



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Perehdyttämismalli K-rauta Järvenpäähän

Pirttikoski, Jonne

2011 Laurea Kerava

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Kerava

Perehdyttämismalli K-rauta Järvenpään

Pirttikoski Jonne
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Lokakuu, 2011

Pirttikoski Jonne

Perehdyttämismalli K-rauta Järvenpään

Vuosi

2011

Sivumäärä

22

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda uusi ja toimiva perehdyttämismalli K-Rauta Järvenpään. Rautakaupan alalla vaihtuvuus henkilöstössä on suurta ja työ on osin kausiluonteista, joten vuosittain uusia työntekijöitä tulee noin 15 henkilöä. Projektin tarkoituksena on siis luoda työkaluja joilla uudet työntekijät saavat itse tarvittavat eväät toimiakseen itsenäisesti ja toisaalta työyhteisö saa mahdollisimman nopeasti puuttuvan työntekijän normaaliin rooliin.

Teoreettinen viitekehys perustuu perehdyttämiseen, työhön opastukseen, sitouttamiseen ja työssä kehittymiseen. Tutkimus työtä projektissa tehtiin kvalitatiivisesti, kauppiasta haastatteleamalla ja kvantitatiivisesti lomakehaastattelu tehtiin kaikille 2007 perehdytetyille työntekijöille.

Projektia toteuttaessa tuotettiin uutta materiaalia perehdyttämisen apuvälineiksi. Näitä ovat perehdyttämiskansio, joka käydään uusientyöntekijöiden kanssa läpi ensimmäisten päivien aikana. Kansio sisältää talon toimintatavat, perehdyttämishjelman, josta uusityöntekijä voi seurata aikataulua perehdyttämisen kulusta.

Projekti onnistui täyttämään kaikki asetetut tavoitteet ja haastattelujen kautta saatiin uutta tietoa perehdyttämismallin ontuvista kohdista ja niitä pystyttiin korjailemaan projektin aikana.

Avainsanat: perehdyttäminen, työhön opastus, sitouttaminen ja työssä kehittyminen

Pirttikoski Jonne

Introduction to the K-rauta Järvenpää

Year	2011	Pages	22
------	------	-------	----

The aim of thesis was to create new and good introduction model to K-Rauta järvenpää. In hardware store sector the turnover rate is quite big and the job is partially seasonal. Every year this store is hiring about 15 new employees. With the help of this project K-rauta aims at the new employee can work alone as soon as possible, and the company has an efficient employee as soon as possible.

The theoretical framework of the study was based on the concepts of introduction, guidance for work, commitment and learning. Research in this project was qualitative for part of interview the storekeeper and another part was quantitative for interviews the employees who were introduced in year 2007.

One goal of this project was produce material for the new employees. Material was introduction manual, which come familiar for couple of first days, manual include procedure of this store. Another material is a description of the follow-up of the introduction process. There the new employee can follow the schedule and person in charge for each part of introduction process

The project reached all the goals. For reaching all the goals was influence of storekeeper and my own commitment for the project.

Keywords: introduction, guidance for work, commitment and learning.

Sisällys

1	Projektintausta ja lähtökohdat	7
1.1	Rautaveljet yrityksenä	7
1.2	Henkilöstö voimavarana	8
2	Projektin käsitteet	8
2.1	Henkilöstön kehittäminen	8
2.2	Perehdyttäminen	9
2.3	Työnopastus	12
2.4	Sitouttaminen	15
3	Projektintehtävät ja tavoitteet	15
4	Perehdyttämisohjelma	16
4.1	Henkilöt	16
4.2	Perehdyttämisessä käytettävä aineisto	17
5	Projektin tulosten arviointi	18
6	Oman oppimisen arviointi	21
	Lähteet:	23
	Liitteet:	24

1 Projektintausta ja lähtökohdat

Opinnäytetyön lähtökohdaksi on luoda uusi, nykyaikaisempi ja toimivampi perehdytys malli rautakaupan alalla toimivalle kohdeyritykselle. Nykyinen malli on ollut käytössä jo jonkin aikaa, eikä enää palvele yritystä täysin toivotulla tavalla. Projektissa on tarkoitus suunnitella ja toteuttaa uusi toimivampi perehdyttämismalli yrityksen käyttöön jo kesän 2007 kesätyöntekijöitä silmällä pitäen. Nykyään vallitsevan taloudellisen hyvinvoinnin aikana myös rakentaminen, sisustaminen ja asumiseen panostaminen ovat luonnollisesti jatkuvassa kasvussa. Siksi perehdytysprosessin päivittäminen on kohdeyrityksellemme tärkeä panostus nykypäivään ja tulevaisuuteen. Kyseessä on n. 50- 70 henkilöä työllistävä yritys, joten perehdyttäminen on tärkeä osa uusille työntekijöille joilla ei ole kokemusta alalta. Keväällä 2007 yritys palkkaa noin kymmenen uutta kesätyöntekijää, joiden perehdyttämisen onnistuminen on ratkaisevassa roolissa heidän työpanokseensa. Opinnäytetyönaiheeseen päädyin nykyisen työnantajan huomattua puutteita yrityksen perehdyttämismallissa. Nykyaikaiset yritykset tiedostavat myös henkilöstön tärkeyden ja osaavat käyttää sitä voimavarana taisteltaessa markkinaosuuksista. Opinnäytetyölläni on siis aidosti tarkoitus ja selvästi tarvetta.

1.1 Rautaveljet yrityksenä

K-rauta Järvenpää on pitkäaikainen perheyritys, jonka juuret ulottuvat aina vuoteen 1960 saakka, jolloin Unto Tuppurinen aloitti rautakauppa toimintansa Järvenpäässä. Tämä on myös kilpailuetu paikallisessa kilpailussa, koska sama yritys on toiminut jo niin pitkään alalla joten kaikki tietävät sen. Parhaana esimerkkinä voisin mainita vuodelta 1960 alkaneen työsuhteen joka kesti aina vuoteen 2007 saakka. Vallan vaihto Unto Tuppurin ja hänen poikiensa Veijon, Tapion ja Pekan välillä tapahtui vuonna 1979. Vuoteen 1994 asti kauppiaina Järvenpäässä toimi Veijo Tuppurinen, jolloin hän lähti kauppiaksi K-rauta 75:teen Vantaalle. Kauppiaksi alkoi Pekka Tuppurinen joka toimi kauppiaina aina vuoteen 2011 asti.

Vuonna 2003 yritys avasi uuden kauppapaikan Lahden moottoritien varteen Järvenpään eteläisen liittymän kohdalle. Tällöin yrityksen henkilökunnan määrä kasvoi ratkaisevasti suuremmaksi, n. 50 vakituiseen ja 15 määräaikaiseen työntekijään. Vuonna 2007 oli seuraavan askeleen vuoro, jonka seurauksena kauppa laajeni entisestään. Samalla se tarkoitti sitä että uusien työntekijöiden määrä kasvoi jälleen ja perehdytykseen on syytä panostaa entistä voimakkaammin. Myös paikallinen kilpailutilanne kiristyy tulevien vuosien aikana uudenmaan alueella. (Tuppurinen 2007.)

1.2 Henkilöstö voimavarana

Yrityksen peruslähtökohtana on, että se henkilöstö on organisaatiossa ensisijainen voimavara. Henkilöstöasiat ovat elintärkeitä organisaation toiminnan ja menestymisen kannalta. Rautaveljet Oy:ssä henkilöstö on kantava voimavara liikeideassa, joka perustuu mitä suurimmassa määrin suoraan asiakaspalveluun. Tällöin on äärimmäisen tärkeää, että henkilöstö on riittävän pätevää työtehtäviinsä. Täten voidaan jälleen todeta perehdyttämisen ja työnopastuksen suunnaton tärkeys.

Kansainvälisessä markkina- ja kilpailutilanteessa on oivallettu, että yksinomaan hyvillä tuotteilla ei voida menestyä. Hyvä tulos saavutetaan ihmisten yhteistyöllä ja heidän toimintansa tuloksena. (Heinonen & Järvinen 1997, 18.)

2 Projektin käsitteet

Tärkeimmät opinnäytetyössä käytettävät käsitteet ovat henkilöstön kehittäminen, perehdyttäminen, sitouttaminen, ja työnopastus. Työn teoriaosuus pohjaa näihin edellä mainittuihin käsitteisiin, joita avataan seuraavaksi.

2.1 Henkilöstön kehittäminen

Yksi organisaation menestyksen lähde on henkilöstön yksilöllinen menestyminen. Kun yksilöt kehittävät osaamistaan ja itseään, edistävät he luonnollisesti organisaation kehittymistä. Tällöin on erittäin tärkeää, että organisaatio pystyy antamaan näille henkilöille niiden tarvitsemat voimavarat, jolla edesautetaan henkilöstön kehittymistä. Yhtenä lähtökohtaisena pohjana tähän onkin ehdottomasti henkilöstön perehdyttäminen. Tällä saadaan luotua alusta asti tarvittavat puitteet yksilölliseen menestymiseen yrityksen sisällä.

Henkilöstön kehittämisellä tarkoitetaan yrityksen motivaatiota parantaa henkilökuntansa tietotaitoa heidän omalla alallaan ja omissa toimenkuvissaan. Henkilöstön säännöllinen kouluttaminen antaa heille avaimet suoriutua entistä paremmin heille määrätystä työtehtävistä. Tällöin yrityksen mahdollisuudet menestyä kasvavat samaa tahtia henkilökunnan ammattitaidon kanssa. Henkilöstön kehittämisen voidaan katsoa käsittävän esimerkiksi seuraavia asiakokonaisuuksia:

- Nykyisen tieto- ja taitotason sekä ammattitaidon ylläpitäminen
- Tietotaidon kehittäminen uusien haasteiden edessä
- Yleisten toimintavalmiuksien ylläpitäminen ja kehittäminen uudistuvissa työtehtävissä suoriutumiseksi (Heinonen & Järvinen 1997, 148.)

Henkilöstön kehittämisen konkreettisina tulosalueina puolestaan pidetään seuraavia kohtia:

- Työtehtävien suorittamisen tehostumista
- Organisaation oppimista, jolla ymmärretään sisäisen toiminnan, yhteistyön ja toimintaympäristöä koskevan palautteen parantumista sekä
- Yksilön työmarkkinakelpoisuuden parantumista (Strömmer 1999, 194.)

Henkilöstöä tullaan kehittämään sähköisessä muodossa olevilla materiaaleilla mm. Keskon oma e-learning ja verkkoperehdytys.

Verkkokoulutus on tietokoneavusteista koulutusta, josta käytetään termejä verkko-opetus, verkko-oppiminen, e-oppiminen ja e-learning. Termit tarkoittavat verkko-oppimisympäristössä eli avoimessa oppimisympäristössä tapahtuvaa tietokoneavusteista opetusta ja oppimista. (Koli & Silkander 2002, 27.)

E-learning on yleisemmin internetissä tai yrityksen suljetussa verkossa (intranetissä) järjestettyä koulutusta, jota sovelletaan laajasti henkilöstön koulutuksessa. Verkkokoulutus sisältää esimerkiksi kielikoulutusta, myyntityöhön liittyvään koulutusta sekä uuden työntekijän perehdyttämiseen yrityksessä. (Alamäki & Luukkonen 2002, 36, 229.)

2.2 Perehdyttäminen

Perehdyttämisprosessin tavoitteena on antaa uudelle työntekijälle mahdollisimman tukeva pohja tietotaidosta, jonka avulla hänellä on mahdollisuus pärjätä edustamassaan organisaatiossa. Onnistuneessa perehdytyksessä käydään luonnollisesti läpi perehdytettävän oma toimenkuva ja siihen liittyvät asiat. Lisäksi selvitetään kyseiselle henkilölle organisaation tapoja ja käytäntöjä käytännön asioiden suhteen. On hyvä käydä läpi mm. yrityksen liikeidea, henkilöstöstrategia, työhön liittyvät tavoitteet ja säädökset. Säädöksiä ovat esimerkiksi yleistä järjestystä ja työsuojelua koskevat asiat.

Perehdyttämisen tarkoituksena on saada uusi työntekijä asennoitumaan myönteisesti työyhteisöön, yritykseen ja työtehtäviin. Hyvin suoritettu perehdyttäminen edistää

työntekijän aktiivista ja itsenäistä suhtautumista työhön ja antaa hänelle mahdollisuuden kehittää itseään, työtään ja työyhteisöään (Lepistö 1988, 6).

Käsitteenä perehdyttäminen on hyvin monijakoinen. Perehdyttämistä voidaan kuvata uuden tulokkaan tukemisena, kunnes hän on omaksunut organisaation tavat ja on valmis toimimaan ”yksin”. Perehdyttäminen on siis uuden työntekijän tutustuttamista uuteen organisaatioon ja hänelle siellä kohdennettuihin tehtäviin. Organisaatiossa täysin uuden ihmisen ja vanhan, eli tehtävästä toiseen siirtyvän työntekijän perehdyttämisprosessi on erilainen. Prosessit poikkeavat toisistaan siten, että uudelle työntekijälle perehdytys toteutetaan pitkän kaavan mukaan, eli hänelle tehdään tutuksi uusi organisaatio sekä uudet työtehtävät. Organisaation sisällä siirtyvän perehdytys painottuu uusiin työtehtäviin ja niiden omaksumiseen. (Strömmer 1999, 259.)

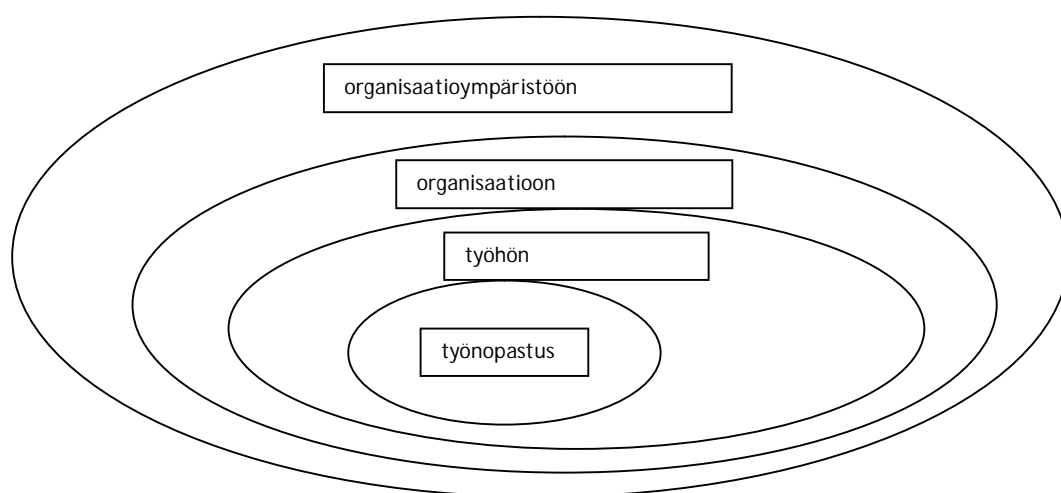
Uuden henkilön perehdyttäminen organisaatioon ja sen työtapoihin on tärkeä toimenpide, sillä hyvin suoritettuna se nopeuttaa tulokkaan työtehon nostamista optimaaliselle tasolle. (Lepistö 1988, 6.)

Perehdyttämisen hyvällä suunnittelulla helpotetaan tulokkaan sopeutumista uuteen työhön ja luodaan edellytykset paremmalle viihtyvyydelle ja pienemmälle henkilöstön vaihtuvuudelle. Vaihtuvuus on aina suurimmillaan työsuhteen alkuaikoina, ja vaikka lähtöhaastattelut ovatkin osoittaneet syitä lähtöön olevan monia, on kielteisellä ensivaikutelmalla ja puutteellisella perehdyttämisellä usein ilmeinen osuutensa asiaan. (Rubenowitz 1989, 169-170.)

Prosessinomainen ja hyvin suunniteltu sekä toteutettu perehdyttäminen nopeuttaa uuden työntekijän työtehon nostamista optimaaliselle tasolle, sekä antaa uudelle työntekijälle mahdollisuuden tottua nopeasti talon tavoille ja sopeutua työyhteisöön. Tärkeää on, että perehdyttäminen aloitetaan välittömästi työsuhteen alkaessa ja suoritetaan loppuun asti suunnitelman mukaisesti. Tällöin vältytään muuten helposti sattuvilta virheiltä, taloudellisilta vahingoilta ja työtapaturmilta. (Kjelin & Kuusisto 2003, 14.)

Perehdyttämistarkoitus on selkeä. Tavoitteena on saada uuden työntekijän tiedot, taidot, sekä mahdollisesti itseluottamus sille tasolle, että yritys saa hänestä maksimaalisen hyödyn irti mahdollisimman nopeasti. Kuulostaa julmalta, mutta asiassa on luonnollisesti myös etunsa itse työntekijää kohtaan. Tietotaito ja osaaminen lisäävät itsevarmuutta, joka puolestaan lisää tulosta ja vähentää pelkoja, jotka pahimmillaan saattavat johtaa jopa sairaslomiin tai työntekijän eroon. Uuden työntekijän perehdyttäminen on aikaa vievää ja kallista, joten sitouttaminen on myös tärkeää. Sitouttaminen alkaa luonnollisesti välittömästi perehdyttämisestä. Perehdyttäminen onkin yritykselle jonkinlainen käyntikortti uudelle

työntekijälle, jolla luodaan kenties pysyväkin ensivaikutelma hänen mieleensä. Hyvin hoidettuna perehdyttämisen onkin todettu parantavan työntekijöiden sitoutumista yritykseen. Onnistuneella perehdyttämällä voidaan lyhentää myös työn oppimisaikaa huomattavastikin.



KUVA 1: Perehdyttämisen prosessin eri tasot kaaviossa (Heinonen & Järvinen 1997, 142.)

Perehdyttämällä tarkoitetaan kaikkia niitä toimenpiteitä, joiden avulla organisaatioon ensi kerran tuleva henkilö kykenee sopeutumaan uuteen työhönsä taikka jo palveluksessa oleva muuttuneeseen tehtäväalueeseen ja työympäristöön (Heinonen & Järvinen 1997, 142.).

Erilaisia perehdytettäviä ryhmiä ovat mm. uudet, vasta rekrytoidut henkilöt, lomittajat, osa-aikaiset työntekijät, joiden taitoja ja tietoja pitää aika-ajoin päivittää, harjoittelijat, kesätyöntekijät, pidemmiltä lomilta tai vapailta palaavat henkilöt sekä toiseen toimenkuvaan siirretyt jo organisaatiossa työskennelleet henkilöt.

Riippumatta siitä, mihin edellä mainituista ryhmistä perehdytettävä kuuluu, ovat tavoitteet sekä päämäärä pääsääntöisesti samoja. Perehdyttämisen tavoitteita ovat mm. seuraavat päämäärät.

- antaa kokonaiskuva organisaatiosta ja työtehtävistä
- luoda valmiuksia yksilön työssä menestymiselle, myös ryhmässä
- luoda perehdytettävälle positiivinen kuva yrityksestä, jota kautta saadaan rakennettua myönteinen ilmapiiri sekä "me" henki

- opastaa uuteen tehtävään ja alaan
- edistää tehokkaan ja hyvä henkisen vuorovaikutuksen syntymistä esimiehin ja työtovereiden välille
- eliminoida virhemahdollisuuksia työtehtävissä

Onnistuneen perehdyttämisen jälkeen perehdytetyn työntekijän pitäisi olla selvillä ainakin seuraavista asioista:

- oma toimenkuva sekä valtuudet
- yrityksen päämäärä ja tavoitteet
- yrityksen resurssit
- yrityksen organisaatorakenne
- kilpailutilanne
- organisaation vahvuudet ja heikkoudet

(Heinonen & Järvinen 1997, 142.)

2.3 Työnopastus

Työnopastusta suunniteltaessa on kiinnitettävä huomiota siihen, suunnitellaanko opetus ensisijaisesti tulokkaille vai vanhoille työntekijöille. On tarkastettava, mitkä ovat tehtävän suorittajan tiedot ja taidot aikaisemman kokemuksen ja koulutuksen perusteella ja mitkä ovat koulutettavan asenteet uuteen tehtävään tai muutokseen sekä opastuksen suorittajaan. (Lepistö 2000, 70-71.)

Työnopastuksella luodaan työntekijälle tarvittava tietotaito hänen toimenkuvaansa. Lisäksi onnistuneella työnopastuksella voidaan nostaa yksilön itseluottamusta niin suuresti, että tämä näkyy suoraan hänen henkilökohtaisessa tuloksessaan. Voitaisiin kiteyttää, että tällä vaiheella haetaan työntekijälle toimintavarmuutta. Työnopastus on tarpeellinen kaikille niille henkilöille, joille työtehtävä on uusi. Tällöin ei siis ole varaa katsoa esimerkiksi henkilön asemaa.

Työnopetuksen suorittaa yleensä joko esimies, tai hänen erikseen tehtävään nimeämä henkilö. Nämä henkilöt ovat usein jo pidempään yhtiössä toimineita, palvelusvuosiltaan vanhempia henkilöitä, joilla on vahva kokemus toimenkuvasta sekä organisaatiosta. Työhön opastajaa valittaessa on tärkeää muistaa, että henkilön on oltava motivoitunut kyseiseen tehtävään.

Työnopastuksessa voidaan käyttää apuvälineinä esimerkiksi jonkinlaista muistiota. Uusille työntekijöille on hyvä olla saatavissa jonkinlainen vihko, kansio tai moniste, josta he voivat

tarvittaessa tarkistaa mahdolliset ongelmaratkaisut. Tällä menetelmällä säästetään myös perehdyttäjän aikaa ja saadaan lisättyä tehokkuutta, jos kyseessä on vaikkapa suuri perehdytettävä ryhmä.

Lepistö (1988, 11-12.) kiteyttää työnopastuksen edut tulokkaan, esimiehen ja yrityksen kannalta seuraavasti.

Edut tulokkaan kannalta:

- Työntekijä pääsee nopeammin normaaliin ansiotasoon
- Sopeutuminen työyhteisöön käy joutuisammin
- Asianomaiset luontaiset taipumukset ja kyvyt tulevat paremmin esille
- Tulokkaan mielenkiinto ja vastuuntunto kasvavat
- Ammattitaidon kehittyminen ja eteneminen helpottuu
- Tapaturma-alttius vähenee

Edut esimiehen kannalta:

- Työongelmien ratkaisu helpottuu
- Yhteistyöhenki auttaa rakentamaan yhteistyöhön
- Työntekijä opitaan tuntemaan paremmin ja tasapuolisemmin
- Esimiehen aikaa säästyy

Edut yrityksen kannalta:

- Työn laatu ja tulos paranevat
- Tapaturmat vähenevät
- Poissaolot vähenevät
- Työvälineiden ja kaluston huolto helpottuu
- Työvoiman vaihtuvuus vähenee
- Raaka-aineiden ja tarvikkeiden käyttö järkevoityy
- Työntekijä tuottaa nopeammin "katetta" työlleen
- Asenne työtä ja työpaikkaa kohtaan muodostuu myönteiseksi

Työnopastukseen on kehitetty myös neljän askeleen menetelmä. Tällä menetelmällä voidaan katsoa läpileikkaus koko työnopastusprosessiin helposti ja tehokkaasti. Suomalaisen version taustalla on alkuperäinen Yhdysvalloissa kehitetty Training Within Industry -ohjelma. Seuraavassa käydään läpi kyseistä kaaviota askel askeleelta. (Lepistö, 1988, 27-28.)

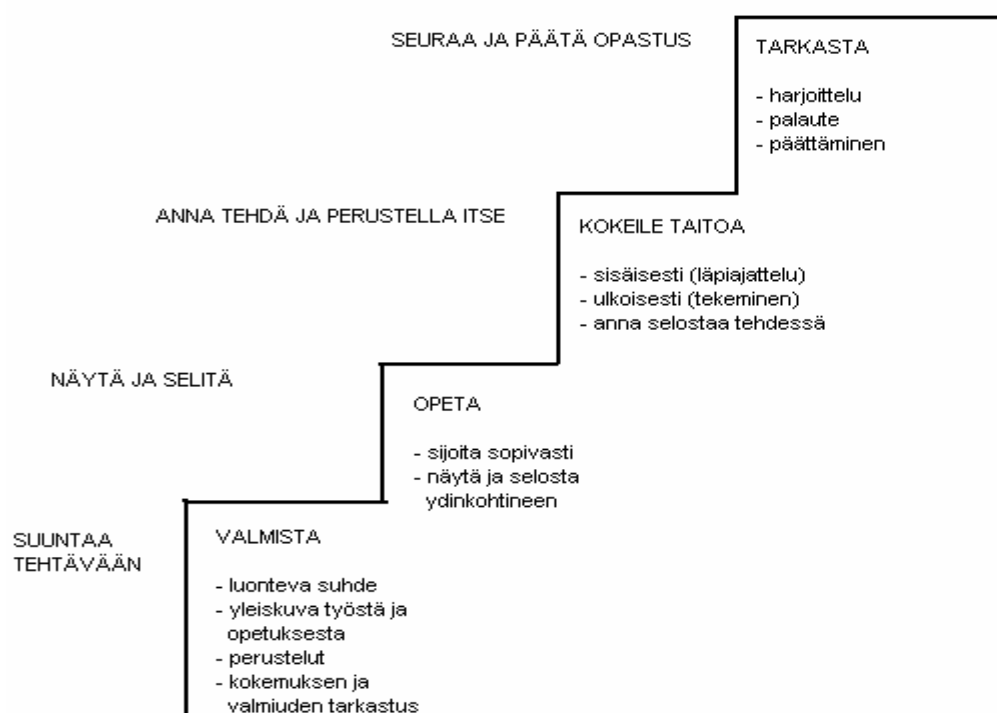
1. Valmista vaiheen tarkoituksena on syventää oppilaan motivaatiota ja luoda vireä valmius varsinaiselle oppimiselle. Opastajan ja opastettavan välille syntyy luonteva suhde. Opastaja

selvittää opastettavan aikaisemmat tiedot ja taidot opastettavasta tehtävästä. Lisäksi opastaja esittää yleiskuvauksen työstä ja pyrkii herättämään opastettavan kiinnostuksen ja tarkkaavuuden.

2. Opasta vaiheessa opastaja näyttää ja perustelee työtehtävän.

3. Kokeile vaiheessa opastettava tekee työtehtävän ja selittää ainakin olennaiset asiat. Opastajan tehtävänä on tarkkailla opastettavaa ja oikaista virheet välittömästi niiden ilmaantuessa, sekä kannustaa oppilasta.

4. Tarkasta vaiheessa opastaja rohkaisee opastettavaa kysymään vielä epäselvistä asioista ja neuvoo, mistä tarvittaessa löytyy apua. Opastettava alkaa työskennellä itsenäisesti ja opastaja käy silloin tällöin tarkastamassa tilanteen. (Lepistö 1988, 27-28.)



KUVA 2: Neljän askeleen menetelmä (Lepistö 1988.)

2.4 Sitouttaminen

Puhuttaessa henkilön sitoutumisesta työhön tarkoitetaan usein nimenomaan hänen sitoutumistaan organisaatioon. Organisaatioon sitoutumisella tarkoitetaan yleisesti sitä, millä tavoin henkilö on asennoitunut tai kiinnittynyt tiettyyn organisaatioon, tässä tapauksessa hänet työllistävään organisaatioon. (Jokivuori 2002, 19.)

Sitoutuminen on vastavuoroista. Organisaatiossa ei voida odottaa henkilöstön sitoutuvan asioihin, ellei organisaation johto itse osoita riittävästi sitoutumisen merkkejä niin tavoitteisiin kuin henkilöstöönkin. (Kjelin & Kuusisto 2003, 251.)

Sitoutuminen on myös sitä kuinka, yksilö haluaa säilyttää asemansa organisaatiossa nyt ja tulevaisuudessa. (Strömmer 1999, 162.)

Sitouttaminen on tärkeää siksikin, että uuden työntekijän rekrytointi ja perehdyttäminen on organisaatiolle aina suuri kuluerä. Kulujen suuruus riippuu aina toki organisaation koosta ja työtehtävästä, johon uusi työntekijä on tulossa. Pitkät työsuhteet ovat yritykselle paljon edullisempia kuin lyhyet työsuhteet, joten monesti kesätyöntekijöille tai lyhyille määräaikaikaisille järjestettävä perehdytys onkin monesti suppeampi kuin vakinaiseen työsuhteeseen palkattavan henkilön.

On huomioitava se että, perehdyttämisjaksot vievät usein kahden ihmisen työajan, uuden työntekijän ja perehdyttäjän(Strömmer 1999, 244). Eli samaan aikaan on kahden työntekijän panos pois, mikä aiheuttaa kustannuksia.

Kustannuksia aiheuttaa myös se, jos työntekijä on uusi ja häneltä vie aikaa omaksua työtehtävät. Tämä kustannus on kuitenkin korvattavissa myöhemmin, kun työtehtävät on opittu ja mahdolliset virheet ovat harvinaisia johtuen hyvästä perehdytysprosessista. (Strömmer 1999, 243.)

3 Projektintehtävät ja tavoitteet

Projektin tehtävänä on suunnitella uusi ja nykyaikainen perehdyttämisohjelma K-rauta Rautaveljille. Projektin aikana tuotettavan materiaalin on tarkoitus helpottaa uusien työntekijöiden, heidän esimiestensä ja perehdyttäjänsä perehdyttämisprosessia. Perehdyttämismallin luomisessa käytettiin hyväksi vanhaa mallia, kohdeyrityksen johdon kokemuksia ja toiveita asiasta, sekä omakohtaisia kokemuksia rautaveljillä työskentelystä. Lisäksi suoritettiin kysely (liite3) jo uutta mallia käyttäneille työntekijöille, kyselyn avulla kartoitettiin uuden perehdyttämisprosessin mahdolliset viat ja puutteet. Kysely toteutettiin

anonymisti osallistujien täyttäessä vastaukset asteikkoa 1-6 käyttäen. Näistä siis 1 täysin samaa mieltä ja 6 täysin eri mieltä.

Tavoitteena on luoda tarvittavat työkalut tehokkaaseen perehdytykseen. Projektin mukana syntynyt perehdyttämispöytäkirja (liite 1) pitää olla selkeä ja helposti päivitettävissä.

Perehdyttäjän osalta perehdyttämishjelma rajataan koskemaan organisaation ympäristöön perehdyttämiseen, organisaatioon perehdyttämiseen ja työhön perehdyttämiseen.

Työnopastuksen osalta pysytään yleisellä myyjien tehtävien tasolla ja jokaisella osastolla opastetaan osaston työtavat ja käytännöt. Projekti rajataan muutenkin koskemaan vain perehdytystä ja näin ollen rekrytointi ja n. Kolmen viikon mittaisen perehdytysjakson jälkeiset tuotekoulutukset jne. rajataan projektin ulkopuolelle.

4 Perehdyttämishjelma

Tässä luvussa käydään läpi eri henkilöiden vastuita perehdytyksen eri vaiheissa ja perehdytyksessä käytettävää aineistoa.

4.1 Henkilöt

Vastuu perehdyttämisestä on yrityksellä. Jokaisessa yrityksessä ja organisaatiossa on yleensä nimetty perehdyttämisen yhteyshenkilö, joka valmennetaan tehtävänsä huolellisesti. Perehdyttämiseen osallistuu usein muita yrityksen henkilöitä. Useimmiten nämä henkilöt ovat jo pidempään talossa työskennelleitä ja virkailtään vanhempia henkilöitä. Toisinaan voi olla tarpeen nimetä työnhajaaja, joka vastaa uuden työntekijän opastamisesta työtehtävissä. Perehdyttäjän puoleen uusi työntekijä voi oma-aloitteisesti kääntyä kysyäkseen neuvoja.

Perehdyttämisestä ovat vastuussa sekä perehdyttäjä että varsinkin perehdytettävän työntekijän lähin esimies. Tämä siksi, että kyseisellä esimiehellä on valta ja vastuu delegoida perehdyttämisprosessi eteenpäin, jos hän ei itse sitä hoida.

Suuremmissa organisaatioissa perehdytys on usein jaettu usealle uudelle rekrytoidulle työntekijälle samanaikaisesti. Tämä on luonnollisesti taloudellisempaa yritystä kohtaan. Tehokkuudesta voidaan olla montaa mieltä. Joidenkin mielestä perehdytys kärsii joukon kasvaessa, toisista uusien työntekijöiden on hyvä saada enemmän tilaa ympärilleen, jolloin heidän on pakkokin sisäistää asioita osittain tehokkaammin.

Perehdyttämishjelmassa toimitaan yllä mainitsemallani tavalla. Yrityksessä on nimetty erikseen perehdyttäjäksi, joka vastaa organisaation ympäristöön, organisaatioon ja työhön perehdyttämisestä. Perehdyttäjäksi valittu henkilö on työskennellyt pitkään yrityksessä ja siltä osin tuntee kaupan tavat ja käytännöt, hän on käynyt Keskon työpaikkaohjaajakoulutuksen.

Lisäksi perehdytykseen osallistuvat kunkin osaston esimies, konttoripäällikkö ja omalta osaltaan kauppias. Tarkempi erittely jokaisen vastuusta ilmenee liitteenä 2 olevasta perehdyttämishjelmasta.

Perehdyttäjäksi vastaa ohjelmistokoulutuksesta ja muusta sähköisessä muodossa olevasta koulutus materiaalista.

4.2 Perehdyttämisessä käytettävä aineisto

Hyvään toimintatapaan yleisesti kuuluu, että uutta työntekijää varten laaditaan ensimmäisten päivien ohjelma. Häntä ei jätetä yksin, vaan pyritään luomaan tunnelma, että häntä on odotettu ja että hän alusta alkaen tuntee kuuluvansa työyhteisöön ja kokee arvostusta yhteisön jäsenenä.

Näin uusi henkilö motivoituu itse perehtymään: vastuu omasta oppimisestaan ja tiedonsaannistaan on myös perehtyjällä.

Usein hallinto- ja henkilöstöosasto tuottaa perehdyttäjien käyttöön yhteisen aineiston, jolla helpotetaan samanaikaisesti uusien työntekijöiden oppimista ja perehdyttäjien työtä.

Perehdyttäminen ja perehtyminen voi viedä todella pitkänkin ajan riippuen siitä, millaisiin tehtäviin uusi työntekijä sijoittuu. Tavoitteellisesti ja suunnitellusti hoidettu henkilöstön perehdyttäminen ja kehittäminen säästää kustannuksia ja edistää henkilöstön sitoutuneisuutta sekä motivaatiota, ollen siten tuloksellisen toiminnan tärkeä menestystekijä organisaatiossa, jossa keskeisenä voimavarana on osaava henkilöstö.

Projektin aikana on tehty perehdytettävän muistilista, johon on merkitty kaikki mahdolliset perehdytettävät asiat, kuka niistä vastaa ja kontrolli siitä, onko asia perehdytetty. Perehdytysohjelman kesto on n. Kolme viikkoa. Perehdytysjakson lopulla pidetään palaveri siitä, miten asiat on opittu ja mistä asioista olisi tarve saada lisäkoulutusta.

Perehdyttämiskansion (liite 1) tarkoituksena on tukea uutta työntekijää kaikessa mahdollisessa teoritiedossa ja ammentaa teoriasta apuja käytännön myyntityöhön. Ensimmäisenä päivänä kauppias ottaa uuden työntekijän vastaan ja käy läpi tarvittavat perusrutiinit. Seuraavaksi uusi työntekijä tapaa konttoripäällikön, joka hoitaa uudelle työntekijälle kulkuun tarvittavat tavarat, työvälineet ja työvaatteet. Konttoripäällikön kanssa

työntekijä kiertää myös pikaisesti talon eri osastot. Tämän jälkeen uusityöntekijä tapaa yrityksen perehdyttäjän jonka kanssa käydään läpi perehdytettävän muistilistan ja perehdytysoppaan. Perehdytysopas käydään läpi tarkasti, jonka jälkeen jokainen uusi työntekijä saa oppaan itselleen, jotta hän voi kerrata ja käydä läpi opasta itsenäisesti. Tämän jälkeen uusityöntekijä menee omalle osastolle, jossa hänelle nimetään ns. Vierihoidtaja, joka opastaa uutta henkilöä kädestä pitäen ensimmäiset päivät.

Ensimmäisten päivien aikana perehdytykseen kuuluu myös käytettävien ohjelmien läpikäyminen. Myyntityössä käytetään pääasiassa Profix- nimistä ohjelmaa, joka on Keskon kaupoissa käytettävä ohjelma. Sen avulla tehdään mm. myynti- ja ostotilaukset, tarjoukset, varastosaldojen tarkistukset ja hinnannäytöt. Ensimmäisten päivien aikana uudelle työntekijälle tulee valtavasti uutta infoa kaikesta toiminnasta, joten ensimmäisinä käydään ohjelmasta läpi vain kaikki akuuteimmat toiminnot, ohjelman kaikkien toimintojen hallinta vaatii kuitenkin paljon aikaa ja kokemusta, toisaalta ohjelmassa on paljon toimintoja mitä ei tarvita kuin harvoin. Toisella viikolla kerrataan ohjelmaa ja käydään läpi mahdollisesti uusia asioita ohjelmasta. Profix -ohjelmiston lisäksi käydään läpi internetissä toimiva, Sap-pohjainen keskon tilausjärjestelmä.

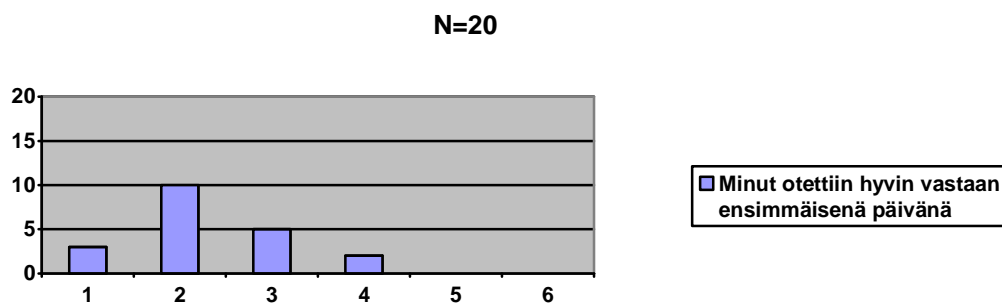
Kaikkien uusien työntekijöiden kanssa tullaan käymään läpi Keskon intranetissä toimiva rautakaupan verkkoperehdytysohjelma, jossa kerrataan asioita organisaation ympäristöstä aina myyjän arkipäivään.

Näiden edellä mainittujen sähköisten perehdytysten lisäksi puutarhaosastolla on intranetissä oma perehdytys osio.

5 Projektin tulosten arviointi

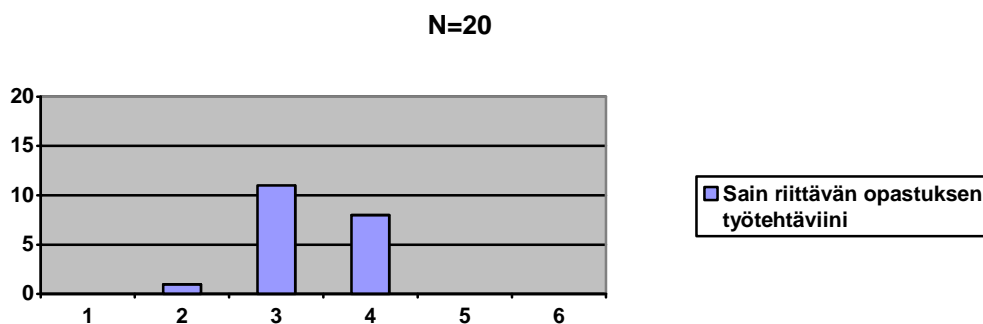
Projektin tuloksia arvioitiin kesän 2007 aikana perehdytettyjen työntekijöiden osalta tehdyn lomakehaastattelun kautta. Lomake jaettiin 23 työntekijälle ja lomakkeita palautettiin 20, joten arvioinnin tulisi olla toden mukainen. Lomake koostui 22 kysymyksestä, joihin vastattiin asteikolla 1-6 (1:täysin samaa mieltä ja 6:täysin eri mieltä). Lomakkeen lopussa oli avoin kohta, johon saattoi antaa risuja ja ruusuja perehdytyksestä.

Raporttiin olen valinnut viisi eri näkökulmasta olevaa kysymystä, joidenka kautta perehdytys olisi mahdollisimman laajasti arvioitavissa. Haastattelun kaikki kysymykset on avattu liitteessä 4.



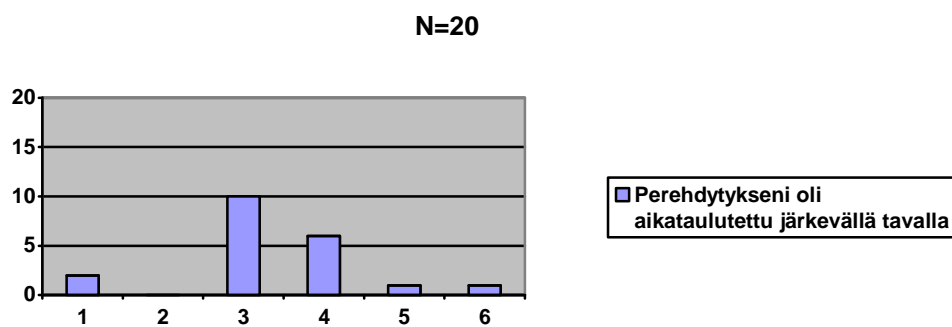
Kuvio 1: Minut otettiin hyvin vastaan ensimmäisenä päivänä (liite 4:1)

Kuviota tulkitessa havaitsee suurimmanosan perehdytetyistä tulleen otetuksi varsin hyvin vastaan ensimmäisenä työpäivänään. Mikä tärkeintä kukaan ei kokenut tulleen huonosti vastaanotetuksi.



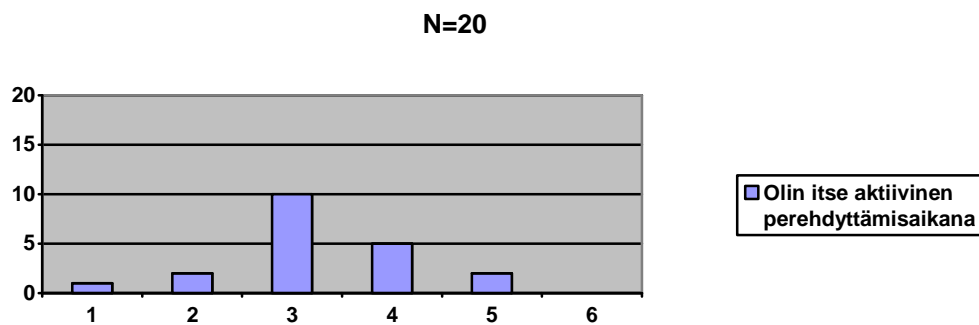
Kuvio 2: Sain riittävän opastuksen työtehtäviini (liite 4:4)

Kuviota tulkitessa painotus on arvostelun keskipaikkeilla. joten kysymystä tulisi avata lisää joillakin lisäkysymyksillä. Kyseisellä alueella on mahdollisesti siis kehitettävää.



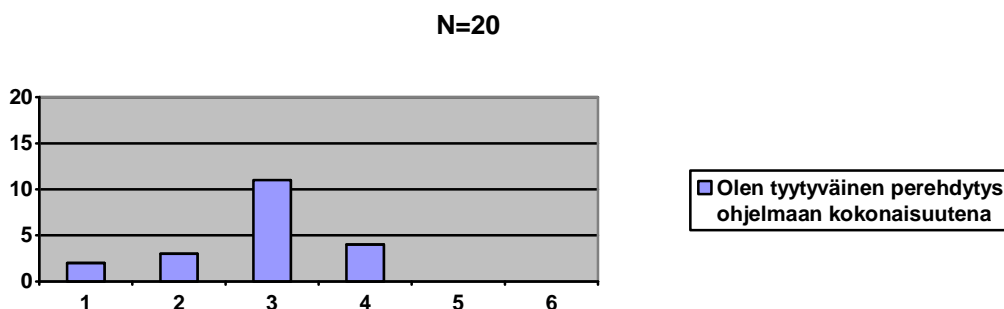
Kuvio 3: Perehdytykseni oli aikataulutettu järkevällä tavalla (liite4:17)

Kuvion arvioinnissa on hajontaa havaittavissa reilusti, joten kuviota on vaikea tulkita luotettavasti. Hajonnasta voidaan silti päätellä kyseessä olevan silti kehityskohde.



Kuvio 4: Olin itse aktiivinen perehdyttämisaikana (liite4:21)

Kuvion arvioinnissa on hajontaa havaittavissa reilusti, joten kuviota on vaikea tulkita luotettavasti. Hajonnasta voidaan silti päätellä kyseessä olevan silti kehityskohde.



Kuvio 5: Olen tyytyväinen perehdytys ohjelmaan kokonaisuutena (liite4:22)

Perehdytyksen kokonaisuutta tutkiessa tämä kuvio antaa käsityksen siitä että, perehdytys on otettu positiivisena asiana. Hajonta kuitenkin osoittaa vielä siellä olevan kehityskohteitakin. Isoimpina kehityskohteina voisi näidenkin kuvioden perusteella aikataulutuksen parantamista ja oikeiden työkalujen antamista eriosastoille.

6 Oman oppimisen arviointi

Tämän projektin kanssa työskentely on ollut mielenkiintoista, opettavaista ja palkitsevaa. Perehdyttämismallin ja siihen liittyvä materiaalin suunnittelu ja toteutus oli kaikin puolin hyödyllistä, koska joudun itsekin materiaalia tulevaisuudessa käsittelemään.

Perehdyttämiseen liittyvät käsitteet tulivat kovin tutuiksi kyseisen projektin aikana. Oli suureksi hyödyksi lukea aiheeseen liittyvää materiaalia ja käydä työni puolesta aihetta koskeva työpaikkaohjaaja-kurssi. Varsinkin saamani tietotaito on ollut projektin kuluessa tärkeässä osassa.

Projektin tärkeimpänä oppina nostaisin esille kokonaisen projektin toteutus. On ollut mukava seurata projektin onnistumista ja saada palautetta suoraan perehdytettäviltä heille tehdyn lomakehaastattelun kautta. Projekti oli alusta asti hyvin tarkkaan ja huolellisesti toteutettu koska, kohde yrityksellä oli todellinen tarve ja itse työskentelen projektin parissa myös kohde yrityksessä. Tärkeitä edellytyksiä onnistumisessa oli myös tiivis yhteydenpito kauppiaan kanssa, tätä kautta lopputuloksista saatiin kaikkia tyydyttävä tulos aikaan. Suurimmat ongelmat työssä olivat loppuraportin tekeminen, mutta onneksi ohjausta oli tarjolla.

Opinnot Laureassa alkavat olla lopussa ja tässä vaiheessa on mielenkiintoista todeta kuinka paljon eri opintojaksot HRM-alalta ovat auttaneet työtä tehdessä. Teoriaosuutta tehdessä runsas kirjallisuuden käsittely on antanut paljon eväitä taas ymmärtämään monipuolisemmin

ja tarkemmin joitakin HRM-alan tärkeimmältä osa-alueelta eli perehdyttämisestä ja siihen liittyvistä, työssä käsitellyistä käsitteistä.

Ainakin itse olen projektin kautta taas valmiimpi uusiin haasteisiin.

Lähteet:

Alamäki, A. & Luukkonen, J. 2002. eLearning. Osaamisen kehittämisen digitaaliset keinot: - strategia, sisällöntuotanto, teknologia ja käyttöönotto. Helsinki: Edita Prima Oy.

Heinonen, J. & Järvinen, A. 1997. Henkilöstöasiat yrityksen menestystekijänä. Helsinki: Otava.

Jokivuori, P. 2002. Sitoutuminen työorganisaatioon ja ammattijärjestykseen: kilpailevia vai täydentäviä? Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Kjelin, E. & Kuusisto, P. 2003. Tulokkaasta tuloksen tekijäksi. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino.

Koli, H. & Silander, P. 2002. Verkko-oppiminen; Oppimisprosessin suunnittelu ja ohjaus.

Lepistö, I. 1988. Perehdyttäminen - työnopastus. Helsinki: Työturvallisuuskeskus.

Lepistö, I. 2000. Työpaikkakouluttajan käsikirja. Helsinki: Kirjapaino Oy Merkur

Rubenowitz, S. 1989. Organisaatiopsykologia. Espoo: Amer-yhtymä Oy Weilin+Göös kirjapaino.

Saarijärvi: Saarijärven Offset Oy.

Strömmer, R. 1999. Henkilöstö johtaminen. Helsinki: Edita Oy.

Liitteet:

Liite 1: Perehdyttämiskansio

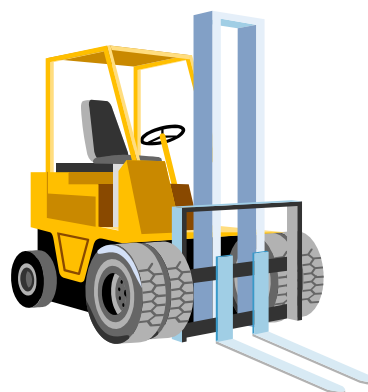
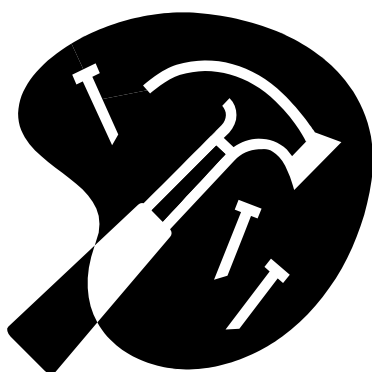
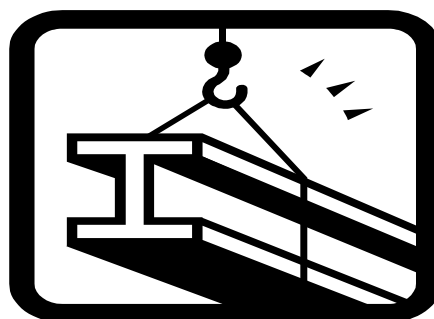
Liite 2: Perehdyttämishjelma

Liite 3: Haastattelulomake

Liite 4: Haastattelulomakkeen tulokset

K-RAUTA JÄRVENPÄÄ

TOIMINTA OHJEET



1. Johdanto.....	27
<i>K-RAUTA JÄRVENPÄÄ YRITYKSENÄ</i>	27
JOHTO JA ESIMIEHET	27
2. Tuotevastuualueet	28
3. Hinnoittelu	28
4 Miten tilaat tavaraa	30
VÄLITYSMYYNTITILAUKSET: MERKKI JA SUORAMYYNTI	30
Tuotteen perustaminen järjestelmään	31
5. Miten tavara vastaanotetaan	31
Reklamaatiot tavarantoimittajalle	31
6. Miten tuotteiden esillepano tehdään.....	32
Tuotteiden hyllytys	32
Kampanjoiden toteutus ja tuotekokonaisuudet	32
7. Mitä myyntityössä pitää huomioida.....	33
Myyntierittely	33
Alennusperiaatteet	33
Palvelut	34
OMA-myyjä	35
Myynti ammattiasiakkaille	35
8. Asiakkaiden reklamaatiot ja palautukset	36
Palautusten aiheet	37
9. Asiakaspalvelu ja asiakastyytyväisyys.....	37
Myyntityö	37
Tarpeiden selvitys	37
Kaupan loppuunsaattaminen	39
Lisämyynti	39
Asiakastyytyväisyys	39
10. Kaupan jätehuolto	41
11. Kaupan pelisäännöt	42
TYÖTURVALLISUUS JA TYÖTERVEYSHUOLTO Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.	
TYÖAIKA JA TYÖVUOROT Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.	
KULKEMINEN JA KULUNVALVONTA .. Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.	
Henkilökunnansisäänkäynti ja autopaikat Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.	
TOIMINTATAVAT MYYMÄLÄSSÄ Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.	
HENKILÖKUNTAEDUT Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.	

Tämä käsikirja on tarkoitettu K-rauta -kaupan toiminnan työvälineeksi. Käsikirjan pääkäyttäjä on kaupan henkilökunta. Käsikirja sisältää luottamuksellista tietoa ja sen tai sen sisältämien tietojen luovuttaminen ulkopuoliselle taholle ilman lupaa on ehdottomasti kielletty.

7 1. Johdanto

8 K-RAUTA JÄRVENPÄÄ YRITYKSENÄ

Rautaveljet Oy on perheyritys jonka perustajina ovat olleet Unto ja Tuovi Tuppur, k-rauta järvenpää on toiminut paikkakunnalla vuodesta 1960 Nykyinen kauppias Pekka Tuppur on toiminut kauppiana vuodesta 1994 rautaveljet oy:ssä. Nykyisissä tiloissa kauppaa on pidetty vuodesta 2003 saakka.

YRITYKSEN ARVOT

Rautaveljet noudattavat toiminnassaan k-rautaketjun perusarvoja jotka ohjaavat päivittäistä toimintaa.

Ylitämme asiakkaan odotukset

Tunnumme asiakkaiden tarpeet ja odotukset. Haluamme luoda heille myönteisiä kokemuksia toimintamme jatkuvan uudistamisen ja yrittäjyyden kautta.

Olemme alamme paras

Tarjoamme asiakkaillemme markkinoiden parhaat tuotteet ja palvelut varmistaaksemme kilpailukykyämme ja menestyksemme.

Luomme hyvän työyhteisön

Toimimme avoimessa, vuorovaikutteisessa ja ihmisiä arvostavassa työyhteisössä, jossa jokainen voi toimia täysipainoisesti ja aloitteellisesti.

Kannamme yhteiskunnallisen vastuamme

Toimimme vastuullisesti ja noudatamme eettisesti hyväksyttäviä periaatteita kaikissa teoissamme niin työyhteisössämme kuin yhteistyökumppaneidemme kanssa.

8.1.1 JOHTO JA ESIMIEHET

Yrityksen johtoryhmään kuuluvat kauppias sekä osastopäälliköt.

Kauppias Pekka Tuppur rekrytoi yrityksen uudet työntekijät.

Esimiehiä talossa on osastopäälliköt jotka vastaavat kauppiaille annettujen alueiden tuloksesta ja henkilökunnasta.

Myymläpäällikkö Jukka Mattila.

Kauppa on jaettu viiteen eri osastoon; konttori ja kassa (Oili Aalto) puutarha ja työväline, (Juha Tuppurinen) rakentaminen, (Pekka Elosuo) sisustus (Jukka Mattila) sekä varasto (Tomi Teräs).

Henkilökunta on jaettu osastoittain, työntekijän lähin esimies sen osaston osastopäällikkö jolla pääasiassa työskentelee.

9 2. Tuotevastuualueet

K-raudassa on määritelty tuotevastuualueet nimetyille henkilöille. Tuotealueesta vastaa vastuualuemyyjä.

Vastuualuemyyjä vastaa seuraavista asioista kauppiaalta saamiensa valtuuksien puitteissa:

- myynnistä
- esillepanosta
- tilauksista
- seurannasta
- palautuksista
- hintainformaatiosta
- myymälämarkkinoinnin toteuttamisesta

. Tuote-esittelyjen sekä myymälän tulee olla siisti

- Kun laitot tuotteita esille, tarkista että hyllyt ovat puhtaat ennen tuotteiden sijoittamista.
- Myös hintalapputelineiden tulee olla siistit.
- Tuotteet on pyyhittävä säännöllisesti pölystä kuivalla liinalla.
- Somistukset on puhdistettava säännöllisesti.
- Rikkiäiset tuotepakkaukset on korjattava, siirrettävä toiseen myyntipaikkaan tai poistettava myynnistä.
- Tuotteet on järjestettävä hyllyillä ja piikeissä siisteihin riveihin.
- Jos laitot tuotteita massakoriin ns. kaatoesittelyyn, varmista, että asiakkaan on helppo ottaa tuotteita (ts. tuotteet eivät ole sotkeutuneita toisiinsa).
- Poista ja vaihda myös kuluneet tai rikkoutuneet hintalaput.
- Myös toimisto- ja muiden taustatilojen on oltava siistit. Siistit tilat ja oikeilla paikoilla olevat työvälineet heijastavat ammattilaisuutta ja luotettavuutta.

3. Hinnoittelu

K-rautojen kannattavuuden perustana on myynti, joka tuottaa riittävästi myyntikatetta. Myyntihinnan on katettava tavaran ostohinnan lisäksi mm. pakolliset verot, tavaran

hankintaan ja myymiseen liittyvät kulut. Tavarankäytön ja palvelun hinnoittelu on osattava tehdä oikein, jotta kaupankäynti on kannattavaa.

Kun hinnoittelet:

- selvitä tavarankäytön ostohinta (sisältääkö arvonlisäveron 22 %)
- huomioi hävikki ja alennukset
- asiakasalennukset (eri asiakasryhmille Profixiin määritellyt alennukset)
- kassa-alennus
- Plussa alennus
- hinnoitele tuote tai palvelu tuotekohtaisesti
- arvioi, mitä tuotteesta voi saada – älä pelkää hyviäkään myyntipalkkioita
- selvitä onko tuotteella omalla alueellasi ns. markkinahinta
- selvitä tuotteen tai palvelun osalta myös kilpailijoiden hinnat
- huomioi tuotteen elinkaari
- uudesta tuotteesta saa yleensä paremman hinnan
- poistuva tuote on hinnoiteltava halvemmaksi
- jos et tiedä, kysy kauppiaalta tai osastopäälliköltä

Hinnoittelukaavat

Tuotteen muodostumisen lähtökohtana on yksittäisen tuotteen hinta ja siitä jäävä myyntipalkkio

	OSTOHINTA
+	MYYNTIPALKKIO (KATE)
=	TEOREETTINEN MYYNTIHINTA
-	HÄVIKKI
-	ALENNUKSET
=	TODELLINEN MYYNTIHINTA

Hinnoittelun kaava:

$$\frac{100 \times \text{ostohinta}}{100 - \text{kate\%}} = \text{MYYNTIHINTA}$$

Esimerkki:

Tuotteen ostohinta on 120 (alv 0%). Katetavoite on tuotteesta 30 %.

$$\frac{100 \times 120}{100 - 30} = \frac{100 \times 120}{70} = 171,40$$

LASKIMELLA: 120 / 0,7 = 171,40

Arvonlisäveron lisäys (alv 22%):

Veroton myyntihinta x 1,22 = Arvonlisäverollinen myyntihinta

171,40 X 1,22 (arvonlisävero) = 209,10 (myyntihinta)

Arvonlisäveron poisto (alv 22%):

Arvonlisäverollinen myyntihinta x 0,8197 = Arvonlisäveroton myyntihinta
10 4 Miten tilaat tavaraa

Varastotavara hankitaan:

- Ketjuvalikoimiin kuuluvat varastotuotteet tilataan Keskolta tai ketjun tavarantoimittajilta käyttäen hyväksi ketjun tilausjärjestelmiä, pääasiassa logistica.
- Ennakkotilauksina tilataan markkinointikampanjoiden tuotteet.
- Kaupan omiin valikoimiin kuuluvat varastotuotteet tilataan ketjun tavarantoimittajilta käyttäen ketjun tilausjärjestelmiä (oston tekeminen Profixiin).

Oikea tilausrytmi on tärkeä tuotteen kannattavuuden ja palvelutason kannalta. Keskon toimittamien tavaroiden osalta ketjuyksikkö ohjeistaa tilausrytmin ja tilauserät.

Asiakkaille tilatut tuotteet on tilattava siten, että ne voidaan toimittaa asiakkaalle hänen haluamanaan ajankohtana.

Miten tilaus tehdään

Tilaus on tehtävä ohjeistetulla tavalla, jotta

- logistiikka voi toimia mahdollisimman tehokkaasti
- ketjun tietojärjestelmä pystyy tuottamaan tarvittavaa seurantatietoa
- varmistetaan tavaran nopea liikkuminen K-rautaketjussa

Tilaustapojen tulee olla yhtenäiset kaikissa ketjukaupoissa. Yhtenäiset toimintatavat mahdollistavat, että saavutetaan yllä mainitut edut.

10.1.1 VÄLITYSMYYNTITILAUKSET: MERKKI JA SUORAMYYNTI

Välitysmyyntillä tarkoitetaan sellaisten K-raudan varastovalikoimiin kuuluvien tuotteiden myyntiä, jota ei toimiteta K-raudan varastokirjanpidon kautta (joita ei tulouteta K-raudan varastoon). Välitysmyynti jaetaan toimitustavan mukaan kahteen ryhmään: merkkitoimitukseen ja suoratoimituksiin. Merkkitoimitukset tilataan toimitusosoitteena kauppa, josta asiakas yleensä noutaa tavaran. Suoratoimitukset tilataan toimitusosoitteena asiakkaan haluama kohde, joka voi olla työmaa tai kotiosoite. Välitysmyyntitapahtumat eivät kirjaudu varastotapahtumiksi.

Varastomyyntiä: Tuotteet, jotka kiertävät kaupan varastokirjanpidon kautta.
Varastomyyntiä ja välitysmyyntiä ei koskaan voi yhdistää samalle listalle.

Merkitilausten luovuttaminen asiakkaalle varastosta

Kun noudat merkkilauksia asiakkaalle, tilauksen paperit löytyvät kahdesta aakkostetusta kansioista tvo:n kopista. Pääasiassa paperiin on merkattu tavaran sijainti joten jätä päällimmäinen paperi tvo:n laatikkoon jossa lukee infoon menevät ja alimmainen asiakkaalle jolla asiakas pääsee maksamaan. Jos on mahdollista anna asiakkaalle tavarat itse mutta jos tarvitset apua tavaroiden luovuttamisessa, pyydä varaston henkilökunnalta apua.

Tuotteen perustaminen järjestelmään

Mikäli tuotetta ei ole Profix-järjestelmässä, se on perustettava sinne, jotta myyntiä voidaan suorittaa. Uudesta tuotteesta tarvitaan tuotetta perustettaessa seuraavat tiedot:

- EAN-koodi
- tuotekoodi
- tuoteryhmä
- alennusryhmä
- tuotteen nimi
- myyntiyksikkö
- ostohinta ja myyntihinta
- myyntierä
- hälytysraja

Tuotekoodina käytetään Keskon artikkelinumeroa. Artikkelinumeron puuttuessa, tuotekoodi muodostetaan tuoteryhmänumerosta ja kolmesta juoksevasta numerosta, esim. 22010001, joka on tuoteryhmän 22010 ensimmäinen tuote.

Tuotteen perustaminen on opastettu Profix-järjestelmän käyttöohjeessa ([☞ Profix-käyttöohje](#)).

11 5. Miten tavara vastaanotetaan

Tavaravastanotossa varastohenkilökunta tarkistaa ja tulouttaa tulevien kuormien tavarat sekä lajittelee ne osastoittain kärryihin myymälään esille laitettavaksi.

Tarkistetut tuotteet noudetaan mahdollisimman nopeasti pois tavaravastanotosta.

Aamulla Keskon kuormat ja siitä eteenpäin muiden tavarantoimittajien tavarat.

Varmista Mikolta tai Niinalta ennen esille viemistä että tuotteet ovat tarkastettu.

Reklamaatiot tavarantoimittajalle

Jokainen tavarantoimittaja vastaa omien tuotteidensa laadusta. Mikäli tuotteissa on reklamoitavaa, tee reklamaatio aina kirjallisena ja suoraan tavarantoimittajalle. Mikäli kyse

on suuremmasta erästä, jossa on virheellisyyksiä, ilmoita asiasta myös vastaavan Keskon tavaralinjan tuoteryhmäpäällikölle.

6. Miten tuotteiden esillepano tehdään

11.1.1 Tuotteiden hyllytys

Tuotteet laitetaan esille K-raudan hyllykarttojen mukaisesti. Niiden hyllyjen esillepanossa, joista ei ole olemassa K-raudan hyllykarttoja noudatetaan yleisiä esillepanoperiaatteita:

- Pääsääntöisesti jokaisella tuotteella on oma hylly-, lava-, tai muu esittelypaikkansa myymälässä
- Tuotteen luonteesta riippuen tulee tuotteesta olla mahdollinen mallikappale esiteltynä samassa hyllyssä
- varmista, että jokaisella hyllyllä on tuotteita. Pidä hyllyt täysinä tai täyden näköisinä. Mikäli hyllyillä on vähän tuotteita, täydennä tai vedä tuotteita hyllyn etureunaan täyden vaikutelman antamiseksi.
- varmista, että jokaisessa piikissä on tuotteita. Vedä takana olevat eteen tai täydennä.
- sijoita isot pakkaukset alahyllyille ja pienemmät ylahyllyille
- Kun tuotteita hyllytetään / laitetaan piikkeihin, on varmistettava, että tuotteen EAN-koodi täsmää hyllyreunaetiketissä olevaan EAN-koodiin.
- varmista, että tuotteissa on oikea hintainformaatio
- pidä hyllyt aina puhtaina – puhdista ne täytön yhteydessä
- Muualta tulevien tuotteiden perustiedot syötetään koneelle ostotilausta tehtäessä. Tavaraa tuloutettaessa tietojen oikeellisuus tarkistetaan vertaamalla kuormakirjoihin ja lähetyslistoihin.
- Varmista, että esillepano on myyvän näköinen ja tuotteet ovat siistejä ja hyväkuntoisia

Prefix-järjestelmästä tulostetaan hyllynreunaetiketti. Etiketissä on oltava seuraavat tiedot:

- tuotteen EAN-koodi
- tuotteen nimi
- tuotteen vähittäismyyntihinta markkoina ja euroina

11.1.2 Kampanjoiden toteutus ja tuotekokonaisuudet

Kampanjoiden toteutus myymälässä ohjeistetaan markkinointiohjelmassa. Kampanjoita toteutettaessa sinun on huolehdittava seuraavista asioista:

- varmista, että kampanjatuotteet on tilattu
- pidä huoli siitä, että tuotteita riittää koko kampanjan ajaksi, tarvittaessa tilaa lisää
- varmista, että Prefix-järjestelmässä on oikea kampanjahinta kampanjan alkaessa
- varmista, että kampanjaan liittyvä mainosmateriaali on esillä ketjun ohjeistamalla tavalla
- ylläpidä esillepanoja koko kampanjan ajan

12 7. Mitä myyntityössä pitää huomioida

Hyvä myyjä ratkaisee asiakkaan ongelman. Myyjä kuuntelee asiakasta ja kartoittaa asiakkaan tarpeen. On hyvin tärkeää, että asiakas huomioidaan, kun hän tulee myymälään. Jos olet palvelemassa toista asiakasta, huolehdi palvelutilanne loppuun, mutta osoita esim. pään nyökkäyksellä huomanneesi myös saapuneen asiakkaan.

Myyjän tehtävä on neuvoa ja ohjata asiakasta ”kädestä pitäen” ei viittoen. Sinun tulee osata ja hallita oma alasi niin hyvin, että osaat antaa asiakkaalle oikeita tietoja. Muista, että ystävällisyyden ja hyvän palveluhengen puitteissa antaa asiakas paljon anteeksi. Jos et ole varma tuotteen ominaisuudesta, ota selvää! Kysyminen ja asian varmistaminen on palvelua.

Asiakas ”ei näe osastorajoja” -> vaikka et olisi perehtynyt tietyn osaston tavaroihin, älä jätä asiakasta käden heilautuksen varaan. Kerro, että et valitettavasti osaa neuvoa näissä tuotteissa, mutta etsi asiakkaalle myyjä, joka osaa neuvoa asiakasta. Aito välittäminen ja asiakkaan ongelmien ratkaisu johtaa hyviin kauppoihin ja varmistaa, että asiakas tulee uudestaan. Onnistuneet myyntitilanteet auttavat myös sinua viihtymään työssäsi, kun saat positiivista palautetta asiakkailta, työtovereiltasi ja esimieheltäsi.

12.1.1 Myyntierittely

Tee asiakkaalle Profixilla myyntitilaus siinä tapauksessa, että myynti on myyntitapahtuman ja kassan sujuvuuden kannalta perusteltua. Näitä tapauksia ovat esimerkiksi:

- mitattavat ja leikattavat tuotteet: muovimatat, käytävämatot, ruohomatot jne.
- määrä laskentaa vaativat tuotteet boordit ja neliöt
- ostokset, joiden EAN-koodien lukemiseen kassalta tuhraantuisi aikaa (paljon tuotteita, monia erilaisia tapetteja, koodit vaikea lukea)

12.1.2 Alennusperiaatteet

K-rauta Järvenpäässä on käytössä markkinahinnoittelu. Tämä tarkoittaa sitä, että hyllynreunahinnat on laskettu kilpailukykyisiksi ja edullisiksi ilman lisäalennuksiakin. Sopimusasiakkaille tarjoamme kuitenkin markkinahinnoistamme vielä lisäalennuksen lähes kaikista tuoteryhmistä. Tilin avauksen yhteydessä määritellään tuoteryhmäkohtaiset alennusprosentit. Tämän takia asiakkaan tulisi aina ensimmäiseksi näyttää kassalla asiakaskorttia, vaikka maksu tapahtuisikin käteisellä tai korteilla. Maksuvälineenä meillä käyvät yleisimmät luottokortit.

Alennusprosentit vaihtelevat tuoteryhmittäin. Sisustustuotteissa alennukset ovat suurempia kuin rakennustarvikkeissa. Tuotealueittaiset alennusryhmät on luotu asioiden helpottamiseksi, täydennysostot hoituvat kätevästi ilman myyjän kanssa neuvottelua. Tarjouksia voi pyytää tilaustuotteesta. Tarjoustuotteista tai nettohinnoista ei myönnetä enää erillistä alennusta, muista tuotteista asiakas saa alennukset suoraan kassalta omalla asiakaskortillaan.

Plussa-pisteet

K-raudan asiakkaat saavat Plussa-pisteitä kaikista varastovalikoimassa olevista tuotteista, kun maksaa käteisellä, pankkikortilla, Plussa-kortilla, Visalla tai Mastecardilla.

Plussa-pisteitä ei kerry tilaustuotteista, laskutuskaupasta eikä niistä tuotteista, joista asiakas saa alennukset oman asiakaskorttinsa kautta. Tilikohtaisilla alennusryhmillä asiakas saa moninkertaisen hyödyn.

12.1.3 Palvelut

K-rauta myy asiakkailleen myös rakentamiseen ja asumiseen liittyviä palveluja. Osa palveluista on yhteisiä kaikissa ketjun kaupoissa, osa palveluista on yksittäisen kaupan omia palveluja. Muista, että palvelut ovat maksullisia, koska ne maksavat myös K-raudalle. Muista kertoa tämä asiakkaalle palvelua myydessäsi.

K-rautaketjun yhteiset peruspalvelut ovat seuraavat:

- Kuljetus (kotiin, työmaalle)
 - Pakettiauto kuljetukset
 - Käsin purettavissa
 - Pituusrajoitus

Kuorma-auto kuljetukset

- Pääsääntönä toimitusaikaan yksi arkipäivä välissä (maanantaina tilaus, toimitus keskiviikkona)
- Normaali rahti hinnalla AINA purettuna auton viereen
- Kantoapu aina extraa, listassa tulee näkyä mitä on sovittu

- Peräkärryn lainaus

- Peräkärriä lainataan ostavalle asiakkaalle. kärri on maksuton. kärriä ei voi varata etukäteen.

- Plussa-kanta-asiakasjärjestelmä
- Maksutavat
- Rahoitus
- Tilimyynti, Plussa-luottokortti

Muut palvelut:

- Talomyynti
 - Talopakettimyyjänä toimii Kaj Strand, palvelu on avoinna arkisin 8-16 tai sovittaessa myös iltaisin ja viikonloppuisin asiakkaan tarpeiden mukaan.
- Kaj Strand sopii itse asiakastapaamiset.

12.1.4 OMA-myyjä (Jari Malin)

Omamyyjä toimii rakentaja- ja remontoija-asiakkaan yhteyshenkilönä joka välittää tarjouspyyntöjä myyjille.

Omamyyjä kartoittaa asiakkaana kokonaistarpeet sekä opastaa asiakasta tuotteiden, rahoituspalveluiden ym. kanssa.

- Asennuspalvelut
 - Asennuspalvelut hoitaa pääasiassa Sipoon insinöörirakentajat
 - Kiinteähintaiset laskutetaan asiakkaan tilatessa
 - Kohdekäynnin vaativissa tilanteissa täytetään asennuskortti (Elosuolle) ja avataan tililaskutusta varten.
- Laminaatti ja laattaleikkuri sekä liisteröintilaite. Lisätietoa sisustuspalvelupisteestä.
- Kosteusmittaria vuokrataan samalla käytännöllä kuin laminaatti ja laattaleikkureita, mittaria säilytetään sisustuksen palvelupisteessä vetolaatikossa.
- Ekovilla puhalluskone:
 - Lainauspaperit rakennustarviketiskillä, jossa ovat myös koneet käyttö ohjeet.
 - Puhallus letkun pituus n.26m.

12.1.5 Myynti ammattiasiakkaille

Yritysmyynti on avoinna ma-pe klo: 7-17, myynnin hoitaa Pauli Levander ja Kari Liljavirta.

Asiakkaina yritysmyyntissä ovat ammatti- ja yritysasiakkaat.

K-rauta tarjoaa ammattiasiakkaalle seuraavat palvelut:

- nopean yhteyden – suorat puhelinnumerot yritysasiakasmyyjille ja sähköpostiyhteyden
- nimetyt vastuuhenkilöt
- keräyspalvelun ennakkotilauksesta
- työsuoritusten välittämisen (katso asennettuna myyminen 7.4)
- tuotetarjonnan myös varastovalikoiman ulkopuolelta, erikoistilaukset
- laskutusmahdollisuuden, laskutuspalvelun
- asiakaskohtaiset alennukset, nettohinnat
- koulutustapahtumat yhdessä tavarantoimittajien kanssa
- asiakaskortin ammattiasiakkaan tunnistamista varten
- tarvittaessa kuljetuksen

K-rauta–myymälässä on ammattiasiakas huomioitu lisäksi mm. omalla palvelupisteellä ja asiakastarpeen huomioivalla aukioloajalla.

8. Asiakkaiden reklamaatiot ja palautukset

Myymälässä esiintulevat tuotteisiin kohdistuvat asiakasreklamaatiot ovat tärkeä osa asiakastytyväisyyden ylläpitoa. Asiakasreklamaatiot K-raudoissa käsitellään seuraavasti:

- Palvele reklamaatioasiakas AINA yhtä hyvin kuin ostava asiakas.
- Ole kiitollinen valituksesta ja ryhdy HETI oikaisemaan virhettä.
- Muista, että valitus koskee tuotetta, ei Sinua henkilökohtaisesti.
- Varmista, että tuote on ostettu Sinun K-raudastasi kysymällä kohteliaasti kuittia ja/tai ostopaikkaa.
- Mikäli kuittia ei löydy, mutta muistat asiakkaan, ota yhteys esimieheesi ja arvioi tilanne yhdessä. (Jos asiakas on kauppaasi tiliasiakas, voidaan kuitti jäljittää Profixista asiakasnumeron avulla)
- Mikäli kuittia ei löydy, eikä myymälän valikoimassa ole reklamoitua tuotetta ei asiakas ole oikeutettu hyvitykseen.
- Asiakkaalle on pyrittävä antamaan päätös reklamaation oikaisusta välittömästi, mutta mikäli lisää aikaa tarvitaan (esim. myyntihinnan varmistamiseksi tai reklamaation aiheellisuuden arvioimiseksi) annetaan vastaus asiakkaalle viimeistään 3 työpäivän aikana. **Reklamaation vastaanottanut myyjä hoitaa reklamaation käsittelyn loppuun saakka ja informoi asiakasta tuloksesta.**

Reklamaation vastaanottanut myyjä vastaa, että maahantuojalle/toimittajalle korjattavaksi lähetettävät tuotteet postitetaan välittömästi / tavarantoimittajalle tiedotetaan reklamaatiosta välittömästi. **Myyjä varmistaa, että hyvitys korvattavista tuotteista tulee kauppaan.**

12.1.6 Palautusten aiheet

Selvissä palautustilanteissa voit hyvittää tuotteen rahana asiakkaalle.

Peruslähtökohta on, että asiakkaalle pitää olla kuitti ja asiakas näyttää palauttamansa tuotteen kassalla. Kassa merkitsee kuittiin / tai muuhun dokumenttiin palautettavan tavaran, määrän, oman myyjänumeronsa sekä päivämäärän.

Selviä palautustapauksia ovat esimerkiksi

- tuote on ostettu avokaupalla
- palautus on ennalta sovittu sekä tuote ja pakkaus ovat ehjät ja käyttämättömät (esim. ylimääräiset tavarat kuten tapettirullat)
- myyjä on myynyt väärän tuotteen
- tuote on viallinen, eikä sitä takuukorjata tai saada uutta tilalle kohtuullisessa ajassa.
- asiakas on ostanut väärän tuotteen (tuote ja pakkaus ovat ehjät ja käyttämättömät)

Koska asiakas kohdistaa odotukset sinuun ja edustamaasi kauppaan, vaikuttaa reklamaation käsittely kaupan palvelukuvaan. Hyvin hoidettu palautus/reklamaatio on palvelua ja sillä varmistat, että asiakas asioi tulevaisuudessakin kaupassasi.

9. Asiakaspalvelu ja asiakastyytyväisyys

12.1.7 Myyntityö

K-raudassa asiakaspalvelun periaatteisiin kuuluu, että

- jokaista asiakasta tervehditään
- asiakkaalta kysytään aina mahdollista avuntarvetta
- jokainen lähtevä asiakas huomioidaan myös, esim. ”Kiitos käynnistä ja tervetuloa uudelleen!”

12.1.8 Tarpeiden selvitys

- Kun asiakas kaipaa apua, on avuntarve huomioitava välittömästi.
- Mikäli toinen asiakas on palveltavana samaan aikaan, on apua pyytävälle asiakkaalle ilmoitettava, että tarve on huomattu ja häntä palvellaan kohta.
- Asiakkaan kanssa keskusteltaessa on muistettava myös KUUNNELLA, mikä on asiakkaan varsinainen asia. Asiakkaan tulee antaa kertoa rauhassa tarpeensa.
- Kyselemällä oikeita kysymyksiä, oikeissa kohdissa, voi tarkentaa, minkä tyyppisistä tuotteista asiakas on kiinnostunut. Esimerkiksi: ” Minkälaiseen käyttöön olette tätä porakonetta ajatelleet? ” Tuleeko tapetin olla pesunkestävä?” jne.
- Asiakkaan todelliset tarpeet ovat usein muuta kuin asiakas sanoo niiden olevan. Myyntipuheessa voidaan korostaa näihin todellisiin tarpeisiin liittyviä seikkoja.

- Asiakkaan vastaukset kysymyksiin ja yleensäkin asiakkaan sanomat asiat kannattaa painaa mieleen, koska niiden avulla voi vauhdittaa asiakkaan ostopäätöstä.
- Tarpeiden selvitystilanteessa on keskityttävä juuri palveltavaan asiakkaaseen, mutta myös muut asiakkaat on huomioitava esim. nyökkäämällä ja katsekontaktilla.

Tuotteiden esittely

- Kun asiakkaan tarpeet on selvitetty, on aika siirtyä ratkaisemaan asiakkaan pulmaa - eli esittelemään tuotetta, joka vastaa asiakkaan tarvetta.
- Asiakkaalle kerrotaan, miten esiteltävä tuote RATKAISEE asiakkaan pulman. Esimerkiksi: "Tässä porakoneessa on riittävästi varusteita kaikkiin talon korjaus- ja rakennustöihin".
- Asiakkaalle ei kannata tarjota LIIKAA vaihtoehtoja, jolloin päätöksenteko vaikeutuu. Kaksi tai kolme vaihtoehtoa yleensä riittävät.
- Tuotteiden esittelyssä on tuotava esille tuotteen fyysisiä ominaisuuksia, kuten esimerkiksi kestävä, pienikokoinen, kevyt jne. ja lisäksi tuotteen persoonallisia, asiakkaalle sopivia ominaisuuksia, kuten helppokäyttöisyys, monipuolinen, lisävarusteiden määrä.
- Esittelyn yhteydessä on asiakasta jatkuvasti KUUNNELTAVA - asiakkaan positiiviset ja negatiiviset kommentit ovat tärkeitä kaupan päättämisen yhteydessä.
- Esittelyn yhteydessä on PÄÄTETTÄVÄ, milloin asiakas on valmis kaupan loppuunsaattamiseen.

Ostokynnyksen madaltaminen

Asiakkaalla voi olla ostokynnys, joka johtuu esimerkiksi

- rahojen riittävydestä
- epätietoisuudesta valinnan oikeellisuudesta
- epävarmuudesta - muitten mielipiteet

Ostokynnystä voi madaltaa ja ostopäätöstä helpottaa

- rohkaisemalla asiakasta
- kertomalla luotollisesta Plussa -luottokortista tai muista luottovaihtoehdoista
- tarjoamalla muita tuotevaihtoehtoja
- kertomalla tuotteella olevasta vaihto- tai palautusoikeudesta
-

Ensin on kuitenkin selvittävä, miksi asiakas epäröi. Tämä toteutetaan kyselemällä.

Asiakkaalle on kuitenkin annettava miettimisaikaa ja kyselytekniikkaa EI saa käyttää päällekkäisesti.

Vastaväitteiden käsittely

- Asiakkaalla voi olla tuotteisiin liittyviä vastaväitteitä, jotka osin saattavat olla todellisia, mutta osin saattavat olla edellisessä kohdassa mainittuja ostokynnystä nostavia tekijöitä.
- Vastaväitteiden syyt tulee selvittää KUUNTELEMALLA ja KYSELEMÄLLÄ.
- Mikäli asiakas toteaa palaavansa asiaan ja käyvänsä muualla, on hänelle syytä mainita jokin syy joka vahvistaa palaamista, kuten: "Tämä tarjous on voimassa tämän viikon, Tätä on mennyt paljon, tuotteita on rajoitetusti".

- Asiakkaalle tulee aina jättää ”kunniallinen pakotie”, ts. keskustelu ei saa mennä väittelyn asteelle - asiakas on loppujen lopuksi palkanmaksaja ja hänellä on oikeus olla oikeassa (vaikka olisikin väärässä).

12.1.9 Kaupan loppuunsaattaminen

- **Kauppaa ei saa, jos ei osaa kysyä oikeassa vaiheessa kaupan päättävää kysymystä** tai rohkaista asiakasta kaupan tekemiseen. Tämä on yksi myyjän ammattitaidon mittareista; oikeassa vaiheessa esitetty kysymys, kuten ”Tarvitsetteko kuljetuksen?” siirtää asiakasta lähemmäksi ostopäätöksen tekemistä.
- Kaupan päättämistä tulee yrittää myös siksi, että mitä kauemmin yksi asiakas - varsinkin kiireaikana - vie myyjän aikaa, on se pois toisilta asiakkailta.
- Kaupan päättäminen vaatii hienovaraisuutta ja oikean hetken arviointia - joskus voi olla mielekästä antaa asiakkaalle hetki miettimisaikaa.
- Tärkeää on saada asiakas kokemaan, että hän HALUAA tuotteen - myyjä ei PAKOTA häntä ostamaan. Tällä varmistetaan se, että asiakas jatkossakin käy kaupassa.

12.1.10 Lisämyynti

Kun asiakas on päättänyt ostaa tuotteen on lisämyynnille kaksi mahdollisuutta:

- ostopäätöksen jälkeisessä tilanteessa tulee asiakkaalle tarjota muita ko. tuotteeseen liittyviä tuotteita. Esim. laattakaupan yhteydessä: kiinnitys- ja saumauslaastit, vesieristys, saumanaru, saumasuoja, tarvittavat työvälineet jne.
- Lisämyynti on myös palvelua, sillä kysymyksillä kartoitetaan kaikki tarvikkeet, joita asiakas tarvitsee. Asiakkaalle luodaan mahdollisuus ostaa kaikki tarvikkeet yhdestä paikasta samalla kertaa.
- Myyjän sekä kassan on markkinoitava Plussa -korttia, mikäli asiakkaalla ei sellaista vielä ole.

Lisämyynnissä asiakkaiden mielenkiintoa lisääviä sanoja ovat:

- uutuus, tarjouksessa, parantaa, edistää, vain teille tähän hintaan, helpottaa työskentelyä

Lisämyynnillä on suuri merkitys kaupan tulokselle. Lisämyynnin avulla voidaan nostaa keskiostosta ja usein myös parantaa kaupan saamaa katetta.

12.1.11 Asiakastyytyväisyys

- Asiakas maksaa palkkamme ja tyytyväinen asiakas palaa takaisin.
- Asiakastyytyväisyyden ylläpitäminen on jokaisen kaupassa työskentelevän VELVOLLISUUS.

- Asiakastyytyväisyyttä ylläpidetään myyntityössä:
 - asiallisella, ammattitaitoisella ja empaattisella asiakaspalvelulla
 - tarjoamalla ja esittelemällä eri ratkaisuja ja vaihtoehtoja asiakkaalle (esim. eri tapettikuosit, erilaisia boordeja, eri pintamateriaali vaihtoehtoja: maalaus, tapetti, lasikuitutapetti jne.
 - huolitellulla ja siistillä ulkoisella olemuksella
 - varmistamalla kaupantekotilanteessa että asiakas on saanut haluamansa tuotteen
 - varmistamalla kaupan jälkeen asiakkaan tyytyväisyys
- Asiakastyytyväisyyttä voi edesauttaa myös muistuttamalla asiakasta asiakaspalautelaatikosta ja siihen liittyvistä lomakkeista.
- Suuri merkitys asiakastyytyväisyydelle on myös se, jos **muistaa asiakkaan aiemmilta käynneiltä**. Tällöin tulee aina kysyä tyytyväisyys aiemmin ostettuihin tuotteisiin (mikäli on ostanut).

Kanta-asiakkaat

- Tyytyväiset ja sitoutuneet kanta-asiakkaat ovat kaupan toiminnan kannalta keskeinen asiakasryhmä.
- Jokaisen myyjän tärkeä tehtävä on pyrkiä rakentamaan asiakkaistaan kanta-asiakkaita.
- Asiakkaille on mahdollisuuksien mukaan kerrottava Plussa –kanta-asiakaskorteista ja Plussa -luottokorteista.
- Rakentaja - asiakkaille sekä ammattiasiakkaille kaupan omasta asiakaskortista. Kaikkien myyjien tulee tietää, kuka vastaa kaupassa kaupan asiakaskorttien myöntämisestä, mitä hyötyä asiakortista asiakkaalle on, mahdollisuus ostaa tilille, laskutusväli jne.
- Tärkeää on kertoa, mitä asiakas HYÖTYY kanta-asiakkuudesta K-ryhmässä ja ko. kaupassa.
- Kun myyjälle ja kaupalle on omia kanta-asiakkaitaan, heistä tulee pitää erityistä huolta. Tämä voi tapahtua esimerkiksi kaupan järjestämien kanta-asiakastilaisuuksien kautta.

Asiakaspalautteen kerääminen on jokaisen tehtävä

Asiakkaiden antama palaute on äärimmäisen tärkeää kaupan kehittämisen kannalta. K-raudoissa on asiakaspalautetta varten palautelomakkeita sekä laatikko, johon palautteet voidaan laittaa. Laatikko tyhjennetään ja palautteet käsitellään kaupassa päivittäin.

Asiakkaat antavat paljon myös suullista palautetta. Tämä palaute kannattaa hyödyntää ja kirjata ylös. Kassapisteessä/palvelupisteessä voi olla asiakaspalautevihko, johon kirjataan

- asiakkaan kiitokset
- asiakkaan moitteet
- ehdotukset toiminnan kehittämiseksi
- kommentit kilpailijoista
- kommentit mainonnasta

Tärkeitä ovat kommentit, joita useampi kuin yksi asiakas sanoo - nämä on ehdottomasti kirjattava.

Asiakkailla on mahdollisuus antaa palautetta myös K-rautaketjun internetsivujen kautta.

Asiakaspalaute käydään läpi aina osastojen / tiimien viikko- tai kuukausipalaverissa.

10. Kaupan jätehuolto

Jätteidenlajittelu

Rautaveljillä on K-kauppojen ympäristö diplomi merkinä siitä että meillä jätteen lajittelu toimii ja siihen halutaan panostaa, joten huolehdi siitä että lajittelet oikein.

Jätteet lajitellaan pahviin, energiajajae, sekajäte, paperi, metalli, kestopuu, biojäte, kirkasmuovi, loisteputket ja elektroniikkaromu.

Biojäte: Kasvit multineen, kaikki kompostoituva jäte

Pahvi: Kaikki kuiva pahvi kuuluu pahvin keräykseen, ***muista käynnistää puristin.***

Paperi: keräyspaperit

Kirkasmuovi: kerätään puristimeen joka sijaitsee tavaravastaanotossa, tarvittaessa kysy apua Mikolta tai Niinalta puristimen käytöstä.

Energiajajae: jos edelle mainituista kohdista ei löydy sopivaa jätettä, niin kaikki loput palavat jätteet kuuluvat energiajakeeseen, ***muista käynnistää puristin.***

Metalli: metallit

Loisteputket ja elektroniikka romu: Otetaan vastaan jos asiakas ostaa vastaavan uuden tilalle esim. mikro, sähköruohonleikkuri tai loisteputki. Astiat sijaitsevat varastossa.

Sekajäte: jos et löytänyt edellä mainituista sopivaa kohtaa niin laita jätteet sekajätteeseen esim. kaakelit. HUOM! Ei ole kuitenkaan mikään ongelmajäte (esim.

maalit)**Kestopuu**: kestopuu keräyslava on tarkoitettu yksityisasiakkaille, sijaitsee noutopihalla
asiakas voi tuoda vanhat jätteisiin menevät kestopuut.

Ongelmajätteet

Ongelmajätteet ovat terveydelle tai ympäristölle erityisen haitallisia. **Pidä ongelmajätteet erillään muista jätteistä ja toisistaan.** Kemikaalilain mukaiset merkit aineen alkuperäisessä pakkauksessa ilmaisevat, että aine ja pakkaus jätteinä ovat ongelmajätteitä. Tuotteen valmistaja merkitsee aineen vaaraa tai haitallisuutta koskevat tiedot varoitusmerkein tai vähintään varoituslausekkein.

Ongelmajätteet on toimitettava ongelmajätekeräykseen maksua vastaan. Ongelmajätteet käsitellään valtakunnallisessa ongelmajätelaitoksessa Ekokem Oy:ssä tai muussa luvan saanessa paikassa. Ongelmajätteistä on pidettävä kirjaa ja ne tulee toimittaa jätelaitokseen tai ongelmajätteen vastaanottajalle. Lain mukaan on dokumentit säilytettävä kolme vuotta.

11. Kaupan pelisäännöt

PEREHDYTTÄMISEN ARVIOINTILOMAKE

Kyselyn tarkoituksena on selvittää kokemuksiasi perehdyttämisohjelmasta.

On tärkeää, että vastaat avoimesti ja ajatuksella kysymyksiin, sillä vastauksiasi hyödynnetään työpaikkasi toimintojen ja yhteistyön kehittämisessä. Kysely on luottamuksellinen.

Ympyröi vaihtoehto joka vastaa parhaiten perehdyttämisohjelmasi läpivientiä.

	Täysin samaa mieltä			Täysin eri mieltä		
Sain riittävästi ennakkotietoa ja materiaalia tulevasta työpaikastani	1	2	3	4	5	6
Minut otettiin hyvin vastaan ensimmäisenä työpäivänäni	1	2	3	4	5	6
Esimieheni oli valmistautunut hyvin tulooni	1	2	3	4	5	6
Perehdyttäjäni oli valmistautunut hyvin tulooni	1	2	3	4	5	6
Työtoverit tiesivät etukäteen tulostani	1	2	3	4	5	6
Alustava perehdyttämisohjelmani käytiin kanssani selkeästi läpi ensimmäisinä työpäivinä	1	2	3	4	5	6
Sain riittävän opastuksen työtehtäviini	1	2	3	4	5	6
Tunnen nyt hyvin Keskon sekä oman kauppamme arvot ja tavan toimia	1	2	3	4	5	6
Tiedän, mitä ne tarkoittavat omassa työssäni	1	2	3	4	5	6
Minulle on muodostunut selkeä kuva yrityksemme tuotteista ja palveluista	1	2	3	4	5	6
Minulla on selkeä kuva kauppamme asiakkaista sekä heidän odotuksistaan	1	2	3	4	5	6
Työni ja tehtäväni kuvattiin selkeästi	1	2	3	4	5	6
Työni tavoitteista sovittiin selkeästi	1	2	3	4	5	6

Tiedän, kuinka työssä onnistumistani mitataan	1	2	3	4	5	6
Tunnen hyvin vastuualueeni ja työssä onnistumisen kannalta tärkeät asiat	1	2	3	4	5	6
Tiedän, kenen puoleen voin kääntyä ongelmatilanteissa	1	2	3	4	5	6
Sain riittävästi tietoa työsuhdeasioista (koeaika, lomat, ylityöt, sairastuminen jne.)	1	2	3	4	5	6

Täysin samaa mieltä	Täysin eri mieltä
---------------------	-------------------

Tiedän kenen puoleen kääntyä jos minulla on kysyttävää työsuhdeasioista.	1	2	3	4	5	6
Tunnen yrityksemme palkkaus- ja palkitsemisperiaatteet	1	2	3	4	5	6
Osaan käyttää työssäni tarvittavia tietojärjestelmiä ja ohjelmia	1	2	3	4	5	6
Tunnen hyvin yrityksemme viestintä- ja kokoustavat	1	2	3	4	5	6
Perehdyttäjäni tuki minua perehdytyksen ajan	1	2	3	4	5	6
Perehdytykseni oli aikataulutettu järkevällä tavalla	1	2	3	4	5	6
Perehdytykseni ansiosta tutustuin hyvin kaupan eri toimintoihin	1	2	3	4	5	6
Minulla oli mahdollisuus keskustella riittävästi esimieheni kanssa perehdytykseni aikana	1	2	3	4	5	6
Esimieheni oli aidosti kiinnostunut perehdytykseni onnistumisesta	1	2	3	4	5	6

Olin itse aktiivinen perehdyttämisaikanani

1 2 3 4 5 6

Olen tyytyväinen perehdytysohjelmaani kokonaisuutena

1 2 3 4 5 6

Tarvitsen lisäopastusta seuraavissa asioissa:

Ideita ja ehdotuksia perehdyttämisen järjestämiseen kaupassamme:

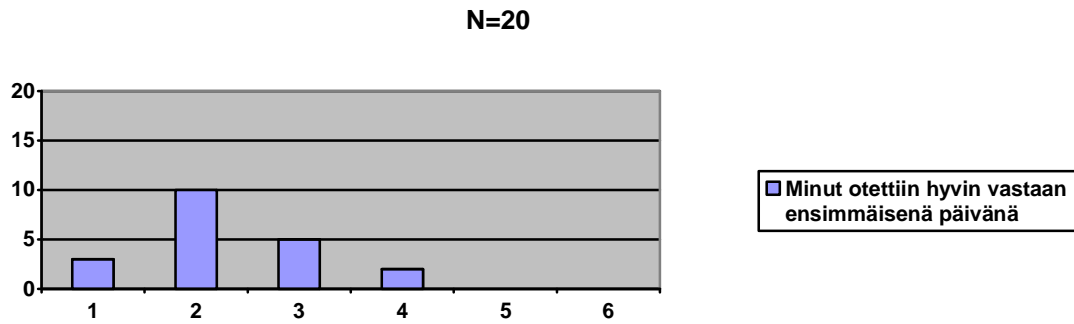
Palauta luottamuksellinen lomake perehdyttäjälle, kiitos!

Nimi: _____

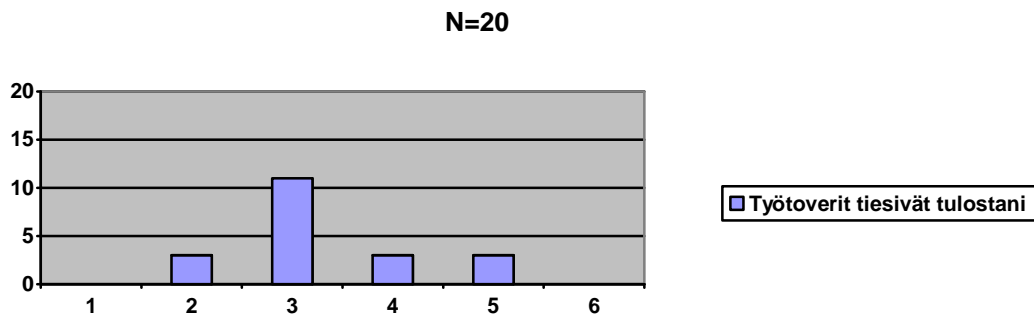
Kiitos vastauksistasi - palauttamalla lomakkeen olet mukana kehittämässä kaupan toimintoja ja omaa työympäristöäsi.

Lomake haastattelun tulokset:

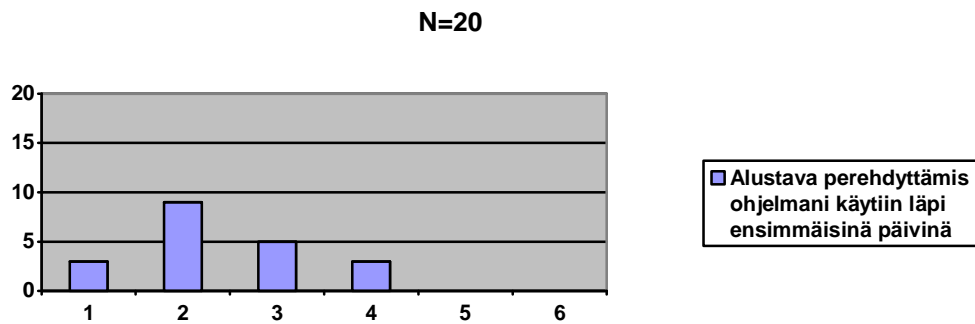
Taulukko 1. Minut otettiin hyvin vastaan ensimmäisenä päivänä



Taulukko 2. Työtoverit tiesivät tulostani

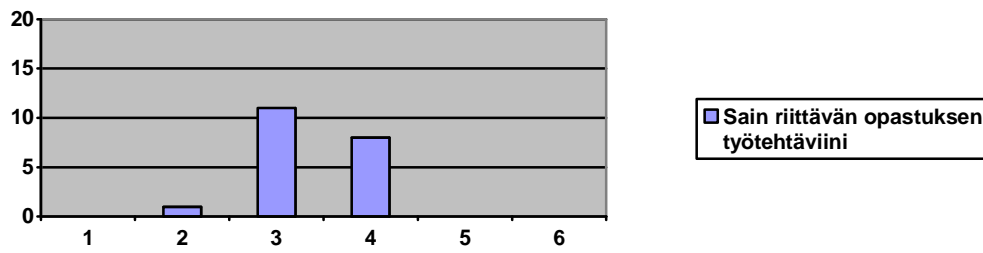


Taulukko 3. Alustava perehdyttämisohjelma käytiin läpi ensimmäisinä päivinä



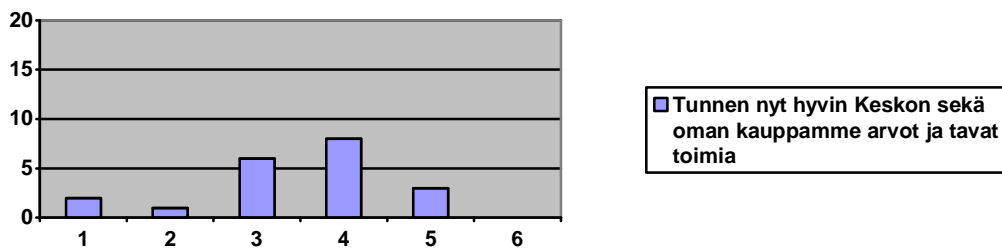
Taulukko 4. Sain riittävän opastuksen työtehtäviini

N=20



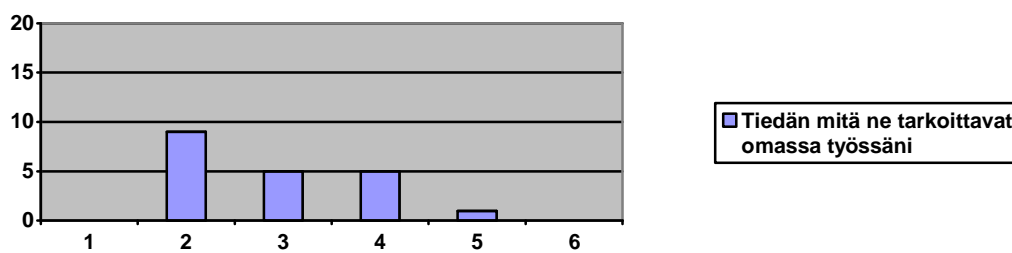
Taulukko 5. Tunnen nyt hyvin keskon sekä oman kauppamme arvot ja tavat toimia

N=20



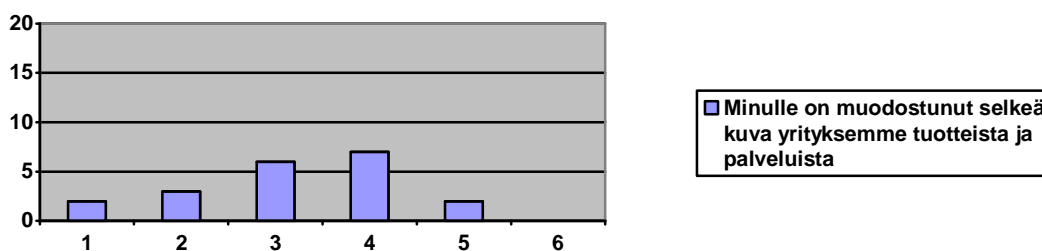
Taulukko 6. Tiedän mitä ne tarkoittavat omassa työssäni

N=20

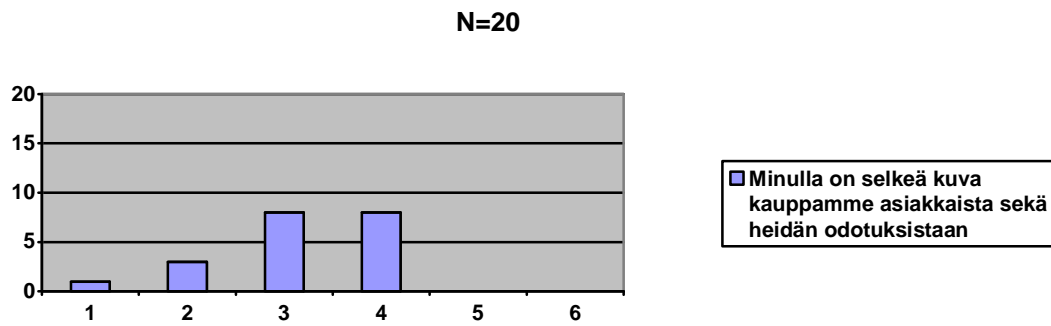


Taulukko 7. Minulle on muodostunut selkeä kuva yrityksemme tuotteista ja palveluista

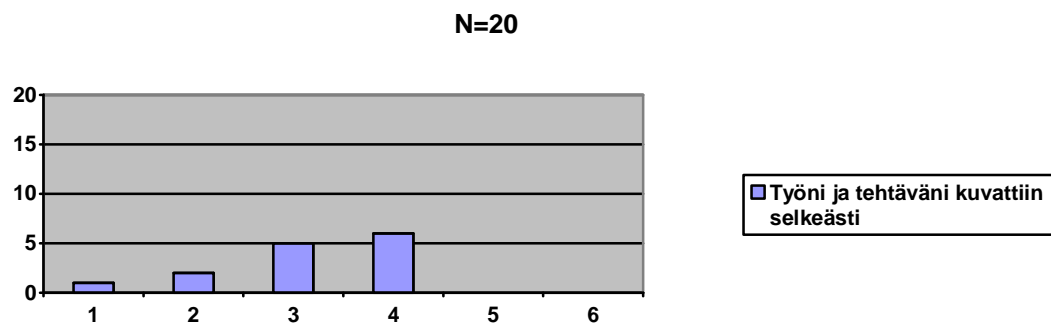
N=20



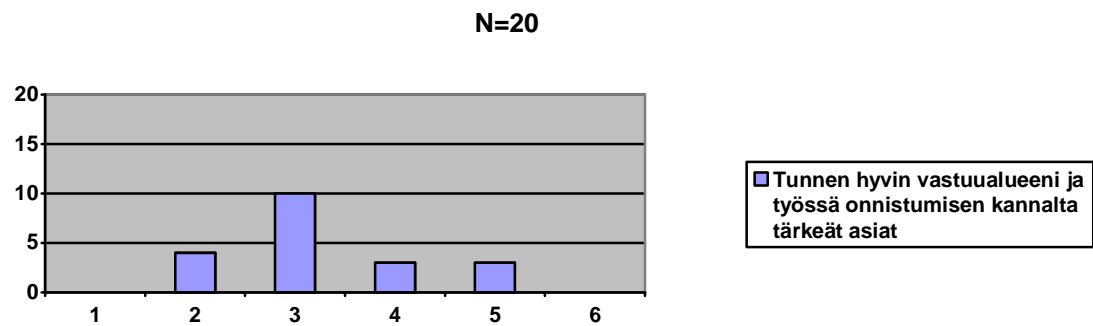
Taulukko 8. Minulla on selkeä kuva kauppamme asiakkaista sekä heidän odotuksistaan



Taulukko 9. Työni ja tehtäväni kuvattiin selkeästi

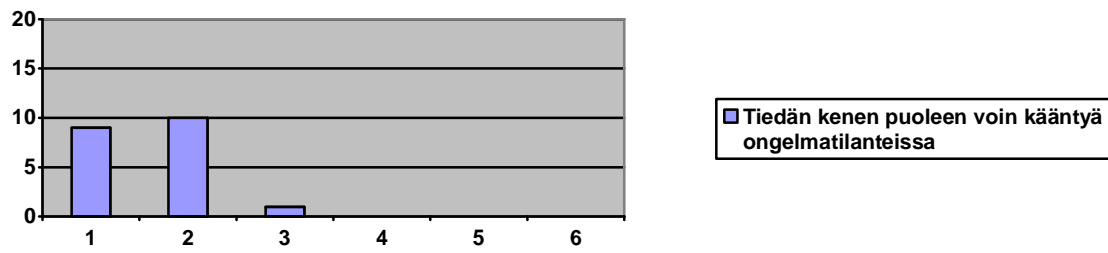


Taulukko 10. Tunnen hyvin vastualueeni ja työssä onnistumisen kannalta tärkeät asiat



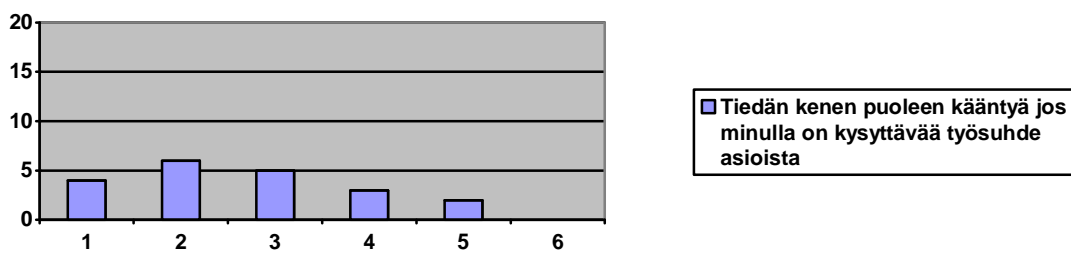
Taulukko 11. Tiedän kenen puoleen voin kääntyä ongelmatilanteissa

N=20



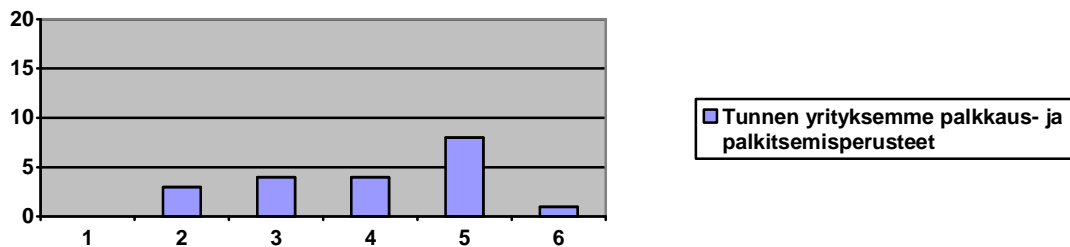
Taulukko 12. Tiedän kenen puoleen kääntyä jos minulla on kysyttävää työsuhte asioissa

N=20



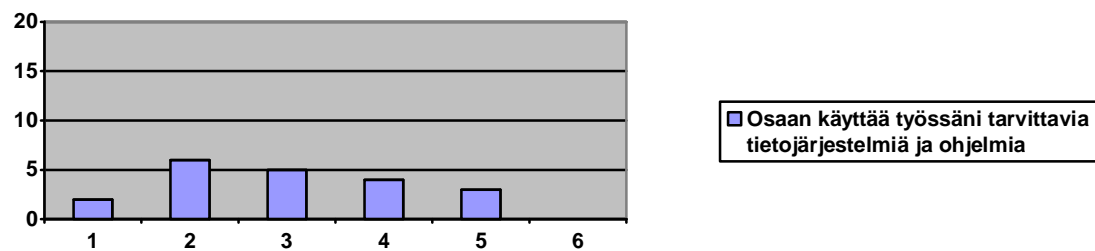
Taulukko 13. Tunnen yrityksemme palkkaus ja palkitsemisperusteet

N=20

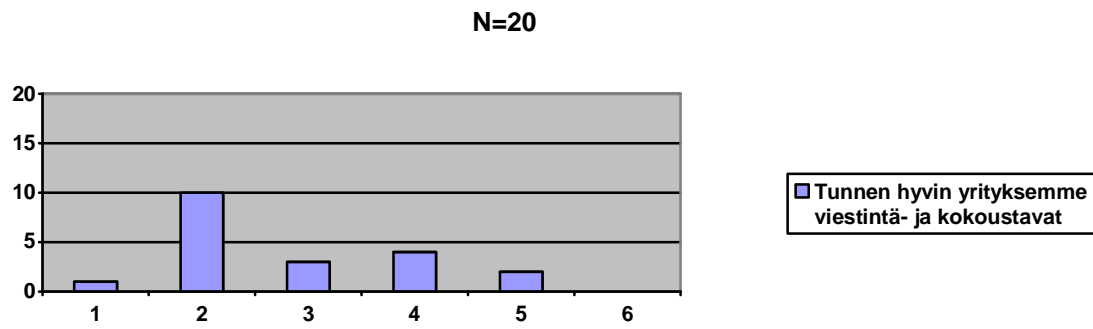


Taulukko 14. Osaan käyttää työssäni tarvittavia tietojärjestelmiä ja ohjelmia

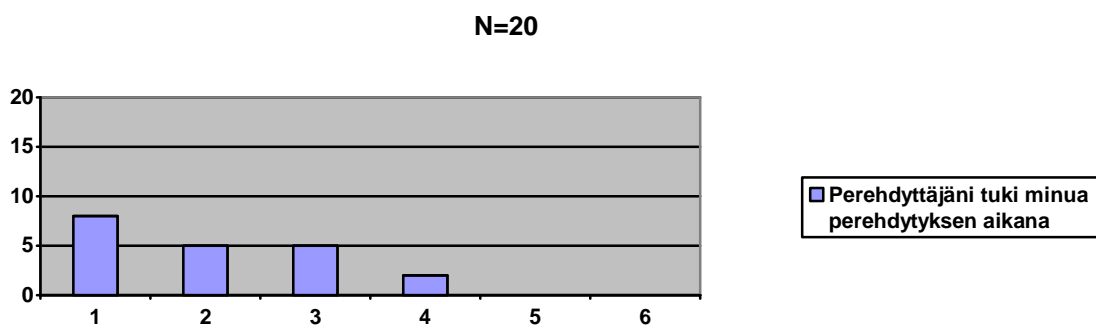
N=20



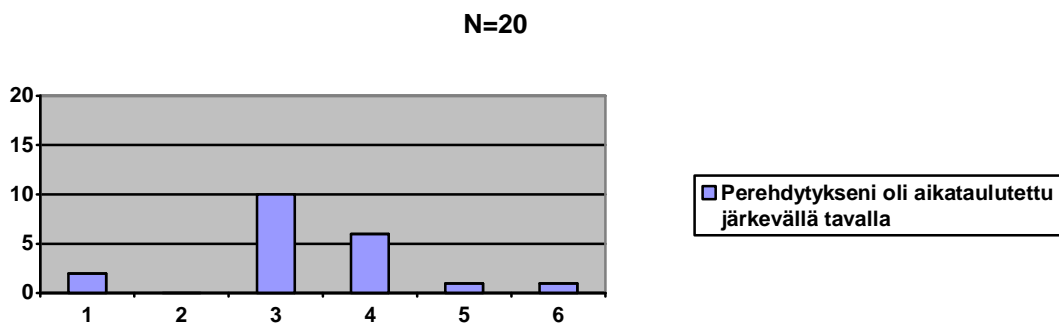
Taulukko 15. Tunnen hyvin yrityksemme viestintä- ja kokoustavat



Taulukko 16. Perehdyttäjäni tuki minua perehdytyksen aikana

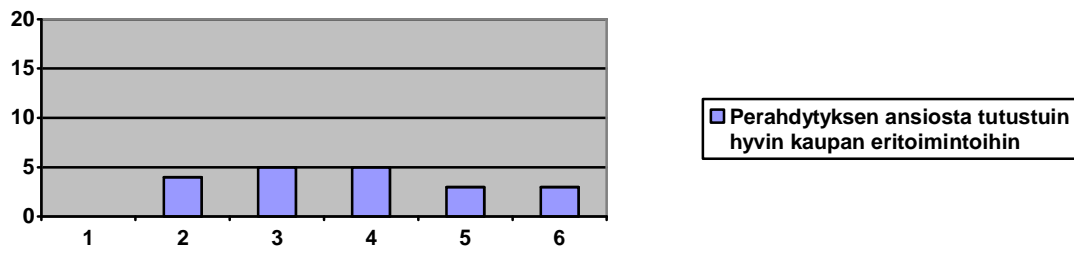


Taulukko 17. Perehdytykseni oli aikataulutettu järkevällä tavalla



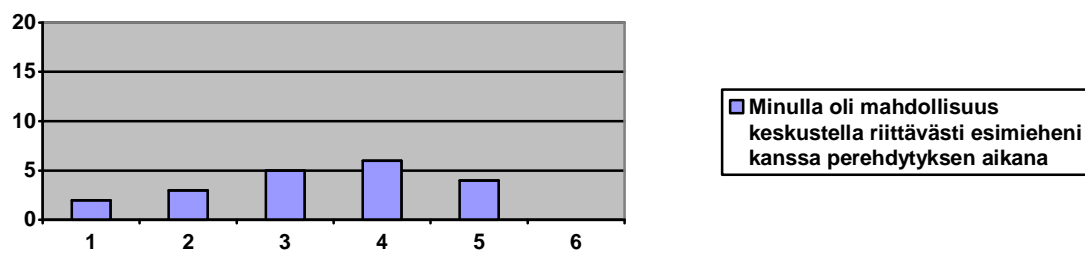
Taulukko 18. Perehdytyksen ansiosta tutustuin hyvin kaupan eritoimintoihin

N=20



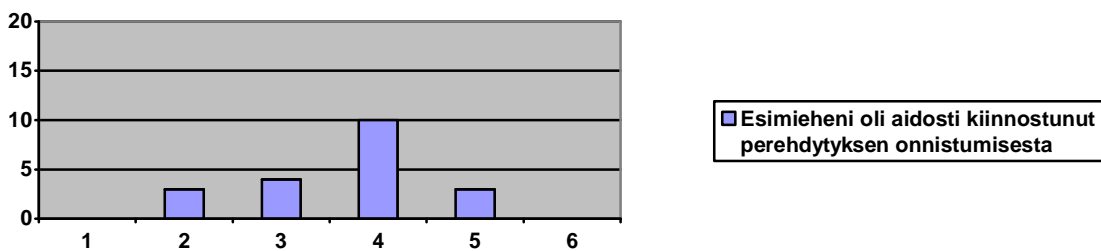
Taulukko 19. Minulla oli mahdollisuus keskustella riittävästi esimieheni kanssa perahdytyksen aikana

N=20



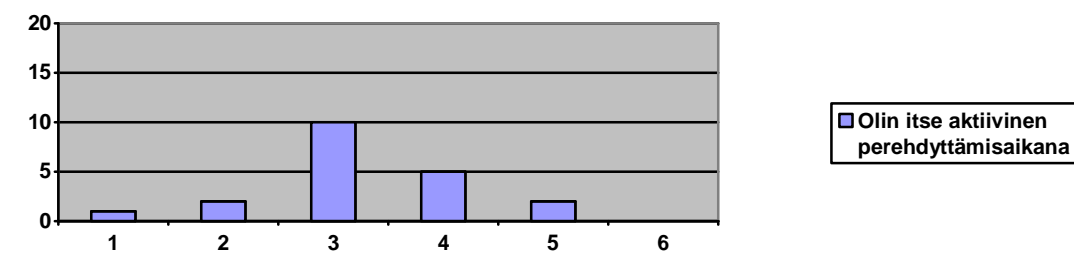
Taulukko 20. Esimieheni oli aidosti kiinnostunut perahdytyksen onnistumisesta

N=20

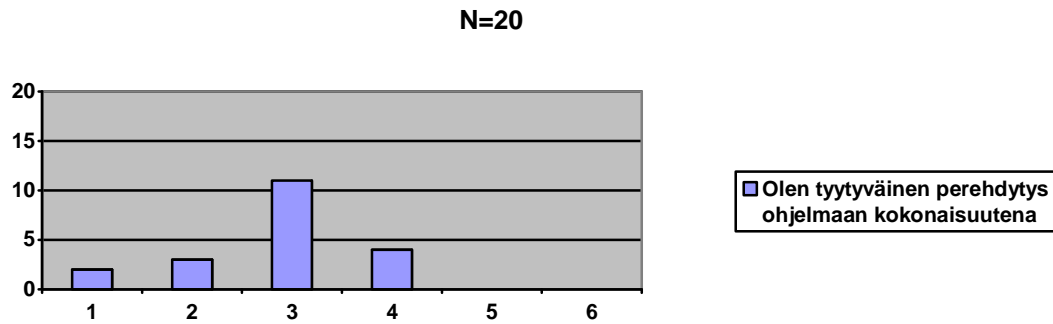


Taulukko 21. Olin itse aktiivinen perahdyttämisaikana

N=20



Taulukko 22. Olen tyytyväinen perehdytys ohjelmaan kokonaisuutena



Tarvitsen lisäopastusta seuraavista asioista:

-

Ideita ja ehdotuksia perehdyttämisen järjestämiseen kaupassamme:

- Olisi ollut hyödyllisempi heti aluksi
- Hyvä perehdytys
- Olisin toivonut perehdytystä heti alkuun, nyt sai itse opetella kaiken. Nyt oli hyvä perehdytys.
- Profixia ja linkkiä voisi käydä enemmän läpi
- Esimiehiä ei kiinnosta ja perehdyttäjällä välillä turhan kiire, muuten asiallista.