



Internetissä toimivan vuokraamon ominaisuuksia ja mahdollisuuksia

Asiakaskysely Cramo Finland Oy:lle

Laura Tiainen

Opinnäytetyö
Lokakuu 2011
Liiketalouden koulutusohjelma
Proakatemia
Laura Tiainen
Tampereen Ammattikorkeakoulu

TAMPEREEN AMMATTIKORKEAKOULU

Tampere University of Applied Sciences

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Proakatemia

TIAINEN LAURA: Internetissä toimivan vuokraamon ominaisuuksia ja mahdollisuuksia. Asiakaskysely Cramo Finland Oy:lle.

48 sivua + liitteet
Lokakuu 2011

Opinnäytetyö on tehty Cramo Finland Oy:lle avuksi heidän perustaessaan Internetissä toimivaa vuokraamojärjestelmää. Opinnäytetyön yhteydessä on teetetty kaksi tutkimusta, jotka tukevat aihetta ja ovat jo itsessään Cramo Finland Oy:lle hyödyllisiä. Opinnäytetyössä esitellään tutkimustulokset ja niistä tehdyt päätelmät.

Opinnäytetyö sisältää tietoa siitä, millainen verkossa toimivan vuokraamon pitäisi olla ja miten sitä pitäisi markkinoida Cramo Finland Oy:n asiakkaille. Lisäksi opinnäytetyössä esitellään muita Cramo Finland Oy:n mahdollisuuksia Internetissä.

Verkossa ostaminen ja vuokraaminen ovat jatkuvasti yleistymässä ja edelläkävijöitä sekä teoretieto on jo paljon. Cramo Finland Oy:n tavoite on kuitenkin olla edelläkävijä ja suunnannäyttävä omalla alallaan, jossa se on nyt markkinoiden toisena.

Avainsanat: Verkkokauppa, Verkossa vuokraaminen, Markkinointi, Tutkimus

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences,
Business Administration
Proacademy

TIAINEN LAURA: Features and possibilities of an online rental system,
A customer survey for Cramo Finland Oy

48 pages + appendices
October 2011

This thesis was produced for Cramo Finland Oy in order to help them build a functional system for an online rental service. I carried out two surveys concerning the subject of the thesis, which provide Cramo Finland Oy with some of the information they needed. The results of the surveys and the conclusions based on them are introduced in this thesis.

This thesis includes information about a functional rental system and how it should be marketed to potential customers of Cramo Finland Oy. The thesis also introduces other options for online operations which might interest Cramo Finland Oy.

Online shopping and renting are relatively popular, and examples of businesses which operate online, and theoretical information on the sector are plentiful. Cramo Finland Oy aims to be a trendsetter in their own market. Now they hold the second place in their sector.

Key words: Online shops and rental, Marketing, Survey

Sisältö

1 JOHDANTO	6
2 CRAMO FINLAND OY	8
2.1. Visio.....	9
3 TYÖN TAUSTA JA AIHEEN RAJAUS.....	10
3.1 Työn aikataulu.....	11
3.2 Rakennuskonevuokrausala Suomessa	11
3.3 Muutostarpeiden selvittäminen	14
4 INTERNET KAUPPAPAikkANA	16
4.1 Verkkokauppojen käyttö.....	17
4.2 Internet osana liiketoimintaa.....	19
4.2.1 Internet osana Cramon toimintaa.....	19
5 TUTKIMUS	21
5.1 Lähtökohta ja tavoitteet	21
5.2 Toteutus	22
5.2.1. Ohjeistus ja käytännön järjestelyt.....	23
6 TYÖTEHOKKUUS-TUTKIMUKSEN TULOKSET	25
7 ASIAKASKYSELYN TULOKSET	26
8 PÄÄTELMÄT.....	29
8.1 Vuokraamopalveluiden siirtyminen verkkoon.....	29
8.2 Asiakkaiden arvostamien ominaisuuksien ilmentyminen verkossa.....	31
8.2.1 Tuotevalikoima.....	31
8.2.2. Käytettävyys ja toimivuus	32
8.2.3. Reaaliaikaisuus ja tavoitettavuus.....	33
8.2.4. Toimitus	34
8.3. Mielikuvat	34
8.4. Asiakastyypit	35

8.4.1. Eri asiakastyypeille markkinointi.....	37
8.4.2 Yritysi asiakkaat	38
8.5. Verkkovuokraamon ohjeistus	38
9 MAHDOLLISUUKSIA VERKOSSA.....	39
9.1 Strategia	39
9.2 Sosiaalinen media	40
9.2.1. Blogi.....	41
9.2.2 Facebook.....	42
9.2.3. Osallistaminen.....	43
9.3. Aktiivinen reagointi.....	45
10 LÄHTEET	46
Kirjalliset lähteet	46
Internet-lähteet	47
11 LIITTEET	49

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aihe on tulos aktiivisesta sähköpostin lukemisesta ja nopeasta reagoinnista. Cramo Finland Oy etsi Tampereen ammattikorkeakoulun postituslistan kautta tekijää projektilleen. Sovin tapaamisen markkinointi päällikön, Lasse Huuhkan kanssa. Pian aloin tekemään opinnäytetyötä, jonka vuoksi vietin kesä- ja heinäkuussa monta lyhyeksi jäänyttä yötä ympäri Suomen matkustellessa.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Cramo Finland Oy. Cramo Finland Oy vuokraa koneita, laitteita ja siirtokelpoisia tiloja sekä tarjoaa työmaapalveluja yksityisille rakentajille, rakennusliikkeille, teollisuudelle ja julkiselle sektorille (www.cramo.fi.) Yhteyshenkilönä opinnäytetyössä toimii Cramo Finland Oy:n markkinointipäällikkö Lasse Huuhka. Kaikki tapaamiset ja työn suunnittelu on tehty yhteistyössä hänen kanssaan, jotta opinnäytetyöllä vastattaisiin asiakkaan tarpeisiin mahdollisimman hyvin.

Cramo Finland Oy toimii alalla, joka on sidoksissa rakennusteollisuuteen ja samalla vallitsevaan talouden tilanteeseen. Talouden heilahtelut näkyvät rakentamisessa ja siten suoraan koneiden vuokrauksessa. Rakennusteollisuuden koneiden vuokraus yleistyy, koska investoinnit ovat varsinkin pelkästään Suomen markkinoilla toimiville yrityksille liian kalliita (Veijo Käyhty, 2005). Kilpailu alalla kovenee. Tällä hetkellä Cramo Finland Oy on Suomen markkinoilla kilpailun toisena Ramirent Finland Oy:n jälkeen. (Kuvio 3)

Cramo Finland Oy:lla on Suomessa 57 toimipistettä. Myymälöissä yleisvaikutelma on hiljainen. Tästä on lähtenyt idea toiminnan tehostamisesta. Tarvitaanko kaikkia toimipisteitä ainakaan niin isossa mittakaavassa? Voisiko toimipisteitä pienentää? Voisiko toimintaa siirtää enemmän puhelimen ja Internet-palvelun varaan?

Näistä kysymyksistä lähti opinnäytetyöni. Tein myymälätutkimuksen viidessä eri toimipisteessä; Jyväskylässä, Turussa, Helsingissä, Kuopiossa ja Oulussa. Haastattelin asiakkaita heidän kokemuksistaan Cramo Finland Oy:n kanssa. Halusimme tietoa siitä, kuinka tehokasta myymälätoiminta on. Halusimme myös tietoa siitä, mitä asiakkaat ovat mieltä siirtymisestä Internet-palveluun ja miksi he ylipäättään käyvät myymälässä, vaikka on mahdollisuus tilata tuotteet toimitettuna puhelimitse. Käsittelen tässä opinnäytetyössä tekemiäni tutkimuksia – niiden tuottamista ja tuloksia. Lisäksi käyn läpi Cramon mahdollisuuksia Internetissä peilaten kaikkea tutkimuksessa saatuihin tuloksiin.

2 CRAMO FINLAND OY

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Cramo Finland Oy. Cramo Finland Oy (jatkossa Cramo) on osa Cramo-konsernia, jonka emoyhtiö Cramo Oyj on listattu Helsingin Pörssissä. Cramo vuokraa koneita, laitteita ja siirtokelpoisia tiloja. Cramolla on myös työmaapalvelut, jotka tarjoavat palveluita muun muassa sähköistyksen, lämmityksen ja kuivauspalveluiden saralla. Cramo on täyden palvelun toimittaja, jonka asiakasryhmää ovat rakennusalan toimijat, teollisuuden alat, julkinen sektori ja yksityishenkilöt. Cramo tarjoaa asiakkailleen sekä lyhytaikaisempia vuokrauksia että pitkäaikaisten projektien ulkoistamista. (www.cramo.fi, 2011.)

Cramolla on yhteensä noin 400 toimipistettä Skandinaviassa, Suomessa, Baltiassa, Venäjällä, Tsekin tasavallassa ja Puolassa – yhteensä 15 eri maassa. Cramo harjoittaa myös käytettyjen laitteiden myyntiä. Suomessa toimipisteitä on 57. Näistä eteläisin sijaitsee Helsingissä ja pohjoisin Levillä. Suurissa kaupungeissa pisteitä on kaksi ja niiden samankaltaiset palvelut on keskitetty eri pisteisiin. Cramolla on yhteensä yli 2000 työntekijää. Vuokrattavaa kalustua on noin 200 000 kappaletta. Cramon liikevaihto oli vuonna 2010 492 miljoonaa euroa. (LIITE 1)

Cramon tavoitteena on asiakkaiden tarpeiden ymmärtäminen, palvelu ja uusien konseptien jatkuva kehittäminen, tekninen ja toiminnallinen asiantuntemus sekä tehokas laitteiden hyödyntäminen. (www.cramo.fi, 2011) Tavoitteet tukevat mielestäni tämän opinnäytetyön tavoitteita, sillä opinnäytetyön yhteydessä tehdyssä asiakaskyselyssä selviää, mitä Cramon asiakkaat arvostavat ja kuinka valmiita he ovat Internetiin siirtymiseen liittyvään uudistukseen.

2.1. Visio

Asiakkaat näkevät Cramon ensisijaisena vuokrausratkaisujen toimittajana. Yhtenä Euroopan kolmesta suurimmasta vuokrauskonsernista, ja toisena kahdesta suurimmasta toimijasta jokaisella valtakunnallisella markkinalla, Cramo on hyvin kannattava markkinajohtajayritys. (www.cramo.fi, 2011)

3 TYÖN TAUSTA JA AIHEEN RAJAUS

Halusin alusta alkaen tehdä opinnäytetyöni ulkopuoliselle toimeksiantajalle. Liiketalouden sähköpostituslistalla olijat saivat keväällä sähköpostiviestin, jossa Cramo etsi tutkimuksen teettäjää. Aihe oli kuitenkin niin laaja, että ehdotin Cramon markkinointipäällikölle Lasse Huuhkalle, että tekisin Cramolle opinnäytetyön, johon tutkimukset sisältyisivät. Tutkimusaiheita oli kaksi; työpisteiden tehokkuus sekä asiakkaiden mielipiteiden tutkiminen. Nämä kaksi erillistä tutkimusta sovittiin toteutettavaksi yhdessä. Asiakaskyselyssä haastateltiin asiakkaita ja sen tavoitteena on saada tietoa siitä, mitä Cramon asiakkaat arvostavat vuokraamopalveluissa. Cramo on aikeissa siirtää vuokraamopalvelujaan Internetiin. Tutkimukset teetettiin tämän ajatuksen pohjalta. Cramon johto haluaa nähdä, kuinka tehokkaasti työntekijät käyttävät aikaa työpisteissä ja onko työntekijöitä liikaa pisteen vilkkauteen verrattuna. Tähän en ota opinnäytetyössäni kantaa sen syvemmin vaan toimitan työtehokkuustutkimukseen liittyvät tulokset sellaisenaan ja Cramon henkilökunta hoitaa niiden tulkitsemisen ja johtopäätösten tekemisen.

Asiakaskysely on opinnäytetyöni kannalta tärkeämpi kuin työtehokkuustutkimus. Asiakaskyselyssä selviää, miten Cramon asiakkaat suhtautuvat vuokrauspalveluiden siirtymiseen Internetiin. Tämä on opinnäytetyöni punainen lanka ja toiminta- sekä markkinointiehdotukseni liittyvät Internetissä toimimiseen. Tein päätelmät Cramon asiakkaiden sekä mahdollisimman uuden teorian pohjalta. Vuokraamopalvelun Internet version kehityksen lisäksi katsastelen Internetiä markkinoinnin kanavana.

Työn aihe rajautui Internet-palveluun ja sen markkinointiin luontevasti, sillä olen keskittynyt opinnoissani paljon markkinointiin erityisesti Internetissä. Tähän aiheeseen minulla oli jo valmiina tietoa ja tiesin hyviä teorian lähteitä, sillä olen lukenut aiheesta paljon opintojeni aikana. Teen itse videoita ja olen perehtynyt videoiden avulla markkinointiin Internetissä. Myös Cramo on tehnyt video kampanjoita ja haluaa selvästi aktivoitua myös tällä saralla.

3.1 Työn aikataulu

Aloitin opinnäytetyön suunnittelun toukokuussa, jolloin tapasin Lasse Huuhkan kanssa ensimmäisen kerran ja aloimme miettiä yhdessä tutkimusten tavoitteita ja toimintatapaa. Suunnittelin tutkimusten ja opinnäytetyön aikataulun Huuhkan toiveiden pohjalta. Tutkimusviikot sijoitettiin kesäkuulle ja heinäkuulle. Aloitin opinnäytetyön kirjoittamisen samalla, mutta varsinainen opinnäytetyönteko sijoittui elo-, syys- ja lokakuulle. Tavoitteena oli, että työ olisi lokakuun lopussa valmis. Kypsyysnäytteen teen 08.11.2011.

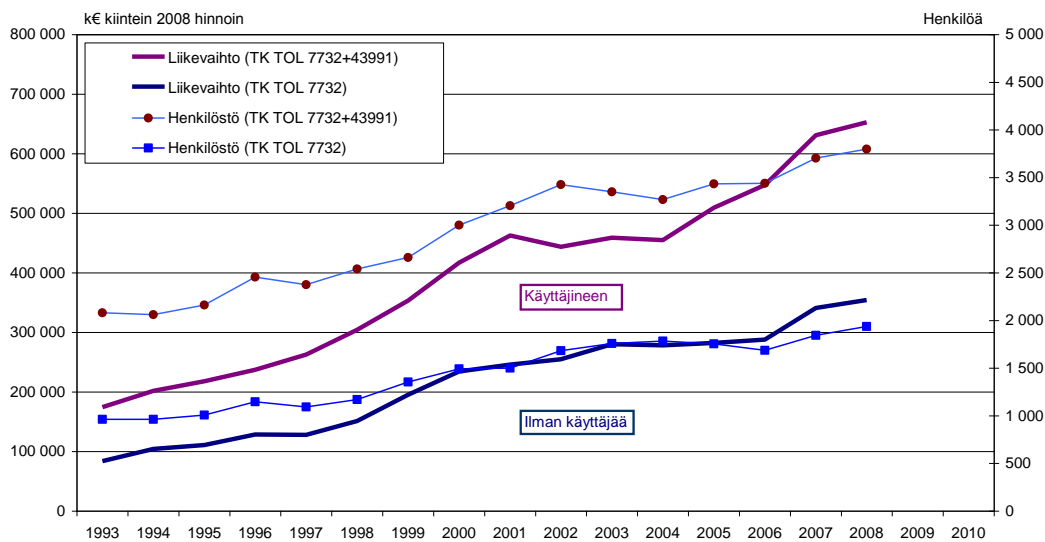
3.2 Rakennuskonevuokrausala Suomessa

Cramon palveluihin kuuluu rakennusalan laite- ja tilavuokraus. Tämä ala on suoraan riippuvainen rakennusalasta ja sen muutoksista ja näin yleisestä taloustilanteesta. Tällä hetkellä rakentaminen on nousussa. Rakennusyrietysten liikevaihto kasvoi maaliskuussa 14,5 prosenttia vuoden takaiseen vastaavaan kolmen kuukauden jaksoon

verrattuna. (Suomen virallinen tilasto (SVT): Rakentamisen liikevaihtokuvaaja, 2011)
 Talonrakentamisen liikevaihto kasvoi tuoreimmalla ajanjaksolla 20,7 prosenttia ja erikoistunut rakennustoiminta 11,7 prosenttia. Maa- ja vesirakentamisen liikevaihto kasvoi maaliskuu-toukokuussa 2,9 prosenttia vuoden takaiseen verrattuna. (Suomen virallinen tilasto (SVT): Rakentamisen liikevaihtokuvaaja, 2011)

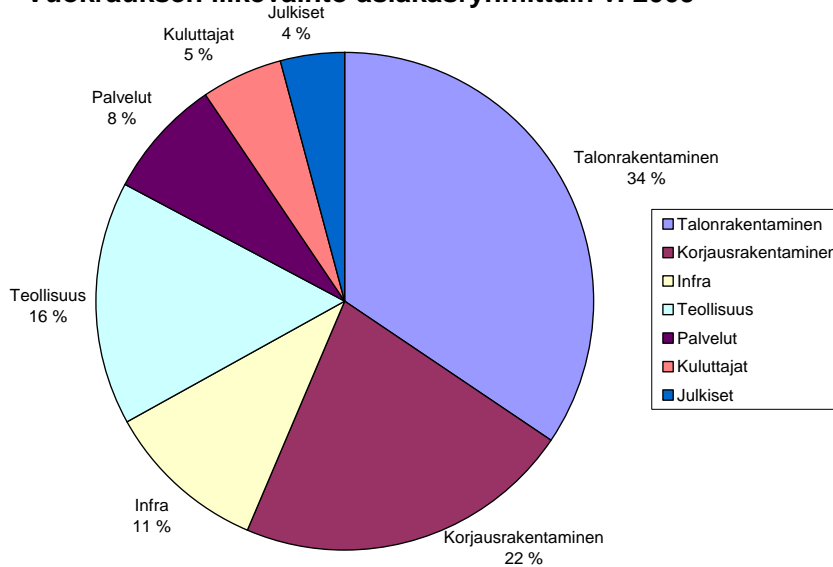
Rakennuskonevuokraus on viime vuosina noussut ja esimerkiksi kymmenen vuoden ajalta tilastoja katsoessa, nousu ollut huimaa. Tätä kuvastaa seuraava kuvio rakennuskonevuokrauksesta.

TOL 43991 Rakennuskonevuokraus käyttäjiin
 TOL 7732 Rakennuskoneiden ja -laitteiden vuokraus ja leasing



KUVIO 1 Rakennuskonevuokraus käyttäjiin.

Vuokrauksen liikevaihto asiakasryhmittäin v. 2009



KUVIO 2 Vuokrauksen liikevaihto asiakasryhmittäin.

Kuviossa 2 näkyy asiakasryhmittäinen vuokrausten liikevaihto. Cramo tarjoaa palveluitaan kaikille kuviossa näkyville asiakasryhmille. Selvästi suurimpana asiakasryhmänä on rakentaminen (niin talonrakentaminen kuin korjausrakentaminen) 56 % osuudella kaikkien asiakasryhmien tuomasta liikevaihdosta.

Cramo on Suomen markkinoilla toisena Ramirent Oy:n jälkeen. He tarjoavat lähes samoja palveluita, joten kyseessä on Cramon suora kilpailija. Kuviosta kolme näkyy Cramon kilpailutilanne. Markkinajohtajan Ramirent Oy:n liikevaihto oli vuonna 2010 531 miljoonaa euroa. (www.ramirent.com, 2011) Cramon liikevaihto oli samana vuonna 492 miljoonaa euroa. Ramirent Oy:lla on Suomessa enemmän toimipisteitä kuin Cramolla. Tuotteet ja palvelut ovat pitkälti samoja.

Competitive position in Finland

Cramo is a strong # 2 on the Finnish equipment rental market

Company	Company type	Coverage	Market position*
Ramirent	General rental	National, 83 depots	1.
Cramo	General rental	National, 57 depots	2.
Telinekataja	Scaffolding specialist	6 depots across the country	3.
Pekkaniska	Lifting equipment specialist	11 depots across the country	4.
Hämeen Rakennuskone	General rental	7 depots mostly around Tampere	5.
Arme	Scaffolding specialist	4 depots across the country	6.

KUVIO 3 Kilpailutilanne Suomessa.

3.3 Muutostarpeiden selvittäminen

Strateginen ketteryys on kykyä ajatella ja toimia tuoreella tavalla. (Doz & Kosonen 2008, 30) Menestyksen ja kasvun haittapuolena on usein kangistuminen. Kasvava yritys menettää osan sopeutumiskyvystään. Nopean ja kannattavan kasvun tavoittelemisen johtaa usein kapea-alaiseen ydinliiketoimintaan keskittymiseen sekä yhdistelmään putkiajattelua ja strategista likinäköisyyttä. (Doz & Kosonen 2008, 30.) Tämän kaltaisen ongelman kanssa Cramo painii markkinointipäällikön, Lasse Huuhkan mukaan. Pitkä alalla olo aiheuttaa likinäköisyyttä muutostarpeille. Huuhkan tavoitteena on saada tutkimuksella uusia havaintoja muutostarpeista sekä tietoa nykyisen toiminnan tehokkuudesta. Muutostarpeita kuulumme asiakkailta sekä työntekijöiltä kun vierailimme viidessä Cramon

toimipisteessä. Kirjasimme myös ylös kaikki omat huomiomme, sillä emme tunne alaa ja siten emme ole sokeita muutostarpeille.

4 INTERNET KAUPPAPAIKKANA

Yhä useampi suomalainen tekee ostoksia verkossa. Suosio selittyy ennen kaikkea verkkopalveluiden käytön helppoudella – niitä voi käyttää lähes missä vain. Nykyään lähes kaikilla isoilla kauppaketjuilla on oma verkkokauppansa, mutta tuotevalikoima verkossa saattaa erota myymälän tuotteista. (Haasio, 2008, 222 - 223)

Kaupankäynnin siirtymisen verkkoon käynnisti pankkiala joka on nykyään siirtynyt lähes täydelliseen itsepalveluun verkossa. Asiakkaat omaksuivat verkkopankin käytön nopeasti. (Juslen, 2009, 30) Myös Cramon asiakkaista valtaosa käyttää verkkopankkipalveluita ja/tai muita Internet – palveluita. (Kuvio 8)

Fyysisten tavaroiden verkkokauppa käynnistyi 1990-luvun loppupuolella. (Juslen, 2009, 31) Verkkokauppa jatkaa kasvuaan kokoajan ja toimivan konseptin kanssa siitä voi tehdä menestyvän sekä kivijalkaliikkeen kanssa tai ilman (osa yrityksistä toimii vain verkossa). Esimerkiksi painettujen tuotekatalogeihin perustuva postimyynti on parhaillaan muuttumassa etämyynniksi Internetissä julkaistavan verkkokauppakatalogin avulla. (Juslen, 2009, 31.)

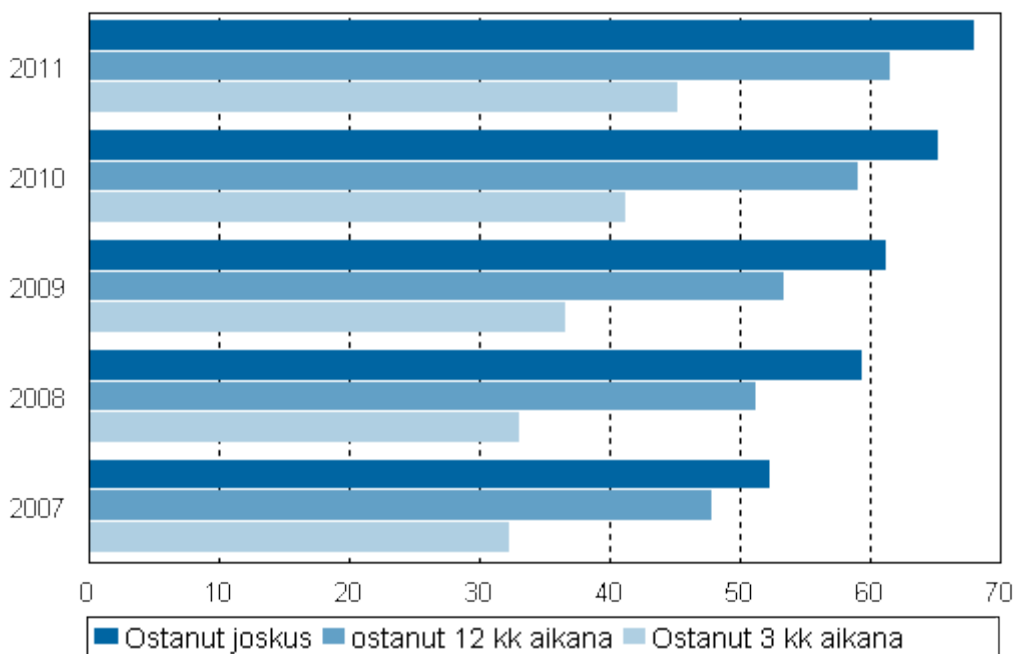
Fyysisten tavaroiden verkkokaupan ongelmiin on aina kuulunut logistiikan (tavarantoimituksen) ongelmat. Tämä ongelma tulee ratkaista myös Cramolla. Verkkokauppa mahdollistaa helpon tuotteiden esittelyn ja ajantasaisen saatavuustietojen tarjonnan. (Juslen, 2009, 32). Internet kauppapaikkana voi parantaa asiakkaan palvelukokemusta ja tehostaa etämyyntiä, mutta Cramon kohdalla se ei pysty tarjoamaan ratkaisua fyysiseen jakeluun. (Juslen, 2009, 32).

Internet toimipaikkana tasoittaa yritysten välisiä kokoeroja, sillä Internetin pelikentässä myös pieni toimija voi luoda yhtä vaikuttavia asiakaskokemuksia kuin suuri. (Juslen, 2009, 33). Internet tarjoaa pieniä yrityksiä ajatellen kustannustehokkaita tapoja markkinoida ja täten saada itseään kilpailuun mukaan. (Juslen, 2009, 33). Varsinainen verkossa

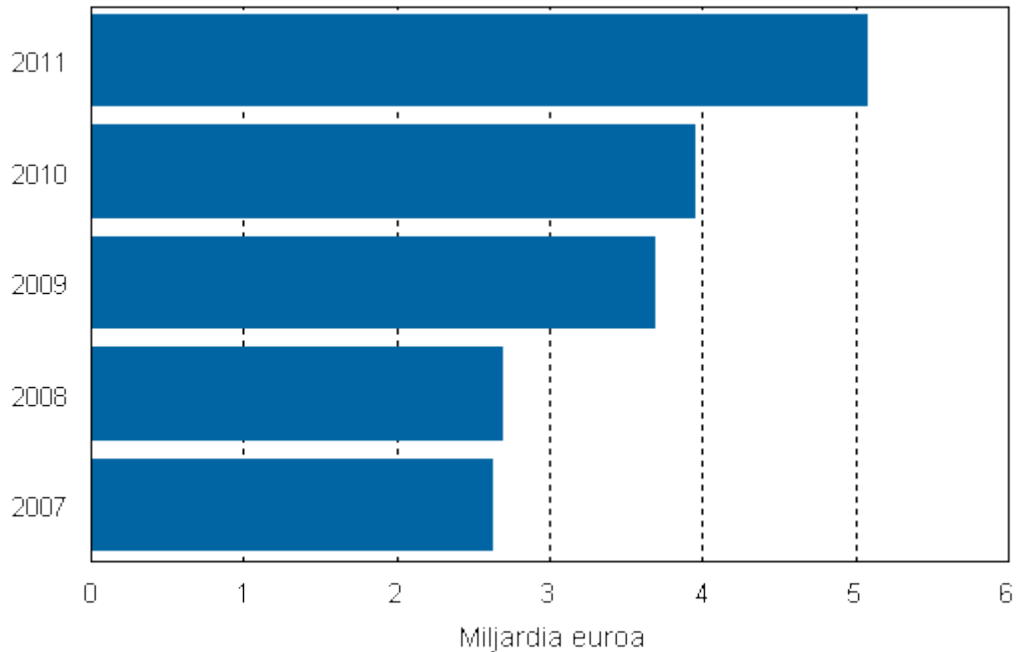
vuokraamismahdollisuus on Cramon keskeisimmistä kilpailijoista (Kuvio 3) vain yhdellä, Pekkaniska Oy:lla (www.pekkaniska.com). Muilla kilpailijoilla on verkkosivuillaan tuotetietoa ja yhteistietoja sekä osalla hinnasto. Cramon pääkilpailijalla, markkinoiden suurimmalla toimijalla, Ramirent Oy:lla on verkkosivuillaan (www.ramirent.fi) kattava tuoteluettelo vuokraushintoineen.

4.1 Verkkokauppojen käyttö

Internetin käyttö on lisääntynyt paljon erityisesti vanhemmissa ikäryhmissä ja useammille se on jo päivittäinen väline. (www.stat.fi 2011) Internetiä käytetään eniten asioiden hoitoon, tiedon hakuun ja viestintään. Nyt sähköinen kaupankäynti on lisääntynyt ja joka toinen suomalainen oli viimeisten kolmen kuukauden aikana ostanut jotain verkkokaupasta. (www.stat.fi, 2011)



KUVIO 4 Internetin kautta joskus, 12 kuukauden ja 3 kuukauden aikana ostaneet ja tilanneet 2011, prosentuaalinen osuus väestöstä. (www.stat.fi, 2011)



KUVIO 5 Kuluttajien verkkokaupan kokonaisarvo vuosina 2007 – 2011 (www.stat.fi, 2011)

Kuviosta 4 näkee, kuinka verkkokaupasta ostaneiden suomalaisten prosentuaalinen määrä on kasvanut. Kuvio 5 taas kuvaa kuluttajien verkkokaupan rahallista arvoa, joka on tänä vuonna noin 5 miljardia euroa. Verkkokauppojen käyttö on suhteellisen voimakkaassa kasvussa ja tämä tarkoittaa, että verkon kautta ostaminen on hiljalleen muuttumassa yhä säännöllisemmäksi. (www.stat.fi, 2011)

4.2 Internet osana liiketoimintaa

Sähköisellä kaupalla tarkoitetaan tietokoneverkon kautta suoritettuja tavaroiden ja palvelujen tilauksia. Yritysten Internet-kaupalla tarkoitetaan verkkokaupoissa tehtyä kauppaa sekä valmiille sähköiselle lomakkeelle Internetissä lähetettyjä tilauksia. Tässä yhteydessä ei huomioida esimerkiksi Internet kanavassa lähetettyjä sähköpostitilausviestejä. (www.stat.fi, 2001)

Kaikista vähintään kymmenen henkilöä työllistävistä yrityksistä 15 prosenttia ilmoitti myyvänsä Internet-kaupalla sekä kotisivut omaavista yrityksistä 17 prosenttia käy Internet kauppaa. Suurimpia aloja Internet-kaupan käynnissä ovat informaation ja viestinnän toimiala, majoitus- ja ravitsemistoiminta sekä tukkukauppa. Harvimmin Internet-kauppaa käytettiin juuri Cramoa koskevalla rakennusallalla, jossa vain 3 prosenttia ilmoitti myyvänsä Internetissä. (www.stat.fi, 2001)

4.2.1 Internet osana Cramon toimintaa

Cramon Internet-sivut löytyvät osoitteesta <http://www.cramo.fi>. Sivustolla esitellään Cramon toimintaa, palveluita sekä vuokrattavia tuotteita. Sivustolla pystyy hakemaan eritoimipisteet kaupungin mukaan ja näin esimerkiksi tarvittavat yhteystiedot toimipisteistä.

Vuokraaminen verkossa on kehitteillä jo nyt. Tällä hetkellä (lokakuu 2011) Cramon verkkosivuilla pystyy selailemaan vuokrattavia laitteita, niiden ominaisuuksia ja vuokraushintoja. Vuokraushinnasto löytyy erillisenä pdf-tiedostona, eikä vuokraushintoja ole näkyvillä muiden laitteiden tietojen yhteydessä. Koneita pystyy etsimään tuotealueittain tai vapaalla hakusanalla.

The screenshot shows the Cramon website interface. At the top, there is a navigation bar with the Cramon logo and a search bar. Below the logo, there are several menu items: **Vuokrauspalvelut**, **Tilat**, **Palvelut & Ratkaisut**, **Ota yhteyttä**, **Yritys**, and **Sijoittajätietoa**. On the left side, there is a vertical menu with categories like **Työkalut**, **Maanrakennuskoneet**, **Nosto-, siirto- ja telinekalusto**, **Työmaatilat**, **Etsi toimipiste**, **Tee vuokrauskysely ja etsi tuotteita**, **Nostinkoulu**, **Valitsemani tuotteet**, **Käytetyt koneet**, and **Vuokrausehdot ja veloitusperusteet**. The main content area features four columns: **Työkalut** (with an image of a construction site), **Maansiirtokoneet** (with an image of a bulldozer), **Nostolaitteet** (with an image of a scissor lift), and **Cramo-palvelut** (with an image of a mobile office unit). Below these images are sections for **Cramo vuokraus- ja palveluhinnasto 1/2011** (with a PDF download link), **Laitevuokraus** (describing equipment rental services), **Tuotteiden ja toimipisteiden haku** (with a search form for products and locations), and **Valitse toimipiste** (with a map of Finland and a dropdown menu for location selection). On the right side, there is a red promotional banner with the text **TULE MENESTYMÄÄN KANSSAMME CRAMO-YRITTÄJÄNÄ.** and a search box for **Etsi koneita** with a search button.

KUVIO 6 Cramon Internet-sivut.

5 TUTKIMUS

Teetin kaksi tavoitteistaan toisistaan irrallista tutkimusta. Toinen on asiakaskysely, joka toteutettiin Cramon asiakkaiden haastatteluna eri toimipisteissä tai vaihtoehtoisesti asiakkaat saivat vastata kyselyyn sähköisesti. Toinen tutkimus seuraa ajankäyttöä Cramon viidessä eri toimipisteessä. Ajankäytönseurantaan liittyvä tutkimus on opinnäytetyöni kannalta toissijainen. Cramolle tutkimus on kuitenkin tärkeä, sillä Cramon johto saa siitä tietoa toimipisteiden työtehokkuudesta.

5.1 Lähtökohta ja tavoitteet

Asiakaskyselyn tavoitteena oli saada laadullista tietoa asiakkailta. Tutkimus toteutettiin haastatteluina myymälöissä. Tavoitteena oli haastatella kaikki myymälässä asioivat asiakkaat, joten oletusotantana myymälää ja päivää kohden oli 20 henkeä (Lasse Huuhkan arvio päivittäisistä kävijöistä). Asiakastutkimus tehtiin Webropol – palvelulla (www.webropol.fi) ja vastaukset täytettiin suoraan Internetiin haastattelua tehtäessä. Jos asiakas ei ehtinyt tai halunnut vastata asiakaskyselyyn liikkeessä, pyysimme asiakkaan sähköpostiosoitteen ja lähetimme linkin kyselystä. Netissä vastaaville lupasimme kaksi elokuvalippua palkinnoksi, jotta nämäkin asiakkaat saatiin motivoitua vastaamaan.

Työtehokkuustutkimus on opinnäytetyöni alatavoite, enkä analysoi sen tuloksia tarkemmin. Tutkimus kuitenkin epäsuorasti tukee aiheitani ja toista tutkimusta, joten tuon sen tulokset esille (osin liitteinä). Työtehokkuustutkimuksen tavoitteena oli saada tietoa työtehokkuudesta kussakin myymälässä. Tätä tutkittiin seuraamalla

asiakaspalveluun sekä tietokoneella vietettyä aikaa. Seurasimme koko pisteen työntekijöitä yhtä aikaa eikä työntekijöitä eritelty. Lisäksi seurasimme yhden työntekijän päivää tarkemmin. Tässä tavoitteena oli saada esimerkkejä Cramon työntekijöiden työpäivistä. Tätä tutkittaessa kirjattiin ylös kaikki, mihin yksittäinen työntekijä käytti aikaa työpäivästään. Yksityiskohtaisesti seurattava työntekijä valittiin satunnaisesti. On syytä ottaa huomioon, ettei tutkimuksessa ole tavoitteena mitata työhyvinvointia tai työviihtyvyyteen liittyviä seikkoja vaan puhtaasti työhön käytettävää aikaa. Tutkimuksessa selviää, kuinka paljon pisteissä käytetään aikaa asiakaspalveluun ja tietokoneella oloon kyseisten päivien aikana. Tulokset ovat suuntaa-antavia, koska tutkimuspäiviä on kussakin liikkeessä vain kaksi.

Tutkimus toteutettiin viidellä eri paikkakunnalla (Helsinki, Turku, Jyväskylä, Oulu, Kuopio) sekä kesä- että heinäkuussa. Kesäkuussa asiakaskunta koostuu oletuksen mukaan enemmän suurista yrityksistä ja heinäkuussa taas liikkeellä ovat yksityiset rakentajat ja yritykset ovat lomilla. Tämän takia tutkimus hajautettiin kahdelle kuulle. Tarkoituksena ei ollut kuitenkaan tutkia asiakaskunnan rakennetta. Valitsimme tutkimusviikoiksi 13.-17.6.2011 sekä 11.-15.7.2011.

5.2 Toteutus

Tutkimus toteutettiin myymälöissä kahden hengen työnä. Seurasin työntekijöiden toimintaa kirjoittaen samalla raporttiani. Työparini, Minna Vanne Poikkeama Osuuskunnasta, haastatteli asiakkaita kirjaten tiedot reaaliaikaisesti Webropol -sivustolle.

Ohjeistin Minnan työhön ennen ensimmäistä tutkimuspäivää. Työmatkat kuljimme autolla ja junalla.

Tutkimuksen aloitettuumme, huomasimme pian, ettei kaikkia asiakkaita pysty haastattelemaan. Osa asiakkaista on vain tiedustelemassa ja kertoo asiansa jo ulkona tapaamalleen Cramon työntekijälle, eivätkä näin tule ollenkaan käymään toimistolla, missä me teimme haastatteluja. Kuitenkin keskimäärin 20 asiakkaan haastattelu tutkimuspäivää kohden toteutui, sillä asiakkaita kävi liikkeissä oletettua enemmän.

Tein kyselylomakkeen webropol palveluun. Cramon työntekijä loi minulle palveluun tunnukset ja opasti sähköpostitse, miten pääsen alkuun. Kyselylomakkeen teko sujui ongelmitta, sillä webropolia on varsin selkeä, helppokäyttöinen ja hyvin ohjeistettu verkkopalvelu.

5.2.1. Ohjeistus ja käytännön järjestelyt

Valitsin projektiin työntekijäksi Poikkeama Osuuskunnasta Minna Vanteen. Kerroin hänelle, mitkä ovat opinnäytetyöni taustat ja keskeiset tavoitteet. Pyysin Minnaa tutustumaan Cramon Internet-sivuihin, jotta hän tietäisi paremmin, millä alalla ja miten yritys toimii. Ohjeistin Minnan tehtävään sähköpostitse ja annoin hänelle etukäteen sähköpostitse myös projektin tarkan aikataulun.

Tutkimuksen ajankohta

Kesäkuu:

Maanantai 13.6.2011 Helsinki

Tiistai 14.6.2011 Turku

Keskiviikko 15.6.2011 Jyväskylä

Torstai 16.6.2011 Kuopio

Perjantai 17.6.2011 Oulu

Heinäkuu:

Maanantai 11.7.2011 Jyväskylä

Tiistai 12.7.2011 Kuopio

Keskiviikko 13.7.2011 Oulu

Torstai 14.7.2011 Helsinki

Perjantai 15.7.2011 Turku – ajankohta siirtyi Minnan sairastumisen takia. Toteutunut ajankohta oli torstai 21.7.2011.

Helsinkiin, Turkuun ja Jyväskylään kuljimme autolla kilometrikorvauksin. Kuopioon ja Ouluun matkustimme junalla. Toimeksiantaja, Cramo Finland Oy maksoi yöpymisen sekä matkakulut (kilometrikorvaukset, junaliput sekä mahdolliset linja-auto tai taksimatkat). Varasin hotellihuoneet edellisellä viikolla tutkimuksesta. Tarkistin tällöin myös junien aikataulut. Junaliput ostin ennen matkustuspäiviä paikkojen varmistamiseksi.

6 TYÖTEHOKKUUS-TUTKIMUKSEN TULOKSET

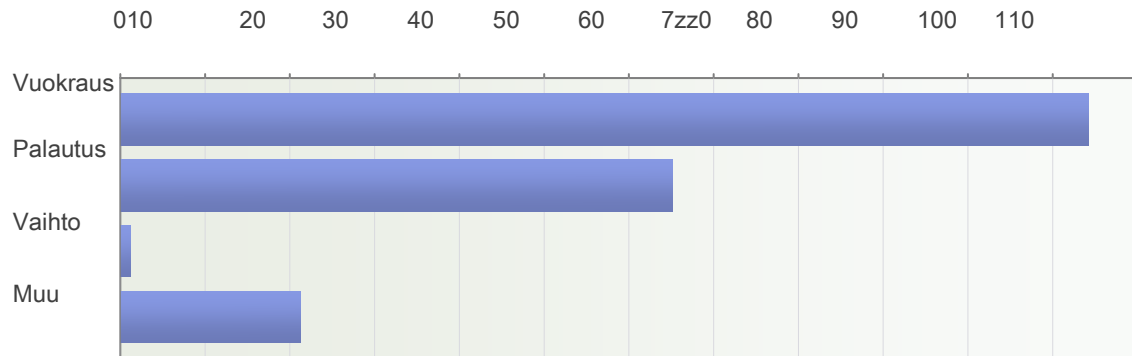
Molempien tutkimusviikkojen asiakasennätys oli Jyväskylässä, missä kävi maanantaina 11.07. 61 asiakasta. Keskimääräinen asiakasmäärä tutkimuskohteissa oli sekä kesä- että heinäkuussa 32 asiakasta. Vähiten asiakkaita kävi sekä kesä- että heinäkuussa Kuopiossa (kesäkuussa 24 asiakasta ja heinäkuussa 21 asiakasta). Eniten aikaa asiakaspalveluun käytettiin Jyväskylässä, jossa asiakaspalveluun käytettiin työpäivän aikana kesäkuussa yhteensä 234 minuuttia ja heinäkuussa 281 minuuttia. Keskimääräinen asiakaspalveluun käytetty aika oli kesäkuussa 157 minuuttia ja heinäkuussa 188 minuuttia.

	Tutkimuspäivä	Asiakkaiden määrä	Asiakaspalveluun käytetty aika	Tietokoneella käytetty aika
Kesäkuu				
Cramo Helsinki Alppila	Ma 13.6.2011	28	71min	175min
Cramo Turku	Ti 14.6.2011	40	166min	195min
Cramo Jyväskylä				
Cramo Jyväskylä	Ke 15.6.2011	37	234min	163min
Cramo Kuopio	To 16.6.2011	24	175min	190min
Cramo Oulu	Pe 17.6.2011	29	140min	236min
Heinäkuu				
Cramo Jyväskylä	Ma 11.7.2011	61	281min	95min
Cramo Kuopio	Ti 12.7.2011	21	182min	211min
Cramo Oulu	Ke 13.7.2011	21	198min	226min
Cramo Helsinki, Alppila	To 14.7.2011	24	119min	225min
Cramo Turku	To 23.7.2011	31	162min	166min

7 ASIAKASKYSELYN TULOKSET

Asiakaskyselyyn saatiin vastauksia 201.

Vastaajien määrä: 201



KUVIO 7 Asiakaskysely.

Suurin osa vastaajista oli tullut liikkeeseen vuokraamaan tuotetta/tuotteita. Tärkeimmäksi kokivat vuokraamapalveluissa tavoitettavuuden keskiarvolla 3,68 ja nopeuden keskiarvolla 3,68, arvoasteikon ollessa 1 ei yhtään tärkeä – 5 erittäin tärkeä.

Vastaajien määrä: 201

	1	2	3	4	Yhteensä	Keskiarvo
Henkilökohtainen opastus	8	35	90	68	201	3,08
Käyttöopas	27	41	78	55	201	2,8
Toimitus	13	21	55	112	201	3,32
Nopeus	2	9	49	141	201	3,64
Tavoitettavuus	1	2	58	140	201	3,68
Yhteensä	51	108	330	516	1005	3,3

TAULUKKO 2 Asiakaskysely.

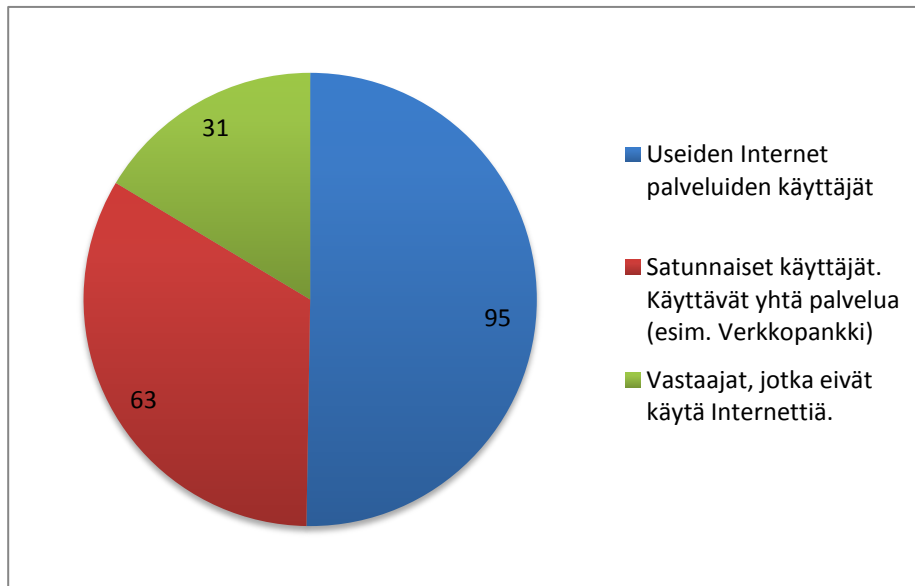
Vastanneista 173 (86,1%) tiesi ja 28 (13,9%) ei tiennyt, että Cramolla voi asioida puhelimitse ja pyytää laitteiden toimitusta.

Puhelinpalvelusta tienneiltä, 173 asiakkaalta, kysyttiin jatkokysymyksenä, miksi he valitsivat myymälään tulemisen puhelimesta asiointiin sijaan. Kysymykseen vastasi 169 asiakasta. Yleisimpänä syynä asiakkaat (63 kpl) mainitsivat liikkeen olevan läheisen sijainnin tai tällä kertaa heidän matkan varrella olon. Seuraavaksi yleisimpänä asiana tuli myymälässä käymisen nopeus tai asiakkaan kiireellisyys (20kpl). 15 vastaajaa mainitsi syyksi, toimituksen kalleuden tai säästön. 9 vastaajaa tuli liikkeeseen, koska halusi henkilökohtaista opastusta tai nähdä tuotteen itse. Loput 62 vastaajaa antoivat muita syitä, joista ei kuitenkaan noussut esiin tutkimuksen kannalta tärkeitä samankaltaisuuksia.

Tämän opinnäytetyön kannalta tärkeimpiin kahteen kysymykseen, jotka koskivat nettipalveluja, saatiin 201 vastausta. Valtaosa (95 kpl) vastanneista käyttää useampaa (vähintään 2) Internet -palvelua. Näistä vastanneista monet mainitsivat tekevänsä myös ostoksia Internetissä. 63 vastaajista asioi Internetissä vähän tai epäsäännöllisesti ja mainitsi käyttävänsä siellä yhtä palvelua (useimmiten verkkopankki). 31 vastaajista ei käytä tai ei juuri käytä Internetiä.

Cramon vuokrauspalveluiden siirtymisestä Internetiin on valtaosalla vastanneista positiivinen mielipide. 81 vastaajaa koki asian hyväksi tai mahdollisesti toimivaksi. 54 vastaajaa suhtautui asiaan negatiivisesti. Näistä osa ei uskonut palvelun toimivuuteen ja osa ei haluaisi itse asioida Internetissä. 22 vastaajista mainitsi käyvänsä mieluummin paikanpäällä. 20 vastaajaa ei osannut sanoa ja 16 piti kysymystä vähemmän tärkeänä tai koki, ettei palveluiden siirtymisellä Internetiin ole merkitystä. 12 vastaajaa mainitsi, että

Internet palvelu voisi olla hyvä lisä, kunhan nykyinen toiminta ei muuttuisi tai myymälät eivät poistuisi.



KUVIO 8 Cramon asiakkaat Internet – käyttäjinä

Cramon asiakkaiden suhtautuminen vuokrauspalveluiden siirtymisestä Internetiin

81 vastaajaa, 40,3 %	Positiivinen suhtautuminen
54 vastaajaa, 29,9 %	Negatiivinen suhtautuminen
22 vastaajaa, 10,9 %	Käy mielummin paikanpäällä
20 vastaajaa, 9,9 %	Ei osaa sanoa
16 vastaajaa, 7,9 %	Ei merkityksellistä
12 vastaajaa, 5,9 %	Hyvä lisä kunhan myymälä säilyy

TAULUKKO 3 Asiakkaiden suhtautuminen Cramon Internet palveluun

8 PÄÄTELMÄT

8.1 Vuokraamopalveluiden siirtyminen verkkoon



KUVIO 9 Mukautettu kuvioksi Vehmaan (2008, 25) listauksen mukaan.

Verkkokaupalla (Cramon tapauksessa vuokrauspalvelulla verkossa) voi tuoda asiakkaalle lisäarvoa. Kuvio 6 näyttää yhdeksän Suomalaisen ja Suomen markkinoille suunnatun

verkkokaupan tuottamaa lisäarvoa loppu asiakkaalle. (Vehmas, 2008, 25) Laadukas tuotevalikoima säästää asiakkaan aikaa, sillä tuotevalikoima on koottu selkeästi. (Vehmas, 2008, 25) Cramolla tuotevalikoimasta voi etsiä tuotteita hakusanalla ja ryhmittäin. Paikallisella tuella tarkoitetaan, että asiakas saa perustiedot tuotteista ja pyytäessään lisätiedot omalla kielellään. (Vehmas, 2008, 25) Tällä hetkellä Cramon Suomen sivut (www.cramo.fi) ovat vain suomenkielellä. Turvallisuudella tarkoitetaan, asiakkaan halua kokea saavansa ongelmatilanteissa palvelua ja ylipäättään sitä, että asiakas luottaa saavansa rahoille vastineen (Internetissä maksetaan usein etukäteen). Cramo on jo entuudestaan niin tunnettu ja vakiinnuttanut paikkansa Suomen markkinoilla, että luotettavuus on brändin kautta kunnossa. Ongelmia voi tuki tulla, jos asiakas ei saa riittävän hyvää palvelua esimerkiksi ongelmatilanteessa ja luottamus näin katoaa.

Hyvän sivuston ominaisuuksia:

- Laaja-alainen toimivuus
- Elävyys, liikkuvuus ja helposti sivulta toiselle liikkuvuus
- Hauskuus ja positiivisuus
- Visuaalisesti hyvin suunniteltu kokonaisuus (mielikuvat, luotettavuus, uskottavuus)
- Toimintaan aktivoivat
- Kattava linkki- ja hakusanajärjestelmä

(Rope, 2000, 333)

Verkkosivujen ja siellä tarjottavien palveluiden päätehtävä on aina tarjota asiakkaalle lisäetua. Tulee miettiä, miten verkkovuokraamo auttaa Cramon asiakkaita ja miten asiakkaat saisivat siitä suurimman hyödyn irti. (Chaffey & Smith, 2008, 29) Tähän apuna toimii teettämäni asiakaskysely, josta selviää, mitä Cramon asiakkaat pitävät tärkeänä

vuokraamopalveluissa. Tarkastelen asiakaskyselyn tuloksia hyvien verkkosivujen näkökulmasta – miten asiakkaiden arvostamat ominaisuudet voivat ilmetä verkossa?

8.2 Asiakkaiden arvostamien ominaisuuksien ilmentyminen verkossa

Taulukossa 2 näkyy asiakaskyselyyn vastanneiden asiakkaiden mielipiteiden jakautuminen. Tärkeimmiksi ominaisuuksiksi vuokraamopalveluissa nousivat tavoitettavuus (ka 3,68), nopeus (ka 3,64) ja toimitus (ka 3,32). Näistä kaikki voidaan liittää myös verkkokauppaan, jossa tavoitettavuus on jatkuvaa, käyttö on nopeaa (vertaa jonotus myymälässä sekä ajomatkat myymälään) sekä toimitus kuuluu palveluun automaattisesti. Toimivan verkkopalvelu vaatii kuitenkin tarkan suunnittelun. Nostan esiin huomioita, joita tukevat asiakkaiden kolmea arvostetuinta ominaisuutta.

8.2.1 Tuotevalikoima

Cramon tuotevalikoima on suuri ja siksi verkkovuokraamossa olisi tärkeää, että tuotteet ovat luokiteltu. Luokittelulla pystyy kohdentamaan tuotteita asiakkaille ja näin suuri tuotemäärä voidaan haulla rajata kohderyhmää kiinnostavaksi. (Vehmas, 2008, 43) Tuotenäkyvyyden optimoinnilla tarkoitetaan, että kaikki tuotteet löytyvät loogisesti ja nopeasti. (Vehmas, 2008, 46) Tuotteen näkyvyyteen kannattaa kiinnittää huomiota, sillä erot voivat olla jopa yli tuhatkertaisia. Kaikista suurin näkyvyys on tuotteilla, joihin löytyy linkki suoraan Internet palvelun etusivulla. (Vehmas, 2008, 44.) Tätä Cramo voi käyttää

hyödyksi jos esimerkiksi tietyn tuoteryhmän näkyvyys verkkosivuilla on huono tai tiettyä tuotetta vuokrataan yllätyksellisen vähän. Jokaisen myynnissä olevan tuotteen statistiikkaa (kuinka monta kertaa tuotesivu on avattu) tulee seurata, jotta voidaan nostaa piiloutuneet tuotteet näkyviin. (Vehmas, 2008, 44)

On tärkeää, että Cramon Internet -palvelussa kuvaillaan tuotteet tarkasti ominaisuuksineen. Eräs asiakas vastasi asiakaskyselyssä seuraavasti: *”Ei välttämättä tiedä kaikkien koneiden tehoja ja varsinkin jos puhutaan nostokalusteista. Ei voi tilata semmoista ilman varmaa tietoa.”* Tämän tyyppisiä kommentteja kuulin useammaltakin asiakkaalta. Tuotetiedon tulee asteittain syvetä niin, että ensin tuotteesta on saatavilla perustieto ja asiakkaan kiinnostuessa hän voi klikata näkyviin syvempää tietoa tuotteesta. (Vehmas, 2008, 52)

8.2.2. Käytettävyys ja toimivuus

Asiakaskyselyn avoimissa vastauksissa nousi esiin palvelun toimivuuden tärkeys. Yksi asiakas kiteyttää tämän seuraavasti: *”Jos saisi hyvän ja toimivan ohjelman niin se olisikin helkkarin hyvä.”* Eräs asiakas uskoo tekevänsä päätöksen käytönlopettamisesta yhden huonon käyttökokemuksen perusteella; *”Vois olla hyvä, mutta tarvitsee olla toimiva ja helppokäyttöinen. Jos sitä kokeilisi ja ei toimisi, niin se olisi sitten siinä. Ja pitää olla vahvistus, että tuote tulee varmasti paikalle.”* Käytettävyyden testaukseen on syytä käyttää koeryhmää ennen kuin palvelu avataan asiakkaille. Käytettävyydellä tarkoitetaan sitä, miten tehokkaasti tietyssä tilanteessa ja tiettyyn tarkoitukseen voidaan vastata. On syytä kiinnittää huomiota ainakin siihen kuinka haluttu tieto on löydettävissä, kuinka uutta

tietoa löytää navigoimalla tiedossa, kuinka löydetty tieto on ymmärrettävissä ja kuinka tilaus/ostoprosessi toimii. (Vehmas, 2008, 57.)

8.2.3. Reaaliaikaisuus ja tavoitettavuus

Verkkopalvelun ulkoasua ja käytettävyyttä on syytä pitää elävänä, jotta sivuilla kävijälle tulee välittömästi mielikuva, että palvelu on elossa ja kehittyvä. (Vehmas, 2008, 232) Cramolla tuotteita on suuri määrä, joten tuotevalikoiman reaaliaikainen päivitys tulee olemaan haastavaa, mutta ehdottomasti tärkeää. Moni asiakas mainitsi asiasta. Osa asiakkaista piti palveluiden siirtymistä Internetiin mahdollisuutena nopealle ja reaaliaikaiselle palvelulle. *”Olisi erittäin positiivinen uudistus, joka varmasti nopeuttaisi vuokrapalvelun käyttöä sekä parantaisi reaaliaikaista vuokralaitteiden varasto saatavuuden seurantaan”* (eräs kyselyyn vastannut Cramon asiakas). Osa asiakkaista piti taas tätä suurena haasteena, eikä uskonut, että Internet -palvelu voisi toimia reaaliaikaisesti. *”En usko, että onnistuu. Ei kuitenkaan pysyisi ajan tasalla. Ei tulisi toimimaan!”* (eräs kyselyyn vastannut Cramon asiakas).

Tavoitettavuus on verkkokaupassa luontevasti parempi kuin myymälässä, sillä verkkokauppaa ei rajoita aukioloajat. Verkkokaupan kohdalla on kuitenkin tärkeää, että apua on saatavilla ongelmatilanteissa heti eikä asiakas joudu odottamaan vastausta tuelta pitkään.

8.2.4. Toimitus

Eräs asiakas sanoi seuraavasti: *”Olisi ihan jees, mutta työkseni tarvitsen vuokralaitteita ja mieluummin soitan ja puhelimessa puhun henkilökohtaisesti jonkun kanssa ja olen varma, että laite tulee paikalle. En koe niin varmaksi, jos tilaisin netin kautta.”* Myös muutamat muut asiakkaat epäilivät toimituksen onnistumista ja varmuutta tilatessa Internetin kautta. Asiakkaille on tehtävä selväksi, että uudistus helpottaa heitä ja se on toimintavarma.

Moni asiakas oli huolissaan verkkopalveluun liittyvän toimituksen maksullisuudesta. Tällä hetkellä toimitus on maksullista. Eräs asiakas sanoi: *”Tuleeko lisäkustannuksia? Jos ei tulisi niitä niin olisi ok”*. Toimituksen hintoihin tulee kiinnittää huomiota. Toisaalta verkossa vuokraaminen voi myös tarkoittaa laitteiden varausta ja vuokraustietojen täyttöö, jonka jälkeen asiakas hakee tuotteen itse.

8.3. Mielikuvat

Cramo haluaa olla esikuva vuokraamoalalla ja olla asiakkaille ensisijainen vuokrausratkaisujen toimittaja. Tavoite on sidoksissa mielikuviin, jotka asiakkailla on Cramosta. Mielikuvan (synonyymi imago) rakentaminen on yrityksille tietoista, systemaattista työtä, jolla tähdätään imagon avulla luotavaan menestykseen. Yrityksen imago muodostuu ihmisille kokemusten, tietojen, asenteiden, tuntemusten ja uskomusten perusteella. (Rope, 2002, 78-79.)

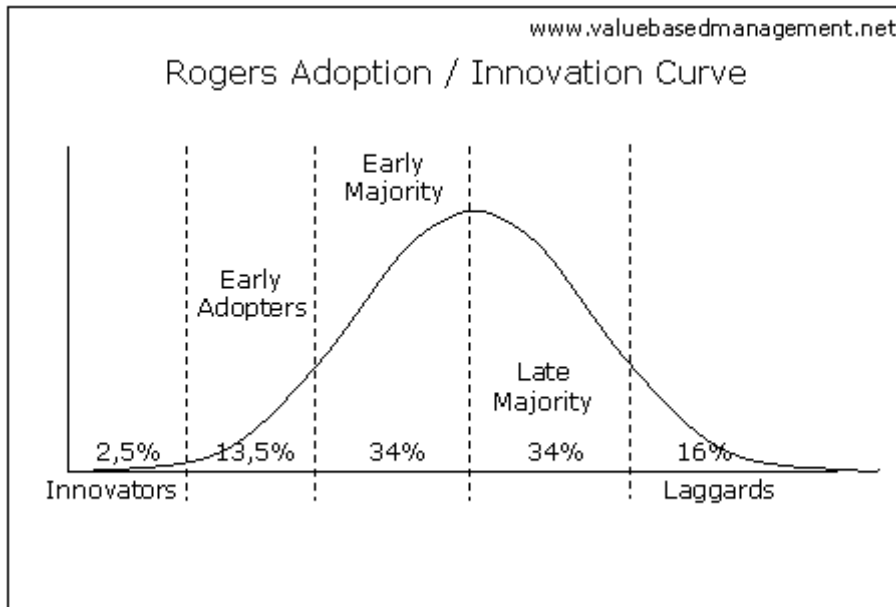
Mielikuvamarkkinoinnilla tarkoitetaan tietoista halutun mielikuvan rakentamista keskeisten kohderyhmien mieleen, jotta tämän kautta markkinoijan tavoitteet saadaan toteutettua (Rope, 2002, 80). Mielikuva rakentuu kaikesta yrityksestä ulospäin näkyvistä ja näitä tukevista elementeistä. Mielikuvamarkkinointi ei ole vain markkinoinnin osa vaan se on osa koko yrityksen liiketoimintamallia ja näin on erityisen tärkeää, että mielikuva markkinointiin kiinnitetään huomiota myös verkossa ja kaikessa siellä julkaistavassa (Rope, 2002, 81).

Cramon asiakkailta on asiakaskysely tutkimuksen perusteella vahvoja ennakkoluuloja ja asenteita Internetissä toimivaa vuokraamoja kohtaan. Ennakkoluulot vaikuttavat mielikuviiimme eri tuotteita ja palveluita kohtaan ja täten vaikuttavat suoraan myös ostopäätökseen. (Rope, 2002, 82) Asenteet taas muodostuvat ihmisten ennakkoluulojen arvojen ja tunteiden pohjalta. Asenteelliset käsitykset vaikuttavat siihen, mitä viestejä ihmiset suostuvat hyväksymään ja miten hyvin uusia asioita suostutaan omaksumaan. (Rope, 2002, 82.) Cramon tulee ottaa asiakkaiden ennakkoluulot ja asenteet huomioon markkinoinnissa erityisesti nyt kun Cramo hakee uutta suuntaa ja toimintatapoja.

8.4. Asiakastyypit

Omaksumisella (alkuperäinen englanninkielinen termi adoption) tarkoitetaan yksilön päätöstä tulla tuotteen säännölliseksi käyttäjäksi. (Kotler & Keller, 2006, 658) Everett Rogers jakaa kuluttajat viiteen ryhmään, jotka kuvaavat heidän kykyään hyväksyä uusia innovaatiota ja ideoita muihin verrattuna. (Kotler & Keller, 2006, 658) Nämä viisi ryhmää

ovat innovoijat (innovators), varhaiset omaksijat (early adopters), varhainen enemistö (early majority), myöhäinen enemistö (late majority) ja hitaat omaksijat (Laggards).



KUVIO 10 Innovaatioiden omaksuminen.

On mielenkiintoista huomata, että Rogersin ryhmittelyä voi soveltaa myös Cramon asiakkaisiin. Internetiä 201 vastaajasta mainitsi käyttävänsä paljon 47,3 %, jonkun verran 31,4 % ja ei ollenkaan/ei juurikaan 15,4 %. Näistä Internetiä paljon käyttävät 47,3 % kuuluvat aikaisiin omaksujiin ja aikaiseen enemmistöön. 31,4 % vastaajista, jotka käyttävät Internetiä jonkun verran voisi luokitella myöhäiseksi massaksi ja taas 15,4 % vastanneista, jotka eivät käytä Internetiä juuri ollenkaan ovat hitaita omaksujia.

Tästä voi päätellä, että uusi Internetissä toimiva vuokraamopalvelu ei tule heti tavoittamaan kaikkia asiakkaita. Kaikille ryhmille on markkinoitava eri tavalla jos yritys haluaa, että uusi palvelu tavoittaa kaikki asiakkaat. (Keller & Kotler, 2006, 660)

8.4.1. Eri asiakastyypeille markkinointi

81 vastaajaa (40,3 %) koki Cramon vuokraamopalveluiden siirtymisen Internetiin positiiviseksi asiaksi. Nämä kuuluvat innovoijiin, varhaisiin omaksujiin ja varhaiseen enemmistöön. On todennäköistä, että he omaksuisivat vuokraamopalvelun Internetissä nopeasti, sillä vastaavia palveluita on jo ja niiden hyötyjä on nähtävillä. Osa heistä on myös kokeilunhaluisia ja haluaa olla kokeilemassa uutta palvelua ensimmäisten joukossa. (Keller & Kotler, 2006, 660.) Tälle ryhmälle markkinoidessa ei tarvitse painottaa palvelun tuomia hyötyjä, sillä he tietävät ne jo. Heille sen sijaan on tärkeää, että palvelun tekninen toteutus on hyvä, sillä he ovat näiden asioiden suhteen ajanhermoilla. Markkinoinnissa heidät voi ottaa huomioon tuomalla esiin palvelun hyvää ja toimivaa toteutusta sekä uusia toimintoja.

54 vastaajaa (26,9 %) suhtautui Cramon vuokraamopalveluiden siirtymiseen Internetiin negatiivisesti. He kuuluvat, joko myöhäiseen enemmistöön tai hitaisiin omaksujiin. Näille ryhmille on tyypillistä skeptisyys ja halu riskittömyyteen. Hitaat omaksujat ovat sidoksissa perinteisiin toimintatapoihin eivätkä halua päästää niistä irti, ennen kuin on pakko. (Keller & Kotler, 2006, 660.) Heille suunnatun markkinoinnin pitää korostaa palvelun hyötyjä ja riskittömyyttä.

8.4.2 Yrityisasiakkaat

Kuten kuviosta 2 näkyy, on Cramolla sekä yritys että yksityisasiakkaita. Usein yritykset vetävät eron yrityksiltä yrityksille ja yksityisille markkinoinnissa ja tuotteiden tarjonnassa. Tämänkaltaisen ajattelu on kuitenkin vanhanaikaista, sillä yrityksissäkin on ihmisiä. On syytä muistaa, etteivät yritykset harjoita vuorovaikutusta Internetissä vaan sen tekevät ihmiset. (Bernoff & Li, 2009, 101.) Usein tarjotessa (ja markkinoidessa) palvelua yritykselle on vastaanottava ihminen samankaltaisessa asemassa joten palvelun tarjoaja voi luottaa omiin vaistoihinsa eikä yritykselle markkinointia tarvitse ajatella liian monimutkaisesti. (Bernoff & Li, 2009, 102)

8.5. Verkkovuokraamon ohjeistus

Iso osa Cramon asiakkaista ei vielä käytä Internetiä aktiivisesti, joten tarkka ohjeistus on heidän kannaltaan tärkeää. Apple on näyttänyt videoillaan esimerkkiä, kuinka asiakkaille voi visuaalistaa tuotteiden helppokäyttöisyyden. Uuden iPhone'n tullessa vuonna 2007 Apple sai skeptikot puolelleen tekemällä videosarjan iPhone'n käytöstä. (Porter, 2008, 72.) Asiakkaille on syytä esittää selkeästi, mitkä ovat palvelun käytön askeleet. Video on hyvä muoto ohjeille/ uuden palvelun markkinoinnille, sillä sitä asiakkaat pystyvät jakamaan eteenpäin. (Porter, 2008, 73.)

9 MAHDOLLISUUKSIA VERKOSSA

Mietin tutkimuksen pohjalta ja Cramon toimintaan tutustuttuani mahdollisuuksia ja uusia ideoita Cramon markkinointiin verkossa sekä uusien asiakkaiden hankkimiseksi ja nykyisten asiakkaiden sitouttamiseksi. Verkkovuokraamo tulee uudistamaan Cramon toimintaa paljon ja samaan muutokseen voi lisätä muutakin aktiivisempaa toimintaa verkossa.

9.1 Strategia

Kuten muut yrityksen toiminnot, on verkossa toimiminen suunniteltava tarkoin. Strategian on syytä alkaa pienestä, mutta olla kasvukykyinen. Usein yritykset, jotka pyrkivät suunnittelemaan strategiaa kerralla liian pitkälle aikavälille, huomaavat, että strategian valmistuessa on se jo vanhentunut. (Bernoff & Li, 2009, 103) Erityisesti Internetissä toimiminen ja siellä markkinointi on jatkuvassa kehityksessä, sillä yhä useampi yritys ja asiakas siirtyvät sinne. Suunnitelmassa on tärkeämpää keskittyä siihen, miten uusi alue vallataan ja sen jälkeen miten onnistumisia mitataan. (Bernoff & Li, 2009, 103.) Mittareina voi toimia esimerkiksi verkkosivuilla kävijät tai verkkokaupan auettua vuokrauksien määrä verkossa.

Haasteena uudenlaisissa toimintatavoissa on, että roolimalleja on vähän. Edelläkävijänä oleminen tarkoittaa että on oltava kokoajan tietoinen haasteista ja varauduttava korjaamaan mahdolliset epäonnistumiset nopeasti. (Bernoff & Li, 2009, 103)

Kaupankäynnin digitalisoitumisen myötä markkinoinnista, viestinnästä, asiakaspalvelusta ja kaupankäynnistä itsestään on tullut yksi iso kokonaisuus eikä niitä tulisi erotella toisistaan. Strategiassa täytyy ottaa huomioon yhdenmukainen palvelu- ja bändi-kokonaisuus. Asiakkaan täytyy saada yhtä hyvää palvelua asioi hän sitten Cramon myymälässä tai verkkopalvelussa. (Merisavo, Vesanen, Raulas & Virtanen, 2006, 31)

9.2 Sosiaalinen media

Cramolla Facebookissa sivut, joilla on 202 tykkääjää (27.9.2011). Cramones -kamppanja on kerännyt www.youtubessa.com sivustolla tuhansia katsojia. Yrityksen kannattaa julkaista sisältönsä sosiaalisessa mediassa kuvina tai videoina mikäli mahdollista. (Isokangas & Vassinen, 2010, 161) Youtube.com sivustolla levitetty fiktiivinen videosarja Cramon sponsoroimasta urheilijasta on kerännyt kymmeniä tuhansia katselukertoja. Tämä video oli linkitetty Iltasanomat.com sivustolle.

9.2.1. Videot ja kuvat

Jatkossa Cramo voisi yllättää katsojat uudelleen videoilla ja kuvilla. Yhtenä syynä eteenpäin suosittelemiselle sosiaalisessa mediassa on nimenomaan yllätyksellinen sisältö. (Isokangas & Vassinen, 2010, 169) On mahdoton tietää etukäteen, mistä videoista tulee

hittejä. Seuraavilla asioilla voi vaikuttaa Isokankaan ja Vassisen mukaan positiivisesti katsojien määrän kasvuun:

1. Videoiden optimointi. Usein yritykset unohtavat hakukoneoptimoinnin kuvien ja videoiden kohdalla. Google nostaa nykyään usein videoita hauissa.
2. Pituus. Jos video on pitkä niin se olisi parempi pilkkoa lyhyempiin osiin. Yleensä katselu lopetetaan kahden minuutin jälkeen.
3. ”Slow tale”. Vain harvat videot keräävät katsojia nopeasti. Videoita tehdessä kannattaa panostaa sisältöön, joka kiinnostaa katsojia vielä esimerkiksi vuoden päästä.
4. Ammattimaisuus. Vaikka videot tekee kustannustehokkaasti voi laatu olla ammattimaista ja katsojien silmää miellyttävää.

(Isokangas & Vassinen, 2010, 162 - 166.)

Cramo tekee yhteistyötä urheilijoiden kanssa. Yhtenä uutena yhteistyökumppanina on Tappara (www.tappara.fi, 2011). Tätä voisi tuoda enemmän esille ja miettiä esimerkiksi pienen video-kampanjan, joka kiinnostaisi sekä Tapparalan kannattajia sekä Cramon nykyisiä ja potentiaalisia asiakkaita. Toteutusajankohtana hyvä olisi SM-liiga kausi, jolloin jääkiekkokansa on liikkeellä.

9.2.1. Blogi

Blogin voi sisällyttää cramon Internet-sivuille ja linkittää Cramon Facebook -sivuihin. Yritysblogissa voi esimerkiksi herättää kiinnostusta tulevia julkaistavia tuotteita tai palveluita kohtaan ja kertoa making of – tyyppisiä tarinoita. (Forsgård & Frey, 2010, 66)

Cramon kohdalla nämä voisivat olla vinkkejä koneisiin liittyen ja Cramon työntekijöiden hauskoja haastatteluja. Cramon asiakkailta tuli paljon kommentteja, että he käyvät vuokraamoissa kahvilla tervehtimässä tuttuja työntekijöitä ja pitävät työntekijöitä mukavina. Tätä imagoa voi laajentaa blogin kautta myös Internetiin ja näin saavuttaa uusia ihmisiä.

Yritysblogia avatessa on tärkeä muistaa suunnitella blogin tavoitteet ja päivitystahti (ja kuka päivityksen hoitaa). Yritysblogissa ei ole kyse tekniikasta, eikä sen päivitys kuulu IT-osastolle. Blogin päivittäminen täytyy olla helppoa (toimiva alusta). (Forsgård & Frey, 2010, 69)

9.2.2 Facebook

Cramolla on facebookissa hyvä sivusto, johon on päivitetty sisältöä suhteellisen säännöllisesti. Kuitenkin tykkääjiä on vähän. Nyt pitäisi miettiä, miten saada lisää seuraajia – keitä he olisivat ja mikä heitä kiinnostaa. Linkittämällä blogin ja youtube-videot saa facebookkiin sisältöä ja näin lisää sivuilla kävijöitä.

9.2.3. Osallistaminen

Osallistamisella tarkoitetaan, että asiakkaat nivotaan osaksi liiketoimintaa hyödyntämällä heitä liiketoimintaa ajatellen. Asiakkailta voi saada apua esimerkiksi uuden tuotteen tai palvelun kehittämisessä. (Bernoff & Li, 2009, 99.) Sosiaalinen media on osallistamista helpottava väline, mutta varma totuus on, että osallistaminen on haastavaa. (Bernoff & Li, 2009, 235) Asiakkaat ovat tuotteiden ja palveluiden käyttäjiä, joten heiltä voi olettaa rehellisiä mielipiteitä kehitysehdotuksiin liittyen. Asiakkaiden mukanaolo nopeuttaa innovaatioita, sillä kun asiakkaat ovat mukana, tulee ideoita enemmän ja toisaalta parannuksia voi tehdä jatkuvasti ehdotuksia kuullessaan. (Bernoff & Li, 2009, 236.)

Cramo voi osallistaa asiakkaita toteuttamalla useammin opinnäytetyön ohessa tehdyn asiakaskyselyn kaltaisia kyselyitä Internetissä. Asiakkaat (tai jonkun heistä satunnaisesti) voi palkita tai palkinnoksi voi aktiivisten asiakkaiden kohdalla riittää ”kiitos” ja tieto siitä, että asiakkaiden toiveita kuunnellaan. Cramo voi myös toteuttaa kilpailuja, joissa asiakkaat tekevät jonkun tuotoksen, joka hyödyttää Cramon markkinointia. Kilpailun paras palkitaan ja tietenkin hän saa tuotokselleen näkyvyyttä Cramon kautta. Tästä esimerkkinä toimii suomalaisen pikaruokaketjun Heburgerin www.facebook.com sivustolla toteutettu Vuoden herkku 2011 – kilpailu. Kilpailussa asiakkaat saivat suunnitella mieleisensä hampurilaisen ja lopulta asiakkaat valitsivat parhaan finaaliin päätyneistä hampurilaisista. Voittaja hampurilaisen suunnitellut Juho Kuismin sai nimikko hampurilaisensa myyntiin Hesburgeriin ja voitti samalla itselleen ilmaisia aterioita Hesburgerissa.

Markkinointiin osallistamisen kuusi muotoa:

1. Tiedonhankinta ja keskusteluiden seuranta
2. Jatkokampanjoiden ja omien mainosten lataaminen Internetiin
3. Viraali- eli word-of mouth-markkinointi
4. Jälleenmyyjäohjelmat (affiliate programs)
5. Yleisön osallistaminen markkinointiviestintään
6. Crowdsourcing eli innovaatio ja tuotekehitys

(Nyman & Salmenkivi, 2008, 230.)

Valitsin yllä olevasta Nymanin ja Salmenkiven listauksesta (2008) Cramolle tärkeimpiä keinoja markkinoinnin osallistamiseksi. Tiedonhankinnalla ja keskusteluiden seurannalla yritys saa tietoa suoraan asiakaspinnasta esimerkiksi keskustelupalstoilta ja blogeista. (Nyman & Salmenkivi, 2008, 231) Viraalimarkkinoinnilla tarkoitetaan mainosviestin leviämistä ihmiseltä toiselle (toimii nopeiten sosiaalisessa mediassa). Haasteena on, että viestin täytyy olla todella kiinnostava, jotta ihmiset levittäisivät sitä eteenpäin. (Nyman & Salmenkivi, 2008, 234) Yleisön osallistamisella markkinointi viestitään tarkoitetaan, sitä että yleisö (asiakkaat) tuottavat mainosisältöä. Tämä voisi Cramolla toimia esimerkiksi asiakkaiden tuottamien video- ja kuvamainosmateriaalin muodossa. Edellisessä kappaleessa mainitsemani Hesburger esimerkki on Crowdsourcingia eli innovaatio ja tuotekehitystä asiakkaiden avulla.

Osallistaminen on hyvin toteutettuna mainio tapa yritykselle lisätä ymmärrystä ympäristöstä ja asiakkaistaan. Näitä asioita oppimalla on yrityksellä paremmat edellytykset vastata asiakkaiden tarpeisiin kilpailijoita nopeammin. Osallistamisen avulla yritys voi myös reagoida nopeammin asiakkaiden tarpeiden muuttumiseen. (Mainostajien liitto, Viitamäki 2009, 132) Nopean reagoinnin tärkeys onkin ymmärrettävä varsinkin sosiaalisenmedian aikakaudella.

9.3. Aktiivinen reagointi

Markkinoinnista on hyvä budjetoida esimerkiksi 20 % reagointirahastoon. Nopea reagointi ei kuitenkaan aina tarvitse isoa budjettia vaan enemmän on kyse nopeasta sisällöntuotannosta ja kustannustehokkaista kanavista. (Isokangas & Vassinen, 2010, 134)

Esimerkkinä nopeasta reagoinnista annetaan Isokankaan ja Vassisen kirjassa Digitaalinen jalanjälki (2010) suomalaisen koiranvaatevalmistaja Hurtta Collectionin mainos. Jari Sarasvuo kertoi lehdessä antamassaan haastattelussa ostavansa koirilleen vaatteita Lontoon Harrodista rikastumisensa jälkeen. Hurtta näki tässä mainosmahdollisuuden ja osti Helsingin Sanomista koko sivun mainoksen, johon tuli kirje Sarasvuolle pääsisältönä *”kyllä niitä koiran vaatteita saa Suomestakin”*. (Isokangas & Vassinen, 2010, 132) Tämänkaltainen nopea reagointi markkinoinnissa antaa yritykselle huomiota ja tällaista markkinointia voi tehdä mediarajat ylittäen. Hurtan tempaus toi yrityksen nettisivuille 200 000 kävijää ja kyseisen viikon myynti ylittyi lähes viisitoistakertaisesti. (Isokangas & Vassinen, 2010, 132)

Cramo voi hyödyntää nopeaa reagointia sosiaalisen median kanaviinsa sekä tilaisuuden tullessa iskeä myös perinteiseen printtimediaan. Cramon tavoitteena on Lasse Huuhkan mukaan olla esikuva vuokraamoyrityksille (Role model in rental). Nopealla reagoinnilla ja ajanmukaisella markkinoinnilla Cramo erottautuu kilpailijoistaan ja tuo vuokraamoalalle uutta positiivista pöhinää.

10 LÄHTEET

Kirjalliset lähteet

Doz, Y. Kosonen, M. 2008. Nopea strategia. Helsinki: Talentum

Juslen, J. 2009. Netti mullistaa markkinoinnin. Talentum

Haasio, A. 2008. Kaikki irti internetistä. Helsinki: BJT

Vehmas, S. 2008. Perusta menestyvä verkkokauppa. Porvoo: WSOYpro

Rope, T. 2005. Suuri markkinointikirja. Helsinki: Talentum

Rope, T. 2002. Yrittäjän markkinointikirja. Hämeenlinna: Karisto Oy

Bernoff, J. Li, C. 2009. Verkkovalta. Tallinna: Tietosanoma

**Keller, K. Kotler, P. 2006. Marketin Management (12th edition). New Jersey: Pearson
Prentice Hall**

Porter, P. 2008. Designing for the social web. Berkeley: New riders.

**Merisavo, M. Vesänen, J. Raulas, M. Virtanen, V. 2006. Digitaalinen markkinointi.
Helsinki: Talentum**

Isokangas, A. Vassinen, R. 2010. Digitaalinen jalanjälki. Helsinki: Talentum

**Mainostajien liitto. Viitamäki, S. 2009. Klikkaa tästä: Internet markkinoinnin käsikirja.
Mainostajien liitto.**

Forsgård, C. Frey, J. 2010. Suhde. Vantaa: Hansaprint Oy.

Chaffey, D. Smith, P. 2008. eMarketing eXellence – planning and optimizing your digital marketing (third edition). BH.

Internet-lähteet

www.cramo.fi (lokakuu 2011)

Suomen virallinen tilasto (SVT): Rakentamisen liikevaihtokuvaaja (2011).

http://www.stat.fi/til/rlv/2011/06/rlv_2011_06_2011-09-13_tie_001_fi.html

www.tappara.fi (lokakuu 2011)

<http://www.ramirent.fi/portal/> (lokakuu 2011)

www.pekkaniska.com (lokakuu 2011)

Cramoness kampanja youtube.com sivustolla:

<http://www.youtube.com/watch?v=b1QaeZ-1xmY>

Cramon urheilu-video kampanja youtube.com sivustolla:

http://www.youtube.com/watch?v=M_HxdOcER68

Suomen virallinen tilasto (SVT): Tietotekniikan käyttö yrityksissä [verkkojulkaisu].

ISSN=1797-2957. 2010, 4. Sähköinen kauppa . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu:

17.11.2011].

Saantitapa: http://www.stat.fi/til/icte/2010/icte_2010_2010-11-25_kat_004_fi.html.

Suomen virallinen tilasto (SVT): Tieto- ja viestintätekniiikan käyttö [verkkojulkaisu].

ISSN=1799-3504. 2011. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 17.11.2011].

Saantitapa: http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_tie_001_fi.html.

Suomen virallinen tilasto (SVT): Tieto- ja viestintätekniiikan käyttö [verkkojulkaisu].

ISSN=1799-3504. 2011, 5. Verkkokauppa . Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 17.11.2011].

Saantitapa: [http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-](http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_kat_005_fi.html)

02_kat_005_fi.html.

11 LIITTEET

Liite 1

Cramo-konserni lyhyesti

Tuotteet	<ul style="list-style-type: none"> ■ Cramo tarjoaa täyden palvelun vuokrausratkaisuja koneiden, laitteiden ja siirtokelpoisten tilojen vuokraamiseen.
Kohderyhmä	<ul style="list-style-type: none"> ■ Rakennusteollisuus ■ Muu teollisuus ■ Julkinen sektori ■ Kotitaloudet, muut
Tunnusluvut 2010	<ul style="list-style-type: none"> ■ Liikevaihto 492,1 mEUR (ilman Theisen) ■ EBITA-liikevoitto 34,5 mEUR (ilman Theisen) ■ Listattuna Helsingin Pörssissä vuodesta 1988, keskiuuret yhtiöt
Toimipiste-verkosto	<ul style="list-style-type: none"> ■ 400 toimipistettä (Theisen mukaanlukien 1.2.2011 alkaen) ■ 15 maata (Theisen mukaanlukien)
Henkilöstö	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2,083 (keskimäärin 2010) ■ 2,360 (Theisen mukaanlukien)
Vuokrattavan kaluston määrä	<ul style="list-style-type: none"> ■ Noin 200 000 (Theisen mukaanlukien)

Liite 2

Asiakaskysely

Asiakaskyselyn kysymykset.

1. Miksi tulit?

a) Vuokraus

b) Palautus

c) Vaihto

d) Muu, mikä _____

2. Tiesitkö, että voi asioida myös puhelimitse ja pyytää laitteiden toimitusta?

3. (Jos tiesit) Miksi valitsit myymälään tulemisen puhelimesta asiointiin sijaan?

4. Minkälaisia nettipalveluita käytät?

5. Mitä mieltä olisit, jos Cramon palvelut siirtyisivät verkkoon?

Liite 3

Myymälätutkimus

Helsinki, Alppila, 13. 6

Toimipisteessä on kaksi työntekijää, joista kaksi on kesätyöläisiä. Toimistossa työskentelevät hoitavat jatkuvasti asiakaspalvelua puhelimitse ja asiakkaiden asioidessa liikkeessä. Lähes lopun ajan he viettävät tietokoneella. Kesätyöläiset työskentelevät enemmän hallissa tai ulkona koneiden parissa. Päätin seurata toista kesätyöntekijää, sillä heidän työnsä saattaisi olla

vaihtelevampaa (ei pelkkää asiakaspalvelua). Kuitenkin tässä pisteessä jako oli selvä; osa hoitaa pelkkää asiakaspalvelua ja osa pelkkää koneiden hoitoa. Kolme työntekijää tekivät vuoron 7-15 (myös seurattava) ja yksi teki vuoron 8-16.

Yleisseuranta tiskillä työskentelevistä:

7:15-7:30 Asiakaspalvelua

7:30-7:40 koneelle

Puheluita

8:06-10:40 koneella

Puheluita välissä

Asiakaspalvelu 9:55-10:04

Koneella (toinen työntekijöistä) 11:00-11:30

Asiakaspalvelua 11:35-11:54

Koneella (toinen työntekijöistä) 11:45-12:30

Asiakaspalvelua 12:03-12:06

Puheluita

Asiakaspalvelua 12:30-12:40

Puheluita

Koneella 12:40-13:15

Puheluita

Koneella 14:15-14:45

Puheluita

Asiakaspalvelua 14:57-15:00

Koneella 15:00- 15:18

Asiakas 15:18-15:30

Koneella 15:30-15:45

Yhden satunnaisen työntekijän seuranta:

7:00 Työntekoa

7:21 Seisoskelua/Tauko

7:27 Tutkii/Korjaa konetta toisen työntekijän kanssa & Muuta työtä (tavaroiden hakemista yms.)

Kohde vaihdettu 8:32 8)

8:32 Töiden parissa

8:40 taukoilua, kahvit ja työt jatkuu

9:20 Tauko

09:33 Työt jatkuu

10:05 Kahvitauko

10:06 Jatkuu

11:04 Tauko, oleskelua toimistossa/taukotilassa, työohjeiden odottelua

11:10 Työ (koneiden parissa) jatkuu

12:14 Tauko, oleskelua toimistossa/taukotilassa

12:20 Työt koneiden parissa jatkuu

12:27 Tauko jatkuu

12:45 Työnteko jatkuu

12:50 Oleskelua toimistolla, ei tekemistä

13:05 Työnteko jatkuu

13:35 Juttelua vuokraamopäällikön kanssa

14:17 Kahvitauko

14:30 Ympäriinsä pyörimistä ja toimistolla oleskelua, ei enää juuri tekemistä

14:55 Kotiin

Cramo Turku, 14.6

Yleiset huomiot:

Yleisilmeeltään isot ja siistit tilat. Halli on suhteellisen siisti. Asiakaspalvelutilassa/toimistossa hyllyt ovat pölyisiä. Yleisilme on kuitenkin suhteellisen siisti. Vessat ovat esittelykelpoisia asiakkaita ajatellen. Kahviautomaatti on kovassa käytössä asiakkailla. Palvelu on ystävällistä ja osaavaa. Puhelimeen vastataan nopeasti aina kun se soi.

Kommentteja:

Monet asiakkaat vielä mainitsevat kyselyn jälkeen erikseen, että pitää olla asiantuntevaa henkilökohtaista apua.

Yleisseuranta asiakaspalvelutiskillä työskentelevistä

Asiakaspalvelua 7:10

Koneella 7:30-7:45

Asiakaspalvelua (laitteiden näyttämistä) 7:45-7:50

Koneella 7:55-8:05

Koneella 8:10-8:16

Asiakaspalvelua 8:16-8:20

Koneella 8:20-8:30

Asiakaspalvelua 8:30-8:40

Koneella ja paperitöitä 8:40-8:49

Asiakaspalvelua 8:49-8:49

Koneella 8:53-9:10

Asiakaspalvelua 9:10-9:15

Asiakaspalvelua 9:34-9:45

Koneella 10:00-10:12

Asiakaspalvelua 10:12-10:30

Koneella 10:30-10:48 (+ puheluita)

Asiakaspalvelua 10:49-11:12

Toimistolla ja koneella 11:15-11:50

Asiakaspalvelua 11:50-12:05

Koneella (+puheluita) 12:05-12:10

Asiakas 12:10-12:15

Koneella 12:15-12:30

Asiakas 12:30-12:35

Koneella 12:35-12:55

Asiakaspalvelua 12:55-13:00

Koneella (ja puhelimessa) 13:00-13:43

Asiakaspalvelua 13:43-13:50

Yleistä oleskelua ja paperitöitä

Asiakaspalvelua 14:20-14:35

Koneella 14:35-14:50

Yleistä oleskelua ja paperitöitä

Asiakaspalvelua 15:08-15:10

Koneella ja asiakkaan neuvontaa puhelimitse 15:11-15:20

Asiakaspalvelua 15:32-15:47

Yhden satunnaisen työntekijän seuranta:

Asiakaspalvelua 7:20-7:30

Koneella 7:30-7:45

Paperitöitä 7:45-7:48

Rupattelua, tauko 7:58-7:05

Töitä hallin puolella 08:05 ->

Vaihdoin seurattavaa työntekijää, koska ensimmäistä ei enää näkynyt missään.

asiakaspalvelua puhelimitse 10:45-10:50

Koneella 10:50-10:55

Asiakaspalvelua hallin puolella 10:55-11:05

Asiakaspalvelua toimistolla 11:05-11:10

Koneella 11:10-11:37

Asiakaspalvelussa puhelimessa 11:40-11:45

Lounas tauko 11:45 – 12:15

Paperitöitä koneen äärellä 12:15-12:35

Koneella 12:45-12:55

Asiakas palvelua tiskillä 12:55-13:00

Hallin puolella tai muuta työtä toimiston ulkopuolella 13:00- 13:50

Koneella 13:50-14:20, ei oikein tekemistä

Töitä hallin puolella 14:20-14:44

Toimistolla oleskelua, ei oikein töitä enää, muutamia puheluita 14:44-15:00

Kotiin 15:00

Cramo Jyväskylä 15.6.

Yleiset huomiot:

Toimisto/palvelutiski ihan siisti. Selvästi käy siivoaja (tai juuri käynyt). Vähemmän pölyä ja likaa kuin Turun tai Alppilan (Helsinki) toimipisteissä. Vessat ovat pukukoppien yhteydessä ja ovat ihan siistit. Perinteinen ja pakollinen tyttökalerteri löytyy täältäkin. Asiakaspalvelu hyvää: asiakas huomioidaan heti ja saa asiantuntevaa henkilökohtaista palvelua.

Yleisseuranta palvelutiskillä työskentelevistä:

Asiakaspalvelua 7:00-7:20

Koneella 7:25-7:30

Asiakaspalvelua tiskillä 7:30-7:40

Asiakaspalvelua hallin puolella 7:40-7:45

Asiakaspalvelua toimistossa 7:49-7:55

Asiakaspalvelua tiskillä 8:00-

Koneella 8:00-8:03

Asiakaspalvelua 8:05-8:10

Soittelua ja paperitöitä 8:10-

Asiakaspalvelua 8:22-8:25

Kuskiensa kanssa toimituksien hoitoa n. 8:30

Soittelua ym. asioiden hoitoa

Koneella 8:40-45

Asiakaspalvelua 8:47-9:00

Kuskiensa kanssa asioiden hoitoa

Asiakaspalvelua 9:22-:10:25

Paperi töitä ja puheluita. Aika vähän tekemistä

Asiakaspalvelua 10:45 n.3min

Paperitöitä

Asiakaspalvelua 10:53-11:15

LOUNAS

Asiakaspalvelua 12:15-12:25

Koneella 12:30-13:05

Asiakas palvelua n. 13.05-13.15

Toimistolla kahvittelua, paperihommia 13.15-13.30

Asiakaspalvelua puhelimessa 13:30-13:40, yksi hallin puolella toisen asiakkaan kanssa

Koneella 13:40-55

Asiakaspalvelua 14:00-14:10

Koneella + paperitöitä 14:10

Asiakaspalvelua 14:20-14:35 (hallilla/ulkona)

Paperitöitä + koneella 14:35-34

Asiakas palvelua 14:45-15:55

Koneella, paperihommia, selvittelyä muiden työntekijöiden kanssa 14:55

Asiakaspalvelua puhelimessa ja toinen työntekijä tiskillä 15:05-15:15

Koneella + paperihommia 15:15-15:25

15:25-15:40 Asiakaspalvelu

Koneella 15:30-15:55

Muut järjestelee ja alkaa sulkemaan paikkaa.

Yhden satunnaisen työntekijän seuranta:

7:00-7:20 Asiakaspalvelua tiskillä + laitteiden hakua hallista asiakkaille

7:20- Laitteiden selvittelyä

7:25- Koneella

7:30-7:46 Asiakaspalvelua tiskillä +hallin puolelta

7:49-7:58 Paperihommia

8:00-8:03 Asiakaspalvelua

8:05-8:10 Asiakaspalvelua

8:10-8:49 Soittelu ja paperitöitä, varauksia ja yhteistyökuvioita?

8:49-9:15 Asiointi kaupungilla, menee hakemaan jotain puuttuvaa tavaraa/laitetta

9:22-9:30 Asiakaspalvelua

Soittoja

9:40-10:15 Asiakaspalvelua (ensin tiskillä sitten koneiden parissa)

10:20-10:50 Koneella, paperitöitä ja puheluita

10:55 Halliin Asiakkaan/kuskin kanssa

11:20: Lounas tauko

Mekin menimme lounaalle 11:30-12:10

12:20-12:30 hallin puolella

12:30 Asiakaspalvelua puhelimitse

12:35 – Koneella, puheluita, paperitöitä

13:03 Asiakaspalvelua

13.15 Koneella töitä, puheluita

13:40 Asiakaspalvelua ja muita töitä (?) hallin puolella

14:00 asiakaspalvelua tiskillä ja puhelimitse

14:15 puheluita ja paperitöitä

14:30-14:35 asiakaspalvelua

14:35- Koneella + paperihommia

15:05-15:15 Asiakaspalvelua tiskillä + haku hallista

15:15 Paperitöitä

15:25-15:40 Asiakaspalvelu

15:40-47 Sopimuksia ja muita paperitöitä

15:47- Hallin järjestelyä

15:50-516

Cramo Kuopio 16.6

Yleiset huomiot:

- Hiljainen toimipiste. Tilat ovat siistit!
- Puhelin soi muutaman kerran ilman, että siihen vastattiin!
- Kaikilla ei ole täälläkään työvaatteita päällä. Vaikea ensin tunnistaa kuka on työntekijä ja kuka ei! Helsinkiä lukuun ottamatta muissa toimipisteissä on ollut samaa vikaa.
- Uusi ohjelma "Rental" ei oikein tyydytä työntekijöitä

Yleisseuranta:

Asiakaspalvelua 7:10-7:25

Koneella 7:25-35

Asiakaspalvelua 7:37:38

Paperitöitä ym.

Koneella 7:44-49

Asiakaspalvelua puhelimitse 7:45-7:47

Hallin puolella/ulkona 7:49-7:54

Koneella 7:55-58

Paperitöitä ym. selvittelyä

Asiakaspalvelua 7:59-8:20

Koneella 8:20-29

Asiakaspalvelua puhelimessa 8:29-8:32

Koneella 8:32-8:37

Asiakaspalvelua 8:37-45

Koneella 8:45-8:52

Asiakaspalvelua 8:52-8:58

Koneella 8:58-9:15

Asiakaspalvelua 9:08-9:12

Hallilla koneiden parissa 9:15-9:20

Koneella, paperitöitä 9:20-23

Asiakaspalvelua 9:23-26

Koneella joku 9:26-10 välisenä aikana

Asiakaspalvelua 9:30-45

Puheluita, varauksia 10-10:05

Koneella 10:05-10:20

Paperitöitä 10:20-10:30

Puhelu+varaus

Asiakas 10:30-38

Palloilua ja paperi juttuja, paljon ihmisiä ilman varsinaista tekemistä

Koneella joku 10:40-

Asiakaspalvelua 10:47-10:51

Koneella ja yleistä palloilua ilman oikeata tekemistä

Asiakaspalvelua 11:10-11:12

Paperitöitä ja muuta puuhastelua

Koneella 11:16

Menimme lounaalle kun oli hiljaista.

Asiakaspalvelua 12:00-12:10

Asiakaspalvelua 12:20-12:32

Koneella 12:32-

Asiakaspalvelua 12:40-45

Puheluita ja papereiden täyttöö

Koneella 13:13:10

asiakaspalvelua puhelimitse

Paperi hommia

Koneella 13:34-40

Asiakaspalvelua 13:41-13:46

Puheluita ja muutamien paperien täyttöö, rauhallista on

Asiakaspalvelua 14:20-14:25

Paperien täyttelyä

Koneella 14:30-14:40

Papereiden täyttelyä

Asiakaspalvelua 14:46-50

Paperitöitä

Asiakaspalvelua 15:00 - 02

Juttelua joistain koneista, papereista

Koneella 15:15-15:20

Asiakaspalvelua puhelimessa: 15:23-15:30

Asiakaspalvelu 15:25-

Asiakaspalvelua 15:45-52

Asiakaspalvelua 15:55-16

Yhden satunnaisen työntekijän seuranta:

Koneella, paperitöitä ym.puheluita 7:00-7:10

Asiakaspalvelua tiskillä 7:10-7:15

Tauko

Koneella 7:25-7:37

Asiakaspalvelua 7:37-7:38

Puhelimessa asiakaspalvelu 7:41-42

Koneella

Asiakaspalvelua puhelimessa 7:43-44

Hallin puolella/ulkona 7:49-7:54

Puhelu 7:54-55

Koneella, toimistolla ramppausta, paperitöitä 7:55-59

Asiakaspalvelua 7:59-8:06

Puheluita 8:08-8:10

Koneella ja paperitöitä 8:10-29

Asiakaspalvelua puhelimessa 8:19-8:21

Ulos tai halliin 8:29-8:44

Puheluita 8:44-8:46

Hallin puolella tai ulkona 8:46-9:04

Koneella 9:04-08

Asiakaspalvelua 9:08-9:12

Koneella + puheluita 9:12-15
Hallille koneiden pariin 9:15-23
Asiakaspalvelua tiskillä + puhelu 9:23-26
Koneella 9:26-30
Hallin puolella / ulkona 9:30-50
Koneella 9:50
Puheluita: 9:54-10:00
Koneella 10:00-10:10
Puhelu -> halliin 10:10-10:15
Koneella + paperi hommia 10:15-10:20
Halliin tai ulos 10:20
Tiskillä koneella + varausten hoitamista 10:35-40
Koneella 10:40-11.00
Ulkona tai hallilla
Puhelu+ paperihommia 11:10-11:13
Ulos/hallille käymään
Koneella 11:16->
Pidimme lounastauon kun liikkeessä oli aivan kuollutta.
Koneella 12:00-12:15
Ulos, hallille 12:15-12:30
Koneella 12:30-12:40
Puheluita ja paperitöitä 12:40-13
Koneella, tulosteita 13:00:13:10
Puhelu 13:10
Hallille 13:15

Toimistolle vuokraamovastaavan kanssa, keskustelu/lounas? 13:30-13:50

Ulos nosturin kanssa 13:55-14:00

Paperi hommia, rupattelua

Asiakaspalvelua 14:20-25

Paperitöitä

Puhelimessa 14:30-35

Ulkona

Asiakaspalvelua 14:46-50

Paperitöitä

Asiakas palvelua 15:00-02

juttelua, paperitöitä

Vuokrausten selvittelyä 15:20-25

Hallin puolella jotain 15:25-29

Asiakaspalvelua: 15:29-35

Asiakaspalvelua 15:45-52

Asiakaspalvelua 15:55-16

Cramo Oulu 17.6

Yleishuomiot:

Toimitilat ovat siistit. Henkilökunta on erittäin ystävällistä! Täällä olemme saaneet parhaan vastaanoton ja ystävällistä apua. Asiakaspalvelu todella hyvää. Puhelimeen vastataan heti kun se soi ja työntekijät ovat reippaita.

Yleisseuranta tiskillä:

Asiakaspalvelua n.30min aamulla

Koneella8:15-8:42

Puhelu: 8:42-

Koneella 8:45-8-48

Asiakaspalvelua puhelimitse 8:48-9:00

Asiakaspalvelua, vuokrausta palautusta 9:00-9:11

Koneella 9:17-9:45(-5 min puhelimesta)

Puheluita: 9:35-9:40

Koneella 9:55:1

Asiakaspalvelua:10:00-10:05

Koneella 10:05-10:10

Koneella 10:15-10:20

Asiakaspalvelua puhelimesta: 10:22-10:25

Koneella 10:25-10:35

Asiakaspalvelua 10:50-52

Koneella 10:55-11:20

(Asiakaspalvelua 3min välissä)

Asiakaspalvelua 11:20-11:25

Koneella: 11:25-11:39

Asiakaspalvelua 11:34-11:38

Asiakaspalvelua puhelimitse 11:39-11:43

Koneella 11:43-11:53

Puhelu välissä noin minuutti

Asiakaspalvelua 11:55-12:05

Koneella 12:20-12:40

Asiakaspalvelua: 12:40-43

Koneella: 12:45-13:45

(Asiakaspalvelua puhelimitse 13:13-13:16)

Asiakaspalvelua: 14:12 - 14:29

Koneella 14:34-14:40

Koneella 14:47-14:50

Asiakaspalvelua: 14:42-15:09

Asiakaspalvelu 15:15-15:30

Koneella 15-18-15:23

Asiakaspalvelu tiskillä 15:36-37

Yhden satunnaisen työntekijän seuranta:

Asiakaspalvelua ja juoksevia asioita aamu

Tilojen järjestelyä 8:15

Hallin puolella 8:30

Paperitöitä 8:35-8:40

Puheluita 8:40-8:5

Tavaravastaanottoa toimittajalta 8:55-8:58

Asiakaspalvelua puhelimesta 8:58-9:02

Asiakaspalvelua tiskillä 9:05-9:10

Paperitöitä 9:10-9:15

Koneella 9:15-9:40

Asiakaspalvelua 9:40-9:45

Paperitöitä 9:45-09:50

Hallin puolella 9:50

Koneella + paperitöitä (vuokrauslappujen selvittelyä) 10:00-10:08

Puhelu: 10:08-10:10

Koneella 10:10-10:15

Asiakaspalvelua 10:15-10:20

Ulos/hallille 10:23-10:35

Koneella: 10:35-10:50

Asiakaspalvelua: 10:50-52

Koneella 10:52-

Toimituksien järjestelyä 10:58-11:

Asiakaspalvelua välissä 3 min

Puhelu: 11:11-11:13

Omille asioille 11:20-11:50

Asiakaspalvelua: 11:55-12:05

Puhelu: 12:05-12:12

Ruokatauko

Asiakaspalvelu: 12:24-12:28

Koneella 12:28-12:34

Asiakaspalvelua 12:34-12:49

Asiakaspalvelua puhelimitse 12:49-51

Asiakaspalvelua 12:51-12:56

Koneella 12:56-13:10 + paperitöitä

Hallin puolelle/ulos 13:10-13:16

Paperitöitä: 13:16-13:18

Asiakaspalvelua: 13:18-13:19

Paperitöitä 13:19-13:24

Asiakaspalvelua puhelimitse 13:24-13:26

Paperitöitä 13:26-31

Puhelu 13:27-13:30

Ulkona/hallilla 13:50

Asiakaspalvelua 14:12-14:27

Koneella: 14:27-14:30

Asiakaspalvelua 14:30-14:33

Puheluita + paperitöitä + koneella 14:35

Asiakaspalvelua: 14:42-14:58

Paperitöitä: 15:00-15:05

Ulos

Asiakaspalvelua 15:10-15:13

Koneella, paperitöitä, puheluita

Koneella 15:18-15:23"

Asiakaspalvelua ulkona 15:23

Asiakaspalvelu tiskillä 15:36-37

Paperitöitä, paikkojen järjestelyä 15:40-16

Cramo Finland Oy Jyväskylä 11.7

Asiakkaat:

7-10: 32

10:13 11

13:16 18

Yleisiä huomioita:

Maanantai 11.7. oli kiireinen päivä. Työntekijät sanoivat, että edellinen viikko oli ollut paljon hiljaisempi. Nyt oli kokoajan tekemistä kaikilla työntekijöillä.

Asiakkaiden kommentteja:

Nostimien käyttöopastus on tärkeää, koska niissä on aina erilaisia jippoja. Toimitus on erittäin tärkeää varsinkin sen nopeus.

Yhden satunnaisen työntekijän seuranta:

Asiakaspalvelua 7:00-7:08

Asiakaspalvelua hallin puolella 7:08-7:20

Hallin puolella 7:20-7:25

Koneella 7:25-7:30

Asiakaspalvelua 7:30-7:39

Puheluita ja töitä koneella: 7:39-7:42

Asiakaspalvelua (hallin puolella ja tiskillä) 7:42-8:10

Asiakaspalvelua tiskillä 8:12-8:30

Asiakaspalvelua ja järjestelyä hallin puolella 8:30-8:38

Paperitöitä 8:38-8:42

Asiakaspalvelua hallin puolella 8:42-8:47

Asiakaspalvelua tiskillä 8:47-9:02

Paperitöitä ja koneella oloa 9:02-9:05

Kahvit, työ rauhoittui hetkeksi

Asiakaspalvelua 9:10-9:13

Koneella ja paperitöitä 9:15- 9:30

Asiakaspalvelua 9:30-9:50

Koneella 9:50-10:05

Asiakaspalvelua 10:10-10:14

Töitä hallin puolella

Lounastauko 10:35-10:45

Asiakaspalvelua 10:55-11:05

Puhelu

Asiakaspalvelua: 11:15-11:39

Asiakaspalvelua puhelimitse 11:39-11:42

Paperitöitä 11:42-11:50

Asiakaspalvelua 11:50-12:00

Paperitöitä

Istuskelua, ei tekemistä juuri nyt 12:05-12:25

Asiakaspalvelua puhelimitse 12:25-12:28

Asiakaspalvelua 12:40-12:45

Asiakaspalvelua 13:05-13:20

Paperitöitä 13:20-13:29

Asiakaspalvelua 13:29-13:40

Hallin puolella

Koneella 13:55-14:00

Asiakaspalvelua puhelimitse

Hallin puolella 14:10-14:15

Asiakaspalvelua 14:15-14:25

Asiakaspalvelua 14:38-14:50

Asiakaspalvelua puhelimitse + paperitöitä

Koneella

Asiakaspalvelua 15:15-15:23

Koneella 15:23-15:15:49

Asiakaspalvelua 15:53-15:57

Yleisseuranta tiskillä:

Asiakaspalvelua 7:00-7:22

(Puheluita)

Koneella 7:20-7:28

Asiakaspalvelua 7:26-7:38

Asiakaspalvelua tiskillä 7:39-7:49

Koneella 7:52-7:57

Hallin puolella + paperitöitä

Asiakaspalvelua (enin hallissa ja sitten paperityöt kassalla) 8:05-8:16

Asiakaspalvelua 8:20-9:00

(puheluita)

Koneella 9:02-9:18

Puheluita ja paperitöitä

Koneella 9:24-9:28

Asiakaspalvelua 9:28-9:55

Puheluita ja paperitöitä

Asiakaspalvelua 10:30-10:45

Asiakaspalvelua 10:50-11:50

Puheluita väleissä

Asiakaspalvelua 11:45-12:05

Puheluita

Kuskin kanssa asioiden hoitamista 12:25-12:35

Koneella 12:35-12:45

Asiakaspalvelua 12:45-12:50

Asiakaspalvelua 13:05-13:25

Puheluita

Asiakaspalvelua 13:45-13:50

Puheluita

Asiakaspalvelua 14:00-14:05

Asiakaspalvelua puhelimitse + koneella oloa

Asiakaspalvelua 14:15-14:25

Paperitöitä

Asiakaspalvelua 14:30-14:33

Asiakaspalvelua 14:38-14:50

Paperitöitä ja asiakaspalvelua puhelimitse

Asiakaspalvelua 15:00-15:05

Puheluita

Asiakaspalvelua 15:35-15:57

Cramo Kuopio 12.7.

Hiljainen päivä. Kuulemma eilen, maanantaina, ollut vilkkaampaa. Puhelin soi jonkun verran eli tilauksia kuitenkin tulee jatkuvasti. Rankka sade ja ukkonen vaikutti varmasti puolestapäivästä eteenpäin asiakaskatoon.

Asiakkaat:

Klo 7-10: 12

Klo 10-13: 4

Klo 13-16: 5

Yhden satunnaisen työntekijän seuranta

Asiakaspalvelua 7:02-7:08

Koneella 7:08-7:15

Asiakaspalvelua puhelimitse 7:15-7:17

Asiakaspalvelua 7:19-7:22

Hallin puolella 7:22-7:29

Asiakaspalvelua 7:29-32

Hallin puolella 7:32-7:43

Asiakaspalvelua puhelimitse 7:43-7:46

Hallin puolella

Asiakaspalvelua puhelimitse 7:56 muutama minuutti

Hallin puolelle

Asiakaspalvelua 8:03-8:16

Hallin puolelle

Asiakaspalvelua 8:18-8:25

Asiakaspalvelua puhelimitse

Hallin puolella

Asiakaspalvelua 8:32-8:37

Hallin puolella, puheluita

Asiakaspalvelua 8:50-8:56

Paperitöitä + puheluita

Halliin / toimistolle

Koneella 9:40-45

Asiakaspalvelua 9:45-10:00

Koneella 10:00-10:25

Hallin puolella/toimistolla

Koneella 12:05-12:15

Hallin / toimiston puolella

Asiakaspalvelua 12:30-12:43

Paperitöitä

Hallin puolella 12:50->

Tiskillä paperitöitä 13-30->

Asiakaspalvelua puhelimitse

Hallin puolella 13:45-14:24

Koneella 14:24-14:30

Asiakaspalvelua 14:40-14:48

Paperitöitä tiskillä – vuokrausten selvittelyä tms.

Hallin puolelle 15:00

Koneella 15:14-15:35

Asiakaspalvelua 15:35-15:40

Koneella 15:52-15:54

Järjestelemistä ja liikkeen sulkeminen 15:55->

Yleisseuranta tiskillä

Asiakaspalvelua 7:02-7:08

Asiakaspalvelua puhelimitse

Laitteista tiedustelua puhelimitse

Asiakaspalvelua 7:23-7:29

Hallin ja toimiston puolelle

Koneella +paperitöitä 7:58-8:05

Asiakaspalvelua 8:05-8:16

Paperitöitä

Asiakaspalvelua 8:35-8:40

Puheluita ja paperitöitä

Koneella 8:55-9:00

Hallin puolelle

Koneella 9:05-9:10

Asiakaspalvelua 9:10-9:17

Koneella 9:20-9:25

Paperitöitä, puheluita

Asiakaspalvelua 9:45-10:13

Paperitöitä

Asiakaspalvelua 10:30-10:35

Koneella 10:35-11:14

Puheluita ja paperitöitä

Asiakaspalvelua 11:49-11:53

Koneella 12:00-12:20

Puheluita

Asiakaspalvelua 12:30-12:43

Paperitöitä

Asiakaspalvelua (palautus) 12:55-12:56

Paperitöitä

Koneella 13:15-13:35

Puheluita 13:40

Koneella 13:50-14:05

Asiakaspalvelua 14:15-14:21

(kaikki hallin puolella)

Paperitöitä 14:30 ->

Asiakaspalvelua 14:40-14:48

Koneella 15:00-15:10 + paperitöitä

(kaikki hallin puolella tai toimistolla – asiakkaita ei missään)

Koneella 15:14-15:35

Asiakaspalvelua 15:35-15:40

Asiakas palvelua 15:43-15:49

Koneella 15:52-15:54

Cramo Oulu 13.7.

Asiakkaat:

7-10 11

10-13 6

13-16 12

Yleisseuranta tiskillä

Koneella 7:10-7:30

Puheluita

Asiakaspalvelua 7:44-7:56

Koneella 7:56-8:15

Asiakaspalvelua 8:08-8:12

(puheluita)

Koneella 8:20-8:26

Asiakaspalvelua 8:26-8:29

Koneella 8:31-8:45

Asiakaspalvelua 9:09-9:17

Puheluita

Koneella 9:25-10:30

Asiakaspalvelua 9:25-9:30

Puheluita

Asiakaspalvelua 9:50-10:15

Asiakaspalvelua 10:38-10:44

Koneella 11:08-11:15

Asiakaspalvelua 11:05-11:40

Koneella 12:45-12:59

Asiakaspalvelua 13:08-13:24

(Hallin puolella)

Koneella 13:45-14:00

(asiakaspalvelua puhelimitse ja töitä hallin puolella)

Asiakaspalvelua 14:15-14:25

Asiakaspalvelua 14:35-14:42

Asiakaspalvelua puhelimitse (hallin puolella)

Osa työntekijöistä lähtee kotiin kolmelta

Asiakaspalvelua 14:48-14:55

Asiakaspalvelua 15:10-15:18

Asiakaspalvelua 15:30-15:45

Asiakaspalvelua 15:53-15:58

Yhden satunnaisen työntekijän seuranta:

Töihin 7:00 – liikkeen avaus+järjestelyä

Koneella ja paperitöitä 7:10-7:30

Hallin puolella

Asiakaspalvelua 7:44-7:56

Koneella 7:56-8:15

Hallin puolella

Puhelu 8:18

Koneella 8:20-8:26

Asiakaspalvelua 8:26-8:29

Koneella 8:35-8::55

Asiakaspalvelua 8:55-9:02

Paperitöitä

Koneella 9:08-9:10, Hallin puolelle ->

Koneella 9:25-9:33

Paperitöitä

Koneella 9:40-9:50

Hallin puolella

Koneella ja paperitöitä 10:05-10:38

Hallin puolella

Kuskin kanssa asioiden selvittelyä 10:45-10:50

Koneella 10:55-10:59

Hallin puolelle

Asiakaspalvelua 11:05-11:40

Palvelua puhelimitse

Asiakaspalvelua 11:50- 12.00

Koneella 12:10-12:20

Hallin puolella

Koneella 12:45-12:59 (paperitöitä)

Hallin puolelle 13:15- 14:10

Koneella (+paperitöitä) 14:10-14:35

Asiakaspalvelua 14:35-14:37

Paperitöitä

Asiakaspalvelua puhelimitse (+koneelta tietojen tarkistelu) 14:40 ->

Asiakaspalvelua 14:48-14:55

Ulkona/hallilla – asiakaspalvelua?

Asiakaspalvelua 15:10-15:18

Asioiden selvittelyä kuskin kanssa 15:19 – 15:20

Puhelu

Koneella 15:23-15:30

Asiakaspalvelua 15:30-15:45

Asiakaspalvelua 15:53-15:58

Paperien järjestelyä ja liikkeen sulku

Cramo Helsinki 14.7.

Asiakkaat:

7-10 12

10-13 7

13-16 5

Kommentteja:

”Jos kaikki olisi samanlaisia kuin yksi tämän pisteen työntekijöistä niin kaikki sujusi hyvin. Toinen työntekijä tässä pisteessä ei ole yhteystyökykyinen eikä miellyttävä.” -naisasiakas

Yleisseuranta tiskillä

Koneella 7:05-7:10

Asiakaspalvelua 7:10-7:17

(Sama kuin yhden työntekijän seuranta, sillä vain yksi työntekijä on tiskillä. Toinen työntekijä on lomalla. Tiskillä työskentelijän lisäksi paikalla on yksi kesätyöntekijä, joka työskentelee lähinnä hallin puolella)

Yhden satunnaisen työntekijän seuranta

6:50 – järjestelyä

Koneella (ja puheluita)7:05-7:10

Asiakaspalvelua 7:10-7:17

Koneella 7:20-7:30

Asiakaspalvelua 7:37-7:38

Koneella 7:38-7:42

Hallin puolella 7:42-7:58 (puheluita)

Asiakaspalvelua 7:58-8:20

Koneella 8:20-8:40

(puheluita samalla)

Asiakaspalvelua 8:40-8:45

Paperitöitä ym.

Palautus 8:53-8:55

Koneella 8:57- 9:01

Asiakaspalvelua (palautus) 9:01-9:04

Koneella 9:04-9:10

Asiakaspalvelua 9:11-9:29

Paperitöitä

Koneella 9:33-9:50

Välissä puheluita

Asiakaspalvelua 9:53-9:57

Puheluita

Koneella 10:05-10:20

Asiakaspalvelua 10:28-10:29

Koneella 10:29-11:00

Asiakaspalvelua 11:04-11:09

Puheluita

Hallin puolelle/ulos 11:13 ->

Koneella 11:15-11:30

(välillä puheluita)

Asiakaspalvelua 11:30-11:33

Koneella 11:33-11:45

Asioiden selvittelyä kuskin kanssa + puheluita 11:45-12:10

Koneella 12:10-12:20

Asiakaspalvelua 12:21-12:29

Puhelu

Koneella 12:29-12:41

Asiakaspalvelua 12:42-13:08

Koneella 13:10- 13:50

+puheluita

Ulos/hallin puolella

Asiakaspalvelua 14:09-14:11

Hallin puolella / ulkona

Asioiden selvittelyä koneella (toisen pisteen työntekijän kanssa?) 14:18-14:30

Ulkona/hallilla

Asiakaspalvelua 14:55-15:03

Koneella 15:03-15:07

Asiakaspalvelua 15:07-15:09

Puheluita + paperihommia

Hallin puolelle 15:15

Koneella 15:30-15:40

Paperitöitä, toimiston järjestelyä 15:40-16:00 Välissä puhelu ja asiakaspalvelua

Asiakaspalvelua 15:50-15:

Cramo Finland Oy, Turku, 23.7. (Ajankohta vaihtui toisen työntekijän sairastumisen vuoksi)

Asiakkaat:

7-10 8

10-13 8

13-16 15

- Liikkeessä on nyt vähemmän työntekijöitä kuin kesäkuussa – lienevät osa lomalla. Asiakkaita on vähemmän ja sateinen synkkä ilma karkotti näitä varmaan entisestään-

Yleisseuranta tiskillä (usein sama kuin satunnaisen työntekijän seuranta, koska vain kaksi työntekijää tiskillä)

Koneella 7:05- 7:40

Kuskiensa kanssa toimitusten selvittelyä välillä

Asiakaspalvelua puhelimitse

Asiakaspalvelua 7:48-7:52

Koneella 8:00-8:05

Asiakaspalvelua 8:06-8:30

Asiakaspalvelua 8:40-8:47

Asiakaspalvelua 9:14-9:25

Asiakaspalvelua 10:00-10:15

Asiakaspalvelu 10:20-10:25

Asiakaspalvelua 11:02-11:06

Asiakaspalvelua 11:27-11:30

Asiakaspalvelua 11:40-11:49

(kävimme lounaalla n.15 min)

Asiakaspalvelua 12:35-12:40

Koneella: 13:00-13:05

Asiakaspalvelua: 13:15-13:28

Asiakaspalvelua 13:45-13:51

Asiakaspalvelua 14:10-14:13

Asiakaspalvelua 14:30-14:35

Asiakaspalvelua 14:44-14:51

Koneella 14:55-14:58

Hallin puolella

Asiakaspalvelua 15:08-15:30

Paperitöitä

Asiakaspalvelua 15:35 -15:39

Hallin puolella

Asiakaspalvelua 15:46-

Yhden satunnaisen työntekijän seuranta

Hallin puolella 7:00-7:13

Koneella 7:15- 7:40

Asiakaspalvelua 7:41-7:44

Koneella 7:45-7:48

Asiakaspalvelua 7:49-7:52

Paperitöitä

Asiakaspalvelua puhelimitse 7:56

Koneella: 8:00-8:08:10

Asiakaspalvelua 8:10-8:30 (välissä paperitöitä)

Koneella: 8:30-8:46

Paperitöitä

Koneella 8:55-9:20

Kuskin kanssa juttelua/toimituksien selvittelyä

Koneella 9:32-9:45

Asiakaspalvelua puhelimitse -> hallin puolelle

Paperitöitä ym.

Koneella 10:07-

Asiakaspalvelua 10:20-10:25

Asiakaspalvelua puhelimitse + paperitöitä

Syömässä 11:01-11:20

Hallin puolella ja ulkona

Koneella 12:30-12:45

Asiakaspalvelua 12:45-12:50

Hallin puolella

Koneella 13:03-13:05

Asiakaspalvelua: 13:06-13:09

Asiakaspalvelua puhelimitse

Hallin puolella asiakaspalvelua 13:24-13:28

Hallinpuolella/ulkona

Asiakaspalvelua 13:45-13:51

Koneella 13:52-14:05

Hallinpuolella

Koneella 14:25-14:40

Paperitöitä + puhelu(ita)

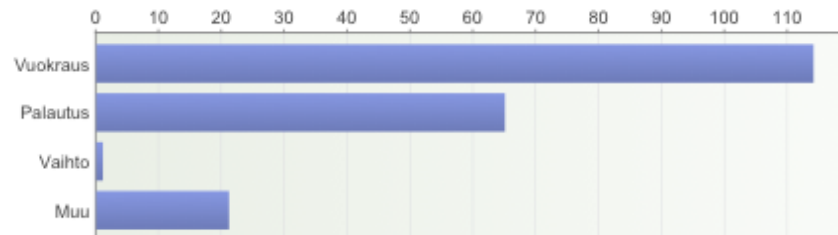
Kotiin 15:00

Liite 4. Asiakaskyselyn tulokset Webropol – palvelusta (www.webropol.fi)

Asiakaskysely

1. Miksi tulit liikkeeseemme?

Vastaajien määrä: 201



Avoimet vastaukset: Muu

- Neuvottelut
- vuokraus ja palautus
- kuljetus
- Hieromaan kauppa.
- palautus ja vuokraus
- Kuski
- palautus ja vuokraus
- Parakkia siirretään (vuokrauksen jatko).
- Kyselemään vuokraamisesta
- Vuokraamisesta tiedustelu
- töissä
- tiedustelemaan
- Tilin perustaminen
- palautus ja vuokraus
- sopimusautoilija
- muista syistä
- Halusi vuokrata, ei ollut tavaraa
- Kyselemään vuokraamisesta
- Kyselemään vuokraamisesta
- Kyselemään vuokraamisesta
- kuski

2. Mitä seuraavista koet tärkeäksi vuokraamopalveluissa?

Vastaajien määrä: 201

	1	2	3	4	Yhteensä	Keskiarvo
Henkilökohtainen opastus	8	35	90	68	201	3,08
Käyttöopas	27	41	78	55	201	2,8
Toimitus	13	21	55	112	201	3,32
Nopeus	2	9	49	141	201	3,64
Tavoitettavuus	1	2	58	140	201	3,68
Yhteensä	51	108	330	516	1005	3,3

3. Tiesitkö, että Cramolla voi asioida myös puhelimitse ja pyytää laitteiden toimitusta?

Vastaaajien määrä: 201

- Kyllä
- En tiennyt.
- Tiedän.
- Kyllä
- Kyllä
- Tiedän.
- En tiennyt
- Kyllä
- Kyllä.
- Kyllä.
- kyllä.
- Kyllä.
- kyllä.
- Kyllä.
- kyllä.
- kyllä.
- Kyllä.
- Juu.
- Joo
- kyllä. Yleensä soittaa ja tekee varauksen ja hakee sitten itse.
- Kyllä.
- En tiennyt
- Kyllä
- kyllä.
- En tiennyt.
- Kyllä.
- tiesin.
- Kyllä.
- En.
- Kyllä.
- En.
- kyllä. Olen käyttänyt.
- Juu.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä
- Ollaan joskus tehtykin niin.
- kyllä.
- Ei tiennyt.
- Kyllä.

- En tiennyt.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- En.
- Kyllä.
- En.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- kyllä.
- Kyllä.
- kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- En.
- Kyllä.
- En.
- Kyllä.
- kyllä.
- En.
- En.
- Kyllä.
- juu.
- Tiesin, mutta aina joku hakee.
- Kyllä.
- En.
- joo, yleensä soitan
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Juu
- Kyllä.
- Kyllä.
- En.
- Kyllä.
- En.
- Kyllä.
- Kyllä
- Kyllä.
- Tiesit.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Tiesin.
- Kyllä.

- En tiennyt.
- Kyllä.
- En tiennyt.
- Tiesin.
- En tiennyt.
- Yritin eilen asioida puhelimitse, mutta ei saanut ketään langan päähän.
- Tiesin.
- Kyllä.
- Kyllä.
- En tiennyt.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Tiesin.
- Tiesin.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Tiesin.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- kyllä
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Tiesin.
- Tiesin.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Juu
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- joo
- Kyllä.
- En tiennyt.
- Kyllä
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Tiesin.
- Kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- .
- Kyllä.
- kyllä.
- Kyllä.
- Kyllä.
- En.

- Kyllä.
- Kyllä.
- En.
- kyllä
- Kyllä. En halua maksaa toimitusmaksua, jos kyseessä on työkalu/laite joka kulkee helposti peräkärjyssä.

4. (Jos tiesit) Miksi valitsit myymälään tulemisen puhelimesta asoinnin sijaan?

Vastaaajien määrä: 169

- Tykkää käydä itse ja on niin kiire.
- -
- Haluan tulla kahville.
- Sekä että puhelimitse ja paikanpäällä. Paikanpäälle tullaan neuvottelemaan diilejä.
- Tuntityössä
- Nopeampaa, on matkanvarrella.
- Nopeampaa.
- Soitetaan ensiksi. Oma pakettiauto.
- Oli ihan vieressä.
- Kiire, täytyy saada laite työmaalle nyt ja heti.
- Ajelin ohi varastolta tullessa.
- Kari. :)
- Nopeempi tulla käymään ja ottaa se mukaan.
- Matkalla oli.
- On näin parempaa, nopeampaa.
- Matkan varrella.
- Sopiva etäisyys.
- Toimitus maksaa.
- Helpompi hakea paikanpäältä.
- Matkalla päätti tulla hoitamaan homman.
- sattui olemaan nurkilla.
- Jos löytyy tuote, niin otat heti mukaan.
- Matkan varrella.
- Menin ohi.
- Ohikulkiessa tulee mukavasti kyytiin, eikä tarvii maksaa toimituksesta.
- Oma haku helpompi ku menee töihin.
- Käytiin toisessa paikassa ja ei ollut, siksi tultiin käymään Cramolla.
- Yrittäjälle edullisempaa hakea kun pyytää toimitus.
- Helpompi ku on vehkeet millä hakee ohikulkiessa.
- Ei ollut varma minkä tyyppin/mallin vuokraa.
- Joustavuus ja helpompaa hakea itse, kun hakee työmaalle vain "piikkukampeita".
- Toimitus kallista.
- Palautus. Yleensäkin hakee itse. Cramolla Jyväskylän kenttärheilijoiden kanssa yhteistyö.
- Oon vanhanaikainen, suora kontakti henkilökuntaan parempi. Ja saa tulla "heittämaan läppää poikien kanssa".
- :)
- On muutenkin ostoksilla tässä.
- Satuina oleman lähellä.
- Halvempi hakea ite.
- (Kuski)
- Oli muutakin käyntiä täälläpäin. Yleensä soitan.
- Työmaan läheisyys.
- Ajoin ohi.

- Täytyy hakea firman autolla välineet ja on muutakin noutoa tältä suunnalta samalla.
- Palautuksen takia ja tultiin katsomaan toista konetta.
- Oli kaupungissa käynti ja samalla tuli käymään tässä.
- Koska haluaa henk.koht. palvelua.
- Tulin toisen asialla.
- Halvempaa tulla itse paikalle. Ja ei ole kovin kaukana.
- Halvempaa hakea itse.
- Lähellä työmaata.
- Vielä nopeempi ja hinta koska kyseessä pientarvike.
- Tottunut itse hakemaan (20v ollut asiakas).
- Kiire.
- Ohikulkumatalla, niin saa nopeemmin toimitettua työmaalle.
- Kulkumatalla ja tuttuja moikkaamaan.
- Kiertelen ympäri kaupunkia työmaat ympäri niin helppo käydä tässä samalla.
- Oli asiaa tohon viereen ja mielummin tuo itse (ei maksa).
- Työmaa on ihan vieressä.
- Koska palautti.
- Palautus nyt. Yleensä haen itse, on edullisempaa.
- Työmatkalla.
- Työmaat lähellä ja yleensä pientä tavaraa.
- Palautus. Olen kulmilla.
- Tulin palauttamaan ja samalla palauttamaan.
- Työmaa lähellä, joten on nopeampaa, kun hakee itse.
- Oltiin tossa vieressä käymässä.
- Oltiin lähistöllä.
- Satuttiin ajeleen lähistöllä.
- Satu in olemaan lähellä
- Tuli töihin. Huoltaa koneita.
- En löytänyt puhelinumeroa!
- Tuli paikan päälle avaamaan tiliä.
- Maksaa turhasta.
- Helpompi käydä hakemassa, kun menee pieni tavara peräkonttiin.
- Haluaisi samantien tavaran mukaan.
- Palautus.
- Palautus.
- Palautus.
- Palautuksen ja hakemisen takia.
- Tarvitsen koneen heti.
- Nopeempaa niin.
- Firman auto käytössä, niin helppo käydä ohimennessä.
- Ajon ohitse ja kone "nyrkissä menevä".
- Selvempää hakea itse ja tietää mitä saa.
- Palautuksen takia.
- On jotakin tekemistä. Työmaa seisoo jos ei lähe hakemaan tavaraa.
- Pieni tavara, niin mahtuu omaankin kyytiin.
- Pitää hakea lisää ja matkan varrella.
- Haluan nähdä mitä saan.
- Palautuksen takia.
- Palautuksen takia.
- Tilattu etukäteen.

- tuotteen saatavuus
- Tarvitsen nostimen heti. Hyvä toimitusnopeus.
- Saa pikkuasiat nopeammin.
- 100m matkaa työmaalle.
- Matkan varrella.
- En tiedä! Oon aina vaan tottunut hakemaan.
- Palautuksen takia.
- Palautus
- Niin pieni määrä tavaraa ja ollaan lähellä.
- Pieni laite, voi hakea itse.
- Työmaa vieressä.
- Nyt sattuu olemaan työmaa muutaman sadan metrin päässä, yleensä tilailen puhlimitse.
- Palautuksen vuoksi.
- Kiireellisyyden takia
- Oli hyvin aikaa.
- Palautuksen takia, matkan varrella.
- Oli niin reilusti aikaa.
- Palautuksen takia.
- Saa nopeammin.
- Nopeampaa, kun työntekijät soittaa aamulla, että tarvitsevat jotain, niin voin sitten itse hakea.
- En osaa sanoa.
- Palautuksen takia. Yleensä soitat etukäteen ja tulen hakemaan sitten.
- Ajoin ohi.
- Palautuksen takia.
- Oli just sopivasti matkan varrella.
- Ei ollut kiire.
- Ohi ajoin.
- Vuokraamani laite oli pieni, enkä halua maksaa kuljetuksesta
- Palauttaakseni lainaamani betonimyllyn.

5. Minkälaisia verkkopalveluja käytät?

Vastaajien määrä: 201

- En juuri asioi verkossa.
- Ostoksia tulee tehtyä verkossa.
- Pankkipalvelut
- Paljon.
- Ei tule juuri käytettyä
- En juurikaan käytä.
- Ei juurikaan. helpompaa ja nopeampaa hakea itse.
- Tulee ostettua netissä.
- Ostan internetissä paljon.
- Nettipankkia.
- Käyttää aika paljon. Nettipankki yms. liikkeitä.
- Eipä oikeastaan käytä.
- Nettipankkia.
- Nettipankkia.
- Nettipankki.
- Nettipankkia, verkkokauppoja.
- En käytä ollenkaan.

- En juuri käytä.
- En käytä verkkopalveluja.
- Verkkokauppa, nettipankki..
- verkkopankki.
- Nettipankki.
- En käytä.
- Kaikki mahdollinen mitä löytyy.
- Asioin paljon verkossa. Vuokrauspalveluiden kohdalla tulee lähinnä katseltua ja vertailua hintoja.
- Verkkokauppoja, verkkopankkia...
- Nettipankkia.
- Verkkopankkia.
- Kaikkia mahdollisia.
- En käytä.
- nettikaupat, verkkopankit yms...
- nettipankkia, ei oikeen muuta.
- Nettipankkia.
- verkkokauppoja.
- En juurikaan käytä.
- Verkkopankkia.
- Verkkopankkia, eipä oikeestaan muuta.
- En käytä. (En osaa käyttää.)
- Verkkopankkia, joitain verkkokauppoja (tekniikan osto), kirjaston verkkopalvelu.
- Verkkopankkia, -kauppoja. On itsellä myös verkkokauppa.
- Firman verkkolaskutus, verkkopankki.
- Ei tule käytettyä.
- Verkkopankki, levyt, elokuvat, tietokoneen osat verkkokaupoista.
- Vähän kaikkea.. verkkopankki, -kauppa yms.
- Verkkopankkia, verkkokauppoja (lisäravinteita).
- En käytä.
- Ei käytä. Muikkuverkkoja! 8)
- verkkopankki, -kauppoja (mm. urheiluvälineitä, ulkomaanmatkoja).
- Verkkopankki.
- Ei käytä.
- Kaikkea mahdollista oman liikkeen vuoksi.
- verkkopankkia.
- Verkkopankkia.
- Verkkopankkia.
- Hyvin vähän käytän.
- Verkkopankki, verkkokaupatö
- Verkkopankkia, ei oikeestaan muuta.
- verkkopankki.
- Verkkopankki.
- En käytä.
- Kaikkia mahdollisia, mm. sukulaistenhakupalvelua.
- Verkkopankkia.
- Verkkopankki.
- Verkkopankkia, toimittajien hakua.
- Verkkopankki.
- Verkkopankkia, palveluhakuja.
- Verkkokauppoja (matkailu), verkkopankki.

- Verkkopankkia.
- Verkkopankkia, harvoin verkkokauppoja.
- Verkkokauppoja.
- Verkkopankkia.
- Verkkopankkia, verkkokauppoja (veikkaus, kodintekniikka yms.).
- Pankkipalvelut.
- En juuri käytä.
- Nettipankki + facebook. Aika vähän tulee ostettua.
- Verkkopankki.
- Nettipankki. Verkkokaupat.
- Nettipankki ja muuta pientä sievää.
- Verkkopankkia, katsastuspalveluita ja muita hyödyllisiä, jos vain on mahdollisuus.
- Verkkopankki, verkkokauppoja.
- Verkkopankkia, verkkokauppoja (rakennuspuolen juttuja).
- Kaikkea mahdollista, esim verkkopankkia ja verkkokauppoja.
- käytän nettipankkia
- Verkkopankki. Kalaverkkoja ja verkkosukkia 8)
- Kaikkea mitä verkosta löytyy.. Pankkia, kauppaa, ohjeistuksia.
- Yhteystietoja etsin.
- Verkkopankkia, verkkokauppoja (vaatteita, elektroniikkaa, harrastusvälineitä).
- Verkkopankki, Osakepalvelut, verkkokauppoja. Aika paljon kaikkea mitä vaan löytyy.
- Hyvin vähän.
- Verkkopankkia, ei oikeen muuta.
- Verkkopankki, verkkokaupoista kaikenlaista.
- Pankkeja ja kauppoja, lääkärin ajanvaraus.
- Verkkopankki, as.tuntijaohjelmistoja työssä.
- Verkkopankkia, Verkkokauppoja... kaikenlaista.
- En juuri ollenkaan.
- Pankkia "sun muuta kaikkea".
- Verkkopankkia.
- Verkkopankkia.
- Verkkopankkia.
- En mitään muuta kuin pankkia.
- Pankkia.
- Verkkopankkia.
- En käytä.
- Täysi kirjo: leffalippuja yms netistä. (it-alalta itse)
- Verkkopankkia, lehtien lukemista.
- Kaikenlaisia: mm. verkkopankkia ja kauppoja.
- En minkäänlaisia.
- Kaikkea mahdollista, mitä vaan voi hoitaa verkossa.
- En käytä ollenkaan.
- Verkkopankkia, ajanvarauksia, lipun varauksia.
- Nettipankkia kyllä, veikkaus,hevospelit
- Käytän pankkia ja veikkauksen palveluita esim. ravijuttuja. En käytä verkkokauppoja.
- Hyvin vähän mitään. Verkkopankkia.
- Pankkia, veikkauksen palveluita kuten raviveikkausta. En käytä verkkokauppoja
- En käytä muuten kuin verkkopankkia.
- Lippupalvelua, pankkia, ajanvarauksia.
- Verkkopankkia.

- Verkkopankkia pääasiassa.
- Verkkopankkia, -kauppoja.
- Vähän kaikenlaista, riippuu mitä tarvitsee millonkin.
- Verkkopankkia ja viihdetouhua.
- Verkkopankki.
- Verkkopankkia.
- Verkkopankkia, joitain verkkokauppoja välillä.
- Sähköposti, nettikaupat, sosiaalinen media, hakukoneet yms.
- Verkkopankkia joskus.
- Verkkopankkia.
- Verkkopankkia.
- Verkkopankkia, joitain ajanvarauksia.
- Verkkopankkia, laskutusta.
- Verkkopankkia, lippupalvelu, ajanvarauksia.
- Verkkopankkia, verkkokauppoja.
- Verkkopankki, nettikaupat
- Verkkopankkia.
- Verkkopankkia ja "jotain muitakin".
- Verkkopankkia, lippupalvelu, jonkun verran kauppoja.
- Verkkopankkia, lippupalvelu, verkkokauppoja.
- Verkkopankkia.
- Ajanvarauksia, verkkopankkia, lippupalvelua.
- Verkkopankkia, -tilauksia...
- En käytä.
- Verkkopankkia, -kauppoja.
- Verkkopankkia, tv.com.
- Verkkopankkia.
- Verkkopankkia.
- Verkkopankkia, junalippuja.
- Verkkopankkia ja -kauppoja.
- Verkkopankkia.
- Verkkopankkia, vakuutuspalveluita, verkkokauppoja. Laidasta laitaan.
- En käytä.
- Kaikkea mahdollista. Pankkia, kauppoja, rakentamiseen liittyvää mm...
- Verkkopankkia, -kauppaa joskus.
- Aika paljon kaikkea mahdollista. (Pankkia, kauppoja yms.)
- Kaikkia verkkopalveluita. Pankkia, koneiden varauksia yms...
- Melkein kaikkea mitä on tarjolla. Sieltä tarkistan ensin mitä löytyy ja sen pohjalta teen hankinnat joko verkossa tai liikkeessä.
- Kaikkea mahdollista!
- Kaikkea mahdollista verkkopankista kauppoihin.
- Verkkopankkia ja vakuutuspalveluja.
- Kaikkea! pankkia, ja mahdollisimman paljon muutenkin.
- Verkkopankkia pääasiassa.
- Verkkopankki.
- Kaikenlaisia, pankkia, lippupalveluja, vuokrauksia yms..
- Melkeen kaikkea mitä vain voi.
- Verkkopankkia, lehtien lukemiseta...
- Verkkopankkia. Hyvin vähän muuten.
- Kaikkea mahdollista!

- Kaikkea mahdollista.
- pankki,shoppailu
- Verkkopankki.
- Herrojen hommaa, ei ole konetta.
- Verkkopankkia lähinnä.
- Erilaisia.
- Verkkopankkia, verkkokauppaa yms...
- Nettipankkia.
- Pankkipalveluita.
- Käytän kaikkea.
- En käytä.
- En käytä.
- Kaikenlaisia päivittäin.
- En käytä mitään
- Kaikenlaista mahdollista laidasta laitaaan, mm. laskutusta.
- En käytä.
- Nettiä
- Verkkopankkia.
- Lippupalvelut, verkkopankki, säätiedotukset.
- Verkkopankkia.
- Kaikkia mahdollisia.
- Kaikkia mahdollisia (verkkopankki, kauppa) ja firman sisäisiä palveluita.
- En ollenkaan.
- Verkkopankkia.
- Verkkokauppoja yms.
- Verkkopankkia, ajanvarauksia ja jotain töidenkin kautta.
- Kaikkia mitä vaan pystyy tekemään.
- En käytä.
- Verkkopankkia.
- Ihan laidasta laitaaan.
- Verkkopankkia, -kauppaa ja ajanvarauksia.
- Verkkopankkia ja -kauppoja.
- Verkkopankkia.
- -
- Pankkipalvelut. Satunnaisesti yhteisöpalveluja.

6. Mitä mietä olisit, jos Cramon vuokrauspalvelut siirtyisivät verkkoon?

Vastaajien määrä: 201

- Mielummin käyn itse kuin asioin verkossa.
- Ei niin tärkeää, koska tulee käytyä niin vähän täällä jokatapauksessa.
- En usko, että toimisi.
- Ei tule toimimaan. Jos Cramo yrittää sitä niihin ollaan kusessa. Voi toimia yksityiselle, mutta ei yritykselle. Paljon yksityiskohtaisia ja projektikohtaisia kysymyksiä joihin ei saa vastausta netissä.
- Hyvä jos toimii, tuskin toimii.
- En osaa sanoa. Puhelimitse toimii hyvin.
- Meillä toiminta niin pientä ettei vaikuttaisi juurikaan. Ehkä isommille työmaille ja tekijöille hyvä juttu.
- Olisi ihan jees juttu!
- En tiedä toimisiko. Pitää katsoa läpi ja huoltaa. Aika vaikea varmaan saada toimimaan kun kyse on koneista.
- Aivan se ja sama!
- Olis varmaan ihan kätevää!

- Vois olla ihan hyvä.
- Kyllä kai se olis hyvä jos vahvistuksetkin tulisi heti.
- Ei hyvä, kuitenkin tulisi käymään liikkeessä. Saa kahvit ja voi puhua kuulumisia!
- Ei välttämättä käy joka tilanteessa. Jossain isommassa työmaassa voisi toimia, mutta ei pienemmillä työmailla.
- Ei tiedä, epäilee toimivuutta. Pitää henkilökohtaisesta asiomisesta. Voi myös tilata tavaraa ennakoon.
- En osaa sanoa. En käytä itse.
- Ei kokonaan ainakaan. Perinteinen systeemi toimii. Tietysti jos menee esim Ruotsiin keikalle voisi olla kätevä että saisi tilattua sinne kamat netistä käsin, mutta hoituuhan se puhelimitse nytkin.
- Huono juttu, ei toimisi.
- Miksei? Ihan ok, mutta ei oikein tiedä mitä mieltä olisi.
- Ehkä se on tätä päivää, mutta kiva täältä hakea.
- Huono idea. Helpompi näin!
- Voisi toimia.
- Toki, jos nopeus pysyy. Ja tavoitettavuus.
- Jos ei normaali vuokraus lopu niin nettipalvelu olisi hyvä lisä. Kaipaa myös ihan oikein, fyysisen vuokrauksen mahdollisuuden.
- Tulee varmasti tuotteet viiveellä, saa nopeammin kun saa hakea itse paikan päältä.
- Voisi olla ihan hyvä systeemi.
- Kyllä voisi olla ihan hyvä.
- Ei hyvä!
- Yhdentekevää.
- Sit ne menee, ei mitään väliä!
- No ihan hyvä idea.
- Ei oikein mitään mieltä. Toisarvoinen seikka.
- Ei tuu toimimaan.
- Voishan olla ihan hyvä, mutta itse käytän aika vähän palvelua yleensäkkään.
- Ei vaikuta, pelaa hyvin näin!
- Ehkä ei mielellään.
- P***eestähän se nyt olis sitte.
- En ole kyllä vakuuttunut, että olis hyvä tällaisessa hommassa. Tahtoo nähdä tuotteen itse paikanpäällä.
- Ei suosittele. Ei usko, että voisi toimia, kun on tällaisista koneista kyse.
- Ei välttämättä hyvä.
- En minä tiedä... osaisi varmaan käyttää.
- Ei olisi kätevää jos esim työmaalla tarvitsee jotain ja pitää etsiä kone käsiinsä. Mutta lisänä hyvä (varastosaldon näkeminen yms.).
- Miksei voisi olla toimiva?
- Sinänsä ihan hyvä homma. Ei tarvis viettää niin paljon aikaa liikkeessä.
- Huono idea.
- Hyvä varmaan on, mutta henkilökohtainen palvelu tärkeä. Ei koe että osaisi/haluaisi itse käyttää.
- Kunhan ei kokonaan!
- Kätevämpää olisi.
- Ei onnistuisi ainakaan meille.
- Ei meitä ainakaan haittaisi.
- Miten tulostimella saa osia? :D Tuleeko lisäkustannuksia? jos ei tulisi niitä, niin ois ok.
- Tarvitsen niin harvoin, ettei väliä onko verkossa vai missä.
- Mielummin asioin ihan näin paikan päällä.
- Aina ei ole verkkoa käytössä, joten ei onnistu. Pitää olla myös myymälä.
- En osaa oikein sanoa. Porukkaa on, jotka käyttäisi sitä, mutta myös paljon, jotka eivät haluaisi käyttää.
- Ihan hyvä varmasti.
- Joillekin hyvä vaihtoehto.

- En kannattaisi.
- Varmaan ihan ois hyvä ois.
- Kyllä se kävisi. Mutta on tottunut hakemaan täältä, niin hakisi varmaan edelleen paikanpäältä.
- Ei mitään hyötyä.
- Ei hyvä. Tällä hetkellä pelaa hyvin, kun voi soittaa ennen kuin tulee, pojat hakevat tavarain valmiiksi ja sitten voi vain nopeasti noutaa paikan päältä.
- Eihän siitä tulisi kuin sotkua.
- Ei se minun kohdalla ainakaan toimisi. Jollekin vois käydä.
- Ei haittaa!
- Jos hinta pysyy samana ni samahan se mulle on.
- Eihän siitä tulis hevonen vi... anteeksi, siis mittään! Pitäs hankkia sit työmaalle kannettavia tai vaihtaa puhelimet tms. Ihan ylimäärästä vaivaa!
- En osaa sanoa.
- On vain työntekijä, en oikeen tiedä. Kyllä voisi olla hyvä.
- Mukavampi asioida ihmisten kanssa.
- Ei välttämättä huono asia, mutta helppo käydä liikkeessä. Ja saa tavarain heti eikä tarvi naputella tietokoneen ääressä, kun ei semmosta välttämättä aina ole edes käsillä.
- Varmaan ihan hyvä.
- Ei mulle hyvä. Puhelin on paras.
- Yleensä työ on hektistä eli nopeempaa vaan itse hakea tai soittaa kuin mennä toimistolle koneelle ensin varaamaan.
- Hirviän hyvä!
- Joo, olisi tosi kätevä.
- Jos saisi hyvän ja toimivan ohjelman niin se olisikin helkkarin hyvä.
- Kyllähän se mulle passaa!
- Miksei sieltäkin onnistuis.
- Ihan ok, varmaan ihan hyväkin.
- En laittais pahakseni, jos pystyis sitäKIN kautta hoitamaan.
- Olisi ihan ok.
- Oisihan se ihan paikallaan. Totta h**vetissä!
- Mmmm en oikeen tykkäisi.
- Ei, kiitos. Henkilökohtasta palvelua on saatava.
- Ei hirveen suurta mielihpidettä, kun ei itse oikeen varauksia tee. Vastaava mestari tekee.
- Ois varmaan aika kätevä.
- Ei se varmaan pahitteeks olisi.
- Tykkää itse asioida mielummin henkilökohtasesti.
- Ei se kyllä kovin hyvältä kuulosta äkkiseltään.
- Pienrakentajana koen, että verkko ei ole paras vaihtoehto, puhelin on parempi.
- Ei se varmaan huono olisi.
- Vois olla ihan ok.
- Varmaan jollekin ihan hyvä, mut itse en käytä verkkoa juuri ollenkaan.
- Hyvä ideahan se olis.
- Ihan näppärä sitä kauttakkin toimia.
- En tykkäis.
- Miksei toimisi sielläkin.
- En käyttäisi.
- Kyllähän sieltäkin tulisi katottua.
- Joo kyllä, miksei.
- Itse olen onneton netin kanssa, joten en kyllä käyttäisi. Ehkä nuoremmalle polvelle sitten sopisi.
- Näkisin hyvänä asiana. Helpottais asioita. Näkisi mitä on tarjolla ja saisi toimituksen paikan päälle.

- En oikeen tiedä. Itse en ainakaan tarvitsis, kun haen mielummin itse. Hinnat voisi olla näkyvissä.
- En usko, että onnistuu. Ei kuitenkaan pysyisi ajan tasalla. Ei tulisi toimimaan!
- Osa varmaan osaisi käyttää, mutta minä en kyllä käyttäisi.
- Aika vähän käytän Cramoa, mutta kyllä se voisi olla hyvä lisä.
- En tiää oisko mitenkään tähdellistä semmonen.
- Kyllähän se kävisi.
- Kyllä paikanpäälle pitää tulla näkemään vehkeet.
- Joka tapauksessa pitää päästä paikanpäälle näkemään laitteet.
- Mulle ihan sama.
- Laitteet pitää jokatapauksessa päästä näkemään paikanpäällä-
- En varmaan ite käyttäisi, mutta voisi olla jossain tilanteessa toimiva.
- Varmaan ihan hyvä idea, mutta työmaalla harvoin konetta, joilla voisi lähteä tilaamaan.
- En tiää, ihan sama.
- Ei periaatteessa vaikuttaisi muhun millään lailla.
- Sikäli ei toimi, koska pitäisi heti tietää onko tuotetta vai ei. Pitäisi päivittyä todella nopeasti.
- Oishan se hieno asia. Vois toimia ihan hyvin.
- Kyllähän se joiltain osin auttaisi. Toimii kyllä hyvin nykyiselläänkin.
- Kyllä se jossain tapauksessa ihan hyvä asia, mutta suora kontakti palvelun tarjoajaan on parempi.
- En tiedä, ei vaikuta mun elämääni.
- Hankaloittais!
- Helpottaisi asiointia entisestään, toki myös henkilökohtaista opastusta/palvelua aina tarvitaan.
- En tiää kyllä, kai sekin toimis, mutta itseä ei kyllä kiinnosta.
- Oishan se ihan hyvä.
- Menis alkuunsa varmaan aika sekasin, kun ei olla sitten ajan tasalla siitä onko tavara vuokrattu vai ei. Voi aatella vaihtoehtona, mutta hullukshan se menee.
- Ihan hyvä se varmaan olisi.
- Voi olla hyväkin, mutta on vaikea selvittää onko tavara paikalla ja ei aina tiedä mitä haluaa ja vaikea selittää kirjottamalla. Ei välttämättä tiedä kaikkien koneiden tehoja ja varsinkin jos puhutaan nostokalusteista. Ei voi tilata semmosta ilman varmaa tietoa.
- En välttämättä pitäis hyvänä asiana.
- Ei olisi paljon hyötyä mulle ainakaan.
- Varmaan osittain toimisi. Olisi hyvä jos voisi netin kautta tarkastaa vuokrattavien koneiden saannin verkosta. Eli onko jotain tiettyä konetta hyllyssä vapaana ja vaikka tarvittaessa varata sen.
- Ei ole hyvä asia.
- En osaa oikeen sanoa sitten miten nopeasti voisi toimia. Jos toimisi ilman viiveitä, niin voisi olla hyvä.
- En osaa oikeen sanoa. Itellä voisi olla ainakin vaikeuksia työmaalla päästä koneelle, joten ei olisi välttämättä tarvetta.
- En tiedä oikeen, en koe kovin tärkeänä. Parempi käydä itse katsomassa tuote paikan päällä.
- Jaa-a, se ois sitten puhtaasti johdon toimintaa siinä vaiheessa. Pitäis aina soittaa toimistolle, jotta vois vuokrata mitään.
- Ei minua se haittaisi yhtään.
- En ole hirveästi asioinut Cramolla, ensimmäinen kerta. Jos olisi tuttu firma ja selvät sävelet, eikä tarvitsisi hintaa puhua joka kerta, niin voisi toimia.
- Ei hyvä.
- Periaatteessa "Cramonet" on jo, jota voimme käyttää.
- Ei hyvä.
- Ihan sama!
- En käyttäisi itse.
- Vois olla ihan hyvä.
- Enpä oo miettinyt. Miksi ei?

- Tulisi varmaan käytettyä. Jos ei voisi varata sieltä niin olisi turha. Ja kuitenkin pitäisi varmaan hakea.
- Ei tulisi käytettyä. En pääse työmaalla nettiin, vaan hoidan kaikki puhelimitse.
- Kai se ihan hyvä olisi, mutta ei kyllä vaikuttaisi mun elämään karvan vertaa.
- Ei tarvitse. Hankalaa semmonen.
- En oikeen mitään mieltä. En käyttäisi itse.
- Se vois olla ihan hyvä juttu, kun vaan tottuisi käyttämään ajan kanssa.
- Hyvä asia. Käyttäisin kyllä.
- Ei mitään merkitystä. En käyttäisi.
- Ei tulisi käytettyä.
- Ihan hyvä idea. Uskon, että käyttäisin. Voisi täyttää tiedot valmiiksi yms., jos vuokraustapahtuma vaikka kävisi nopeammin.
- Positiivinen asia, voisin käyttää.
- Varmaan ihan hyödyllinen ja hyvä. Tulisi varmaankin kyllä käytettyä.
- Kai se olis hitaampaa. Ainakin minulle henkilökohtasesti.
- Ei hyvä
- Erittäin hyvä ajatus. Käyttäisin ehdottomasti.