



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Kyselytutkimus internetajanvarauksen kehittämiseksi Suomen Kauneustavaratalo Oy Eveissä

Hyvönen, Sini

2013 Laurea Tikkurila

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Tikkurila

Kyselytutkimus internetajanvarauksen kehittämiseksi Suomen Kauneustavaratalo Oy Enessä

Sini Hyönen
Kauneudenhoitoalan ko
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2013

Sini Hyvönen

**Kyselytutkimus internetajanvarauksen kehittämiseksi Suomen Kauneustavaratalo Oy Eves-
sä**

Vuosi 2013 Sivumäärä 51

Opinnäytetyön tarkoituksena oli saada selville, miten Suomen Kauneustavaratalo Oy Even internetin ajanvaraus on toiminut asiakkaiden ja henkilökunnan käytössä. Yrityksen puolelta haluttiin selvittää, miksi asiakkaat käyttävät internetajanvarausta niin vähän. Internetiin siirtynyt ajanvaraus tehostaa asiakkaiden ja henkilökunnan ajankäyttöä, koska puhelimesta johtaminen ja puhelimeen vastaaminen vievät paljon aikaa myös kosmetiikkamyymälänä toimivassa Evesissä.

Internet on koko ajan kasvava markkinointiväylä erilaisissa yrityksissä. Asiakkaita halutaan saada viihtymään paremmin, ja yrityksen saatavuutta parannetaan varsinkin internetin välityksellä. Useat internetin markkinointiväylät, kuten verkkosivut ja Facebook, vahvistavat yrityksen asemaa nykyajan yhä enemmän tietoteknillistyvässä maailmassa. Internetnäkyvyys on yrityksille erittäin tärkeää, koska yhä useampi kuluttaja etsii itseään kiinnostavia ja tarvitsemiä asioita internetistä.

Asiakaspalvelun laatu on palveluyritysten ylivoimainen myyntivaltti. Yhä useampi kuluttaja osaa jo vaatia itselleen hyvää asiakaspalvelua ja siirtyy helposti palveluntarjoajalta toiselle koettuaan asiakaspalvelun olleen huonoa. Asiakaspalveluun vaikuttavia tekijöitä on monia. Henkilökunnan ammattitaidon lisäksi myös yrityksen sisäinen ja ulkoinen saatavuus vaikuttavat asiakaspalveluun.

Asiakkaille tehty kysely internetajanvarauksen toimivuudesta paljasti suurimmaksi ongelmaksi internetin ajanvarauksessa sen, ettei omia varauksia voinut perua tai muuttaa internetin kautta. Toinen ongelmien aiheuttaja oli ohjelman epäselvyys ja tekniset vaikeudet. Osa kyselyyn vastaajista oli kuitenkin tyytyväisiä ohjelman toimivuuteen.

Henkilökunnan puolelta ongelmiksi koettiin samoja asioita; asiakkaille haluttiin mahdollisuus perua ja muuttaa omia varauksiaan. Myös ohjelman hitaus ja yleisesti ohjelman epäselvyys koettiin hankaliksi. Kokonaisuudessaan henkilökunta oli kuitenkin tyytyväinen internetajanvarauksen saamisesta yrityksen käyttöön.

Huolimatta edellä mainituista ongelmista sähköinen ajanvaraus toimi molempien käyttäjäryhmien, niin asiakkaiden kuin henkilökunnan, mielestä hyvin. Hienosäätöä vaativien kohtien korjaus parantaisi niin asiakkaiden kuin henkilökunnankin internetajanvarauksen käyttömukavuutta ja saattaisi myös lisätä käyttöä asiakkaiden puolelta. Internetajanvarauksen lisämarkkinointi todennäköisesti auttaisi asiakkaita tutustumaan tähän uuteen saatavuuspalveluun.

Asiasanat: Internet, saatavuus, asiakaspalvelu, ajanvaraus, markkinointi

Sini Hyvönen

Customer survey to improve online booking service for Suomen Kauneustavaratalo Oy Eve

Year	2013	Pages	51
------	------	-------	----

The purpose of this bachelor's thesis was to find out how the new online booking service in Suomen Kauneustavaratalo Oy Eve has been received by the customers and the staff. Eve wanted to know why the customers have been using the booking service so seldom. Because of the possibility of booking treatments online, time in the Eve's store can be used more efficiently to serve customers present there. Also, customers save time since they do not need to queue on the phone to book an appointment for a treatment.

Internet is increasingly used as a marketing tool all the time in different companies. The companies want their clients to feel comfortable while using their services. Internet increases the company's availability as well. Many Internet pathways such as homepages and Facebook pages reinforce the company's stand in the modern day's technological world. The company's visibility on the Internet is important since many consumers search the Internet according to their interests and needs.

The quality of customer service in customer service companies is the most important selling point. An increasing number of consumers know how to demand high quality service and soon move to rival company to receive better customer service. There are many factors that affect the quality of customer service. One of the most important aspects in addition to the staff's skills is the company's inner and outer availability.

Customer survey about the online booking service revealed that the biggest problems were that customers could not cancel or change their appointments online. Also the complexity of the programme and technical difficulties were received problematic. Still, a part of the respondents were satisfied with the service.

A similar questionnaire among the staff indicated that the problems were alike. Customers not being able to cancel or change their reservations online were issues as well as the slowness and overall complexity of the programme. Nevertheless the staff was very satisfied with the online booking service in the company.

Despite the problems the online booking service was quite functional according to both the customers and the staff. If the minor problems and difficulties perceived were improved, the usability of the online booking service would increase. Thus more customers might use the service. Also marketing the possibility to book appointments online would probably acquaint customers with this new service.

Keywords: Internet, availability, customer service, online booking service, marketing

Sisällys

1	Johdanto	7
2	Suomen Kauneustavaratalo Oy Eve	7
3	Internet.....	9
3.1	Digitaaliset kanavat.....	9
3.2	Internetin käyttö	10
3.3	Internetissä markkinointi	11
3.4	Internetin vaikutus yrityksen saatavuuteen	13
4	Internetajanvaraus	13
4.1	Internetajanvaraus Enessä	14
4.2	Internetajanvarauksen huonot puolet	16
4.3	Internetajanvarauksen huonot puolet Enessä	18
5	Kyselytutkimusten hyödyt ajanvarauksen kehittämisessä	19
5.1	Asiakaskysely.....	20
5.2	Henkilökunnan kysely.....	20
6	Asiakaskyselyn tulokset.....	20
6.1	Ikäsi?.....	21
6.2	Aikaisempi internetajanvarauksen käyttö	22
6.3	Internetajanvarauksen tämän hetkinen toimiminen	23
6.4	Mieluisin tapa varata aikaa	23
6.5	Muistutuksen tarpeellisuus	24
6.6	Lisätietokenttä ja varauksen selkeys	25
6.7	Vapaa sana	26
6.8	Tuleva käyttö	27
6.9	Tulosten yhteenveto.....	27
7	Henkilökunnan kyselyn tulokset.....	28
7.1	Internetajanvarauksen toiminta ja käytön oppiminen.....	28
7.2	Ongelmat internetajanvarauksessa	28
7.3	Tyytyväisyys internetajanvaraukseen	29
7.4	Omat muokausehdotukset.....	30
7.5	Asiakaspalautteet internetin ajanvarauksesta	30
8	Kyselyiden tulosten analysointi ja johtopäätökset	30
8.1	Asiakaskysely.....	31
8.2	Henkilökunnan kysely.....	37
9	Yhteenveto kehitysehdotuksista internetajanvarauksen parantamiseksi.....	38
10	Pohdinta.....	39
	Lähteet	43
	Kuviot	44

Taulukot	45
Liitteet	46
Liite 1. Kyselytutkimus Eve:n asiakkaille	46
Liite 2. Kyselytutkimus henkilökunnalle	48
Liite 3. Kehitysehdotukset asiakkailta	49

1 Johdanto

Internetin käyttö on nykyään jatkuvasti kasvava trendi kaikissa ikäryhmissä, ja siksi myös yritysten tulee pysyä kehityksen mukana. Yrityksen toimivien internetpalveluiden käyttö on niin ikään erinomaista asiakaspalvelua kuin myös taloudellisesti kannattavaa yrityksen toimintaa. Muun muassa internetissä tapahtuvan ajanvarauksen mahdollisuus on hyvä kilpailuetu kaikenlaisissa ajanvarausta vaativissa yrityksissä, kuten esimerkiksi kauneudenhoitoalalla. Yhä useammin myös pienemmät kosmetiikka-alan hoitoyritykset siirtyvät internetissä tapahtuvaan asiakaspalveluun.

Opinnäytetyöni tarkoituksena on selvittää, miten hyvin Suomen Kauneustavaratalo Oy Enessä toimiva internetajanvaraus on vastaanotettu asiakkaiden ja henkilökunnan puolesta. Tavoitteena on saada selville, mitkä asiat sähköisessä ajanvarauksessa eivät vielä toimi, millä eri keinoilla sen toimimista voitaisiin parantaa sekä saada kehitysideoita niin asiakkailta kuin henkilökunnaltakin ajanvarauksen puutteiden korjaamiseen. Selvitän myös miten internetissä näkyminen ja internetpalvelut vaikuttavat yrityksen saatavuuteen. Lisäksi tutkimuksen avulla saadaan markkinoitua sähköistä ajanvarausta asiakkaille, jotka eivät vielä ole tutustuneet siihen.

Opinnäytetyössä tutkin asiakkaiden mielipiteitä kyselytutkimuksella. Kvantitatiivisen kyselyn pohjalta voidaan mahdollisesti kehittää ajanvarausta toimivammaksi asiakkaille. Henkilökunnan mielipiteitä ja parannusehdotuksia internetajanvaraukseen selvitetään kvalitatiivisen kyselyn avulla. Internetissä toimiva ajanvaraus on Even henkilökunnalle ja asiakkaille melko uusi palvelu, ja se toimii lähes samalla tavalla henkilökunnan käytössä kuin asiakkaiden varatessa aikoja itse internetin kautta. Henkilökunnalla on kuitenkin laajemmat käyttömahdollisuudet. He voivat muun muassa varata aikoja myös myymälässä asiakkaan varatessa aikaa puhelimitse.

Internetajanvaraus otettiin käyttöön Enessä kesällä 2012, jonka jälkeen se on korvannut kokonaan ennen käytössä olleiden kolmen eri ajanvarauskirjan käytön. Näihin merkinnät tehtiin lyijykynällä ja useiden eri työntekijöiden persoonallisetkin merkinnät olivat muille työntekijöille usein epäselviä. Ajanvarauksen päivittämiselle oli siis jo suuri tarve. Evellä on myös nettikauppa, joka on toiminut jo pidemmän aikaa. Siksi olikin luonnollista siirtää ajanvaraus spa-hoitoihin ja kosmetologipalveluihin myös internetissä suoritettavaksi. Näin saatiin yhtenäistettyä Even ajanvarausjärjestelmää, joka aikaisemmin oli melko epäselvä ja sekaannuksia sattui usein.

2 Suomen Kauneustavaratalo Oy Eve

Suomen Kauneustavaratalo Oy Eve on Espoon Leppävaaran Sellon kauppakeskuksessa toimiva kauneudenhoitoalan yritys. Eve tarjoaa kosmetologien ja hierojien palveluita spa-puolellaan sekä myy kosmetiikkaa. Evessä keskitytään erityisesti luonnonkosmetiikkaan sekä kosmetiikkasarjoihin, joita ei löydy useimmista kosmetiikka-alan myymälöistä. Tällaisia sarjoja ovat muun muassa Jurlique, Ziaja, Youngblood-mineraalikosmetiikkasarja, Ahava, Lavera sekä uutena tuotesarjana Vita Liberata - itseruskettavat. Spa:ssa käytetään muun muassa Comfort Zone sekä Denova Pro - tuotesarjoja. Spa-hoitojen valikoima on erittäin kattava ja hoitoja kehitetään jatkuvasti. Myös myytävät tuotesarjat vaihtuvat aika ajoin.

Henkilökuntaan kuuluu toimitusjohtaja, verkkokaupanhoitaja, markkinointiasistentti, spa manager sekä myymälän team leader, kaikkiaan kymmenen työntekijää. Liikevaihto vuosittain on noin 800 000 euroa. Eve on toiminut vuodesta 2008 asti ja sillä on ollut liikkeitä Turussa, Vantaalla ja Espoossa. Nyt toiminta on keskitetty Espooseen, jossa kaikki yrityksen toimitilat sijaitsevat. Evessä työskentelevistä kosmetologeista osa työskentelee omalla toiminimellään ja osa palkallisina työntekijöinä.

Evessä on ollut käytössä niin sanottu perinteinen ajanvarausmenetelmä, jossa asiakkaat soittavat myymälään ja varaavat ajan haluamaansa hoitoon. Ajat varattiin lyijykynää käyttäen ajanvarauskirjoihin, joita oli kolme. Menetelmä kaipasi uudistusta ja tilalle otettiin internetissä toimiva ajanvaraus. Internetajanvarauspalvelu hankittiin Even verkkokaupan ja internetisivujen tuottajalta. Even verkkokauppa on toiminut vuodesta 2009 lähtien ja se on menestynyt hyvin kahden ensimmäisen vuoden hiljaiselon jälkeen. Verkkokaupan lähdettyä kunnolla käyntiin oli oletettavissa, että myös internetajanvaraus olisi toimiva ja menestyksellinen. Näin ei kuitenkaan ole käynyt vaan ajanvaraus on jatkunut edelleen pääasiassa puhelimitse. Idea opinnäytetyöhön lähti uudistetusta ajanvarauksesta ja sen käytön vähyydestä asiakkaiden puolelta.

Evessä on 220 asiakasta VIP-asiakasrekisterissä. He ovat asiakkaita, jotka käyttävät Even palveluita usein, ja heidät tunnetaan melko hyvin myymälässä asioidessaan. Even kanta-asiakasrekisterissä on noin 7000 asiakasta, joille lähetetään clubi-kirje sähköpostitse kerran kuussa. Clubi-kirje sisältää erilaisia tarjouksia kanta-asiakkaille sekä tietoa eri kampanjoista ja uutuuksista. Nämä 7000 asiakasta ovat asiakkaita, jotka ovat joskus käyneet tai käyvät edelleen Evessä ja ovat antaneet sähköpostiosoitteensa liittyessään kanta-asiakaslistalle. Kanta-asiakkaat saavat myös käynneistään etua. Yli 40 euron ostos tai hoito oikeuttaa leimaan kanta-asiakasleimakorttiin, ja kymmenen leiman jälkeen saa yhteensä 20 euron arvoisen edun joko hoitoon käytettäväksi tai ostosrahaksi.

3 Internet

Nykyään internetistä voi löytää mitä tahansa. Kuluttaja voi etsiä tietoa itseään kiinnostavista asioista helposti. Suurin osa ihmisistä käyttää internetiä jokapäiväisessä elämässään niin töissään kuin yksityiselämässään. Internetissä voidaan pelata, chattailla, keskustella, tavata ihmisiä, etsiä tietoa ja paljon muuta. Monet ihmiset käyttävät internetiä rentoutumiseen pitkän työ- tai koulupäivän jälkeen (Haasio 2008: 12). Internetin tarjoamat mahdollisuudet kasvavat joka päivä. Se on yhä voimakkaammin mukana ihmisten jokapäiväisessä elämässä. On myös olemassa palveluita, joita voi nykyään käyttää vain internetissä. Tällaisia ovat muun muassa halpalentoyhtiöiden varauspalvelut. Internetin avulla ihmiset voivat nykyään pitää yhteyttä toisiinsa ympäri maailmaa reaaliajassa sekä tehdä ostoksia mihin vuorokauden aikaan tahansa. (Haasio 2008: 13).

3.1 Digitaaliset kanavat

Digitaalisten kanavien käyttö on yleistynyt nopeasti vuosien 1996-2006 välillä asiakaspalvelun, asioinnin sekä kaupankäynnin kanaviksi ja ne ovat tulleet jäädäkseen. Digitaalisia kanavia ovat esimerkiksi verkkosivut, verkkomainonta, sähköpostimarkkinointi ja mobiilimarkkinointi (Merisavo, Vesanen, Raulas & Virtanen 2006: 15). Karjaluodon (2010: 13) mukaan digitaaliselle markkinointiviestinnälle ei ole yksittäistä määritelmää. Yleisesti oppikirjoissa puhutaan internetmarkkinoinnista ja sähköpostimarkkinoinnista, digitaalisesta teknologiasta tai e-mediasta. Englanninkielinen kirjallisuus käyttää Karjaluodon mukaan termiä DMC eli Digital Marketing Communications, joka tarkoittaa yleisesti ottaen kaikkea digitaalisessa muodossa tai mediassa tehtyä markkinointiviestintää. ”Digitaalinen markkinointiviestintä tarkoittaa uusien markkinointiviestinnän digitaalisten muotojen ja medioiden, kuten internetin, mobiilimedian ja muiden interaktiivisten eli vuorovaikutteisten kanavien (kuten interaktiivinen televisio), hyödyntämistä markkinointiviestinnässä” (Karjaluoto 2010: 13). Vielä tarkennettuna Karjaluoto kertoo tunnetuimpien digitaalisen markkinoinnin muotojen olevan sähköinen suoramarkkinointi. Tällaisia ovat esimerkiksi sähköposti ja tekstiviesti, sekä internetmarkkinointi, joka sisältää verkkosivut, kampanjasivustot, verkkomainonnan, kuten bannerit, ja hakukonemarkkinoinnin. Vähemmän tunnettuja muotoja ovat esimerkiksi viraalimarkkinointi, mainospelit, mobiilimarkkinointi, interaktiivinen televisio, verkkoseminaarit- ja kilpailut sekä monet muut. Sosiaalinen media, kuten Twitter, Youtube ja Facebook, on myös yksi mahdollinen kanava. (Karjaluoto 2010: 14).

Merisavo, Vesanen, Raulas & Virtanen (2006: 34) kertovat, että erilaisilla digitaalisilla kanavilla pystytään vahvistamaan yrityksen liiketoimintaa sekä viestintää ja prosesseja. Samalla saadaan tuotettua uudenlaista lisäarvoa asiakkaille ja sitä kautta voidaan myös luoda tiiviimpiä ja vuorovaikutteisempia asiakassuhteita. Nämä digitaaliset kanavat antavat yrityksille mah-

dollisuuden asiakkaiden kuunteluun ja jopa tuotekehitykseen osallistumiseen, sekä viestinnän, palveluiden ja tuotteiden kehittämiseen. Kaikki nämä vaikuttavat asiakassuhteeseen vahvistavasti.

3.2 Internetin käyttö

Tilastokeskuksen Tieto- ja viestintätekniiikan käyttö - tutkimuksen (2011) mukaan 85 prosentilla kotitalouksissa oli tietokone keväällä 2011, joista 84 prosentilla oli internetyhteys. Muitakin laitteita on, joilla pääsee internetiin, kuten älypuhelimet sekä erilaiset tabletit ja tablettitietokoneet. Jopa 89 prosenttia 16-74 vuotiaista suomalaisista oli käyttänyt internetiä viimeisen kolmen kuukauden aikana keväällä 2011 kysyttäessä. Internetiä käytetään usein, sillä kolme neljästä suomalaisesta käyttää internetiä päivittäin tai lähes päivittäin. Kiinnostavaa on, että tutkimuksen mukaan 16-34-vuotiaiden internetin käyttö ei voinut kasvaa vuodesta 2010 vuoteen 2011, koska käytännössä kaikki siitä ikäryhmästä käyttivät jo internetiä. Kuitenkin 65-74 vuotiaista internetin käyttö kasvoi 10 prosentilla 53 prosenttiin ja 55-64-vuotiaiden internetin käyttö kasvoi kuusi prosenttia 81 prosenttiin. (Tilastokeskus 2012). Vuonna 2009 internetiä käytti Yhdysvalloissa kolme neljästä ihmisestä, Euroopassa noin puolet ihmisistä, Australiassa/Oseaniassa noin 60 prosenttia ja Afrikassa noin 6 prosenttia ihmisistä. Karjaluodon mukaan internetin käyttö on kasvanut räjähdysmäisesti viimeisen kymmenen vuoden aikana. Suomessa käytettiin verkkomainontaan vuonna 2008 noin 152 miljoonaa euroa, joka kasvoi vuodesta 2007 yli 34 prosenttia. (Karjaluoto 2010: 128).

Hedman & Pappinen kertoivat vuoden 1999 kirjassaan, että sähköpostin käyttö yrityksissä on jo niin tavallista, että sitä käytetään jopa enemmän kuin faksia. Siitä on tullut arkinen työkalu. (Hedman & Pappinen 1999: 107). Tämä kertookin siitä kuinka nopeasti internet on ottanut paikkansa ihmisten välisenä kommunikointivälineenä. Vuonna 2006 ilmestyneessä kirjassa Merisavo, Vesanen, Raulas & Virtanen sanovat kuitenkin havainneensa, ettei digitaalisia kanavia vielä erityisesti hyödynnetä asiakassuhteiden kehittämisessä ja lujittamisessa (Merisavo, Vesanen, Raulas & Virtanen 2006: 34-35). Kuluttaja kuitenkin huomaa, että yhä useampi yritys haluaa olla yhteydessä asiakkaisiinsa juuri digitaalisten kanavien kautta. Näin saadaan koko ajan lisättyä ja lujitettua asiakassuhdetta. Kilpailu asiakkaiden määrästä kasvaa koko ajan yritysten lisääntyessä.

Internetissä näkyminen onkin erityisen tärkeää yrityksille ja yhä useampi yritys siirtää palveluitaan, muun muassa ajanvaraustaan, internetiin. Tämä tuo yrityksille paljon hyötyä ja etua muihin saman alan yrityksiin verrattuna. Aikaa säästyy myymälän ylläpitoon sekä muiden päivittäisten asioiden hoitoon kun asiakkaat saavat itse toimia internetin kautta. Monet eri yrityksen ovat siirtäneet asiakaspalvelunsa melkein kokonaan internetissä tapahtuvaan itsepalveluun (Juslén 2009: 30). Sama ilmiö lisääntyy koko ajan myös kauneudenhoitoalalla. Sähköis-

tetty ajanvaraus sekä tuotteiden myynti verkkokaupassa vähentävät kiirettä myymälässä tapahtuvan puhelinajanvarauksen vähentyessä ja asiakaspalvelijat voivat keskittyä tehokkaammin myymälässä asioivien asiakkaiden palveluun sekä myymälän hoitoon ja muihin päivittäisiin työpaikan tehtäviin. Varsinkin ruuhka-aikana asiakkaiden palveleminen myymälässä karsii puhelimitse varattavia aikoja, koska puhelimeen ei ehditä aina vastata. Tämä vaikuttaa hoito- ja haluavien asiakkaiden määrään vähenevästi, koska aikoja hoitoihin ei voida varata niin paljon kun asiakkaita olisi tulossa. Jos asiakkaat eivät saa luvattua palvelua puhelimitse, he eivät myöskään tuota yritykselle. On myös tärkeää antaa paikalle saapuneille asiakkaille heidän tarvitsemansa huomio. Asiakkaan on helppo siirtyä toiseen kilpailevaan yritykseen, jos palvelu ei miellytä.

Koska Evessä on Day Spa, johon ajanvarauksia otetaan, sekä kosmetiikkamyymälä, internetissä tapahtuva ajanvaraus helpottaa huomattavasti työntekijöiden kiirettä ja parantaa näin myös asiakaspalvelun laatua. Myymälän tunnelma ja työilmapiiri rauhoittuvat, kun puhelin ei soi jatkuvasti ja pitkiä jonoja ei ehdi muodostua kassalle. Even tilat ovat avarat ja korkeat ja hoituhuoneet sijaitsevat myymälän takaosassa. Myymälän ja hoituhuoneiden välillä on vain ohut väliseinä, jolloin myymälän äänet usein kantautuvat myös hoitotiloihin. Siksi olisikin tärkeää saada myymälän puoli rauhoitettua niin, että hoituhuoneissa vallitsisi hiljainen ja levollinen rauha, jota myymälän puhelimin pirinä ei häiritsisi.

Tilastokeskuksen tekemän Tietotekniikan käyttö yrityksissä (2011) -tutkimuksen mukaan 99 prosentilla yrityksistä oli mahdollisuus internetin käyttöön. 65 prosenttia työntekijöistä kaikissa yrityksissä käytti tietokonetta tai vastaavaa laitetta, jossa oli internetyhteys. (Tilastokeskus 2011). Evessä kaikissa tietokoneissa on internetyhteys. Tietokoneita on muutama, niin kannettavia kuin pöytäkoneita. Pöytäkoneita on kaksi myymälän kassalla, joista toisella hoidetaan internetajanvaraus, toinen toimii kassana. Kolmas pöytäkone on toimistossa, jossa on myös kolme kannettavaa. Yleisesti ottaen toimistossa työskentelevät käyttävät päivittäin kannettavia ja pöytäkone on yrityksen sisäisiä tietoliikenneyhteyksiä, kuten kassayhteyksiä, varten. Koska yrityksessä on olemassa internetin käyttömahdollisuus, sitä kannattaisi hyödyntää mahdollisimman paljon.

3.3 Internetissä markkinointi

Internetissä näkyvyys on noussut nopeasti yhdeksi parhaimmaksi markkinointikeinoksi yrityksille. Juslénin (2009: 34) mukaan ”huomattava osa kuluttajan asemaan vaikuttaneista tekijöistä liittyy sähköiseen tiedonvälitykseen ja internetin mahdollistamiin uusiin viestintäpalveluihin. Maailma on jatkanut kutistumistaan ja asiat, ilmiöt ja trendit leviävät hyvin nopeasti ihmisten jakaessa tietoa edelleen.” Ihmiset käyttävät internetiä jatkuvasti tiedonhankintaa, uusien palveluiden löytämiseen sekä palveluntarjoajien löytämiseen. Internetissä löytyvät

keskustelupalstat ja sosiaalinen media vaikuttavat nykyajan ihmisiin paljon. Siksi onkin tärkeää näkyä internetin monissa eri paikoissa. Mitä enemmän yrityksellä on internetissä olevaa, helposti näkyvää sisältöä, sitä enemmän näkyvyyttä se saa varsinkin hakukoneita käytettäessä: ”Hakukoneet ovat internetin käyttäjien pikatie juuri siihen tietoon, jota he tietyllä hetkellä tarvitsevat,” (Juslén 2009: 107). Jos yrityksen tarjoamat palvelut näkyvät hakukoneissa ensimmäisinä tai edes ensimmäisellä tulossivulla, mahdollisuus asiakkaiden saamiseksi kasvaa huomasti. Leino (2012: 41) sanookin, että ilman www-sivuja yritys ei käytännössä ole olemassa.

Verkkomainonnassa hyvinä puolina pidetään hyvää kohdennettavuutta, vuorovaikutusta, näytävyyttä, monipuolisuutta ja mitattavuutta. Huonoista puolista Karjaluo mainitsee sen ärsyttävyyden, informaation nopean vanhenemisen sekä yritysten erottumisen vaikeuden. Verkkomainonnan suunnittelussa ongelmina on esimerkiksi se, että verkossa voi nykyään olla niin monilla eri laitteilla, joilla on erilaiset näyttöresoluutiot. Se tietenkin vaikeuttaa sivuston ulkoasun suunnittelua sekä mainosten sijoittelua. (Karjaluo 2010: 128).

Markkinoinnin keinot ovat muuttuneet paljon muutamassa vuodessa. Merisavo, Vesanen, Raulas & Virtanen (2006: 32) kertovat kirjassaan, että aikaisemmin markkinoija valitsi itse sisällön eli sen mitä halusi kuluttajille kertoa. Samoin hän valitsi myös kanavan, jonka kautta viesti lähetettiin tai kerrottiin sekä ajoituksen viestin näyttämiseksi kuluttajille. Nyt tällainen outbound-markkinointi on muuttumassa täysin päinvastaiseksi. Nyt asiakas saa päättää sen mitä haluaa tietää, jakelukanavan sekä ajoituksen. Juslén on kirjassaan samaa mieltä. Hänen mukaansa keskeytykseen ja pakottamiseen perustuva outbound-markkinointi on internetissä nykyään inbound-markkinointia eli keskeyttämisen sijasta tärkeää on asiakkaan oma halu vastaanottaa markkinointiviestejä (Juslén 2009: 131). Karjaluo (2010: 127) ei kuitenkaan usko, että uudet digitaaliset markkinointikeinot kokonaan syrjäyttäisivät perinteiset mainonnan keinot, kuten television, radion tai printtimedian. Digitaaliset mediat ovat kuitenkin saavuttaneet huomattavan paikan nykypäivän markkinoinnissa.

Eve käyttää monia eri näkyvyyskanavia internetissä. Omien internetsivujen lisäksi Evellä on oma blogi, jonka päivittämiseen osallistuu moni henkilökunnasta. Päivityksiä tekevät niin toimitusjohtaja ja markkinointiassistentti kuin myös hoitoja tekevät kosmetologit sekä myymälän työntekijät. Aiheet vaihtelevat kirjoittajien omien ideoiden sekä ajankohtaisuuden mukaan. Blogiin löytyy linkki Even internetsivujen aloitussivulta ja uudet blogikirjoitukset julkaistaan myös Even Facebook-sivuilla. Facebook-sivuja päivitetään muutenkin melko usein ja sieltä löytyy paljon kuvia muun muassa kanta-asiakasilloista, joita Eve järjestää muutaman kerran vuodessa. Evellä on myös oma verkkokauppansa, joka on toiminut vuodesta 2009 asti. Verkkokaupan menestys on ollut melko hyvä, sillä joka viikko tulee tilauksia. Enessä käytetään myös perinteisempiä markkinoinnin keinoja, kuten Sellon kauppakeskuksessa olevia mainoksia

ja kuulutuksia, sekä lehtimainontaa muun muassa tapahtumien yhteydessä. Even otettua internetajanvaraus käyttöön lähes kaikki sen palvelut, kuten ostosten tekeminen, ajanvaraus sekä asiakaspalvelu sähköpostilla, on mahdollista tehdä internetin kautta. Eivätkä tahtookin kehittyä koko ajan ja toimia trendikkäänä tiennäyttäjänä modernien ja ajankohtaisten palveluiden tarjoajana.

3.4 Internetin vaikutus yrityksen saatavuuteen

Saatavuus on yritykselle tärkeä kilpailukeino. Saatavuudella tarkoitetaan sitä, että yrityksen tarjoamat tuotteet ovat asiakkaalle helposti saatavilla, ostaminen on helppoa ja se tuottaa asiakkaalle arvoa ja hyötyä. Samalla yrityksen omat tavoitteet liiketoiminnalle ja markkinoinnille täytyy toteutua. ”Hyvän saatavuuden ansiosta asiakkaat saavat tuotteen oikeaan aikaan, oikeassa paikassa, sopivan suuruisina erinä, helposti ja toimivasti.” (Bergström & Leppänen 2011: 287). Palveluyrityksen saatavuuspäätökset voidaan jakaa kahteen osioon, sisäiseen ja ulkoiseen saatavuuteen (Lahtinen & Isoviita 2007: 112). Kaupan alalla saatavuus tarkoittaa muun muassa myymälän sijaintia, aukioloaikoja, kulkuyhteyksiä sekä henkilökunnan palvelu-
alttiutta (Raatikainen 2010: 97).

Ulkoinen saatavuus koskee yrityksen sijaintia. Tärkeää on, että asiakkaat tietävät miten yritykseen saa yhteyden. Sen on oltava myös helppoa. Puhelin- ja tietoliikenneyhteyksien tulee olla sujuvia. ”Ajanvarausta edellyttävä asiointi tulisi tehdä mahdollisimman helpoksi: asiakas voi esimerkiksi varata ajan kampaajalle tai lääkäriin internetin tai automaatin välityksellä ympäri vuorokauden.” (Bergström & Leppänen 2011: 311).

Sisäinen saatavuus koskee myymälän sisäistä järjestystä. Tuotteiden on löydettävä helposti, opasteiden tulee olla näkyvillä ja liikkuminen yrityksen tiloissa tulee olla sulavaa. Sisäiseen saatavuuteen liittyy myös henkilökunnan palveluhenkisyys sekä osaaminen, jopa henkilökunnan määrä. Viihtymiseen kannattaa panostaa, esimerkiksi tarjoamalla asiakkaalle myymälässä makeisia, juotavaa ja lukemista. (Bergström & Leppänen 2011: 312).

Eivätkä ulkoinen saatavuus näky esimerkiksi myymälän ja hoitolan hyvänä sijaintina. Sellon kauppakeskuksessa on hyvät pysäköintimahdollisuudet sekä julkiset liikenneyhteydet. Puhelimitse hoidettua ajanvarausta on laajennettu internetissä tapahtuvaksi, jolloin yrityksessä ajanvaraus olisi mahdollisimman joustavaa ja voisi tapahtua riippumatta myymälän aukioloajoista. Sisäinen saatavuus myymälässä on hoidettu selkeällä ja tilavalla sisustuksella sekä palvelualltiilla henkilökunnalla.

4 Internetajanvaraus

Internetissä tapahtuva ajanvaraus helpottaa niin yritysten kuin asiakkaiden arkea monilla eri tavoilla. Yritykset - terveystieteistä kampaamoihin ja lippupalvelusta autokatsastuksiin - ovat siirtäneet ajanvarauspalveluitaan internetiin. Ajanvarauksen tapahtuessa internetin välityksellä asiakkaalla on aikaa miettiä mitä palvelua haluaa varata, mille päivälle ja ajalle palvelun haluaa, kuka palvelun tekee ja niin edespäin. Ajanvarauksen internetissä voi yleensä hoitaa mihin aikaan vuorokaudesta tahansa, jolloin asiakas ei ole sidoksissa liikkeen aukioloaikoihin eikä hänen tarvitse myöskään jonottaa puhelimesta. Internetin kautta tapahtuva ajanvaraus itsepalveluna vapauttaa yrityksen työntekijöiden aikaa puhelimesta paikalla olevien asiakkaiden palveluun sekä muihin yrityksen töihin. Asiakastytyväisyys kasvaa kun paikalle saapuneet asiakkaat saavat palvelua tarpeeksi nopeasti ja suoraan henkilökunnalta. Aikoja varaavia asiakkaita saattaa jopa tulla enemmän kun asiakkailla on mahdollisuus varata aikoja yrityksen aukioloaikojen ulkopuolella.

4.1 Internetajanvaraus Enessä

Asiakaspalvelun laatu on ollut paljon otsikoissa. 15/30 Research:n tekemän tutkimuksen mukaan vuonna 2012 suomalaiset 18-70-vuotiaat olivat sitä mieltä, että pahinta asiakaspalvelussa on muun muassa jonotus. Tutkimuksessa kerrottiin, että asiakaspalvelun laatu on erittäin tärkeää asiakkaille ja jopa 77 prosenttia 500 vastaajasta kertoi vaihtaneensa yritystä tai lopettaneensa asiakassuhteen huonon palvelukokemuksen vuoksi. (Ilta-Sanomat 2013). Asiakaspalvelun laadun parantaminen vaikuttaa siis asiakkaiden saamiseen. Jos yrityksen tarjoamat palvelut eivät toimi tai jos yritykseen ei saada yhteyttä asiakkaat saattavat siirtyä suoraan kilpailijan asiakkaiksi. Enessä ajanvarauksen siirtyessä internetissä tapahtuvaksi itsepalveluksi myymälän asiakkaat saavat varmasti parempaa huomiota ja palvelua asiakaspalvelijoilta eikä aikaa varaavien asiakkaiden tarvitse soittaa jatkuvasti, useita kertoja päästäkseen läpi ajanvaraukseen. Ene on siis jo siirtynyt kehittämään oman asiakaspalvelun laatua ja tässä kyselytutkimuksessa keskitytäänkin asiakaspalvelun laadun parantamiseen ja siinä loistamiseen eli internetissä toimivan ajanvarauksen kehittämiseen ja markkinoimiseen.

Internetissä tapahtuvaa ajanvarausta voitaisiin melkein rinnastaa verkkokauppaan. Leinon (2012: 200-203) mukaan hyvä verkkokauppa tarjoaa valtavan valikoiman, kellontarkan asiakkuusprosessin sekä henkilökohtaisen palvelun. Even verkkokauppa tarjoaa kaikkia näitä palveluita, mutta myös internetajanvaraus toimii samoilla linjoilla. Tarjottavana on valtava määrä erilaisia hoitoja ja kosmetologi-palveluita, jotka voi ostaa internetin kautta varatessaan aikaa hoitoon. Tuotteiden lähettämisen sijaan asiakas saapuu hoitoon, jonka on ostanut internetin kautta. Internetajanvarausprosessin voi aloittaa valitsemalla tietyn ajankohdan, tietyn hoitohenkilön tai tietyn hoidon mukaan. Kyselytutkimuksella halutaan kehittää näitä palveluita ja osoittaa asiakkaille, että internetajanvarauksella ei haluta muuttaa ajanvarausprosessia hiengettömäksi ja konemaiseksi tapahtumaksi vaan asiakkaita palvellaan edelleen henkilökohtai-

sesti parhaalla mahdollisella tavalla. Eve haluaa osoittaa, että myös internetin välityksellä tapahtuvien palveluiden toisessa päässä on Even ystävällinen asiakaspalvelija.

Ajanvarauksen päivittämiselle oli selvä tarve Enessä ennen internetajanvarauksen käyttöönottamista. Kaikki varaukset tehtiin puhelimitse, jolloin ajat merkittiin kolmeen eri ajanvarauskirjaan lyijykynillä. Erityishoitoihin tuli aina omanlaisensa merkintä, esimerkiksi kavitaatiohoidot ympyröitiin vihreällä ylivivaustussilla. Tämä johtui siitä, että Enessä on vain yksi kavitaatiolaitte, joten näin vältyttiin päällekkäisiltä hoidoilta. Kosmetologien ”omat” eli vakituiset asiakkaat merkittiin pienellä tähdellä varauksen yhteyteen. Jotkut kirjoittivat ajanvarauksia omilla nimiväännöksillä ja lyhennemillä, jolloin muiden oli vaikeaa ymmärtää mistä hoidosta oli kyse. Aikoja peruttaessa varaukset pyyhittiin pyyhkeumilla, mutta esimerkiksi kavitaatiomerkinnot jäivät kuitenkin vihreinä paikalleen. Kun aikoja vaihdeltiin ja muuteltiin, oli ilmeistä, että ajanvarauskirjan sivuista tuli melko epäselviä ja aikaa varatessa sai tarkasti katsoa mihin mitään hoitoa pystyi laittamaan. Ajanvaraus oli haastava uusille ja väliaikaisille työntekijöille. Ollessani Enessä työharjoittelussa aikaa kului siihen, että oppi ymmärtämään eri merkkien tarkoitukset, hoitojen pituudet ja merkintätavat.

Vaikeutta lisäsi se, että ajanvarauskirjoja oli käytössä kolme. Yhdessä oli kuuden hoituhuoneen ajanvarauslistat, toisessa kirjassa seitsemännen hoituhuoneen sekä meikkauspisteen, kynsistudion ajanvarauslistat ja välillä myös muita merkintöjä ja kolmannessa kirjassa Even kanssa samoissa tiloissa toimivan In Vogue Spa:n ajanvarauskirja, johon Even asiakaspalvelija otti myös varauksia, jos Even ajat olivat täynnä. Välillä ajanvarauskirjoja piti etsiä, jos joku työntekijöistä oli lainannut niitä ja mennyt johonkin niitä täyttämään tai lukemaan. Se aiheutti hankaluuksia silloin kun asiakas soitti ja halusi varata aikaa. Kirjoja ei tietenkään saanut viedä tiskiltä muualle, mutta välillä niin tapahtui.

Hoitojen eri pituudet ja kosmetologien eri taidot aiheuttivat välillä sekaannuksia. Vakituiset ja pitkään töitä tehneet tietenkin tiesivät asiat jo melkein ulkoa, mutta uusille ja vähemmän myymälässä työskenteleville nämä eivät olleet niin selviä asioita. Even hoidot esitellään kirjallisesti erityisessä Spa Menu:ssa, joita asiakkaat voivat ottaa kotiin mukaan. Tällainen Spa Menu oli myös käytössä ajanvarauksessa, johon oli kirjoitettu jokaisen hoidon viereen ketkä kosmetologit sitä hoitoa tekevät, ja kuinka kauan siihen tarvitsee varata aikaa. Asiakkaan soittaessa ja halutessa varata tiettyä hoitoa, asiakaspalvelija etsi hoidon Menusta ja katsoi, kuka hoitajista kyseistä hoitoa tekee. Sen jälkeen piti vielä etsiä vapaa aika sekaisesta ajanvarauskirjasta niille henkilöille, jotka hoitoa tekivät samalla katsoen että hoitoajan pituus riittää. Puhelinajanvarauksessa piti siis muistaa monia asioita ja olla tarkkana, ettei virheitä tullut. Välillä sattui sekaannuksia ja varattuja aikoja ei löytynytäkään ajanvarauskirjasta, jotkin hoidot menivät päällekkäin tai joku kosmetologi ei tehnyt hoitoa, jota hänelle oli varattu. Jos hyvin kävi, nämä virheet huomattiin ajoissa ja asiakkaalle voitiin soittaa ja sopia uusi ai-

ka. Jos ei, asiakas tuli turhaan paikalle. Jos tällaisia kömmähdyksiä sattui samalle asiakkaalle enemmän kuin kerran, asiakas on tietenkin haasteellisempaa saada enää tyytyväiseksi. Hänellä on jo valmiiksi kielteinen kuva tai kokemus yrityksestä (Reinboth 2008: 105). Itse muistan tapauksen, jossa asiakas oli varannut useamman hoidon usealle päivällä eikä mitään niistä varauksista löytynyt varauskirjoista. Reklamaatio oli myös sen mukainen.

Välillä siis varattuja aikoja puuttui kokonaan varauskirjoista. Se liittyi myös merkintöjen epäselvyyteen ja kiireeseen myymälässä. Joskus saattoi olla niin kiire, että kun ehti ottaa ajanvarauksen ylös, sitä ei ehtinytkään kirjoittaa ajanvarauskirjaan, tai se vain unohtui jos ihmisiä oli myymälässä ruuhkaksi asti. Tämän takia tapahtui myös sitä, että asiakas tuli hoitoon, jota ei ollut varauskirjoissa. Se tietenkin aiheutti harmistusta niin asiakkaalle kuin henkilökunnalle, reklamaatioita ja jopa asiakassuhteen lopettamista. Tähän ongelmaan ratkaisu olisi voinut olla myös se, että yksi henkilö olisi hoitanut pelkkää ajanvarausta ja toinen henkilö myymälää. Välillä kuitenkin ajanvarauksia tuli harvemmin, joten ajanvaraushenkilöä ei olisi tarvinnut koko aikaa. Myös yhden ihmisen palkkaaminen hoitamaan ainoastaan ajanvarausta olisi nostanut yrityksen kustannuksia.

Nyt internetajanvarauksen ollessa toiminnassa näitä ongelmia ei enää juurikaan ole. Internetin järjestelmä tietää tarkkaan, kuinka paljon aikaa millekin hoidolle tarvitsee varata ja kellen kehyseisenä päivänä töissä olevalle kosmetologille aika varautuu. Jos jotain hoitoa voi tehdä vain yksi kerrallaan, ajanvarausjärjestelmä poistaa automaattisesti mahdollisuuden varata kahta samaa hoitoa päällekkäin. Kaikki merkinnät ovat järjestäen samanlaisia ja hoitojen nimet merkitään aina kokonaisina ja samoilla nimillä. Asiakkaat voivat hakea aikoja tietyille kosmetologille, hoidolle tai ajalle. Internetajanvaraus on selkeyttänyt entistä järjestelmää monin tavoin, mutta asiakkaalle nämä eivät tietenkään näy, sillä asiakas ei aikaisemmin nähtynyt mihin ajanvaraukset kirjattiin. Muutos on kuitenkin ollut merkittävä myös asiakkaalle, koska nyt hän voi tehdä kaiken internetissä eikä ainoa vaihtoehto ole soitto puhelimella.

Jotta nämä kyseiset hyödyt saadaan parhaiten käyttöön, tulisi internetajanvarauksen toimia moitteettomasti. Internetajanvarauksen tunnettuus on luultavasti asia, johon täytyy enemmän kiinnittää huomiota sekä selkeästi kannustaa asiakkaita käyttämään ajanvarausta. Tämän opinnäytetyön kyselytutkimus tähtää siihen, että internetajanvarauksen näkyvyys parane. Samalla selvitetään, mitä asiakkaat ja henkilökunta kokevat vielä puuttuvaksi ajanvarauksesta ja mikä sen käytössä mahdollisesti aiheuttaa ongelmia.

4.2 Internetajanvarauksen huonot puolet

Internetissä tapahtuvan ajanvarauksen kanssa voi olla myös paljon ongelmia. Suurimmaksi ongelmaksi nousee tietenkin koko ajan internetissä tapahtuvan ajanvarauksen käyttökäytännöt.

ka. On olemassa monia eri yrityksiä, jotka tarjoavat omia ratkaisujaan yrityksille kotisivujen, sähköisen ajanvarauksen ja monen muun palvelun tuottamiseen. Palveluntarjoajayritystä valittaessa kannattaa miettiä mitä oma yritys tarvitsee ja mitä on tarjolla. Jos ostettu ohjelma ei toimi teknisesti niin kuin sen tulisi, on yrityksen kannattavuus vaarassa.

Internetiä käytettäessä pitää muistaa huolehtia tietoturvasta. Mediassa on nähty monenlaisia hyökkäyksiä eri internetsivuja kohtaan. Kotisivut kaatuvat, pankkipalvelut eivät toimi ja kulluttajien henkilökohtaisia tietoja leviää internetissä. Kun ajanvaraus toimii internetissä ja asiakkaiden tiedot tallentuvat tietokoneelle, voi siihen liittyä myös tietoturvaongelmia.

Yrityksen uusi käytäntö ei välttämättä saa täyttä hyväksyntää niin asiakkaiden kuin työntekijöidenkään puolelta. Jos aikaisemmassa käytännössä ei ollut juurikaan ongelmia tai niitä ei haluttu myöntää, muutos saattaa aiheuttaa vastarintaa. Silloin pitää pystyä perustelemaan uuteen käytäntöön siirtyminen ja helpottaa siirtymistä tekemällä siitä mahdollisimman kitkaton ja miellyttävä asiakkaille ja työntekijöille. Erityisesti, jos uusi menetelmä vaikuttaa monimutkaiselta, tunnetumman käytännön poisjättäminen voi tuntua jopa huonolta idealta. Omalta mukavuusalueelta siirtyminen on aina hiukan jännittävää ja haastavaa. Uuden oppiminen vaatii aina omalta mukavuusalueelta poistumista. (Juslén 2009: 91). Tärkeää on selvittää osallisille miksi muutos tehdään ja millä aikavälillä. Perehdyttäminen tulee tehdä huolellisesti.

Kun siirrytään uudenlaisiin käytäntöihin, millä tahansa alalla, käytäntöihin perehdyttäminen on toiminnan kannalta ratkaisevaa. Kun perehdyttäminen tehdään syvällisesti ja yksityiskohtaisesti, pystyvät työntekijät käyttämään ohjelmaa tehokkaasti ja samalla markkinoimaan myös asiakkaita käyttämään sitä. Jos kuitenkin perehdyttäminen jää puolitiehen, on ohjelman käyttäminen luultavasti todella haasteellista ja sen käyttö saattaa aiheuttaa vastarintaa myös työntekijöiden kesken. Perehdyttämisellä saadaan työntekijä työskentelemään tavoitteellisesti ja lisätään myös palvelun laatua. Työntekijän psyykinen kuormitus vähenee kun työntekijä kokee hallitsevansa työtehtävänsä ja työn vaatimukset. (Työturvallisuuskeskus 2009: 3).

Ohjelman epäselvyys asiakkaille ja työntekijöille on myös mahdollinen ongelma. Jos ohjelman käyttömukavuus ei ole optimaalista, se tuskin saa kovin monia asiakkaita käyttämään sitä. Työntekijöiden täytyy opetella käyttämään uutta ohjelmaa, mutta asiakkaiden ei. Siksi huono ja epäselvä ohjelma saattaa lopettaa asiakkaat käyttämään ohjelmaa kokonaan. Asioiden pitäminen yksinkertaisena helpottaa asiakkaita käyttämään palveluita. Jos haluttu päämäärä on monen napsautuksen takana, ei asiakas välttämättä tiedä mitä seuraavaksi tulisi tehdä (Juslén 2009: 269).

Kun parannetaan yrityksen palveluiden laatua, kuten Eve parantamalla ajanvarauspalveluaan asiakkaille internetissä tehtäväksi, voidaan laadunparannuksessa myös epäonnistua. Jos laadunparannukseen suhtaudutaan vain yhtenä ohjelmana, joka toimii omalla painollaan, ei siihen panosteta tarpeeksi ja laatu ei välttämättä parane ollenkaan. Ongelma on siis yleensä lähestymistavassa, jolla laadunparannusohjelmaa katsotaan. Sen on oltava jatkuva prosessi, johon kaikkien yrityksen työntekijöiden tulee osallistua. (Grönroos 2009: 141). Uutta ohjelmaa pitää markkinoida myös työntekijöille ja kertoa sen visiosta. Sen tulee olla mahdollisimman selkeä ja konkreettinen sekä helposti ymmärrettävissä ja realistinen. (Reinboth 2008: 66).

4.3 Internetajanvarauksen huonot puolet Enessä

Tällä hetkellä internetajanvarauksessa on jo ilmennyt muutamia ongelmia. Asiasta keskusteltaessa toimitusjohtajan kanssa hän kertoi omia kokemuksiaan tämän hetkisistä ongelmista. Internetajanvarauksen selkeys on osoittautunut yhdeksi haasteeksi koko prosessissa. Eteen on tullut soittoja, internetissä tehdyn ajanvarauksen jälkeen, joissa varmistetaan ajanvarauksen onnistuminen. Ajanvarausikkuna internetissä on kuuleman mukaan vain hävinnyt, mikä on jättänyt epävarman tunteen asiakkaalle varauksen onnistumisesta (Siren).

Myös hoitojen löytyminen itse internetsivuilta on tuottanut ongelmia asiakkaille. Ajanvarauksessa on tehty jaottelu kahteen eri kategoriaan, Day Spa:han ja Kauneuden palveluihin, kuten Spa Menu:ssa, jonka paperiversioita saa siis myymälästä. Nämä kaksi kategoriaa sisältävät eri hoitoja eivätkä asiakkaat ole aina ymmärtäneet katsoa molempien kategorioiden alta etsimiään hoitoja. Day Spa:han kuuluvat hemmotteluhoidot ja vartalohoidot. Kauneuden palvelut ovat perinteisempiä hoitoja, kuten kulmien siistiminen, manikyyrit, meikkaukset ja ripsien pidennykset. Tämä on aiheuttanut myymälään puhelintiedusteluja, joissa kysytään, onko jokin hoito otettu pois valikoimista kokonaan, koska sitä ei löydy esimerkiksi Day Spa -osiosta. (Siren). Jos näihin ongelmiin saataisiin jotain kehitystä, puheluiden määrä myymälään vähenisi ja aikaa myymälässä riittäisi enemmän muihin töihin. Esimerkiksi kun hiiren osoittimen vie Day Spa tai Kauneuden palvelut - palkin päälle, siitä voisi avautua suoraan listana mitkä hoidot kuuluvat kyseiseen ryhmään. Tällaisen mahdollisuuden tarpeellisuutta voidaan selvittää kyselytutkimuksen avulla.

Ongelmana on myös internetajanvarauksen käytön vähyys. Kesällä ensimmäisien kuukausien aikana ajanvarauspuheluiden määrä ei vähentynyt juuri ollenkaan. Vähitellen kuitenkin syksyllä internetajanvaraus on alkanut toimimaan niin, että puhelut ovat jonkin verran vähentyneet. Käytön vähyteen voi vaikuttaa yllämainittujen asioiden lisäksi myös se, että internetissä ei voi vielä perua tehtyä ajanvarausta. Se voi jännittää asiakasta niin, ettei hän halua varata aikaa ollenkaan internetistä. Aikaa varatessa ei voi myöskään ilmoittaa jos haluaa käyttää

hoitoon lahjakortin. Eteen on tullut paljon puheluita laskun maksamiseen liittyen, sillä aina ajanvarauksen jälkeen asiakas saa laskun, joka tulee maksaa heti tai myymälässä. Monet lahjakortin käyttäjät soittelevat Eteen kysyäksään miten asian kanssa toimitaan. (Siren).

Eve toivoo, että kyselytutkimuksen avulla saataisiin kehitysehdotuksia ja syitä siihen, miksi internetajanvarausta on käytetty niin vähän asiakkaiden osalta. Samalla saadaan markkinoitua internetajanvarausta sellaisille asiakkaille, jotka eivät ole siitä vielä tietoisia tai eivät ole jostain syystä uskaltaneet sitä vielä käyttää. Myös henkilökunta saa kertoa omista kokemuksistaan ja tuntemuksistaan internetajanvarauksen käytöstä, ja kertoa mahdollisista kehitysehdotuksistaan.

5 Kyselytutkimusten hyödyt ajanvarausta kehitettäessä

Asiakaskyselyn tavoitteena on saada selville kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat olleet internetiin siirtyneeseen ajanvaraukseen. Kyselyllä saadaan selville, kuinka moni asiakkaista on sitä jo käyttänyt ja saadaan selville myös syyt käyttämättömyyteen. Näiden tietojen avulla voidaan kehittää internetajanvarausta asiakkaille miellyttävämmäksi ja helpommaksi.

Henkilökunnan kyselyn tavoitteena on saada selville henkilökunnan mielipiteitä internetajanvarauksesta ja pyytää heiltä mahdollisia kehitysehdotuksia havaitsemiinsa ongelmiin ohjelmaa käyttäessä. Kun kysytään myös henkilökunnan mielipidettä ajanvaraussysteemistä, saadaan laajempi käsitys sen ongelmakohdista ja kehitysehdotukset voidaan huomioida niin asiakkaiden kuin työntekijöiden ohjelmankäytön kannalta.

Internetissä tapahtuva kyselytutkimus on kyselyyn vastaajille melko helppoa. Yleensä ajan vastaamiseen saa päättää itse ja vastauksien miettimiseen voi käyttää enemmän aikaa. Sähköisesti tehty kysely on mahdollisesti myös totuudenmukaisempaa verrattuna puhelintutkimuksiin, koska silloin ei esimerkiksi tarvitse ”miellyttää” puhelimen toisessa päässä olevaa henkilöä. Myös kyselyn kustannukset ovat pienemmät sillä postituskuluihin tai puhelinlaskuihin ei kulu rahaa ja vastausiakaan ei tarvitse odottaa kauaa. (Hedman Pappinen 1999: 122-123).

Varsinkin henkilökunnalle tehtävällä kyselyllä voidaan saada selville vielä piileviä asioita. Henkilökunnan mielipiteitä ei tiedetä, joten tekemällä laadullinen kyselytutkimus ja kokoamalla vastaukset yhteen saadaan kuva henkilökunnan ajatuksia ohjelman toiminnasta. Asiakkaiden mielipiteitä ei myöskään tiedetä, voidaan vain olettaa, että ongelmat, joita toimitusjohtaja on huomannut, ovat myös asiakkaiden huomaamia ongelmia. Kyselyn avulla voidaan selvittää nämä internetajanvarauksen ongelmat ja hyvät puolet, jotta niihin voidaan vaikuttaa.

5.1 Asiakaskysely

Even asiakaskysely suoritetaan internetissä sekä myymälässä, jossa asiakkaille tarjotaan kyselylomaketta heidän saavuttuaan hoitoihinsa. Asiakkaille osoitettu kyselytutkimus on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus, koska tutkimuksessa halutaan saada selville kuinka suuri osa Even asiakkaista käyttää internetajanvarausta ja jos eivät käytä niin miksi. Saadut tulokset voidaan tiivistää tietyiksi tunnusluvuiksi ja analysoida ne kuvioin ja kaavioin, jolloin saadaan tilastollisia analyysejä (Ronkainen & Karjalainen 2008: 19). Helpoimpia kyselymuotoja ovat kyllä-ei -vastaukset valmiisiin kysymyksiin ja niin saadaan lisättyä myös vastausprosenttia (Hedman & Pappinen 1999: 123). Asiakaskyselyssä kysymysten määrä yritetään pitää mahdollisimman rajattuna, jotta kynnyks vastaukseen olisi pieni. Kyselyyn laitetaan myös yksi avoin kysymys, johon asiakkaat saavat vastata suoraan omin sanoin kertoen mielipiteitään, ehdotuksiaan ja kokemuksiaan internetajanvarauksesta. Tällainen avoin kysymys on arvokas internetajanvarauksen kehittämisen kannalta, sillä tällä tavalla asiakkaat saavat kerrotuksi myös sellaisia asioita, joita kyselyssä ei suoraan kysytä.

5.2 Henkilökunnan kysely

Henkilökunnalle tehty kysely on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Tämä johtuu siitä, että henkilökunnan mielipiteitä on helpompi tutkia heidän subjektiivisten mielipiteidensä kautta sekä huomioimalla heidän omat kokemuksensa ajanvarauksen kanssa. Tutkimusta tehtäessä kvalitatiivinen kysely on myös joustavampi verrattuna määrälliseen tutkimukseen. (Ronkainen & Karjalainen 2008: 17-18). Internetajanvarauksessa koetut ongelmat ja hyvät puolet voidaan selvittää avoimilla kysymyksillä, sillä tutkimuksella halutaan nimenomaan selvittää kokevatko työntekijät internetajanvarauksen ongelmalliseksi ja mitkä heidän keinoensa olisivat niiden ratkaisemiseksi: ”—laadullisen tutkimuksen tavoitteena on saada yksilövastaaja tai erityinen valittu ryhmä kertomaan jotain erityistä, sellaista mikä ei ole joko suoraan kysyttävissä tai vaatii tutkittavilta asian pohtimista” (Ronkainen & Karjalainen 2008: 18). Laadullinen kysely on myös helpompi toteuttaa tässä tilanteessa, koska kovin yksityiskohtaisia kysymyksiä olisi hyvin vaikea laatia kun selvitetään jotain vielä mahdollisesti tiedostamaton-

6 Asiakaskyselyn tulokset

Kysely toteutettiin niin, että kolmen viikon ajan, torstaista 28.2.2013 torstaihin 20.3.2013, verkkosivujen etusivulla pyöri kyselyn linkki, johon pystyi vastaamaan saman tien. Jokaiselle kanta-asiakkaalle lähetetyssä clubi-sähköpostikirjeessä oli myös linkki kyselyyn. Kyselyä mainostettiin lisäksi Even Facebook-seinällä. Vastaamalla kyselyyn osallistui kolmen lahjakortin

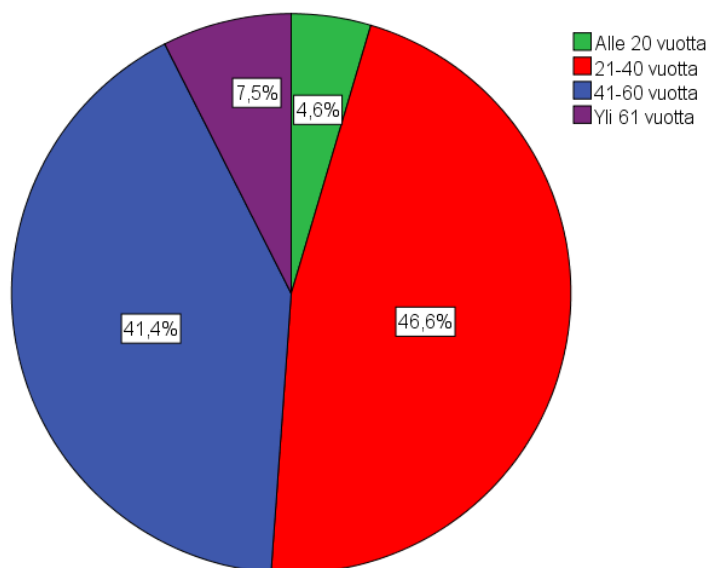
arvontaan. Lahjakortti oli Even uutuuskasvohoitoon, joiden saajat arvottiin kyselyn päättymisen jälkeen. Myymälässä oli myös paperiversiot kyselystä, joita tarjottiin asiakkaille heidän asioidessaan Evessä. Paperiversiot olivat myymälässä siksi, että kaikki asiakkaat eivät mahdollisesti käytä Even internetsivuja tai katso sähköpostiaan. Näin saatiin mielipiteitä myös asiakailta, jotka eivät käytä internetiä edes Even internetsivujen katselemiseen.

Asiakkailla teetettyyn kyselyyn vastasi 136 asiakasta internetin kautta ja 38 asiakasta paperiversioon myymälässä. Yhteensä vastauksia saatiin siis 174 kappaletta. Kyselyn vastausmäärä vihjaa hieman sitä kuinka suuri määrä Evellä on niin sanottuja aktiiviasiakkaita, jotka käyttävät useimmin Even palveluita. Even vip-asiakasrekisterin asiakkaiden määrä on hiukan enemmän. Asiakasvastauksien määrä oli melko hyvä, tavoitteena oli saada noin 200 vastausta, joka melkein saavutettiin.

6.1 Ikäsi?

Kyselylomakkeen ensimmäisellä kysymyksellä, jossa tiedusteltiin ikää välillä alle 20-vuotiaat, 21-40-vuotiaat, 41-60-vuotiaat sekä yli 61-vuotiaat, haluttiin selvittää minkä ikäiset asiakkaat yleensä käyttävät tai eivät käytä internetiä, joko ajanvaraukseen tai muuten vaan internetissä pyörimiseen. Ikähaarukka päätettiin muun muassa Tilastokeskuksen tutkimuksen tulosten perusteella, josta kerrottiin opinnäytetyön alkupuolella. Samalla saatiin selvitystä siitä, minkä ikäistä asiakaskuntaa Evessä eniten käy.

Suurimmat ikäryhmät olivat 21-40-vuotiaat sekä 41-60-vuotiaat. Heitä oli 88 prosenttia kaikista vastaajista. Yli 61-vuotiaita oli 7,5 prosenttia vastaajista ja alle 20-vuotiaita vajaa 5 prosenttia.

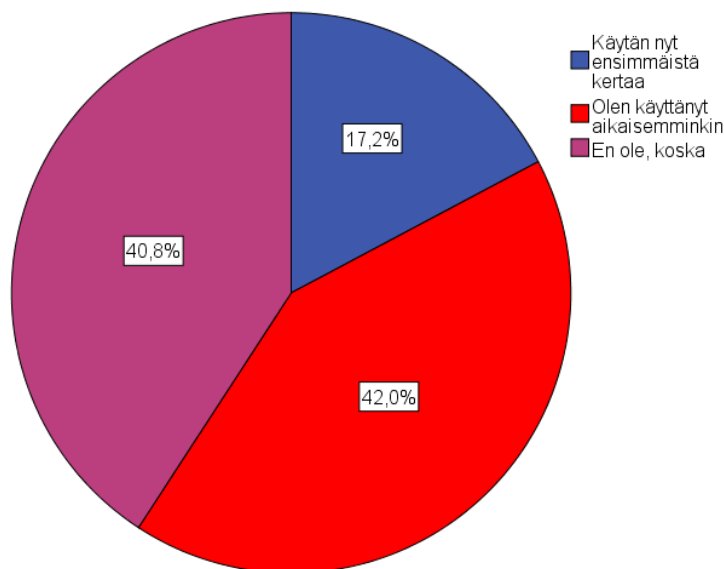


Kuvio 1: Ikäsi?

6.2 Aikaisempi internetajanvarauksen käyttö

Toisella kysymyksellä haluttiin selvittää yleisesti kuinka tunnettu ja käytetty Even internetin ajanvaraus on tällä hetkellä. Kysymyksessä oli jatkokysymys, jolla vastausta voitiin tarkentaa.

Kaikista vastaajista internetajanvarausta oli aikaisemmin käyttänyt 42 prosenttia ja melkein saman verran, 40,8 prosenttia, ei ollut vielä käyttänyt internetajanvarausta. Loput, eli 17,2 prosenttia vastaajista käytti kyselyä täytettäessä internetin ajanvarausta ensimmäistä kertaa. Myymälässä vastanneet ilmeisesti odottivat vastauslomaketta täytettäessään pääsyä hoitoon, jonka olivat varanneet ensimmäistä kertaa internetin kautta.



Kuvio 2: Oletko käyttänyt internetajanvarausta aikaisemmin?

Vastaajista, jotka eivät olleet aikaisemmin käyttäneet internetajanvarausta, määrittivät syyn käyttämättömyydelle. 38 vastaajaa kertoi, etteivät he tieneet, että Evellä on internetajanvarausmahdollisuus, neljä vastaajaa oli yrittänyt käyttää, mutta eivät onnistuneet, yhden vastaajan mukaan internetin ajanvaraus oli liian vaikea tai epäselvä, kuusi vastaajaa vastasi, että internetajanvarauksista ei löydy heidän haluamiaan hoitoja. Kolme vastaajaa ei ollut tarkentanut sitä, miksi eivät olleet käyttäneet internetajanvarausta.

Yhdeksäntoista vastaajaa vastasi tarkentavaan kysymykseen ”Muu syy”, joihin saatiin seuraavia täsmennyksiä: ” Ei ole ollut tarvetta tähän mennessä.” ”Haluan asioida suoraan henkilön kanssa”. Moni vastaaja sanoi asioivansa mieluiten henkilökohtaisesti joko paikan päällä hoidossa ollessaan tai puhelimitse, jotta voi samalla kysellä hoidoista. Kolmelle vastaajista Eve ei ollut yrityksenä ennestään tuttu.

6.3 Internetajanvarauksen tämän hetkinen toimiminen

Kolmanteen kysymykseen vastattiin ainoastaan silloin, jos vastaaja oli aikaisemmin jo käyttänyt internetin ajanvarausta. Ajanvarausta jo käyttäneet pääsivät kertomaan, miten se oli toiminut. Vastaajista, jotka olivat käyttäneet ajanvarausta jo aiemmin, 27,6 prosenttia sanoi ajanvarauksen internetissä toimivan erittäin hyvin. Vain kaksi vastaajaa 103 vastaajasta sanoi sen toimivan huonosti. 11,5 prosentin mielestä internetajanvarausta tulisi vielä kehittää.

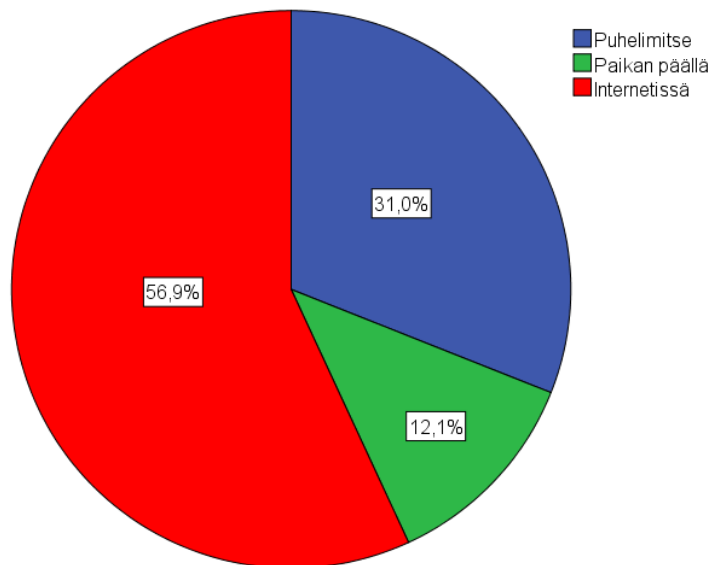
Kuitenkin kaikista vastaajista (174 kpl) jopa 46,6 prosenttia sanoi internetin ajanvarauksen toimivan erittäin hyvin.

	Vastaaja	Käyttäneet %	Kaikista vastaajista %
Toimii erittäin hyvin	48	27,6	46,6
Toimii jokseenkin	33	19,0	32,0
Sitä tulisi vielä kehittää jonkin verran	20	11,5	19,4
Toimii huonosti	2	1,1	1,9
Vastauksia yhteensä	103	59,2	100,0
Yhteensä	174	100,0	

Taulukko 1: Miten internetajanvaraus mielestäsi toimii?

6.4 Mieluisin tapa varata aikaa

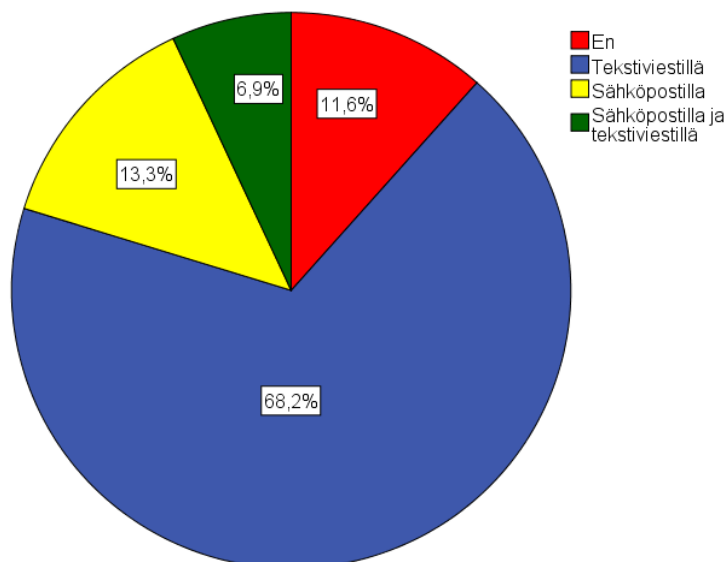
Kysymyksellä 4 selvitettiin, mikä on asiakkaiden mieluisin vaihtoehto ajanvarauksen tekemiseen. Vastausten mukaan yli puolet eli noin 57 prosenttia vastaajista varaa aikansa Even hoitoihin mieluiten internetin kautta. 31 prosenttia varaa ajan mieluiten puhelimitse ja noin 12 prosenttia vastaajista tulee mieluiten Even ja varaa ajan siellä.



Kuvio 3: Miten varaat ajan Even hoitoihin mieluiten?

6.5 Muistutuksen tarpeellisuus

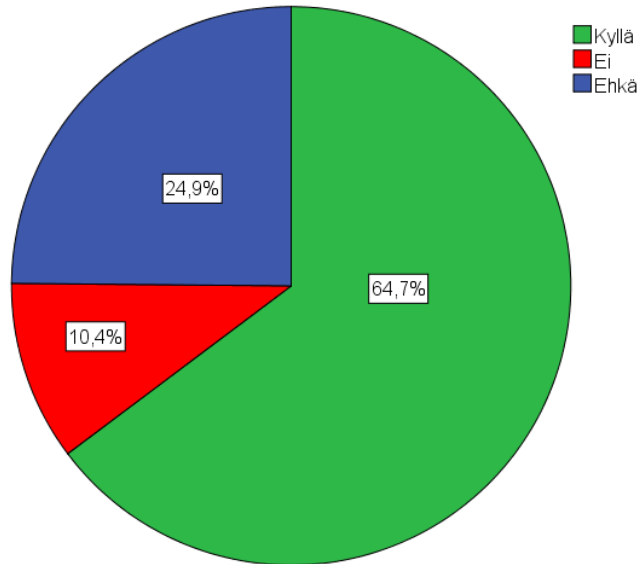
Viides kysymys selvitti onko tarpeellista lähettää muistutusta varatuista hoidoista päivää aikaisemmin. Vastaajista 20 kappaletta sanoi, ettei halua saada minkäänlaista muistutusta seuraavan päivän hoidostaan. 112 vastaajaa eli reilusti yli puolet haluaisi saada muistutuksen matkapuhelimeensa tekstiviestillä ja sähköpostilla ja 23 vastaajaa. 12 vastaajaa oli sitä mieltä, että olisi hyvä saada muistutus niin sähköpostiin kuin tekstiviestillä.



Kuvio 4: Haluaisitko saada muistutuksen hoidostasi päivää ennen?

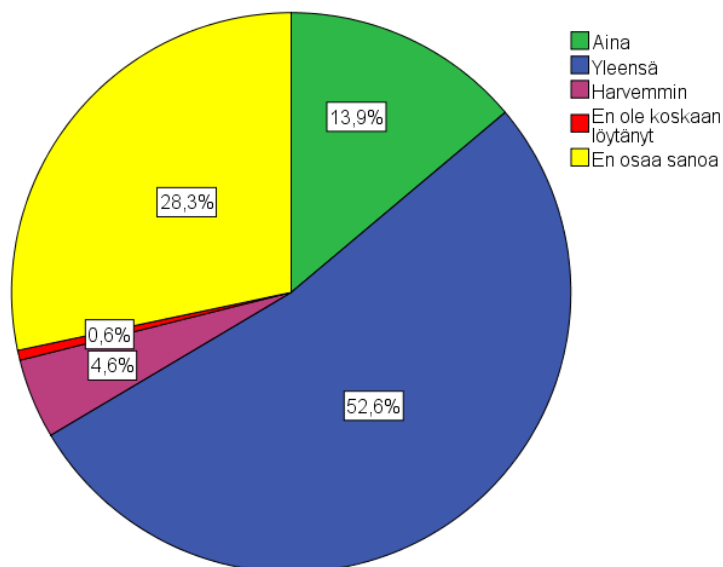
6.6 Lisätietokenttä ja varauksen selkeys

Vastaajista 64,7 prosenttia vastasi haluavansa internetajanvaraukseen lisätietokentän, johon voisi ilmoittaa tietoa esimerkiksi allergioista ja muista hoidoissa huomioitavista asioista. 10,4 prosenttia vastaajista ei halunnut minkäänlaista lisätietokenttää ajanvarausikkunaan.



Kuvio 5: Haluaisitko internetin varausikkunaan lisätietokentän?

Seitsemäs kysymys selvitti internetajanvarauksen selkeyttä hoitojen kannalta. Vastaajista noin 14 prosenttia sanoi löytävänsä eri hoidot ajanvarausta tehtäessä aina. Yleensä hoidon löytää suurin vastausjoukko noin 53 prosenttia vastaajista. Hoitoa koskaan löytäneitä oli alle prosentti. Noin 28 prosenttia ei osannut sanoa.



Kuvio 6: Löydätkö eri hoidot internetistä ajanvarausta tehdessäsi?

6.7 Vapaa sana

Kahdeksas kysymys oli kyselylomakkeen ainoa kokonaan avoin kysymys, johon vastaajat saivat vastata, jos heillä oli jotain yleistä sanottavaa internetin ajanvaraukseen liittyen. Tähän kysymykseen vastasi 54 vastaajaa. Yksi näistä vastauksista ei kuitenkaan liittynyt ajanvaraukseen vaan vastaaja kertoi ”asiakaspalvelun olleen hieman tökeröä, kun oli saapunut myymälään”.

Yhdeksän vastaajaa haluaisi mahdollisuuden peruuttaa aikoja internetin kautta sekä muuttaa varauksia. Kuusi vastaajaa oli tyytyväisiä internetajanvaraukseen, muun muassa siksi, että se on helppo käyttää ja kiireiselle ihmiselle kätevä: ”Internet varaus on todella helppo käyttää! Ei tarvitse jonottaa puhelimeen ja voi rauhassa koneella katsoa mikä päivä ja ajankohta sopii hoidolle”. Kolme vastaajaa mainitsi mahdollisuuden käyttää mobiiliversiota ajanvarauksesta. Kahden vastaajan mielestä olisi hyvä, jos saisi nähdä ennen varauksen hyväksymistä kuka hoitaja on valittu, kun valitsee hoitajista ”kuka tahansa käy”. Yksi vastaajista haluaisi mahdollisuuden vaihtaa omaa salasanaansa.

Monet vastaajat halusivat myös tarkempia kuvauksia hoidoista: ”Palveluista voisi olla tarkemmat kuvaukset, esimerkiksi se että mitä eroa on sokerointi kategoriasta löytyvällä bikinirajasokeroinnilla ja laajemmalla bikinirajalla.” ”Haluan enemmän tietoa mitä tehdään hoitoaikana, minkälaisia menetelmiä ja muuta lyhyesti.” ”Style and make up kiinnostaisi, mutta en saa ryhmää kasaan. Voisiko yksittäinen asiakas myös ostaa kyseisen palvelun?”.

Muutama vastaaja haluaisi mahdollisuuden varata hoitoaikoja pidemmälle: ”Olisi kiva jos voisi varata vähän pidemmälle eteenpäin, esim. jos matka on tiedossa. Tänään 12.3. esim. ei pysty varaamaan toukokuuhun mitään kauneuspalveluja.”

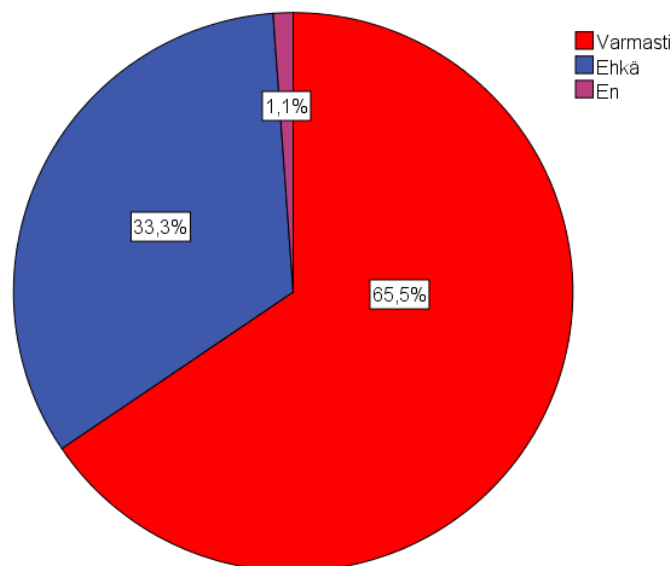
Vastaajista useampi haluaisi mahdollisuuden varata useamman hoidon ketjuja: ”Kun hoitoon ottaa lisäpalveluita, pitäisi varauksen vahvistus olla vasta lisäpalveluiden valinnan jälkeen. Nyt ensin varataan palvelu ja jos lisäpalvelua ei olekaan listalla, peruutus ei onnistu.” ”Useita hoitoja on hankala varata esim. kasvohoito+kulmien muotoilu samalle päivälle.” ”Tahtoisin lomapakettin eli kaikki hoidot samalla kertaa: ripsien&kulmien värjäys, säärien ja bikinirajojen ja kainaloiden sokerointi/vahaus, nyt näitä ei voi varata helposti netistä.” ”Ajanvarauksessa ei voi varata useampaa hoitoa peräkkäin, sellaisen toiminnon lisääminen olisi hyvä. Tehtyä omaa varausta ei voi muuttaa/perua. Ajanvarauksessa voisi olla nopeita, vapaita aikoja esim. -15 % alennuksella saman päivän ajat”.

Lisäksi haluttiin, että ilmoitettaisiin etukäteen, että varaaminen internetin kautta vaatii rekisteröitymistä (2 vastaajaa) sekä internetajanvarauksen linkkiä internetin etusivulle (1 vas-

taaja). Muutamalla vastaajalla oli ollut yleisesti ongelmia ajanvarauksen kanssa, muun muassa ”Internet olisi kaikkein paras varausvaihtoehto, en vain saanut sitä toimimaan kun yritin, systeemi heitti yllättäen ulos eikä avautunut. Käytin puhelinta” sekä ” Välillä varaus tökkii vaikka vapaita aikoja on ne eivät heti tule esiin, on yritettävä useita kertoja”.

6.8 Tuleva käyttö

Kyselyn viimeinen kysymys antoi vastauksen siihen kuinka moni vastanneista aikoo jatkossa käyttää internetiä tehdessään Eveen ajanvarausta. Yli puolet vastaajista eli 65,5 % sanoi jatkossa käyttävänsä Eveen internetajanvarausta varmasti. Internetajanvarauksen käytöstä kieltäytyi 1,1 % vastaajista eli 2 henkilöä. Toinen heistä perusteli ei-vastaustaan sillä, ettei ole internetiä. Ehkä-vaihtoehdon valitsi 33,3 prosenttia vastaajista.



Kuvio 7: Aiotko käyttää internetajanvarausta tulevaisuudessa?

6.9 Tulosten yhteenveto

Suurin osa vastaajista oli iältään 20-60-vuotiaita. Vastaajista noin 40 prosenttia ei ollut käyttänyt internetajanvarausta erinäisistä syistä johtuen kun taas noin 60 prosenttia vastaajista oli käyttänyt sitä aikaisemminkin tai vasta ensimmäistä kertaa. Kaikista vastaajista 46,6 prosenttia oli sitä mieltä, että internetin ajanvaraus toimii erittäin hyvin ja vajaa 20 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että sitä tulisi vielä kehittää.

57 prosenttia vastaajista haluaisi mieluiten varata ajan Eveen hoitoihin internetin kautta ja 31 prosenttia puhelimitse. Loput varaisivat ajan mieluiten Evessä paikan päällä. Suurin osa vastaajista, eli noin 68 prosenttia, halusi saada muistutuksen seuraavan päivän hoidostaan teks-

tiviestillä. Yli puolet vastaajista, eli noin 65 prosenttia, haluaisi internetin varausikkunaan lisätieto-kentän, johon voisi kirjoittaa lisätietoja varauksen yhteydessä, koskien esimerkiksi omaa terveydentilaa.

Vapaa sana - kysymykseen saatiin melko paljon kehitysehdotuksia, joista useimmat koskivat yleisesti internetajanvarauksen mahdollisuuksia ja lisäominaisuuksia, kuten peruutusmahdollisuutta sekä laajempia varausmahdollisuuksia. 65,5 prosenttia vastaajista aikoo tulevaisuudessa käyttää internetajanvarausta varmasti.

7 Henkilökunnan kyselyn tulokset

Henkilökunnan kysely toteutui niin, että useamman viikon aikana henkilökunnalla oli mahdollisuus vastata taukotilassa oleviin kyselylomakkeisiin. Loppujen lopuksi seitsemän työntekijää yhdestätoista sai vastattua kyselyyn taukojensa puitteissa. Henkilökunnalle osoitettuun kvalitatiiviseen kyselyyn vastaajiksi pyydettiin kaikkia Even työntekijöitä. Kyselyssä oli kaksi kysymystä, joihin vastattiin kyllä tai ei sekä neljä kysymystä, jotka vaativat pidemmän, kirjallisen vastauksen. Avoimet kysymykset eivät keränneet niin laajoja vastauksia kuin olisi toivottu, mutta muutamia asioita saatiin selvitettyä. Henkilökunnan kyselystä nousi esille eri teemoja liittyen ajanvaraukseen. Ongelmia oli tiedostettu ja tarve kehittämislle oli ilmeinen. Suurimmiksi teemoiksi nousivat ongelmat internetajanvarauksessa, hyvät puolet internetajanvarauksessa, omat muokkausehdotukset sekä asiakkailta saadut palautteet koskien internetajanvarausta.

7.1 Internetajanvarauksen toiminta ja käytön oppiminen

Henkilökunnalta kysyttiin onko heidän mielestään internetajanvaraus toiminut hyvin sekä ovatko he oppineet käyttämään sitä hyvin. Vastaukset vaihtelivat jonkin verran. Seitsemästä vastaajasta viisi koki, että internetajanvaraus toimii hyvin. Toinen jäljelle jäävistä oli sitä mieltä, että internetajanvaraus ei toimi ja toisen mielestä se toimii välillä. Seitsemästä vastaajasta viisi vastasi, että oli oppinut käyttämään internetajanvarausta hyvin ja kaksi jokuksienkin hyvin.

7.2 Ongelmat internetajanvarauksessa

Kolme vastaajaa seitsemästä koki ongelmaksi internetajanvarauksessa päällekkäisvaraukset. Päällekkäisvarauksilla ilmeisesti tarkoitettiin esimerkiksi sitä, että internetissä varatessa aika ja pystyi varaamaan hoitajien taukojen päälle, jolloin hoitajille ei jäänyt aikaa taukoihin. Yksi koki ongelmaksi sen, että asiakkaan tekemät lisävalinnat eivät näy henkilökuntalistassa vaan ainoastaan tilat-kohdassa, mikä on aiheuttanut ongelmia.

Kaksi vastaajaa koki, että useampien hoitojen varaaminen putkeen eli peräkkäin oli työlästä. Yhden vastaajan mielestä ongelmana oli se, että internetissä aikoja ei voi varata kovin pitkälle, koska työntekijät eivät ole laittaneet vielä omia vuorojaan vapaiksi. Silloin asiakkaat soittavat ja tiedustelevat miksei pitkän ajan kuluttua ole vapaita aikoja. Hänen ehdotuksensa olisi, että ohjelma ilmoittaisi, että työntekijöiden vuoroja ei ole vielä avattu niin pitkälle, jolloin asiakkaat voisivat varata ajat vasta myöhemmin.

Varauksien tekemisessä ongelmaksi korostui myös tietokoneen hitaus. Useat henkilöt kertoivat, että varauksen tekeminen kestää, koska tietokone lataa hitaasti. Tämän he kuitenkin olettivat johtuvan tietokoneiden kapasiteeteista eikä niinkään internetajanvarausohjelmasta. Kuitenkin muutama myös koki, että varauksen tekemisessä kestää liian kauan myös siksi, että siinä on niin monta eri vaihetta.

Yksi työntekijöistä kertoi ongelmaksi sen, että internetajanvarausohjelma ei kerro heti varausta tehdessä onko kyseessä opiskelijahoitaja. Tämä on siksi tärkeää, koska opiskelijatyöt ovat halvemmat kuin vakituisten, jo kouluttautuneiden työntekijöiden hinnat.

Yhden vastaajan mielestä internetajanvarauksessa ei ole ollut mitään ongelmia, mutta hän kuitenkin koki, että internetajanvarauksessa annetaan huono kuvaus hoidoista.

7.3 Tyytyväisyys internetajanvaraukseen

Henkilökunnan mielipiteet internetajanvarauksen onnistuneista asioista olivat asiakkaiden ajanvaraamisen nopeutumisen ja mahdollisuus varata aikaa ympäri vuorokauden. Verrattuna aikaisempaan, nyt monet asiakkaat voivat varata aikoja yhtä aikaa internetissä. Aikaisemmin kun käytössä oli vain yksi ajanvarauskirja, pystyi varaamaan aikaa yksi kerrallaan.

Muutamit työntekijät kehuivat myös sitä, että internetajanvarauksen takia on tullut jopa uusia asiakkaita. Työntekijöistä yksi koki, että internetajanvarauksen Check-In -toiminto on erittäin hyvä ja käytännöllinen. Sen avulla tietää heti onko asiakas saapunut hoitolaan.

Kaksi työntekijää oli tyytyväisiä siihen, että kun asiakkaat ovat kerran varanneet aikaa hoitoon internetin kautta, ohjelma tallentaa automaattisesti asiakkaan tiedot ohjelmaan, jolloin ne ovat automaattisesti aina saatavilla varausta tehdessä. Monet myös olivat mielissään siitä, että internetajanvaraus on nopea ja selkeä. Usea työntekijä oli tyytyväinen myös ylipäätään siihen, että tällainen internetajanvaraus on otettu käyttöön.

7.4 Omat muokkausehdotukset

Muokkausehdotuksiin tuli useampi vastaus, jossa haluttiin toimintoa, jolla asiakas voisi itse peruuttaa tai muuttaa varaustaan. Yksi työntekijä haluaisi internetajanvaraukseen toiminnon, jonka avulla näkisi onko asiakas käynyt aikaisemmin hänellä hoidossa. Yksi vastaaja halusi myös, että hoitovalikkoa tehtäisiin selkeämmäksi, sillä nyt aikaa kuluu turhaa hoitoja etsiessä. Usea työntekijä mainitsi, että olisi hyvä saada lisätietokenttä, johon asiakas voisi kirjoittaa muun muassa allergioistaan tai toiveistaan hoitoa kohtaan.

Yksi vastaaja haluaisi tehdä ohjelmasta nopeamman käyttää, ja lopettaa ohjelman ”tilttailun”. Toinen vastaaja koki, että haluaisi myymälään useamman tietokoneen, jolla varausohjelmaa voisi käyttää. Nykyisin yhdellä koneella työskentely on todella hidasta.

7.5 Asiakaspalautteet internetin ajanvarauksesta

Osa työntekijöistä ei ollut saanut minkäänlaista palautetta asiakkailta koskien internetajanvarausta. Yksi työntekijä kuitenkin kertoi kysyvänsä aina asiakkaalta tämän saapuessa hoitoon, oliko tämä varannut ajan internetin kautta ja miten se hänen mielestään oli toiminut. Hänen arvionsa mukaan 90 prosenttia asiakkaista on ollut sitä mieltä, että järjestelmä on ollut hyvä. Kritiikkiä on tullut esimerkiksi siitä, että ajanvarausjärjestelmä näyttää internetissä, että vapaita aikoja on, mutta varauksen tekeminen ei kuitenkaan ole onnistunut. Silloin asiakas on joutunut soittamalla varaamaan aikaa. Samoin myös asiakkaan valitessa hoitoaikoja kapasiteetin mukaan, aikoja ei ole näkynyt ollenkaan ja asiakas on joutunut soittamaan ajanvarauksen.

Asiakkaat ovat kertoneet kahdelle työntekijälle, että he toivoisivat voivansa itse siirtää ja peruuttaa aikojaan internetissä. Toisen mukaan osa asiakkaista on ollut sitä mieltä, että internetajanvaraus on todella kätevä, ja taas toisien mielestä sen käyttö on ollut erittäin hankalaa. Myös useampien hoitojen varaamisesta kerrallaan ja peräkkäin on ollut puhetta. Aikojen varaaminen peräkkäin on myös henkilökunnalle vaikeaa.

Kaksi vastaajaa sanoo saaneensa palautetta, joka on ollut enimmäkseen negatiivista. Syitä tähän ovat olleet, että ajanvaraus meneekin väärälle päivälle, varauksen läpimenemisestä ei saa vahvistusta eikä varauksia ole saanut tehtyä. Useampi työntekijä oli siis saanut palautetta internetajanvaraukseen liittyen asiakkailta.

8 Kyselyiden tulosten analysointi ja johtopäätökset

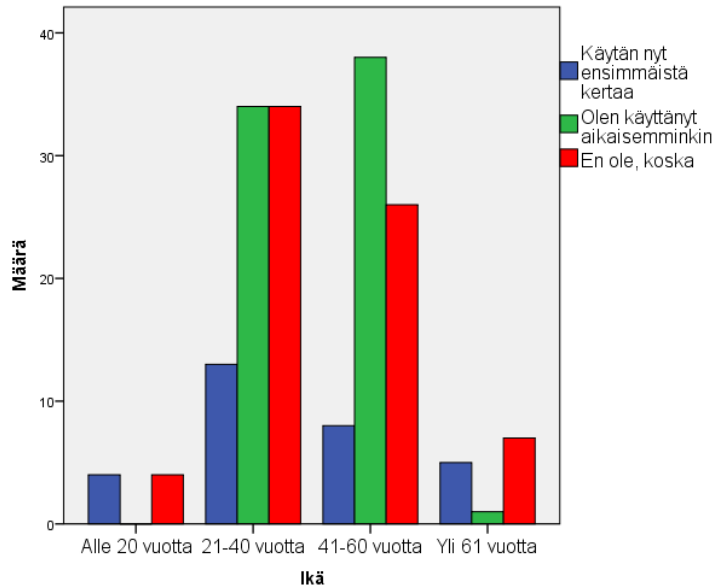
Kyselytutkimusten tuloksia saatiin riittävä määrä, joten niiden pohjalta pystytään tekemään joitakin johtopäätöksiä internetajanvarauksen nykyisestä tilasta. Asiakkailta ja henkilökunnalta saatiin myös suoria parannusehdotuksia, joita käsitellään myöhemmin.

8.1 Asiakaskysely

Asiakaskyselyn vastausten määrä oli melko hyvä. Tutkimustulosten mukaan kolmen viikon aikana tehdystä kyselystä kolme kyselyyn vastaajaa ei ollut aikaisemmin kuullut Evestä, joten siitä voisi todeta sen, että Eveen tulee koko ajan myös uusia asiakkaita. Internetkyselyn seuraaminen vastausmäärien osalta oli innostavaa: ensimmäisen päivän aikana vastauksia oli saatu internetiin jo lähes 50 kappaletta. Vastausten määrä kuitenkin hidastui kyselyn loppua kohden, mutta päivittäin vastauksia tuli aina lisää. Even vip-asiakasrekisterin 220 asiakasta ja Facebook-sivujen tykkääjät (444 kpl, 2.4.2013) antavat hieman tietoa siitä, kuinka paljon Evessä käy aktiivisesti asiakkaita. Vastausten määrä (174 kpl) on siis vip-asiakasrekisterin ja Facebook-sivujen tykkääjien määriin verrattuna oikein hyvä ja antaa melko luotettavan otoksen asiakaskunnasta. Kyselyyn vastaamiseen varmasti vaikutti myös mahdollisuus voittaa palkintoahoito.

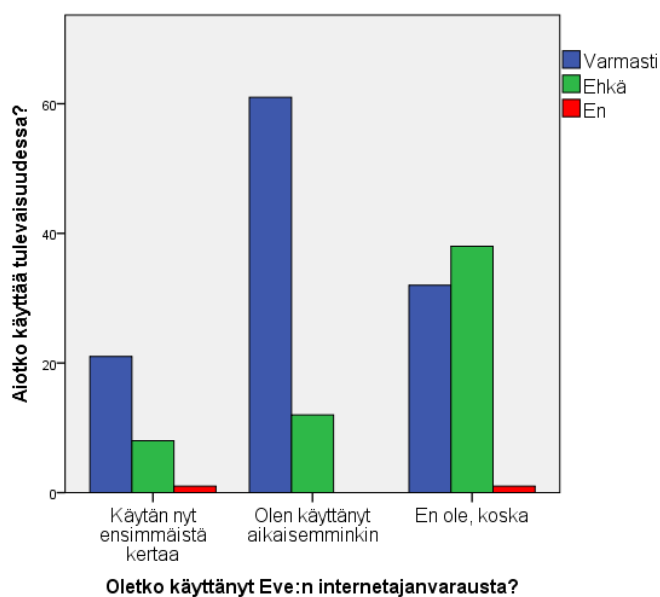
Yleistettynä suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä internetajanvaraukseen ainakin joltain osin. Ikä-kysymyksen perusteella voisi sanoa, että suurin osa Even asiakkaista on 21-60-vuotiaita. Tämä olikin oletettavaa, sillä Evessä on erittäin laaja hoitovalikoima, josta löytyy monenlaisia hoitoja kaikenikäisille asiakkaille. Laaja asiakaskunta takaa myös sen, että hoitoja kehitetään jatkuvasti, jotta ne sopisivat paremmin jokaiselle. Myös oma työkokemukseni Evessä vahvistaa tätä, koska asiakkaiden ikäjakauma vaikutti silloinkin olevan todella laaja.

län kysyminen vastaajilta oli tärkeää myös siksi, että olisi mahdollista verrata onko iällä ja internetajanvarauksen käytöllä merkittävää yhteyttä. Tilastokeskuksen tekemän tutkimuksen mukaan kolme suomalaista neljästä käyttää internetiä päivittäin ja käytännössä kaikki 16-34-vuotiaat suomalaiset käyttivät jo internetiä (Tilastokeskus 2012). Kyselyn tulosten pohjalta voidaan sanoa, että 21-60-vuotiaista paljon suurempi osa oli käyttänyt internetajanvarausta aikaisemmin verrattuna yli 61-vuotiaisiin. Kuitenkin 21-40-vuotiaissa oli saman verran myös niitä, jotka eivät olleet käyttäneet internetajanvarausta aikaisemmin. Suurempi ero on 41-60-vuotiailla, joissa eroa on selkeästi käyttäneillä ja ei-käyttäneillä.



Kuvio 8: Iän vaikutus internetajanvarauksen käyttöön

Kun verrataan aikaisemmin tai nyt ensimmäistä kertaa internetajanvarausta käyttäneitä niihin, jotka eivät olleet käyttäneet internetajanvarausta, voidaan todeta, että suurempi osa vastaajista oli käyttänyt internetajanvarausta aikaisemminkin. Kun vielä lisätään joukkoon ne, jotka sanoivat olleensa tietämättömiä koko internetajanvarauksen olemassaolosta, voisi päätellä, että Even asiakkaat käyttävät internetiä, jolloin internetajanvarauksen kehittäminen olisi kannattavaa ja asiakkaat haluaisivat sitä myös käyttää. Olisi siis kannattavaa myös markkinoida internetajanvarausta lisää, jotta sen mahdollisuus tulisi tietoisuuteen myös niille asiakkaille, jotka eivät ole siitä tietäneet. Se lisäisi internetajanvarauksen käyttöä asiakkaiden puolelta.



Kuvio 9: Käyttö ennen ja tulevaisuudessa

Vastaajat, jotka ilmoittivat, etteivät olleet käyttäneet internetajanvarausta aikaisemmin antoivat siihen monenlaisia syitä. Yleisimpinä syinä olivat, ettei vastaajien ollut tarvinnut varata aikoja hoitoihin tai, että mieluummin asioitiin henkilökohtaisesti asiakaspalvelijan kanssa. Monet myös kertoivat varaavansa ajan asioidessaan Enessä. Vastaajat, jotka valitsivat mieluummin asioivansa asiakaspalvelijan kanssa, aikoivat kuitenkin ehkä tai varmasti käyttää tulevaisuudessa internetajanvarausta. Lähes kaikki vastaajat aikovat käyttää internetajanvarausta tulevaisuudessa, myös sellaiset vastaajat, jotka eivät olleet sitä vielä koskaan kokeilleetkaan. Voidaan päätellä, että Even asiakkaat ovat kiinnostuneita käyttämään internetin ajanvarausta mieluummin kuin soittamalla varaamista. Myös internetajanvarauksen kehittäminen saattaisi houkutella asiakkaita, jotka mieluiten varaavat ajan henkilökohtaisesti soittamalla, käyttämään sähköistä ajanvarausta, jos siitä tehtäisiin mahdollisimman henkilökohtaiselta tuntuva. Muutama vastaaja sanoi haluavansa mieluiten kysyä eri hoidoista, joten laajentamalla ja tarkentamalla internetajanvarauksessa olevia hoitojen kuvauksia, asiakkaat voisivat innostua enemmän internetin ajanvarauksesta. Myös asiakkaiden omat kertomukset ja kokemukset hoidoista hoidon yhteydessä internetiin Even verkkosivuille kirjoitettuna voisivat selkeyttää hoidon olemusta ja sillä tavalla rohkaista uutta asiakasta varaamaan hoidon internetin välityksellä. Se voisi olla tehokasta markkinointia yritykselle.

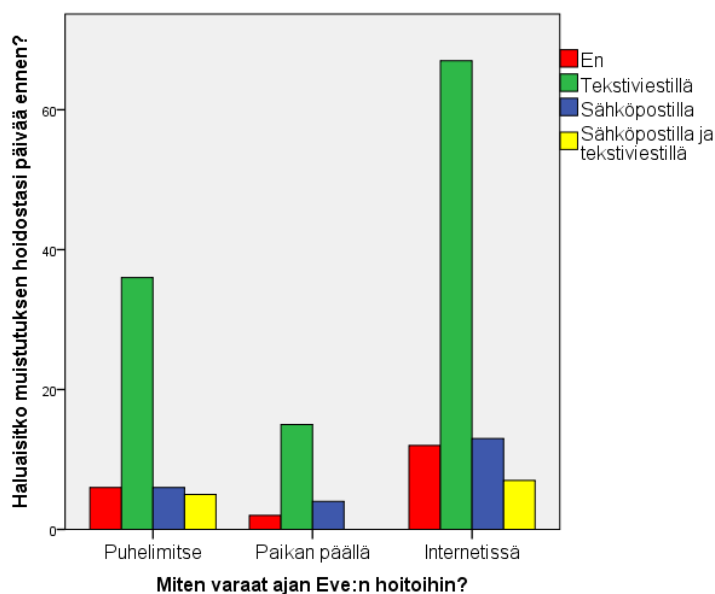
Muutama vastaaja kertoi, ettei ollut saanut internetajanvarausta toimimaan parhaista yrityksistään huolimatta. Aikaisemmin toimitusjohtajan kanssa keskustellessa oli tullut ilmi se, että koko internetajanvarausohjelma ei ollut kovin selkeä. Useampi vastaaja oli siis samaa mieltä. Monet myös kokivat, että internetin ajanvarauksessa on liian monta eri vaihetta ennen kuin varauksen saa tehtyä. Asiakkaat siis haluavat yksinkertaista ja helppoa ajanvarausohjelmaa. Ajanvarausohjelmaa Eve ei itse pysty muuttamaan, mutta esimerkiksi helpottavaa voisi olla yksinkertaistettu ja vaiheittainen ohje, jossa kerrotaisiin vaihe vaiheelta, mitä varauksessa tulee tehdä. Tällainen olisi hyvä saada näytölle omaksi ikkunakseen niin, että ajanvarausta tehtäessä ikkuna voisi olla koko ajan näkyvillä. Toinen vaihtoehto olisi kehittää ohjeistettu ajanvaraus, jossa koko ajan kerrotaisiin mitä seuraavaksi tulee tehdä, ikään kuin tutoriaali, interaktiivinen ohjaus ajanvaraukseen.

Suuri osa vastaajista, jotka eivät olleet käyttäneet internetajanvarausta aikaisemmin, eivät olleet edes tienneet internetajanvarauksen mahdollisuudesta. Tämä kertoo suoraan siitä, että internetajanvarauksen mahdollisuutta ei ole markkinoitu riittävästi. Tämän kyselyn kautta heille on saatu markkinoitua internetin ajanvarausta. Koska näinkin suuri osa vastaajista ei tiennyt internetin ajanvarauksesta, Even kannattaisi keskittyä markkinoinnissa esimerkiksi myymälän sisällä tapahtuvaan markkinointiin sekä niin internetsivuilla kuin Facebookin välityksellä tapahtuvaan markkinointiin. Myös erilaiset kilpailut tai kampanjat voisivat vauhdittaa internetajanvarauksen käyttöä. Esimerkiksi Enessä voitaisiin järjestää internetajanvarauskampanja, jossa kannustettaisiin käyttämään internetajanvarausta niin, että tietyn ajan sisällä

internetin kautta tehdyt ajanvaraukset olisivat vaikka viiden prosentin alennuksella. Tämä voisi kannustaa asiakkaita käyttämään internetin ajanvarausta ja opettelemaan sen käyttöä. Asiakaskyselyn pohjalta asiakkaat ovat kiinnostuneet kilpailuista ja mahdollisuuksista voittaa jotain, koska lähes kaikki vastaajat olivat jättäneet yhteystietonsa toiveenaan voittaa palkinto kyselystä. Tästä voisi olettaa, että asiakkaat mielellään ostaisivat hieman halvemmalla hinnalla hoitoja kampanjan aikana.

Vastauksista yhdessä mainittiin, että internetsivujen etusivulle tulisi laittaa selkeä linkki ajanvaraukseen. Tästä voisi päätellä, että ehkä internetsivujen selkeys ei ole optimaalista. Tällä hetkellä ajanvaraus hoituu niin, että ensin etsitään hoito, jonka jälkeen sen voi varata. Etusivulle voisikin laittaa ohjeen ajanvarauksesta: ”Etsi itseäsi kiinnostava hoito Day Spa tai Kauneuden Palvelut -osioista, jonka jälkeen voit varata sen.” Ohjeena voisi laittaa myös tiedon siitä, että varaus internetin kautta vaatii rekisteröitymistä (kaksi vastaajaa ei tiennyt tästä).

Kun verrataan vastaajien mieluisimpia varauserittejä eri muistutustapoihin hoidoista, voidaan huomata, että internetissä varaajista reilusti suurin osa haluaa muistutuksen kuitenkin tekstiviestillä eikä sähköpostilla. Voidaan myös huomata, että kaikissa varaustavoissa suosituimpana muistutustapana on tekstiviesti. Muilla muistutustavoilla sekä ilman, että muistutettaisiin lainkaan, on suurin piirtein saman verran kannattajia joka ryhmässä. Tämä vahvistaa vastaajien halua käyttää ajanvarauksessa mobiiliversiota, jota ehdotettiin kysymyksessä yhdeksän. Tulevaisuudessa kannattaa selvästi panostaa siis myös matkapuhelinten sovelluksiin ja yhdistää internetajanvaraukseen mahdollisesti muistutusominaisuus tekstiviestillä lähetettäväksi.



Kuvio 10: Varaustapa ja muistutustapa

Kysymyksiä laadittaessa yhdeksi tärkeäksi kysymykseksi nousi asiakkaille lähetetty muistutus ja sen tarpeellisuus. Jotta välttyttäisiin niin sanotuilta ”no-show” -asiakkailta, eli asiakkailta, jotka eivät saavukaan hoitoihinsa, haluttiin tietää olisiko asiakkailla halua saada jonkinlainen muistutus edellisenä päivänä hoidostaan. Tämä helpottaisi niin asiakkaita muistamaan hoitonsa ja myös lisäämään hoitolan ja asiakkaan välistä luottamussuhdetta. Tekstiviestimuistutus päivää aikaisemmin voisi syventää asiakassuhdetta hyvinkin paljon.

Yksi vastaajista oli vastannut avoimeen kysymykseen kommentoimalla asiakaspalvelua saapuessaan myymälään. Tämä ei tietenkään ollut avoimen kysymyksen tarkoitus. Voisi päätellä niin, että asiakkaat mahdollisesti haluaisivat asiakaspalautelaatikon myymälään, jota voisi käyttää ennen ja/tai jälkeen hoidon. Kaikki palaute on hyvä tiedostaa, jotta asiakaspalvelua voidaan kehittää jatkuvasti. Jos Eessä on jo tällainen mahdollisuus, niin sitä voisi vielä korostaa suuremmin. Asiakaspalautteista voi saada paljon erilaisia kehitysehdotuksia ja positiivis-takin palautetta, ei ainoastaan kielteistä.

Kyselyä tehdessä olettamuksena oli, että monet asiakkaat haluaisivat internetin ajanvarausik-kunaan lisätietokentän, johon he voisivat kertoa hoitoon liittyvistä asioista, esimerkiksi omasta terveydentilastaan. Noin 65 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että se pitäisi saada ja noin 25 prosenttia vastasi ehkä. Kuitenkin vain yksi vastaaja oli erikseen ilmoittanut haluavansa lisätietokentän varauksen yhteyteen: ”Tosiaan lisätietokenttä olisi hyvä, koska silloin voisi infota kauneushoitolaa etukäteen, jos on jotain erityistä ilmoitettavaa.” Monissa internetissä toimivissa ajanvarauksissa on lisätietokenttä, johon asiakas voi varatessaan kertoa lisätietoa, ja varsinkin hoitoloissa tällainen olisi tarpeellista. Erilaisissa hemmotteluhoidoissa käytetään monesti erilaisia eteerisiä öljyjä, joille asiakkaat saattavat olla allergisia. Siksi olisi-kin hyvä pystyä kertomaan siitä etukäteen myös internetissä tehtävissä varauksissa. Puheli-mitse asian hoitaminen on kätevää, mutta syy sähköisen ajanvarauksen estymiseen voi olla näinkin pieni asia. Tuskin kovin moni haluaa ensin varata aikaa internetissä ja sitten kuitenkin vielä soittaa myöhemmin ajanvaraukseen kertoakseen omasta allergiastaan. Myös esimerkiksi raskaudesta voi olla tärkeää ilmoittaa etukäteen ennen hoitoon tulemistä. Se auttaa myös hoitajia valmistautumaan tekemiinsä hoitoihin. Valmistautumisella parannetaan tietenkin asiakaspalvelun laatua.

Vastaajien avoimet kehitysehdotukset antoivat paljon mietittävää. Vastauksissa oli monia eri näkökohtia, jotka vastaajat olivat huomanneet internetajanvarausta käyttäessään. Monet olivat huomanneet samanlaisia ongelmia tai tarvittavia mahdollisia lisäominaisuuksia. Yksi useasti esille nousseista ehdotuksista oli lahjakortilla maksamisen mahdollistaminen. Monet asiakkaat kertoivat, että lahjakortilla maksaminen internetajanvarauksen yhteydessä oli vaikeaa, koska internetissä ei ole annettu siihen erillistä ohjetta. Lahjakortilla maksaminen on mahdollista, mutta se tapahtuu asiakkaan saapuessa hoitoon. Internetissä tapahtuvaan lahja-

kortilla maksamiseen pitäisi siis panostaa, joko kertomalla maksukohdassa, että lahjakortilla maksu hoidetaan myymälässä tai niin, että mahdollistetaan lahjakortin käyttö maksuna jo internetin kautta. Eässä olevat lahjakortit ovat numeroituja automaattisesti kassajärjestelmässä, joten teoriassa mahdollisuus maksaa lahjakortilla internetissä on toteutettavissa. Mitä tahansa asiassa päätetään tehdä, asioiden selvittäminen on käyttömukavuuden ja ajan takia tarpeellista. Tämä olisi hyödyllistä myös siksi, että Evestä ostetaan paljon lahjakortteja.

Yhden asiakkaan toivomuksena oli, että hoidon voisi maksaa vasta hoitolassa. Syyksi tälle hän kertoi, että jos mukana ei satukaan olemaan verkkopankkitunnuksia, niin varaus jää tietenkin tekemättä. Monilla on siis ollut ongelmia maksun kanssa varauksia tehtäessä, joten ilmeisesti internetajanvarauksen maksujen suorittamisessa on vielä jonkin verran epäselvyyksiä. Tätä kehitettäessä asiakkaat voisivat luottavaisin mielin käyttää internetajanvarausta pelkäämättä ongelmia maksaessaan.

Peruminen ja ajan muuttaminen internetin välityksellä oli erittäin suosittu teema kyselyn vastauksissa. Tällä hetkellä ei ole mahdollista tehdä kumpaakaan varauksen teon jälkeen, mikä on ehdottomasti kehitettävä asia. Vaikka ajan voisikin varata internetin kautta, se ei vaikuta kovin luotettavalta tai toimivalta, jos varattua aikaa ei voi itse muuttaa tai peruuttaa. Ymmärrettävää on jos aikaa ei voi perua esimerkiksi silloin, jos aikaa varattuun hoitoon on alle vuorokausi. Muulloin, varsinkin kun asiakas rekisteröityy ohjelman käyttäjäksi, hänellä tulisi olla mahdollisuus myös muuttaa varaustaan. Toisin sanoen koko ajanvarausohjelman käyttö tulisi tehdä sellaiseksi, että kaikki mahdolliset toiminnot pitäisi pystyä tekemään sen puitteissa, itse ajanvaraus sekä sen muuttaminen ja peruuttaminen.

Asiakkaat kokivat ongelmaksi myös sen, että aikojen varaaminen ei onnistu välttämättä kovin pitkällä aikavälillä. Ongelmallista oli, että joillekin hoitajille sai varattua aikoja jo todella pitkän ajan päähän, mutta toisille ei. Tämä on tietenkin harmittavaa. Asiakkaat voivat siirtyä kilpaileviin yrityksiin sen takia, että eivät pysty varaamaan aikoja kuin muutaman viikon päähän. Vaikka yrityksen saatavuutta on lisätty internetissä toimivalla ajanvarauksella, se on myös tietyllä tapaa vähennetty, sillä aikaisemmin asiakkaiden soittaessa ajanvarauksiaan, varauksia voitiin ottaa pitkänkin ajan päähän, sillä joku työntekijä on aina aukioloaikojen puitteissa paikalla. Tässä järjestelmässä kun aika pitää varata suoraan tietylle työntekijälle, aikojen varaaminen pidemmälle ei enää onnistukaan.

Monet vastaajat halusivat parantaa mahdollisuuksia varata aikoja internetissä joko peräkkäin tai useampaa hoitoa samaan aikaan. Monesti hoitolaan mennessä asiakas haluaa esimerkiksi kasvohoidon yhteydessä ottaa kulmien siistimisen ja värjäyksen, mutta sen tilaaminen internetin välityksellä on hankalaa. Tällainen ketjuvaraaminen olisi erittäin kannattavaa Evellä, koska mitä useamman hoidon asiakas ottaa sitä enemmän se tuottaa.

Asiakkaiden vastauksia lukiessa heräsi ajatus yksinkertaisesta käyttöohjeesta, jonka jokainen voisi lukea ennen ajanvarauksen aloittamista. Johtopäätöksenä kaikista vastauksista voisi sanoa, että internetajanvaraus tuntuu toimivan hyvin. Asiakkaat olivat kuitenkin huomanneet pientä hienosäätöä vaativia kohtia, joista he kertoivat avoimesti.

8.2 Henkilökunnan kysely

Henkilökunnan kyselyssä oli tavoitteena saada selville henkilökunnan kokemuksia internetajanvarauksesta. Kaiken kaikkiaan työntekijöiden vastauksia olisi voitu saada 11 kappaletta. Heistä yksi lopetti työskentelyn Eessä kyselyn aikana. Kuitenkin vain seitsemän vastasi, vaikka kyselylomakkeeseen vastaaminen ei olisi vienyt kovin kauaa aikaa. Kyselyn alkaessa informoitiin, että työntekijöille varataan aikaa varta vasten vastaamisen takia, mutta ilmeisesti näin ei käynyt. Seitsemän vastaajaa oli kuitenkin hyvä määrä, vaikkakaan vastausten laajuus ei ollut kovin suurta. Syynä tähän saattoi olla se, että suuri osa vastanneista henkilökunnan jäsenistä koki, että internetajanvaraus toimii hyvin. Heillä ei ehkä siksi ollut suurta tarvetta vastata kyselyyn internetajanvarauksen kehittämistä. Toisaalta myös kiire ja unohtaminen saattoi olla osatekijöinä. Merkittävänä asiana vastauksista löytyi se, että lähes kaikki olivat oppineet internetajanvarauksen käyttämisen.

Vastausten perusteella voi kuitenkin todeta, että jonkin verran ongelmia on ollut huolimatta tyytyväisyydestä internetajanvaraukseen, aivan kuten asiakkaiden puolelta. Useat olivat saaneet negatiivista palautetta asiakkailta internetajanvarauksesta, ja se saattoi olla kannustin kyselyyn vastaamiseen. Monet myös vastasivat kysymykseen ”Mitä ongelmia olet havainnut internetajanvarauksen käytössä?”, että ongelmia ei ole, mutta olivat kuitenkin laittaneet havaitsemiaan ongelmia muihin vastauskohtiin esimerkiksi muokausehdotuksiin.

Henkilökunta halusi siis kehittää internetajanvarausta nopeammaksi. Tätä voitaisiin kehittää parantamalla Even internetyhteyksiä sekä lisäämällä tietokoneita myymälän puolelle, jossa tällä hetkellä on vain yksi, jota käytetään kaikkiin ajanvarauksiin. Jos tietokoneita olisi enemmän, työntekijät voisivat nopeuttaa omia toimiaan esimerkiksi kiireisenä aikana niin, että useampi hoitaja näkisi useammalta koneelta nopeammin hoitoihin jo saapuneet asiakkaat eikä yhdelle tietokoneelle tarvitsisi jonottaa. Tällä tavalla voitaisiin myös parantaa asiakas-tyytyväisyyttä kun asiakkaiden hoitoihin pääsyt eivät viivästyisi.

Myös henkilökunta toivoi internetajanvaraukseen asiakkaille mahdollisuutta omien varauksien muuttamiseen ja peruuttamiseen. Kun asiakkaat pystyisivät tekemään nämä itsenäisesti internetin välityksellä, asiakaspalvelijoilla olisi enemmän aikaa hoitaa myymälää ja palvella

paikalla olevia asiakkaita. Se varmasti vähentäisi myös puhelimitse tehtyjä negatiivisävytteisiä puheluita internetajanvarauksen huonoista käyttökokemuksista.

Hyvänä kehitysideana henkilökunnan taholta tuli se, että asiakkaiden käynnit jäisivät jollain tapaa muistiin eli että voisi nähdä onko kyseisen asiakas käynyt aikaisemmin tietyllä hoitajalla. Tämä voisi olla helppo lisäys, sillä nyt kun asiakas rekisteröityy käyttäjäksi, hänen tietonsa tallentuvat automaattisesti muistiin. Samalla tavalla voisi kehittää mahdollisuuksien mukaan listauksen asiakkaan aikaisemmista hoidoista, joista näkisi kenellä hän on käynyt. Tällä tiedolla hoitaja voisi muistaa, mitä toiveita asiakkaalla oli edellisellä kerralla ja hoitokokemuksesta voisi saada paljon henkilökohtaisemman.

9 Yhteenveto kehitysehdotuksista internetajanvarauksen parantamiseksi

Asia, joka nousi esille niin asiakkaille osoitetussa kyselyssä kuin henkilökunnan kyselyssä esille oli lahjakortilla maksaminen internetajanvarauksessa. Halutaan, että lahjakortilla maksaminen olisi internetajanvarauksessa selkeämpää. Tämä voisi käytännössä tarkoittaa sitä, että internetajanvaraukseen lisättäisiin ohjeita esimerkiksi maksukohtaan, jossa olisi mahdollisuus valita maksuvaihtoehdoksi lahjakortti. Myös mahdollisuus maksaa varaus paikan päällä eikä verkkopankissa, tai ainakin tieto tällaisesta mahdollisuudesta, oli toivomuksena.

Toinen asiakkailta ja henkilökunnalta saatu kehitysehdotus oli ajanvaraukseen lisättävä lisätietokenttä, johon asiakas voisi itse kirjoittaa tietoa esimerkiksi omasta terveydentilastaan tai allergioistaan.

Kolmas kehitysehdotus oli mahdollistaa tai helpottaa usean hoidon varaaminen peräkkäin ketjuun sekä varausvahvistus kaikkien varattujen hoitojen jälkeen: ”Kun hoitoon ottaa lisäpalveluita, pitäisi varauksen vahvistus olla vasta lisäpalveluiden valinnan jälkeen. Nyt ensin varataan palvelu ja jos lisäpalvelua ei olekaan listalla, peruutus ei onnistu” (asiakas).

Neljäs kehitysehdotus molempien puolelta oli kehittää ajanvarauksen kohtaa, jossa näkee kuka varattavaa hoitoa tulee tekemään ennen kuin varauksen vahvistaa. Tällainen mahdollisuus olisi toivottava varsinkin silloin, kun varauksessa etsii hoitoja vaihtoehdolla ”kuka tahansa henkilö käy”.

Viidentenä kehitysehdotuksena asiakkailta ja henkilökunnalta oli, että asiakkaille annettaisiin mahdollisuus peruuttaa ja muuttaa hoitoaan internetissä.

Asiakkaiden puolelta kehitysehdotuksia olivat internetajanvarauksesta tehtävä mobiilisovellus eli puhelimella internetissä tehtävän ajanvarauksen mahdollisuus. Samoin myös oman salasa-

nan vaihtomahdollisuus sekä mahdollisuus varata aikoja pidemmälle aikavälille olivat kehitysehdotuksia asiakkailta. Hoitojen kuvausta tulisi vielä kehittää tarkemmaksi.

Voisi olla hyvä, jos internetajanvaraussivulle lisättäisiin ”Usein kysyttyä” - osio, josta voisi nähdä asiakkaiden kysymyksiä ja niihin annettuja vastauksia. Tätä voisi päivittää aina kun asiakkaat laittavat kysymyksiä koskien internetajanvarausta.

Lisäksi toivottiin tekstiviestillä ilmestyvää muistutusta seuraavan päivän hoidosta. Se olisi luultavasti kannattavaa taloudellisesti, jos verrataan aikoja, jotka jäävät tyhjiksi kun asiakas ei muistakaan saapua paikalle ja sähköisesti ja automaattisesti lähtevää tekstiviestiä.

10 Pohdinta

Internetajanvarausta koskeva kysely Eessä asiakkaille ja henkilökunnalle oli hyödyllinen ja sen tuloksien pohjalta ajanvarausta pystytään varmasti kehittämään. Kun on kyseessä asiakaita palveleva yritys, on hyvä huomioida laajasti myös asiakkaiden näkökulma ja tarpeet, joita ei aina pystytä yrityksen sisältä näkemään. Ongelmia, joita ennen kyselyn aloittamista oli jo havaittu, vahvistivat myös kyselytutkimuksen tulokset. Hienoa oli huomata, että internetin ajanvaraus oli herättänyt myös erittäin positiivisia kokemuksia asiakkaiden ja henkilökunnan puolelta. Samoin oli palkitsevaa, että tutkimuksen tulokset osoittivat, että internetajanvarauksen käyttöönotto on ollut hyödyllistä ja se on otettu ilolla vastaan. Internetajanvarauksen käyttö tulevaisuudessa on varmasti taattu.

Tuloksien perusteella huomattiin, että perusvaraaminen internetissä onnistuu eli yhden hoidon varaaminen silloin tällöin, mutta kun halutaan jotain monimutkaisempaa, asiat menevät vaikeammiksi ja haastavammiksi. Jotta Eessä saataisiin internetajanvarauksesta kaikki mahdollinen potentiaali irti, siihen tulisi tehdä muutamia parannuksia ja lisäominaisuuksia, jotka luultavasti eivät olisi kovinkaan hankalia toteuttaa. Mielestäni muutama asia, johon Even kannattaisi erityisesti kiinnittää huomiota asiakaspalvelun parantamiseksi ja tuottavuuden kasvamiseksi olisivat ketjuvaraaminen ja työlistojen avaaminen pidemmälle. Parantamalla useampien hoitojen varaamismahdollisuutta kerralla, asiakkaat luultavasti varaisivat useamman hoidon samalla kertaa. Tämä olisi Even kannalta erittäin suotavaa, varsinkin taloudellisesti, koska asiakkaat yleensä maksavat hoitonsa internetissä samalla kun varaavat ajat. Samoin kannattaisi panostaa työvuorojen laatimiseen pidemmälle aikavälille. Silloin asiakkailla olisi mahdollisuus suunnitella hoitojaan pidemmälle, ja näin ollen yrityksen saatavuuskin paranisi. Oletettavasti myös asiakkailta tulisi lisää luottamusta yritystä kohtaan, sillä tuntuma on, että mitä pidemmälle aikoja voi varata sitä vakavaraisemmalta ja tasapainoisemmalta yritys tuntuu.

Evellä on hyvä tilanne tällä hetkellä, koska kauppakeskus Sellossa ei ole muita samanlaisia kilpailevia kauneushoitoloita paitsi Hair Store, jonka kuitenkin monet mieltävät parturikampaamoksi enemmän kuin spa-kauneushoitolaksi. Siellä kuitenkin tarjotaan kauneushoitola- ja spa-palveluita kuten Enessä. Miljööltään se ei kuitenkaan vedä vertoja Even seesteiselle ja tilavalle hoitolalle. Muita kilpailijoita Evellä ovat Emotion ja Salon Klipsi, joissa tarjotaan esimerkiksi kulmien ja ripsien värjäystä sekä meikkauspalveluita. (Sello). Even kannattaisi siis panostaa erityisen paljon omien palveluidensa lisämarkkinointiin, koska Even sijainti Sellossa näkyvyyden kannalta on melko huono verrattuna Hair Storeen ja Emotioniin, jonka sisällä sijaitsee Salon Klipsi. Eve on kolmannessa kerroksessa toisessa päässä kun taas kilpailevat yritykset ensimmäisessä kerroksessa niin sanotuilla paraatipaikoilla kävelyväylien vieressä. Toisaalta taas hieman syrjäisempi sijainti tekee Evestä ehkä jopa houkuttelevamman ja rauhasamman kauneushoitolan, jossa voi todella rauhoittua ja rentoutua. Uusien asiakkaiden voi olla hankalaa löytää Eve, jos yrityksestä ei tiedä aikaisemmin.

Even kilpailijoilla on käytössään myös internetajanvaraus, joten sen kehittäminen toimivammaksi ja helppokäyttöisemmäksi on tärkeää. Samoin myös asiakaspalvelun jatkuva kehittäminen ja näkyvyyden parantaminen varsinkin sosiaalisessa mediassa ja muissa digitaalisissa viestimissä on välttämätöntä, jotta Eve voisi pitää oman asiakaskuntansa ja kasvattaa sitä. Koska Eve on erikoistunut juuri kosmetologien tarjoamiin palveluihin, sillä on mahdollisuus kehittyä juuri näissä hoidoissa, verrattu esimerkiksi Hair Storeen, jossa keskitytään erityisesti parturikampaamo-palveluihin, ja nyt vähitellen myös muihin kauneudenhoitoalan palveluihin. Eve on Sellon kauppakeskuksessa ikään kuin segmentin johtajana, koska muita aivan saman segmentin yrityksiä siellä ei vielä ole.

Opinnäytetyöni aiheen valinta oli helppo, koska tein työharjoitteluni Enessä internetajanvarausta suunniteltaessa. Työharjoitteluni kuitenkin loppui ennen varsinaista käyttöönottoa. Internetajanvarauksen kehittelyprosessi oli mielenkiintoinen ja siksi halusinkin lähteä tekemään kyselytutkimusta siitä miten internetissä tapahtuva ajanvaraus otettiin vastaan. Työntekijöiltä olin kuullut, ettei internetajanvaraus ehkä toiminut niin kuin piti, ja siksi opinnäytetyöni aihe oli kiinnostava Evelle.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyöprosessi sujui melko hyvin. Idean selkiytyminen jo melkein puolta vuotta ennen opinnäytetyön aloittamista oli erittäin hyvä, koska idean työstäminen ja viimeistely oli hoidettu jo ennen itse työn aloittamista. Helpoksi idean valinnan ja suunnittelun teki myös yhteistyökumppani Eve, jossa idea hyväksyttiin ja tuki oli erinomaista. Haasteita ei kuitenkaan kokonaan välttytty. Kyselylomakkeen ja internetlomakkeen muokkaaminen olivat haasteellisia tehtäviä, koska varsinkin internetlomakkeen teko oli uutta.

Haastetta loi myös lähdemateriaalin hankkiminen ja loppujen lopuksi sen rajaaminen. Pelkääntään internetajanvarauksesta ei löytynyt juurikaan materiaalia, johtuen luultavasti siitä, ettei internetajanvaraus ole vielä niin yleistä, että siitä olisi tehty paljon tutkimuksia tai selvityksiä. Yrityksen saatavuuteen ja yleisesti yrityksen internetmarkkinointiin liittyvää tietoutta oli runsaasti.

Yllätyksenä opinnäytetyönprojektin aikana tuli Even toimitusjohtajan siirtyminen muihin haasteisiin projektin loppupuolella. Sinällään tämä ei vaikuttanut opinnäytetyön tekemiseen, mutta toimitusjohtajan antama tuki ja ideointi oli kannustavaa opinnäytetyötä tehdessäni.

Kyselylomakkeen laatimiseen ja sen toimintaan käytännössä olisi voinut paneutua vielä syvemmin. Tärkeää olisi ollut miettiä tarkemmin kuinka vastauksiin vastaaminen onnistuu. Lomakkeen toinen kysymys, jossa selvitettiin aikaisempaa käyttöä, ei toiminut hyvin myymälässä täytettynä. Kysymysmuoto oli osoitettu vastaajille, jotka vastasivat kyselyyn internetajanvarausta tehdessä. Siksi vastaajat, jotka vastasivat myymälässä, saattoivat ymmärtää kysymyksen väärin. Ainakin tulkintoja tehdessä tulkitsijalla oli hieman vaikeuksia ymmärtää mitä vastauksilla tarkoitettiin. Kysymyksenä oli ”Oletko käyttänyt internetajanvarausta aikaisemmin?” Vastausvaihtoehdot olivat ”Kyllä aikaisemminkin” ja ”En ole” sekä ”Käytän nyt ensimmäistä kertaa”. Kukaan myymälässä vastanneista ei voinut vastaushetkellä olla käyttämässä internetajanvarausta, joten tulkinnassa oletettiin, että vastaajat myymälässä olivat varanneet hoitoon, johon olivat silloin menossa, ensimmäistä kertaa internetin ajanvarauksella. Toinen tulkintavaihtoehto olisi voinut olla, että vastaajat aikovat vastaamisen jälkeen kotona käyttää ajanvarausta internetissä. Alun perin oli tarkoitus, että asiakaskyselyyn voisi vastata internetajanvarauksen tekemisen jälkeen niin, että ajanvarauksen jälkeen kysely olisi ilmestynyt esimerkiksi pop-up-ikkunana. Tämä ei kuitenkaan toteutunut, joten kysymyksiä olisi pitänyt ehkä hieman muokata. Toisaalta, kysymyksiin saatiin kuitenkin hyviä vastauksia, joten kyselyn ajoitus ei ehkä ollut niin merkittävä tekijä.

Kyselyn kysymyksiä laadittaessa olisi voinut kysyä vastaajalta myös sitä, oliko hän kanta-asiakas tai vip-asiakas. Tällä tavoin olisi ehkä voitu saada selkeyttä siihen, olivatko kaikki vastaajat useasti Enessä asioivia henkilöitä vai täysin uusia asiakkaita. Tämä tieto olisi varmasti kiinnostanut myös Even henkilökuntaa, koska olisi saatu selville kuinka suuri osa 7000 kanta-asiakkaasta on vielä aktiivisia.

Nyt tehtyyn asiakaskyselyyn voisi tehdä jatkotutkimusta vuoden tai kahden vuoden kuluttua. Jos nyt internetajanvarausta päästään tutkimustulosten pohjalta kehittämään, olisi rakentavaa saada lisää kehitysehdotuksia ja mielipiteitä kehittymisen onnistumisesta jonkin ajan kuluttua. Internetajanvaraus ja koko internetin tietoliikennesysteemi on varmasti kehittynyt huomasti muutaman vuoden kuluttua, joten olisi mielenkiintoista nähdä, minkälaisella järjes-

telmällä silloin pelataan. Lisätutkimusta voisi tehdä myös koskien hoitojen onnistumista ja yleisesti asiakaspalvelua, jolloin voitaisiin kehittää myös niitä tarpeen mukaan. Mielenkiintoista olisi selvittää myös sitä kuinka paljon internetajanvarauksen käyttö lisääntyy tulevaisuudessa.

Even internetajanvarauksesta tulee varmasti olemaan vielä nykyistäkin enemmän hyötyä. Liisätuna se ei ehkä ole kilpailijoihin verrattuna, koska heilläkin käytössään on jo internetissä tapahtuva ajanvaraus. Enemmänkin, internetajanvaraus on vain yksi niistä useista väylistä, joiden kautta Eeven pääsee tutustumaan. Ajanvarausjärjestelmää kehitettäessä siitä voi tulla yksi suurimmista kilpailuvalteista, jos useampi kauneudenhoitoalan kilpaileva yritys perustetaan Sellon kauppakaskukseen.

Lähteet

Bergström & Leppänen. 2011. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Publishing Oy

Facebook. 2013. Eve. <https://www.facebook.com/pages/Eve/128709311178> (Viitattu 2.4.2013)

Grönroos, Christian. Suom. Tillman, M. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOYpro

Haasio, Ari. 2008. Kaikki irti internetistä. Helsinki: BTJ Finland Oy

Hedman, A. & Pappinen, L. 1999. Kaupankäynti ja markkinointi Internetissä, 2. uudistettu painos. Espoo: Pagina

Ilta-Sanomien 2013. Jonotus ja tyytymättömyys - ne ärsyttävät asiakaspalvelussa. <http://www.iltasanomat.fi/tyoelama/art-1288537298760.html> (Viitattu 5.2.2013)

Juslén, Jari. 2009. Netti mullistaa markkinoinnin. Helsinki: Talentum

Karjaluohto, Heikki. 2010. Digitaalinen markkinointiviestintä. Jyväskylä: Docendo

Lahtinen & Isoviita. 2007. Markkinoinnin perusteet. Tampere: Avaintulos

Leino, Antti. 2012. Sosiaalinen netti ja menestyvän pk-yrityksen mahdollisuudet. Kuopio: Koppinen Oy

Merisavo, M., Vesanen J., Raulas, M. & Virtanen, V. 2006. Digitaalinen markkinointi. Helsinki: Talentum

Raatikainen. 2010. Tavoitteellinen markkinointi. Helsinki: Edita Publishing Oy

Reinboth, Camilla. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Helsinki: Tammi

Ronkainen, S. & Karjalainen, A. 2008. Sähköä kyselyyn! Web-kysely tutkimuksessa ja tiedonkeruussa. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino

Sello. 2013. <http://www.sello.fi/> (Viitattu 13.4.2013)

Sirén, Sini. 2013. Internetajanvarauksen ongelmat. Eve.

Suomen Kauneustavaratalo Oy / Eve
http://www.eve.fi/tmp_eve2012_site_0.asp?sua=2&lang=1&s=3162 (Viitattu 7.1.2013)

Tilastokeskus 2012. Internetyhteydet ja internetin käyttö.
http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_kat_001_fi.html (Viitattu 31.1.2013)

Tilastokeskus 2011. Internet yrityksissä.
http://tilastokeskus.fi/til/icte/2011/icte_2011_2011-11-24_kat_003_fi.html (Viitattu 31.1.2013)

Työturvallisuuskeskus 2009. Työhön perehdyttäminen ja opastus.
http://www.ttk.fi/files/800/Tyohon_perehdyttaminen2009.pdf (Viitattu 6.2.2013)

Kuviot

Kuvio 1: Ikäsi?.....	21
Kuvio 2: Oletko käyttänyt internetajanvarausta aikaisemmin?	22
Kuvio 3: Miten varaat ajan Even hoitoihin mieluiten?	24
Kuvio 4: Haluaisitko saada muistutuksen hoidostasi päivää ennen?	24
Kuvio 5: Haluaisitko internetin varausikkunaan lisätietokentän?.....	25
Kuvio 6: Löydätkö eri hoidot internetistä ajanvarausta tehdessäsi?	25
Kuvio 7: Aiotko käyttää internetajanvarausta tulevaisuudessa?.....	27
Kuvio 8: Iän vaikutus internetajanvarauksen käyttöön.....	32
Kuvio 9: Käyttö ennen ja tulevaisuudessa	32
Kuvio 10: Varaustapa ja muistutustapa	34

Taulukot

Taulukko 1: Miten internetajanvaraus mielestäsi toimii?.....	23
--	----

Liitteet

Liite 1. Kyselytutkimus Eve:n asiakkaille

Me Eve:ssä haluamme palvella sinua entistä paremmin! Suoritamme nyt kyselytutkimusta asiakkaille koskien internetin ajanvaraustamme. Vastaamalla voit voittaa Comfort Zone Tranquillity Jade Facial uutuuskasvohoidon (arvo 90€), joita on jaossa kolme kappaletta! Onnekkaille voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti kyselyn loputtua maaliskuun aikana.

Kyselyn vastauksia käytetään anonyymisti ja ainoastaan Eve:n ajanvarausta kehittämään. Kyselyn vastausten avulla voimme kehittää nykyistä internetajanvaraustamme entistä toimivammaksi ja helpommaksi käyttää! Kyselyn täyttämiseen kuluu noin 3 minuuttia. Kiitos ajastanne jo etukäteen!

1. Ikäsi? (valitse yksi):

- alle 20 vuotta
- 21-40 vuotta
- 41-60 vuotta
- yli 61 vuotta

2. Oletko käyttänyt Eve:n internetajanvarausta? (valitse yksi)

- Käytän nyt ensimmäistä kertaa
- Olen käyttänyt aikaisemminkin
- En ole, koska
 - En tiennyt, että Eve:n hoitoihin on internetajanvaraus-mahdollisuus
 - Minulla ei ole mahdollisuutta käyttää internetiä
 - Se on liian vaikea/epäselvä
 - Olen yrittänyt varata aikaa internetistä, mutten onnistunut
 - Haluan sellaisia palveluita, joita ei löydy netin varauslistasta.
 - Hoidoista ei riittävästi tietoa, jotta voisin varata hoidon
 - Muu syy, mikä? _____

Jos vastasit **En ole, koska**, siirry kysymykseen 4.

3. Miten internetajanvaraus mielestäsi toimii? (valitse yksi)

- Toimii erittäin hyvin
- Toimii jokseenkin
- Sitä tulisi vielä kehittää jonkin verran
- Toimii huonosti

4. Miten varaat ajan Eve:n hoitoihin mieluiten? (valitse yksi)

- Puhelimitse
- Internetissä

- Paikan päällä Eve:ssä

5. Haluaisitko saada muistutuksen hoidostasi päivää ennen? *(valitse yksi)*

- En
- Kyllä, sähköpostiin
- Kyllä, tekstiviestillä
- Kyllä, sähköpostiin ja tekstiviestillä

6. Haluaisitko, että internetin varausikkunaan laitettaisiin lisätietokenttä, johon voit kirjoittaa muun muassa omasta terveydentilastasi (olen allerginen, raskaana, tms.) tai vaikka ilmoittaaksesi lahjakortilla maksamisesta? *(valitse yksi)*

- Kyllä
- Ei
- Ehkä

7. Löydätkö eri hoidot helposti ajanvarausta tehdessäsi? *(valitse yksi)*

- Aina
- Yleensä
- Harvemmin
- En ole koskaan löytänyt
- En osaa sanoa

8. Onko sinulla kehitysehdotuksia liittyen internetajanvaraukseen? Puuttuuko jotain? Mitä muuta olet kokenut internetajanvarauksessa? Kerro vapaasti:

9. Aiotko käyttää internetajanvarausta tulevaisuudessa?

- Varmasti
- Ehkä
- En, miksi? _____

Suuri kiitos vastauksistasi! Jos haluat osallistua hoitojen arvontaan ilmoitathan sähköpostiosoitteesi ja puhelinnumerosi (yhteystietoja ei käytetä muuhun kuin arvontapalkintojen jakamiseen).

Puhelin: _____

Sähköposti: _____

Liite 2. Kyselytutkimus henkilökunnalle

Kysely henkilökunnalle

1. Toimiiko internetajanvaraus mielestäsi hyvin?

Kyllä Ei Välillä kyllä

2. Oletko oppinut käyttämään internetajanvarausta hyvin?

Kyllä En Jokseenkin hyvin

3. Miten itse muokkaisit internetajanvarausta, ts. mitä haluaisit siihen lisää/mitä pois?

4. Mitä ongelmia olet havainnut internetajanvarauksen käytössä?

5. Mihin olet ollut tyytyväinen internetajanvarauksessa?

6. Oletko saanut palautetta asiakkailta koskien internetajanvarausta. Jos olet, minkälaista?

Liite 3. Kehitysehdotukset asiakkailta

Sähköposti viesteissä / ilmoituksissa ei ole lähettäjä

Jos hoitajaksi varaa "kuka tahansa", ei kuitenkaa nää kuka tulee ennenkuin varauksen on hyväksynyt. Olisi hyvä jos henkilö paljastuisi aiemmin ja voisi silloin vielä päättää toisin.

Hae ajankohdan mukaan - toiminnetta en ole saanut toimimaan. Olisi mukavaa jos myös peruutuksen voisi tehdä netissä.

Internet ajanvarauksessa tulee olla selkeästi, montako viikko eteenpäin on mahdollista varata kutakin hoitoa. Osaa hoitaja saa viikkoja eteenpäin ja osaa ei.

Joskus tuntuu vaikealta.

Käyttäessäni lahjakorttihoitoa, soitin kuitenkin varmuuden vuoksi ajanvaraukseen koska en ollut varma ovatko kaikki internet-ajat rajoituksetta käytössä lahjakortin kanssa. Muuten ei ongelmia.

Internet varaus on todella helppo käyttää! Ei tarvitse jonottaa puhelimeen ja voi rauhassa koneella katsoa mikä päivä ja ajankohta sopii hoidolle.

Olisi hyvä jos pystyisi haluamansa päivän mukaan katsomaan kaikki vapaat ajat eri hoitoihin, ei siis vain tietyn hoidon mukaan.

Kun nyt ehtisin käydä tsekkaamassa ne. Toivottavasti sieltä löytyvät hoitojen kestot, hinnat, sisältötiedot riittävän laajasti.

Puhelimitse ajan varaaminen on henkilökohtaisempaa. Voi esittää kysymyksiä ja neuvoja.

style and make up kiinnostaisi, mutta en saa ryhmää kasaan. Voisiko yksittäinen asiakas myös ostaa kyseisen palvelun?

Selkeämpi, pitäisi olla mahdollisuus ajan perumiseen

Nyt mahdollinen ajankohta jokaiseen hoitoon tulee hakea erikseen. Kun haluaa hemmottelua itselleen, niin tärkeintä on ajankohta. Pitäisi nähdä helposti päivämäärähaulla, mihin hoitoihin on tilaa.

Hienoa että on internet-varaus. Kiireisille naisille hyvä palvelu!

Pitäisi paremmin nähdä päivän vapaat ajat, nyt menee liikaa aikaa etsimiseen

Voisiko olla erikseen myös kännykkäsovellus internetajanvaraukseen? Minulla puhelimella varattaessa internet välillä reistaili.

käytän harvoin internet tilauksia

Jos haluaa peruuttaa hoidon, niin aikaa ei voi perua netissä.

Neulausnetti-aikoja huonosti saataville illoiksi.

Ei toimi Lumia-puhelimessa

Tarkemmat tiedot hoidoista

Salasanan vaihtomahdollisuus

Varauksen pitäisi saada tehdä myös siten että maksaa paikan päällä. Jos ei ole pankkitunnuksia käsillä niin varaus jää tekemättä. Tilausehdot pitää hyväksyä ruksilla, vaikka ehtojen linkki ei aukea.

Kun varaa aikaa tyyliin "kuka vaan käy", olisi kuitenkin mukava, että jo ennen varausta näkisi onko kyseessä aika opiskelijalle vai ammattilaiselle.

Varatun ajan peruuttaminen esim. vähintään vuorokautta ennen olisi hyvä lisä, mikäli varatulle ajalle tulee jokin sellainen este, mitä ei voi siirtää ja ajanvarausta pitää siirtää.

Mielestäni on hyvä, että hoidon tekijän saa valita itse, jos haluaa. Tosiaan lisätietokenttä olisi hyvä, koska silloin voisi infota kauneushoitolaan etukäteen, jos on jotain erityistä ilmoitettavaa.

Etusivulle olisi hyvä saada näkyvä linkki ajanvaraukseen

mahdollisuus varata helpommin aikasarjoja ettei tarvitse aloittaa ajanvarausta aina alusta

oki. hyvä systeemi.

Olisi kiva jos voisi varata vähän pidemmälle eteenpäin, esim. jos matka on tiedossa. Tänään 12.3. esim. ei pysty varaamaan toukokuuhun mitään kauneuspalveluja.

Kun hoitoon ottaa lisäpalveluita, pitäisi varauksen vahvistus olla vasta lisäpalveluiden valinnan jälkeen. Nyt ensin varataan palvelu ja jos lisäpalvelua ei olekaan listalla, peruutus ei onnistu.

Netissä ei voi yhdistää esim. jalkojen sokerointia kainaloiden sokerointiin, manikyyriä geelilakkaukseen jne. Silloin on pakko soittaa. Joulutietoja löytyy vielä maaliskuussa yms.

Palveluista voisi olla tarkemmat kuvaukset, esimerkiksi se että mitä eroa on sokerointi kategoriasta löytyvällä bikinirajasokeroinnilla ja laajemmalla bikinirajalla

vanhojen varausten poistaminen ei onnistu?

Useita hoitoja on hankala varata esim. kasvohoito+kulmien muotoilu samalle päivälle

Erittäin hyvä, että tällainen tuli

Onko nettisivujen lisäksi mobiiliversiota, joskus olisi kätevää varata aika myös puhelimella

Hyvin selkeä varausjärjestelmä vaikka käytin ensimmäistä kertaa

Haluan enemmän tietoa mitä tehdään hoitoaikana, minkälaisia menetelmiä ja muuta lyhyesti

Välillä varaus tökkii vaikka vapaita aikoja on ne eivät heti tule esiin, on yritettävä useita kertoja

Selkeästi ymmärrettävä

Vapaat päivät ovat vähän epäselviä, joskus päivä näkyy sen värisenä että siinä olisi vapaita aikoja mutta sitten niitä ei löytynytäkään

Internet olisi kaikkein paras varausvaihtoehto, en vain saanut sitä toimimaan kun yritin, systeemi heitti yllättäen ulos eikä avautunut. Käytin puhelinta.

Aika olisi kiva myös peruuttaa netin kautta

Myös aikojen muuttaminen/peruuttaminen netin kautta

Tahtoisin lomapaketin eli kaikki hoidot samalla kertaa: ripsien&kulmien värjäys, säärien ja bikinirajojen ja kainaloiden sokerointi/vahaus, nyt näitä ei voi varata helposti netistä

Toivoisin parannusta mm. Näihin: varauksessa näkyisi hoidon tekijän nimi, useamman hoidon ketjut mm. kasvohoito+kulmat

Ei ole sillä en ole käyttänyt niitä

Helpompaa olisi, jos näkyvissä olisi lista vapaista aikaikkunoista, vrt. esim. suomen urheilufysion ajanvaraus www.suomenurheilufysio.fi

Kalenterinäkyvässä jotkut päivät näkyivät vihreänä, vaikka varattavissa olevia aikoja ei ollut. Lisäksi ei ollut selkeää, että sivuille piti rekisteröityä ennen kuin ajanvaraus onnistuu --> tämä ilmeni vasta kun jo olin ehtinyt kirjoittaa osan tiedoista

Ajanvarauksessa ei voi varata useampaa hoitoa peräkkäin, sellaisen toiminnon lisääminen olisi hyvä. Tehtyä omaa varausta ei voi muuttaa/perua. Ajanvarauksessa voisi olla nopeita, vapaita aikoja esim. -15 % alennuksella saman päivän ajat

Aikaa en ole saanut peruutettua netissä