

Johanna Raivio

Asiakastyytyväisyystutkimus

Slamex Oy:n varaosa- ja huoltopalvelut

Tekijä Otsikko Sivumäärä Aika	Johanna Raivio Asiakastytyväisyystutkimus, Slamex Oy:n varaosa- ja huoltopalvelut 26 sivua + 10 liitettä 23.4.2012
Tutkinto	Tradenomi
Koulutusohjelma	Liiketalouden koulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Kansainvälinen liiketoiminta
Ohjaaja	Lehtori Pia Hellman
<p>Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat Slamex Oy:n varaosa- ja huoltopalveluihin. Tutkimuksessa haluttiin saada tietoa siitä mihin asiakkaat ovat tyytyväisiä, mitä pitää kehittää ja mitkä ovat asiakkaille tärkeitä palveluja. Tavoitteena oli myös selvittää onko huoltopalvelut kannattava uusi liiketoiminnan ala.</p> <p>Slamex Oy on Suomen vanhin ja kokenein vesialan laitetoimittaja. Slamex Oy on ollut osa Econet Oy:n konsernia vuodesta 2005. Tämä tutkimus suoritettiin osana Econet konsernin ISO 9001:2008 laatujärjestelmää.</p> <p>Tutkimus toteutettiin Slamex Oy:n toimeksiantona. Tutkimus tehtiin kvantitatiivisena (määrällinen) asiakastytyväisyystutkimuksena. Tutkimukseen on lisätty muutamia avoimia kysymyksiä, jotta vastaajat voivat kertoa omin sanoin kokemuksistaan. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys koostu asiakaspalvelusta, asiakastytyväisyydestä ja sitouttamisesta.</p> <p>Tutkimuksen tuloksista selvisi, että Slamex Oy:n tulee kehittää tilauksen teon helppoutta, huollon saantiin kuluvaan aikaan, palvelua varaosan saapuessa ja palvelua huollon yhteydessä. Asiakkailta saatiin hyviä uusia ideoita, kuten tarjousten lähettäminen palveluista. Tutkimuksesta kävi ilmi, että Slamex Oy:n verkkosivuja tulisi kehittää yhteystietojen osalta ja verkkosivuille voisi lisätä tarjottaviin palveluihin liittyviä dokumentteja. Näitä dokumentteja tulisi muutenkin kehittää, koska tilauksen teon helppous oli valittu yhdeksi kehityskohteista. Tutkimus osoitti, että palveluhenkilöstöä olisi hyvä kouluttaa asiakaspalveluun ja yrityksen imagoon liittyvissä asioissa.</p>	
Avainsanat	Asiakaspalvelu, asiakastytyväisyys ja sitouttaminen

Author	Johanna Raivio
Title	Customer satisfaction survey, Slamex Oy spare parts and maintenance services
Number of Pages	26 pages + 10 appendices
Date	23 April 2012
Degree	Bachelor of Business Administration
Degree Programme	Economics and Business Administration
Specialisation option	International business operations
Instructor	Pia Hellman, Senior lecturer
<p>The purpose of the study was to determine how satisfied customers are with Slamex Oy spare parts and maintenance services. In this research, Slamex Oy wanted to find out what customers are satisfied with, what needs to be developed and which the important services to customers are. The aim was to find out whether the maintenance services are a profitable new business area.</p> <p>Slamex Oy is oldest and most experienced water industry equipment supplier in Finland. Slamex Oy has been part of Econet Oy Group since 2005. This study was conducted as part of the Econet Group's ISO 9001:2008 quality system.</p> <p>The study was conducted as an assignment from Slamex Oy. The study was a quantitative customer satisfaction survey. The study includes a few open-ended questions so that the respondents can report their experiences in their own words. The theoretical framework consists of customer service, customer satisfaction and commitment of the customers.</p> <p>The study results showed that the Slamex Oy must develop the making of an order, service access time, service when the spare part arrives and service during maintenance. The customers had good new ideas for the company, such as sending service offers. The study revealed that the Slamex Oy web sites should be developed for contact information and it might be a good idea to add some services related documents to the web sites. These documents should be developed anyway, because the ease of ordering was selected by the customers as one of the areas for development. The study showed that it might be good to train the service personnel on customer service and on corporate image matters.</p>	
Keywords	Customer services, customer satisfaction and commitment

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tutkimuksen lähtökohdat	1
1.2	Tutkimuksen tavoite	2
1.3	Tutkimusongelma ja rajaukset	2
1.4	Tutkimusmenetelmä	3
1.5	Tutkimuksen kulku	3
2	Asiakaspalvelu	4
2.1	Perustiedot ja käsitteet	4
2.1.1	Ensivaikutelmat	4
2.1.2	Asiakaspalvelun merkitys	4
2.1.3	Asenteet asiakaspalvelutilanteissa ja työyhteisön sisällä	6
2.1.4	Asiakaspalvelun osatekijät	7
2.2	Asiakastyytyväisyys	9
2.3	Sitouttaminen	10
3	Tutkimuksen toteutus	12
3.1	Tutkimuksen metodologia	12
3.2	Aiheiston kerääminen ja käsittely	14
3.3	Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti	15
4	Tutkimuksen tulokset	16
4.1	Tilausmäärät	16
4.2	Palvelujen laatu	17
4.3	Keskeiset kehittämiskohteet	18
4.4	Palveluiden merkitys	18
4.5	Tilaukseton vaikutus kehityskohteisiin	19
4.6	Kehittämissideat	21
5	Analyysi	22
5.1	Johtopäätökset	22
5.1.1	Tilaukseton kehityskohteet	22

5.1.2	Taustamuuttujien arviointi	22
5.1.3	Tärkeimmät kehityskohteet ja palvelut	23
5.1.4	Ristiintaulukoinnit palveluiden ja kehityskohteiden välillä	23
5.1.5	Avoimet kysymykset	24
5.2	Suosituks	24
5.3	Työn onnistuminen ja oma oppiminen	25
	Lähteet	27

Liitteet

Liite 1. ISO 9001:2008 laatujärjestelmä, lyhennetty versio

Liite 2. Aiemmin tehty tutkimus

Liite 3. Aiemmin tehty tutkimus

Liite 4. Aiemmin tehty tutkimus

Liite 5. Kyselylomake

Liite 6. Mitä mieltä olette seuraavista asioista, arvio ne asteikolla 1-5?

Liite 7. Varaosien tilausmäärät verrattuina valittuihin kehityskohteisiin

Liite 8. Huoltojen tilausmäärät verrattuina valittuihin kehityskohteisiin

Liite 9. Valitut kehityskohteet verrattuina tärkeänä pidettyihin palveluihin

Liite 10. Tutkimuksen avoimet kysymykset vastauksittain

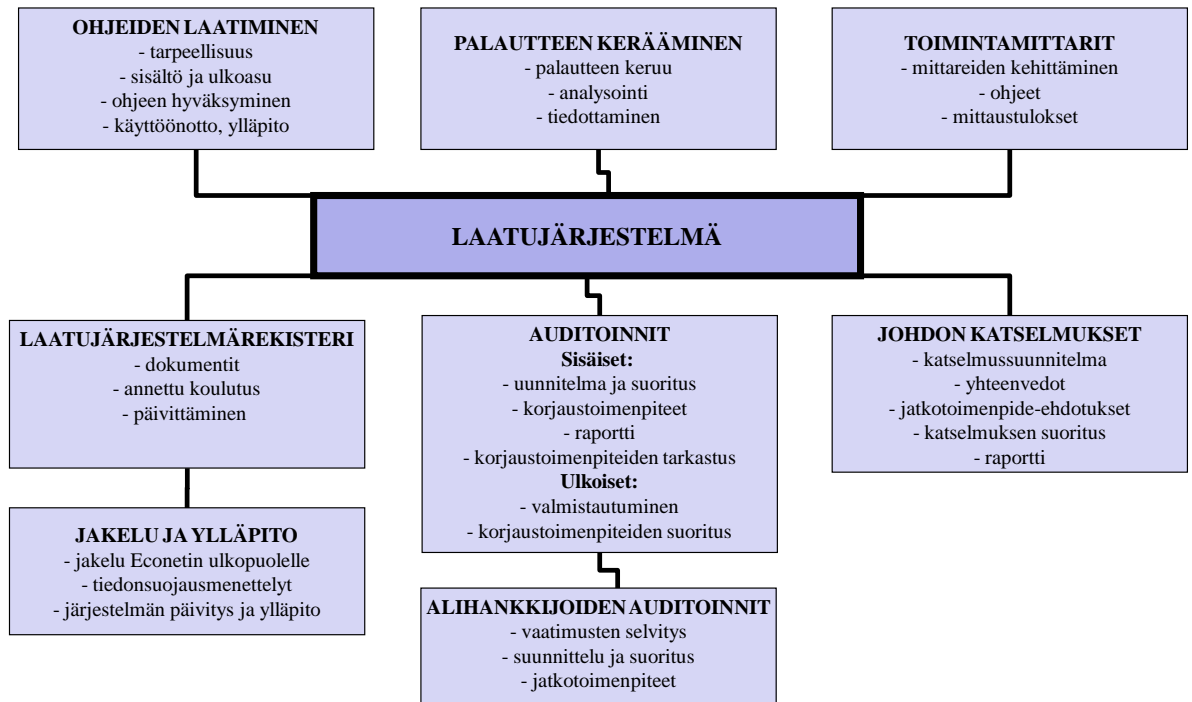
1 Johdanto

1.1 Tutkimuksen lähtökohdat

Oy Slamex Ab on noin 30 vuotta vanha yritys. Se toimittaa asiantuntevaa osaamista, luotettavia vesihuoltolaitteita ja laiteprojekteja ympäri maailmaa. Slamex on Suomen vanhin ja kokenein vesialan laitetoimittaja. Slamex Oy on ollut osa Econet -konsernia vuodesta 2005. Econet Group muodostuu Econet Oy:stä, Oy Slamex Ab:stä, Econet Consulting Oy:stä sekä Econet Vatten o Miljöteknik Ab:stä (Ruotsi). Econet Oy on urakointiyhtiö, joka tekee veden, jäteveden ja lietteenkäsittelyn laitosprojekteja. Slamex Oy:öön kuuluvat osana myös Siccotec Oy sekä vähemmistöosuus Oy Waterix yhtiöstä. Yrityskauppojen myötä 1.3.2011 myös Kone Oskarista tuli osa Econet -konsernia. Kone Oskari hankittiin osaksi konsernia, koska huoltopalveluista ja muista palvelutuotteista tahdottiin kehittää ja kasvattaa uusi liiketoiminnan alue konsernille. (Slamex Oy 2011; Raivio 2011.)

Slamex Oy haluaa tutkia asiakkaidensa tyytyväisyyttä palveluihinsa. Tutkimus on osana Econet -konsernin ISO 9001:2008 laatujärjestelmää, jota sovelletaan laitosrakentamisessa, sekä kone- ja laitetoimituksissa (liite 1). Tämä järjestelmä vaatii asiakastyytyväisyyskyselyä tietyin aikavälein, jotta voidaan taata hyvä palvelun laatu ja asiakkaiden tarvitsemat palvelut. Lisäksi Slamex Oy tarvitsee tietoa siitä, kuinka Kone Oskarin hankinta on vaikuttanut palveluihin asiakkaiden näkökulmasta. On tärkeää selvittää onko tälle uudelle liiketoiminnalle hyviä ja kannattavia perusteita, kun tehdään palvelu liiketoiminnan strategiaa. (Raivio 2011.)

Koska Econet Oy on urakointiyhtiö ja Slamex Oy on laitekauppias, aikaisemmin konsernissa tehdyt kyselyt (liitteet 2 - 4) ovat koskeneet urakointia ja toteutusprojekteja. Tämän työn ohessa oli tarpeellista tehdä uusi kyselylomake erityisesti koskemaan Slamex Oy:n huolto- ja palveluliiketoimintaa (liite 5), joka samalla toimii tämän opinnäytetyön empiirisen osan tukena. Econet -ryhmän laatujärjestelmän ylläpidon tekemä kaavio on kuvattu kuviossa 1. (Raivio 2011.)



Kuvio 1. Laatujärjestelmän kehittäminen ja ylläpito, sisäinen ja ulkoinen viestintä (Liite 1.)

1.2 Tutkimuksen tavoite

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat Slamex Oy:ltä saamaansa huolto- ja varaosapalveluun. Tavoitteena on myös selvittää kuinka palvelut ovat toteutuneet, sekä mitkä ovat mahdolliset asiakkaan kokemat heikkoudet varaosa- ja huoltopalveluissa. Kiinnostuksen kohteena on se kuinka asiakkaita saadaan sitoutettua paremmin Slamex Oy:n ja mitä uusia palvelutuotteita Slamex Oy voisi ottaa valikoimaansa. Tavoitteena on selvittää myös olisiko huoltopalvelut kannattava ja asiakkaille arvoa lisäävä uusi liiketoiminnan ala. (Raivio 2011.)

1.3 Tutkimusongelma ja rajaukset

Tutkimusongelmani on: miten Oy Slamex Ab voi parantaa palvelujaan ja kehittää palveluliiketoimintaansa. Pääkysymykseni on: Ovatko Oy Slamex Ab:n palvelut sellaisia kuin asiakkaat tarvitsevat? Alakysymyksiä ovat: Kuinka palvelut ovat toteutuneet käy-

tännössä? Kuinka palveluita voidaan kehittää? Kuinka palveluita voidaan hyödyntää asiakkaiden sitouttamisessa?

Tutkimuksen empiirinen osa rajattiin koskemaan vain Slamex Oy:n varaosamyyntiä ja huoltotyötä, jotta työmäärä ei ylitä opinnäytetyön kohtuullista laajuutta. Teoreettinen viitekehyseni tulee olemaan asiakaspalvelusta, asiakastyytyväisyydestä ja asiakkaan sitouttamisesta.

1.4 Tutkimusmenetelmä

Tämä tutkimus on tehty toimeksiantona Slamex Oy:ltä, osana Econet -konsernin laadunvalvontajärjestelmää. Tutkimus on kvantitatiivinen asiakastyytyväisyystutkimus ja asiakas valitsee mielestään oikean vastauksen nettitutkimuslomakkeesta. Tutkimuslomakkeessa on myös muutamia avoimia kysymyksiä, joilla asiakas voi täydentää vastauksiaan. Tutkimuksen perusjoukko on Oy Slamex Ab:n ja Kone Oskarin ne asiakkaat, jotka ovat ostaneet varaosia ja / tai huoltopalveluja viimeisen vuoden aikana. Tutkimus suoritetaan otantatutkimuksena ja tutkimuksessa käytetään satunnaisotantaa, jolla valikoidaan tutkimukseen vastaavat asiakkaat Slamexin asiakaskunnasta.

Tutkimuksen empiirinen osa rajattiin koskemaan vain Slamex Oy:n varaosamyyntiä ja huoltotyötä, jotta työmäärä ei ylitä opinnäytetyön kohtuullista laajuutta.

1.5 Tutkimuksen kulku

Tutkimustyö jakautuu kahteen osaan: toinen on kyselytutkimus joka palvelee Oy Slamex Ab:n laatu- ja palvelujärjestelmän tarpeita ja yhtiön liiketoiminnan kehittämistä, sekä tämän opinnäytetyön empiirisen osan toteuttamista. Toinen osa on tämän opinnäytetyön teoreettinen osa.

Kyselytutkimuksen aluksi on selvitetty mitä Slamex Oy haluaa kysyä asiakkailtaan. Näitä toiveita on peilattu teoreettiseen viitekehukseen ja myös aikaisempiin Econet -ryhmässä tehtyihin asiakastyytyväisyyskyselyihin. Tutkimuksen teoreettisessa viitekehysessä tarkastellaan asiakaspalvelua, asiakastyytyväisyyttä ja sitouttamista.

2 Asiakaspalvelu

2.1 Perustiedot ja käsitteet

2.1.1 Ensivaikutelmat

Asiakaspalvelu kuuluu jokapäiväiseen elämään ja se voi olla maksullista tai maksutonta. Asiakaspalvelu on vuorovaikutusta, jossa on tärkeää luoda asiakkaalle hyvä ensivaikutelma jo ensimmäisellä kontaktilla. Myönteinen ensivaikutelma ja mielikuva auttavat myöhemmissä tilanteissa, mikäli sattuu pieniä virheitä tai ilmenee puutteita. Ensivaikutelmaan vaikuttavat monet asiat kuten palveluympäristö, palveluhenkilöstö, mielikuva yrityksestä, palveluun kohdistuvat odotukset ja yrityksen muut asiakkaat. Ensivaikutelmaan vaikuttavat myös oheisviestintä (eleet ja äänen käyttö), lämmin hymy ja katsekontakti. Näillä sanattomilla viesteillä on suuri merkitys ensivaikutelmien luomisessa. (Lahtinen & Isoviita 2001, 1 - 3; 8.)

Asioidessaan Slamex Oy:n kanssa asiakas on yhteyksissä yhtiöön puhelimitse, sähköpostilla tai henkilökohtaisesti joko käymällä yhtiön konttorissa tai tapaamalla yhtiön edustajaa asiakkaan luona. Ensivaikutelman yhteistyöstä Slamex Oy:n kanssa muodostavat asiakkaan kokemus ongelman vastaanoton ja käsittelyn osaavuudesta, miellyttävyydestä ja nopeudesta, sekä varaosan lähettämisen ja asentamisen toteutumisesta.

2.1.2 Asiakaspalvelun merkitys

Asiakaspalvelutilanteessa asiakas odottaa saavansa hyvää palvelua ja kaiken sujuvan hyvin. Mikäli hän kokee, että vain muutama asia hänen palvelussaan oli onnistunutta, niin hän ei lähde asiakaspalvelutilanteesta tyytyväisenä. Asiakaspalvelu on hyvä kilpailukeino, mikäli se on jo lähtökohtaisesti hyvää ja sitä kehitetään jatkuvasti, sekä sen laatua tarkkaillaan usein. Palveluiden avulla yritys voi erottautua kilpailijoistaan, koska palveluita on vaikeampi kopioida kuin tuotteita. Lisä palvelut, kuten huollot ja varaosat, voivat joskus olla asiakkaan päätöksen kannalta ratkaisevia tekijöitä. Ne voivat olla

liitettynä tuotteen hankintaan tai niitä voidaan myydä ja markkinoida erillisinä palveluina. (Lahtinen & Isoviita 2001, 42 – 46; 60.)

Yrityksellä on palveltavanaan sisäisiä ja ulkoisia asiakkaita, joista sisäiset ovat heidän oman organisaationsa sidosryhmiä, kuten työntekijät ja tuotteiden toimittajat. Asiakaspalveluun kuuluu asiakkaalle näkyviä tapahtumia, mutta myös asiakkaalle näkymättömiä tapahtumia, kuten organisaation sisäiset sidosryhmät ja heidän toiminta. Joskus asiakkaalle näkymättömillä tapahtumilla voi olla suuri merkitys siihen kuinka asiakas kokee palvelun. Asiakaspalvelu voi olla maailman parasta, mutta jos yrityksellä ei ole lupauksistaan huolimatta tarjota asiakkaalle sitä tuotetta mitä hän haluaa, niin asiakkaalle voi jäädä huono kokemus yrityksestä. Asiakas ei myöskään arvosta yritystä, jonka asiakaspalvelu on välttävää, vaikka hän saisi tarvitsemansa tuotteen välittömästi. Asiakaspalvelu tilanne sisältää seitsemän (7) vaihetta: palveluun saapumisvaihe, odotusvaihe, tarvetäsmennysvaihe, myyntikeskusteluvaihe, palvelun päätös vaihe, poistumisvaihe ja asiakkaan jälkihoitovaihe. Näiden vaiheiden tunnistaminen on tärkeää ja jokaisen vaiheen omat tavoitteet on tärkeä ymmärtää, jotta palvelutilanteesta tulee onnistunut. (Lahtinen & Isoviita 2001, 42 – 46; 60.)

Kun asiakas ostaa varaosia Slamex Oy:ltä, hän saa tuotetta ostaessaan usein myös muuta palvelua. Palvelu on usein esimerkiksi neuvontaa laitteen käytössä, huollossa, laiteoptimoinnissa jne. Slamex Oy kutsuu tätä ”ilmaiseksi konsultoinniksi” ja yritys pyrkiikin tuotteistamaan tätä osaa, jotta toisaalta asiakas kokisi sen rahan arvoiseksi palveluksi ja toisaalta yritys voisi laskuttaa asiantuntemuksestaan ja osaamisestaan. Lisäksi on huomioitava vastuu- ja takuuasiat silloin, kun asiakasta neuvotaan. Kun asiakas tilaa huollon, hän ostaa palvelun. Sama toimii varaosia ja asennuksia tilatessa. Kaikissa tilanteissa asiakas odottaa hyvää, ystävällistä, nopeaa ja kattavaa palvelua, erityisesti jos asiakkaan prosessi on jo pysähdyksissä huoltotarpeen vuoksi, jolloin asiakkaan kustannukset kasvavat ajan suhteen nopeasti. Asiakkaan ensivaikutelma ja kokemukset vaikuttavat siihen, kuinka hän kokee saamansa palvelun. (Raivio 2011.)

Huoltopalvelut on uusi liiketoiminnan alue koko Econet -konsernille ja se voi toimiesaan olla hyvä kilpailuetu. Näin Slamex Oy toimii konsernissa edelläkävijänä ja luo toimintoja, joita muut konsernin osat voivat ottaa omaan käyttöönsä. On tärkeää, että huoltohenkilöt ovat ammattinsa lisäksi myös hyviä asiakaspalvelijoita, koska he ovat

kontaktissa suoraan asiakkaan kanssa. Varaosia myydessä hyvän asiakaspalvelun lisäksi, asiakkaat odottavat saavansa tuotteet kohtuullisella aikataululla. (Raivio 2011.)

2.1.3 Asenteet asiakaspalvelutilanteissa ja työyhteisön sisällä

Grönroosin (2009, 481) mukaan palveluorganisaatiossa tarvitaan hyvää palvelua ja asiakaskeskeisyyttä arvostava vahva ja kehittynyt kulttuuri palvelujen luonteen ja kuluksen vuoksi. Palvelun tuotantoa ei voi standardoida täydellisesti, koska ostajan ja myyjän välissä on inhimillinen vuorovaikutus ja asiakkaiden käyttäytymistä ei aina voida ennalta määrätä. Tämä ennaltamääräämisen vaikeus edellyttää selkeää palvelu keskeistä kulttuuria, jolla työntekijä osaa suhtautua uusiin ennakoimattomiin tilanteisiin. Koska työntekijöiden asenteet ja palvelu näkyvät asiakkaille, kokevat asiakkaat ilmapiirin asiakaskeskeiseksi jos työntekijät kokevat samoin, eli heidän kokemuksensa ovat sidoksissa toisiinsa. Näin ollen palvelun laatu muodostuu inhimillisten ja teknisten resursien yhteistyöstä ja edellyttää vahvaa palvelukulttuuria. (Grönroos 2009, 481.)

Asiakaspalvelutilanteessa tulee huomioida niin palveltava asiakas kuin myös vuoroaan odottavat asiakkaat. Mikäli selkeää jonoa tai jonotusnumeroita ei ole, niin palvelujärjestyksestä tulee entistä tärkeämpi asia. Mikäli myöhemmin paikalle saapunut asiakas saa nopeammin palvelua kuin asiakas joka, on odottanut vuoroaan pidempään, tämä vuoroaan pidempään odottanut asiakas voi loukkaantua vaikka hän ei ilmaisisi asiaa. Palveluhenkilöstön liikkua asiakkaille tarkoitetuissa tiloissa olisi asiakaspalvelijan huomioitava asiakkaat jollain tavoin. Pelkkä tervehdys voi riittää, mutta asiakkaan pyytäessä apua hänen kysymykseensä on hyvä vastata. Mikäli asiakaspalvelija joutuu sillä hetkellä hoitamaan muuta asiaa, niin asiakkaalle on hyvä ilmoittaa, että häntä palvellaan kohta. Tämä herättää luottamusta asiakkaassa. Yrityksen tunnuksia voi olla niin autoissa tai asuissa, joten henkilökuntaa pitäisi opastaa yrityksen säännöistä ja arvoista, sekä käyttäytymisestä. Näin ollen yrityksen imagoa pitäisi markkinoida sisäisesti henkilökunnalle, jotta henkilökunnan käytös heijastaa toivottua kuvaa yrityksestä. (Pitkänen 2006, 13 – 14; 18.)

Jokainen haluaa tulla huomatuksi ja huomioiduksi, oli kyseessä yrityksen asiakas tai työntekijä. Aito kiinnostus on tärkeää ja pelkkä tervehtiminen tai kohteliaisuus ei aina riitä, eteenkin kun kyseessä on työyhteisön sisäinen kommunikaatio. Asiakasta pitää

kuunnella, jotta hänen tarpeensa saadaan selvitettyä. Työntekijän kuunteleminen on yhtä tärkeää, jotta yhteistyö sujuu hyvin ja yritys voi kehittyä. Kun asiakas tai työntekijä kokee että heitä kuunnellaan, niin he kuuntelevat myös mitä heille kerrotaan. (Pitkänen 2006, 20 - 21.)

Asiakasta kohtaan tulee olla nöyrä, häntä ei pidä nöyristellä tai nöyryyttää. Nöyryydellä tarkoitetaan asiakkaan arvostamista, ymmärtämistä ja kuuntelemista. Asiakas voi olla oikeassa tai väärässä, mutta häntä ei pidä nöyryyttää asiakaspalvelijan omista tunteista huolimatta. Huumori voi ajoittain sopia palvelutilanteeseen, mutta nämä tilanteet tulee tunnistaa hyvin jotta ei loukkaa asiakasta. Luottamus on äärimmäisen tärkeä tekijä työyhteisön sisällä, asiakassuhteissa ja yhteistyötä tekevien yritysten välillä. Luottamusta ei tule rikkoa mikäli haluaa menestyä liike-elämässä. Luottamukseen kuuluvat myös hienotunteisuus ja kohteliaisuus. Tästä esimerkkinä tilanne jossa asiakkaalla on lasku maksamatta. Mikäli lasku on vasta erääntynyt, on asiakasta hyvä muistuttaa ensin ystävällisesti, koska kyseessä voi olla inhimillinen tai tekninen virhe. (Pitkänen 2006, 36 – 37; 39; 43.)

Slamex Oy toimii vesihuoltoalalla, joka on myös osa yhteiskunnan jätehuoltoa. Tämä tuo mukanaan tiettyjä erityispiirteitä toimintaan, kuten alan asiakaspalvelun yleisen kehittymättömyyden ja alan toimijoiden odotusten vaihtelevuuden asiakaspalvelun tasoon liittyen. Slamex on usein tilanteessa, jossa se joutuu priorisoimaan asiakkaitaan esimerkiksi juuri pysähtyneen prosessin vaatiman kiireisen huomion, varaosa- tai huoltotarpeen vuoksi, kun samalla resurssien vähyys rajoittaa toiminnan laajuutta. Tällaisissa tilanteissa sivuutettavien asiakkaiden tulee voida ymmärtää priorisoinnin merkitys ja se, että he itse voivat saada vastaavan ”suosionosoituksen” tilanteen vaatiessa. (Raivio 2011.)

2.1.4 Asiakaspalvelun osatekijät

Lahtisen ja Isoviidan (2001, 46 - 47) mukaan, palveluita voidaan luokitella neljään eri kategoriaan:

- A. vakioidut palvelut ja erikoispalvelut
- B. kuluttaja- ja tuotantopalvelut

- C. henkilökohtaiset ja ei-henkilökohtaiset palvelut
- D. sisäiset palvelut.

Yritys voi tarjota asiakkailleen vakioituja palveluja ja erikoispalveluja. Vakioidut palvelut ovat samoja kaikille asiakkaille (standardoidut palvelut), mutta erikoispalvelut räätälöidään juuri tietyn asiakkaan tarpeita vastaaviksi (räätälöidyt palvelut). Asiakkaan toimialan mukaan palvelut voivat olla myös kuluttaja- ja tuotantopalveluja. Kuluttajan itse hankkiessa palveluja omaksi hyödykseen, niitä kutsutaan kuluttajapalveluiksi. Markkinointitutkimusyrittäjä on hyvä esimerkki tuotantopalveluista. Yritykset hankkivat usein tuotantopalveluja ansaitakseen tuloja tuottamistaan palveluista ja tuotteista. Henkilökohtaiset ja ei-henkilökohtaiset palvelut tarkoittavat palveluja, jotka tuotetaan joko asiakkaan kanssa yhteistyössä tai ilman asiakkaan välitöntä läsnäoloa. Kun asiakas ostaa tuotteen liikkeestä, hän saa henkilökohtaista palvelua. Mikäli asiakas päätyy ostamaan tuotteen nettikaupasta, niin hän saa ei-henkilökohtaista palvelua. Sisäiset palvelut ovat usein vain henkilökuntaa varten. Suurissa organisaatioissa sisäisiä palveluja voidaan hyödyntää yrityksen sisäiseen viestintään ja logistiikkaan. Sisäisiin palveluihin lukeutuu myös henkilöstön koulutus ja kehittämisspalvelut. Yrityksen sisäisten asiakkaiden pitäisi olla yritykselle yhtä tärkeitä, kuin ulkoiset asiakkaat. (Lahtinen & Isoviita 2001, 46 - 47.)

Grönroos esittää, että teollisuus ja palveluyritykset usein huomaavat etteivät ne voi yksin toimittaa asiakkaan tarvitsemaa kokonaistarjontaa, tai sen tuottamiseen ei ole tarvittavia resursseja tai tietämystä tai niiden hankinta on liian kallista. Voi olla tehokkaampaa ja kannattavampaa rakentaa asiakkaan tarvitsema kokonaistarjonta kumppanuuden tai verkottumisen kautta. Vertaa käsite one stop shop, jossa asiakas saa kaiken tarvitsemansa palvelun yhdeltä luukulta, vaikka palvelun tuottaja olisi useampi kuin yksi. (Grönroos 2009, 58.)

Kuten useimmat pienyritykset, Slamex kokee resurssipulaa toiminnassaan ja yhtiölle olisi erittäin tärkeää pystyä vakioimaan tuotteitaan ja palvelujaan. Tämä voi tapahtua monella tavalla, muun muassa käyttämällä Internetiä ja kirjallisia medioita apuna. Slamexin palvelukokonaisuus pitäisi olla rakennettu siten, että vain hankalimmat asiat tai erikoispalvelut vaatisivat henkilökohtaista palvelua ja yksinkertaiset asiat asiakas voisi halutessaan hoitaa verkossa tai sähköpostitse. Koska Slamex Oy ei toimi kuluttaja-

tuotteiden parissa, vaan investointihyödykkeiden parissa, ei yhtiö tarvitse kuluttajapalveluja liiketoiminnassaan, mutta niillä voi olla yhtiölle suurikin merkitys PR tai imago-toiminnassa kun kuluttajat ottavat yhtiöön yhteyttä vesihuoltoasioissa. Yhtiön sisäinen palvelu korostuu konsernirakenteesta. Koska Slamex Oy on osa Econet konsernia ja suuri osa, noin puolet, yhtiön liikevaihdosta muodostuu myynnistä konserniyhtiöille, pääosin emoyhtiölle, tulee sisäinen tiedonsiirto ja palvelu erittäin korostuneeseen asemaan. (Raivio 2011.)

2.2 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyys on yhdistelmä asiakkaan palveluun kohdistuvista odotuksista ja kokemuksista. Ensimmäisellä kerralla asiakas ostaa odotustensa perusteella, mutta jatkossa hän toimii kokemusten johdattamana. Asiakkaan kokemuksista ja käyttäytymisestä on tutkimusten avulla muodostettu sääntöjä. 3/11 -sääntö kertoo kuinka tyytyväinen asiakas kertoo saamastaan hyvästä palvelusta keskimäärin kolmelle ihmiselle. Tyytymätön asiakas kertoo saamastaan huonosta palvelusta noin yhdelletoista ihmiselle. Yhden kielteisen palvelukokemuksen korjaaminen, vaatii kaksitoista onnistunutta palvelukokemusta. Tästä tulee 1/12 -sääntö. Positiiviset palvelukokemukset ovat tärkeitä asiakkuussuhteen jatkumisen kannalta. Pettynyt asiakas on altis siirtymään kilpailijalle, jos hän kokee saavansa sieltä parempaa palvelua. Vaikka asiakas ei valittaisi saamastaan huonosta palvelusta, niin hän voi "äänestää jaloillaan". (Lahtinen & Isoviita 2001, 9 - 10; 42; 44.)

26/27 -sääntö kertoo, kuinka 27 tyytymättömästä asiakkaasta 26 jättää valittamatta. Tämä on yrityksen kannalta vaarallista, koska he eivät välttämättä ymmärrä milloin asiakas on tyytymätön. Näin ollen asiakkaan mahdollisuus antaa palautetta on äärimmäisen tärkeätä, koska silloin asiakas voi ilmaista mielipiteensä vapaasti. On kuitenkin syytä muistaa, että palautetta saataessa siihen tulisi myös reagoida. Mikäli negatiiviseen palautteeseen ei reagoida sopivalla tavalla, asiakas kokee että hänen antamallaan palautteella ei ole merkitystä yritykselle. Tämä voi tehdä asiakkaan huonosta kokemuksesta entistä huonomman. Täydellistä yritystä ei ole olemassa. Se tapa jolla yritys ratkaisee asiakkaan esille tuomat epäkohdat, on se joka voi ratkaista yrityksen tulevaisuuden kilpailijoihin nähden. (Lahtinen & Isoviita 2001, 9 - 10; 42; 44.)

Grönroos (2009, 67 - 68) määrittelee suhdemarkkinoinnin osatekijät seuraavasti: Luottamus on halukkuutta käyttää palvelun tarjoajan palveluja. Hän sanoo että luottamus muodostuu seuraavista osista: yleinen luottamus, järjestelmään perustuva luottamus, persoonallisuuteen liittyvä luottamus ja prosessiin perustuva luottamus. Nämä asiat ovat peräisin sosiaalisista normeista, laeista, säännöksistä ja sopimuksista, toimittajan ammattitaidosta, myyjän persoonasta, sekä kahden osapuolen välisestä toiminnasta, kontakteista ja kokemuksista. Kun luottamus on syntynyt, syntyy myös sitoutumista, jolla tarkoitetaan myös pysyvää halua ylläpitää liikesuhdetta. Houkuttelevuudella Grönroos tarkoittaa, että palvelun tarjoajalla on jotain mikä herättää asiakkaan kiinnostuksen. Tämä voi perustua taloudellisiin, teknisiin tai sosiaalisiin asioihin. (Grönroos 2009, 67 - 68.)

Asiakastyytyväisyys ei aina takaa uskollisuutta. Tyytyväinen asiakas voi vaihtaa kilpailijan asiakkaaksi, koska kilpailija tarjoaa alhaisempaa hintaa tai parempaa palvelukonseptia. Asiakkaalla voi myös olla halu kokeilla jotain uutta. Toisaalta tyytymätön asiakas ei aina vaihda asiakkuuttaan kilpailijalle, jos hän kokee ettei siitä ole tarpeeksi suurta hyötyä tai asiakkuudella ei ole hänelle suurta merkitystä. Uskollisuuteen vaikuttavat useat eri sidokset, jotka voivat olla rakenteellisia tai asiakkaan kokemia. Rakenteellisia sidoksia ovat esimerkiksi taloudelliset, maantieteelliset ja tekniset, sekä ajalliset sidokset. Asiakkaan kokemat sidokset voivat olla kulttuuriin pohjautuvia, ideologisia tai psykologisia sidoksia. Asiakas voi myös kokea tietyn yrityksen muita osaavammaksi. Kun asiakas vertaa laatua ja hintaa, niin hän saattaa olla tyytyväinen keskitason laatuun, mikäli hinta on halpa. Näin ollen asiakkaan kokema arvo on asiakastyytyväisyyteen vaikuttava tekijä. Asiakkaan uskollisuus voi myös kohdistua useampaan eri yritykseen samaan aikaan, jolloin hän käyttää näiden yritysten palveluja vuorotellen. (Storbacka & Lehtinen 2005, 102; 104 - 105.)

2.3 Sitouttaminen

Paavolan (2006, 63 – 64) mukaan sitoutumista on montaa erilaista, se voi olla tilannekohtaista tai pysyvää, sekä se voi kohdistua tuotekategoriaan, brandiin tai yksittäiseen ostotilanteeseen. Kun ihminen ostaa rutiinin omaisena, se kertoo alhaisesta sitoutumisesta. Tällöin asiakkaan sitoutuminen brandiin tai tiettyyn tuotteeseen on vähäinen ja hän vaihtaa brandia tai tuotetta helposti. Kun ostaminen on harkittua, asiakkaan sitou-

tuminen on korkeampaa. Asiakkaan sitoutuneisuus voidaan luokitella myös toisella tapaa. Storbackan ja Lehtisen (2005, 104 - 106) mukaan sitoutuneisuus voi olla positiivista, välinpitämätöntä tai negatiivista. Negatiivisesti sitoutunut asiakas ei ole ehkä voinut lopettaa asiakkuuttaan olosuhteiden vuoksi. Välinpitämätön asiakas ei ehkä vaihda asiakkuuttaan muualle, koska hänelle ei merkitse tarpeeksi se minkä yrityksen asiakkaana hän on tai hän ei jaksaa vaihtaa asiakkuuttaan toiselle yritykselle. Asiakkaan sitoutumiseen vaikuttaminen on hankalaa, mutta asiakkaaseen voi luoda sidoksia. Sidokset voivat olla osuus lompakosta esimerkiksi kanta-asiakkuuden kautta, juridinen esimerkiksi sopimuksen kautta, teknologia- tai osaamispohjainen esimerkiksi Applen kannettavalle suunnitellut lisälaitteet, tai teko- ja tietopohjaisia kuten väestörekisterin tiedot, joita yritykset voivat ostaa suoramarkkinointi tarkoituksiin. (Paavola 2006, 63 - 64; Storbacka & Lehtinen 2005, 104 - 106.)

Asiakkaan ja yrityksen välillä olevaan asiakkuuden lujuuteen vaikuttavat asiakkaan kokemaa asiakastyytyväisyys, asiakkaan sitoutuneisuus, sekä erilaiset sidokset. Lujakin asiakassuhde voi päättyä, jos kriittisiä kohtaamisia ei käsitellä asiakkaan toivomalla tavalla. Asiakkaan kokemaa asiakastyytyvääsyyttä voi joko vahvistaa tai heikentää palveluyrityksen strategia valinnoilla. Puhutaan niin sanotusta negatiivisesta ja positiivisesta kehästä. Esimerkki heikentämisestä on palveluyrityksen niin sanottu strateginen ansa, jossa palveluyritys etsii kustannuksia säästäviä tuotantomenetelmiä ja suorittaa tuotannon rationalisointeja. Useimmiten palveluyrityksessä henkilöstö on suurin tuotantoresurssi ja palkkakustannukset suurin kustannuserä. Strategisessa ansassa rationalisointi toimenpiteet kohdistuvat tuottavaan henkilöstöön, henkilöstöleikkauksina, käyttämällä osa-aikaisuutta, huonommin koulutettua henkilökuntaa tai kuormittamalla jäljellä olevaa henkilöstöä enemmän. Tämä ei normaalisti pelkää alenna kustannustasoja vaan myös alentaa palvelun laatutasoa, joka edelleen tuo mukanaan tyytymättömiä asiakkaita, jotka ostavat vähemmän ja moittivat yritystä muille asiakkaille, josta yrityksen profiili kärsii. Edelleen myös yrityksen sisäinen henki tällaisessa tilanteessa kärsii, jonka vuoksi asiakas kokee palvelun laadun huononevan entisestään. (Storbacka & Lehtinen 2005, 104, 107; Grönroos 1983, 15 - 16.)

Esimerkkinä asiakastyytyvääsyyttä vahvistavasta palvelustrategiasta on se että yrityksen strateginen suunnittelu perustuu yrityksen asiakassuhteisiin, ostaja - myyjä vaikutuksen kautta. Tavoitteena on säilyttää laatutaso ja toiminnallinen laatu kustannuskehitys-

tä tarkkaillen, jolla päästään sellaiseen suotuisaan kehitykseen, jossa paremmat asiakassuhteet ja korkeampi laatu johtavat tyytyväisempiin asiakkaisiin, jotka ostavat yritykseltä enemmän ja levittävät positiivista tietoa yrityksestä ja sen tarjonnan laadusta ympärilleen. Samalla yrityksen sisäinen ilmapiiri paranee, mikä vaikuttaa positiivisesti yrityksen profiiliin, josta seuraa yrityksen myynnin lisääntyminen. (Grönroos 1983, 23 - 24.)

Grönroos (1983, 41) kuvaa asiakkaan asiakasuskollisuutta ja menetettyjen asiakkaiden menettämisen tapahtumia käsitteellä markkinointipiiri, jossa tärkeitä tekijöitä ovat ostaja - myyjä vaikutus ja asiakkaan kokemus palvelusta ratkaisuna ongelmaansa, joita vahvistavat yrityksen profiili asiakkaan silmissä, yrityksen markkinointitoimet ja yrityksen palvelun tarjonnan kiinnostus asiakkaalle ja yrityksen toimet asiakkaan erityisongelmien ratkaisemiseksi. Tässä markkinointipiirissä asiakkaita voidaan menettää ostaja - myyjä vuorovaikutuksen puutteellisuuden vuoksi tai mikäli yritysprofiili tai markkinointitoimet eivät tavoita asiakasta, tai mikäli yrityksen tarjonta ei kohtaa asiakasta. (Grönroos 1983, 41.)

Vaikka Slamex Oy toimii teollisella liiketoiminta-alueella, on sen asiakas aina ihminen, joka ostotilanteessa toimii rationalististen hintaan, laatuun ja toimitukseen liittyvien tekijöiden johdattamina. Nämä ovat hyvin samanlaiset tekijät kuin muissakin asiakastilanteissa ja siten myös tunnepohjaiset seikat vaikuttavat heidän ostopäätöksiinsä. Slamex Oy myy tuotteitaan sekä kunnallisille että teollisille asiakkaille ja pyrkii pitkäaikaisiin asiakassuhteisiin. Lisäksi Slamexin myymien laitteiden elinikä on pitkä, noin 10-15 vuotta, ja laitteiden menestyksellinen käyttö vaatii niiden oikeanlaista käyttämistä ja oikeanaikaista huoltoa. Nämä seikat korostavat asiakkaan sitouttamisen tarvetta Slamex Oy:ssä. (Raivio 2011.)

3 Tutkimuksen toteutus

3.1 Tutkimuksen metodologia

Tutkimuksella kerätään arvokasta tietoa asiakkailta. Nämä tiedot ovat tärkeitä yrityksen toimintaa kehitettäessä ja tuotteiden tai palveluiden markkinoinnissa. Näin ollen on

tärkeää rajata tarkasti tutkimusongelma ja tutkimuksen tavoitteet. Tutkimukseen tulee valita perusjoukko eli otoskoko. Jos koko perusjoukko on todella pieni, niin voidaan tutkimuksessa käyttää koko perusjoukkoa. Mikäli perusjoukko on suuri, niin siitä voidaan ottaa otos, joka edustaa koko perusjoukkoa. Tutkimuksen perusjoukko määritellään otantamenetelmällä. Otantamenetelmiä on erilaisia ja se mitä otantamenetelmää käytetään, riippuu siitä mitä tutkitaan. Todennäköisyysotannassa kuka tahansa voi tulla valituksi perusjoukon keskuudesta, kun taas harkintaan perustuvassa otannassa vastaajat valitaan perusjoukosta. Harkintaan perustuvassa otannassa valittua joukkoa kutsutaan usein näytteeksi. Yksinkertaisessa satunnaisotannassa kohteet valitaan esimerkiksi arpomalla perusjoukon keskuudesta. (Raatikainen 2004, 8, 25 - 27, 30 - 32; Vilpas 2009.)

Perusjoukosta tarvitaan luettelo tai rekisteri, josta arvonta suoritetaan. Systemaattisessa tasaväli otannassa täytyy päättää poimintaväli, jolla kohteet valitaan esimerkiksi asiakasrekisteristä. Systemaattinen otanta on nopeaa ja siksi suosittua. Ositettu otanta on hyvä valinta menetelmä perusjoukon jäsenien ollessa erilaisia ja jakautuessa erilaisiin joukkoihin. Jokaisesta joukosta arvotaan tai valitaan tasavälistä otantaa käyttämällä otos, joka osallistuu tutkimukseen. Esimerkiksi jokaisesta EU -maasta voidaan arpoa tai valita jokin määrä asukkaita tutkimuksen vastaajiksi. Ryväs eli klusteriotannassa kohteet valitaan ryppäinä. Tästä hyvänä esimerkkinä toimivat koulut. Useamman koulun keskuudesta voidaan valita muutama koulu, jonka jälkeen arvotaan 5 – 10 oppilasta vastaamaan kyselyyn. Tutkimuksien kohteet voidaan myös valita harkinnanvaraisena näytteenä. Tällöin tutkija valitsee tutkimuskohteet esimerkiksi tiettyjen eroavien ominaisuuksien perusteella. Kiintiöpoiminnassa tutkittavat kohteet valitaan tietyn ominaisuuden perusteella, kuten esimerkiksi ikä tai opiskelupaikka. Mikäli tutkimuksen kohteena on esimerkiksi asuinalue, voidaan käyttää lähtöpiste eli lähtöosoitejärjestelmää. Tätä tutkimusmenetelmää käytettäessä valitaan ensi osoite josta aloitetaan ja sen jälkeen valitaan tutkimuskohteiksi esimerkiksi joka kolmas asunto. (Raatikainen 2004, 8, 25 - 27, 30 - 32; Vilpas 2009.)

Tutkimukset voidaan suorittaa omatoimisesti tai toimeksiantoina, jolloin yrityksen ulkopuolinen taho tekee tutkimuksen. Tutkimus voidaan suorittaa erilaisilla tutkimuslomakkeilla, kuten kirje- eli postikyselyllä tai nettikyselyllä. Tutkimukset voidaan suorittaa myös haastatteluina, joko henkilökohtaisesti, syvähaastatteluna, puhelimitse tai ryh-

missä. Muita tutkimus muotoja ovat myös informoitu kysely, paneelitutkimus ja teema-haastattelut. Tutkimus voidaan suorittaa kirjoituspöytä tutkimuksena valmiista olemassa olevasta aineistosta tai kenttätutkimuksena, kun valmiiksi saatavissa olevaa tietoa ei ole. Kenttätutkimuksessa käytetään kvantitatiivista tai kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Kvantitatiivinen (määrällinen) tutkimus pyrkii mittaamaan asioita lukuina tai luku-arvoja sisältävinä aineistoina, kuten jakaumina tai tunnuslukuina. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa pyritään löytämään systemaattisia ja satunnaisia tekijöitä, jotka selittävät esimerkiksi asiakkaiden tyytyväisyyttä tai tyytymättömyyttä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään usein suurta joukkoa ja näin on suositeltavaa että vastauksia kertyisi ainakin 30 tilastoyksiköltä eli vastaajalta. Kvantitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin: kuinka paljon, kuinka usein ja milloin. (Raatikainen 2004, 8, 13 - 15, 25 - 27, 30 - 34; Vilpas 2009.)

Kvalitatiivinen (laadullinen) tutkimus on vapaamuotoisempaa ja siinä pyritään saamaan vastauksia tutkimusongelmiin vapaamuotoisilla haastatteluilla. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytetään usein pientä joukkoa ja tutkimuksessa pyritään välttämään suoraviivaisia asetelmia tutkimuksen tai aineiston hankinnan suhteen. Kvalitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin miksi, milloin ja miten. Samassa tutkimuksessa voidaan hyödyntää kvantitatiivista tutkimusmenetelmää ja kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Jatkuvassa seurantatutkimuksessa tutkitaan samaa ryhmää ennalta määrätyn väliajoin. Näin voidaan seurata esimerkiksi miten yrityksen brandi kehittyy asiakkaan näkökulmasta. Erillistutkimus, toiselta nimeltään ad hoc -tutkimus tutkii yksityiskohtaisia tietoja esimerkiksi tuotteista jotka eivät vielä ole markkinoilla. Tätä tutkimusmenetelmää voidaan käyttää koemarkkinoinnin yhteydessä. Monitilaaja -tutkimuksessa on useita eri yrityksiä tutkimuksen tilaajina ja kysymykset muodostuvat useista eri aihealueista. Monitilaaja -tutkimusta kutsutaan myös nimellä omnibustutkimus ja tämän tyyppiset tutkimukset ovat usein halpoja toteuttaa, koska kaikki osallistuvat yritykset jakavat tutkimuksesta aiheutuvat kustannukset keskenään. (Raatikainen 2004, 8, 13 - 15, 25 - 27, 30 - 34; Vilpas 2009.)

3.2 Aiheiston kerääminen ja käsittely

Tutkimus toteutetaan nettikyselylomakkeella 9.1. – 31.3.2012 välisenä aikana (liite 5). Asiakkaille lähetetään sähköpostilla kyselyn saate ja linkki lomakkeeseen. Asiakkailta on

aluksi kaksi viikkoa aikaa vastata, jonka jälkeen heille lähetetään muutamia muistutusviestejä. Mikäli vastauksia ei ole saatu riittävästi silloinkaan, voidaan vastausaikaa jatkaa ja suorittaa puhelinhaastatteluina avustettuja vastauksia.

Econet konsernin aikaisemmissa kyselytutkimuksissa, kuten vesihuoltoalalla yleisesti, vastausprosentti on ollut alhainen vain noin 10 – 15 prosenttia lähetettyjen kyselyjen määrästä. (Raivio 2011.)

3.3 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksen tulee mitata niitä asioita, joita on tarkoitus tutkia. Näin tutkimuksen validiteetti eli vastaavuus pysyy hyvänä. Tutkimuksen validiteettiin voivat vaikuttaa esimerkiksi kysymyksen muotoilu ja haastattelijan oma mielipide jos se heijastuu hänen käyttäytymisestään. Hyvä reliabiliteetti eli luotettavuus saavutetaan, mikäli tutkimukseen on vastannut tarpeeksi suuri joukko ja kysymykset ovat olleet oikein ymmärrettävissä. Suuri vastaajakato ja väärä ajoitus voivat heikentää tutkimuksen reliabiliteettia. Tutkimuksen perusjoukko eli otoskoko vaikuttaa myös reliabiliteettiin, mikäli otoskoko on liian pieni, voi reliabiliteetti kärsiä. Tutkimuksen aikataulun tulee olla oikea. Liian kiireisesti tehty tutkimus ei välttämättä mittaa oikeita asioita tai anna luotettavia vastauksia. Tutkimuksen on oltava taloudellinen, eli siitä saavutetun hyödyn on oltava tarpeeksi suuri verrattuna tutkimuksen tuottamiin kustannuksiin. Tutkimuksessa on myös tärkeää säilyttää objektiivisuus eli puolueettomuus, jotta tutkimuksen tulokset ovat luotettavia. Tutkijan omat mielipiteet eivät saa vaikuttaa tutkimuksen kysymyksiin tai tuloksiin. Tutkimusongelma on rajattava tarkasti, jotta tutkitaan vain olennaisia eli relevantteja asioita. On turhaa, kallista ja aikaa vievää kerätä tietoja joita ei tarvita tutkimuksessa. (Raatikainen 2004, 16; Vilpas 2009.)

Tutkimuksen kysymykset suunniteltiin yhteistyössä Slamex Oy:n kanssa, jotta ne mitaavat juuri niitä asioita, joita on tarkoitus tutkia. Tutkimukseen valittiin 63 tilastoyksikköä, eli vastaajaa. Vastauksia tutkimukseen saimme 23 kappaletta. Tällä alalla toimii vähän yrityksiä, joten kadosta ja vähäisestä vastaaja määrästä huolimatta tutkimuksen luotettavuuden ei tulisi kärsiä. Tutkimuksen kyselyluokitusta muutettiin vähän muutama kysymyksen kohdalla, jotta tuloksista saadaan selkeämmin tulkittavissa olevia. Näitä kysymyksiä ovat; kuinka usein olette tilanneet varaosia viimeisen vuoden aikana

ja kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana. Tutkimus suoritettiin joululomien jälkeen, jotta vastaajien lomille lähtö ei vaikuta vastaajamääriin. Asiakkaat saivat viimeisen muistutuksen kyselystä vielä hiihtolomien jälkeen, jotta saimme myöhäiset vastaajat vielä mukaan kyselyyn.

4 Tutkimuksen tulokset

4.1 Tilausmäärät

Tutkimuksen taustatiedoista saimme selville kuinka usein vastaajat ovat tilanneet varaosia tai huoltoja laitteilleen. Tutkimuksen tulokset osittavat, että 11 vastaajaa (Kuvio 2) oli tilannut varaosia 1 – 2 kertaa viimeisen vuoden aikana ja 12 vastaajaa oli tilannut varaosia 3 kertaa tai useammin vuoden sisällä.

	Frequency	Percent	Valid Percent
1-2 tilausta	11	47,8	47,8
3-7 tilausta	12	52,2	52,2
Total	23	100,0	100,0

Kuvio 2. Kuinka usein olette tilanneet varaosia viimeisen vuoden aikana?

Tuloksien mukaan (Kuvio 3) 20 kappaletta vastaajista olivat tilanneet huoltoja 1 – 2 kertaa viimeisen vuoden aikana ja 3 vastaajaa oli tilannut huoltoja 3 kertaa tai useammin vuoden sisällä.

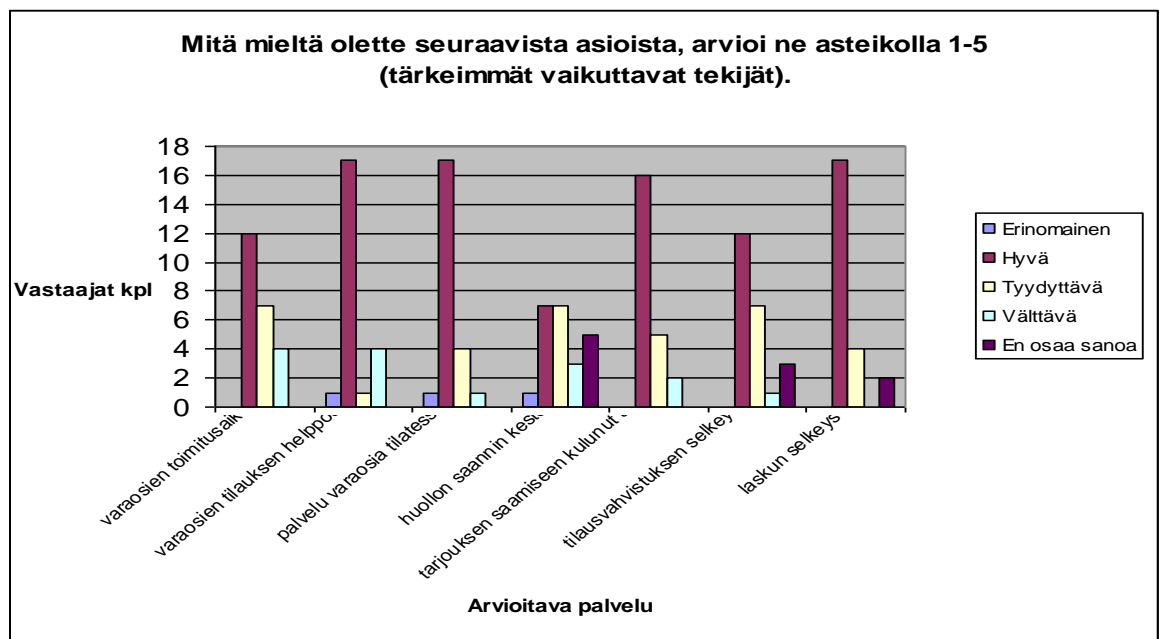
	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid 1-2 tilausta	20	87,0	87,0
3-7 tilausta	3	13,0	13,0
Total	23	100,0	100,0

Kuvio 3. Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana?

4.2 Palvelujen laatu

Monivalintaosiossa vastaajat pääsivät arvioimaan palveluja asteikolla 1 – 5. Näistä vastauksista nousi esiin neljä selvästi hyvän arvosanan saanutta palvelua ja kolme palvelua, jotka tarvitsevat kehitystä tyydyttävän arvosanan perusteella. Vastausten jakautumista on kuvattu kuviossa 4. Hyvä arvosanan ovat saaneet varaosien tilauksen helppous (17), palvelu varaosia tilatessa (17), tarjouksen saamiseen kulunut aika (16) ja laskun selkeys (17).

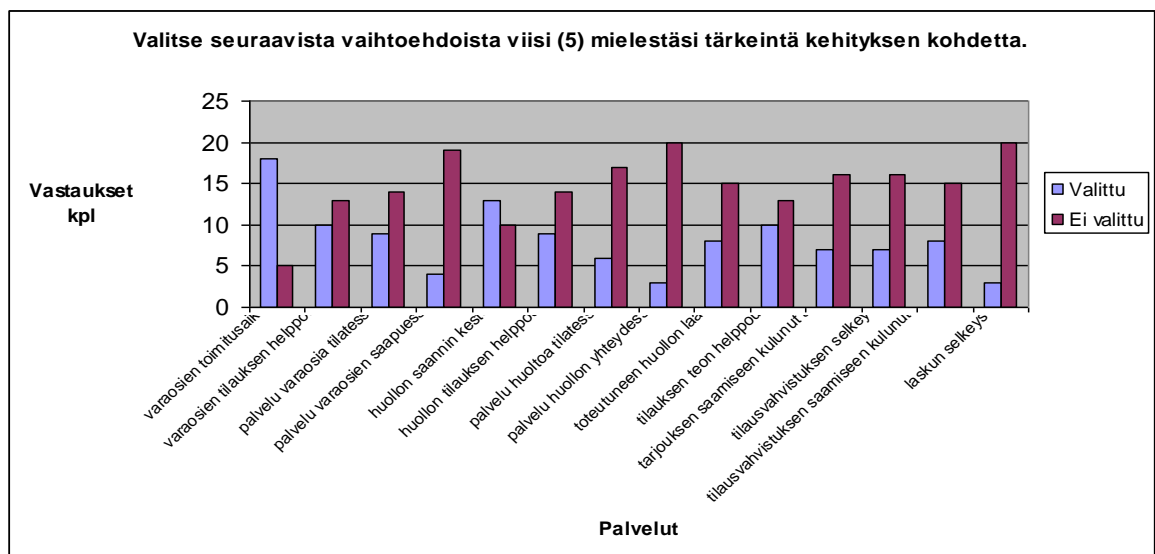
Jokainen näistä osa-alueista oli saanut myös joitakin tyydyttäviä vastauksia, mutta yleisellä tasolla voimme kuitenkin vastauksista päätellä, että näillä osa-alueilla menee hyvin. Tyydyttävän arvosanan ovat saaneet varaosien tilausaika (7), huollon saannin kesto (7) ja tilausvahvistuksen selkeys (7). Nämä osa-alueet olivat saaneet paljon myös hyvää palautetta, mutta tyydyttävien vastausten määrästä voimme kuitenkin päätellä, että näitä tulisi kehittää jatkossa. Erinomaisten ja välttävien vastausten määrä jäi tilastollisesti alhaiseksi, joten niitä voi tarkastella muiden tuloksien kanssa liitteestä 6. Vastaajilta kysyttiin myös onko heidän saamansa palvelu vastannut heidän odotuksiaan. 23 vastaajasta 17 oli sitä mieltä, että heidän saamansa palvelu on vastannut heidän odotuksiaan.



Kuvio 4. Arvioi palvelut asteikolla 1 - 5.

4.3 Keskeiset kehittämiskohteet

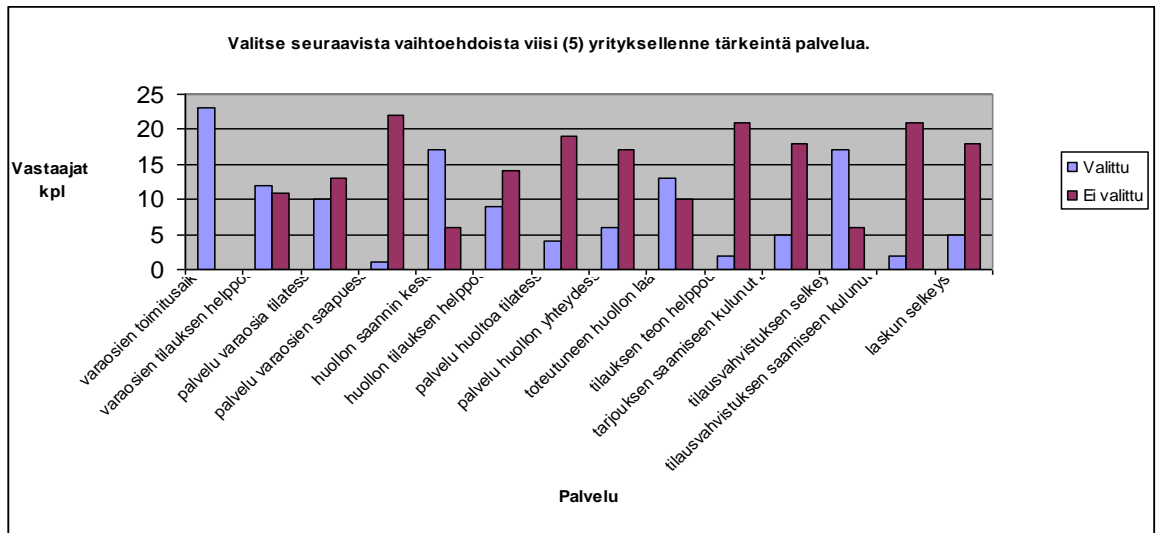
Vastaajia pyydettiin nimeämään viisi heidän mielestään tärkeää kehityskohdetta. Vastausten jakautumista on kuvattu kuviossa 5. Vastaajien mielipiteet jakoutuivat eri osa-alueisiin, mutta muutama osa-alue nousi esille muita voimakkaammin. Vastaajat toivat kehitystä varaosien toimitusaikaan (18 vastaajaa) ja huollon saamiseen kuluvaan aikaan (13 vastaajaa). Vastaajat pitivät tärkeinä kehityskohteina myös varaosien tilauksen helppoutta (10 vastaajaa) ja tilauksen teon helppoutta (10 vastaajaa).



Kuvio 5. Viisi tärkeintä kehityskohdetta.

4.4 Palveluiden merkitys

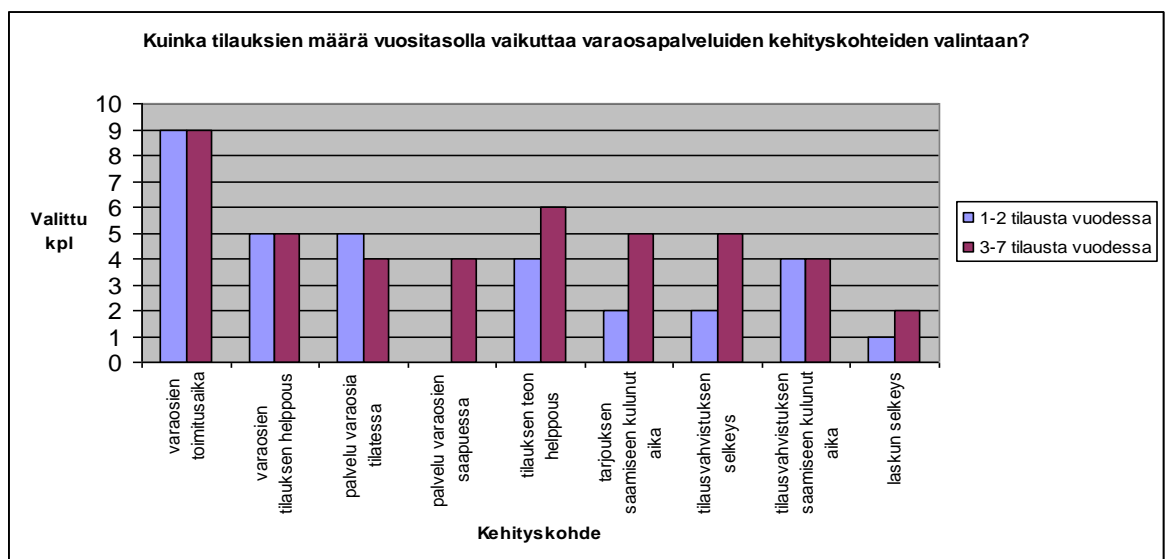
Tutkimuksessa asiakkaita pyydettiin valitsemaan viisi heidän yritykselleen tärkeintä palvelua. Vastausten jakautumista on kuvattu kuviossa 6. Tulokset osoittivat, että kolme palvelua oli huomattavasti tärkeämpiä kuin muut vaihtoehdot. Nämä tärkeät palvelut olivat: varaosien toimitusaika (23 vastaajaa), huollon saannin kesto (17 vastaajaa) ja tilausvahvistuksen selkeys (17 vastaajaa). Vastaajat kokivat vähemmän tärkeiksi palvelun varaosien saapuessa (1 vastaajaa), tilauksen teon helppouden (2 vastaajaa) ja tilausvahvistuksen saamiseen kuluneen ajan (2 vastaajaa).



Kuvio 6. Viisi tärkeintä palvelua.

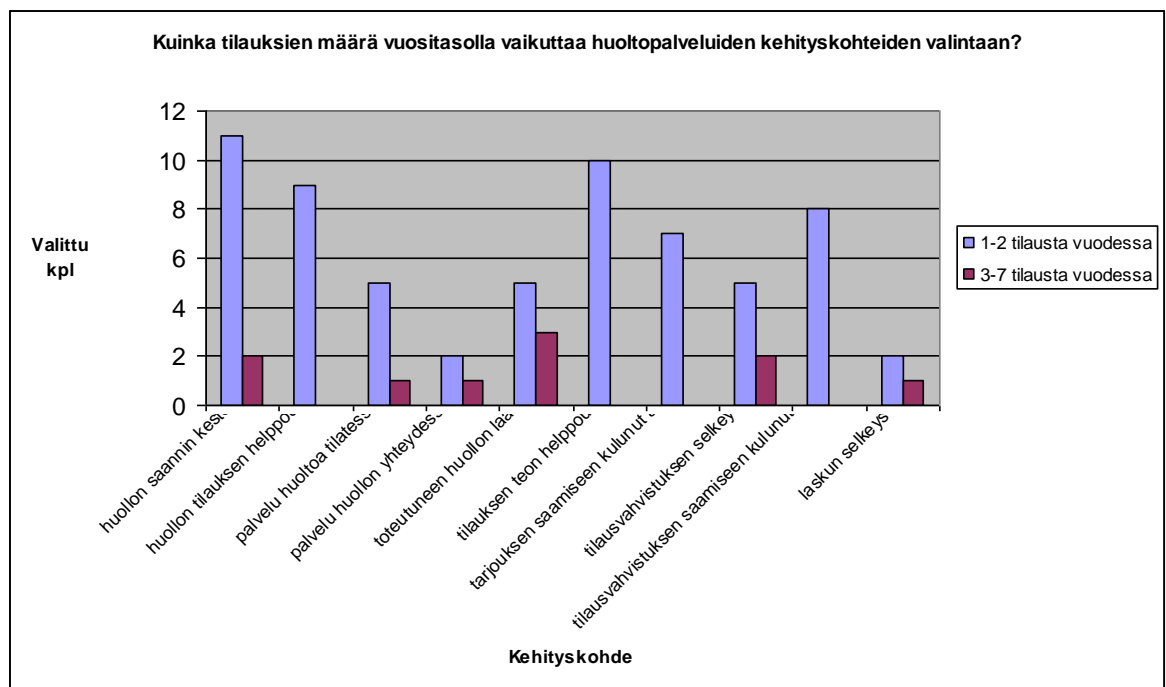
4.5 Tilauskertojen vaikutus kehityskohteisiin

Kuviossa 7 on kuvattu miten vastaukset ovat jakautuneet varaosapalveluiden kehityskohteiden ja tilauskertojen mukaan. Taulukosta voimme päätellä, että joidenkin tekijöiden kohdalla tulos pysyy samana tilauskerroista huolimatta. Taulukosta löytyy kuitenkin muutamia tekijöitä, jotka ovat saaneet enemmän mainintoja useammin tilanneiden kesken. Kolme eniten tilauskertojen suhteen eroavaa tekijää ovat: palvelu varaosien saapessa, tarjouksen saamiseen kulunut aika ja tilausvahvistuksen selkeys. Yksittäiset taulukot ovat katsottavissa liitteessä 7.



Kuvio 7. Tilauskertojen vaikutus varaosapalveluiden kehityskohteisiin.

Tutkimuksessa selvitettiin myös sitä, vaikuttavatko vuosittaiset huoltomäärät siihen, kuinka asiakas kokee tärkeimmät kehityskohteet. Vastausten jakautumista on kuvattu kuviossa 8. 20 vastaajaa oli tilannut huollon 1 – 2 kertaa vuoden sisällä, mutta vain kolme (3) oli tilannut huollon 3 – 7 kertaa viimeisen vuoden aikana. Näin ollen tämä vertailu ei ehkä anna täysin luotettavaa kuvaa näiden tekijöiden vaikutuksista toisiinsa. Voimme kuitenkin havaita, että huollon saannin kesto on valittu suhteellisen usein kehityskohteeksi huolimatta siitä kuinka monta kertaa asiakas on tilannut vuoden sisällä. Tämän takia voimme pitää sitä merkittävänä kehityskohteena. Harvemmin tilanneiden keskuudessa on valintoja saanut paljon: huollon tilauksen helppous (9 valintaa) ja tilauksen teon helppous (10 valintaa). Kokevatko harvemmin huoltoja tilaavat asiakkaat nämä hankaliksi, kun taas useammin tilaavat ovat tottuneempia tilaus prosessiin? Toteutuneen huollon laadun oli valinnut kehityskohteeksi jokainen yli kolme kertaa vuoden sisällä tilannut (3 vastaajaa). Tämä tekijä oli saanut myös 5 valintaa harvemmin tilanneiden keskuudessa. Toteutuneen huollon laadussa on siis kehitettävää, huolimatta siitä kuinka monta kertaa huoltoja on tilattu vuoden aikana. Tilausvahvistuksen selkeys on saanut melkein samat valinnat kuin toteutuneen huollon laatu, joten tätä on myös syytä kehittää. Yksittäiset tarkemmat taulukot ovat tarkasteltavissa liitteessä 8.



Kuvio 8. Tiluskertojen vaikutus huoltopalveluiden kehityskohteisiin.

Tutkimme myös mahdollisia yhtäläisyyksiä kehityskohteiden ja vastaajille tärkeiden palveluiden kesken. Tarkemmat tulokset löytyvät liitteestä 9. Varaosien toimitusaika oli saanut paljon mainintoja (18 mainintaa), kun näitä kahta taulukkoa verrattiin keskenään. Kaksi muuta huomattavia mainintoja saaneita ovat varaosien tilauksen helppous (9 mainintaa) ja huollon saannin kesto (11 mainintaa). Tästä voimme päätellä, että nämä ovat tärkeitä palveluja vastaajayrityksille ja samalla he kokevat että näitä tulisi vielä kehittää. Tutkimuksen tulokset osoittivat, että myös seuraavat palvelut ovat maininnan arvoisia: palvelu varaosia tilatessa, huollon tilauksen helppous ja toteutuneen huollon laatu.

4.6 Kehittämisideat

Tutkimuksen avoimet kysymykset tuottivat seuraavia vastauksia kysymyksittäin. Kun vastaajilta kysyttiin mihin he olivat erityisen tyytyväisiä tai tyytymättömiä, vastaukset osoittivat että palveluun ollaan tyytyväisiä, mutta esimerkiksi tilausvahvistusta hintoineen ja toimitusaikoineen tulisi kehittää. Tarkemmat vastaukset löytyvät liitteestä 10.

Vastaajilta tiedusteltiin kuinka palveluita tulisi kehittää heidän mielestään, jotta ne olisivat heidän tarpeisiinsa sopivampia. Vastauksista kävi ilmi, että asiakkaat halusivat tarjouksia Slamex Oy:n palveluista ja toivoivat parempia yhteystietoja esimerkiksi verkkosivuille. He toivoivat myös nopeampaa huollon saatavuutta ja asiointia saman henkilön kanssa. Myös varaosia tulisi varastoida enemmän Suomessa vastaajien toiveiden mukaan.

Kysyttäessä kuinka palveluista saisi heidän mielestään käyttäjäystävällisempiä, vastaukset olivat selkeät. Vastaajat toivoivat parempia yhteystietoja ja asiointia saman henkilön kanssa. Nämä molemmat oli mainittu jo kehityskohteenä avoimissa kysymyksissä.

5 Analyysi

5.1 Johtopäätökset

5.1.1 Tilauskerrat

Useimmat vastaajista olivat tilanneet varaosia kolme kertaa tai useammin viimeisen vuoden aikana. Tämä on hyvä asia, koska tästä voimme päätellä että varaosapalvelu on tärkeä liiketoiminnan osa-alue. Huoltoja oli tilattu harvemmin, joten tämä viestittää mahdollisesti että laitteet ovat kestäviä ja mahdolliset viat korjaantuvat vähillä huolto-kerroilla tai asiakas on pystynyt korjaamaan vian itse tilaamalla vain varaosan. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, ettei huoltopalvelu olisi tärkeä liiketoiminnan alue.

5.1.2 Taustamuuttujien arviointi

Monivalintaosion vastauksista nousi esiin neljä selvästi hyvän arvosanan saanutta, jotka ovat varaosien tilauksen helppous, palvelu varaosia tilatessa, tarjouksen saamiseen kulunut aika ja laskun selkeys. Hyvä arvosana ei tarkoita, että nämä osa-alueet voidaan unohtaa. Niitä tulee kehittää esimerkiksi teknologia kehittyessä. Hyvä arvosana kertoo kuitenkin sen, että tällä hetkellä nämä palvelut ovat aikalailla sellaiset kuin niiden tarvitsee olla.

Selvimmän tyydyttävän arvosanan saivat varaosien tilausaika, huollon saannin kesto ja tilausvahvistuksen selkeys. Tyydyttävä arvosana kertoo, että näitä palveluja tulee kehittää ja tämän tulee tapahtua harkitusti ja mahdollisimman pian tutkimuksen jälkeen, jotta asiakkaat kokevat että heidän mielipiteensä on huomioitu. Vaikka erinomaisten ja välttävien vastausten määrä jäi tilastollisesti alhaiseksi, ei näitä tule unohtaa. Erinomaisen arvosanan saanut palvelu voi saada tyydyttävän arvosanan vuoden päästä, mikäli sitä ei kehitetä tai palvelun kehitystä ei tarkkailla. Välttävän arvosanan saaneisiin palveluihin tulisi kiinnittää välittömästi huomiota, vaikka vastaukset olivat tilastollisesti alhaisia. Mahdolliset korjaustoimenpiteet tulee kuitenkin tehdä harkiten, jotta tilannetta ei pahenneta entuudestaan.

Vastaajilta kysyttiin myös onko heidän saamansa palvelu vastannut heidän odotuksiin. 23 vastaajasta, 17 oli sitä mieltä, että heidän saamansa palvelu on vastannut heidän odotuksiaan. Johtopäätöksenä voidaan todeta että pääsääntöisesti palveluun ollaan tyytyväisiä.

5.1.3 Tärkeimmät kehityskohteet ja palvelut

Vastauksista voidaan päätellä että tilatun palvelun saamiseen kuluva aika on tärkeä kehityskohde asiakkaalle ja myös tilaamisen helppous merkitsee paljon asiakkaalle. Nämä ovat keskeisiä jatkuvan kehittämisen kohteita. Vastauksista voidaan myös todeta, että nykyisiin palveluihin ollaan melko tyytyväisiä, mutta asiakkaat toivovat uusia palvelumuotoja, esimerkiksi tilauksen tekemiseen.

Vastauksista käy ilmi että toimituksen kesto sekä varaosatoimitukselle että huollon suorittamiselle on asiakkaalle tärkein palvelutekijä. Voidaan päätellä, että asiakkailla on kiire saada tilatut palvelut. Muut tekijät ovat toisarvoisia. Myös tilausvahvistuksen sisältö koettiin tärkeäksi, asiakkaan tulee voida ymmärtää tilauksen hinta ja sisältö vahvistuksesta yksiselitteisesti. Tilausvahvistuksen sisältöön tulisi kiinnittää huomiota ja miettiä tarvitseeko sitä kehittää jotenkin, koska asiakkaat ovat selkeästi ilmaisseet sen tärkeyden palveluna.

5.1.4 Ristiintaulukoinnit palveluiden ja kehityskohteiden välillä

Ristiintaulukoinnista näkyy, että tilauskertojen määrä vaikuttaa asiakkaan kokeman palvelun laatuun; palvelussa, varaosien saapumisen yhteydessä, sekä tilauksen teon helppoudessa. Tästä voidaan päätellä, että useammin tilauksia tekevät haluaisivat sekä palvelun että tilausten teon olevan helpompaa ja nopeampaa. Silloin kun asiakas tilaa palvelua harvemmin on tilausvahvistuksen selkeys ja palvelu varaosan saapuessa vähemmän merkityksellistä, ilmeisesti koska asiakkaalla ei ole niihin vertailukohtaa. Tästä voidaan päätellä että asiakas oppii tilauksia tehdessään ja tulee vaativammaksi.

Vastauksista voidaan havaita, että tilauksen teon helppous on merkityksellisintä niille jotka tilaavat harvoin. Tästä voidaan päätellä, kun asiakas tilaa useammin, hän oppii

tilaamaan, mutta uusia tai vähän tilaavia asiakkaita varten tilauksen helppoutta tulisi kehittää. Kaikki useammin kuin 3 palvelukertaa tilanneet valitsivat toteutuneen palvelun huollon laadun kehittämiskohteeksi, josta voidaan päätellä että huollon laatua tulee kehittää. Samat vastaajat valitsivat myös huollon saamisen ajan ja tilausvahvistuksen selkeyden kehityskohteiksi, josta myös voidaan päätellä että niitä tulee kehittää.

Lähes kaikki vastaajat valitsivat kehityskohteeksi ja tärkeäksi palveluksi varaosien toimitusajan. Myös huollon saannin kesto ja varaosien tilauksen helppous saivat runsaasti mainintoja. Tästä voidaan päätellä, että ne ovat asiakkaille erittäin tärkeitä palveluja ja niitä tulee kehittää.

5.1.5 Avoimet kysymykset

Kysyttäessä mielipidettä palvelujen laadusta, muutamat seikat olivat muita tärkeämpiä. Yleisesti palveluiden suorittamiseen oltiin tyytyväisiä, mutta palvelujen suorittamisen nopeutta moitittiin ja esimerkiksi resurssipulaa pohdittiin syynä tähän. Tilausvahvistuksen muotoon, sisältöön ja lähettämiseen ei oltu tyytyväisiä. Johtopäätöksenä voimme todeta, että tilausvahvistusta tulee kehittää.

Kysyttäessä kehityskohteita, samat asiat kuin mielipidekyselyssä olivat esillä, sekä muutamia uusia asioita. Palvelun suorittamisen nopeuttamista esitettiin sekä palvelujen saatavuutta esitettiin kehityskohteeksi esimerkiksi varastoimalla varaosia Suomessa. Toiveena oli, että yhteyshenkilö olisi aina sama tai jos yhteyshenkilö vaihtuu, niin siitä ilmoitetaan selkeästi. Myös yhteystiedot palveluiden tilaamiseksi pitäisi olla helpommin saatavilla. Lisäksi asiakkailta tuli erittäin hyvä ehdotus siitä, että yhtiö lähettäisi asiakkaille palvelutarjouksia.

5.2 Suositukset

Yhtiön tulee selvittää palveluntarjontansa resurssitilanne ja poistaa pullonkaulat jotta palvelujen suorittamisen ajat saadaan lyhyemmiksi. Palveluihin liittyvien dokumenttien selkeyteen ja sisältöön tulee panostaa ja miettiä voisiko osa dokumenteista olla nettisivuilla ja osa palvelujen tilaamisesta tapahtua nettisivujen kautta. Palvelujen tarjonnan yhteystiedot nettisivuilla tulee olla nykyistä selkeämmät. Yhtiö voisi myös kurssit-

taa palvelu- ja muuta henkilöstöään asiakaspalveluhenkisyteen ja yrityksen toivottuun imagoon, jotta palvelun laatua saadaan parannettua ja että palveluhenkilökunta viestittää asiakkaalle yrityksen toivomaa imagoa. Uutena kehityskohtena yhtiön kannattaa harkita palvelutarjousten tekemistä asiakkaille, jolla voidaan ohjailla asiakkaiden tilauskäyttäytymistä siten että yhtiön resurssipulaa voidaan helpottaa ja palveluja suorittaa sellaisina aikoina kun yhtiölle sopii.

Tämän työn jatkoksi tutkija ehdottaa jatkotutkimusta, jossa selvitettäisiin mitä asiakkaat nimenomaisesti toivoisivat varaosa- ja huoltotilauksien, sekä yleisesti tilauksen teon helppoudesta, koska nämä asiat tulivat hyvin vahvasti esille kehityskohteina. Toinen jatkotutkimuskohde voisi olla tutkimus jossa selvitetään lisää asiakkaiden toiveita esimerkiksi uusista palvelumuodoista ja palvelutuotteista.

5.3 Työn onnistuminen ja oma oppiminen

Pidän työtä onnistuneena, koska tutkimuksessa tuli esille asioita joista Slamex Oy:llä ei ollut vielä tietoa. Tästä esimerkkinä se, että asiakkaat toivoivat yritykseltä tarjouksia ja että tilausvahvistus ei ollutkaan niin selkeä asiakkaiden näkökulmasta. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää varaosien ja huoltojen tilaamiseen ja toteutumiseen liittyviä tyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä ja sen tämä tutkimus tekikin. Tutkimuslomakkeessa oli pieni kirjoitusvirhe ”tilauksen saamiseen tilauksen saamiseen kulunut aika”, mutta en usko että tämä vaikutti suuresti kysymyksen ymmärtämiseen. Tästä opin kuitenkin, että nettitutkimuslomake olisi pitänyt tulostaa ja tarkistaa siten, koska näin olisin huomannut virheen aiemmin.

Tiesin, että aikataulut on tärkeää opinnäytetyötä tehtäessä ja tämä opinnäytetyöni valmistui sille varatussa aikataulussa. Olisin kuitenkin voinut varautua hieman paremmin ja näin minulle ei olisi tullut ihan näin kiire loppuvaiheessa. Käytin liikaa aikaa teoriapohjan miettimiseen, kun minun olisi jo heti alussa pitänyt vain aloittaa kirjoittaminen siitä mikä selvästi kuului teoriapohjaani ja miettiä vasta sitten tarvitsenko jotain lisää. On hyvä miettiä mitä kirjoittaa, mutta siihen ei kannata käyttää loputtomasti aikaa, koska tekstiä voi aina muuttaa myöhemmin etenkin jos sitä varten on varattu sopivasti aikaa. Lopun kiireestä huolimatta, en muuttaisi teoriapohjaani tai muuta tekstiäni ja näin ollen olen tyytyväinen lopputulokseen.

Opin käyttämään SPSS -ohjelmistoa paremmin, vaikka en ollut aivan tyytyväinen kaikkiin siitä saamiini taulukoihin, ja näin ollen päädyin käyttämään Excel -taulukoita tekstin yhteydessä. Mielestäni Excelissä tekemäni taulukot olivat selkeämmin tulkittavissa tekstin yhteydessä ja SPSS -taulukot sopivat lähempään tarkasteluun liitteiden muodossa.

Pidän tutkimusta onnistuneena myös siksi, että minun lisäkseni yritys on ollut erittäin motivoitunut tämän tutkimuksen onnistumisen suhteen, tarjoamalla tutkimuksen toteuttamisen kannalta tärkeitä tietoja ja yksityiskohtia aina kun niitä tarvittiin. Mielestäni tällainen yhteistyö on tarpeellinen tekijä onnistuneelle tutkimukselle.

Lähteet

Grönroos, Christian 1983. Miten palveluja markkinoidaan. Ekonomiasarja. Weilin + Göös, Espoo.

Grönroos, Christian 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. WS Bookwell Oy, Juva.

Lahtinen, Jukka & Isoviita, Antti 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Avaintulos Oy. Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä.

Paavola, Heli 2006. Asiakasuskollisuuden jaetut merkitykset. Tampereen Yliopistopaino Oy. Juvenes Print, Tampere.

Pitkänen, Raimo 2006. Parasta palvelua. Miten onnistut asiakkaan kohtaamisessa? WSOYpro, Helsinki.

Raatikainen, Leena 2004. Tavoitteellinen markkinointi. Markkinoinnin tutkimus ja suunnittelu. Edita Prima Oy, Helsinki.

Raivio, Esa 2011. Tapaaminen 27.11.2011. Econet Oy liiketoiminnan kehitysjohdaja. Helsinki.

Slamex Oy 2011. http://www.slamex.fi/slamex_etusivu. Luettu 26.11.2011.

Storbacka, Kaj & Lehtinen, Jarmo R. 2005. Asiakkuuden ehdoilla vai asiakkaiden armoilla. WS Bookwell Oy, Juva.

Vilpas, Pertti 2009. Kvantitatiiviset tutkimusmenetelmät. Luentomateriaali. Metropolia ammattikorkeakoulu, Vantaa.

LAATUKÄSIKIRJA

Econet-konserni

Laadittu: 5.7.2011, TDa

Muokattu: 20.9.2011, TDa

Hyväksytty: 21.9.2011, MLe

SISÄLLYSLUETTELO

1.	JOHDANTO	3
2.	LAATUPOLITIikka JA -TAVOITTEET	5
3.	KONSERNIN ORGANISAATIO	7
4.	LAADUNVARMISTUSPROSESSI JA SEN YLLÄPITO	7
5.	LAADUNHALLINTAJÄRJESTELMÄN RAKENNE	9
5.1.	LIIKETOIMINNAN OHJAUS	11
5.1.1	PROSESSIJOHTAMINEN	11
5.1.2	TALOUS- JA HENKILÖSTÖHALLINTO	12
5.1.3	LAATUJÄRJESTELMÄN KEHITTÄMINEN JA YLLÄPITO, SISÄINEN JA ULKOINEN VIESTINTÄ	13
Liite	1	PROSESSIEN VÄLINEN VUOROVAIKUTUS

1. JOHDANTO

Econet-konserni on vesi- ja ympäristöalan monipalveluyritys, joka on perustettu 2002 ja johon kuuluvat emoyritys Econet Oy ja Oy Slamex Ab. Econet Oy hankki 1.4.2009 voimaantulleella kaupalla YIT:n vesi- ja ympäristötekniikan liiketoiminnan. Kaupassa siirtyivät YIT Environment Oy:n henkilöstö ja liiketoiminta ECO Environment Ltd. Oy:n palvelukseen. ECO Environment fuusioitiin Econetiin heinäkuussa 2011.

Nykyinen liiketoiminta pitää sisällään kunnallisten ja teollisten vesi- ja jätevesilaitosten, sekä lietteiden käsittelylaitosten prosessi- ja laiteteknisen osaamisen.

Oy Slamex Ab:n toimintaan kuuluvat veden-, jäteveden- ja jätteenkäsittelyyn tarkoitettujen laitteiden toimituspalvelut ja teollisuuden prosessivesien puhdistus. Slamex on perustettu vuonna 1982 ja vuodesta 2005 alkaen se on kuulunut Econet-konserniin. Slamex toimittaa sekä itse suunnittelemaansa ja valmistuttamiaan että päämiesten valmistamia laitteita.

Econet Oy on ostanut keväällä 2011 Keravalla toimineen huoltoalan yrityksen, Kone-Oskari Oy:n liiketoiminnan. Kone-Oskarin päätoimiala on kiertomäntäkompressorien korjaus, asennus ja huolto. Laittevuokraus, varaosatoimitukset sekä uusien koneiden toimitus kuuluvat myös toimintaan. Kone-Oskari on liitetty Slamexiin. Huolto- ja palveluliiketoiminta ei kuulu tämän laatujärjestelmän piiriin. Toiminta on käynnistymässä vuosina 2012–2013. Liiketoimintamallia kehitetään mm. Tekes-projektin puitteissa 2011–2012.

Konsernin markkina-alueena ovat Suomen lisäksi keskeiset viennin kohdemaat Kiina, Vietnam sekä Venäjä.

Econet-konsernin johto näkee toiminnan kehittämisen ja siihen perustuvan dokumentoinnin tärkeänä osana yrityksen toimintaa. Laatu- ja ympäristöpolitiikka on määritelty kirjallisena dokumentti- ja ohjekokonaisuutena tässä laadunhallintajärjestelmässä. Laadunhallintajärjestelmän osana tämä laatu- ja ympäristökäsikirja on kirjallinen dokumentti toimintaohjeiksi yleisellä tasolla. Projektikohtai-

nen laatusuunnitelma määrittelee tarkemmin käytännön toiminnan menettelyohjeineen. Muut laatudokumentit täydentävät yrityksen toimintajärjestelmän mukaista tapaa toimia.

Hyväksytty: 21.9.2011

Matti Leppäniemi, Econet Oy toimitusjohtaja

2. LAATUPOLITIIKKA JA -TAVOITTEET

Laatuajattelu on välttämätön ja tärkeä osa nykyaikaista yritystoimintaa. Econet-konsernin toiminnassa tyytyväinen asiakas on keskeisellä sijalla. Asiakassuhteissa tavoitteena on pitkäjänteisyys onnistuneiden lopputulosten kautta.

Toiminnassa sovelletaan standardin ISO 9001:2008 mukaista laatuajatteluun Econet-konsernin (myöh. Econet) laatuajatteluun sekä kone- ja laiteajatteluissa.

Toimiminen laadunhallintajärjestelmän mukaisesti edellyttää suunnitelmallisuutta työn tai projektin alkumetreiltä alkaen. Ennen jokaisen työn aloittamista tehdään perusteellinen kartoitus tehtävästä työstä, sen kestosta ja työvaiheista. Projektin edetessä tehdyn työn laatu valvotaan ja sitä dokumentoidaan yrityksen käytössä olevilla vakiintuneilla tavoilla ja dokumenteilla. Tavoitteena on tehdä työ kerralla oikein.

Ensiarvoiseen laatuun pyrkiminen on yrityksen keskeisin tavoite ja tämän mahdollistaa ammattitaitoinen ja sitoutunut henkilökunta. Siksi henkilöstön ammattitaidon ylläpitämiseen ja kehittämiseen panostetaan. Suunnittelussa ja projekteissa noudatetaan asiakkaiden sekä EU:n määrittelemiä standardeja ja ohjeita sekä yleisiä erikoisalan määräyksiä.

	Econetin toimitus- johtaja	Tj./ varatj.	Proj.pääll.	Vast. työnj./ projekti- ins.	Laatu- pääll.	Johto- ryhmä
Kokonaisvastuu laadusta	x					
Laatupolitiikka	x					
Yhtiön ja tytäryhtiön toiminta- ohjeet ja työkalut	x				x	

Projektien laadunvarmistus		x	x	x		
Laatupoikkeavuuksien käsittely		x	x	x	x	
Laatujärjestelmädokumentation ylläpito			x	x	x	
Johdon katselmukset, laatujärjestelmän kehittäminen					x	x

Taulukko 1. Econet-konsernin laadunhallintajärjestelmän vastuumatriisi.

Taulukossa 1 on esitetty laadunhallinnan vastuunjako. Johdon edustaja on Econet Oy:n toimitusjohtaja. Toimitusjohtajalle raportoivat varatoimitusjohtaja sekä laatupäällikkö. Johtoryhmä suorittaa johdon katselmuksen. Johdon katselmuksessa laatuvaastaava raportoi seuraavista asioista

- yhteenvedot palautteista
- luonnos korjaavista ja ehkäisevistä toimenpiteistä sekä tavoitteista.

Jatkuvaa parantamista arvioidaan:

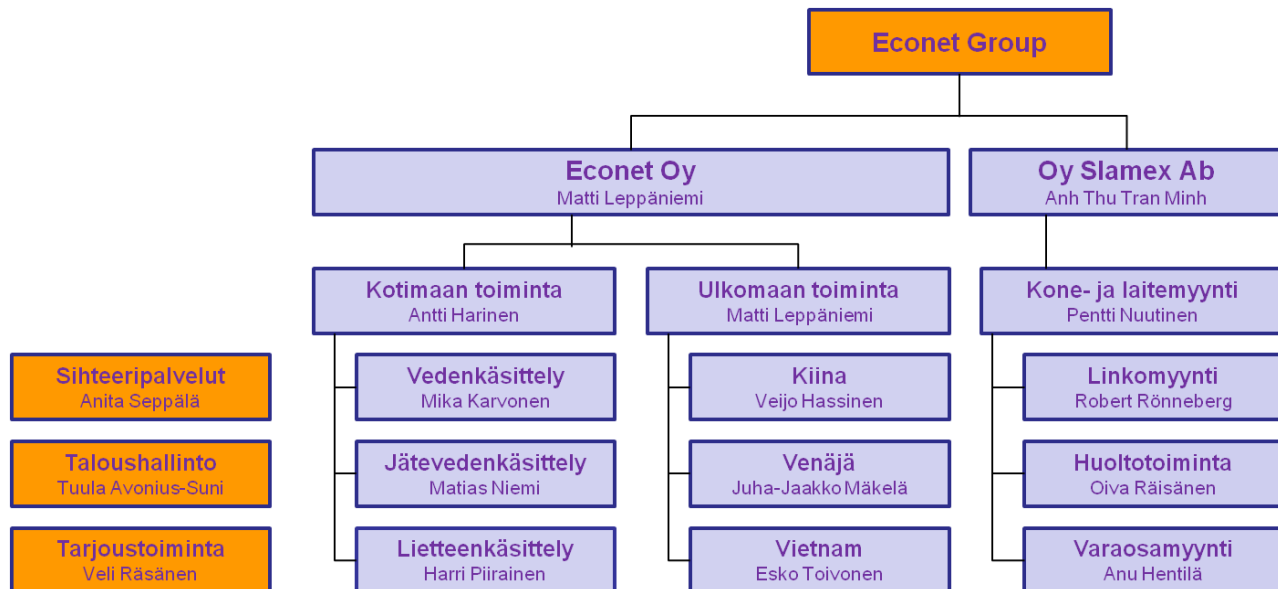
- Sisäisen arvioinnin kautta, jolloin toteutetuista projekteista tehdään kustannustehokkuuden mittaus ns. jälkilaskenta.
- Ulkoisen arvioinnin kautta, johon kootaan projekteittain saadut reklamaatiot sekä asiakaspalaute.

Ulkoisella poikkeamalla tarkoitetaan sitä, että tilaaja tekee reklamaation tai tilaaja ei hyväksy laitosta tai laitetta vastaanotettavaksi.

Sisäisellä poikkeamalla tarkoitetaan sitä, että projekti ei saavuta asetettuja aikataulu- ja/tai taloudellisia tavoitteita. Projekteissa ylläpidetään aikatauluseurantaa sekä kuukausittain kustannuseurantaa. Asiat käsitellään kuukausittain projektipalavereissa. Poikkeamat pyritään korjaamaan välittömästi, kun ne on havaittu. Projektin päätyttyä pidetään sisäinen palautepalaveri, jossa käsitellään poikkeamat sekä projektin taloudellinen yhteenvedo.

3. KONSERNIN ORGANISAATIO

Econet-konsernin muodostavat emoyritys Econet Oy ja Oy Slamex Ab, kuva 1.



Kuva 1. Econet-konsernin organisaatiokaavio 4.7.2011.

Asiakasprojektien toteutukseen liittyviä tehtäviä hoitavat veden-, jäteveden- ja lietteenkäsittelyn projektipäälliköt, projektipäälliköt, projekti-insinöörit, asentajat, hankintapäällikkö sekä käänös- ja toimistopalveluista vastaavat henkilöt. Projekti-insinöörit ovat keskittyneet seuraaviin tehtäviin: prosessisuunnittelu, SIA-suunnittelu, kone- ja laitesuunnittelu sekä työmaalla tapahtuviin asennusvalvonta-, työnjohto-, käyttöönotto-, sekä koulutustehtäviin.

4. LAADUNVARMISTUSPROSESSI JA SEN YLLÄPITO

Econetin liiketoimintaan kuuluvat laajuudeltaan erityyppiset asiakasprojektit. Hankkeet toteutetaan joko oman organisaation toimesta tai aliurakoitsijoiden ja oman organisaation yhteistyönä. Projektin aloitusvaiheessa laaditaan projektisuunnitelma, joka sisältää projektin yleiset tiedot, aikataulun, toimituslaajuuden mukaiset laadunhallintasuunnitelmat ja mahdolliset liitteet. Projektisuunnitelmaa laadittaessa määritellään projektikohtainen organisaatio ja vas-

tuunjako. Aliurakoitsijan soveltuvuus kyseisen työtehtävän hoitamiseen arvioidaan ennen tämän kanssa tehtävän sopimuksen laatimista. Projektin hoidosta vastaa yleensä projektipäällikkönä tai työnjohtajana toimiva projekti-insinööri. Alihankintana toteutettavista projektiosuuksista vastaa aliurakoitsijan työnjohtaja. Jokainen, oman organisaation tai aliurakoitsijan edustaja, vastaa omasta laadunhallintajärjestelmän mukaisesta toiminnastaan, ja raportoi tästä laadunhallintajärjestelmän dokumentointitavan mukaisesti. Projektisuunnitelmaa laadittaessa huomioidaan myös työturvallisuuden ja ympäristöön liittyvät asiat ja tarvittaessa tehdään työturvallisuus- ja /tai ympäristösuunnitelma vaativille työosuuksille.

Niin asiakas- kuin yhteistyösuhteissa pyritään pitkäaikaisuuteen. Tavarantoimittajina ja aliurakoitsijoina käytetään tunnettuja ja luotettavia yhteistyökumppaneita. Aliurakoitsija vastaa toteuttamansa työn laadusta sovittujen vaatimusten mukaisesti. Projektipäällikkö/projekti-insinööri vastaa työn laadun seurannasta ja dokumentoinnista.

Valmistuvasta työstä tehdään laaturaportti, josta käyvät ilmi myös mahdolliset laatuvirheet, joista tehdään poikkeamailmoitus. Projektikohtaisen sisäisen laatukselmuksen tekee jokaisen projektin kohdalla erikseen työmaan aloituskokouksessa nimetty henkilö, yleensä projekti-insinööri. Näin selvitetään, onko toiminta projektissa laadunhallintajärjestelmän ja ennalta laadittujen suunnitelmien mukaista.

Sisäisellä auditoinnilla pyritään toiminnan yhdenmukaistamiseen, toimintatapojen kehittämiseen ja työn laadun parantamiseen. Sillä pyritään samalla sitouttamaan yrityksen henkilökunta ja alihankkijat laadunhallintajärjestelmän mukaiseen toimintaan. Johdon auditointi/katselmus suoritetaan vähintään kerran vuodessa.

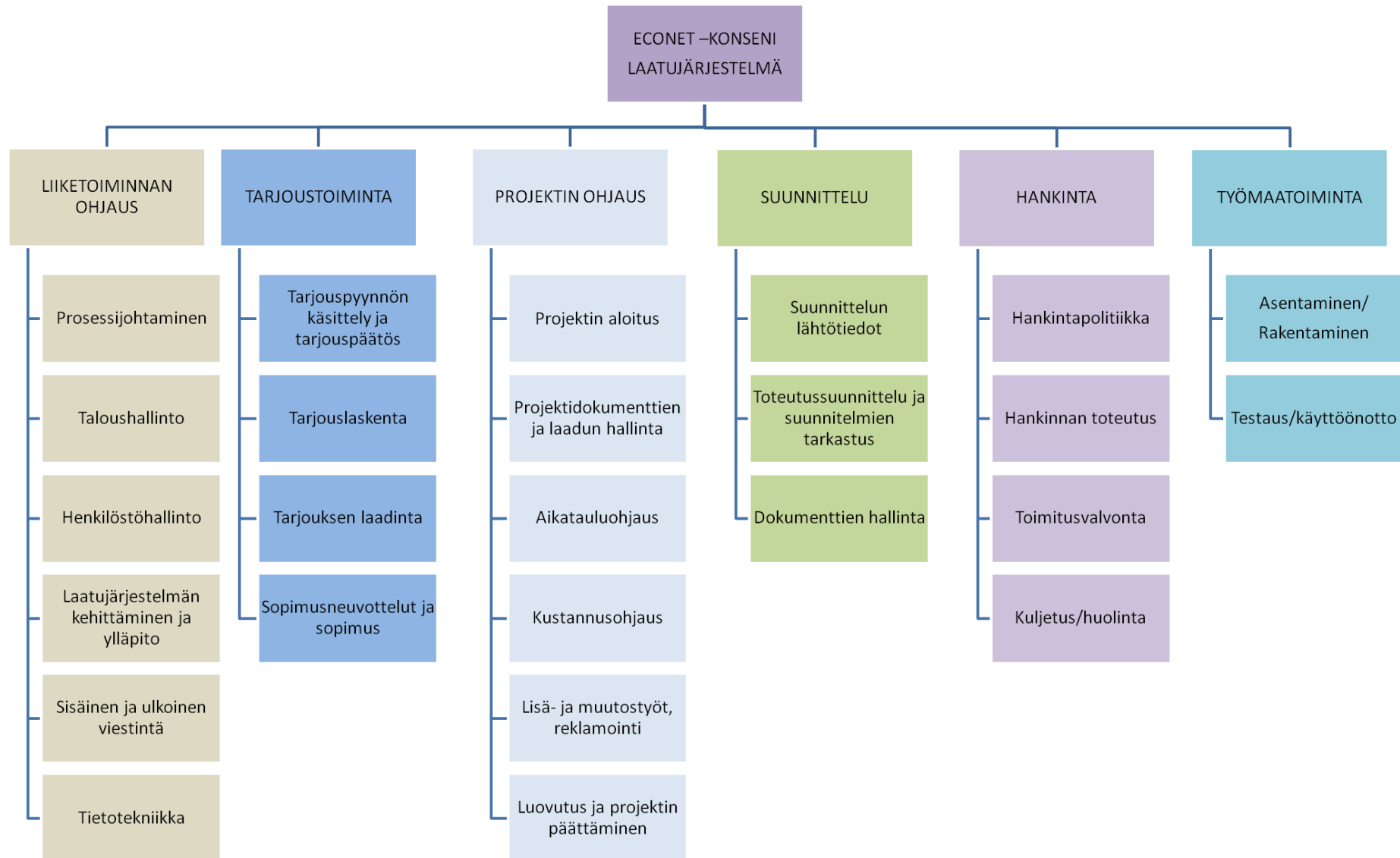
Laadunhallintajärjestelmä elää ja kehittyy yrityksen mukana. Järjestelmää koskevat parannusehdotukset käsitellään ja kirjataan. Laadunhallintajärjestelmän ja projektikohtaisten laatuasiakirjojen tarkistus suoritetaan sisäisten auditointien perusteella. Järjestelmää päivitetään tarpeen mukaan jatkuvasti.

5. LAADUNHALLINTAJÄRJESTELMÄN RAKENNE

Econet-konsernin laadunhallintajärjestelmä (kuva 2) on luotu takaamaan asiakkaan tyytyväisyys yrityksen tarjoamiin työsuorituksiin. Toimivan järjestelmän avulla taataan yrityksen kilpailukyky myös tulevaisuudessa. Laadunhallintajärjestelmä on yrityksen toiminnan kehittämisen väline ja se on ohjenuorana yrityksen kaikessa toiminnassa.

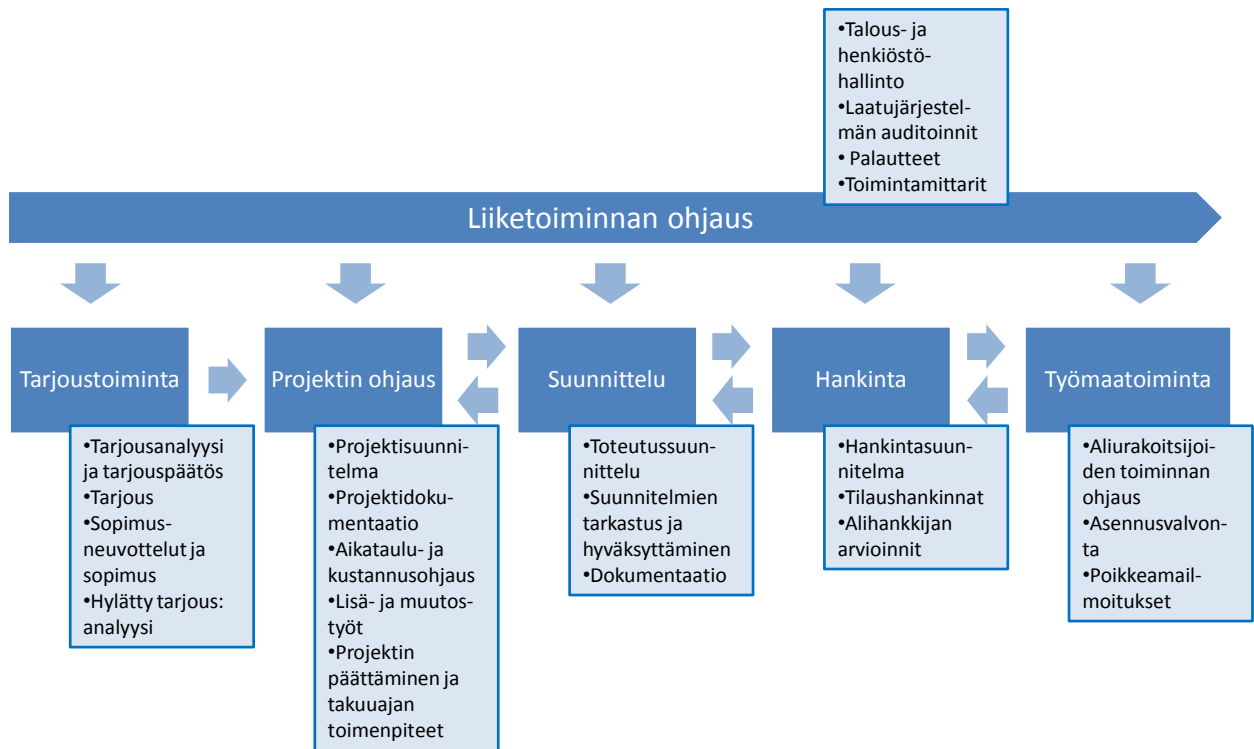
Laatukäsikirja on yleinen kuvaus Econet-konsernin toimintatavoista. Laatujärjestelmään on kerätty yritystoiminnan toimintaohjeet, muistilistat ja valmiit asiakirjamallit systemaattisen ja laadukkaan toiminnan tueksi. Projektin laatusuunnitelmasta ja projektisuunnitelmasta käyvät ilmi yrityksen laadunhallintajärjestelmän mukaiset projektikohtaiset menettelyohjeet. Muut laatudokumentit ovat valmiiksi laadittuja dokumentteja (esim. työ- ja laadunvarmistussuunnitelma), joilla todennetaan yrityksen laatuperiaatteiden mukainen toiminta. Econet ottaa huomioon toimintaansa liittyvät lait, asetukset, normit ja muut ohjeet.

Laadunhallintajärjestelmä on konsernissa noudatettavien toimintatapojen ja menettelyohjeiden kuvaus. Siihen kuuluvia asiakirjoja ei sisällytetä urakka- tai sopimusasiakirjoihin ilman erillistä sopimusta.



Kuva 2. Econet-konsernin laadunhallintajärjestelmän rakenne.

Toimintojen välistä vuorovaikutusta havainnollistaa seuraava kaavio, kuva 3. Liitteessä 1 on esitetty prosessien välinen vuorovaikutus lähtö- ja tulostietojen avulla.



Kuva 3. Prosessien välinen vuorovaikutus.

6 5.1. LIIKETOIMINNAN OHJAUS

7 5.1.1 PROSESSIJOHTAMINEN

Toimintaohjeet: Lo101 Johtamisperiaatteet, Lo102 Menetelmien ja tekniikan kehittäminen, Lo103 Sisäinen tuloraportointi, Lo104 Yhtiön sisäiset kokoukset

Econet-konsernin tärkein toimintasektori on teollisuuden ja kuntien vesi- ja ympäristötekniisten hankkeiden laitosrakentaminen sekä kone- ja laitetöimitukset. Yritys on asiantuntija erityisesti juomaveden ja teollisuuden prosessivesilaitosten, voimalaitosveden sekä kunnallisten ja teollisuuden jätevesilaitosten, lietteenkäsittelyn ja biokaasulaitosten toteuttajana.

Konsernin markkina-alueena ovat Suomen lisäksi keskeiset viennin kohdemaat Kiina, Vietnam sekä Venäjä. Yrityksen kilpailijat toimivat pääosin samoilla markkinoilla niin Suomessa kuin ulkomailla.

Konsernilla on toimiva yhteistyöverkosto. Tärkeimmät yhteistyökumppanit ovat tunnetuimmat kotimaiset suunnittelutoimistot, aliurakoitsijat sekä laitevalmistajat. Konsernin tavoitteena on pitkällä ja keskipitkällä aikavälillä oman erityisosaamisen edelleen vahvistaminen mm. yritysostoin.

Econet-konsernissa halutaan varmistaa kilpailukyky myös tulevaisuudessa seuraamalla oman alan teknistä kehitystä. Uudet projektinhallintatyökalut, uusien menetelmien ja tekniikoiden hallinta, vanhoja menetelmiä väheksymättä, varmistaa tuloksellisen yrittämisen myös jatkossa. Henkilöstön ammattitaidon ylläpitäminen ja kehittäminen ovat kilpailukykyyn selkeästi vaikuttavia seikkoja.

Econet-konsernissa projektimuotoinen toimintatapa on jaettu prosesseihin alkaen tarjoustoiminnasta ja päättyen asiakkaalle tapahtuvaan urakan tai toimituksen luovutukseen sekä siihen liittyviin takuuajaisiin toimenpiteisiin. Prosesseilla on projektikohtaiset vastuuhenkilöt ja liiketoiminnan ohjauksen kautta tulevat tukipalvelut.

8 5.1.2 TALOUS- JA HENKILÖSTÖHALLINTO

Toimintaohjeet: Lo201 Taloushallinto, Lo301 Henkilöstöhallinto, Lo302 Ulkomaan työ- ja komennussopimukset, Lo303 Koulutus, Lo304 Uusien henkilöiden perehdyttäminen

TALOUSHALLINTO

Konsernin hallinnollinen organisaatio on pieni. Konsernijohtaja vastaa hallinnollisista asioista ja apunaan hänellä on talouspäällikkö, palkanlaskennasta vastaava yritys ja konsultoiva tilintarkastustoimisto, jotka yhdessä huolehtivat konserniyritysten taloushallinnon rutiineista kuten laskutuksesta, palkanlaskennasta ja muista vaadittavista tehtävistä. Ostolaskujen hinta- ja määrätarkistuksen tekee ao. tilauksen tekijä. Projekteissa kustannuseurannasta ja laskujen käsittelystä vastaa projektia hoitava projektipäällikkö/-insinööri, jolloin asiaa käsittelee sen tunteva henkilö.

Laskut hyväksyy hankkeen projektipäällikkö ja/tai toimitusjohtaja erillisen toimintaohjeen mukaisin valtuuksin. Toimitusjohtajan vastuulla on myös kannattavuus- ja kustannuseuranta taloushallinnon toimittamien raporttien pohjalta.

HENKILÖSTÖN REKRYTOINTI

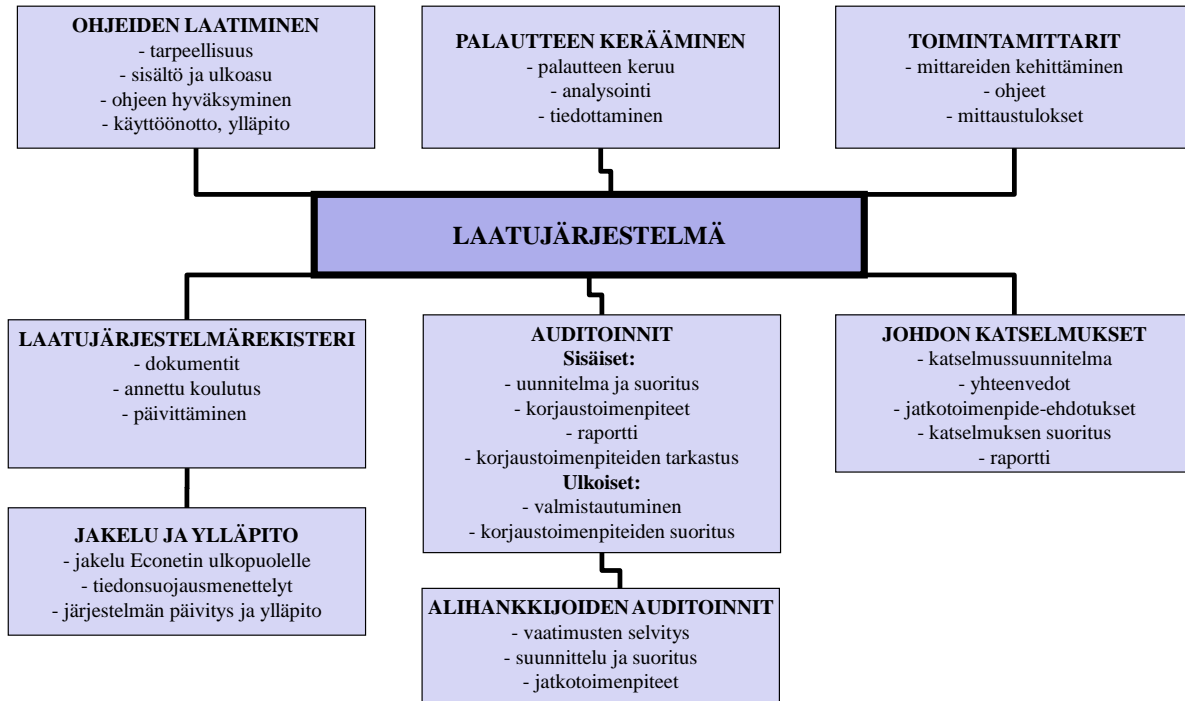
Työntekijäehdokkaat haastatellaan ja heidän kokemuksensa ja ammattitaitonsa kyseisten tehtävien hoitamiseen selvitetään ennen työsuhteen solmimista. Koska työntekijä vastaa omasta työstään ja sen laadusta, ovat työntekijän oma-aloitteisuus ja vastuunkantokyky tärkeitä ominaisuuksia uusien henkilöitä rekrytoitaessa. Uuden työntekijän soveltuvuus työtehtävään varmistetaan koeajalla työsuhteen alussa.

HENKILÖSTÖN KOULUTUS

Henkilöstön osallistuminen lakisääteiseen koulutukseen sekä muuhun koulutukseen, josta on olemassa todistus, kirjataan koulutusrekisteriin (X:\LAATU\Koulutus).

9 5.1.3 LAATUJÄRJESTELMÄN KEHITTÄMINEN JA YLLÄPITO, SISÄINEN JA ULKOINEN VIESTINTÄ

Toimintaohjeet: Lo402 Laatu järjestelmän dokumenttien ylläpito, jakelu ja arkistointi, Lo403 Ohjeiden laatiminen ja käsittely, Lo404 Laatu järjestelmän auditoinnit, Lo405 Econetin tekemät alhankkijoiden auditoinnit, Lo406 Toimintamittarit, Lo407 Korjaavat ja ehkäisevät toimenpiteet, Lo408 Palautteiden kerääminen, Lo409 Laatu vastaavan tehtävät, Lo410 Palautteiden käsittely ja johdon katselmukset, Lo501 Sisäinen ja ulkoinen tiedottaminen.



Kuva 4. Econetin laatujärjestelmän kehittäminen ja ylläpito.

Kuvassa 4 on esitetty Econetin laatujärjestelmän kehittäminen ja ylläpito kaaviomuodossa. Jokaisella organisaatioon kuuluvalla on oikeus laatia tarvittava toimintaohje, muistilista, lomake tai muu työkalu. Konsernin laatuvaastava vastaa ohjeen

- sovittamisesta laatujärjestelmään
- ohjeen ulkoasusta
- tarkistamisesta
- hyväksyttämistä.

Palautteita ovat: asiakaspalautteet, alihankkijapalautteet, sisäiset palautteet, itsearvioinnit, reklamaatiot, poikkeamailmoitukset, sisäiset ja ulkoiset auditoinnit. Projektien palautepalaverit pidetään erillisen toimintaohjeen mukaisesti.

Asiakaspalautetta pyritään keräämään kaikista projekteista. Palautekysely lähetetään työn loputtua. Mikäli asiakaskyselylomake ei sovellu ko. projektille, yritetään palautetta saada haastatteleamalla asiakasta. Alihankkijapalautelomake lähetetään merkittävimmille alihankkijoille.

Laadun mittauksen tulee kohdistua erityisesti toiminnan kriittisimpiin kohtiin. Kriittiset kohdat voidaan tunnistaa esim. auditointien ja saadun palautteen perusteella. Tavoitteena on:

1. Kehittää toimintaa eri näkökulmista mittaavia toimintamittareita. Toimintamittarit voivat olla projekti-, toiminto- tai yhtiökohtaisia sekä lyhyemmän tai pidemmän aikajänteen mittareita.
2. Hankkia toimintokohtaisille mittareille yhtiön johtoryhmän hyväksyntä. Hyväksyminen kirjataan johtoryhmän kokouspöytäkirjaan. Toimintokohtaiset mittarit hyväksyy ao. projektipäällikkö.
3. Laatia tarvittaessa ohjeet niiden mittareiden käytölle, joissa tiedon keruun ja/tai analysoimisen tekee joku muu kuin mittarin laatija.
4. Koota mittaustulokset yhteen, analysoida ne ja laatia tuloksista kirjallinen raportti johdon katselmusta varten. Mittaustulokset käsitellään palautteiden käsittelyn yhteydessä toiminto- ja/tai yksikkötasolla.

Econetin laatukäsikirjaa voidaan jakaa yrityksen ulkopuolelle eli mm. tilaajille, rahoittajille ja alihankkijoille. Pääsääntöisesti varsinaista laatujärjestelmää tai sen osakokonaisuuksia ei anneta Econetin ulkopuolelle. Toimintaohjeita voidaan näyttää tilaajalle ja alihankkijoille perustelluista syistä. Projektisuunnitelmaan liittyvien dokumenttien jakelu hoidetaan projektikohtaisesti sovittavan käytännön mukaisesti.

Laatujärjestelmätiedostot koostuvat järjestelmän kehittämiseen ja ylläpitoon liittyvistä tiedostoista. Tiedostoista otetaan varmuuskopioita erillisen toimintaohjeen mukaisesti. Työmaa- ja projektikansioiden arkistointi sekä muiden laatujärjestelmätiedostojen arkistointi tapahtuu erillisten toimintaohjeiden mukaisesti. Yhtiön laatuvaastava henkilö vastaa siitä, että kyseinen osa laatujärjestelmää on

- laadittu ja jaettu toimintaohjeiden mukaisesti
- päivitetty saadun palautteen perusteella.

Ulkoisen auditoinnin suorittaa jokin Econetin ulkopuolinen taho, esimerkiksi tilaaja. Auditointiin osallistujat määräytyvät sen merkittävyyden mukaan. Auditointiin osallistuu aina yhtiön laatuvaastava.

Sisäisiä auditointeja varten käytetään erillisiä auditointilomakkeita.

Palautteiden yhteenvetoja käsitellään johtoryhmän palavereissa, joita pidetään vuoden aikana vähintään kaksi kertaa. Johdon katselmusta varten laaditaan:

1. Yhteenveto palautteista.
2. Luonnos korjaavista ja ehkäisevistä toimenpiteistä sekä tavoitteista.

Katselmusta varten laaditaan asialista ja kutsu, jossa on esitelty ainakin seuraavat asiat

- käsiteltävät yhteenvedot ja analysoinnit
- katselmuksen suorittajat
- tavoite- ja kehitysehdotukset.

Liite 1

Prosessien välinen vuorovaikutus				
Toimintaohjeen otsikko	Lähtötiedot, toimintaohje, nro	Lähtötiedot	Tulostiedot, toimintaohje, nro	Tulostiedot
Liiketoiminnan ohjaus				
Taloushallinto	Po203	Projektisuunnitelma	Lo201	Projektiraportointi
Henkilöstöhallinto			Lo301	Koulutusrekisterit
Laatujärjestelmän auditoinnit			Lo404	Auditointisuunnitelma, auditointiraportti
Econetin tekemät alihankkijoiden auditoinnit			Lo405	Auditointisuunnitelma, auditointiraportti
Toimintamittarit			Lo406	
Palautteiden kerääminen	Po502 Po603 Lo404, Lo405 Lo406	Reklamaatioseuranta Palautepalaverin tarkistuslista, asiakaspalaute, alihankkijapalautteet, itsearviointi Auditoinnit Muut laatumittarit	Lo408	Asiakaspalaute, alihankkijapalautteet, itsearviointi
Tarjoustoiminta				
Tarjouspyynnön käsittely ja tarjouspäättös	Ta101	Tarjouspyyntö	Ta101	Tarjousanalyysi
Tarjouspyynnön käsittely ja tarjouspäättös	Ta101	Tarjousanalyysi	Ta101	Tarjouspäättös
Pientoimitusten tarjouspyynnöt ja toimitukset	Ta101	Tarjouspyyntö	Ta102	Tilausvahvistus
Tarjouslaskenta	Ta101	Tarjouspyyntö	Ta201	Tarjouslaskelma
Tarjouksen laadinta	Ta101	Tarjouspyyntö	Ta301	Tarjouksen vastuumatriisi, kokousmuistiot, projektin laatu-

				suunnitelma, riskianalyysi
Tarjouksen kokoaminen, toimittaminen ja seuranta	Ta101	Tarjouspyyntö	Ta303	Tarjouksen tarkistuksen muistilista, tarjous
Sopimusneuvottelut ja sopimus		Hyväksytty tarjous	Ta401	Sopimuksen tarkistuksen muistilista, sopimus
Projektin ohjaus				
Projektin organisointi ja aloitus	Ta401	Sopimus	Po101	Projektin perustietolomake, projektin aloituksen tarkistusta, riskianalyysi (ulkomaan projektit)
Projektin laadunhallinta	Ta401	Sopimus	Po203, Ta401	Projektsuunnitelma, laadunhallintasuunnitelmat
Urakkasopimusneuvottelut ja sopimus	Ta401	Sopimus	Ta401	Urakkasopimuksen tarkistuksen muistilista
Aikataulun laatiminen	Ta401	Sopimus	Po301	Projektin aikataulut
Kustannusohjaus, myyntilaskut	Ta401	Sopimus	Po401	Myyntilaskut
Kustannusohjaus, ostolaskut		Tilauslomake, hankintasopimus	Po402	Ostolaskut
Lisä- ja muutostyöt		Sopimus, lisä- ja muutostyötarjous	Po501	Lisä- ja muutostöiden seurantalista
Reklamointi, Econetin tekemä reklamatio		Poikkeamailmoitus työmaalta	Po502	Reklamaatio
Reklamointi, Econetille tehty reklamatio			Po502	Reklamaatiovastine, reklamaatioseuranta
Kohteen itselleluovutus			Po601	Itselleluovutuksen

				tarkistuslista, poikkeamailmoitus
Luovutus tilaajalle ja taloudellinen loppuselvitys			Po602	Vastaanottotarkastuksen pöytäkirjan muistilista, taloudellisen loppuselvityksen muistilista
Projektin päättäminen			Po603	Palautepalaverin tarkistuslista, asiakaspalautteet, alihankkijapalautteet, itsearviointi
Takuuajan toimenpiteet		Sopimus	Po605	Takuuajan vastuumatriisi
Suunnittelu				
Toteutussuunnittelun käynnistäminen	Po203	Projektisuunnitelma, laadunhallintasuunnitelmat	Su102	Suunnittelun lähtötietojen muistilista, suunnitelmien tarkastusmuistio
Suunnitteluasiakirjojen hallinta	Po203	Projektisuunnitelma, laadunhallintasuunnitelmat	Su302	Suunnitelmien jakeluista, piirustusluettelo
Hankinta				
Hankinnan toimintaohje	Po203	Projektisuunnitelma, laadunhallintasuunnitelmat	Ha101, Ha204, Ha205	Hankintasuunnitelma, hankinta-aikataulu, hankintasopimukset
Tilauhankinnat	Po203	Projektisuunnitelma, laadunhallintasuunnitelmat	Ha207	Ostotilaus
Alihankkijan arviointi	Po203	Projektisuunnitelma, laadunhallintasuunnitelmat	Ha211	Alihankkijan arviointi
Työmaatoiminta				

Vastaanotto työmaalla tai toimituskohteessa	Po203	Projektisuunnitelma, laadunhallintasuunnitelmat	Tm101	Poikkeamailmoitus/reklamaatio, kirjanpito tilaajan toimittamista materiaaleista
Aliurakoitsijoiden toiminnan ohjaus	Po203	Projektisuunnitelma, laadunhallintasuunnitelmat	Tm102	Urakan aloituksen muistilista, tarkastuspöytäkirjat
Asennusvalvonta	Po203	Projektisuunnitelma, laadunhallintasuunnitelmat	Tm103	Työmaapäiväkirja, tarkastuspöytäkirjat

Aiemmin tehty tutkimus

ASIAKASPALAUTTEET 2010-2011			19.9.2011
Työnumero	Projekti	Keskiarvo (skaala +3...-3)	Lisätietoja
Econet			
12051	Kakolanmäen jvp:n täydennyskoneisto		3 kpl vastauksia
v. 2010	suunnittelu	+2	
	toteutus	+2,2	
	informointi	+2,5	
	ympäristö	+2,9	
	palvelu	+3	
HSY Jätehuolto, Ämmäsuon jätteenkäsittelykeskuksen kierrätysvesiasema, koneistourakka			
12059	HSY Jätehuolto, Ämmäsuon jätteenkäsittelykeskuksen kierrätysvesiasema, koneistourakka		
v. 2010	suunnittelu	0	1 kpl vastauksia
	toteutus	+1,2	
	informointi	+1,5	
	ympäristö	+2	
	palvelu		
YLöjärven Vesi liikelaitos, Kurun jvp:n lietteenkäsittely			
11022	YLöjärven Vesi liikelaitos, Kurun jvp:n lietteenkäsittely		Kysely lähetetty 6.9.2011: Hannu Myllynen, Jari Virtanen. Ei vastauksia.
v. 2011			
HSY Jätehuolto, Ämmäsuon pumppaamon SRV2 saneeraus			
11023	HSY Jätehuolto, Ämmäsuon pumppaamon SRV2 saneeraus		Kysely lähetetty 6.9.2011: Jukka Taskinen. Ei vastauksia.
v. 2011			
Porvoon Vesi, Rantakadun jätevesipumppaamon saneeraus			
11033	Porvoon Vesi, Rantakadun jätevesipumppaamon saneeraus		
v. 2011	suunnittelu	+2	1 kpl vastauksia
	toteutus	+2	
	informointi	+1,5	
	ympäristö	+1,5	
	palvelu	+2,5	
Slamex			



ASIAKASPALAUTE

ECO ENVIRONMENT OY

PROJEKTI: Kakolanmäen jätevedenpuhdistamon täydennyskoneisto, Turun Seudun Puhdistamo Oy	PVM: 21.4.2010
ASIAKKAAN EDUSTAJA (nimen ilmoittaminen on vapaaehtoista): Raimo Laaksonen	

ARVIONNE SEURAAVISTA PROJEKTIIN LIITTYVISTÄ ASIOISTA ECO ENVIRONMENT OY:N OSALTA:

SUUNNITTELU	+3	+2	+1	-1	-2	-3
1. Suunnitteluratkaisujen toimivuus	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Suunnitteludokumenttien selkeys	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Suunnittelun muutosten ja virheiden hallinta	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitä parannettavaa ECO ENVIRONMENT OY:llä on em. asioissa?						
PROJEKTIN TOTEUTUS	+3	+2	+1	-1	-2	-3
4. Aikataulun pitävyyttä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Laite- ja materiaalivalintojen soveltuvuus kohteeseen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Työmaahenkilöiden tietoisuus työn vaatimuksesta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Projektiorganisaation vastuiden selkeys ja kattavuus	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Virheiden ja puutteiden korjaaminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Kohteen valmius ja toimivuus luovutushetkellä	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitä parannettavaa ECO ENVIRONMENT OY:llä on em. asioissa?						
INFORMOINTI	+3	+2	+1	-1	-2	-3
10. Virheistä ja poikkeamista tiedottaminen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Työstä tehdyt tarkepiirustukset, raportit yms. dokumentit	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitä parannettavaa ECO ENVIRONMENT OY:llä on em. asioissa?						
YMPÄRISTÖ	+3	+2	+1	-1	-2	-3
12. Ympäristön huomioon ottaminen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Asennuskohteen siisteys ja järjestys	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitä parannettavaa ECO ENVIRONMENT OY:llä on em. asioissa? Viimeisten puutteiden korjaamisen aikataulu on vähän venynyt. Osa puutteista on koitunut kiusalliseksi käytölle.						

**ASIAKASPALAUTE**

ECO ENVIRONMENT OY

PALVELU	+3	+2	+1	-1	-2	-3
14. Henkilöstön palveluhalukkuus	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Yhteistyön sujuminen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitä parannettavaa ECO ENVIRONMENT OY:llä on em. asioissa?						

KIITOS VASTAUKSESTANNE!

Palautus:
vastaanottaja: Tuija Sinettä
s-posti: tuija.sinetta@ecoenvironment.fi
faksi (09) 5617 3430
postiosoite ECO Environment Oy,
Malminkaari 5, 00700 HELSINKI

Aiemmin tehty tutkimus



ASIAKAS TYYTYVÄISYYS-KYSELY

Parantaaksemme toimintaamme ja palveluitamme vastaamaan asiakkaan tarpeita toivomme teidän vastaavan kyselyymme valmistuneesta projektista.

Suora ja avoin palaute auttaa meitä suunnittelemaan ja toimimaan parhaimman asiakas tyytyväisyyden puolesta ja jatkamaan kehitystä.

Palaute on täysin luottamuksellinen.

Kiitos yhteistyöstä!

Yhteystiedot

Yritys: _____

Osoite: _____

Puhelin: _____ Fax no: _____

Nimi: _____ Asema: _____

Projektin nimi ja no: _____

Yrityksemme asema tässä projektissa: ”□”

Vastaaajan asema tässä projektissa: ”μ”

Työnantaja: μ

Suunnittelija/Konsultti: μ

Loppukäyttäjä: μ

Ali-urakoitsija: μ

Päätätaja: μ

Muu: _____

Haastattelija: _____



2/4

	Erinomainen	Hyvä	Tyydyttävä	Huono	Tärkeys (1-4)
1. Lopputuotteen yhdenmukaisuus sopimuksen ehtojen mukaisesti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Yhteistyö taidot projektin aikana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jos Econet vastuussa suunnittelutarkastuksesta (3-5):					
3. Suunnittelutarkastus ja -ratkaisut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Suunnittelu aikataulu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Tarvittavien dokumenttien ja esitemateriaalin laatu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lisätietoja

6. Tehokkuus johdossa ja työn valvonta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Työn tehokkuus projektin aikana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Työn tekeminen oikein ensimmäisellä kerralla	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lisätietoja

9. Projektin johtajan ammattitaito ja työntekijöiden tekninen osaaminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Käytetyn työvoiman ammattitaito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Työvoiman motivaatio, omatoimisuus ja kyky toimia tilanteen mukaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lisätietoja

12. Kyky tehdä nopeita päätöksiä projektin aikana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
---------------------------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--



3/4

	Erinomainen	Hyvä	Tyydyttävä	Huono	Tärkeys (1-4)
13. Aikataulun toteuttaminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lisätietoja

14. Kuinka hyvin lopputuote vastasi teidän kokonaisodotuksia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Vastasiko tuote teknisesti sopimusehtoja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Vastasiko käytetyt materiaalit sopimusehtoja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lisätietoja:

17. Joustavuus projektin edetessä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Asiakas myönteisyys ja keskittyminen asiakkaan tarpeisiin projektin aikana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Econet Engineeringin suhtautuminen yhteistyö kumppaneihin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20. Mitä puutteita tai ongelmia havaitisit tämän projektin aikana?

21. Teidän asemassanne, miten Econet Engineering voisi parantaa palveluitaan tulevaisuudessa?



22. Haluatko jatkaa yhteistyötä Econetin kanssa tulevaisuudessa
- | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Kyllä | Tietyin varauksin | Ei |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
23. Milloin seuraava projekti on ajankohtainen?
- | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Ensi vuonna | 1-3 vuotta | 3-5 vuotta |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Jos vastaus kysymykseen 23 oli kielteinen vastaa myös seuraavaan kysymykseen.

24. Mikä on pääsyy miksi ette jatka yhteistyötä Econet Engineeringin kanssa?

Päiväys: _____

Kiitos Vastauksestasi!

Aiemmin tehty tutkimus



ASIAKASPALAUTE

PROJEKTI:	PVM:
ASIAKKAAN EDUSTAJA (nimen ilmoittaminen on vapaaehtoista):	

ARVIONNE SEURAAVISTA PROJEKTIIN LIITTYVISTÄ ASIOISTA ECONETIN OSALTA:

Asteikolla +3 = Econet onnistui erinomaisesti, -3 = Econetilla on paljon parannettavaa

SUUNNITTELU	+3	+2	+1	-1	-2	-3
1. Suunnitteluratkaisujen toimivuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Suunnitteludokumenttien selkeys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Suunnittelun muutosten ja virheiden hallinta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitä parannettavaa Econetillä on em. asioissa?						
PROJEKTIN TOTEUTUS	+3	+2	+1	-1	-2	-3
4. Aikataulun pitävyys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Laite- ja materiaalivalintojen soveltuvuus kohteeseen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Työmaahenkilöiden tietoisuus työn vaatimuksista	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Projektiorganisaation vastuiden selkeys ja kattavuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Virheiden ja puutteiden korjaaminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Kohteen valmius ja toimivuus luovutushetkellä	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitä parannettavaa Econetillä on em. asioissa?						
INFORMOINTI	+3	+2	+1	-1	-2	-3
10. Virheistä ja poikkeamista tiedottaminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Työstä tehdyt tarkepiirustukset, raportit yms. dokumentit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitä parannettavaa Econetillä on em. asioissa?						
YMPÄRISTÖ	+3	+2	+1	-1	-2	-3
12. Ympäristön huomioon ottaminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Asennuskohteen siisteys ja järjestys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitä parannettavaa Econetillä on em. asioissa?						
PALVELU	+3	+2	+1	-1	-2	-3
14. Henkilöstön palveluhalukkuus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Yhteistyön sujuminen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitä parannettavaa Econetillä on em. asioissa?						

Palautus ja lisätietoja: Taina Dammert
taina.dammert@econetgroup.fi

puh. 09 8366 250
 faksi 09 8366 2510
 osoite Econet Oy, Malminkaari 5, 00700 HELSINKI

KIITOS VASTAUKSESTANNE!

Kyselylomake

E-lomake - Asiakastyytyväisyyskysely

Page 1 of 3

Asiakastyytyväisyyskysely

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 19.12.2011 22.30 ja päättyy 31.3.2012 23.59

Taustatiedot

	>2	3-4	5-6	7<
Kuinka usein olette tilanneet varaosia viimeisen vuoden aikana?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	>2	3-4	5-6	7<
Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Monivalinta

Mitä mieltä olette seuraavista asioista, arvioi ne asteikolla 1 – 5.

	Erinomainen	Hyvä	Tyydyttävä	Välttävä	En osaa sanoa
varaosien toimitusaika	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
varaosien tilauksen helppous	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
palvelu varaosia tilatessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
palvelu varaosien saapuessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
huollon saannin kesto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
huollon tilauksen helppous	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
palvelu huoltoa tilatessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
palvelu huollon yhteydessä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
toteutuneen huollon laatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tilauksen teon helppous	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tarjouksen saamiseen kulunut aika	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tilausvahvistuksen selkeys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tilausvahvistuksen saamiseen kulunut aika	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
laskun selkeys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Kyllä	Ei
Onko saamanne palvelu vastannut odotuksianne?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Valitse seuraavista vaihtoehdoista viisi (5) mielestäsi tärkeintä kehityksen kohdetta:

- varaosien toimitusaika
- varaosien tilauksen helppous
- palvelu varaosia tilatessa
- palvelu varaosien saapuessa
- huollon saannin kesto
- huollon tilauksen helppous

- palvelu huoltoa tilatessa
- palvelu huollon yhteydessä
- toteutuneen huollon laatu
- tilauksen teon helppous
- tarjouksen saamiseen kulunut aika
- tilausvahvistuksen selkeys
- tilausvahvistuksen saamiseen tilausvahvistuksen saamiseen kulunut aika
- laskun selkeys

Valitse seuraavista vaihtoehdoista viisi (5) yrityksellenne tärkeintä palvelua:

- varaosien toimitusaika
- varaosien tilauksen helppous
- palvelu varaosia tilatessa
- palvelu varaosien saapuessa
- huollon saannin kesto
- huollon tilauksen helppous
- palvelu huoltoa tilatessa
- palvelu huollon yhteydessä
- toteutuneen huollon laatu
- tilauksen teon helppous
- tarjouksen saamiseen kulunut aika
- tilausvahvistuksen selkeys
- tilausvahvistuksen saamiseen tilausvahvistuksen saamiseen kulunut aika
- laskun selkeys

Avoimet kysymykset

Miksi olit erityisen tyytyväinen tai tyytymätön johonkin palveluun?

Kerro omin sanoin kuinka palveluita tulisi mielestänne kehittää, jotta ne olisivat yrityksenne tarpeisiin sopivampia?

Kuinka palveluista saisi mielestänne käyttäjäystävällisempiä?

Tietojen lähetykset

Tallenna

Kiitos vastauksestanne!

Järjestelmänä Eduix E-lomake 3.1, www.e-lomake.fi

Mitä mieltä olet seuraavista asioista, arvio ne asteikolla 1-5.

Tässä tarkemmat vastaukset SPSS:llä tehdyin taulukoin kuvattuina.

Varaosien toimitusaika

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hyvä	12	52,2	52,2	52,2
	Tyydyttävä	7	30,4	30,4	82,6
	Välttävä	4	17,4	17,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Varaosien tilauksen helppous

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erinomainen	1	4,3	4,3	4,3
	Hyvä	17	73,9	73,9	78,3
	Tyydyttävä	1	4,3	4,3	82,6
	Välttävä	4	17,4	17,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Palvelu varaosia tilatessa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erinomainen	1	4,3	4,3	4,3
	Hyvä	17	73,9	73,9	78,3
	Tyydyttävä	4	17,4	17,4	95,7
	Välttävä	1	4,3	4,3	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Palvelu varaosien saapuessa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erinomainen	1	4,3	4,3	4,3
	Hyvä	13	56,5	56,5	60,9
	Tyydyttävä	5	21,7	21,7	82,6
	En osaa sanoa	4	17,4	17,4	100,0

Palvelu varaosien saapuessa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erinomainen	1	4,3	4,3	4,3
	Hyvä	13	56,5	56,5	60,9
	Tyydyttävä	5	21,7	21,7	82,6
	En osaa sanoa	4	17,4	17,4	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Huollon saannin kesto

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erinomainen	1	4,3	4,3	4,3
	Hyvä	7	30,4	30,4	34,8
	Tyydyttävä	7	30,4	30,4	65,2
	Välttävä	3	13,0	13,0	78,3
	En osaa sanoa	5	21,7	21,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Huollon tilauksen helppous

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erinomainen	2	8,7	8,7	8,7
	Hyvä	11	47,8	47,8	56,5
	Tyydyttävä	3	13,0	13,0	69,6
	Välttävä	2	8,7	8,7	78,3
	En osaa sanoa	5	21,7	21,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Palvelu huoltoä tilatessa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erinomainen	1	4,3	4,3	4,3
	Hyvä	14	60,9	60,9	65,2
	Tyydyttävä	2	8,7	8,7	73,9
	Välttävä	1	4,3	4,3	78,3
	En osaa sanoa	5	21,7	21,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Palvelu huollon yhteydessä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erinomainen	4	17,4	17,4	17,4
	Hyvä	12	52,2	52,2	69,6
	Välttävä	1	4,3	4,3	73,9
	En osaa sanoa	6	26,1	26,1	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Toteutuneen huollon laatu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erinomainen	3	13,0	13,0	13,0
	Hyvä	11	47,8	47,8	60,9
	Tyydyttävä	2	8,7	8,7	69,6
	Välttävä	2	8,7	8,7	78,3
	En osaa sanoa	5	21,7	21,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Tilauksen teon helppous

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erinomainen	2	8,7	8,7	8,7
	Hyvä	14	60,9	60,9	69,6
	Tyydyttävä	4	17,4	17,4	87,0
	Välttävä	1	4,3	4,3	91,3
	En osaa sanoa	2	8,7	8,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Tarjouksen saamiseen kulunut aika

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hyvä	16	69,6	69,6	69,6
	Tyydyttävä	5	21,7	21,7	91,3
	Välttävä	2	8,7	8,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Tilausvahvistuksen selkeys

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hyvä	12	52,2	52,2	52,2
	Tyydyttävä	7	30,4	30,4	82,6
	Välttävä	1	4,3	4,3	87,0
	En osaa sanoa	3	13,0	13,0	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Tilausvahvistuksen saamiseen kulunut aika

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hyvä	13	56,5	56,5	56,5
	Tyydyttävä	5	21,7	21,7	78,3
	Välttävä	2	8,7	8,7	87,0
	En osaa sanoa	3	13,0	13,0	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Laskun selkeys

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hyvä	17	73,9	73,9	73,9
	Tyydyttävä	4	17,4	17,4	91,3
	En osaa sanoa	2	8,7	8,7	100,0
	Total	23	100,0	100,0	

Varaosien tilausmäärät verrattuna valittuihin kehityskohteisiin

Näissä taulukoissa on vertailtu vaikuttaako varaosien tilauskertojen määrä, vastaajan valitsemaan kehityskohteisiin.

varaosien toimitusaika * Kuinka usein olette tilanneet varaosia viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet varaosia viimeisen vuoden aikana?		Total
		Luokiteltu kahteen luokkaan		
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
varaosien toimitusaika	0	2	3	5
	1	9	9	18
Total		11	12	23

varaosien tilauksen helppous * Kuinka usein olette tilanneet varaosia viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet varaosia viimeisen vuoden aikana?		Total
		Luokiteltu kahteen luokkaan		
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
varaosien tilauksen helppous	0	6	7	13
	1	5	5	10
Total		11	12	23

palvelu varaosia tilatessa * Kuinka usein olette tilanneet varaosia viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet varaosia viimeisen vuoden aikana?		Total
		Luokiteltu kahteen luokkaan		
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
palvelu varaosia tilatessa	0	6	8	14
	1	5	4	9
Total		11	12	23

palvelu varaosien saapuessa * Kuinka usein olette tilanneet varasosia viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet varasosia viimeisen vuoden aikana?		Total
		Luokiteltu kahteen luokkaan		
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
palvelu varaosien saapues-	0	11	8	19
sa	1	0	4	4
Total		11	12	23

tilauksen teon helppous * Kuinka usein olette tilanneet varasosia viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet varasosia viimeisen vuoden aikana?		Total
		Luokiteltu kahteen luokkaan		
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
tilauksen teon helppous	0	7	6	13
	1	4	6	10
Total		11	12	23

tarjouksen saamiseen kulunut aika * Kuinka usein olette tilanneet varasosia viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet varasosia viimeisen vuoden aikana?		Total
		Luokiteltu kahteen luokkaan		
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
tarjouksen saamiseen kulu-	0	9	7	16
nut aika	1	2	5	7
Total		11	12	23

tilausvahvistuksen selkeys * Kuinka usein olette tilanneet varasosia viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet varasosia viimeisen vuoden aikana?		Total
		Luokiteltu kahteen luokkaan		
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
tilausvahvistuksen selkeys	0	9	7	16
	1	2	5	7
Total		11	12	23

tilausvahvistuksen saamiseen kulunut aika * Kuinka usein olette tilanneet varasosia viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet varasosia viimeisen vuoden aikana?		Total
		Luokiteltu kahteen luokkaan		
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
tilausvahvistuksen saamiseen kulunut aika	0	7	8	15
	1	4	4	8
Total		11	12	23

laskun selkeys * Kuinka usein olette tilanneet varasosia viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet varasosia viimeisen vuoden aikana?		Total
		Luokiteltu kahteen luokkaan		
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
laskun selkeys	0	10	10	20
	1	1	2	3
Total		11	12	23

Huoltojen tilausmäärät verrattuna valittuihin kehityskohteisiin

Näissä taulukoissa on vertailtu vaikuttaako huoltojen tilauskertojen määrä, vastaajan valitsemaan kehityskohteisiin.

huollon saannin kesto * Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan. Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan.		Total
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
huollon saannin kesto	0	9	1	10
	1	11	2	13
Total		20	3	23

huollon tilauksen helppous * Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan. Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan.		Total
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
huollon tilauksen helppous	0	11	3	14
	1	9	0	9
Total		20	3	23

palvelu huoltoä tilatessa * Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan. Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan.		Total
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
palvelu huoltoä tilatessa	0	15	2	17
	1	5	1	6
Total		20	3	23

palvelu huollon yhteydessä * Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan. Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan.		Total
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
palvelu huollon yhteydessä	0	18	2	20
	1	2	1	3
Total		20	3	23

toteutuneen huollon laatu * Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan. Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan.		Total
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
toteutuneen huollon laatu	0	15	0	15
	1	5	3	8
Total		20	3	23

tilauksen teon helppous * Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan. Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan.		Total
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
tilauksen teon helppous	0	10	3	13
	1	10	0	10
Total		20	3	23

tarjouksen saamiseen kulunut aika * Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan. Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan.		Total
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
tarjouksen saamiseen kulunut aika	0	13	3	16
	1	7	0	7
Total		20	3	23

tilausvahvistuksen selkeys * Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan. Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan.		Total
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
tilausvahvistuksen selkeys	0	15	1	16
	1	5	2	7
Total		20	3	23

tilausvahvistuksen saamiseen kulunut aika * Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan. Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan.		Total
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
tilausvahvistuksen saamiseen kulunut aika	0	12	3	15
	1	8	0	8
Total		20	3	23

laskun selkeys * Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan. Crosstabulation

Count

		Kuinka usein olette tilanneet huoltoja viimeisen vuoden aikana? Luokiteltu kahteen luokkaan.		Total
		1-2 tilausta	3-7 tilausta	
laskun selkeys	0	18	2	20
	1	2	1	3
Total		20	3	23

Valitut kehityskohteet verrattuina tärkeänä pidettyihin palveluihin

Näissä taulukoissa on vertailtu vaikutuksia ilmoitettujen kehityskohteiden ja vastaajille tärkeiden palveluiden välillä. Kehityskohteet ovat kuviossa ylhäällä ja tärkeät palvelut löytyvät kuvion vasemmasta reunasta.

varaosien toimitusaika * varaosien toimitusaika Crosstabulation

Count

	varaosien toimitusaika		Total
	0	1	
varaosien toimitusaika 1	5	18	23
Total	5	18	23

varaosien tilauksen helppous * varaosien tilauksen helppous Crosstabulation

Count

	varaosien tilauksen helppous		Total
	0	1	
varaosien tilauksen helppo- 0 us	10	1	11
1	3	9	12
Total	13	10	23

palvelu varaosia tilatessa * palvelu varaosia tilatessa Crosstabulation

Count

	palvelu varaosia tilatessa		Total
	0	1	
palvelu varaosia tilatessa 0	10	3	13
1	4	6	10
Total	14	9	23

palvelu varaosien saapuessa * palvelu varaosien saapuessa Crosstabulation

Count

	palvelu varaosien saapuessa		Total
	0	1	
palvelu varaosien saapues- 0 sa	18	4	22
1	1	0	1
Total	19	4	23

huollon saannin kesto * huollon saannin kesto Crosstabulation

Count

		huollon saannin kesto		Total
		0	1	
huollon saannin kesto	0	4	2	6
	1	6	11	17
Total		10	13	23

huollon tilauksen helppous * huollon tilauksen helppous Crosstabulation

Count

		huollon tilauksen helppous		Total
		0	1	
huollon tilauksen helppous	0	11	3	14
	1	3	6	9
Total		14	9	23

palvelu huoltoa tilatessa * palvelu huoltoa tilatessa Crosstabulation

Count

		palvelu huoltoa tilatessa		Total
		0	1	
palvelu huoltoa tilatessa	0	13	6	19
	1	4	0	4
Total		17	6	23

palvelu huollon yhteydessä * palvelu huollon yhteydessä Crosstabulation

Count

		palvelu huollon yhteydessä		Total
		0	1	
palvelu huollon yhteydessä	0	15	2	17
	1	5	1	6
Total		20	3	23

toteutuneen huollon laatu * toteutuneen huollon laatu Crosstabulation

Count

		toteutuneen huollon laatu		Total
		0	1	
toteutuneen huollon laatu	0	8	2	10
	1	7	6	13
Total		15	8	23

tilauksen teon helppous * tilauksen teon helppous Crosstabulation

Count

		tilauksen teon helppous		Total
		0	1	
tilauksen teon helppous	0	11	10	21
	1	2	0	2
Total		13	10	23

tarjouksen saamiseen kulunut aika * tarjouksen saamiseen kulunut aika Crosstabulation

Count

		tarjouksen saamiseen kulunut aika		Total
		0	1	
tarjouksen saamiseen kulunut aika	0	15	3	18
	1	1	4	5
Total		16	7	23

tilausvahvistuksen selkeys * tilausvahvistuksen selkeys Crosstabulation

Count

		tilausvahvistuksen selkeys		Total
		0	1	
tilausvahvistuksen selkeys	0	13	4	17
	1	3	3	6
Total		16	7	23

tilausvahvistuksen saamiseen kulunut aika * tilausvahvistuksen saamiseen kulunut aika Crosstabulation

Count

		tilausvahvistuksen saamiseen kulunut aika		Total
		0	1	
tilausvahvistuksen saami-	0	14	7	21
seen kulunut aika	1	1	1	2
Total		15	8	23

laskun selkeys * laskun selkeys Crosstabulation

Count

		laskun selkeys		Total
		0	1	
laskun selkeys	0	17	1	18
	1	3	2	5
Total		20	3	23

Tutkimuksen avoimet kysymykset vastauksittain

Miksi olit erityisen tyytyväinen tai tyytymätön johonkin palveluun?

- "Olin tyytyväinen käyttökoulutukseen."
- "Nopea palvelu on hyvä."
- "Olen saanut nyt parikin kertaa todella hyvää palvelua ja ollaan tyytyväisiä kun meitä autetaan. Kaikki ok."
- "Kaiken kaikkiaan arvosana hyvä."
- "Noxon Ruotsin huoltomies erittäin ammattitaitoinen."
- "Tilausvahvistus hintoineen ja toimitusaikoinen olisi hyvä tulla aina."
- "Välppien käyttökoulutus."
- "CPU yksikön korjaus eteni nopeasti."

Kerro omin sanoin kuinka palveluita tulisi mielestänne kehittää, jotta ne olisivat yrityksen tarpeisiin sopivampia?

- "Huollon saatavuus/nopeus."
- "Lähetää hyviä huolto tarjouksia meille."
- "Varaosien varastointi Suomessa."
- "Asiointi saman henkilön kanssa."
- "Linkohuollon saatavuus on melko huono. Taitaa olla henkilöresurssikysymys, mutta korjattavissa."
- "Kun henkilöstö Slamex:lla vaihtuu, voisi tulla myös kentälle esittäytymään."

Kuinka palveluista saisi mielestänne käyttäjäystävällisempiä?

- "Hyvät yhtästiedot mihin pitäis soitta."
- "Asiointi saman henkilön kanssa."