopivuustakuu, Renkaat vaihtoon [Viitattu: 20.1.2018] Saatavilla: <https://www.renkaatvaihtoon.fi/ostoskori/checkout>

Kuva 8. Asennusliikkeet, Renkaat vaihtoon [Viitattu: 20.1.2018] Saatavilla: <https://renkaatvaihtoon.fi/verstas>

Kuva 9. Tärkeimmät ominaisuudet verkkokaupassa, Tavaioloja, C. 2014. Opinnäytetyö Minkälainen on hyvä verkkokauppa? Verkkokaupan arvio käyttäjänäkökulmasta. Kuva on tehty opinnäytetyössä esiintyvän taulukon pohjalta [Viitattu: 10.2.2018] Saatavilla: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/76889/Opinnaytetyo_Taivaloja_2014.pdf;jsessionid=432D928D11C056511D79893582574305?sequence=1

Kuvat 10,11,12 ja 13. Pohjana ilmainen PSD-tiedosto [Viitattu: 26.3.2018] Saatavilla: <https://www.pixeden.com/psd-mock-up-templates/a3-psd,poster-mockup-vol12>

Kuva 14. Kuvakaappaus, Rengaskuriiri [Viitattu: 7.3.2018] Saatavissa: <https://rengaskuriiri.fi>

Kuva 15. Pohjana ilmainen PSD-tiedosto [Viitattu: 7.3.2018] Saatavilla: <https://free-psd-templates.com>

Kuva 16. Pohjana ilmainen PSD-tiedosto [Viitattu: 15.3.2018] Saatavilla: <https://www.freepik.com>

Kuva 17. Pohjana ilmainen PSD-tiedosto [Viitattu: 15.3.2018] Saatavilla: <https://www.freepik.com>

Kuva 18. Pohjana ilmainen PSD-tiedosto [Viitattu: 7.3.2018] Saatavilla: <https://free-psd-templates.com>

Kuva 19. Pohjana ilmainen PSD-tiedosto [Viitattu: 17.3.2018] Saatavilla: <https://dribbble.com/dxbolyhos>

Kuva 20. Pohjana ilmainen PSD-tiedosto [Viitattu: 24.3.2018] Saatavilla: <https://www.graphberry.com>



Liitteet



Rengaskuriiri
KEHITYSSUUNNITELMA
2018

SISÄLLYS

Markkinointi

Sisältöideoita mainoksiin	3-4
Printtimainokset	5-6
Sidosryhmät	7
Google	8

Verkkosivut

Ostoprosessin sujuvoittaminen	9-14
Sisältö verkkosivuilla	15

Jälkipalvelu

Renkaiden asennus	16
Renkaiden nouto	17

Kehitysideoita tulevaisuuteen

To do -lista	19
--------------	----

Vilna Orrenmaa 3/2018


Markkinointi

Sisältöideoita mainoksiin

Tutkimuksien avulla löytyi uusia näkökulmia, millä voisi mainostaa ja tehdä kiinnostusta herättäviä julkaisuja Facebookiin. Ideoita voi soveltaa myös muihin markkinointikanaviin. Ideoista voi suunnitella kerralla pidemmän aikavälin julkaisut valmiiksi ajan säästämiseksi.


Turvallisuus

Lähes kaikki kyselytutkimukseen osallistuneet kertoivat arvostavansa turvallisuutta renkaissa.

 Mainoksissa voisi kertoa, kuinka hyväkuntoiset renkaat pienentävät riskiä vesiliirrosta tai lyhentävät jarrutusmatkaa.


Ajomukavuus

Monet eivät tiedä, että renkailla on ajoon vaikuttavia ominaisuuksia. Ajomukavuus on sellainen asia, mitä lähes kaikki varmasti arvostavat.

 Mainoksissa voisi kertoa, että renkailla on olemassa desibeliluokituksia. Hiljaiset renkaat vähentävät auton melua.


Taloudellisuus

Kaikki haluavat varmasti pienemmän polttoainekulutuksen

 Mainoksissa voisi kertoa, että renkailla on vierintävastusluokitukset, mitkä vaikuttavat polttoainekulutukseen.


Renkaiden ikä

Useat eivät tiedä, että renkaat voivat mennä huonoiksi iän myötä, vaikka niitä ei edes käytäisi.

 Aiheesta voisi tehdä Facebook-päivityksen, jossa annetaan ohjeet, kuinka renkaiden iän voi tarkistaa DOT-merkinnästä.


Renkaiden kunto

Monille on epäselvää, milloin renkaat olisi aika vaihtaa kunnon puolesta.

 Aiheesta voisi tehdä Facebook-päivityksen, jossa annetaan ohjeet, kuinka renkaiden kunnon voi tarkistaa urasyvydestä tai nastojen määräästä.

Renkaiden osto syksyllä

Monille on varmasti uusi ajatus, että uudet renkaat olisi paras ostaa syksyllä.

 Seuraavalla sivulla on lehtijuttu, mistä voi poimia perusteluja renkaiden ostamiseen syksyllä.

Markkinointi

Sisältöideoita mainoksiin

Yle Uutiset 30.9.2014, saatavilla: <https://yle.fi/uutiset/3-7499193>

Tiesitkö, että uudet kesärenkaat kannattaa vaihtaa nyt? Eikä vain vesiliirtovaaran vuoksi

Moni autoilija sinnittelee vanhoilla kesärenkailla siihen saakka, kun autoon pitää laittaa talvirenkaat. On kuitenkin kaksi syytä, miksi uudet renkaat kannattaa laittaa autoon nyt. Tutua on, että syyskeleillä huonot renkaat lisäävät vesiliirtovaaraa ja jarrutusmatkaa. Mutta tiesitkö, että syksyllä sisäänajetut kesärenkaat kestävät pidempään?

Kesärenkaiden kestävyysvaikutavat rengasmateriaalin ja ajotavan lisäksi myös ilman lämpötila ja tien pinnan karheus.

Syyskeleillä ilmojen viiletessä renkaat kuluvat vähemmän kuin lämpimillä kesäkeleillä. Keväällä renkaat taas kuluvat enemmän, kun tiet ovat karheita nastarenkaiden käytön jäljiltä.

– Jos alle laittaa nyt uudet kesärenkaat, ne saavat pikkuhiljaa iskuja, jotka kovettavat rengasta. Näin rengas kestää pidempään, opastaa Vianorin aluepäällikkö Pertti Leimu.

– Kun rengas on ajossa tulleiden iskujen jälkeen hieman kovettunut, se ei kulu kevään nastakarheilla teillä enää samalla tavalla kuin tuoreena alle laitetut renkaat. Toinen riski kuluneilla renkailla ajoon liittyy sateisten syyskeleiden tuomaan vesiliirtoriskiin.

Myös jarrutusmatka pitenee, jos kulutus pintaa on jäljellä niukalti. Suositus on, että kesärenkaissa pitäisi olla kulutus pintaa vähintään neljä millimetriä, vaikka sakkoraja onkin 1,6 milliiä.

Autoilijat laiskoja katsomaan renkaita

Autoilijat ovat varsin laiskoja katsomaan oman autonsa renkaiden kuntoa, tietää Vianorin Hämeenlinnan toimipaikan päällikkö Timo Ansalahdi.

Tämän syksyn rengasratsia osoitti taas tarpeellisuutensa, sillä se sai monet havahtumaan renkaiden kulumiseen.

– Kun mennyt kesä oli lämmin, se kulutti rengasta. Renkaiden huono kunto tuli monelle yllätyksenä.

Rengaskauppiaille ratsia toi taas yhden huiipun rengasmyyntiin. Syksyn tullen autoilijoille on tarpeen muistuttaa sadekeleistä ja muuttuvista ajokeleistä.

– Tähän aikaan vuodesta tarvitaan hyviä renkaita. Huono rengas on iso turvallisuusrisi juuri nyt, sillä se lisää huomattavasti myös jarrutusmatkaa, huomauttaa Ansalahdi.

Hän ei lähde antamaan arviota, miten paljon uusilla renkailla pystyy ajamaan.

– Se riippuu hyvin pitkälle myös ajotavasta. Rauhallisessa maantieajossa renkaat kuluvat vähemmän kuin kiihdyttelyssä ja jarruttelussa.

Markkinointi

Printtimainokset

Jaettavat ja esille laitettavat printtimainokset ovat halpa tapa kokeilla uusia markkinointitapoja. Rengaskuriirilla on yhteistyökumppaneita, jotka ovat luvanneet mainostaa Rengaskuriiria, joten tilaisuus kannattaisi hyödyntää. Ilman mitään konkreettista mainosta suositteleva voi unohtua niin suosittelijalta kuin potentiaaliselta asiakkaalta. Jaettavia mainoksia vielä edullisempi tapa on jättää esimerkiksi kauppojen ilmoitustauluille julisteita.

Flyerit

Flyeri on helppo tapa mainostaa eri yhteyksissä Rengaskuriiria. Sitä voi jakaa itse tai hyödyntää sidosryhmiä. Tein yhden flyerin, jota voi lähteä kokeilemaan Seinäjoella. Se löytyy liitteissä nimellä Rengaskuriiri Flyer.

! A7 kokoisia flyereita saa tilattua esimerkiksi Unitedprintiltä 500 kpl postikuluneen 35,6 eurolla. Pientä erää voi testata myös itse tulostamalla.

Juliste

Juliste on kaikkein edullisin tapa lähteä kokeilemaan printtimainoksia. Julisteita voi viedä kauppojen ilmoitustauluille tai sidosryhmien tiloihin. Seuraavalla sivulla on kuva julistees-tä, joka on myös kohdennettu Seinäjoelle. Se löytyy liitteistä nimellä Rengaskuriiri Juliste.

! Julisteita kannattaa printata aluksi itse A4 kokoisena niin sille ei tule lähes yhtään hintaa.



Flyer

Markkinointi

Google

Varjostustutkimus antoi paljon tietoa siitä, mitä ihmiset etsivät Googlesta, kun haluavat ostaa renkaat. Rengaskuriirilla on osaaamista hakumainontaan ja hakukoneoptimointiin, joten kokosin vinkkejä löydöksiä perusteella.

Renkaan ominaisuudet

Renkaita haettiin ominaisuuksien perusteella ("hiljainen kesärenkas"), toiveena löytää linkki suoraan renkakaupan sivustolle renkaan luokse, missä olisi haettu ominaisuus. Tämän tyyppinen haku ei kuitenkaan vienyt suoraan minkään tietyn renkaan luokse.

Hakusanoja: halpa, hiljainen, testi-voittaja, taloudellinen..

Testit ja arvostelut

Kun verkkokaupasta oli löydetty kiinnostavat renkaat, haluttiin niistä löytää testejä ja arvosteluja. Haku: "tietty rengasmalli + testi/arvostelu" ei kuitenkaan yleensä johtanut arvosteluihin tai testeihin. Jos haun avulla pääsi kyseisen mallin testiin, oli se yleensä vaikeaselkoinen ymmärtää. Olisi hyvä jos hakujen avulla ajaututtaisiin suoraan Rengaskuriirin sivulle.

Info rengasvalmistajasta

Varsinkin merkit, joista ei oltu ennen kuultu, haluttiin googlata. Varsinkin pienemmistä merkeistä oli vaikea löytää tietoa ja jäivät sen takia ostamatta.

Verkkokaupan nimi ja kuvaus

Ne jotka haluavat ostaa renkaat verkosta, suosivat verkkokauppojen nimiä, jotka viittaavat vahvasti verkossa tapahtuvaan myyntiin. Monet tietävät, että verkkokaupoissa on halvemmat hinnat ja haluavat suosia siksi juuri niitä. Rengaskuriirin nimeä ei tarvitse muuttaa, mutta sisällönkuvausta voi miettiä.

Suosituimmat hakusanat (Google Analytics)

1. (not provided)
2. goodyear efficientgrip
3. rengaskuriiri
4. renkaat halvalla
5. renkaat seinäjoki

Verkkosivut

Ostoprosessin sujuvoittaminen

Rengaskuriirin verkkosivuilla on paljon käytettävyyteen ja ostoprosessiin liittyviä ongelmia. Sivujen uudistumisen takia en lähtenyt tekemään käytettävyydestä yksityiskohtaista analyysiä vaan pyrin ratkaisemaan yleisempiä ongelmia, mitkä toimisivat sivustosta riippumatta. Ratkaisut ongelmiin on pyritty ideoimaan niin, että ne eivät vaadi erikoistaitoja eikä maksullisia lisäominaisuuksia verkkosivuilla.

Sopivuustakuu

Renkaiden ostaminen oli monille hankala prosessi, koska renkaita tiedetään hyvin vähän ja siihen liittyy monia epävarmuustekijöitä. Yksi yleinen syy ostaa renkaat mieluummin fyysisestä myymälästä oli se, että niin saa varmasti oikeat renkaat, eikä tule tilatuksi vahingossa väärä.

Sopivuustakuu on helppo ratkaisu poistaa pelko väärin renkaiden tilaamisesta. Sopivuustakuussa lupataan että, jos asiakas tilaa väärät renkaat, eikä ehdit ottaa niitä käyttöön, saa hän vaihtaa ne oikeisiin veloituksetta. Sopivuustakuun lisääminen verkkokauppaan ei todennäköisesti edes lisää juurikaan palautuksia, koska oikeiden renkaiden valitseminen ei ole niin vaikeaa mitä kuvitellaan.



Sopivuustakuu voidaan toteuttaa lisäämällä eri sivunäkymiin sopivuustakuu-merkki ja lyhyt kuvaus siitä, mitä se tarkoittaa. Lisäksi kuvauksessa voi olla linkki osioon, missä tehdään ehdot selviksi.



Verkkosivut

Ostoprosessin sujuvoittaminen

Opastava hahmo

Ostoprosessin aikana asiakkaille syntyy monia pieniä ongelmia, joihin he haluaisivat ammattilaisen opastusta tai chat-ikkunan. Ongelmat ovat melko samanlaisia kaikilla asiakkailla, joten opastuksen tarvetta on helppo ennakoida. Ratkaisuksi tähän opastuksen puutteeseen syntyi opastava hahmo, jonka voi lisätä verkkosivujen eri osioihin opastamaan kulloisenkin ongelman kanssa.

Opastava hahmo otetaan käyttöön miettimällä samankaltaisuuskaavioiden avulla, mitä kysymyksiä asiakkaille herää missäkin vaiheessa verkkosivuilla. Sitten opastavalle hahmolle keksitään puhekuplia, missä on vastauksia asiakkaiden miettimiin ongelmiin. Hahmon tai pelkän puhekuplan voi lisätä yksinkertaisesti osaksi verkkosivujen grafiikkaa, eikä sitä tarvitse ohjelmoida mitenkään. Hahmo ja puhekuplapohjat löytyvät liitteistä nimellä Opastava Hahmo.

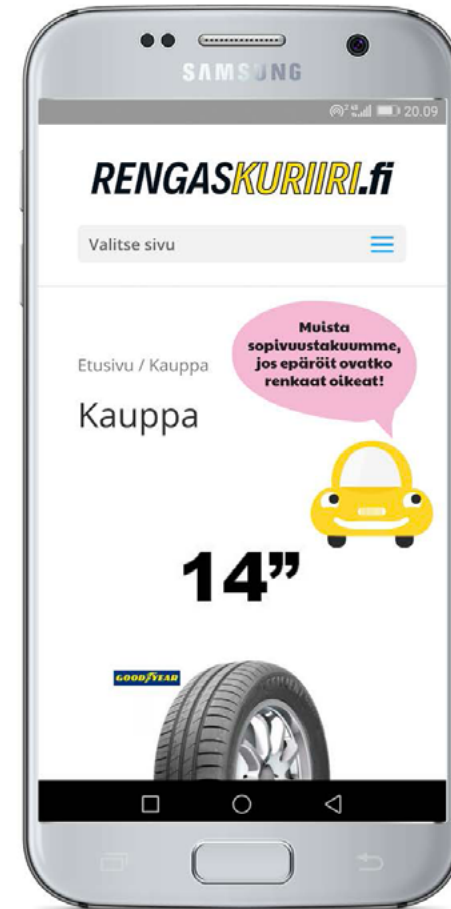


Tilaustuotteista löydät isomman valikoiman.

Varastotuotteet ovat varma valinta, kun etsit halpoja, mutta laadukkaita renkaita!



Nouto 0€!
Toimitus koko Suomeen
20€ vain kahdessa päivässä.



Verkkosivut

Ostoprosessin sujuvoittaminen

Kauppojen selkeyttäminen

Nyt Rengaskuriirin sivuilla on kolme eri verkkokauppaa, eivätkä asiakkaat voi hahmottaa niiden eroja. Rengaskuriiri haluaisi painottaa toimintaansa varastotuotteisiin, mutta tilaustuotteet ovat asiakkaan silmissä yhtä korostettuja kuin varastotuotteet. Kaikilla kaupoilla on myös eri toimitushinnat, mikä sekavoittaa tilannetta.

Mitä selkeämpi konsepti yrityksellä on, sitä paremmin se yleensä toimii. Rengaskuriirin olisi hyvä nostaa esille varastotuotteet, joihin pidemmällä tähtäimelläkin halutaan panostaa. Näin myös mainoksissa ja verkkosivuilla voidaan tuoda esille varastotuotteiden etuja vahvemmin.

Selkeyden vuoksi kaikki toimitus voisi tapahtua Tampereelta hintaan 20 euroa, eikä sekavoittaa sitä 15 euron toimituksella, mikä on vain pieneen osaan Suomea. Tilaustuotteet voisivat jatkossakin sisältää toimituksen, koska kauppojen erot tehdään selvemmiksi.

Verkkokauppoja suosittiin ison valikoiman vuoksi, mutta osa piti myös pienemmästä valikoimasta, koska valinta oli helpompi ja selkeämpi silloin tehdä. Tilaustuotteet voivat

jatkossakin tarjota isoa valikoimaa, mutta varastotuotteita kannattaa korostaa helppona valintana. Rengaskuriiri on valinnut asiakkaan puolesta myyntiin renkaita, jotka ovat laadukkaita, mutta markkinoiden halvimpia.

Jotta kaupoista saadaan selkeät ja toisistaan erottuvat, on tehtävä seuraavat toimenpiteet:

1. Toiminnan ja myyntistrategian painottaminen varastotuotteisiin.
2. Varastotuotteiden voimakkaammin esille tuominen brändäyksellä, mainoslauseilla ja grafiikalla.
3. Toimituskulujen yhtenäistäminen.



Nykyisessä mallissa kauppojen erot eivät välity asiakkaille.

Suomen halvimmat laaturenkaat! Noudettavissa heti 0€!

Toimitus 20€
Koko Suomi
kahdessa päivässä!

Tampere
varastotuotteet

Seinäjoki
varastotuotteet

Tilaustuotteet
kesä + talvi

Hinnat sisältävät
toimituksen!
Perillä neljässä päivässä.

Esimerkki siitä, miten kauppojen konseptit saa välitettyä asiakkaille.


Verkkosivut

Ostoprosessin sujuvoittaminen

Hakutoiminto

Yksi haastavin asia renkaiden ostos-
sa oli rengasmittojen ymmärtämi-
nen. Monilla sivustoilla oli käytössä
omilla mitoilla tai rekisterinumerolla
tehtävä haku. Hakuominaisuudet oli-
vat kuitenkin vielä liian hankalia tuo-
da Rengaskuriirin verkkokauppaan.

Loin infografiikan, jossa kerrotaan
mistä omien renkaiden mitat löyty-
vät ja miten verkkokaupasta löytää
renkaat haluamallaan mitoilla. Info-
grafiikka osoittautui helpoksi käyt-
tää, vaikka ei olisi kokemusta ollen-
kaan autoista.

 Infografiikka on tarkoitus laittaa
kunkin kaupanäkymän alkuun. Se
löytyy liitteistä nimellä Infografiikka.

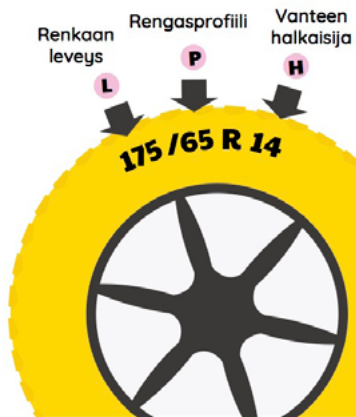
Näin valitset oikeat renkaat autoosi!

Jos et tiedä renkaidesi mittoja, löydät
ne seuraavista paikoista:

- A. nykyisten renkaidesi kyljestä
- B. rekisteriotteesta
- C. Trafín oma asiointi -palvelusta

Oikeiden renkaiden valinta kaupasta:

1. Tarkista mikä on renkaittesi vanteiden
halkaisija **H** ja mene valikossa kohtaan,
mistä löytyvät renkaat kyseisellä koolla.
2. Katso vielä, että renkaan leveys **L** ja
rengasprofiili **P** vastaavat renkaidesi
mittoja.



Infografiikka


Verkkosivut

Sisältö verkkosivuilla

Tutkimuksissa kävi ilmi asioita, mitä käyttäjät haluavat löytää
verkkokaupasta tai verkosta ostaessaan renkaita. Tätä sisältöä
olisi hyvä tuoda Rengaskuriirin verkkosivuille.

Arvostelut

Kaikkein tärkeimmäksi ostopäätök-
sen edistäjäksi nousi arvostelut ja
erityisesti käyttäjien yksinkertaiset,
mutta konkreettiset kuvailut tuotteis-
ta. Esimerkiksi: "Rengas on vaikut-
tanut laadukkaalta ja on ollut hyvä
ajaa." Ammattilaisten arvosteluja ei
arvostettu niin paljoa, koska ne eivät
olleet yhtä konkreettisia.

 Harva jaksaa palata verkkosivuille
kirjoittamaan arvostelua, varsinkaan
ilman mitään houkuttinta. Olisi hyvä
pyytää arvosteluja mahdollisimman
henkilökohtaisesti sähköpostilla tai
jopa tekstiviestillä, jos asiakas antaa
siihen luvan.

Testit

Monet etsivät Googlesta testejä ren-
kaista, mutta niitä oli yllättävän vai-
kea löytää. Jos myytävistä renkaista
löytyy lehtijuttuja tai testejä verkos-
sa, on niitä hyvä linkata verkkokaup-
paan.

Info rengasvalmistajista

Monia kiinnosti rengasvalmistajaan
liittyvät tiedot, kuten valmistusmaa,
yrityksen perustamisvuosi ja yleinen
tieto valmistajasta.

Tietoa renkaiden ominaisuuksista

Renkaiden ominaisuudet (polttoai-
nekulutus, vierintämelu ja jarrutuste-
ho) olivat vieraita kaikille varjostus-
tutkimukseen osallistuneille, mutta
kun ominaisuuksista sai tietoa, ru-
pesivat ne houkuttamaan ja budjet-
tiakin oltiin valmiita nostamaan.

Turvallinen verkkokauppa

Jos verkkokaupasta haluaa välittää
turvallisen kuvan, olisi seuraavat
asiat hyvä olla todella selkeästi ja
helposti esillä: tiedot myyjästä, tuot-
teiden takuu, tilauksen kulut eritelty
selkeästi, toimitusehdot, tilauk-
sen peruuttaminen ja mahdollinen
trustmark yrityksestä.

Jälkipalvelu

Renkaiden asennus


Fyysinen myymälä valittiin usein sen takia, että sieltä sai samalla hoidettua renkaiden asennuksen. Monet verkkokaupatkin tarjoavat asennusta osana palvelua. Asennuksen yhdistämien paremmin palveluketjuun on tärkeää kilpailun ja asiakashankinnan kannalta.

Nyt Rengaskuriirin etusivulla on maininta muutamasta yhteistyökumppanista, jotka tarjoavat asennusta alennettuun hintaan Rengaskuriirin asiakkaille. Ostoskorissa ei enää mainita yhteistyökumppaneista ja asia voi unohtua kokonaan.

Niille, jotka haluavat hoitaa asennuksen tilauksen yhteydessä, on tärkeämpää helppous kuin rahan säästäminen. Ne, jotka haluavat säästää rahaa, noutavat renkaansa ja etsivät mahdollisimman halvan asentamon. Alennusta tärkeämpi ominaisuus olisi renkaiden toimitus suora asentajalle. Asentajien kanssa on myös helpompi sopia yhteistyötä, jos he saavat täyden hinnan asennuksesta.

Ostoskorissa voisi olla valittavana toimitus suora asentajan osoitteeseen ja ehdot kauanko rengasta säilytetään asentamossa. Kun tieto rengastilauksesta saapuu asentajalle, liikkeestä voidaan ottaa yhteys asiakkaaseen ja sopia asennuksen ajankohta tai asiakas voi itse soittaa ja sopia ajankohdan jo ennen asentajan yhteydenottoa. Asentamoita voisi olla aluksi vain kaupungeissa,

joista tehdään eniten tilauksia sekä pääkaupunkiseudulla.

 Tekninen toteutus voi olla alkuvaiheessa hyvin yksinkertainen. Kun Rengaskuriiri saa tiedon tilauksesta, voidaan viesti asentajalle laittaa manuaalisesti renkaiden saapumisesta ja asiakkaan yhteystiedoista. Asiakkaan tilausvahvistuksessa on oltava myös asentamon yhteystiedot.

Ostoskorissa on hyvä näkyä valmiiksi asentamoiden hintoja.

Jälkipalvelu

Renkaiden nouto

Renkaiden noudosta on hyvä tehdä mahdollisimman helppoa asiakkaalle.

Tilausvahvistuksen yhteydessä on hyvä lähettää selkeät ohjeet renkaiden noudosta asiakkaalle. Ostoskorissa voi olla myös maininta, että tilauksen jälkeen asiakas saa ohjeet sähköpostiinsa.

 Ohjeiden olisi hyvä sisältää:

- kartta noutopisteestä ja osoite
- aukiolajat
- kauanko renkaat ovat noudettavissa tilauksen jälkeen

Kaupunki

1. Helsinki	38,3%
2. Seinäjoki	15,7%
3. Tampere	10,1%
4. Turku	8,3%
5. Vantaa	1,8%
6. Espoo	1,6%
7. (not set)	1,5%
8. Vaasa	1,4%
9. Pori	1,0%
10. Kauhava	1,0%

Verkkosivuvierailut kaupungeittain.

Kehitysideoita tulevaisuuteen

Tutkimuksen pohjalta syntyi paljon ideoita, mutta osa ei ollut vielä realistista toteuttaa tässä vaiheessa. Keräsin osan ideoista kuitenkin talteen tulevaisuuden varalle.

Rekisterinumerohaku

Hakukoneen kenttään syötetään vain auton rekisterinumero. Hakutuloksiksi tulee vain autoon sopivia renkaita.

Taulukkovertailu

Joissain verkkokaupoissa hakutulokset esitettiin taulukkomuodossa. Esitystapa koettiin hyväksi, sillä siitä oli nopea vertailla hintoja ja ominaisuuksia.

Lajitteluperuste

Hakutuloksia olisi hyvä päästä lajittelemaan eri ominaisuuksien mukaan. Esimerkiksi: halvin tai hiljainen.

Hakukenttä

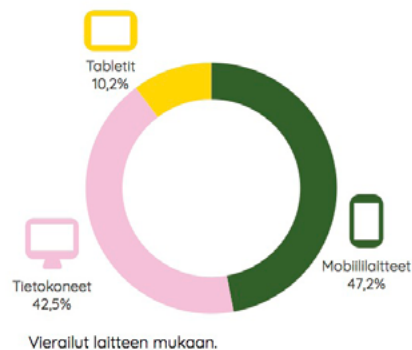
Kun ihmiset vertailevat renkaiden hintoja eri verkkokauppojen välillä, olisi hyvä hakukenttä, johon voi syöttää vain renkaan nimen ja katsoa löytyykö sitä valikoimasta. Näin vertailu olisi helpompaa ja nopeampaa.

Markkinointi

Jos jossain vaiheessa markkinointiin on enemmän resursseja, kannattaa hyödyntää suosittelijoiden palkitsemista. Myös alekoodit osana jotain kampanjaa kannattaa testata.

Mobile first

Rengaskuriirin verkkosivujen vierailuista jo nyt suurin osa tehtiin mobiililaitteilla ja määrä todennäköisesti tulee kasvamaan. Verkkosivujen suunnittelu olisi hyvin tärkeää tehdä mobiililaitteet edellä.



To do -lista

Markkinointi

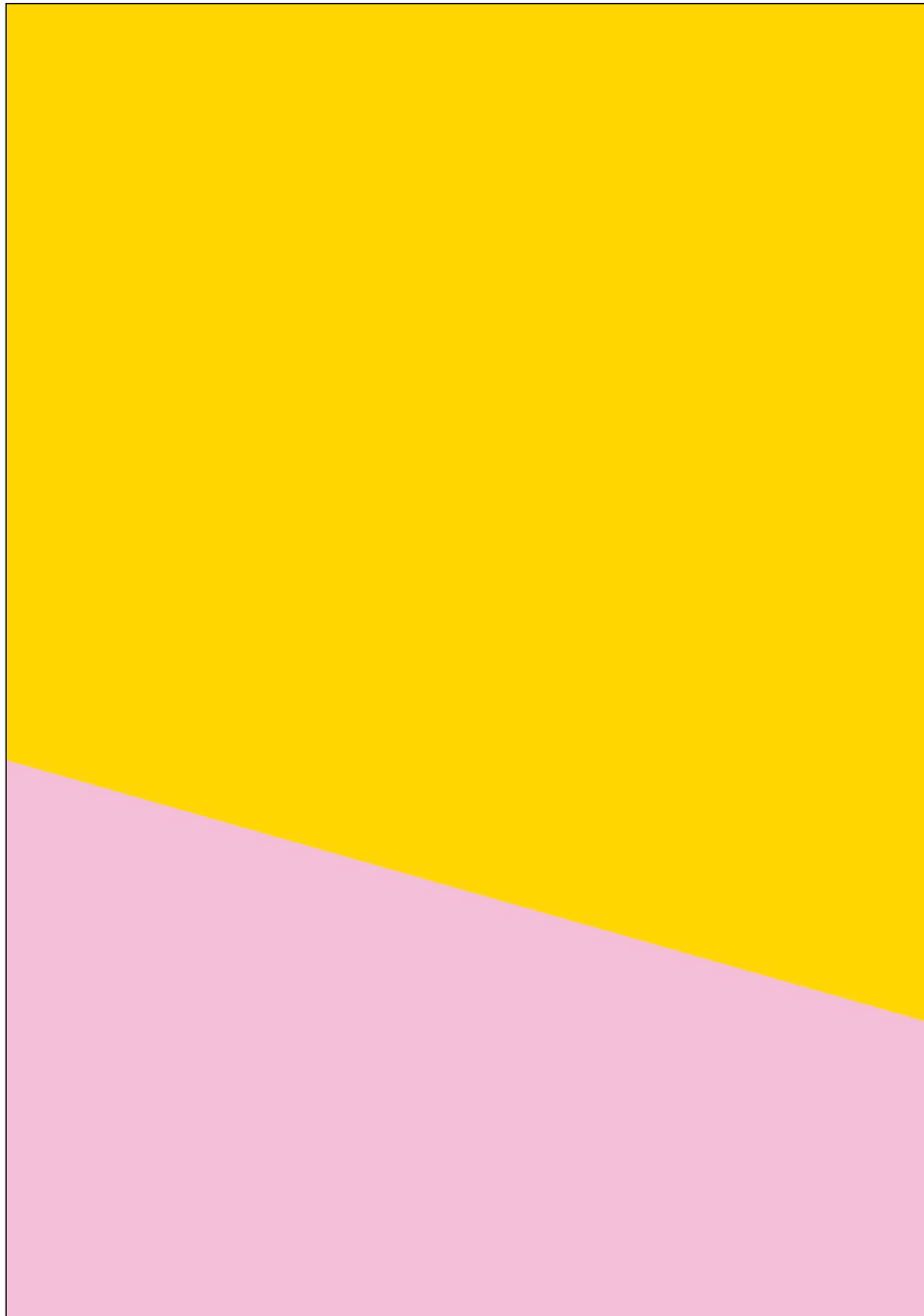
- Uusien ideoiden käyttö mainoksissa
- Flyerit
- Juliste
- Sidosryhmien miettiminen
- Hakukoneoptimoinnin kehittäminen

Verkkosivut

- Sopivuustakuu
- Opastava hahmo
- Kauppojen selkeyttäminen
- Hakutoiminto
- Verkkosivujen sisällön parantaminen

Jälkipalvelu

- Renkaiden asennus helpommaksi
- Tilausvahvistukseen infoa noudosta



Google Forms -kyselyn kysymykset

1. Sukupuoli

2. Oletko joskus ostanut auton renkaat?

Kyllä/En, mutta aion ostaa tulevaisuudessa/En

3. Kuinka tärkeänä pidät renkaiden ostossa seuraavia asioita?

Edullinen hinta, Laatu ja turvallisuus, Opastava palvelu, Vaivat-
tomuus ja Renkaiden asennus kuuluu pakettiin

4. Kummasta ostat renkaat mieluummin nettikaupasta vai
fyysisestä myymälästä?

Miksi?

5. Tiedätkö milloin vanhat renkaat pitäisi vaihtaa uusiin?

Jos vastauksesi oli kyllä, niin milloin renkaat pitäisi vaihtaa?

6. Mitkä osiot ymmärrät seuraavasta rengasmerkinnästä?

185/65R15 88H

7. Tuleeko sinulla mieleen muuta sanottavaa renkaiden ostoon
liittyen?

Elias, 31

Taloudessa auto, juuri ostamassa ensimmäistä kertaa renkaita.

Google

- Haku: kesärenkaat

Hakutulokset

- “Tulepa paljon vaihtoehtoja. Vianor siitä olen kuullut. Luottaisin tuttuihin, vaikka varmaan kalliimpia.”
- Klikkaa itsensä Vianorin sivuille.

Vianor.fi

- Chat-ikkuna aukeaa. “En jaksa jutella.” Klikkaa ikkunan pois.
- Silmäilee Vianorin sivuja ja muistaa, että on halunnut hiljaiset renkaat. Menee takasin Googleen.

Google

- Haku: hiljaiset kesärenkaat

Hakutulokset

- Silmäilee hakutuloksia, mutta mitään relevanttia ei tunnu löytyvän. “Menee liian hankalaksi.”

- Haluakaan nyt chat-ikkunan, koska jäi jumiin renkaan tietoihin.

- Vianorin etusivulla on rengashaku, mihin syötetään renkaan tiedot. Valitsee merkiksi Bridgestonen, koska käyttää tälläkin hetkellä. Rupeaakin miettimään, että nykyiset on kovaääniset joten vaihtaa merkiksi Michelinin. Osaa laittaa muut renkaan tiedot, mutta korkeutta ei tiedä.

Vianor.fi

- Menee takaisin Vianorin sivuille, mistä aloitkin tutkimisen.

Hakutulokset

- Haku: kesärenkaat

Google

- Tutkii nopeasti ensimmäisen sivun hakutulokset, mutta ei näytä olevan mitään hyödyllistä

Hakutulokset

- Sivustolta ei löydy nopeasti mitään hyödyllisen näköistä tietoa. Palaa takaisin hakutuloksiin.

Rengastesti

- Avaa jonkun sivuston, missä on rengastesti.

Hakutulokset

- Haku: hiljaiset kesärenkaat 2017

Google

Elias: Terve Timo! Täytyisi löytää kesärenkaat Honda City Hatchback autoon ja haluaisin mieluiten hiljaiset.

Timo: Hetkinen niin katsotaan.. Mikä on rekisterinumerosi?

Elias: DKF-345

Timo: Mikä toimipiste on sinua lähimpänä?

“En minä tiedä, Timon pitäisi kysyä missä asun..”

Elias: Käpylä

Timo: Renkaan merkillä väliä?

Elias: Ei varsinaisesti kunhan ovat hiljaiset.

Timo: Järjestelmän mukaan oletuskoko on 16/225 ja korkeus 45. Ovatko oikein?

“Kysyy minulta, vaikka juuri siksi pyysin apua kun en itse tiedä..”

Elias: Korkeutta en tiedä, mutta muut ovat oikein.

Timo: Onko autossasi erikoisvanteet? Järjestelmä ei löydä 16 tuumaa.

Timo: Löytyikin 16 tuumalla. *Laittaa linkin hakutuloksiin.*

“Hakutulokset on rajattu voin vannekkoon mukaan. Olisin itsekkin osannut tehdä.”

Elias: Kiitos, mutta mitkä näistä ovat hiljaiset?

“Timo ei kysynyt edes budjettiani.”

Timo: *Laittaa linkin suoraa yhteen rengasmalliin.* Tässä mallissa on erikseen mainittu, että hiljainen.

- Avaa linkin, jossa tietoa eri rengasmerkeistä

Verkkosivu

- Selaa hetken keskustelupalstaa, mutta ei löydä mitään.

Hakutulokset

- Haku: Radar renkaat kokemuksia
- “Onkohan joku Kiinalainen merkki, kun en ole ennen kuullut.”

- Haku: Radar tires

Google

- Selaa hakutuloksia, mutta ei näytä löytyvän mitään oleellista.

Hakutulokset

- Iltasanomien vertailussa on vertailtu jarrutuseisyyksiä. Listasta ei löydy kuitenkaan Radarin renkaita.

Iltasanomat

- Valitsee hakutuloksista Iltasanomien rengasvertailun.

Hakutulokset

- Haku: Radar

Google

- Menee Googleen etsimään lisää tietoa.
- Tutkii linkkiä renkaasta Radar RPX 800. Hinta on 359€. Menee arvostelu osioon, mutta se on tyhjä.

Verkkosivu

- Löytää listasta Radar-merkin: Radar on singaporelainen ja perustettu 2013. Valmistaa Radar ja Timberland renkaita Aasian halpatuotanto maissa.
- Halpatuotanto herättää vähän epäilyksiä ja palaa Vianorin chat-ikkunaan.

Elias: Ei ole itselle tuttu tuo Radar, joku kiinalainen ilmeisesti?

Timo: Valitettavasti minulla ei ole tietoa tästä merkistä.

Elias: Kiitos.

- Päätää mennä kokeilemaan jotain toista sivustoa. Palaa hakutuloksiin.

Hakutulokset

- Valitse hakutuloksista Vehon, koska se on tuttu.

Veho.fi

- Klikkailee Vehon rengashakuun renkaan tiedot.
- Hakutulokset tulevat esille selkeänä taulukkomaisena listana ilman kuvia. Tiedoissa on nimi, hinta sekä ominaisuudet (märkäpito, jarrutusmatka, polttoainetaloudellisuus ja melu).
- "Tuntuu paremmalta kuin äskeinen sivusto. Näkee selvästi eri ominaisuudet, enkä edes ollut tiennyt kaikista ominaisuuksista"
- Avaa Vehonkin chat-ikkunan.

- Tiedoissa lukee, että hinta 462€ sisältää asennuksen sekä kierrätysmaksun. Hinta ei myöskään noussut yhtään ostoskoriin klikkaamisen myötä.

- Tietoihin pitää laittaa mieloin tuo auton Veholle (aika ja päivänmäärä). Voi myös valita muita palveluita kuten pesun tai huollon. Ei valitse mitään lisäpalveluista.

- Klikkaa Nokian renkaat ostoskoriin. Hinta ei ollut liian korkea, sekä renkaat olivat yhden hiljaisimmista. Myös muut ominaisuudet olivat saaneet hyvät arvosanat.

- Kaikki muut kohdat arvostelee hyväksi, mutta kokemuksen huonoksi. Jättää avoimen palautteen: Minulle ehdotettiin, että välitetään viestiä asiantuntijalle, joka sitten ottaa yhteyttä. Tämä oli melko turhaa, koska olisin voinut itse ottaa suoraa yhteyttä asiantuntijaan kun minulle sopii.

- Klikkaa chatin pois tieltä. Ja esiin tulee pyyntö palautteesta koskien chat-keskustelua. Klikkaa palautteen auki.

- Tutkii Nokian renkaiden ominaisuuksia ja vertaa niitä muihin renkaisiin haussa.

- "Lähdetään siitä, että suosin suomalaista. Katsotaan Nokia."

Elias: Terve! Etsin hiljaisia kesärenkaita Honda City Hatchback 2012 autoon. DKF-345.

Veho: Moikka! Selvä juttu voin laittaa viestiä eteenpäin asiantuntijalle, joka ottaa sinuun sitten yhteyttä.

Elias: Itseasiassa palaan asiaan itse. Ei tarvitse olla yhteydessä kunhan katselen :)

Veho: Aivan, ymmärrän :)

- Hinnassa ei ole eritelty asennusta, renkaita ja kierrätysmaksua. Se jää vähän mieltätyttämään. "Mitä jos haluaisin asentaa itse tai kaveri osasisi?"

- Päätää kuitenkin ostaa kyseiset renkaat, koska hinta on vain 100€ kalliimpi kun tutun suosittelemisissa renkaissa ilman asennusta.

Leena, 45

Taloudessa auto, mutta ei ole ikinä osallistunut renkaiden ostoon.

Suosituksia

- Ei tiedä juurikaan renkaiden ostosta, joten kyselisi mielipiteitä tutuiltaan ja suosituksia kaupasta.
- Jos joku suosittelisi jotain verkkokauppaa, menisi niiden verkkosivuille. Nyt ei kuitenkaan saa suosituksia joten menee googleen.

Google

- Haku: autoliikkeet

Hakutulokset

- Tutkii hakutuloksia ja etsii kuvailuista mainintaa renkaista. Teksteissä ei kuitenkaan mainita renkaita, joten valitsee Vehon verkkosivut, koska se on tuttu yritys.

veho.fi

- Silmäilee etusivua ja etsii jotain renkaisiin liittyvää.
- Renkaista ei löydy suoraa mitään, mutta klikkaa kohtaa huolto toiveenaan löytää sieltä jotain renkaista.

Asennus

- Ajattelee, että renkaiden asennus hoidetaan samalla tavalla kuin renkaiden vaihto, joten ei kiinnitä huomiota asennuksen hoitamiseen.

Google

- Tutkii sivustoilta hintojen lisäksi toimituskuluja.

Verkkosivusto

- Vaikka vain yrityksen nimi olisi tuttu, tuo se heti luottamuksen.
- Haluaa löytää tuttuja kauppia, mutta klikkailee myös randomilla linkeillä.

Hakutulokset

- Ei tutki enempää Vehon sivustoa tai renkastarjontaa. Menee takaisin hakutuloksiin.
- Miettii, että hinta tulee olemaan suurin valintakriteeri.
- Renkaa-osiosta löytyy tietoa renkaista, jota lähtee tutkimaan.
- Huolto välilehdeltä löytyy renkaat-osiota jonne klikkaa itsensä.