



SAVONIA

■ OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
YHTEISKUNTATIETEIDEN, LIIKETALOUDEN JA HALLINNON ALA

VARKAUDEN OP- ISÄNNÖINTIKESKUS OY:N ASIAKASTYYTYVÄISYYS- TUTKIMUS

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala		
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma		
Työn tekijä(t) Tero Särkkä		
Työn nimi Varkauden OP-Isännöintikeskus Oy:n asiakastytyväisyystutkimus		
Päiväys	Sivumäärä/Liitteet	45 + 4
Ohjaaja(t) Ullamaija Karhu		
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Varkauden OP-Isännöintikeskus Oy		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön aiheena oli asiakastytyväisyystutkimus, joka tehtiin Varkaudessa sijaitsevalle isännöintialan yritykselle nimeltä Varkauden OP-Isännöintikeskus. Tutkimuksessa selvitettiin asiakkaiden tyytyväisyyttä isännöintipalveluiden sekä kiinteistöhuollon eri osa-alueisiin. Tutkimusmenetelmänä käytettiin määrällistä eli kvantitatiivista survey-tutkimusta. Tutkimus toteutettiin tammikuussa 2013 kirjekyselyn muodossa. Tutkimuksen vastaajaryhmäksi valittiin satunnaisia OP-Isännöintikeskuksen isännöimiä kerros- ja rivitaloja ympäri Varkautta.</p> <p>Opinnäytetyöraportti koostuu toimeksiantajan esittelystä, teoriaosuudesta, tutkimuksen toteutuksesta sekä tutkimustuloksista. Teoriaosuudessa käsitellään palveluliiketoimintaa, asiakkuuksia, asiakastytyväisyyttä ja sen tutkimusta. Tutkimustulokset on selitetty kirjallisesti sekä havainnollistettu erilaisin kuvioin ja taulukoin.</p> <p>Tutkimuksen tuloksista selvisi, että asiakkaat olivat pääsääntöisesti tyytyväisiä Varkauden OP-Isännöintikeskuksen tuottamiin isännöintipalveluihin. Arvioitaessa isännöintipalveluiden kokonaistyytyväisyyttä keskiarvoksi saatiin 3,66 asteikoilla 1-5, jota voidaan pitää melko hyvänä. Vastauksissa kiitosta saivat etenkin isännöintipalveluiden luotettavuus, tavoitettavuus ja palveluhenkisyys. Kiinteistöhuollon toimiin sen sijaan toivottiin hieman ripeyttä ja huolellisuutta.</p>		
Avainsanat Asiakastytyväisyys, asiakastytyväisyystutkimus, asiakassuhde, asiakkuuden hallinta, asiakkuus		

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author(s) Tero Särkkä			
Title of Thesis Customer Satisfaction Survey for Varkauden OP-Isännöintikeskus Oy			
Date		Pages/Appendices	45 + 4
Supervisor(s) Ullamaija Karhu			
Client Organisation /Partners Varkauden OP-Isännöintikeskus Oy			
<p>Abstract</p> <p>The subject of this thesis is customer satisfaction survey. The survey was done to property management company called Varkauden OP-Isännöintikeskus which is located in Varkaus. The purpose of the survey was to examine the level of customer satisfaction with various sectors of property management and property maintenance. The research method which was used was quantitative survey. The survey was executed in January 2013 as a letter inquiry. The target group of the inquiry was residents and shareholders from randomly chosen high-rises and row houses in Varkaus which were under the authority of Varkauden OP-Isännöintikeskus.</p> <p>This thesis report consists of short presentation of Varkauden OP-Isännöintikeskus, theoretical part, research and research results. The theoretical part deals with service business, customerships, customer satisfaction and its research. Research results were presented with various tables and charts.</p> <p>Research results revealed that customers were mainly satisfied with property management services provided by Varkauden OP-Isännöintikeskus. When assessing the overall satisfaction in scale 1-5 the average value was 3,66, which is pretty good. Especially property management's reliability, availability and customer service's friendly attitude were praised. In turn property maintenance operations should take some actions to improve their promptness and care.</p>			
<p>Keywords</p> <p>Customer Satisfaction Survey, Customer Satisfaction, Customer Survey, Customer Relationship Management</p>			

TAULUKOT

Taulukko 1. Palvelujen ja fyysisten tavaroiden väliset erot.	12
Taulukko 2. Asiakkuuksien segmentointi.	18
Taulukko 3. Sukupuolijakauma iän mukaan	26
Taulukko 4. Taloyhtiön koko ja rakennuksen tyyppi	27
Taulukko 5. Vastaaajien asumisaika ja asumismuoto taloyhtiössä	27
Taulukko 6. Isännöintipalveluiden luotettavuus sukupuolen mukaan	39
Taulukko 7. Isännöintipalveluiden palveluhenkisyys sukupuolen mukaan	40
Taulukko 8. Hallituksen ja osakkaiden yhteistyö sukupuolen mukaan	40
Taulukko 9. Piha-alueiden siisteys sukupuolen mukaan	41
Taulukko 10. Asukkaiden tietämys huoneistossa tehtävien remonttien säännöistä asumismuodon mukaan	41
Taulukko 11. Asukkaiden tietämys järjestyssäännöistä asumisajan mukaan	42
Taulukko 12. Asukkaiden tietämys järjestyssäännöistä asumismuodon mukaan	42

KUVIOT

Kuvio 1. Isännöitsijän työaika	9
Kuvio 2. Isännöintiyrityksen suhde asiakkaaseen ja ammattilaisverkostoihin	10
Kuvio 3. Kokonaislaatukuvan muodostuminen	13
Kuvio 4. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät	20
Kuvio 5. Isännöintipalveluiden eri tekijöiden arviointi henkilömäärinä tarkasteltuna	28
Kuvio 6. Tiedon- laatu ja riittävyys	29
Kuvio 7. Tiedotuskanavat / välineet tiedon jakamisessa	30
Kuvio 8. Kokonaistyytyväisyys isännöintipalveluihin	31
Kuvio 9. Suositteisitko isännöintiyrityksen palveluita muille?	32
Kuvio 10. Asukkaiden tietämys taloyhtiön asioista	33
Kuvio 11. Yhteistyö hallituksen ja osakkaiden välillä	34
Kuvio 12. Huollon eri tekijöiden arviointi	35
Kuvio 13. Siivouksen arviointi	36
Kuvio 14. Kysymysten keskiarvot	37

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	7
2	VARKAUDEN OP-ISÄNNÖINTIKESKUS OY	8
3	PALVELULIIKETOIMINTA.....	10
3.1	Palvelun määrittely	11
3.2	Palvelujen yhteispiirteet.....	11
3.3	Palvelun laatu	12
3.4	Palvelun laatuun vaikuttavat tekijät.....	13
3.5	Palvelujen markkinointimix	14
4	ASIAKKUUDET.....	16
4.1	Asiakas.....	16
4.2	Asiakassuhteiden tärkeys.....	16
4.3	Asiakassuhteiden syntyminen	17
4.4	Asiakkuuksien segmentointi	17
5	ASIAKASTYYTYVÄISYYS.....	20
5.1	Asiakkaiden odotukset.....	21
5.2	Asiakastytyväisyystutkimus	21
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	23
6.1	Tutkimusmenetelmä.....	23
6.2	Aineiston keruu.....	23
6.3	Kyselylomake.....	24
6.4	Aineiston käsittely	24
6.5	Reliabiliteetti ja validius	25
7	TUTKIMUSTULOKSET	26
7.1	Vastaajien taustatiedot.....	26
7.2	Isännöintipalvelut	28
7.3	Tietämys oman taloyhtiön asioista	33
7.4	Yhteistyö hallituksen ja osakkaiden välillä	34
7.5	Kiinteistöhuolto.....	35
7.6	Keskiarvot	37

7.7	Avoimet kysymykset.....	38
7.8	Ristiintaulukointeja.....	39
8	YHTEENVETO.....	43
9	OMAN TYÖN ARVIOINTI	44
	LÄHTEET	45
	LIITTEET	46

1 JOHDANTO

Hyvä palvelu on nykyään keskeinen osa koko yhteiskunnan toimintaa. Useiden organisaatioiden rahoituksesta palveluiden myyntitulot ovat jo erittäin tärkeässä osassa. Asiakaskeskeiset arvot pyritään nykyään entistä enemmän nostamaan kunniaan, mutta myöskin asiakkaat ovat nykyään entistä laadutietoisempia ja kriittisempiä palveluiden laadun suhteen. Asiakastyytyväisyys on suoraan sidoksissa organisaation taloudelliseen tulokseen: kun asiakkaat ovat tyytyväisiä tuotot ja kannattavuus paranee ja organisaation kasvumahdollisuudet lisääntyvät. (Ylikoski 1999, 13-15.)

Asiakastyytyväisyystutkimuksella pyritään saamaan selville mihin yrityksen toiminnassa ollaan tällä hetkellä tyytyväisiä ja mihin tyytymättömiä. Tulosten avulla voidaan sitten laatia toimintasuunnitelma asiakastyytyväisyyden kehittämiseksi. Asiakastyytyväisyyttä pitäisi seurata säännöllisin väliajoin, jotta voidaan varmistua tulosten luotettavuudesta sekä nähdä, että asiakastyytyväisyys on lähtenyt kehittymään oikeaan suuntaan. (Ylikoski 1999, 13-15.)

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Varkauden OP-Isännöintikeskus Oy. Varkauden OP-Isännöintikeskus on Varkaudessa toimiva isännöintialan yritys ja se toimii Pohjois-Savon Osuuspankin alaisuudessa. OP-Isännöintikeskuksen tehtävänä on hoitaa taloyhtiöiden päivittäiset asiat sekä tarjota taloyhtiöille isännöinnin ja asumisen asiantuntijapalveluita. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Varkauden OP-Isännöintikeskuksen asiakkaiden tyytyväisyyttä isännöintipalveluiden sekä kiinteistöhuollon eri osa-alueisiin. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Tutkimuksen vastaajaryhmäksi valittiin satunnaisia OP-Isännöintikeskuksen isännöimiä kerros- ja rivitaloja ympäri Varkautta.

Opinnäytetyöraportti koostuu lyhyehköstä toimeksiantajan esittelystä, teoriaosuudesta, tutkimuksen toteutuksesta ja tutkimus tuloksista. Teoriaosuus avaa lukijalle tiivistetysti palveluliiketoiminnan sisältöä, asiakkuuksia sekä asiakastyytyväisyyttä ja sen tutkimusta. Tutkimustulokset on havainnollistettu erilaisin kuvion ja taulukoin.

Kysely suoritettiin vuoden 2013 tammikuussa, vastausaika kyselyllä oli 3 viikkoa ja se suoritettiin kirjekyselynä. Isännöintikeskukselle tehdyt aiemmat tyytyväisyyskyselyt ovat kattaneet vain taloyhtiöiden hallitusten jäsenet – nyt kyselyn vastaajina olivat vuokralaiset ja osakkaat.

2 VARKAUDEN OP-ISÄNNÖINTIKESKUS OY

OP-Isännöintikeskukset ovat Osuuspankkien tytäryhtiöitä, jotka kuuluvat Suomen suurimpaan finanssiryhmään: OP-Pohjolaan. OP-Pohjola-ryhmä muodustuu noin 200 itsenäisestä osuuspankista niiden tytär- ja lähiyhteisöineen. Sillä on noin 1,3 miljoonaa omistajajäsentä, joista kotitalouksia on 90%. (OP-Pohjola-ryhmä, 2013.)

Varkauden OP-Isännöintikeskus Oy on isännöintiin erikoistunut Pohjois-Savon Osuuspankin tytäryhtiö. OP-Isännöintikeskus tarjoaa asumisen ja isännöinnin asiantuntijapalveluita ja vastaa siitä, että taloyhtiön päivittäiset asiat ja rutiinit hoituvat. Isännöitsijät tekevät yhteistyötä taloyhtiöiden hallitusten, asukkaiden ja kiinteistöhuoltoyhtiöiden kanssa. OP-Isännöintikeskuksia on noin 170 ympäri Suomea ja ne toimivat läheisessä yhteistyössä kiinteistö- ja asuntovälityspalveluja tarjoavien OP-Kiinteistökeskusten kanssa. (OP-Pohjola-ryhmä, 2013.)

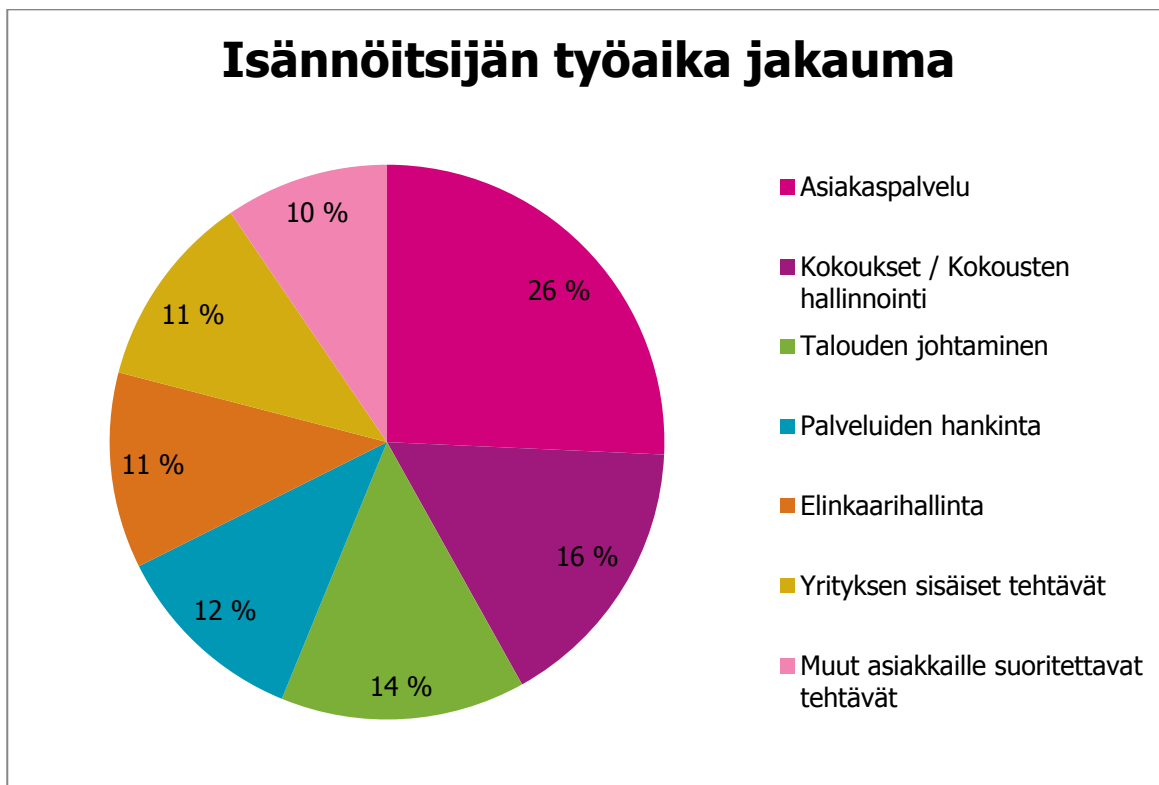
Varkauden OP-Isännöintikeskuksella työskentelee 3 isännöitsijää, kirjanpitäjä ja kiinteistösihteeri. Isännöintikeskus sijaitsee Varkauden keskustassa, Taulumäentorin laidalla Osuuspankin yläkerrassa. Isännöintikeskus on auki joka arkipäivä 08.00 – 16.00. Varkauden OP-Isännöintikeskuksen pääsääntöisiä asiakkaita ovat taloyhtiöt asukkaineen eli niin vuokralaiset kuin asunnon omistajatkin. Varkauden OP-isännöintikeskus isännöi reilua 80 taloa Varkauden seudulla ja suurin osa taloyhtiöistä on asuinkerrostaloja.

Isännöinti

Suomessa asuintalot usein omistetaan yhdessä eli vastuu talonasioista on jaettu kaikkien osakkeiden omistajien kesken. Näitä taloyhtiöitä suomessa on n. 80 000 ja niissä asuu yli 2 miljoonaa suomalaista. Taloyhtiöt tekevät hankintoja vuosittain n. 3 miljardilla eurolla ja korjausinvestointeja n. 2 miljardilla eurolla. Taloyhtiön asioiden hoitaminen ei olekaan kovin helppoa puuhaa ilman asiantuntevaa johtajaa. Siksi taloyhtiöt tarvitsevat asiantuntevan johtajan eli isännöitsijän, joka huolehtii kohteista ja asuntoihin sijoitetusta varallisuudesta. (Isännöinnin ammattilaiset -tutkimusraportti, 2010)

Isännöitsijällä on siis tärkeä rooli koko taloyhtiön hoidossa. Hyvin hoidettu isännöinti pitää taloyhtiön asumiskustannukset kurissa. Kun taloyhtiön remontit on toteutettu suunnitelmallisesti kotien arvo kehittyy tavoitteiden mukaisesti. Tämä vaatii isännöitsijältä huolellista suunnittelua, oikeita päätöksiä, hyviä kumppaniverkostoja sekä tehokkaat työskentelytavat. Jokaisen taloyhtiön isännöitsijä valitaan taloyhtiön hallituksen toimesta ja hallitus tekee näin taloyhtiön puolesta sopimuksen isännöinnistä. Isännöintipalveluiden laajuus ja yksityiskohdat määritellään sopimuksessa. Isännöitsijä toimii tiiviissä yhteistyössä taloyhtiöiden hallitusten, asukkaiden sekä huolto- ja siivouspalveluita tuottavien firmojen kanssa. (Isännöinnin ammattilaiset -tutkimusraportti, 2010.)

Isännöitsijän työnkuva kokonaisuudessaan on monipuolinen ja laaja, mutta tarkemmin katsottuna lähtökohtana isännöinnissäkin pyritään pitämään asiakkaat eli tässä tapauksessa taloyhtiöt mahdollisimman tyytyväisinä sekä palvelemaan heitä tarpeiden mukaan. Niinpä isännöintialan yrityksissäkin, aivan kuten muissakin palveluita tuottavissa yrityksissä avaintekijänä on asiakaslähtöisyys. Seuraavassa kuvioista näkyy kuinka isännöitsijän työnkuva jakautuu.



Kuvio 1. Isännöitsijän työaika (Isännöinnin ammattilaiset -tutkimusraportti, 2010.)

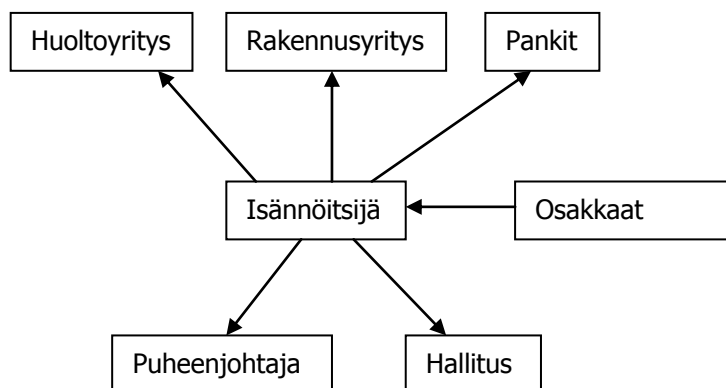
Kuviosta nähdään kuinka suurin osa isännöitsijöiden työnajasta kuluu asiakkaiden palvelemiseen: 26 % asiakaspalvelua, 16 % yhtiökokouksia ja 10 % muut asiakkaille suoritettavat tehtävät. Nämä kaikki ovat asiakaspalvelua eri muodoissa.

3 PALVELULIIKETOIMINTA

Palveluliiketoiminta tarkoittaa liiketoimintaa, jossa palvelu liitetään tuotteeseen. Asiakkaan prosessin läpikotainen tunteminen on onnistuneen palveluliiketoiminnan edellytyksenä. Yleensä kyse onkin asiantuntemuksen myynnistä. Palveluliiketoiminnassa usein tavoitteena on saada pitkäaikaisia asiakassuhteita sekä ylläpitää niitä, palveluliiketoiminnan lähtökohtana toimii asiakaslähtöisyys. Palveluliiketoiminnassa asiakas on yleensä kiinnostunut ratkaisusta, joilla saadaan joku prosessi toimimaan paremmin eikä niinkään konkreettisesta tuotteesta. Palveluliiketoiminnassa markkinointi on keskeisessä roolissa. (Rissanen 2006, 155.)

Palvelut voidaan jakaa kulutuspalveluihin ja yrityspalveluihin, jotka voidaan edelleen jakaa vielä voittoa tavoitteleviin ja voittoa tavoittelemattomiin palveluihin. Kulutuspalveluita ovat ne palvelut, joita käyttävät yksittäiset kuluttajat ja kotitaloudet. Kulutuspalveluita tuottavat yritykset, yhteisöt ja julkinen valta. Yrityspalveluita taas ovat ne palvelut, joiden ostajina ovat toiset yritykset. Voittoa tavoittelemattomien palveluiden keskeisenä ideana eivät ole taloudelliset päämäärät vaan esimerkiksi hyväntekeväisyys (Ylikoski 1999, 26-27.)

Isännöinti on siis palveluliiketoimintaa, tarkemmin ottaen kuluttajapalvelua, jossa osakkaat ovat isännöitsijän asiakkaita. Isännöintialanyritykset ovat voittoa tavoittelevia organisaatioita. Isännöinnin asiantuntijapalveluita ostavat taloyhtiön osakkaat, jotka omistavat tietynmäärän taloyhtiön osakkeita eli huoneiston tai huoneistoja. Isännöitsijä on tässä tapauksessa palveluntuottaja. Todellisuudessa kuitenkin osakkaiden sijasta isännöitsijä tekee suunnitelmat ja päätökset taloyhtiön hallituksen kanssa, jolloin laskun maksajat eli osakkaat eivät välttämättä siis suoranaisesti ole itse palvelun ostajia.



Kuvio 2. Isännöintiyrityksen suhde asiakkaaseen ja ammattilaisverkostoihin (Hedvall, Johansson, Kaskinen 2012, 5.)

3.1 Palvelun määrittely

Palvelu on monimutkainen ja laaja ilmiö, mutta yhteen virkkeeseen kiteytettynä se menisi kutakuinkin näin: "Palvelu on teko, toiminta tai suoritus, joka tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti ja joka tuottaa asiakkaalle lisäarvoa; ajansäästöä, helppoutta, mukavuutta, viihdettä tai terveyttä" (Doyle, 1998) eli palvelu on siis jotain aineetonta. Usein palveluun kuitenkin on kytköksissä jotain materiaaliakin: esimerkiksi elokuvavuokraamon toiminta olisi mahdotonta ilman vuokrattavia elokuvia. Palvelun tuottaminen on yleensä sidoksissa tavaraan, vaikka itse palvelutapahtuma onkin aineeton. Kuluttajan voikin olla vaikeaa arvioida palveluita juuri aineettomuuden takia, kun mitään konkreettista ei ole, ei välttämättä tiedetä mitä ostetaan. (Ylikoski 1999, 17-20.)

Palveluista saatava hyöty asiakkaalle on se, että joku tekee jotakin hänen puolestaan. Tämä hyöty ilmenee asiakkaalle joko palvelua käyttäessä tai palvelun tapahduttua. Palvelu syntyy ja usein myös kulutetaan silloin kun se tuotetaan. Palveluorganisaatioita ovat kaikki ne yritykset, joiden liiketoiminnassa palvelu on merkittävässä osassa tai jonka tarjonnassa palvelut ovat selkeästi asiakkaiden mielenkiinnon kohteena. Nykyään kuitenkin on jo melko vaikeaa vetää tiukkaa rajaa palveluja ja tavaroita markkinoivien organisaatioiden välille. (Ylikoski 1999, 17-20.)

3.2 Palvelujen yhteispiirteet

Palveluiden ominaispiirteistä ehkä olennaisin on se, että palvelut ovat aineettomia. Asiakas saa jotain aineetonta vastineeksi rahalleen vaikka pohjimmiltaan kaikki tuotteet, oli ne fyysisiä tai eivät, tuottavat asiakkaalle aineetonta hyötyä. Palveluita ei siis voi varastoida, patentoida tai sellaisenaan esitellä. Palvelut tuotetaan sekä kulutetaan yleensä samanaikaisesti ja asiakkaat ovat olennainen osa palvelun tuottamista. Asiakkaat myöskin voivat yleensä itse vaikuttaa palvelun lopputulokseen. Palveluiden osalla asiakkaan tyytyväisyys riippuu yleensä palveluntarjoajan henkilökunnan toiminnasta ja sen laatua onkin paljon vaikeampi kontrolloida kuin konkreettisia tuotteita. (Ylikoski 1999, 21-25.)

Luonteeltaan palvelut ovat heterogeenisiä eli sama palvelukin voi olla joka kerta erilainen etenkin silloin kun ihminen tuottaa palvelun toiselle ihmiselle. Usein asiakkaat odottavatkin palvelulta heterogeenisuutta: asiakas haluaa, että palvelu on räätälöity juuri hänen tarpeitaan ja tilanteitaan vastaviksi. Palveluiden ominaispiirteitä ovat myöskin niiden katoavaisuus: palveluita ei voida palauttaa ja niiden kysynnän ja tarjonnan yhteensovitus on ongelmallista. (Ylikoski 1999, 21-25.)

Taulukko 1. Palvelujen ja fyysisten tavaroiden väliset erot. (Grönroos 2001, 81)

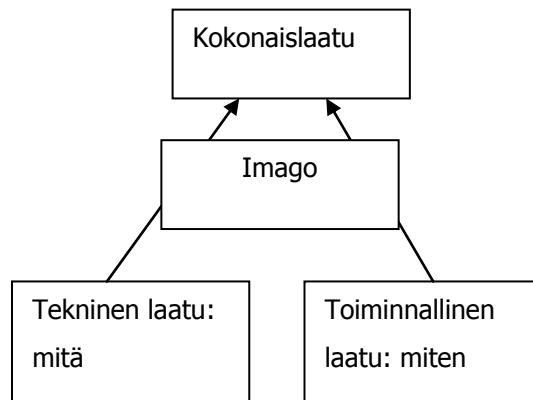
Fyysiset tavarat	Palvelut
Konkreettisia	Aineettomia
Homogeenisiä	Heterogeenisiä
Tuotanto ja jakelu erillään kulutuksesta	Tuotanto, jakelu ja kulutus ovat samanaikaisia prosesseja
Asia	Toiminta tai prosessi
Ydinarvo tuotetaan tehtaassa	Ydinarvo tuotetaan ostajan ja myyjän välisessä vuorovaikutuksessa
Voidaan varastoida	Ei voi varastoida
Omistajuus siirtyy	Omistajuus ei siirry

3.3 Palvelun laatu

Yleensä kun puhutaan laadusta tarkoitetaan sitä, miten hyvin tuote (tavara tai palvelu) vastaa kuluttajan omia odotuksia. Palvelualalla palvelun onnistuneisuus muodostaa asiakkaalle näkemyksen siitä mitenkä laadukas palvelua tarjoava yritys on. Siispä vain asiakas voi sanoa millaista yrityksen palvelun laatu on eli asiakas toimii aina laadun tulkitsijana. Palvelun laatu muodostuu kuluttajalle teknisestä laadusta ja toiminnallisesta laadusta. Tekninen laatu tarkoittaa palvelun tulosta eli mitä asiakas saa palvelulla ja toiminnallinen laatu itse palveluprosessia: kuinka asiakasta palvellaan. Näiden osatekijöiden yhteistulos ynnättyinä kuluttajan omiin laatukokemuksiin ja odotuksiin muodostaa palvelusta koetun kokonaislaadun. Laadulla on kaksi perusolottuvuutta: toiminnallinen ulottuvuus (mitä) ja teknillinen ulottuvuus (miten). Asiakkaan laatuvaan vaikuttaa se mitä hän saa palvelulla itselleen ja miten hän sen saa. Myös organisaation imago on äärimmäisen tärkeä palveluorganisaatioilla ja se voi vaikuttaa vahvasti asiakkaan laatukokemuksiin. (Ylikoski 1999 118-119 & Grönroos 1998, 62.)

”Menettämäsi rahan voit korvata uudella, nimeäsi et koskaan” (Michael Smurfit)

Palveluorganisaation imagolla on suuri merkitys kokonaislaatuvaan muodostumisessa asiakkaalle. Imago tarkoittaa millainen yleisvaikutelma asiakkaalle on syntynyt yrityksestä, oli hän sitten ensikerää käyttämässä yrityksen palveluita tai jo useaan kertaan käyttänyt. Imago on suuri tekijä palveluorganisaation toiminnassa ja sitä rakennetaan koko yrityksen olemassa olon ajan. Imago vaikuttaa asiakkaan kriittisyyteen kun hän muodostaa palvelusta kokonaislaatuvaan eli jos yrityksellä on hyvä imago asiakkaan mielestä, huonopalvelu annetaan helpommin anteeksi eikä sitä pidetä niin isona asiana. Huonon imagon omaavan yrityksen pienetkin virheet taas voi tuntua asiakkaasta entistä isommilta. Yhden negatiivisen kokemuksen korvaamiseksi tarvitaan useita positiivisia kokemuksia, jotta yrityksen imago muuttuu asiakkaalle taas positiiviseksi. Myös imagon rakentamisen kannalta asiakaslähtöisyys vaikuttaa palveluorganisaatioiden lähtötekijänä. (Ylikoski 1999, 136-137.)



Kuvio 3: Kokonaislaatukuvan muodostuminen (Grönroos, 1998, 65.)

3.4 Palvelun laatuun vaikuttavat tekijät

Asiakkaiden laatuodotukset vaihtelevat paljon, mutta palvelun kokonaislaadulta asiakas odottaa aina vähintäänkin hyväksyttävää laatua. Asiakas on palvelun laadun mittari. Kokonaislaatukuvan syntyminen muodostuu useista eri tekijöistä. Seuraavissa kappaleessa on esitelty kymmenen yleisintä palvelun laatuun vaikuttavaa tekijää (Rissanen 2006, 215.)

Ensimmäinen asia, mitä asiakas odottaa yritykseltä ja sen henkilökunnalta, on *luotettavuus*. Luotettavuudella tarkoitetaan, että toimitaan aikataulujen mukaisesti, hoidetaan laskutusasiat huolellisesti, pidetään lupaukset ja palvellaan asiakkaita aina heidän etujen mukaisesti. *Reagointialttius* koskee työntekijöiden halua ja valmiutta palvella. Palvelun täytyy olla tarpeeksi ripeää, asiakirjat pitää toimittaa viivytyksettä sekä asiakkaisiin pitää ottaa tarvittaessa yhteyttä nopeasti. Varkauden OP-Isännöintikeskuksen tiloissa palvelee koko ajan yksi vastaanottovirkailija, joka pystyy hoitamaan asukkaiden ilmoitus, avain ym. asiat tai ohjaamaan asiakkaat eri isännöitsijöiden luokse tarvittaessa. Isännöintikeskuksella ei ole niinkään ”ruuhka-aikoja”, joten asiakas saa useimmissa tilanteissa palvelun heti sisään tullessaan. Isännöintikeskuksen asiakkaille reagointialttius voi etenkin olla tärkeä tekijä, koska palvelun kohteena on usein heidän kotinsa. Esimerkiksi huoltotoimenpiteet yleensä haluttaisiin hoidettavan mahdollisimman nopeasti. (Grönroos 2001, 116.)

Pätevyydellä tarkoitetaan, että organisaation henkilökunnalta löytyy riittävästi tietoa, taitoa sekä resurssit asiakkaiden ongelmien ratkaisemiseksi. OP-Isännöintikeskuksen työntekijät voivat pitää omaa tietotaitoa yllä käymällä erilaisissa käyttäjäpäivillä sekä koulutustilaisuuksissa, joita järjestetään aika ajoin. Isännöintikeskuksen työntekijät ovat yhteydessä myöskin kiinteistökeskukseen ja osuuspankkiin pikaviestimillä, jolla pystytään nopeasti ottamaan yhteyttä ongelmatilanteissa. Pikaviestimien avulla pystytään myöskin tarkistamaan henkilökunnan ”valmiustila” eli kuka on kokouksessa, varattu jne. Tämä antaa sujuvuutta asiakkaiden palvelemiseen. (Grönroos 2001, 116.)

Saavutettavuus merkitsee sitä, että palveluntarjoajan sijainti, aukioloajat ja operatiiviset järjestelmät on järjestetty niin, että palvelua on helppo saada. Myöskin puhelinpalvelun pitää olla nopeasti ja helposti saatavilla. OP-Isännöintikeskus on auki joka arkipäivä 08.00 – 16.00 ja taloyhtiöiden kokouksia pystytään järjestämään myös 16.00 jälkeen. Isännöintikeskus on tavoitettavissa puhelimitse koko työpäivän ajan ja jokaisella työntekijällä on oma puhelin sekä sähköposti, joten yhteyden saa vaivattomasti. OP-Isännöintikeskuksen sijainti on myöskin ihanteellinen: se sijaitsee Taulumäentorin laidalla Varkauden ytimessä muiden palveluiden lähellä. Asiakkaat haluavat myös, että heihin kiinnitetään huomiota ja heitä palvellaan ystävällisesti eli palvelutyöntekijöiltä vaaditaan *kohteliaisuutta*. (Grönroos 2001, 116.)

Viestintä merkitsee sitä, että asiakkaille selostetaan selkokielellä palvelun sisältö kokonaisuudessaan, hinta ja kustannusten väliset suhteet. Myöskin jos jostain odottamatonta tapahtuu pitää asiakkaan tietää, että palveluntarjoaja ryhtyy heti toimenpiteisiin ongelman selvittämiseksi. Varsinkin isännöintialalla asiakkaalle voi olla joskus epäselvää mitä kaikkea isännöintipalvelut pitää sisällään, jonka takia on erityisen tärkeää, että palvelunsisällöt käydään huolella läpi. *Uskottavuudella* tarkoitetaan yleisesti rehellisyyttä, luotettavuutta ja asiakkaiden etujen ajamista. Uskottavuuteen vaikuttaa myöskin yrityksen nimi ja maine johon ei tietysti lyhyellä tähtäimellä pysty vaikuttamaan. OP-Isännöintikeskusta pidetään tuttuna ja turvallisena, koska se on Osuuspankin alaisuudessa, jolla tunnetusti Suomessa hyvä maine. (Grönroos 2001, 116.)

Turvallisuus käsittää fyysisen turvallisuuden, taloudellisen turvallisuuden ja luottamuksellisuuden. OP-Isännöintikeskuksella niin talous- kuin muutkin asiat pidetään luottamuksellisena eikä niitä luovuteta ikinä ulkopuolisille. *Asiakkaan ymmärtäminen ja tunteminen* tarkoittaa aitoa pyrkimystä ymmärtää asiakkaiden tarpeita: eli jokaista asiakasta tulee kohdella yksilöllisesti, asiakkaiden erityisvaatimukset selvitetään sekä vakioasiakkaat tunnetaan. *Fyysinen ympäristö* sisältää kaikki palvelun ulkoiset tekijät kuten fyysiset tilat, henkilökunnan ulkoisen olemuksen, palveluntarjoamisessa käytettävät välineet jne. OP-Isännöintikeskuksen vastaanotossa on tarjolla ilmaisia remontti-, isännöinti- ja taloyhtiö asioihin liittyviä lehtiä, joita asiakkaat voivat ottaa mukaan ja perehtyä niihin. Isännöintikeskuksen tietokoneohjelmat pidetään ajan tasalla jatkuvasti sekä ohjelmien päivystävä helpdesk palvelee työntekijöitä ongelmatilanteissa. (Grönroos 2001, 116.)

3.5 Palvelujen markkinointimix

Palvelujen kilpailukeinojen kokonaisuutta kutsutaan markkinointimixiksi. Markkinointimix koostuu yleensä 4P:stä tai 7:P:stä. 4P:n markkinointimixiin kuuluu tuote (product), hinta (price), jakelu (place) ja markkinointiviestintä (promotion). Kukin näistä tekijöistä pitää sisällään ryhmän erilaisia kilpailukeinoja. Palveluorganisaatioiden kohdalla tuote on palvelu eli ”hyötykimppu”, jonka asiakas ostaa tyydyttämään jonkun tarpeen. Palveluiden kohdalla aineeton hyöty täytyy siis muuntaa joksikin, jonka asiakas voi kokea. (Ylikoski 1999, 215.)

Palvelutuote koostuu palveluajatuksesta, palvelutuotteen toteuttamisesta ja uusien palvelutuotteiden kehittämisestä. Palvelun hinnan määrittely on yleensä tilannekohtaista. Voidaan puhua palvelumaksuista, käyttömaksuista, sisäänpääsymaksuista, postimaksusta, välityspalkkiosat, vuokrasta jne. Hintaa on kilpailukeinona erittäin tehokas, koska sillä on suuri vaikutus kuluttajan ostopäätökseen. Hintaa ei kuitenkaan pidä erotella muista markkinointimixin kokonaisuuksista, koska markkinointimixiä voidaan pitää onnistuneena vain silloin kun kaikki sen osat ovat synergiassa toistensa kanssa. Palvelutuote ja palveluiden tuotantoprosessit on suoraan yhteydessä hintaan. (Ylikoski 1999, 257.)

Palvelun on myöskin oltava saatavilla jostain. Kanavat, joiden kautta palvelu siirtyy asiakkaille, on suunniteltava huolellisesti, koska palveluiden jakelukanavat on luonnollisesti erilaisia kuin fyysisten tavaroiden jakelukanavat. Sijainti onkin paljon tärkeämpi palveluja tuottaville organisaatioille kuin fyysisiä tavaroita tuottaville. Palvelun jakeluteitä voi olla esimerkiksi franchising-sopimus, agentti tai sähköiset kanavat. Markkinointiviestinnän (promotion) tehtävänä on taas luoda asiakkaille kiinnostusta tuotteen, hinnan ja jakelun muodostamalle kokonaisuudelle. Markkinointiviestintä koostuu vuorovaikutusmarkkinoinnista ja myyntituesta. Vuorovaikutusmarkkinointi koostuu asiakaspalvelusta ja henkilökohtaisesta myyntityöstä. Myyntituen muotoja ovat mainonta, myynninedistäminen ja suhdetoiminta. (Ylikoski 1999, 271 & Lahtinen, Isoviita 2001, 171.)

4 ASIAKKUUDET

4.1 Asiakas

Asiakkaiksi voidaan määritellä kaikki henkilöt ja yritykset, jotka ovat ostaneet organisaation tuotteita tai palveluita eli joiden kanssa on syntynyt asiakassuhde. Usein kuitenkin unohdetaan, että myöskin ne joiden kanssa organisaatio on ollut kontaktissa, mutta jotka eivät vielä ole käyttäneet organisaation palveluita ovat asiakkaita tai tarkemminkin potentiaalisia asiakkaita. (Rope ja Pöllänen 1994, 27 & 131.)

Asiakaskunta yleensä jaetaan kanta-asiakkaisiin, satunnaisasiakkaisiin, ei vielä –asiakkaisiin ja entisiin asiakkaisiin. Kanta-asiakkaat käyttävät säännöllisesti organisaation palveluita ja tuottavat organisaatiolle eniten taloudellista hyötyä. Asiakaspysyvyyden parantaminen kasvattaaakin huomattavasti asiakaskohtaista voittoa. Satunnaisasiakkaat ovat käyttäneet organisaation palveluita, mutta käyttävät myös kilpailevien yritysten palveluita. Ei-vielä –asiakkaat taas ovat potentiaalinen asiakaskunta eli asiakkaat, jotka tarvitsevat/käyttävät näitä palveluita, mutta eivät ole vielä kyseiseltä organisaatiolta niitä ostaneet. Entiset asiakkaat ovat menetettyjä asiakkaita, jotka ovat siirtyneet käyttämään kilpailevan organisaation kyseisiä palveluita. (Rope ja Pöllänen 1994, 27 & 131.)

4.2 Asiakassuhteiden tärkeys

Ennen ajateltiin, että yrityksen kannalta on hyödyllisempää käyttää resurssit suoraan uusien asiakkaiden "metsästämiseen" kuin vanhojen ylläpitämiseen. Tämä ajattelutapa ei ole yrityksen kannalta usein kovinkaan kannattavaa, koska jos nykyisiin asiakkaisiin ei panosteta on todennäköistä, että yritys menettää ne. Samalla kun asiakas menetetään - menetetään myös kyseisen asiakkaan koko elinikäisistä ostoista tulevat voitot jollekin kilpailevalle yritykselle. Lisäksi uusien asiakkaiden hankkiminen tarkoittaa aina lisäkustannuksia. Tyytymätön asiakas usein kertoo tyytymättömyydestään myös muille ja varsinkin nykyään sosiaalisen median aikakautena tämä saattaa nostaa räjähdysmäisesti niitten ihmisten määrä, jotka saavat yrityksestä kielteisiä arvioita. Myöskin tutkimusten mukaan uusien asiakkaiden "metsästäminen" maksaa yritykselle 5 kertaa enemmän kuin nykyisten asiakkaiden pitäminen tyytyväisinä. (Kotler 1999, 163.)

Asiakkaalle syntyy aina jonkinlainen vaikutelma itse palvelusta sekä palvelun tarjoajasta. Vaikutelma syntyy ennen ostoa olevista ennako-odotuksista: millaisia kokemuksia hän on saanut muista samanlaisia palveluita tarjoavilta organisaatioilta sekä mitä palvelun tarjoaja on luvannut asiakkaalle eli täytyykö lupaukset. Tämän jälkeen asiakas on palveluun joko hyvin tyytyväinen, hyvin tyytymätön tai jotain siltä väliltä. Jos asiakas on tyytyväinen voidaan olettaa, että hän käyttää palveluita uudestaan, jos asiakas taas on tyytymätön voidaan häntä pitää ns. "menetetynä asiakkaana". (Kotler 1999, 172-175.)

4.3 Asiakassuhteen syntyminen

Termi asiakassuhde tarkoittaa sitä, kun asiakas on sitoutunut käyttämään tietyn organisaation palveluita ja organisaatio tukee tätä suhdetta. Asiakassuhteen kehittymistä voidaan kuvata 5 eri vaiheessa:

1. Tietoisuus. Asiakas huomaa organisaation tarjoavan hänelle tarpeellisia palveluita. Esimerkiksi kodin lähetyville perustettu uusi liike herättää kuluttajassa mielenkiinnon.
2. Tutustuminen. Asiakas käyttää organisaation palveluita ensimmäisen kerran, jolloin hänelle myöskin muodostuu kuva olisiko tämän organisaation pysyvämpänä asiakkaan hyvä olla.
3. Suhteen syveneminen. Suhde syvenee kun asiakas rupeaa käyttämään toistuvasti kyseisen organisaation palveluita ja hänelle selviää mitä hyötyä hän saa organisaation asiakkaana olemisesta.
4. Sitoutuminen. Sitoutumisvaiheessa asiakas käyttää pidemmän aikaan organisaation palveluita. Tämä voi tapahtua joko tietoisesti tai tiedostamatta. Tämä voi myöskin ilmetä asiakkaan ja organisaation välisenä sopimuksena esim. pankkilaina, kuntosalikortti, suoratoistosopimus yms.
5. Suhteen päättymisen. Asiakassuhde voi päättyä, jos asiakas haluaa jostain syystä vaihtaa organisaatiosta toiseen. On myös mahdollista, että organisaatio sanoo asiakassuhteen irti. Tämä on kuitenkin harvinaisempaa ja yleensä palveluorganisaatiot pyrkivät pitämään asiakassuhteet yllä.

Hyvä asiakassuhde on sellainen, että kummatkin osapuolet saavat hyötyä suhteesta ja jonka jatkuvuuden kummatkin osapuolet haluavat varmistaa. (Ylikoski 1999, 180.)

4.4 Asiakkuuksien segmentointi

Palvelun laatua voidaan parantaa asiakkaiden tarpeiden kartoittamisella. Tähän käytetään yleensä apuna segmentointia. Segmentoinnilla tarkoitetaan asiakkaiden jakamista ryhmiin, jotta jokaista asiakasryhmää osattaisiin palvella ottamalla huomioon juuri heidän tarpeensa. Segmentointiperusteita voivat olla esim. ikä, sukupuoli, asuinpaikka jne. Näin palvelut voidaan suunnitella jokaiselle asiakasryhmälle sopivaksi. Segmentoinnin idea siis on, että kaikki asiakkaat ovat erilaisia ja jokaista asiakasta pitää palvella hieman eri tavalla kuin toista. Kun segmenttiin kuuluvat asiakkaat ovat tarpeiltaan riittävän samanlaisia voidaan palvelut suunnitella ja tarjota kullekin segmentille räätälöitynä. (Lahtinen, Isoviita ja Hytönen 1994 & Ylikoski 1999, 46-47.)

Taulukko 2: Asiakkuuksien segmentointi (Mäntyneva 2001, 25)

Näkökulma	Ongelma	Informaation tarve
Tunnistaminen	Keitä he ovat?	Demografinen ja ostopreferensseihin liittyvä informaatio
Aktiviteetit	Mitä he tekevät?	Mitä he ovat ostaneet? Mihin he tuotetta tarvitsevat? Miten he tuotetta käyttävät?
Sijainti	Missä he ovat?	Maantieteellinen tai virtuaalinen sijainti
Markkinointi viestinnän kohdentaminen	Miten heihin saa yhteyden?	Miten asiakkaihin on otettu yhteyttä? Mikä on vaikuttanut?
Asiakkuuden arvo	Minkä arvoisia he ovat?	Asiakkuuden potentiaalinen ja tämänhetkinen arvo

Yllä olevan taulukon kriteereiden avulla pystytään määrittämään kuuluuko kyseinen taho segmenttiin vai ei. Näin asiakkaille voidaan tuottaa kohdistetumpaa palvelua ja markkinointiviestintää.

Taloudellinen segmentointi

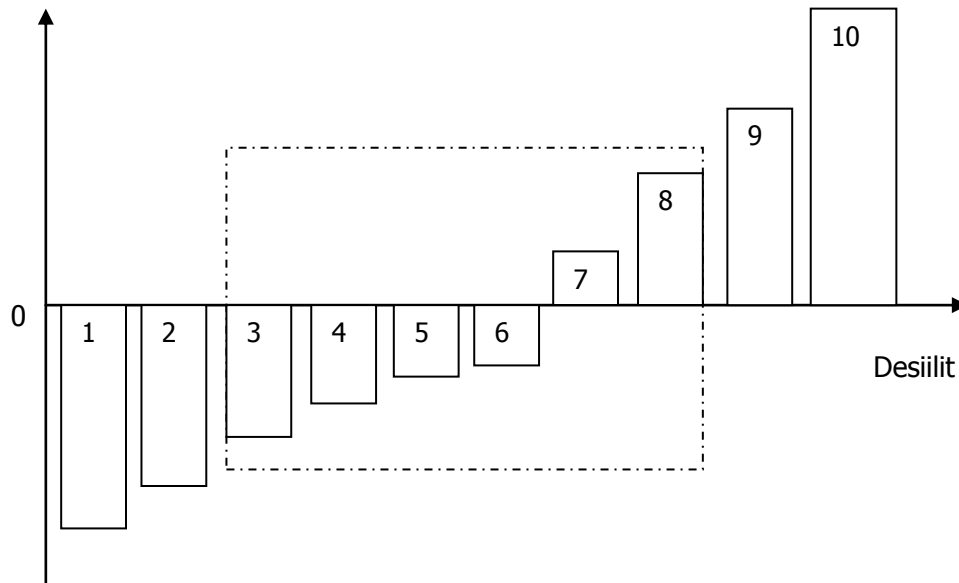
Usein yrityksen vaatimattomasti ja kohtuullisesti tuottavia asiakkaita on kaikista eniten ja vähiten taas erittäin tuottavia sekä tappiollisia asiakkaita. Eli vain pieni osa asiakkuuksista tuo suurimman osan voitoista. Yleensä tätä kuvataan 80/20 – periaatteella eli 80 % yrityksen voitoista tulee 20 % asiakkaista. Siksi olisikin tärkeää tunnistaa kaikista tappiollisimmat sekä kannattavimmat asiakkaat. (Mäntyneva 2001, 40.)

Taloudellinen segmentointi on yksi yleisistä segmentointitavoista. Taloudellisella segmentoinnilla pyritään löytämään vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

1. Onko kannattamattomia asiakkaita mahdollista hoitaa vaikkapa markkinointikanavaa muuttamalla?
2. Mitä kannattaisi tehdä asiakkaille, jotka ovat kannattavuusrajalalla?
3. Ketkä asiakkaat tuottavat yritykselle eniten ja ketkä kaikkein vähiten?
4. Miten kannattavuutta voidaan parantaa?
5. Miten saadaan lisää asiakkaita ryhmään "kaikista kannattavimmat asiakkaat"?

Tähän voidaan käyttää esimerkkinä desiilitarkastelua, jossa kaikki asiakkuudet jaetaan kymmeneen eri alaryhmään eli "desiiliin". Tämä tapahtuu siten, että lasketaan kaikki asiakkuudet yhteen ja jaetaan ne sitten kymmenellä. Tästä muodostuvat ryhmät sitten jaotellaan kannattavuuden mukaan eri desiileihin. (Mäntyneva 2001, 40)

Asiakkuuksien kannattavuus



Kuvio 3: Asiakkuuksien kannattavuustarkastelu desiileittäin (Mäntyneva 2001, 41)

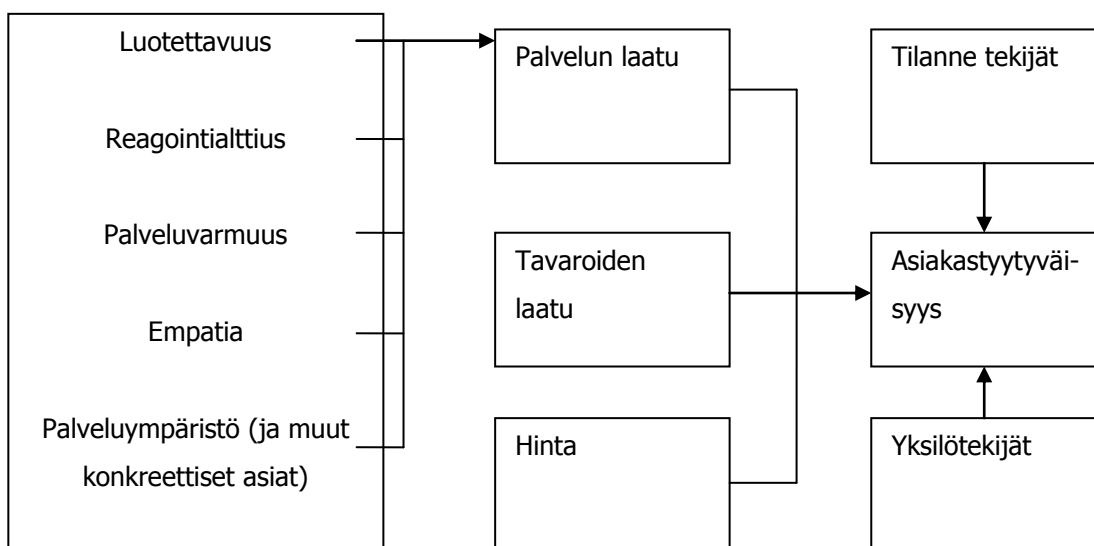
Yrityksen tuotteisiin ja palveluihin kohdistuvia tarpeita ja odotuksia voidaan siis määrittää paremmin asiakkuuksien eri segmentointimethodella, jotka antavat organisaatiolle mahdollisuuden muokata tuote- ja palveluvalikoimaa siten, että asiakkaiden odotukset sekä tarpeet voidaan täyttää paremmin. (Mäntyneva 2001, 26-27.)

Aina segmentointi ei kuitenkaan ole tarpeellista tai edes mahdollista. Esimerkiksi isännöintipalveluita tuottaessa isännöimien taloyhtiöiden kaikki asukkaat ovat isännöitsijän asiakkaita. Ketään ei voida sulkea pois tai keskittyä vain tiettyyn ryhmään. Isännöitsijän tehtävänä kun on tyydyttää jokaisen asukkaan ja osakkaan tarpeet. Isännöitsijöillä on suuri asiakaskunta ja niinpä rajalliset resurssit voivat estää sen, että mihinkään asiakasryhmään ei voida panostaa erityisesti vaan kaikkia asiakkaita pyritään palvelemaan yhtenäisesti. Isännöintiyrityksen asiakkaat eivät myöskään voi niin helposti vaihtaa palveluidentarjoajaa kilpailevaan yritykseen ellei asukas muuta sitten pois taloyhtiöstä tai hallitus vaihda isännöitsijäyrittäjästä.

5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Palveluorganisaatio pyrkii tavoitteisiinsa pitämällä asiakkaat tyytyväisinä. Jotta tähän päästäisiin pitää yrityksen olla selvillä siitä, mikä tekee asiakkaat tyytyväisiksi ja mikä taas tyytymättömiksi. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat 5 päätekijää ovat: palvelun laatu ja mahdollisesti palveluun liittyvien tavaroiden laatu, palvelun hinta, tilannetekijät ja yksilötekijät. Tilannetekijöihin tai yksilötekijöihin ei itse palveluita tarjoava yritys pysty vaikuttamaan. Tilannetekijöitä on esimerkiksi asiakkaan kiire ja yksilötekijöitä taas asiakkaan yksilölliset ominaisuudet eli mitä asioita kukin pitää suotavana tai tarpeellisena palvelussa. Palvelun hintaan ja laatuun yritys taas pystyy vaikuttamaan. Yleensä nämä kaksi asiaa kulkevatkin käsi kädessä: asiakas ei halua vain mahdollisimman edullista hintaa vaan hän haluaa, että palvelu vastaa hänen vaatimuksiaan. Tätä kutsutaan hinnan ja laadun suhteeksi. (Ylikoski 1999, 151-154.)

Tyytyväisyyden kokemus minkä asiakas palvelun käytöstä saa liittyy siihen minkälaisen ”hyötykimppun” hän palvelun ostoprosessista saa. Tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä aiheuttavia tekijöitä on lukuisia siksi ensiksi on tärkeää selvittää mitkä organisaation asiat ovat kaikkein tärkeimpiä muodostamaan asiakkaalle tyytyväisyyttä. Näitä tekijöitä kutsutaan nimellä ”kriittiset tekijät”, jos palvelun kriittisissä tekijöissä epäonnistutaan tuottaa se asiakkaalle tyytymättömyyttä. Esimerkiksi isännöinnissä kriittisinä tekijöinä voitaisiin pitää tavoitettavuutta, luotettavuutta, laatua ja henkilökunnan ystävällisyyttä. Näillä tekijöillä on olennainen vaikutus asiakkaan kokonaistyytyväisyyskuvan muodostumiseen. (Ylikoski 1999, 151 & 158.)



Kuvio 4: Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät, lähde Zeithaml & Bitner (1996), 123 (Ylikoski 1999, 152.)

5.1 Asiakkaiden odotukset

Jokaisella asiakkaalla on omat odotuksensa siitä millaista palvelua hän tulee samaan. Odotukset koskevat palvelun lopputulosta, palveluprosessin laatua, hintaa ja palveluympäristöä. Asiakkaan odotus voi olla luonteeltaan joko ennakoiva tai normatiivinen. Ennakoivat odotukset tarkoittavat millaista palvelu tulee olemaan kun sitä käytetään ensimmäisen kerran. Ensimmäisen käyttökerran jälkeen palvelun odotetaan jatkossakin olevan tasoltaan samanlaatuista eli odotuksen luonne muuttuu normatiiviseksi. Odotuksilla on suuri merkitys laadun kokemisessa, koska asiakkaan laatuksikuva muodostuu juuri odotusten ja kokemusten vertailulla. (Ylikoski 1999, 119-122.)

Palvelu on hyvää silloin, kun asiakkaan odotuksiin vastataan tai ne ylitetään. Odotusten ylittäminen ei kuitenkaan aina ole hyvä asia. Joskus asiakas saattaa kokea laadun olevan liian hyvää eli hän voi kokea, että hän joutuu itse maksamaan turhan korkeasta laadusta. Mitä tärkeämpi palveluun liittyvä asia on asiakkaalle sitä korkeampi hänen odotuksensa taso on. Varsinkin isännöintipalveluissa asiakkaiden odotukset voivat olla keskivertoa korkeammalla, koska palvelut liittyvät yleensä heidän kotiinsa tai muuten asumiseen, joka on jokaiselle ihmisille tärkeä asia. (Ylikoski 1999, 119-122)

Asiakkaan odotuksiin vaikuttaa asiakkaan tarpeet, palvelun hinta, asiakkaan aikaisemmat kokemukset, asiakkaan kokemukset muista samoja palveluita tuottavista organisaatioista, mainonnassa annettut lupaukset, muiden ihmisten suositukset/moitteet, asiakkaan oma panostus palveluun sekä tilan- netekijät. (Ylikoski 1999, 123-125.)

5.2 Asiakastyytyväisyystutkimus

”95% tyytymättömistä asiakkaista ei tee valituksia, koska he eivät tiedä miten tai kenelle voisi valittaa tai he uskovat, että valittamisesta ei ole mitään apua” (Philip Kotler, 1999)

Kaikilla yrityksillä on oma käsityksensä siitä millainen imago heille on rakentunut asiakkaiden keskuudessa. Johdolla omansa ja asiakkaiden kanssa tekemisissä olevilla omansa. Asiakastyytyväisyystutkimuksella on neljä päätavoitetta:

1. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavien keskeisten tekijöiden selvittäminen
2. Tämänhetkisen asiakastyytyväisyyden tason mittaaminen.
3. Toimenpide-ehdotusten tuottaminen
4. Asiakastyytyväisyyden kehittymisen seuranta

Tutkimuksella siis pyritään saamaan selville mihin yrityksen toiminnassa ollaan tällä hetkellä tyytyväisiä ja mihin tyytymättömiä. Tulosten avulla voidaan sitten laatia toimintasuunnitelma asiakastyytyväisyyden kehittämiseksi. Asiakastyytyväisyyttä pitäisi seurata säännöllisin väliajoin, jotta voidaan

nähdä, että asiakastyytyväisyys on varmasti lähtenyt kehittymään oikeaan suuntaan ja onko kehittämistoimenpiteistä ollut hyötyä. (Ylikoski 1999, 156.)

Asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmä koostuu asiakastyytyväisyystutkimuksista sekä suoran palautteen järjestelmästä. Yritykseen tuleva suora palaute saadaan asiakaspalvelutilanteessa välittömästi. Suoraa palautetta on helppo saada, jos sitä vain haluaa. Asiakastyytyväisyystutkimukset tukevat suoraa palautetta sekä toisinpäin. Näitä kumpiakkin tietoja yhdistelemällä saadaan monipuolinen kokonaiskuva asiakastyytyväisyydestä. Asiakastyytyväisyystutkimusten avulla pystytään parhaimmillaan parantamaan organisaation asiakkaiden tyytyväisyyttä, löytämään parannuskohteita sekä seuraamaan mitenkä kehityskohteille tehdyt toimenpiteet vaikuttavat kokonaistyytyväisyyteen. Asiakastyytyväisyyden tutkiminen edellyttää aina jatkuvaa tutkimusta, jotta tutkimustuloksia voidaan pitää luotettavina ja kehityskohteiden kehittymistä voidaan seurata. (Ylikoski 1999, 155-156.)

Asiakastyytyväisyyden tutkiminen alkaa tyytyväisyystekijöiden selvittämisellä, joita voidaan tehdä kvantitatiivisilla tutkimuksella. Seuraavaksi laaditaan kyselylomake, johon pyritään sisällyttämään kaikki ne tekijät joiden tyytyväisyys halutaan selvittää. Kyselylomakkeen laadintaan kannattaa ottaa mukaan niin henkilöstön näkökulma kuin myös asiakkaan. Seuraavaksi kun tulokset on saatu voidaan aloittaa tulosten analysointi sekä niiden esittely henkilöstölle. Tämän jälkeen laaditaan toimenpidesuunnitelma niiden alueiden parantamiselle, jotka tulivat esille asiakastyytyväisyyskyselyssä. Henkilöstön pitää sitoutua noudattamaan laadittuja toimenpiteitä. Lopuksi voidaan alkaa toteuttamaan toimenpiteitä käytännössä ja kun aikaa on kulunut tarpeeksi voidaan kysely laatia uudelleen ja katsoa, ovatko toimenpiteet tuottaneet tulosta. Jatkuva seuranta on siis oleellista asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmässä. (Rope & Pöllänen 1998, 58-59 & Ks Dutka 1994, 14-15 (Ylikoski 1999, 157.))

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää Varkauden OP-Isännöintikeskuksen Oy:n asiakkaiden tyytyväisyyttä. Tutkimuksen kysymykset liittyivät isännöintipalveluiden sekä taloyhtiöiden huoltoon ja siivouksen arviointiin. Tutkimuksella pyrittiin saamaan selville, mihin tekijöihin asiakkaat ovat tyytyväisiä tai tyytymättömiä isännöinnissä, tuntevatko ihmiset taloyhtiönsä olennaisia asioita, toimiiko yhteistyö hallituksen ja asukkaiden välillä, kuinka huolto taloissa pelaa ja huolehditaanko talojen yhteisten tilojen siisteydestä riittävästi.

6.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmät jaetaan kahteen ryhmään: kvantitatiiviseen eli määrälliseen tutkimukseen sekä kvalitatiiviseen eli laadulliseen tutkimukseen. Kvantitatiivinen tutkimuksessa tulokset kuvataan ja tulkitaan numeroiden, tilastojen ja erilaisten kuvaajien avulla. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineiston keräämisessä käytetään standardoituja lomakkeita, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. Kvantitatiivinen tutkimus vaatii riittävän suurta vastaajamäärää eli otosta, jotta tutkimuksen tuloksia voidaan tulkita luotettavasti. Kvantitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin: mitä?, kuka?, missä?, paljonko? (Rope 2000, 423-424 ja Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 130.)

Kvalitatiivisen tutkimuksen otos taas on yleensä numeerisesti suppeampi ja harkitummin koottu. Kvalitatiivinen tutkimus auttaa ymmärtämään tutkimuskohdetta, sen käyttäytymistä ja päätösten syitä. Kvalitatiivista tutkimusta käytetään vastaamaan kysymyksiin: miksi? ja miten? Tässä tutkimuksessa tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Tutkimus-strategiana oli survey-tutkimus, jossa tietoa kerätään standardoidussa muodossa joukolta ihmisiä. (Rope 2000, 423-424 ja Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 130.)

Tutkimuksen vastaajaryhmäksi valittiin satunnaisia OP-Isännöintikeskuksen isännöimiä kerros- ja rivitaloja ympäri Varkautta. Lähes kaikki vastaukset tulivat kerrostaloista - tosin rivitaloja oli otannassa huomattavasti vähemmän kuin kerrostaloja. Rivitalojen vastausten vähyyttä voi selittää myös se, että asumismuoto niissä on enemmän omakotitalo mallinen: siinä ei ole varsinaisia yhteisiä tiloja eikä muiden asukkaiden kanssa olla niin tiiviisti tekemisissä kuin kerrostalossa. Vastausaikaa kyselyllä oli noin 3 viikkoa. Kyselylomakkeista noin puolet palautui ensimmäisen parin päivän aikana ja loput määräpäivään mennessä.

6.2 Aineiston keruu

Tutkimus toteutettiin kirjekyselynä, jossa tutkittaville jaettiin kyselylomake kirjekuoressa postiluukusta. Kustannustehokkuutta mielessä pitäen tutkimuksen jakoon eikä palautukseen käytetty postia vaan kyselylomakkeet jaettiin käsin. Palautusmahdollisuutena oli palauttaa kyselylomake taloyhtiön isännöitsijän postilaatikkoon, jos vain sellainen talosta löytyi tai vaihtoehtoisesti suoraan isännöintitoimistolle. Kaikissa taloissa ei ollut isännöitsijän postilaatikkoa, joka saattoi hieman pienentää vastausmäärää. Suurin osa kyselyyn osallistuneista kuuluu vanhempaan ikä-luokkaan ja lomakkeen toimit-

taminen itse isännöintitoimistoille saattaisi joissakin tapauksissa olla vaikeata ellei mahdotonta. Tämän takia arvioitiin, että kyselylomakkeita täytyy jakaa kohtalaisen suuri määrä, jotta vastauksia saataisiin takaisin.

Kyselylomakkeita jaettiin yhteensä n. 900 kappaletta, joista palautui 173. Vastausprosentiksi tuli 19,2 %. Kirjekysely oli hyvä valinta, koska vastausten tiedot olivat luottamuksellisia eli puhelin tai henkilökohtaisen haastattelun ”vinouttava” vaikutus haluttiin saada pois. Kirjekyselyn huonoja puolia on tietysti vastausten suuri kato, jonka takia kyselylomakkeita jouduttiin laittamaan runsaasti jakoon.

6.3 Kyselylomake

Kyselylomake pyrittiin laatimaan niin, että se olisi lyhyt, selkeä ja helposti täytettävä mutta silti riittävän kattava, jotta tuloksista sitten saataisiin jotain irti. Kyselylomaketta tehdessä apua sai selailemalla läpi muiden organisaatioiden tuottamia asiakastyytyväisyystutkimuksia.

Kyselylomake saatiin mahtumaan yhdelle puoliksi taitetulle A4 -paperille. Ensimmäisellä sivulla oli tutkimuksen esittely, palautus- ja täyttöohjeet sekä yhteystiedot. Tutkimus koostui neljästä osiosta ja yhteensä 14 kysymyksestä. Ensimmäisessä osiossa kysyttiin vastaajien taustatietoja, toisessa pyydettiin arvioimaan isännöintipalveluiden eri osa-alueita, kolmas osio oli kiinteistöhuollon arviointia ja viimeisessä osiossa vastaajat saivat avoimesti antaa palautetta ja kehitysideoita omin sanoin.

Suurin osa lomakkeessa olleista kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä, jossa vastaajia pyydettiin ympyröimään sopiva vaihtoehto. Vastausasteikko monivalintakysymyksissä oli 1 – 5 tai 1 – 3, jossa 1 merkitsi heikkoa ja 5 erinomaista ja asteikoilla 1 – 3, 1 merkitsi heikkoa ja 3 hyvää. Vaihtoehto ”En osaa sanoa / Ei kokemusta” oli vain sellaisissa kohdissa, jossa pystyttiin oletamaan, että käyttäjällä ei välttämättä ole kokemusta asiasta. Avoimia kysymyksiä oli lopussa kolme, joihin tuli hyvin palautetta.

Kyselyn yhteydessä ei järjestetty arvontaa houkuttelemaan asukkaita vastaamaan kyselyyn, koska vastaajien pysyminen anonymina oli tärkeää. Henkilötietojen laittaminen kyselyyn olisi tässä tapauksessa todennäköisesti heikentänyt vastausten rehellisyysperää.

6.4 Aineiston käsittely

Asiakastyytyväisyystutkimuksen tulokset analysoitiin käyttäen SPSS Statisticsia, Microsoft Wordia sekä Microsoft Exceliä. SPSS-ohjelman käyttöliittymä olikin päässyt jo hyvin unohtumaan, mutta internetistä löytyvien hyvien ohjeiden ansiosta ei mennyt kauaakaan ennen kuin käyttö sujui jo kuin vanhalta tekijältä. SPSS –ohjelmaan syötetään tutkimuksen numeerinen data, jonka ohjelma analysoi ja niistä voidaan sitten luoda erinäköisiä graafisia kuvaajia, frekvenssitaulukkoita, ristiintaulukointeja, keskiarvoja yms. Lopulliset kuvaajat laadittiin kuitenkin Microsoft Excelillä SPSS –ohjelman antamien tietojen pohjalta, koska Excelillä sai tehtyä tarkempia kuvaajia kuin mitä SPSS –ohjelman antamat

kuvaajat olivat. Avoimet kysymykset on purettu käyttämällä Microsoft Wordia, jota käytettiin myös raportin tekoon.

6.5 Reliabiliteetti ja validius

Tutkimuksen luotettavuuden arviointikriteereinä käytetään yleensä määreitä reliabiliteetti ja validius. Reliabiliteetista puhutaan usein kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten toistettavuutta ja luotettavuutta eli tutkimuksen kykyyn antaa ns. "ei-sattumanvaraisia" tuloksia. Tutkimuksen reliabelius voidaan määrittää monella eri tapaa, mutta lyhyesti se tarkoittaa sitä, että jos tutkimus toteutettaisiin uudelleen ja tulokset olisivat yhteneväisiä olisi se reliabeli. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara, 2007, 226-227.)

Tutkimuksen validiuksella tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä eli onko tutkimuksessa mitattu juuri sitä mitä sen avulla alun perin oli tarkoitus mitata. Esimerkiksi ymmärtävätkö vastaajat kysymyslomakkeissa olevat kysymykset niin kuin tutkija oli alun perin halunnut? Jos alkuperäisestä tarkoituksesta poiketaan suuresti, silloin tutkimuksen validiteetti kärsii tai puuttuu kokonaan, joka voi tehdä koko tutkimuksesta arvottoman. (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara, 2007, 226-227.)

Tässä tutkimuksessa kysymykset oli ymmärretty pääsääntöisesti hyvin. Kysymykset pyrittiin tekemään lyhyiksi ja helposti ymmärrettäviksi. Kaikkiin kysymyksiin ei silti ihan kaikissa lomakkeissa oltu vastattu. Tämä hieman heikentää tutkimuksen reliabiliteettia, koska vastaajamäärä ei ole ihan sama kaikissa kysymyksissä. Tutkimuksella saatiin selville mm. mihin isännöintikeskuksen palveluihin oltiin tyytyväisiä, asukkaiden tuntemusta taloyhtiön asioihin sekä mihin seikkoihin kiinteistöhuollon pitää kiinnittää enemmän huomiota.

7 TUTKIMUSTULOKSET

Kyselylomakkeita jaettiin yhteensä noin 900 kappaletta, joista palautui 173. Yhtäkään kyselylomaketta ei tarvinnut hylätä liian puutteellisten tietojen vuoksi. Kaikkiin kysymyksiin ei kuitenkaan jokaisessa lomakkeessa vastattu. Vastausprosentti oli 19,2 %. Kuvioiden alapuolella oleva "n" kertoo vastaajamäärän kyseiseen kysymykseen. Tutkimusongelmana oli kuinka tyytyväisiä Varkauden OP-Isännöintikeskuksen asiakkaat ovat isännöintipalveluihin ja kiinteistöhuoltoon.

7.1 Vastaajien taustatiedot

Osiossa yksi kysyttiin vastaajien taustatietoja. Taustatietoina tutkimuksessa selvitettiin vastaajien sukupuolta, ikää, asuinrakennuksen tyyppiä, asumismuotoa, taloyhtiön kokoa ja asumisaikaa. Vastaajien sukupuoli oli melko naispainotteinen: vastanneista naisia oli 108 (63,9 %) ja miehiä 61 (36 %). Miehistä 31 (50,8 %) oli yli 65-vuotiaita ja naisista 67 (62 %) oli yli 65-vuotiaita.

Ikä oli kysymykseltään avoin, joten iät luokiteltiin vasta jälkeenpäin 6 ryhmään. Vastaajista 98 (58 %) oli yli 65-vuotiaita. 56-65-vuotiaita oli 40 (23,7 %), 46-55-vuotiaita 15 (8,9 %), loput 16 (9,5 %) vastaajista oli alle 45-vuotiaita. Vastaajista 4 jätti ilmoittamatta ikänsä ja 1 sukupuolensa.

Taulukko 3. Sukupuolijakauma iän mukaan

	Sukupuoli		Yhteensä
	Nainen	Mies	
18 - 25 vuotta	3	1	4
26 - 35 vuotta	5	2	7
36 - 45 vuotta	3	2	5
46 - 55 vuotta	10	5	15
56 - 65 vuotta	20	20	40
yli 65 vuotta	67	31	98
Yhteensä	108	61	169

Taulukko 4. Taloyhtiön koko ja rakennuksen tyyppi

		Rakennuksen tyyppi			Yhteensä
		Kerrostalo	Rivitalo	Muu	
Taloyhtiön koko	Alle 20 huoneistoa	19	1	0	20
	20 - 60 huoneistoa	137	3	2	142
	Yli 60 huoneistoa	2	0	0	2
	En osaa sanoa	8	0	0	8
Yhteensä		166	4	2	172

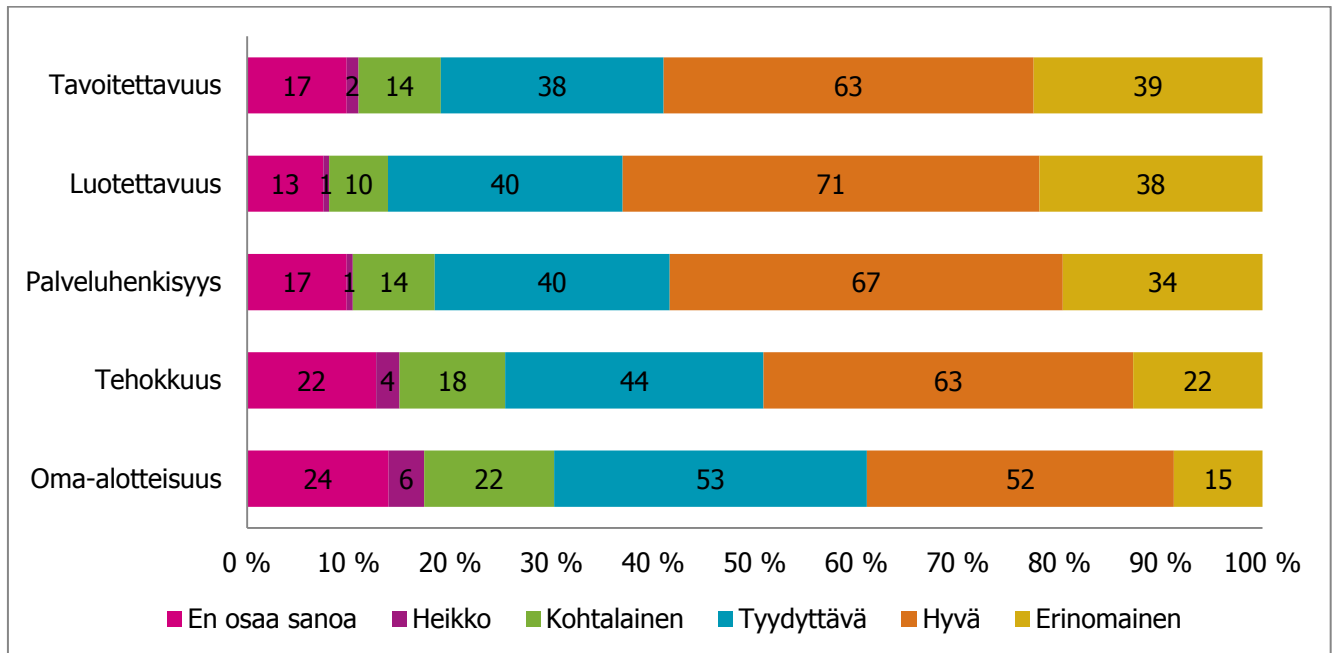
Taulukko 5. Vastaajien asumisaika ja asumismuoto taloyhtiössä

		Asumismuoto		Yhteensä
		Vuokralainen	Asunnon omistaja	
Kuinka kauan olet asunut talossa	Alle vuoden	2	2	4
	1-5 vuotta	17	27	44
	5-10 vuotta	3	34	37
	yli 10 vuotta	6	78	84
Yhteensä		28	141	169

Lähes kaikki vastaukset tulivat kerrostaloista (96,5 %) ja suurin osa kerrostaloista oli 20-60 huoneiston kokoisia (82,6 %), joka johtunee siitä, että rivitaloja oli otannassa melko vähän eikä niissä ollut isännöitsijälle omaa postilaatikkoa. Valta osa kyselyyn osallistuneista (83 %) oli asunnon omistajia ja loput (17 %) vuokralaisia. Suurin osa vastanneista oli asunut talossa yli 10 vuotta. Yllä olevista taulukosta näkyy vuokralaisten ja asunnon omistajien suhde asumisaikaan sekä minkälaisista ja kokoisista rakennuksista vastaajat tulevat.

7.2 Isännöintipalvelut

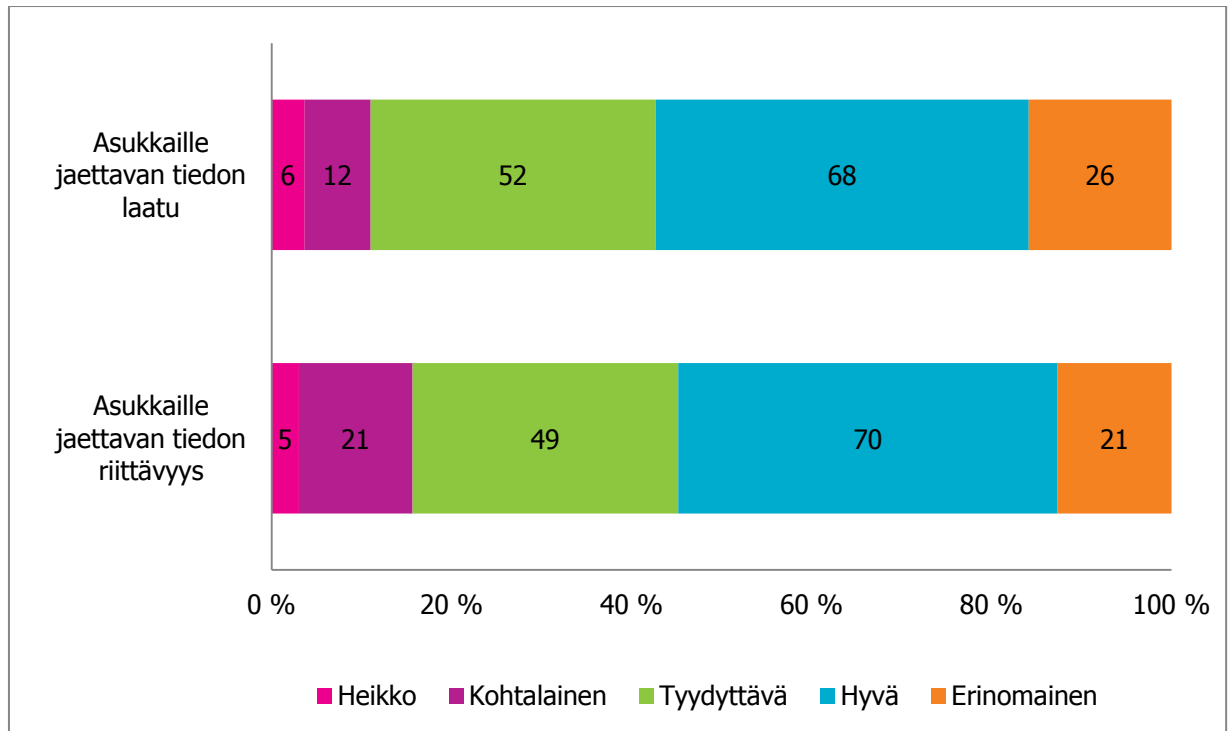
Taustatietojen selvittelyn jälkeen vastaajia pyydettiin arvioimaan isännöintipalveluiden luotettavuutta, palveluhenkisyttä, oma-aloitteisuutta, tehokkuutta ja tavoitettavuutta. Vastausasteikko tässä kysymyksessä oli välillä heikko – erinomainen. Mikäli vastaajalla ei ollut kokemusta kaikista osa-alueista pystyi hän valitsemaan ”En osaa sanoa” -vaihtoehtoon. Isännöintipalvelut arvioitiin jokaisessa kyselylomakkeessa.



Kuvio 5. Isännöintipalveluiden eri tekijöiden arviointi henkilömäärinä tarkasteltuna (n=173)

Vastaajista suurin osa oli sitä mieltä, että tavoitettavuus, luotettavuus ja palveluhenkisyys on joko hyvä tai erinomainen. Parhaat arvosanat sai tavoitettavuus ja luotettavuus, joista tavoitettavuus sai 39 (22,5 %) erinomaista ja 63 (36,4 %) hyvää vastausta. Luotettavuus sai 38 (22 %) erinomaista ja 71 (41 %) hyvää vastausta. Kuten kuviosta näkyy lähes kaikki tekijät arvioitiin hyväksi, kuitenkin tehokkuus ja oma-aloitteisuus erottuu hieman joukosta. Nämä saivat joukosta eniten ”en osaa sanoa”, heikkoja ja tyydyttäviä arvosanoja.

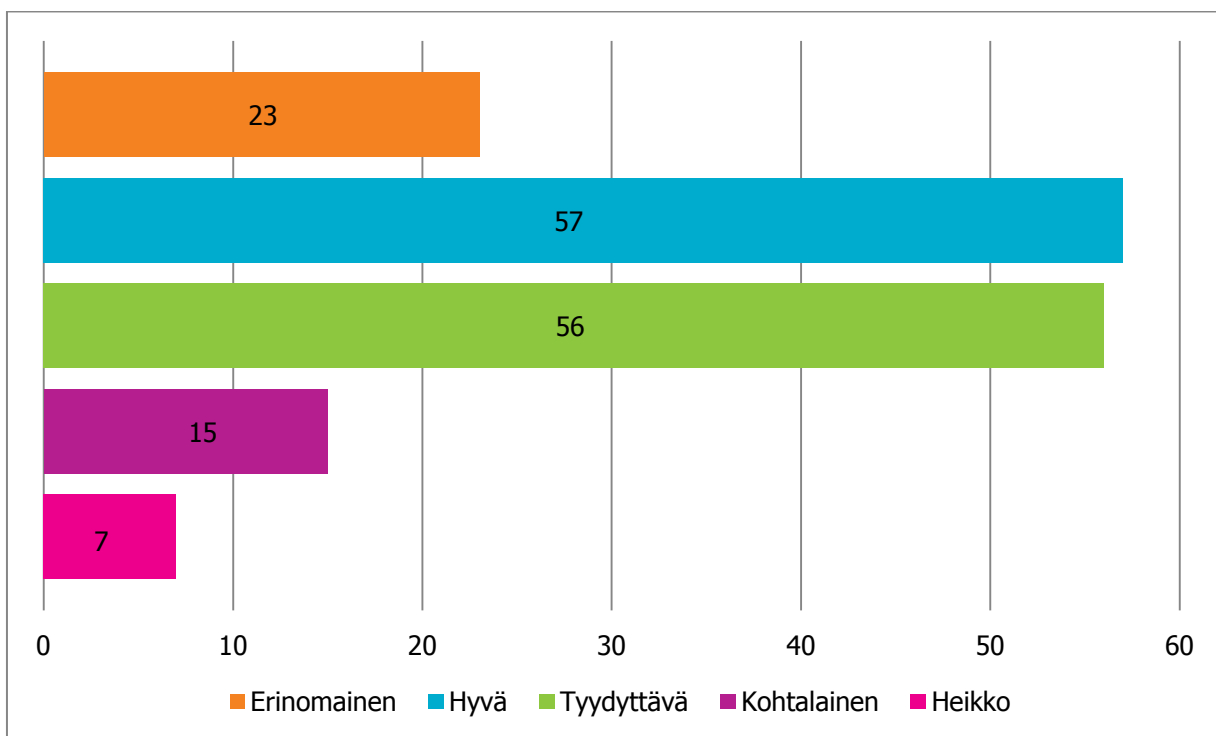
Seuraavassa kysymyksessä kysyttiin taloyhtiöiden tiedottamiseen ja tiedonkulkuun liittyvien asioiden hoitamista. Vastausasteikko tässä kysymyksessä oli välillä heikko - erinomainen. Vastaajista 9 oli jättänyt arvioimatta tiedon laadun ja 7 tiedon riittävyyden.



Kuvio 6. Tiedon- laatu ja riittävyys (n=164 & n=166)

Tiedon laatu ja riittävyys arvioitiin pääosin hyväksi. Tiedon laadun arvioi hyväksi 68 (41,5 %) ja tiedon riittävyyden 70 (42,2 %) vaikkakin riittävyys sai osakseen hieman enemmän kohtalaisia (12,7 %) vastauksia ja laatu hieman enemmän erinomaisia (15,9 %)

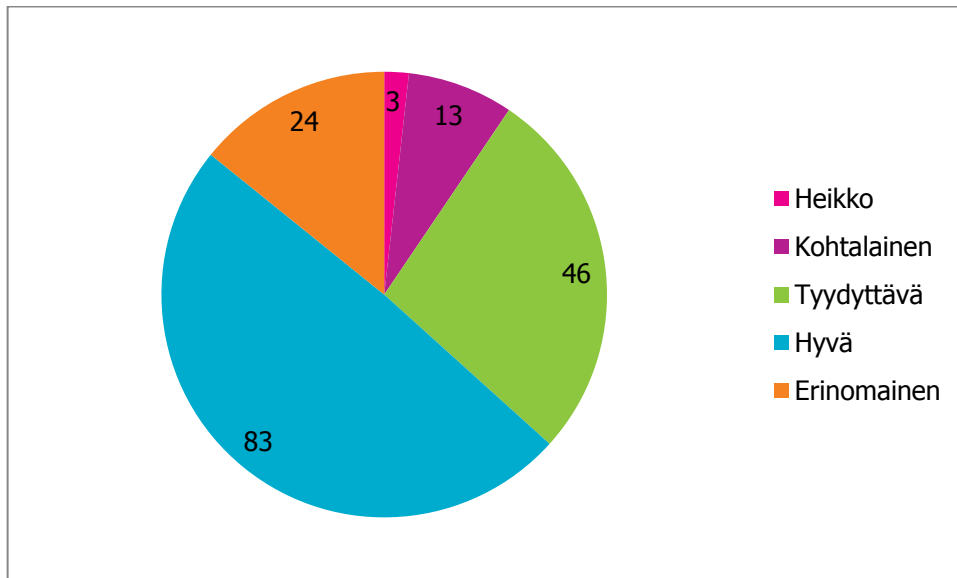
Seuraavaksi vastaajia pyydettiin arvioimaan tiedotuskanavien käyttö ja välineet tiedon jakamisessa. Tähän kysymykseen 15 vastaajaa jätti kokonaan vastaamatta.



Kuvio 7. Tiedotuskanavat / välineet tiedon jakamisessa (n=158)

Tiedotuskanavien ja -välineiden käytössä hyvät ja tyydyttävät vastaukset jakautuivat melkein tasan äänin 57 (36,1 %) ja 56 (35,4 %). Erinomaisia oli 23 (14,6 %) ja kohtalaisia 15 (9,5 %). Avoimet kysymykset -osiossa ehdotettiin, että tiedottamisessa voitaisiin käyttää enemmän sähköpostia kirjeen sijaan.

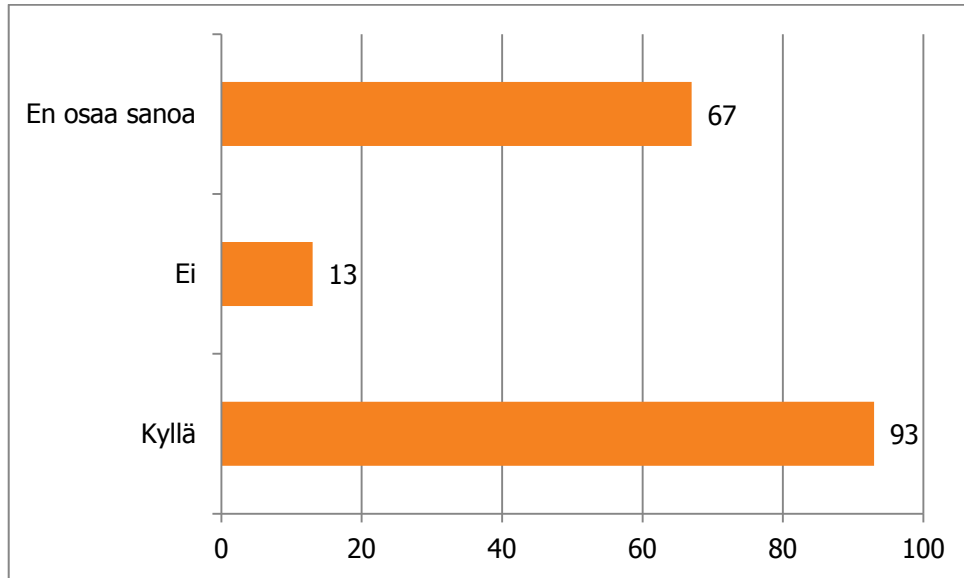
Seuraavaksi vastaajia pyydettiin antamaan arvosana kokonaistyytyväisyydelle isännöintipalveluihin. Vastausasteikko oli tässä kysymyksessä heikko - erinomainen. 4 vastaajaa jätti arvioimatta kokonaistyytyväisyyden.



Kuvio 8. Kokonaistyytyväisyys isännöintipalveluihin (n=169)

Vastaajista 83 (49,1 %) arvioi kokonaistyytyväisyyttä hyväksi ja vain 3 (1,8 %) heikoksi. Erinomaisen tyytyväinen isännöintipalveluihin oli 24 (14,2 %) vastaajaa. Tyydyttävän arvosanan antoi 46 (27,2 %) vastaajaa ja kohtalaisen 13 (7,7 %) Kokonaistyytyväisyys peilasi aiemmin kysytyjä kysymyksiä hyvin, joissa suurin osa vastauksista oli myös arvioitu hyväksi.

Lisäksi vastaajilta kysyttiin suosittelisivatko he käyttämiään isännöintipalveluita muille. Vastausvaihtoehtoina oli kyllä, ei ja en osaa sanoa. Jatkokysymyksenä kyllä-/ei- vaihtoehdon vallinneilta kysyttiin miksi he suosittelisivat tai eivät suosittelisi. Tähän kysymykseen oli vastattu kaikissa kyselylomakkeissa.

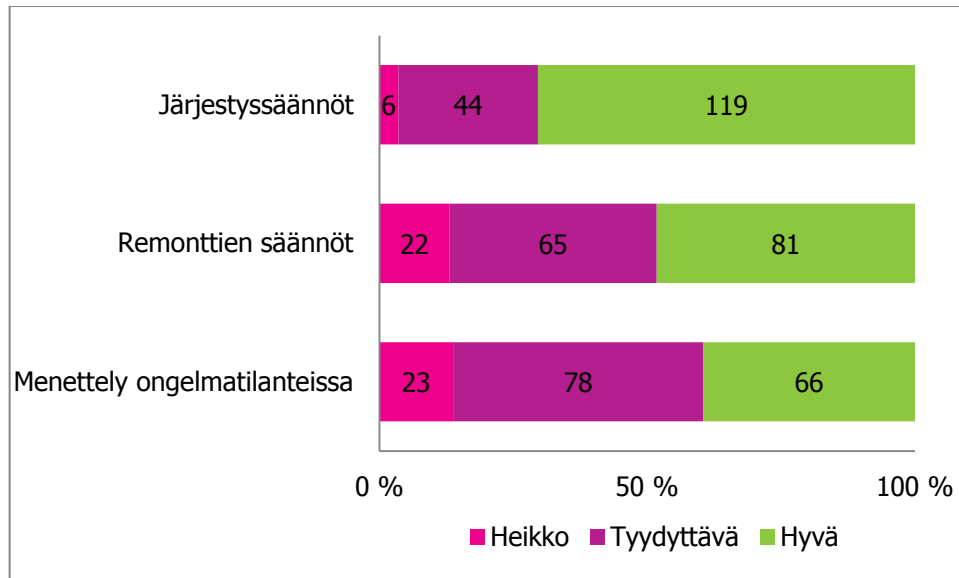


Kuvio 9. Suosittelisitko isännöintiyrityksen palveluita muille? (n=173)

Vastaajista 93 (53,8 %) suosittelisi ja 13 (7,5 %) ei suosittelisi. 67 (38,7 %) ei osannut sanoa mielipidettään. Useimmissa vastauksissa, jossa palveluita suositeltiin tuotiin esille luotettavuus, ammattitaito, asioiden rivakka eteenpäin vieni, asiakaslähtöisyys, tunnettavuus, turvallisuus ja tavoitettavuus. Vastaajat, jotka vastasivat "ei" perustelivat vastauksiaan mm. seuraavasti: "linkki hallitusisännöitsijä-huoltoyhtiö ei toimi", "liian hidas", "avun saa mutta liian myöhässä", "huoltoyhtiön toimia ei valvota millään tapaa", "kehittämisen varaa hinnoittelussa". Avoimien kysymysten kaikki vastaukset löytyvät liitteestä 2-4.

7.3 Tietämys oman taloyhtiön asioista

Vastaajilta kysyttiin heidän omaa tietämystä taloyhtiön järjestyssäännöistä, menettelytavoista ongelmatilanteissa ja itse tehtävien remonttien säännöistä. Tässä kysymyksessä vastausasteikko oli 1 – 3, jossa 1 heikko, 2 tyydyttävä ja 3 hyvä

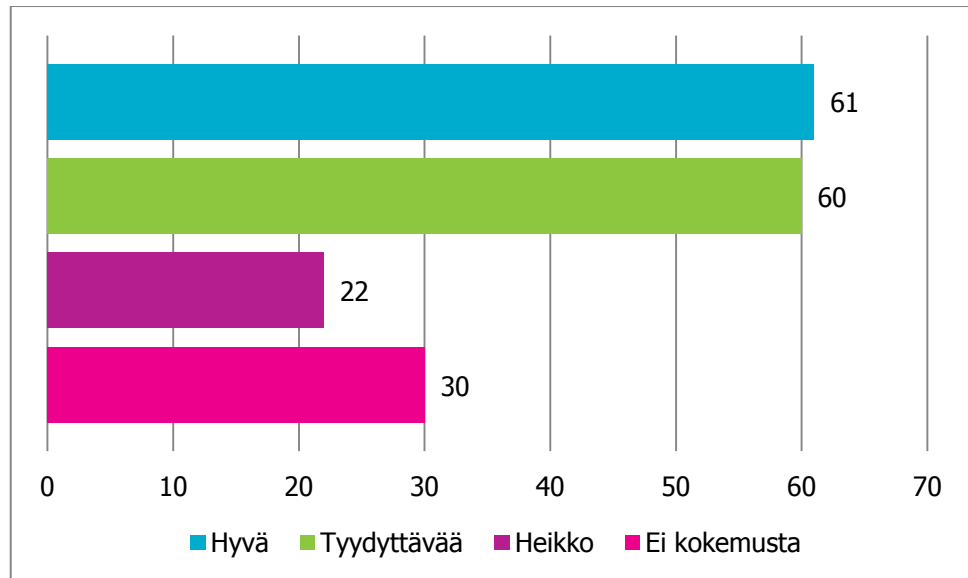


Kuvio 10. Asukkaiden tietämys taloyhtiön asioista (n=167-169)

Vastauksista kävi ilmi, että taloyhtiöiden järjestyssäännöt tunnettiin kaikista parhaiten: 119 (70,4 %) vastaajaa arvioi tuntevansa järjestyssäännöt hyvin. Vastaajista 81 (48,2 %) ilmoitti tietävänsä talossa itse tehtävien remonttien säännöt hyvin, mutta kuitenkin 22 (13,1 %) ilmoitti tietämyksensä olevan heikkoa. Sen sijaan menettelytavat ongelmatilanteissa ei ollut selvillä ihan niin hyvin: 78 (46,7 %) ilmoitti tietämyksensä olevan tyydyttävää ja 23 (13,8 %) heikkoa. Monessa lomakkeessa oli ehdotettu, että taloyhtiön asukkaille varsinkin uusille pitäisi toimittaa tietopaketti taloyhtiön käytännöistä, pelastussuunnitelmasta ja järjestyssäännöistä.

7.4 Yhteistyö hallituksen ja osakkaiden välillä

Seuraavassa kysymyksessä kysyttiin kuinka hyvin yhteistyö taloyhtiöiden hallitusten ja osakkaiden välillä toimii. Tähän kysymykseen oli vastattu kaikissa kyselylomakkeissa.

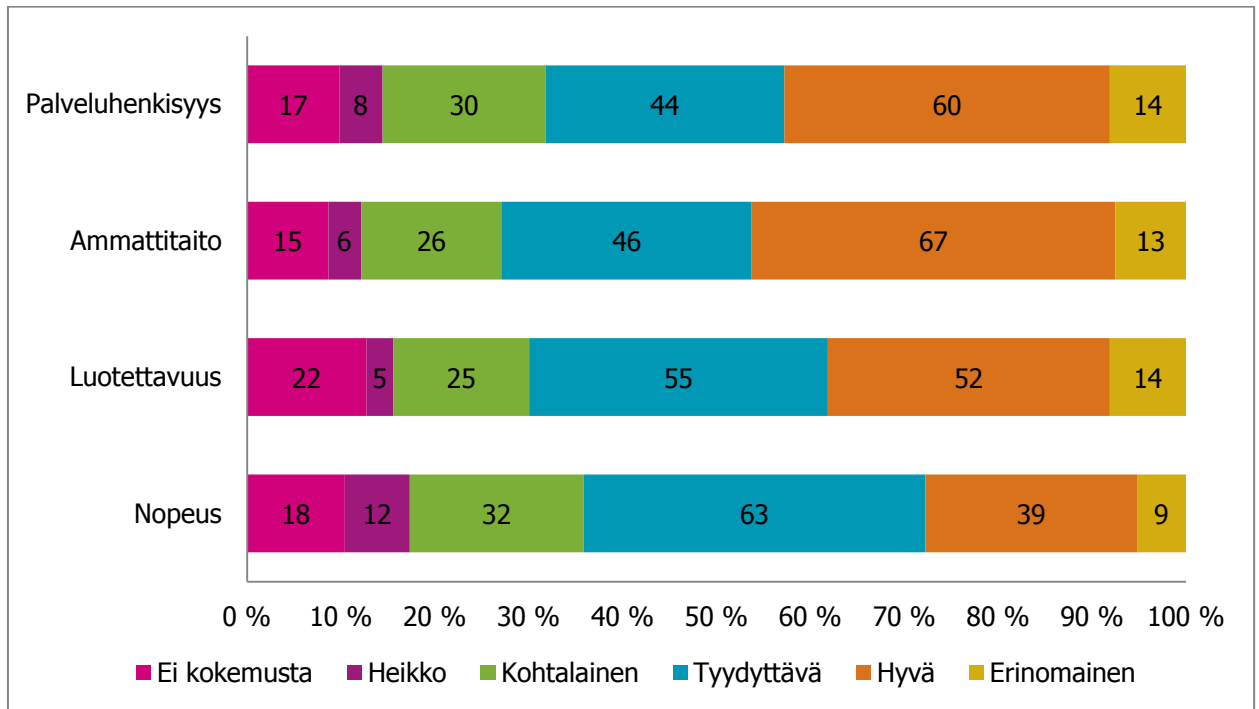


Kuvio 11. Yhteistyö hallituksen ja osakkaiden välillä (n=173)

Yhteistyö oli hyvää 61 (35,3 %) vastaajan mielestä ja 60 (34,7 %) mielestä tyydyttävää. 30:llä (17,3 %) ei ollut kokemusta yhteistyöstä. Avoimissa kysymyksissä mainittiin, että osakkaiden ja hallituksen ja yleensä koko taloyhtiön asukkaiden välejä pitäisi tiivistää jollain tapaa. Vastajat ehdottivat, että hallitus voisi järjestää jonkinlaisia talkoita tai tapahtumia, johon taloyhtiön kaikki asukkaat voisivat osallistua.

7.5 Kiinteistöhuolto

Osiossa 3 kysyttiin vastaajien näkemystä taloyhtiön huollon ja siivouksen toimivuudesta. Huollon osalta pyydettiin arvioimaan luotettavuutta, nopeutta, ammattitaitoa ja palveluhenkisyttä. Kummassakin kysymyksessä vastausasteikko oli välillä heikko - erinomainen, mutta huollon osalta pystyi myös antamaan ”ei kokemusta” vastauksen olettaen, että kaikki vastaajat eivät välttämättä ole olleet tekemisissä huoltoyhtiön kanssa.



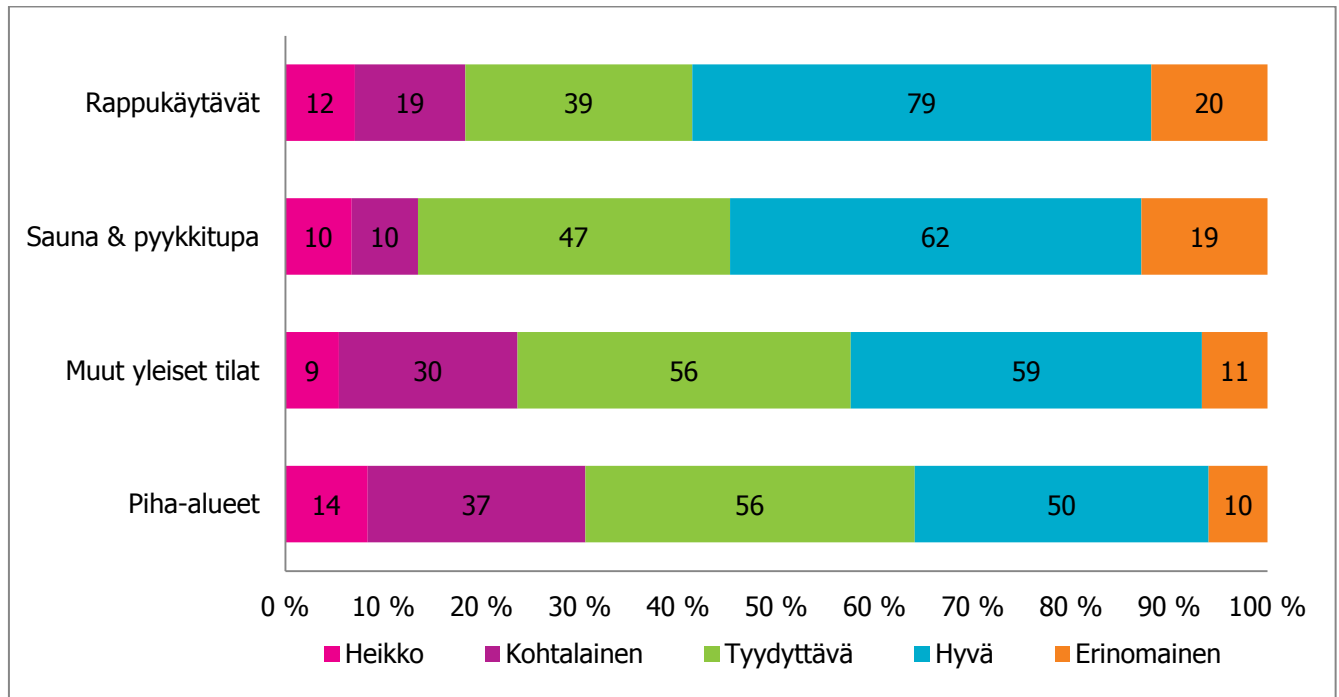
Kuvio 12. Huollon eri tekijöiden arviointi (n=173)

Huollon osalta palveluhenkisyys ja ammattitaito arvioitiin parhaimmiksi. 14 (8,1 %) mielestä palveluhenkisyys oli erinomaista, 60 (34,7 %) mielestä hyvää ja 44 (25,4 %) mielestä tyydyttävää. Ammattitaito taas sai osakseen 13 (7,5 %) erinomaista, 67 (38,7 %) hyvää ja 46 (26,6 %) tyydyttävää ääntä.

Luotettavuus ja nopeus taas saivat hieman enemmän tyydyttäviä vastauksia. Luotettavuus sai 52 (30,1 %) hyvää, 55 (31,8 %) tyydyttävää ja 25 (14,5 %) kohtalaista. Nopeus taas sai 39 (22,5 %) hyvää, 63 (36,4 %) tyydyttävää ja 32 (18,5 %) kohtalaista. Kaiken kaikkiaan vastaajilla oli odotettua enemmän kokemusta taloyhtiön huollon toiminnasta: Ei kokemusta vastaukset olivat vain 15 (8,7 %) – 22 (12,7 %) välillä.

Avoimissa kysymyksissä huoltoa kommentoitiin mm. näin: ”Asunnossa käynyt huoltomiehiä yleisavaimilla ilman ennakoilmoitusta” ”huoltomiehien hidas / vaikea saatavuus”, ”huoltomiehillä ympäröivät aikataulut” ”huoltomiehiä vaikea tavoittaa”. Myös lumitöiden tekoa ja hiekoitusta kritisoitiin: vastaajat sanoivat lumitöiden olevan huonosti tai hitaasti tehty sekä hiekoituksen olevan liian vähäistä taloyhtiön piha-alueilla.

Siivousta koskien vastaajia pyydettiin arvioimaan taloyhtiön rappukäytävien, saunan ja pyykkituvan, piha-alueiden ja muiden yleisten tilojen siisteyttä.



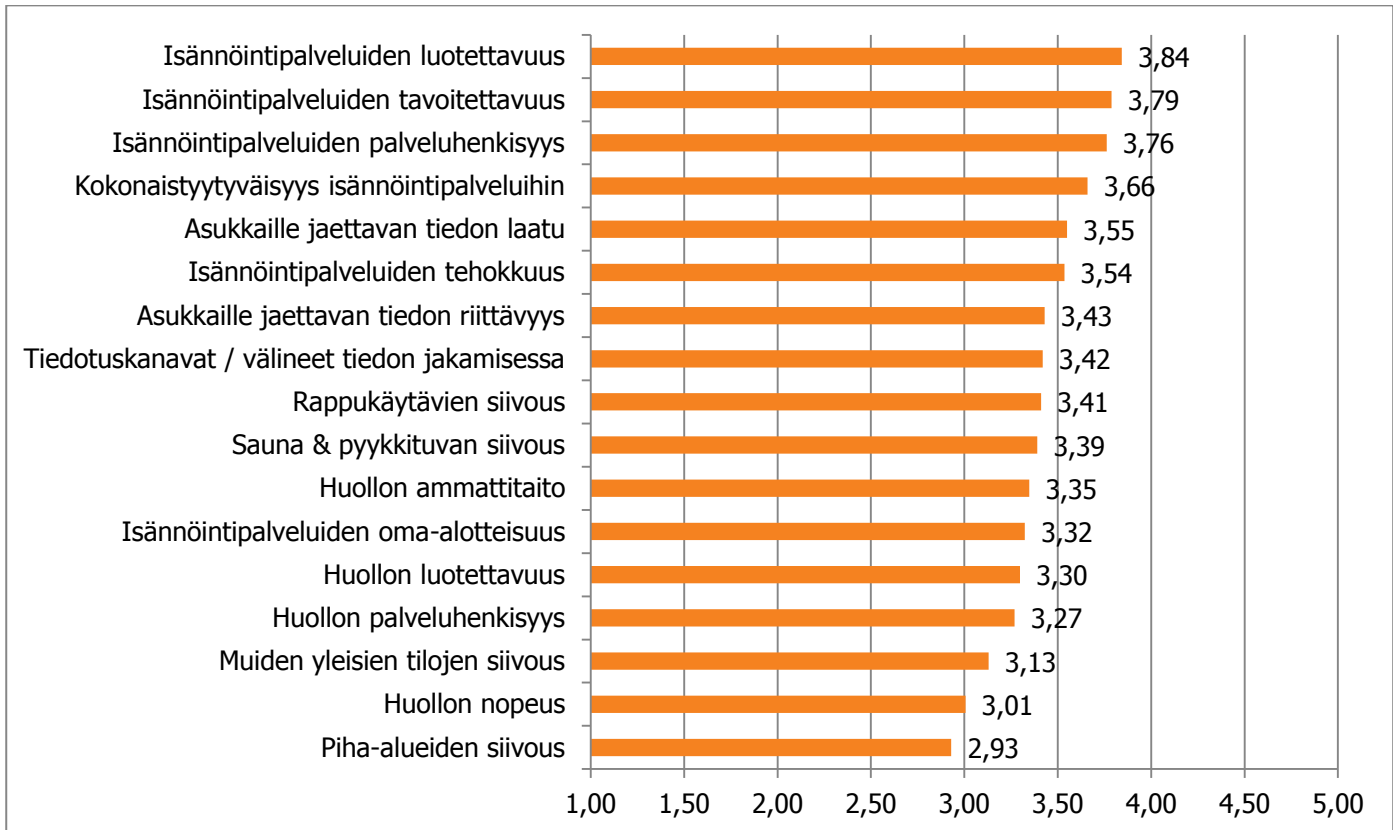
Kuvio 13. Siivouksen arviointi (n=169, 148, 165, 167)

Taloyhtiöiden siistimmiksi paikoiksi ilmeni rappukäytävät, sauna ja pyykkitupa. Vastaajista 20 (11,8 %) mielestä rappukäytävien siisteys oli erinomaista ja 79 (46,7 %) mielestä hyvää. Sauna ja pyykkitupa yltyivät melkein yhtä hyviin arvosanoihin: 19 (12,8 %) erinomaista ja 62 (41,9 %) hyvää arvosanaa. Rappukäytävien, saunan ja pyykkituvan siisteyttä keuhuttiin myös avoimissa kysymyksissä. Muut yleiset tilat ja piha-alueet taas saivat hieman heikomman arvion. 59 (35,8 %) mielestä muiden yleisten tilojen siisteys oli hyvää, 56 (33,9 %) mielestä tyydyttävää ja 30 (18,2 %) mielestä kohtalaista.

Piha-alueiden siisteys taas oli 50 (29,9 %) vastaajan mielestä hyvää 56 (33,5 %) mielestä tyydyttävää, 37 (22,2 %) mielestä kohtalaista ja 14 (8,4 %) mielestä heikkoa. Siivous sai osakseen eniten palautetta avoimet kysymykset osiossa. Monessa lomakkeessa kirjoitettiin, että siivouksessa olisi yleisesti parantamisen varaa ja etenkin piha-alueiden kunnossapittoa pitäisi parantaa.

7.6 Keskiarvot

Seuraavasta taulukosta nähdään kaikkien 1-5 (1=heikko, 2=kohtalainen, 3=tyydyttävä, 4=hyvä, 5=erinomainen) vastausasteikoilla olevien kysymysten keskiarvot. Keskiarvojen laskemisessa jätettiin huomioimatta "en osaa sanoa" ja "ei kokemusta" -vastaukset, koska ne olisivat vääristäneet tuloksia.



Kuvio 14. Kysymysten keskiarvot

Isännöintipalveluiden luotettavuus, tavoitettavuus ja palveluhenkisyys saivat kaikista kysymyksistä parhaimmat arviot. Huonoimmiksi arvioitiin piha-alueiden siivous, huollon nopeus ja muiden yleisien tilojen siivous.

7.7 Avoimet kysymykset

Kyselylomakkeen viimeisellä sivulla oli kolme avointa kysymystä, johon vastaajat saivat kirjoittaa palautetta omin sanoin. Avoimiin kysymyksiin tuli melko paljon vastauksia. Avoimissa kysymyksissä kysyttiin ”miksi suosittelette tai ette suosittele yrityksen käyttämiä palveluja muille?”, ”missä asioissa yritys on onnistunut?” sekä ”missä asioissa olisi kehittämisen varaa?”. Kaikki avoimet kysymykset käytiin läpi huolellisesti, kommentit kirjattiin ylös ja toimitettiin toimeksiantajalle.

Avoimissa kysymyksissä isännöintitoimisto ja sen henkilökunta sai enimmäkseen positiivista palautetta kun taas taloyhtiöiden kiinteistöhuolto sai osakseen hieman enemmän rakentavaa palautetta. Henkilökuntaa kuvattiin pääsääntöisesti ammattitaitoiseksi, luotettavaksi, hommansa hyvin hoitavaksi, hyvin tavoitettavaksi, aikaansaavaksi ja ystävälliseksi.

Isännöintitoimistoa pidettiin hyvin tavoitettavissa olevaksi sekä sen sijaintia pidettiin ihanteellisena. Isännöintitoimiston palveluita pidettiin hyvin saatavilla sekä hyvin hoidettuina. Hyvänä asiana pidettiin myös sitä, että yritys on ison tunnetun (OP) yrityksen omistama, koska se luo ”turvallista” imagoa asiakkaille. Mainintaa tuli myös hyvin hoidetusta taloushallinnosta. Remonttiurakat taloyhtiöissä oli hoidettu ajallaan ja hyvin vastaajien mielestä.

Siivouksen osalta kehuja tuli taloyhtiöiden rappukäytävien sekä pesutilojen siisteydestä. Risuina mainittiin mm. että asioiden hoitaminen kestää liian pitkään ja huoltoyritysten toimia pitäisi valvoa jollain tapaa. Eniten rakentavaa palautetta avoimissa kysymyksissä tuli taloyhtiön piha-alueiden- sekä yleissiisteyden puutteellisuudesta. Piha-alueiden kunnossapitoa pidettiin myös heikkona. Myös lumitöiden hoito sai osakseen paljon palautetta: lumitöiden tekoa pidettiin joko hitaana tai huonosti hoidettuna. Huoltomiesten huono tavoitettavuus ja ympäröivät aikataulut myös närkästyttivät vastaajia. Myöskään ympärivuorokautinen ovien lukitus ei miellyttänyt vastaajia.

7.8 Ristiintaulukointeja

Ristiintaulukoinneilla tutkitaan muuttujien jakautumista ja niiden suhdetta toisiin muuttujiin. Tähän kappaleeseen kerättiin ne ristiintaulukoinnit, joissa tutkimusmuuttujien ja taustamuuttujien välillä oli eniten eroavaisuuksia. Ristiintaulukoinnit tehtiin sukupuoli, asumismuoto ja asumisaika - taustamuuttujien kanssa, koska muissa taustamuuttujissa valtaosa vastaajista sijoittui vain yhteen luokkaan. Loput ristiintaulukoinnit toimitettiin toimeksiantajalle erikseen.

Taulukko 6. Isännöintipalveluiden luotettavuus sukupuolen mukaan

		Sukupuoli		Yhteensä	
		Nainen	Mies		
Isännöintipalveluiden luotettavuus	En osaa sanoa	Lukumäärä	12	1	13
		% - osuus	10,9%	1,6%	7,6%
	Heikko	Lukumäärä	1	0	1
		% - osuus	0,9%	0,0%	0,6%
	Kohtalainen	Lukumäärä	8	2	10
		% - osuus	7,3%	3,2%	5,8%
	Tyydyttävä	Lukumäärä	18	22	40
		% - osuus	16,4%	35,5%	23,3%
	Hyvä	Lukumäärä	47	23	70
		% - osuus	42,7%	37,1%	40,7%
	Erinomainen	Lukumäärä	24	14	38
		% - osuus	21,8%	22,6%	22,1%
	Yhteensä	Lukumäärä	110	62	172
		% - osuus	100,0%	100,0%	100,0%

Isännöintipalveluiden arvioinnissa oli sukupuolten välillä hieman eroja. Miehistä 37,1 % mielestä luotettavuus oli hyvää ja 35,5 % mielestä tyydyttävää kun taas naisista hyvän arvioin antoi peräti 42,7 % ja vain 16,4 % tyydyttävän

Taulukko 7. Isännöintipalveluiden palveluhenkisyys sukupuolen mukaan

			Sukupuoli		Yhteensä
			Nainen	Mies	
Isännöintipalveluiden palveluhenkisyys	En osaa sanoa	Lukumäärä	13	4	17
		% -osuus	11,8%	6,5%	9,9%
	Heikko	Lukumäärä	1	0	1
		% -osuus	0,9%	0,0%	0,6%
	Kohtalainen	Lukumäärä	11	3	14
		% -osuus	10,0%	4,8%	8,1%
	Tyydyttävä	Lukumäärä	16	24	40
		% -osuus	14,5%	38,7%	23,3%
	Hyvä	Lukumäärä	47	20	67
		% -osuus	42,7%	32,3%	39,0%
	Erinomainen	Lukumäärä	22	11	33
		% -osuus	20,0%	17,7%	19,2%
	Yhteensä	Lukumäärä	110	62	172
		% -osuus	100,0%	100,0%	100,0%

Samoin isännöintipalveluiden palveluhenkisyyden arvioinnissa tyydyttäviä vastauksia tuli enemmän miehiltä. Miehistä 38,7 % antoi palveluhenkisyydelle tyydyttävän ja 32,3 % hyvän kun taas naisista hyvän arvion antoi 42,7 % ja vain 14,5 % tyydyttävän. Sen sijaan isännöintipalveluiden oma-aloitteisuuden, tehokkuuden ja tavoitettavuuden arvioinnissa ei ollut juurikaan sukupuolten välisiä eroja.

Taulukko 8. Hallituksen ja osakkaiden yhteistyö sukupuolen mukaan

			Sukupuoli		Yhteensä
			Nainen	Mies	
Kuinka yhteistyö hallituksen ja osakkaiden välillä toimii taloyhtiösäntä?	Ei kokemusta	Lukumäärä	25	5	30
		% -osuus	22,7%	8,1%	17,4%
	Heikosti	Lukumäärä	12	10	22
		% -osuus	10,9%	16,1%	12,8%
	Tyydyttävästi	Lukumäärä	31	29	60
		% -osuus	28,2%	46,8%	34,9%
	Hyvin	Lukumäärä	42	18	60
		% -osuus	38,2%	29,0%	34,9%
	Yhteensä	Lukumäärä	110	62	172
		% -osuus	100,0%	100,0%	100,0%

Sukupuolten välillä oli myöskin eroja kysyttäessä hallituksen ja osakkaiden välistä yhteistyötä taloyhtiössä. Naisista 38,2 % mielestä yhteistyö toimi hyvin ja tyydyttävästi 28,2 % mielestä kun taas miehistä peräti 46,8 % oli sitä mieltä, että yhteistyö oli tyydyttävää ja 29 % mielestä hyvää.

Taulukko 9. Piha-alueiden siisteys sukupuolen mukaan

			Sukupuoli		Yhteensä
			Nainen	Mies	
Piha-alueiden siivous	Heikko	Lukumäärä	12	2	14
		% -osuus	11,4%	3,3%	8,4%
	Kohtalainen	Lukumäärä	20	17	37
		% -osuus	19,0%	27,9%	22,3%
	Tyydyttävä	Lukumäärä	29	26	55
		% -osuus	27,6%	42,6%	33,1%
	Hyvä	Lukumäärä	37	13	50
		% -osuus	35,2%	21,3%	30,1%
	Erinomainen	Lukumäärä	7	3	10
		% -osuus	6,7%	4,9%	6,0%
Yhteensä		Lukumäärä	105	61	166
		% -osuus	100,0%	100,0%	100,0%

Myöskin kysyttäessä piha-alueiden siisteyttä oli sukupuolten välillä suuria eroja. Miehistä tyydyttävän arvion piha-alueiden siisteydelle antoi 42,6 % ja naisista vain 27,6 %. Kohtalaiseksi siisteyden arvioi miehistä 27,9 % ja naisista 19 %.

Taulukko 10. Asukkaiden tietämys huoneistossa tehtävien remonttien säännöistä asumismuodon mukaan

			Asumismuoto		Yhteensä
			Vuokralainen	Asunnon omistaja	
Asukkaiden tietämys huoneistossa itse tehtävien remonttien säännöt	Heikko	Lukumäärä	5	17	22
		% -osuus	18,5%	12,2%	13,3%
	Tyydyttävä	Lukumäärä	14	51	65
		% -osuus	51,9%	36,7%	39,2%
	Hyvä	Lukumäärä	8	71	79
		% -osuus	29,6%	51,1%	47,6%
Yhteensä		Lukumäärä	27	139	166
		% -osuus	100,0%	100,0%	100,0%

Tietämys remonttien säännöistä on asunnon omistajilla paljon suurempi kuin vuokralaisilla. Vuokralaisista peräti 51,9 % arvioi oman tietämyksensä olevan tyydyttävää, kun asunnon omistajista vain 36,7 % arvioi tietämyksensä tyydyttäväksi. Asunnon omistajista taas 51,1 % ilmoittaa tietävänsä säännöt hyvin ja vuokralaisista 29,6 %. Tämä on sinällään johdonmukaista, koska yleensä osakkeen omistajat ovat niitä jotka remontoivat asuntonsa.

Taulukko 11. Asukkaiden tietämys järjestyssäännöistä asumisajan mukaan

			Kuinka kauan olet asunut talossa				Yhteensä
			Alle vuoden	1-5 vuotta	5-10 vuotta	yli 10 vuotta	
Asukkaiden tietämys järjestyssäännöistä	Heikko	Lukumäärä	2	1	2	0	5
		% -osuus	50,0%	2,4%	5,3%	0,0%	3,0%
	Tyydyttävä	Lukumäärä	2	12	11	18	43
		% -osuus	50,0%	28,6%	28,9%	21,7%	25,7%
	Hyvin	Lukumäärä	0	29	25	65	119
		% -osuus	0,0%	69,0%	65,8%	78,3%	71,3%
Yhteensä		Lukumäärä	4	42	38	83	167
		% -osuus	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Asukkaiden tietämys järjestyssäännöistä kasvoi sitä mukaan mitä kauemmin asukas oli talossa asunut. Uudet asukkaat (alle vuoden) vastasivat tietävänsä järjestyssäännöt heikosti tai tyydyttävästi kun taas yli 10-vuotta asuneista kukaan ei arvioinut tietämyksensä olevan heikkoa. Yli 10 vuotta asuneista 78,3 % sanoi tietävänsä järjestyssäännöt hyvin.

Taulukko 12. Asukkaiden tietämys järjestyssäännöistä asumismuodon mukaan

			Asumismuoto		Yhteensä
			Vuokralainen	Asunnon omistaja	
Asukkaiden tietämys järjestyssäännöistä	Heikko	Lukumäärä	1	5	6
		% osuus Asumismuoto	3,40 %	3,60 %	3,60 %
	Tyydyttävä	Lukumäärä	10	34	44
		% osuus Asumismuoto	34,50 %	24,60 %	26,30 %
	Hyvin	Lukumäärä	18	99	117
		% osuus Asumismuoto	62,10 %	71,70 %	70,10 %
Yhteensä		Lukumäärä	29	138	167
		% osuus Asumismuoto	100,00 %	100,00 %	100,00 %

Vuokralaisien ja asunnon omistajien välillä oli vain hieman eroja järjestyssääntöjen tietämyksessä. Asunnon omistajista 71,70 % ilmoitti tietävänsä järjestyssäännöt hyvin ja 24,60 % tyydyttävästi. Vuokralaisista 62,10 % arvioi tietämyksensä olevan hyvää ja 34,50% tyydyttävää. Heikoksi tietämyksensä arvioi vain reilu 3 % kummassakin ryhmässä.

8 YHTEENVETO

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Varkauden OP-Isännöintikeskuksen isännöimien talojen asukkaiden asiakastyytyväisyyttä isännöintipalveluihin sekä taloyhtiön kiinteistöhuoltoon. Kyselylomake koostui 4 eri osiosta: taustatiedoista, isännöintipalveluiden arvioinnista, huollon ja siivouksen arvioinnista sekä avoimista kysymyksistä, jossa vastaajat pystyivät vapaasti kirjoittamaan mihin asioihin ollaan tyytyväisiä ja mihin tyytymättömiä sekä kehitysehdotuksia.

Suurin osa vastaajista oli naisia ikäluokassa yli 65-vuotiaat. Lähes kaikki vastaajat asuivat keskisuurissa kerrostaloissa. Valta osa kyselyyn vastaajista oli asunnon omistajia, jotka olivat asuneet asunnossaan jo yli 10-vuoden ajan.

Varkauden OP-isännöintikeskuksen isännöintipalveluita pidettiin luotettavina ja toimiston henkilökuntaa hyvin tavoitettavana. Varkauden ytimessä sijaitsevaa OP-isännöintikeskuksen sijaintia pidettiin myöskin ihanteellisena. Henkilökuntaa pidettiin myös hyvän palveluhengen omaavina. Omaaloitteisuutta sen sijaan vastaajien mielestä voisi olla enemmän. Myöskin taloyhtiölle tiedottamista pidettiin laadulta ja riittävydeltä enimmäkseen hyvänä. Tiedotusvälineiden käytössä ehdotettiin mm., että kirjeen sijaan voitaisiin käyttää enemmän sähköpostia.

Taloyhtiön järjestyssäännöt tunnettiin hyvin. Itse tehtävien remonttien säännöt ja menettelytavat ongelmatilanteissa taas eivät olleet kaikille vastaajille aivan selvillä. Vastaajat ehdottivat, että taloyhtiön asukkaille varsinkin muuttaville pitäisi toimittaa tietopaketti taloyhtiön käytännöistä, pelastussuunnitelmasta ja järjestyssäännöistä. Yhteistyötä hallituksen ja osakkaiden välillä voisi myös parantaa. Vastaajien mielestä taloyhtiön hallitus voisi järjestää jonkinlaisia talkoita tai tapahtumia, johon taloyhtiön kaikki asukkaat voisivat osallistua ja näin parantaa ihmisten välisiä suhteita talossa.

Vastausten perusteella eniten parantamisen varaa oli kiinteistöhuollolla. Varsinkin piha-alueiden siivoukseen ja kunnossapitoon sekä yleisten tilojen siisteyteen haluttiin parannusta. Myöskin talvella piha-alueiden auraukseen ja hiekoittamiseen pitäisi kiinnittää enemmän huomiota. Vastaajat ehdottivat myös, että huoltoyhtiöiden toimia pitäisi valvoa tarkemmin.

Väittämien kohdalla korkeimmat arvosanat saivat isännöintipalveluiden luotettavuus, tavoitettavuus sekä palveluhenkisyys. Alhaisimmat arvosanat saivat piha-alueiden siivous, huollon nopeus ja muiden yleisien tilojen siivous. Kokonaistyytyväisyydeksi isännöintipalveluita arvioitaessa asteikoilla 1-5 saatiin 3,66, joka on hyvä. Suurin osa vastaajista suosittelisi käyttämiään isännöintipalveluita myös muille. Henkilökunta sai myöskin kehuja asiantuntevuudesta ja hyväntuulisuudesta.

Kaiken kaikkiaan asiakkaiden tyytyväisyys OP-isännöintikeskukseen ja sen henkilökuntaan oli hyvää luokkaa. Kiinteistöhuollon toimiin sen sijaan toivottaisiin vähän enemmän ripeyttä ja huolellisuutta.

9 OMAN TYÖN ARVIOINTI

Aloin keskustelemaan opinnäytetyön tekemisestä OP-Isännöintikeskuksen kanssa syksyllä 2012 – samoihin aikoihin kun aloitin suorittamaan ammatillista harjoittelua siellä. Asiakastytyväisyystutkimus oli aiemmin laadittu vain taloyhtiön hallituksen jäsenille. Nyt kysely lähetettiin kaikille niin osakkeille kuin vuokralaisillekin. Tutkimuslomakkeen suunnittelu ja teko alkoi heti ensimmäisen harjoitteluosan jälkeen. Tammikuun alussa kyselylomakkeet laitettiin jakoon ja palautus oli tammikuun loppuun mennessä.

Opinnäytetyö oli alun perin tarkoitus tehdä harjoitusjaksojen välillä. Tämä aikataulutus ei kuitenkaan pitänyt ihan paikkaansa vaan aloitin kunnolla kirjoittamaan työtä vasta kun olin saanut ammatillisen harjoittelun kokonaan suoritettua alta eli keväällä 2013. Opinnäytetyöprosessin haastavin vaihe oli teorian kirjoittaminen ja mielekkäintä työssä oli tutkimuksen toteuttaminen sekä SPSS- ohjelman käyttäminen tulosten analysointiin sekä kuvaajien ja taulukoiden teko. Teoriaan perehtyminen vasta jälkeenpäin oli pieni virhe, koska kirjallisuudesta olisi saanut paljon vinkkejä itse tutkimuksen tekoon jo tutkimuksen toteutuksen alkuvaiheessa.

Tutkimuksen vastausprosentti 19,2% ei ollut päätä huimaava, mutta kirjekyselyissä on aina se riski, että vastausprosentti jää pieneksi. Onneksi kuitenkin vastauslomakkeita laitettiin jakoon sen verran paljon, että otanta ei jäänyt liian pieneksi. Vastauksia tuli loppujen loppuksi 173 kappaletta, joka kuitenkin antaa jo melko hyvän kuvan asiakastytyväisyyden suunnasta.

Toimeksiantaja ja isännöintiala eivät olleet minulle ennestään tuttuja. Opin kuitenkin paljon isännöintialasta ammatillisessa harjoittelussani ja opinnäytetyön tekeminen samalle yritykselle tuntui luontevalta. Asiakastytyväisyyskyselystä minulla oli jonkin verran kokemusta koulun kurseista, mutta opinnäytetyön ansiosta SPSS-ohjelman käyttöliittymä tuli huomattavasti tutummaksi.

Loppujen loppuksi sain kuitenkin mielestäni kokoon ihan kohtalaisen opinnäytetyön, vaikkakin teoriaosuudesta olisi voinut tehdä hieman laajemman, jos aika vain olisi riittänyt. Muiden opinnäytetöiden selaaminen sekä ohjaajan neuvot auttoivat huomattavasti raportin työstöä. Opinnäytetyöprosessi opetti melko kokonaisvaltaisesti kuinka asiakastytyväisyystutkimus toteutetaan alusta loppuun.

LÄHTEET

Ylikoski T. 1999

Unohtuiko Asiakas? Toinen uudistettu painos. Ky-Palvelu Oy, Keuruu

Grönroos C. 1998

Nyt Kilpaillaan Palveluilla. WSOY, Porvoo

Grönroos C. 2001

Palveluiden johtaminen ja markkinointi. WSOY, Porvoo

Rissanen T. 2006

Hyvän palvelun kehittäminen. Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti, Vaasa

Kotler, P. 1999

Muuttuva Markkinointi. WSOY, Porvoo

Lahtinen, J; Isoviita A. & Hytönen K. 1994

Asiakassuhdemarkkinoinnin perusteet. Avaintulos, Kokkola

Rope T, 2000

Suuri Markkinointikirja. Kauppakaari Oyj, Helsinki

Hirsjärvi S; Remes P; Sajavaara P. 2007

Tutki & Kirjoita. Kustannusosakeyhtiö Tammi, Helsinki

OP-Pohjola-ryhmä. 2013 (online)

<http://www.op.fi/op/op-pohjola-ryhma/op-pohjola-ryhma?id=80100&srcpl=1>

Luettu 22.3.2013

Isännöinnin ammattilaiset –tutkimusraportti. 2010 (online)

<http://www.isannointiliitto.fi/attachements/2010-05-27T10-04-2541.pdf>

Luettu 24.3.2013

Hedvall K; Johansson M; Kaskinen T. 2012

Selvitysraportti: Isännöinnin tulevaisuus. (online)

<http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=125734&lan=fi>

Luettu 26.3.2013

LIITTEET**Kyselylomake**

Liite 1

**Varkauden OP-isännöintikeskus**

Asiakastyytyväisyyskysely 2013

Arvoisa asiakkaamme,

Haluamme kehittää palvelujamme entistäkin paremmin asiakkaiden odotuksia vastaaviksi. Siksi pyydämme Teitä vastaamaan tutkimukseen, jotta voisitte kertoa oman näkemyksenne siitä mihin suuntaan palvelujamme tulisi kehittää.

Asiakaskyselyn suorittaa Savonia-ammattikorkeakoulun tradenomi-opiskelija osana koulutusalaan liittyvää opinnäytetyötä. Kaikki vastaukset ovat luottamuksellisia ja vastauksista saatua tietoa käsitellään luottamuksellisesti.

Palauttakaa täytetty kyselylomake samassa kirjekuoressa talonne isännöitsijän / huoltomiehen postilaatikkoon tai OP-isännöintitoimiston käytävällä olevaan postilaatikkoon (Kauppakatu 54, II-kerros) tammikuun loppuun mennessä.

Vastatkaa kysymyksiin ympäröimällä parhaiten sopiva vaihtoehto.

Kiitämme arvokkaasta vastauksestanne!

Varkauden OP-Isännöintikeskus Oy,

Kauppakatu 54 II-kerros

78200 VARKAUS

Puh. 010 258 8284

Tero Särkkä

Tradenomiopiskelija

Savonia-ammattikorkeakoulu

Osio 1 – Taustatiedot

1. Sukupuoli

Nainen 1
Mies 2

2. Ikä

_____ vuotta

3. Rakennuksen tyyppi

Kerrostalo 1
Rivitalo 2
Muu 3

4. Asumismuoto

Vuokralainen 1
Asunnon omistaja 2

5. Taloyhtiön koko

Alle 20 huoneistoa 1
20 - 60 huoneistoa 2
Yli 60 huoneistoa 3
En osaa sanoa 4

6. Kuinka kauan olet asunut talossa

Alle vuoden 1
1-5 vuotta 2
5-10 vuotta 3
yli 10 vuotta 4

Osio 2 – Isännöintipalvelujen arviointi

7. Arvioi seuraavia isännöintipalveluja kuvaavia tekijöitä

(Vastausasteikko 1=Heikko, 2=Kohtalainen, 3=Tyydyttävä, 4=Hyvä, 5=Erinomainen, 0=En osaa sanoa)

Luotettavuus	1	2	3	4	5	0
Palveluhenkisyys	1	2	3	4	5	0
Oma-alotteisuus	1	2	3	4	5	0
Tehokkuus	1	2	3	4	5	0
Tavoitettavuus	1	2	3	4	5	0

8. Taloyhtiön tiedottaminen ja tiedonkulkuun liittyvien asioiden hoitaminen

(Vastausasteikko 1=Heikko, 2=Kohtalainen, 3=Tyydyttävä, 4=Hyvä, 5=Erinomainen)

Asukkaille jaettavan tiedon riittävyys	1	2	3	4	5
Asukkaille jaettavan tiedon laatu	1	2	3	4	5
Tiedotuskanavat / välineet tiedon jakamisessa	1	2	3	4	5

9. Kuinka hyvin tunnette seuraavia taloyhtiönne asioita

(Vastausasteikko 1=Heikosti, 2=Tyydyttävästi, 3=Hyvin)

Järjestyssäännöt	1	2	3
Menettelytavat ongelmatilanteissa (Lämmitys/ ilmastointiongelmat, vesivuoto yms.)	1	2	3
Huoneistossa itse tehtävien remonttien säännöt	1	2	3

10. Kuinka yhteistyö hallituksen ja osakkaiden välillä toimii taloyhtiössänne?

Ei kokemusta	0
Heikosti	1
Tyydyttävästi	2
Hyvin	3

11. Kokonaistyytyväisyys isännöintipalveluihin

(Vastausasteikko 1=Heikko, 2=Kohtalainen, 3=Tyydyttävä, 4=Hyvä, 5=Erinomainen)

Isännöinti kokonaisuutena	1	2	3	4	5
---------------------------	---	---	---	---	---

Osio 3 – Huolto & siivous

(Jos taloyhtiöllänne **ei** ole kiinteistöhuoltoa siirtykää osioon 4)

12. Arvioikaa seuraavia taloyhtiönne huoltoa kuvaavia tekijöitä

(Vastausasteikko 1=Heikko, 2=Kohtalainen, 3=Tyydyttävä, 4=Hyvä, 5=Erinomainen, 0=Ei kokemusta)

Luotettavuus	1	2	3	4	5	0
Nopeus	1	2	3	4	5	0
Ammattitaito	1	2	3	4	5	0
Palveluhenkisyys	1	2	3	4	5	0

13. Arvioikaa taloyhtiönne siisteyttä

(Vastausasteikko 1=Heikko, 2=Kohtalainen, 3=Tyydyttävä, 4=Hyvä, 5=Erinomainen)

Rappukäytävät	1	2	3	4	5
Sauna & Pyykkitupa	1	2	3	4	5
Piha-alueet	1	2	3	4	5
Muut yleiset tilat	1	2	3	4	5

Osio 4 – Avoimet kysymykset**14. Suosittelisitteko käyttämäne isännöintiyrityksen palveluja muille**

Kyllä	1
Ei	2
En osaa sanoa	3

Miksi suosittelisitte tai ette suosittelisi?

Missä asioissa yrityksemme on onnistunut?

Missä asioissa olisi kehittämisen varaa?

Kiitos vastauksestanne!