



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
VASA YRKESHÖGSKOLA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Kaisa Zenobia Teiksala

ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN
KEHITYS RAVINTOLA RAFFAELLO
CAFÉSSA

Liiketalous ja Matkailu
2009

VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Tekijä	Kaisa Teiksala
Opinnäytetyön nimi	Asiakastyytyväisyyden kehitys ravintola Raffaello Caféssa
Vuosi	2009
Kieli	Suomi
Sivumäärä	35 + 7 liitettä
Ohjaaja	Helena Alamäki

Työn idea oli teettää asiakastyytyväisyyskysely Ravintola Raffaello Cafélle sekä verrata saatuja tuloksia vuonna 2003 tehtyyn asiakastyytyväisyyskyselyyn. Kyselylomake on laadittu edellisen asiakastyytyväisyyskyselyn lomakkeen pohjalta, jotta kyselyiden tuloksia voisi verrata mahdollisimman tarkasti. Samalla selvisi ravintola Raffaello Cafén tämänhetkinen asiakastyytyväisyyden taso.

Tutkimus suoritettiin jakamalla kyselylomakkeita ravintolassa vuoden 2008 elokuun ja syyskuun vaihteessa, ravintolan ruokaileville asiakkaille laskun maksamisen yhteydessä. Lomakkeita jaettiin yhteensä 130 kappaletta, joista 73 saatiin täytettynä takaisin.

Vastauksista selvisi että Raffaello Cafén asiakkaiden tyytyväisyystaso on pysynyt hyvänä ja asiakkaat ovat pääasiassa tyytyväisiä samaansa palvelukokonaisuuteen. Kyselyn perusteella ravintola sai myös selville, mitä asioita tulisi kehittää palvelun laadun parantamiseksi entisestään.

Asiasanat Asiakastyytyväisyys, asiakaspalvelu, asiakaspalaute, vertailu

VASA POLYTECHNIC

Degree Program of hotel and restaurant business

ABSTRACT

Author	Kaisa Teiksala
Topic	The development of customer satisfaction in Raffaello Café
Year	2009
Language	Finnish
Pages	35 + 7 attachments'
Name of supervisor	Helena Alamäki

The idea of my thesis was to do a customer satisfaction research for restaurant Raffaello Café in Helsinki and then compare the results with another customer satisfaction research that has been done in year 2003. My questionnaire is based on the questionnaire from the earlier research. The reason for that is that this makes it possible to compare the answers as exact as possible.

The research was accomplished by handing out questionnaires to customers in August and September 2008. Questionnaires were handed out to every eating customer while paying their bill. 130 questionnaires were handed out and 73 answered questionnaires were handed back to us.

When looking at the answers, we found out that the customers in Raffaello Café are satisfied with the customer service and that the level of the customers' satisfaction has stayed almost the same since the last time there were a customer satisfaction research. With this questionnaire the restaurant also got to know what parts of the service needs to be improved.

Key words Customer satisfaction, customer service, feedback, comparison

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 PALVELU	6
2.1 Hyvä palvelu.....	6
2.2 Hyvän palvelun saavuttaminen	7
2.3 Palvelun haasteita	7
3 ASIAKASPALVELIJA	9
3.1 Asiakaspalvelun virheitä	9
4 ASIAKASPALAUTE	12
5 YRITYS	14
5.1 Oy Center-Inn Ab.....	14
5.2 Raffaello Cafe.....	15
6 TUTKIMUS	16
6.1 Tutkimuksen toteutus	16
6.2 Lomake	16
6.3 Luotettavuus	17
7 TUTKIMUSTULOKSET	19
7.1 Taustatiedot	19
8 RAVINTOLAN OLEMUS	23
8.1 Ravintolan yleisolemus	23
8.2 Henkilökunta	23
8.3 Ruokalista ja ruoka.....	24
8.4 Viinilista ja muu juomavalikoima	25
8.5 Baari	25
8.6 Yleisarvosana Raffaellon palvelusta kokonaisuutena	26
9 JOHTOPÄÄTÖKSET	27
10 VERTAILU AIKAISEMPAAN ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYYN	29
10.1 Asiakkaiden taustatiedot.....	29
10.2 Ravintolan yleisolemus	30
10.3 Henkilökunta	31
10.4 Ruokalista ja ruoka.....	31
10.5 Viinilista ja muu juomavalikoima	32
10.6 Baari	33
10.7 Ravintolan yleisarvosana.....	33
11 TERVEISET RAVINTOLALLE...	34
12 YHTEENVETO.....	35

LIITTEET

1 JOHDANTO

Asiakkaat ovat nykyään yhä vaativampia ja tietoisia siitä, mitä haluavat ja yritysten on todella panostettava palveluun ja sen laatuun pitääkseen asiakkaansa tyytyväisinä. Kilpailu alalla on kovaa ja pelkkä hyvä ruoka ei riitä. Mikäli palvelu on ollut huonoa, asiakas varmasti jättää tulematta ravintolaan uudestaan.

Jo 90-luvulla on todistettu, että kokonaisvaltaista asiakaspalvelua korostavat yritykset menestyvät markkinoilla paremmin kuin muut ja saavat pysyvämpiä asiakkaita. Menestyvällä palveluorganisaatiolla on myös pienemmät markkinointikustannukset sekä vähemmän reklamaatioita tekeviä asiakkaita. Asiakkaat palaavat mielellään yritykseen, missä palvelun laatu on hyvää ja asiakasta huomioidaan (Zemke 2006, 6)

Asiakastyytyväisyyden seuraaminen ja palvelun kehittäminen on siis yritykselle tärkeä asia. Yksi tapa selvittää asiakkaiden tyytyväisyystaso on teettää asiakastyytyväisyyskysely. Täten voidaan puuttua mahdollisiin yrityksen heikkouksiin ja parantaa palvelun laatua. Kyselyitä on hyvä teettää säännöllisin väliajoin ja verrata tuloksia aikaisemmin saatuihin tuloksiin. Näin ollen palvelun laatu pysyy tasaisena ja laatu on jatkuvassa tarkkailussa.

2 PALVELU

Palvelu on asiakkaan saama kokemus, jokin saatu tunne, tietystä kokemuksesta, johon on liitetty tietty odotus sekä havaintoja paikan päällä (Rissanen 2005,17).

Edellytyksenä yrityksen jatkuvuudelle on ostava ja maksava asiakas (Aarnikoivu 2005,13). Yleensä palvelun tarjoajalla ja asiakkaalla on eri näkemykset palvelusta. Palvelun tarjoajalla on tietyt kriteerit jotka on täytyttävä, jotta palvelu olisi hänen mielestään saavutettu (Rissanen 2005, 17).

Palvelun määrittäminen on siis vaikeaa. Ainoa selkeä asia on, että palvelun aikaansaamiseksi tarvitaan kaksi osapuolta; tuottaja sekä käyttäjä. Rissanen määrittelee palvelun seuraavasti: ”Palvelu on vuorovaikutus, teko, tapahtuma, toiminta, suoritus tai valmius, jossa asiakkaalle annetaan mahdollisuus lisäarvon saamiseen ongelman ratkaisuna, helppoutena, vaivattomuutena, elämyksenä, nautintona, kokemuksena, mielihyvinä, ajan tai materian säästönä jne.” Palvelua voi kokea monella eri tavalla. Se on yleensä aineeton tapahtuma, jota ei voi varastoida mihinkään, mutta siitä saadut kokemukset voivat vaikuttaa pitkään. Kuitenkin palvelun luominen voi edellyttää suuria panostuksia etukäteen (Rissanen 2005, 18–19).

2.1 Hyvä palvelu

Palvelun periaatteena on tuottaa yritykselle tulosta pitämällä asiakkaat tyytyväisinä. Asiakas joka saa hyvää palvelua, tuo yritykselle lisää asiakkaita (Kannisto & Kannisto 2008, 56). Tärkeää palvelussa on sen tasalaatuisuus. Asiakkaan on tärkeä luottaa siihen, että palvelun laatu pysyy yhtä hyvänä joka kerta, kun hän sitä käyttää (Kannisto & Kannisto 2008, 156). On tärkeää, että asiakasta kuunnellaan ja että palvelu on joustavaa. Muutoksille on osattava jättää tilaa. Hyvän palvelun saavuttamiseksi on osattava asettaa asiakas aina etusijalle. Asiakkaalle on annettava aikaa, eikä saa antaa ympäristön häiritä, kuten

esimerkiksi kollegan tai jonkun muun tehtävän. Palvelun on myös oltava luotettavaa, asiakkaalle on annettava, mitä hänelle on luvattu.

Palvelutilanne on ainutlaatuinen kokemus, yhden asiakkaan kokema hyvä palvelukokemus ei välttämättä ole sitä toiselle asiakkaalle. Hyvänä sääntönä hyvän palvelun saavuttamiseksi voi pitää sen, että kohtelee asiakasta niin kuin itse haluaisi tulla kohdelluksi asiakkaana (Kannisto & Kannisto 2008, 11–17).

2.2 Hyvän palvelun saavuttaminen

Hyvän palvelun saavuttamiseksi tarvitaan hyvä tiimi, eli palvelun tuottaja, jonka yhteistyö sujuu mutkattomasti niin työntekijöiden kuin asiakkaiden kanssa. Palveluntarjoaja joutuu jatkuvasti kehittämään palvelujaan, jotta asiakkaiden mielenkiinto säilyisi. Lisäksi on jatkuvasti opittava uusia asioita, kehittää itseään sekä oppia karsimaan pois ns. turhia asioita, jotta palvelun laatu olisi entistä parempaa. Tämä prosessi on palveluntuottajalle erittäin kriittinen, sillä se saattaa vaikuttaa palvelun laatuun. Työntekijän rutinoituessa tehtäviinsä on helppoa unohtaa hyvä, ystävällinen palvelu. Näin ollen palvelutilanne sujuu kuin itsestään vanhojen rutiinien perusteella. Palveluntarjoajan on muistettava, että jokaisesta eri palvelutilanteesta on otettava oppia. Niin sanottu oppiva organisaatio on palvelun kehittämisen kannalta paras tapa tarttua haasteisiin. Oppiva organisaatio tarkoittaa, että heti palvelutilanteen syntyessä on otettava siitä oppia. Asiakkaat asettavat jatkuvasti uusia haasteita palvelulle ja palveluntarjoajan on oltava valppaana, jotta pysyisi kehityksessä mukana. Näin ollen omasta sekä asiakkaiden toiminnasta on otettava oppia ja sitä mukaa kehittää omaa palvelutaitoaan (Rissanen 2005, 96).

2.3 Palvelun haasteita

On olemassa myös asioita, jotka saattavat estää hyvän palvelun antamista. Yksi iso haaste on työntekijän pelko. Työntekijä voi pelätä virheen tekemistä tai omaa esimiestään. Tämä saattaa vaikuttaa palvelun laatuun. Asiakkaan erikoistoiveet

saattaavat paljastaa asiakaspalvelijan heikkoudet tai jopa puutteet. On osattava joustaa erilaisissa tilanteissa ja mahdollisesti, tarvittaessa poiketa sovitusta säännöistä hyvän palvelun takaamiseksi (Kannisto & Kannisto, 2008, 68–71).

Esimiehellä on tärkeä rooli asiakaspalvelussa. Esimiehen on osattava olla lähellä alaisiaan, hänen on oltava helposti lähestyttävä ja kannustava mutta samalla jämäkkä. Esimiehen on osattava asettaa kaikki asiakaspalvelijat samalle viivalle. Kaikilla on oltava samat valtuudet tehdä päätöksiä, jotka toimivat asiakkaan parhaaksi. Samalla on kuitenkin oltava selkeät ohjeet ja toimintatavat. Tärkeää on että kaikki asiakkaat ovat tasavertaisia, eikä toimita niin, että asiakas joka valittaa kaikista eniten saa parempia etuja kuin muut asiakkaat, jotka myös ovat reklamoineet jostain asiasta. Kun nämä asiat pitää mielessä, palvelun laatu on parempaa (Kannisto & Kannisto 2008, 73).

3 ASIAKASPALVELIJA

Asiakaspalvelija on luultavasti yksi tärkeimmistä kanavista asiakkaan tarpeiden selvittämisessä. Ajan myötä ja kokemuksen karttuessa asiakaspalvelija oppii lukemaan asiakkaan elekieltä, jonka avulla saa selville monta asiaa asiakkaan tarpeista. Suuri osa asiakkaan lähettämistä viesteistä tulee sanattomasta käyttäytymisestä sekä elekielestä.

Asiakas arvioi usein saamansa palvelun kokonaisuutena. Tämä saattaa tehdä mm. asiakastyytyväisyyskyselyn täysin hyödyttömäksi, koska siinä yleensä keskitytään enemmän yksityiskohtiin (Kannisto & Kannisto 2008, 150). Tärkeää on siis osata jo itse palvelutilanteessa ottaa selvää, mitä mieltä asiakas todella on saamastaan palvelusta. Vaikka asiakas kertoo olevansa tyytyväinen saamaansa ruoka-annokseen ja kertoo sen olleen herkullista, totuus voi olla aivan jotain muuta.

Asiakaspalvelijan on siis hyvä osata lukea asiakastaan, jotta totuus tulisi selville ja yritys voi kehittää toimintaansa ja parantaa asiakaspalvelun laatua. Tämä taito kehittyy asiakaspalvelijalle ajan sekä kokemuksen myötä. On opittava asettumaan asiakkaan asemaan ja selvittää asiat, jotka ovat epäselviä, esimerkiksi kysymällä suoraan asiakkaalta. Hyvä asiakaspalvelija osaa auttaa asiakastaan jo ennen kuin asiakas kerkeää pyytämään apua (Kannisto & Kannisto 2008,150).

3.1Asiakaspalvelun virheitä

Asiakaspalvelutilanteissa on tiettyjä asioita, joita tulisi välttää, jotta asiakaspalvelutilanne ei kärsisi. Tässä on 10 lueteltua virhettä koskien asiakaspalvelijan asennetta.

1. Ei tiedetä

Asiakaspalvelijan vajavainen tieto tarjoamastaan palvelusta tai tuotteesta, voi päättää asiakassuhteen. On aina osattava vastattava kysymyksiin tai

ainakin tarjoutua selvittämään asian, mikäli se ei ole omassa tiedossa. Näin ollen myös uskottavuus on parempaa.

2. *Ei välitetä*

Aina on välitettävä siitä mitä tekee. On myös tärkeää, ettei anna välinpitämätöntä kuvaa. Asiakas on yrityksen tärkein osa, ilman sitä ei ole myyntiä. Mikäli osoittaa asiakkaalle, että hän on yritykselle tärkeä, hänelle luodaan itsevarmuutta siitä että, todellakin on valinnut oikean yrityksen asioilleen.

3. *On ”parempaakin tekemistä”*

Asiakas on aina etusijalla. Puhelimessa puhuminen tai työkavereiden kanssa juoruaminen saattaa luoda välinpitämättömyyden tunteen asiakkaalle. Asiakkaasta on pidettävä huoli ja osoitettava, että hänestä välitetään.

4. *Ei pidetä asiakkaasta*

Henkilökemiat eivät saa olla asiakaspalvelun esteenä. Vaikka asiakkaasta ei pidä, on häntä kuitenkin palveltava hyvin ja tasavertaisesti muiden asiakkaiden kanssa.

5. *”Minä tiedän kaiken” asenne*

Ei saa olla koppava tai päällekkävyä. Tietoa ja osaamista saa ja pitääkin olla mutta se on osattava käyttää oikein. Tärkeää on myös, että kuunnellaan loppuun mitä asiakas toivoo.

6. *Asiakas ei tiedä mitään, asenne*

On aina muistettava, että mikään kysymys ei ole tyhmä, vain vastaukset saattavat olla. Ei saa olla tyly asiakkaalle tai antaa tylyä vastausta, mielestään tyhmälle kysymykselle, kaikki eivät tiedä sitä, minkä sinä tiedät. Aina on osattava olla kohtelias.

7. Asiakasta ei kaivata paikalle

Kaikki ovat aina tervetulleita, oli sitten pukeutunut pukuun tai pelkkiin farkkuihin ja t-paitaan. omat asenteet eivät saa olla esteenä hyvälle palvelulle, ne yleensä näkyvät hyvin naamalta.

8. ”Älä tule takaisin”

On pyrittävä luomaan asiakkaalle semmoinen tunne, että hän haluaa tulla takaisin käyttämään yrityksen palveluita uudelleen. Helppo tapa päästä asiakkaista eroon, on näyttää hänelle, että hän on häiriöksi.

9. ”Minä olen oikeassa” asenne

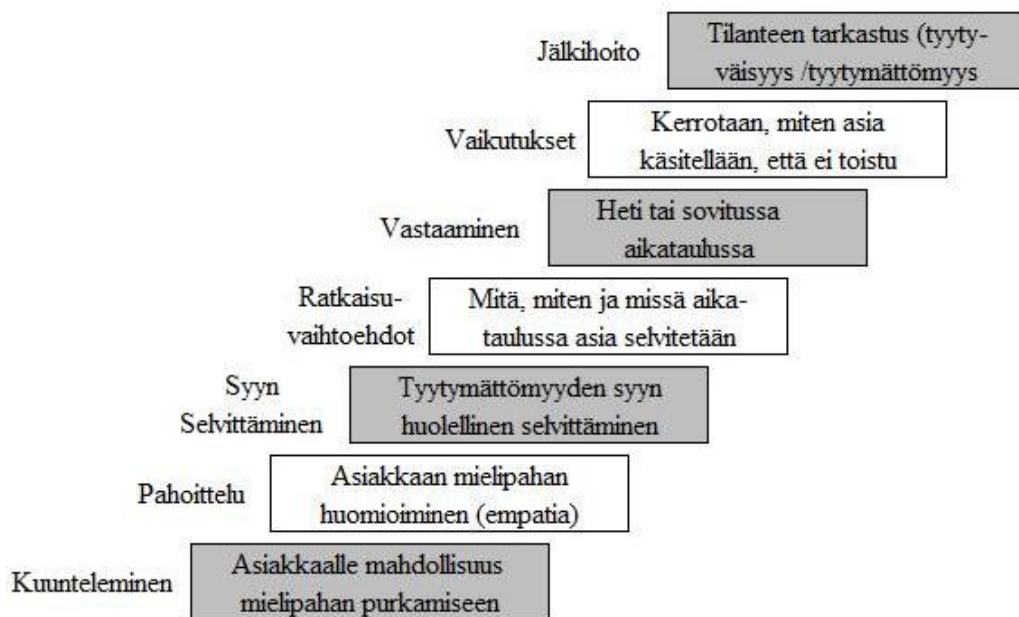
Asiakkaan kanssa ei kannata alkaa kiistellä. Vaikka asiakas ei aina ole oikeassa, asioista ei kannata alkaa väitellä vaan hoitaa tilanne toisella tavalla.

10. Turha jonotus

Tänä päivänä suurella osalla asiakkaista on kiire. On pyrittävä palvelemaan mahdollisimman nopeasti ja samalla ammattitaitoisesti, eikä antaa asiakkaan odotella tai jonottaa turhaan.(Zemken 2006,35–37)

4 ASIAKASPALAUTE

Palautteen käsittely on todella tärkeää yritykselle. Mikäli palautetta ei oteta vakavasti, se voi pahimmassa tapauksessa päättää asiakassuhteen (Kannisto & Kannisto, 2008, 158–167). Reklamaatiotilanne voi tosin myös olla hyvä asia ja voi saada asiakkaan pysymään yrityksessä ja tiivistämään asiakassuhdetta. Tämänlaiset tilanteet ovat aina haasteita yritykselle, sillä asiakkaan luottamus täytyy aina voittaa (Aarnikoivu, 2005,72). Mikäli valitustilanne on yrityksen puolelta hoidettu hyvin ja mahdollinen virhe on myönnetty, asiakassuhteen voi saada säilytettyä ja parhaimmassa tapauksessa koko reklamaatiotilanne on muuttunut positiiviseksi kokemukseksi (Kannisto & Kannisto 2008, 158–167).



Kuva 1. Tyytymättömän asiakkaan kohtaaminen (kasvokkain/puhelimitse). (Aarnikoivu 2005,73).

Kuva.1 kertoo, miten reklamaatiotilanne tulisi hoitaa alusta loppuun. Usein niin sanottu jälkihoito jää yrityksessä puuttumaan. Jonkin ajan kuluttua (muutama viikko) on hyvä tarkastaa asiakkaalta, onko kaikki kunnossa. Tämä osoittaa asiakkaalle että, yritys todella välittää asiakkaastaan (Aarnikoivu 2005,73).

Myös asiakaspalvelija voi olla yrityksen kehittymisen esteenä. Syy siihen saattaa olla pelko oman työn menettämisestä tai itsensä syyllistäminen, kun asiakas tekee reklamaation saadusta huonosta palvelusta. Asiakaspalvelija on välillä todella hankalassa tilanteessa ollessaan ristitulella asiakaspalvelijan ja esimiehen välillä. Molemmat on pidettävä tyytyväisinä ja tämä saattaa joskus aiheuttaa paineita. Ratkaisu tähän on, että on löydettävä kultainen keskitie ja pidettävä mielessä, että pääasia on kuunnella asiakasta. Joustavuutta tarvitaan sekä esimiehen että asiakaspalvelijan puolelta, jotta palvelun laatu olisi paras mahdollinen. Saamatta jäänyt palaute on aina menetetty mahdollisuus kehittyä (Kannisto & Kannisto 2008, 158–167).

5 YRITYS

Yritys johon Raffaello Café kuuluu, on Oy Center- Inn Ab. Raffaello cafén lisäksi, perheyrietykseen kuuluu moni muu ravintola Helsingin keskustassa.

5.1 Oy Center-Inn Ab

Vuonna 1983 Ulla ja Kalle Kuurma perustivat yhtiön nimeltä Center- Inn. Yhtiö oli perheyrietytiö, jossa koko perhe oli työllistetty. Vuosien varrella yhtiö kasvoi ja parhaimmillaan ravintoloita oli yhteensä 13. Kaikki ravintolat sijaitsevat aivan Helsingin ydinkeskustassa.

Eila Kuurma on ollut hyvin aktiivinen ravintola-alalla ja on ollut mukana tuomassa Suomeen monia kansainvälisiä makuja ja trendejä. Omenapuu, joka oli Kuurmien ensimmäinen ravintola, on ollut mukana tuomassa Suomen markkinoille mm. brunssiperinteiden sekä tuoreet parsat. Näitä perinteitä vaalitaan Center-Inn ravintoloissa vielä tänäkin päivänä ja joka kevät ruokalistoille ilmestyvät tuoreet parsat.

Keväällä 2007 Kuurmat myivät perheyrietyksensä Henri Klimscheffskijlle, Toni Pokelalle ja Matti Himerbergille. Klimscheffskij on ainoa, jolla on aikaisempaa kokemusta ravintola-alalta. Hän omistaa Helsingissä mm. Santa-Fé Oy:n, johon kuuluu ravintolat Santa Fé, Amigo, Grande Grill ja Morrison's Grill and Green. Center-Inn oy ja Santa-Fé Oy eivät ole yhteyksissä toisiinsa muuten kuin yhteisen myyntipalvelun kautta.

Uusien omistajien myötä, yhtiössä on myös puhaltanut hieman uusia tuulia. Nykyään ravintoloita on 10, joista 2 sijaitsee Vantaan juuri avatussa Flamingon elämyskeitaassa. Lisäksi kahden yhtiön myyntipalvelut ovat yhdistetty ja toimivat yhteisnimellä Rafla.fi. Tämä on tehty jotta asiakkailta olisi helpompaa seurata ravintolan tapahtumia. Kaikkien ravintoloiden kotisivuille pääsee helposti Rafla.fi- osoitteen kautta. (Center- Inn Oy, perehdytyskansio)

5.2 Raffaello Cafe

Vuonna 1992 avattu Raffaello Cafe on italialaistyylinen ravintola aivan Helsingin ydinkeskustassa, Aleksanterinkadulla. Välimerihenkinen keittiö on houkutellut asiakkaita jo monen vuoden ajan. Raffaello oli yksi ensimmäisistä kadulle avatuista ravintoloista ja saikin avatessaan lämpimän vastaanoton. Ravintolan suosio on jatkunut tähän päivään saakka. Vilkkaan Aleksanterinkadun vuoksi asiakaskunta koostuu suureksi osaksi ohikulkijoista sekä turisteista mutta vuosien varrella Raffaello Cafe on saanut myös monta uskollista vakioasiakasta.

Raffaello Cafélla on sekä baari että ruokailupuoli. Ravintola tarjoaa asiakkailleen päivisin lounasta ja illalla à la carte. Aukioloajat ovat: ma 11–23, ti- pe 11–24, la 12–24 ja su 13–23. Lounasta tarjoillaan arkipäivisin klo.11–14. Lounaalla on tarjolla sekä kotiruokabuffet että päivittäin vaihtuvat lounasannokset. Asiakaspaiikkoja ravintolalla on 285. Kesäisin asiakaspaiikat lähes tuplaantuvat, Raffaello Cafén terassin avattua. Terassilla asiakaspaiikkoja on 265. Lisäksi Aleksanterinkadun puolella ravintolalla on noin 40 asiakaspaikan terassi, missä on myös mahdollisuus ruokailla.

Kesäisin Aleksanterinkadun puolelle avautuu muutaman pöydän terassi, missä asiakkailta on mahdollisuus nauttia ravintolan antimista ja samalla seurata Aleksanterinkadun vilkasta elämää. Raffaellon yhteydessä toimii myös suosittu sisäpihanterassi, joka on keskittynyt ainoastaan juomatarjoiluun ja asiakkaiden viihdyttämiseen. Tiistaista lauantaihin terassilla voi kuunnella livemusiikkia koko kesäsesongin ajan.(Center- Inn Oy, perehdytyskansio)

6 TUTKIMUS

6.1 Tutkimuksen toteutus

Asiakastyytyväisyyskysely suoritettiin vuoden 2008 elokuun ja syyskuun vaihteessa. Lomakkeita jaettiin viikon jokaisena päivänä ja aina ravintolan ollessa auki, eli kello 11–24 välillä. Kyselylomakkeita (liite 1) jaettiin ravintolan asiakkaille ruokailun jälkeen laskun yhteydessä. Lomakkeita jakoi koko ravintolan henkilökunta. Baarin puolella lomakkeita ei jaettu. Lomakkeita jaettiin yhteensä 130 kpl. Vastauksia tuli yhteensä 76 joista 3 jouduttiin hylkäämään puutteellisten vastauksen vuoksi eli hyväksytyjä vastauksia oli 73. Asiakkaat saivat jättää täytetyn lomakkeen pöytään, josta henkilökunta keräsi sen ja toimitti vuoropäällikölle, joka säilytti kaikki lomakkeet.

Kyselylomakkeita jaettiin kaikille ravintolan asiakkaille, paitsi ravintolassa asioiville turisteille. Tällä pyrittiin saamaan mahdollisimman uskottavia tutkimustuloksia. Ajateltiin, että turisti helpommin kokee positiivisen ruokailukokemuksen kuin suomalaisen henkilön, joka useammin käyttää kotimaisia ravintolapalveluita. Kuitenkin ravintolan kaikille kotimaisille asiakkaille jaettiin kyselylomakkeita tasapuolisesti jokaiseen pöytään, jotta vastauksista saataisiin myös monipuolisia.

6.2 Lomake

Lomake (liite 1), jota käytettiin kyselyyn, on lähes sama kuin vuonna 2002 tehty kyselylomake (liite 2) pieniä muutoksia lukuun ottamatta. Ideana oli verrata saatuja vastauksia vuoden 2002 tuloksiin ja nähtäisiin onko muutoksia asiakastyytyväisyyden suhteen syntynyt ja jos niitä on tullut, onko muutos ollut positiivinen vai negatiivinen.

Lomakkeessa oli monivalintakysymyksiä asteikolla 1-5 jossa 1 tarkoittaa, että asiakas on väitteen kanssa täysin erimieltä ja 5 tarkoittaa että asiakas on väitteen kanssa täysin samaa mieltä. Numero 3 tarkoitti, että asiakas ei osaa vastata kysymykseen. Lisäksi oli yksi avoin kysymys jossa sai kirjoittaa omat terveiset ravintolalle ja sen henkilökunnalle.

Kaikkien vastanneiden kesken arvottiin illalliskortti kahdelle hengelle.

6.3 Luotettavuus

Lomakkeita jaettiin yhteensä 130 ja hyväksytyjä vastauksia tuli 73. Kyselyn tulokset ovat siis luotettavia ja ravintola voi käyttää vastauksia toimintansa kehittämiseksi. Suoritettu tutkimus on ollut kvantitatiivinen, eli saatuja tuloksia pyritään tilastoimaan ja analysoimaan tavalla, jolla ravintola siitä hyötyisi. Lisäksi saatavia tuloksia vertaillaan aikaisemmin tehtyyn kyselyyn. Täten saadaan selville onko ravintolan palvelun laadussa tapahtunut muutoksia.

Kyselylomakkeen perusteella saadut vastaukset kertovat, että asiakkaat ovat kertoneet mielipiteensä ravintolan tarjoamista palveluista. Tämä tarkoittaa, että kysely on ajanut tarkoituksensa. Tarkoituksena oli selvittää ravintola Raffaello Cafén asiakkaiden tyytyväisyys ja verrata saatuja tuloksia, aikaisemmin laadittuun asiakastyytyväisyyskyselyyn. Tämä on onnistunut. Asiakkaat ovat vastanneet kysymyksiin omien mielipiteidensä perusteella.

Kyselylomake ei kuitenkaan ollut aivan moitteeton. Selvisi, että ongelmaksi syntyi vastausvaihtoehto ” en osaa sanoa”. Osassa kysymyksistä, asiakkaita oli pyydetty vastaamaan kysymyksiin asteikolla 1-5, jossa 1 tarkoitti, että asiakas on väittämän kanssa täysin eri mieltä ja 5, että asiakas on väittämän kanssa täysin samaa mieltä. Numero 3 tarkoitti, että asiakas ei osaa vastata kysymykseen mutta tämä kohta oli ymmärretty väärin. Osa asiakkaista oletti että numero 3 tarkoittaa, että asiakas ei ole väittämän kanssa samaa eikä eri mieltä eli, että vastaus on neutraali. Tämä aiheutti hieman ongelmia vastauksia koottaessa, sillä ei tiennyt varmasti mitä asiakas tarkoitti vastatessaan ” en osaa sanoa”. Kuitenkin vastauksia

on käsitelty sillä tavalla, että kaikki vastaukset jossa on ympyröity numero 3, eli ”en osaa sanoa” on myös käsitelty sillä tavalla. Tämä vain johti siihen että ”en osaa sanoa” vastauksia tuli todella paljon, mikä vähentää tyytyväisyyskyselyn vastauksien painoarvoa.

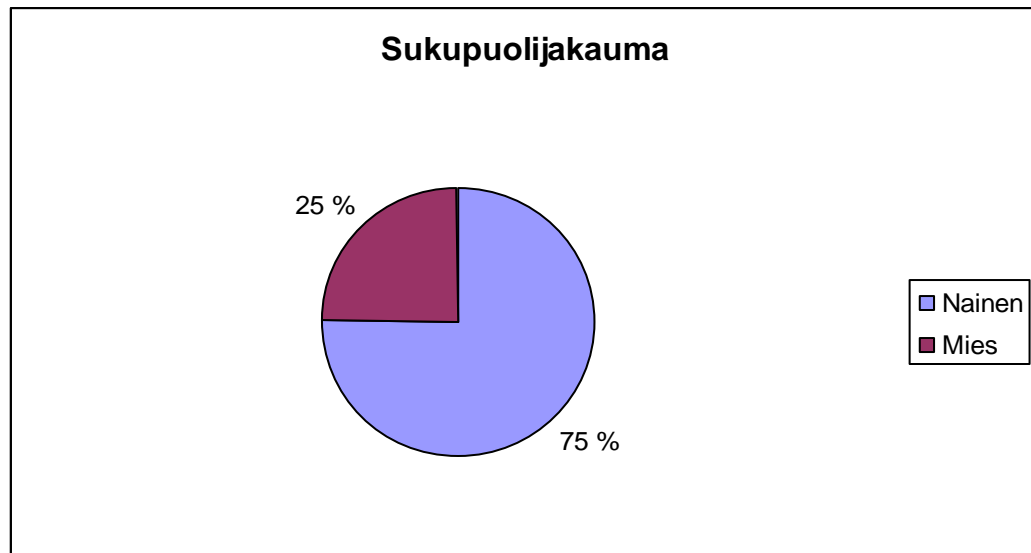
Asiakastyytyväisyystutkimus kuitenkin suoritettiin ilman ongelmia, eikä vastauksen saamisen suhteen ollut ongelmia. Kyselyn vastaaminen oli täysin vapaaehtoista. Kaikille ravintolan asiakkaille jaettiin lomakkeita tasapuolisesti laskun maksun yhteydessä ja lisäksi siitä mainittiin vielä erikseen, jotta kysely varmasti huomattaisiin ja kaikilla halukkailla olisi mahdollisuus siihen vastata. Lopputuloksena voi siis sanoa, että kyselyn validiteettia olisi hieman voinut parantaa tarkentamalla vastaajille vastausvaihtoehtoja ja parantamalla lomakkeen luettavuutta mutta reliabiliteetti oli kohdallaan, koska se mitä oli tarkoitus mitata, myös mitattiin onnistuneesti ilman mitään ongelmia.

Tiedossa on myös, että ravintola on suorittamassa uutta asiakastyytyväisyyskyselyä lähiaikoina seuratakseen, onko asiakkaiden tyytyväisyys säilynyt.

7 TUTKIMUSTULOKSET

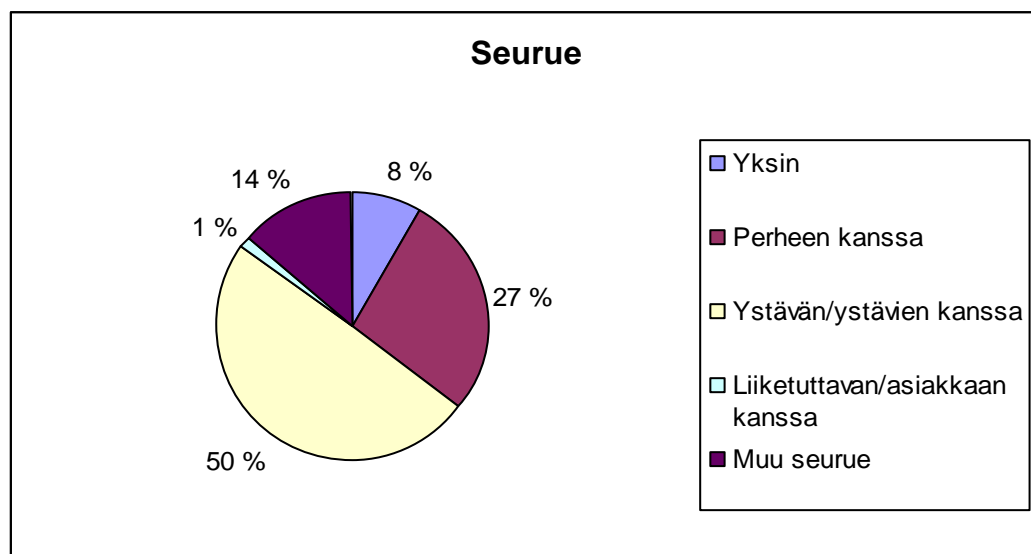
Tähän osioon olen koonnut tutkimuksesta saadut tulokset.

7.1 Taustatiedot



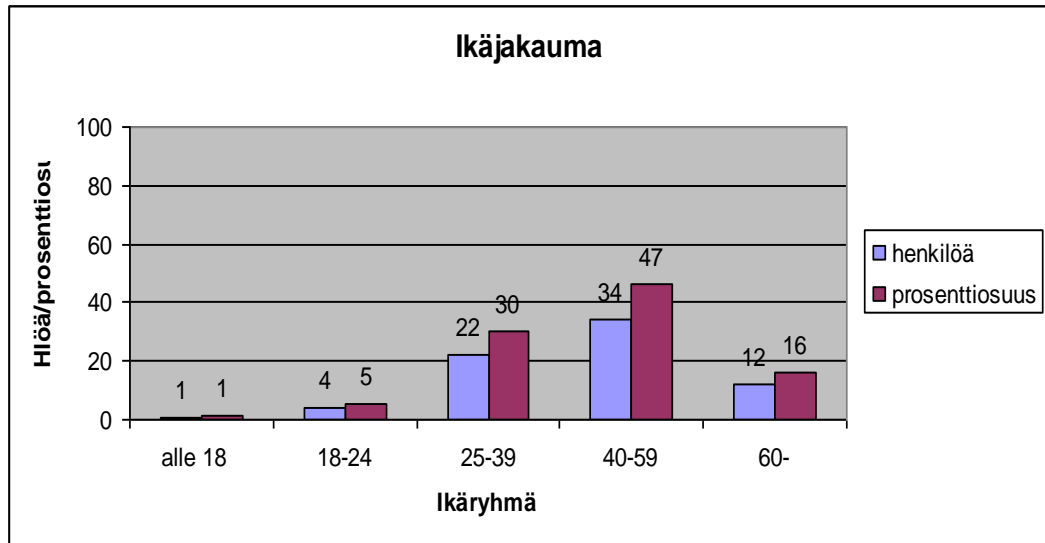
Kuva 2. Sukupuoli

Hyväksytyistä kyselyn vastauksista (73 kpl) 55 oli naisia ja 18 miehiä.



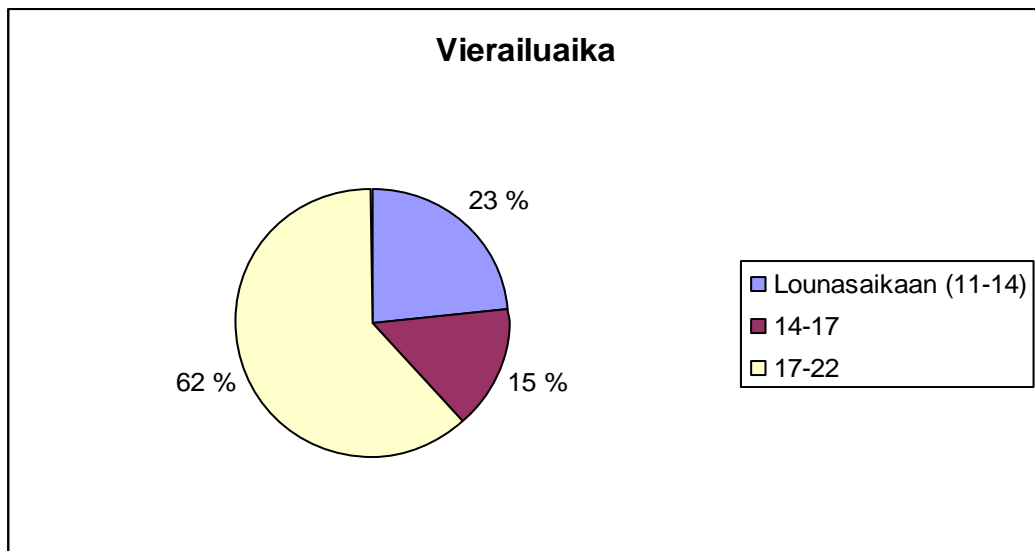
Kuva 3. Seurue

50% vastanneista asiakkaista oli liikkeellä ystävien kanssa. Vastausvaihtoehtona oli myös muu seurue. Muuta seuruetta olivat mm. sukulaiset ja eläkeläiskerho.



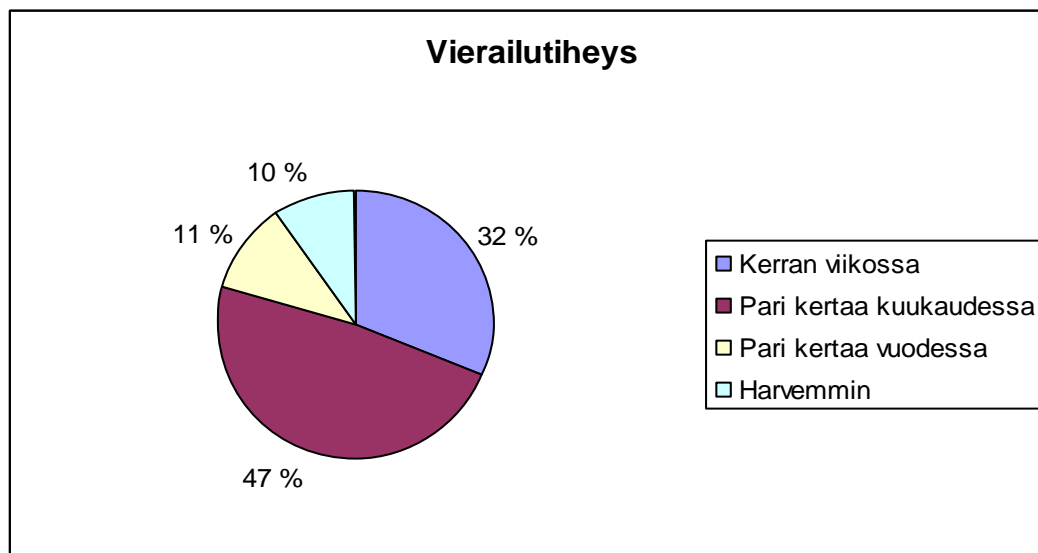
Kuva 4. Ikä

Ikäjakauma Raffaello Caféssa on varsin laaja. Kuitenkin suurin osa asiakkaista, 77 %, on 25- 59 ikävuoden välillä.



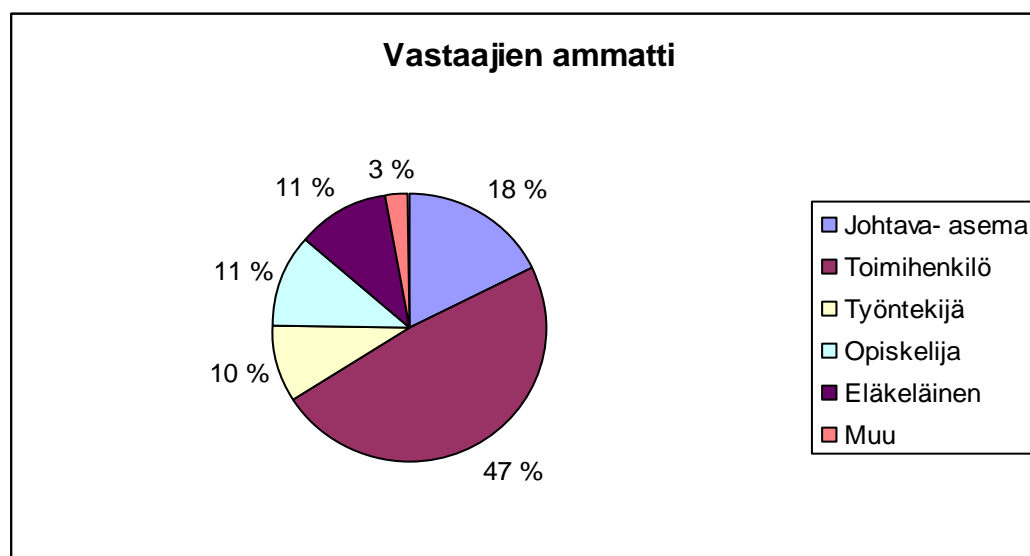
Kuva 5. Käyntiaika

Ravintolassa on asiakkaita avaamisesta, sulkemiseen. Hiljaisin aika on kuitenkin lounaan jälkeen, ennen illallisaikaa.



Kuva 6. Vierailutiheys

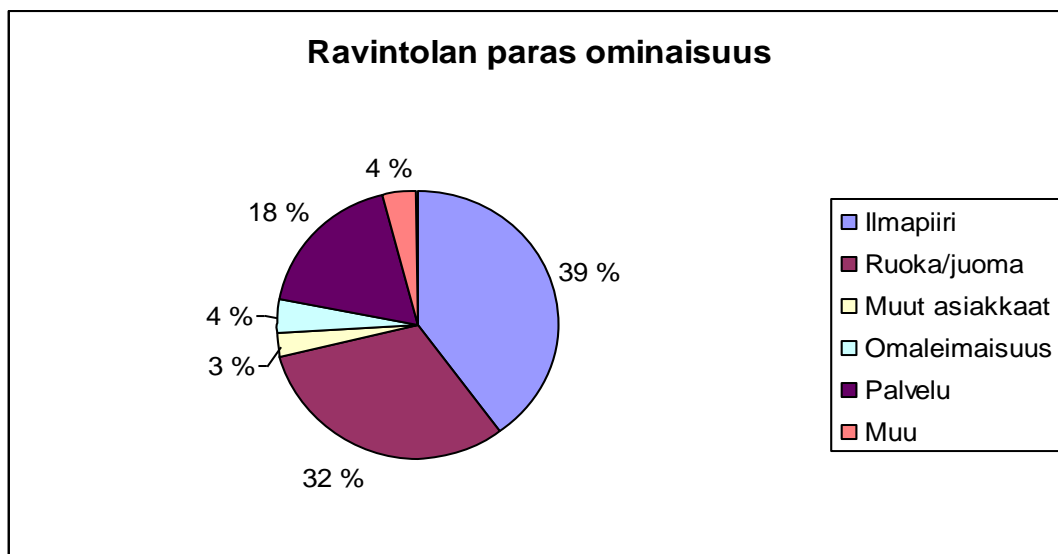
Vierailutiheyden kaavasta näkee, että asiakkaat käyvät suhteellisen usein ulkona syömässä. Suurin osa vastaajista (47 %) syö ulkona 2 kertaa kuukaudessa. Vain 10 % ruokailee ravintolassa harvemmin kuin pari kertaa vuodessa



Kuva 7. Ammatti

Suurin osa asiakkaista (47 %) on toimihenkilöitä, mutta asiakkaita löytyy kaikista eri ammattiryhmistä. Suuri osa ravintolan vierailijoista (18 %) toimivat johtavassa

asemassa. Mitä muut ammatit ovat, ei selvinnyt vastauksista ja jopa 11 % asiakkaista on opiskelijoita.



Kuva 8. Ravintolan paras ominaisuus

Ravintolan ilmapiiri oli vastanneiden mielestä Raffaellon paras ominaisuus. Vastanneista 39 % oli tätä mieltä. Asiakkaat, jotka vastasivat, että ravintolan paras ominaisuus on ”joku muu”, vastasivat mm. sijainti sekä kokonaisuus kaikista vaihtoehdoista.

8 RAVINTOLAN OLEMUS

Ravintolan olemus osioon on koottu vastaukset monivalintakysymyksistä. Taulukot löytyvät liitteistä. Tuloksien prosenttilukuja ei ole tässä osiossa ollenkaan laskettu, sillä taulukosta olisi tullut liian monimutkainen luettavaksi.

8.1 Ravintolan yleisolemus

Kysymykset ravintolan yleisolemuksesta olivat monivalintakysymyksiä asteikolla 1-5 (Liite3). Kokonaisuutena voi sanoa että asiakkaat ovat tyytyväisiä ravintolan yleisolemukseen. Suurin osa vastaajista oli täysin samaa mieltä tai jokseenkin eri mieltä väittämien kanssa. Ainoastaan väittämän, jossa sanottiin ”musiikki ravintolan tunnelmaan”, vastaus oli muista vastauksista poikkeava. Tässä kohdassa suurin osa (48 henkilöä, 73 vastanneista) kyselyyn vastanneista oli vastannut ”en osaa sanoa”.

Asiakkaat ovat tulosten perusteella tyytyväisiä ravintolan yleisolemukseen. Väittämien: ”pöytänne oli siistissä kunnossa”, ”tunsin itseni tervetulleeksi” ja ”ravintolaan on helppo tulla” kanssa, suurin osa asiakkaista oli täysin samaa mieltä. Muiden ravintolan yleisolemusta koskevien väittämien kanssa, suurin osa oli vastannut olevansa ”jokseenkin samaa mieltä”. Väittämän, ”ravintola on siisti” kanssa oli täysin samaa mieltä 32 henkilöä ja 32 henkilöä oli väittämän kanssa jokseenkin samaa mieltä.

8.2 Henkilökunta

Myös henkilökuntaa koskevat kysymykset olivat monivalintakysymyksiä (Liite 4). Vastauksista päätellen, asiakkaat ovat tyytyväisiä palvelun laatuun. Tässä osiossa kuitenkin näkee, että vastaukset ovat jakautuneet tasaisemmin väittämiin, täysin samaa mieltä olevien asiakkaiden kanssa ja jokseenkin samaa mieltä olevien kanssa. Parantamisen varaa siis löytyy tältä saralta. Valitustilanteita on kuitenkin tullut vähän, sillä väittämän, ”mahdolliset valitustilanteet hoidettiin hyvin”, lähes kaikki vastaajat ovat vastanneet, että eivät osaa sanoa. Tämä

vahvistaa teoriaa, että palvelu on suhteellisen hyvää, kun valitustilanteita ei tule paljon.

Vastauksia tarkemmin tarkasteltaessa, pääosa vastanneista oli seuraavien väittämien kanssa täysin samaa mieltä: ” laskutus sujuu nopeasti ja joustavasti”, ”asiakaspalvelu on joustavaa ja ystävällistä” ja ” henkilökunta huomasi Teidät nopeasti ja tervehti teitä” Näiden väittämien kohdalla yli 30 henkilöä oli vastannut olevansa väittämien kanssa täysin samaa mieltä. Ainoastaan väittämän kohdalla, jossa kysyttiin hoidetaanko mahdolliset valitustilanteet hyvin, suurin osa vastanneista (46 henkilöä) oli vastannut, ettei osaa sanoa. Muiden henkilökuntaa koskevien väittämien kanssa pääosa vastaajista oli jokseenkin samaa mieltä.

8.3 Ruokalista ja ruoka

Vastauksia tarkasteltaessa liittyen ruokalistaan ja ruokaan (Liite 5) voi lyhyesti sanoa, että asiakkaat ovat tyytyväisiä ruokalistaan sekä sen tarjontaan. Lounaslistaan liittyviin kysymyksiin suurin osa vastasi, että ei osaa sanoa. Tämä johtuu siitä, että suurin osa vastaajista vieraili ravintolassa ilta-aikaan. Kuitenkin vastauksista voi päätellä että lounas on maistuva, mutta tarjontaa voisi olla hieman enemmän.

Vastauksia tarkasteltaessa huomaa että suurin osa vastaajista on vastannut olevansa jokseenkin samaa mieltä lähes kaikkien väittämien kanssa. Lounasta koskevat väittämät ovat tästä poikkeus. Väittämään ”lounaslista on selkeä”, 46 henkilöä oli vastannut, ettei osaa sanoa ja sama koskee väittämää lounastarjonnan kattavuudesta. Tähän väittämään myös 46 henkilöä oli vastannut ”ei osaa sanoa”. Kaikkien väittämien kohdalla vain muutama asiakas (5, noin 70 vastauksesta) oli väittämien kanssa jokseenkin tai täysin eri mieltä.

8.4 Viinilista ja muu juomavalikoima

Viinilistasta ja muusta juomavalikoimasta on hieman vaikea tehdä johtopäätöksiä, koska lähes kaikki vastanneet ovat vastanneet väittämiin ”en osaa sanoa”. Tämä johtuu monesta syystä. Yksi syy on, että moni asiakas juo talon viiniä ja pyytää sen tilausta tehdessään, eikä lue viinilistaa ollenkaan. Osa asiakkaista kysyy suosituksia ja sen takia viinilista jää myös heiltä lukematta. Olutvalikoima on ravintolassa suhteellisen laaja. Asiakkaat eivät vain ymmärrä selailta viinilistaa, josta löytyy ravintolan olutvalikoima kokonaisuudessaan. Moni jättää myös kysymättä tarjoilijalta, olisiko jotain hieman erikoisempaa olutta tarjolla, ja tyytyy hanatuotteisiin, jotka ovat hyvin näkyvillä ja helposti saatavilla. Siiderivalikoimasta ei ole tehty erillistä listaa, joten siitä asiakkaat eivät saa tietoa kysymättä tarjoilijalta.

8.5 Baari

Tämäkin osio kyselystä oli hieman hankala, koska baariin ei jaettu kyselylomakkeita vaan kaikki vastaajat olivat ruokailijoita. Tämä tarkoittaa sitä, että mikäli asiakas ei poikennut baarissa ennen ruokailua, hän ei voinut vastata kysymyksiin. Tämä on syy siihen, miksi niin moni on jälleen vastannut ”en osaa sanoa” kysymyksiin.

Vaikka vastauksia baarista on tullut vähän, voi niistä kuitenkin päätellä, että asiakkaat ovat tyytyväisiä Raffaellon baarin tarjoamaan palveluun ja sen tuotteisiin. 13 vastanneista ovat sitä mieltä, että asiakaspalvelu on ystävällistä. Yhteensä vastaajia tässä osiossa oli 29. Toinen väittäjä joka sai hyvän arvostelun, on ”baariin on helppo tulla asiakkaaksi”. Tähän väittämään 12 oli vastannut olevansa täysin samaa mieltä. Muut 3 väittäjää sai eniten vastauksia ”en osaa sanoa” kohtaan.

8.6 Yleisarvosana Raffaellon palvelusta kokonaisuutena

Asiakkaiden antama yleisarvosana on ”hyvä”. 47 kaikista vastanneista oli sitä mieltä. Voi siis sanoa, että asiakkaat ovat tyytyväisiä saamansa kokemukseen. Ravintoloitsijan näkökulmasta tämä voi tarkoittaa, että parantamisen varaa on vielä hieman, koska vastaus ei ollut kiitettävä. Tämän voi myös ajatella positiivisena asiana, koska vielä on varaa kehittää ravintolan toimintaa ja suunta voi vielä olla positiivinen.

Vastauksista voi kuitenkin olla hieman ylpeä, koska 17 vastasi, että palvelukokonaisuus on ”kiitettävä”. Enemmistö on siis tyytyväinen Raffaellon palveluun kokonaisuutena. Vain 8 oli sitä mieltä, että Raffaellon palvelukokonaisuus on tyydyttävä ja 1 oli sitä mieltä että, se on erittäin huono. Kukaan vastanneista ei vastannut että palvelukokonaisuus on huono.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET

Asiakastyytyväisyyskyselyn vastauksia kootessani, huomasin muutamia ongelmia. Yksi ongelma oli, että asiakkaat eivät olleet lukeneet kyselyn täyttöohjeita. Tämä johti siihen, että moni vastasi väittämiin ”en osaa sanoa”, tarkoittaen sillä, että vastaus väittämään oli tyydyttävä, eikä ”en osaa sanoa” niin kuin sen olisi pitänyt olla. Tämä on yksi syy siihen, miksi ” en osaa sanoa” vastauksia on tullut niin paljon.

Tämän ongelman huomaa hyvin monivalintakysymyksiä tarkasteltaessa. Osa vastauksista, jossa on rastittu kohta ” en osaa sanoa” tarkoittaa todellisuudessa sitä, että asiakas olettaa että, kyseessä on arvosana 3, joka olisi niin sanottu kultainen keskitie, eli ihan ok ja osassa väittämissä sama kohta tarkoittaa oikeasti että, ei osaa sanoa koska ei ole kokenut sitä asiaa tai kokeillut jotain palvelun osaa. Tämä teki analysoinnin hieman hankalaksi. Vastaukset olen kuitenkin analysoinut sillä tavalla että kun asiakas on vastannut väittämään ” en osaa sanoa” se myös tarkoittaa sitä vaikka se todellisuudessa tarkoittaisi jotain muuta, mutta väittämän vaihtoehtona oli ainoastaan:” täysin samaa mieltä”, ”jokseenkin samaa mieltä”, ” en osaa sanoa”, ”jokseenkin eri mieltä” ja täysin eri mieltä”.

Muita ongelmia oli mm. se, että lounasaikaan oli vaikeaa saada ihmisiä täyttämään kyselylomaketta puutteellisen ajan vuoksi. Lounaaseen liittyviin kysymyksiin tuli siis aika harva vastaus. Positiivista oli kuitenkin se, että vaikka vastauksia tuli vähän lounasaikaan, niin vastaajista moni oli aktiivinen ja kertoi kehitysideansa lounaan sujuvuuden lisäämiseksi. Idea oli että lounaslinjastoon saataisiin sujuvuutta, kun ruokien järjestystä hieman muutettaisiin ja tämä kehitysidea siis toteutettiin heti seuraavana päivänä, ravintolan vastaanotettua sen.

Vielä yksi asia jota olisi hieman pitänyt miettiä, oli kysymykset koskien baaria ja baarin toteutusta. Baariin ei jaettu kyselylomakkeita lainkaan, vaan lomakkeita jaettiin vain ruokaileville asiakkaille. Tämä johti siihen, että kaikki asiakkaat eivät osanneet vastata baaria koskeviin kysymyksiin koska eivät olleet siellä vierailleet. Vain ne asiakkaat, jotka joutuivat odottamaan pöytää baarissa, osasivat vastata

näihin kysymyksiin tai he jotka ovat vierailleet Raffaellon baarissa aikaisemmin. Olisi siis pitänyt joko jättää ne kysymykset pois, jotka koskivat baaria tai jakaa lomakkeita myös baariin, jotta vastauksia olisi saatu enemmän. Kysymysten poisjättäminen ei kuitenkaan ollut vaihtoehto sillä Ravintola toivoi, että kyselyssä olisi myös kysymyksiä koskien baaria ja sen palveluita.

10 VERTAILU AIKAISEMPAAN ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELYYN

Työni pääasia on vertailla suorittamani asiakastyytyväisyyskyselyä, aikaisempaan, vuonna 2003 tehtyyn asiakastyytyväisyyskyselyyn. Tarkoituksena on selvittää onko Ravintola Raffaello Cafén asiakastyytyväisyydessä tapahtunut muutoksia. Jotta tuloksia olisi mahdollisimman helppo verrata, olen käyttänyt oman kyselylomakkeen (liite 1) pohjana aikaisemmin tehdyn kyselyn lomaketta (liite 2). Tähän olen tehnyt pieniä muutoksia, jotta lomake olisi ajankäytön mukainen, asiakkaalle mahdollisimman helppolukuinen ja helposti täytettävissä.

Kun tuloksia vertailee yleisellä tasolla, sen tarkemmin vastauksiin perehtymättä, voi sanoa, että kummassakin kyselyssä asiakkaat ovat olleet pääasiassa tyytyväisiä saamaansa palvelukokonaisuuteen. Tarkoituksena on hieman tarkemmin verrata saatuja tuloksia molemmista asiakastyytyväisyyskyselyistä, katsoa onko mitään suurempia muutoksia tapahtunut ja ovatko asiakkaat yhä tyytyväisiä Ravintola Raffaello Cafén tarjoamaan palvelukokonaisuuteen, vai onko tarvetta muutoksille.

10.1 Asiakkaiden taustatiedot

Vertailllessani kyselyiden vastauksia koskien ravintolan taustatietoja, voi sanoa, että suurimmaksi osaksi asiakaskunta on pysynyt samankaltaisena. Pieniä muutoksia on toki huomattavissa. Suurin osa asiakkaista on edelleen naisia. Ero molempien kyselyiden vastausten välillä on vain 1 %. Myös seurueet ovat pysyneet lähes samana. Pääosa asiakkaista (50 %) käy ruokailemassa ystävän/ystävien kanssa. Vanhemmassa kyselyssä tulos oli 46 %.

Ikäjakauma on pysynyt laajana. Vertailussa kuitenkin huomaa hieman suuremman muutoksen, kuin aikaisempia kysymyksiä vertaillaessa. Ikäjakauma on jonkin verran tasoittunut aikaisemmasta kyselystä. Uuden kyselyn saatujen vastausten perusteella 5 % on 18–24-vuotiaita, 30 %, 25–39-vuotiaita, 47 %, 40–59 -vuotiaita ja 16 % yli 60-vuotiaita. Aikaisemmassa asiakastyytyväisyyskyselyssä pääikäryhmät olivat 25–39-vuotiaat (32 %) ja 40–59-vuotiaat (50 %).

Asiakkaat vierailevat ravintolassa pääasiassa kello 17–22 välillä. Tämä on pysynyt samana, mutta asiakkaiden vierailutiheys on muuttunut. Aikaisemmin tehdyssä kyselyssä, suurin osa vastaajista (70 %) vieraili ravintolassa harvemmin kuin muutaman kerran kuukaudessa. Uudessa kyselyssä suurin osa vastaajista vierailee ravintolassa pari kertaa kuukaudessa ja vain 11 % harvemmin kuin pari kertaa kuukaudessa.

Asiakkaiden jakautuminen ammattiryhmien perusteella on pysynyt suhteellisen samanlaisena. Pääosa asiakkaista on edelleenkin toimihenkilöitä, aivan kuten aikaisemman kyselyn aikana. Asiakaskunta on pysynyt laajana. Ravintolassa asioi kaikenikäisiä ja hyvin eri ammattiryhmiin kuuluvia ihmisiä opiskelijoista eläkeläisiin. Myös ravintolan paras ominaisuus on pysynyt samana. Ravintolan paras ominaisuus on 39 % mielestä edelleenkin ilmapiiri/tunnelma.

10.2 Ravintolan yleisolemus

Asiakastyytyväisyyskyselyn monivalintakysymyksiä, asteikolla 1-5 ei voi verrata kuin yleisellä tasolla, sillä vanhassa lomakkeessa (liite 2) on käytetty erilaista skaalaa. Lisäksi edellisessä kyselylomakkeessa ei ollut ” en osaa sanoa” vastausvaihtoehtoa. Vertailua voi kuitenkin tehdä yleisellä tasolla ja selvittää, onko asiakkaiden tyytyväisyys muuttunut, mutta prosentuaalisia vertauksia ei voi tehdä.

Tuloksia vertailtaessa voi kuitenkin sanoa, että asiakkaiden tyytyväisyys on pysynyt aikalailla yhtä hyvänä kuin aikaisemmin. Ongelmat ovat samat, kuin aikaisemmin tehdyn kyselyn aikana. Ravintolan yleisolemukseen kuuluva suurin ”ongelma” on musiikki. Monet asiakkaat ovat sitä mieltä, että musiikki ei sovi ravintolan tunnelmaan kovin hyvin. Yksi syy tähän on, että musiikki ei kuulu ravintolan kaikissa osissa. Tämä on pääsyy siihen, että asiakkaat olivat hieman tyytymättömiä. Tämä oli asia, johon asiakkaat olivat kaikista tyytymättömiä ravintolan yleisolemuksesta kysyttäessä sekä minun teettämässä kyselyssä että aikaisemmin teetetyssä asiakastyytyväisyyskyselyssä.

10.3 Henkilökunta

Tämän osion kysymyksien suhteen asiakkaat ovat olleet kaikista kriittisimpiä. Yksi syy siihen on luultavasti se, että henkilökunta on yksi todella suuri osa palvelukokonaisuudesta. Mikäli henkilökunta ei osaa asiansa eikä ole palvelualtis, asiakkaan ravintolavierailu voi olla ikävä kokemus, vaikka ruoka olisikin hyvää. Kuitenkin tuloksia tarkasteltaessa huomaa, että asiakkaat ovat suhteellisen tyytyväisiä ravintolan henkilökuntaan. Suurin epätietoisuus kohdistuu mahdollisten valitustilanteiden hoitoon. Tämä on saanut huonoimman arvosanan koska valitustilanteita on tullut hyvin vähän, eivätkä asiakkaat silloin tiedä, miten kyseinen tilanne hoituisi. Tämän huomaa sekä uuden että vanhemman kyselyn tuloksissa. Toinen kohta joka sai hieman huonomman tuloksen, oli väittämä ”osaako henkilökunta tehdä suosituksia?”. Tähän suurin osa vastasi ”ei osaa sanoa” uudessa kyselyssä, sillä kovinkaan moni ei kysynyt suosituksia henkilökunnalta. Samankaltainen tulos oli myös saatu vuonna 2003 tehdyssä kyselyssä.

Muuten asiakkaat olivat henkilökuntaan tyytyväisiä. Yksi tärkeimmistä väittämistä ”henkilökunta huomasi teidät nopeasti ja tervehti teitä” sai hyvän vastaustuloksen, 73 vastaajasta 43 oli vastannut tähän olevansa täysin samaa mieltä väittämän kanssa. Vanhemmassa kyselyssä vastaus oli samankaltainen, keskiarvo väittämästä oli 4,21 kun 5 oli korkein arvosana. Voisi melkein väittää, että tässä on tapahtunut jopa pientä parannusta. Muutkin henkilökuntaan liittyvät väittämät saivat hyvän arvosanan.

10.4 Ruokalista ja ruoka

Ravintolan ruokalistaan ja ruokaan liittyvissä kysymyksissä on pieniä eroavaisuuksia. Vanhemmassa asiakastyytyväisyyskyselyssä ei ole lainkaan lounasta koskevia kysymyksiä, kun niitä taas löytyy uudessa kyselyssä. Tämä oli toive ravintolan puolelta, joten lounasta koskevia kysymyksiä lisättiin kaksi kappaletta. Näiden kysymysten saatuja vastauksia ei siis voi verrata aikaisempiin tuloksiin.

Tähän osioon kyselystä asiakkailla oli eniten toiveita. Ruokalista on kokonaisuudessaan hyvä molempien kyselyiden tulosten perusteella, mutta pieniä parannuksia voisi tehdä, jotta ruokalista olisi vieläkin houkuttelevampi ja asiakasystävällisempi. Toiveena oli että ruokalista olisi laajempi. Tämä oli myös tullut toiveena aikaisemmin toteutetussa kyselyssä. Tämä on siis asia, jota ravintolan tulisi miettiä. Kokonaisuudessa vastaukset ovat jälleen kerran hyvin samankaltaisia. Kaikissa tämän osion kohdissa löytyy pientä kehityksen varaa, jotta tyytyväisyys olisi vieläkin parempi ruokalistaa kohtaan. Tyytymättömiä asiakkaita eivät kuitenkaan ole. Annoksen ulkonäköön ravintola voisi panostaa hieman enemmän vastausten perusteella. Uuden kyselyn tuloksista 31 asiakasta 73:sta vastasi olevansa jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa, eli parannusta voisi tehdä. Toiveena oli mm. että annoksessa olisi enemmän väriä. Keskiarvo samasta kysymyksestä vanhemmassa kyselyssä oli 4,00 eli hyvä, mutta voisi olla hieman parempi. Voi kuitenkin todeta että, asiakkaat ovat suhteellisen tyytyväisiä myös ruokalistaan ja ruokaan.

10.5 Viinilista ja muu juomavalikoima

Viinilistan ja muihin juomiin liittyvät kysymykset ovat kaikista vaikeimpia vertailla toisiinsa. Ongelmana on että tuoreemmassa asiakastyytyväisyyskyselyssä on käytetty väittämää ”en osaa sanoa” ja tätä väittämää ei ole aikaisemmin luodussa kyselyssä. Tämä merkitsee sitä, että tulokset esitettyihin kysymyksiin ovat paremmat vanhemmassa kyselyssä kuin uudemmassa. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että asiakkaat olisivat tyytymättömiä ravintolan tarjoamiin juomiin, vaan että suurin osa asiakkaista kysyy suoraan juomasuosituksista tai pyytää automaattisesti lasillista talon viiniä, vilkaisuun mitään kaikkea olisi tarjolla. Jos siis vastauksia vertailisi suoraan, asiakkaiden tyytyväisyys viinilistaan olisi mennyt huonompaan suuntaan. Asia ei kuitenkaan ole näin, vaan moni jättää vilkaisuun viinilistaa ja muuta juomavalikoimaa ja kysyy suoraan tarjoilijalta suosituksen. Eli tyytyväisyys on pysynyt jälleen kerran samoissa lukemissa.

10.6 Baari

Baariin liittyvissä kysymyksissä vastauksia on saatu vähemmän kuin muihin kysymyksiin. Yksi syy on se että, lomakkeita ei jaettu erikseen baarissa, vaan ainoastaan ruokaileville asiakkaille. Eli mikäli asiakas ei ennen ruokailua vierailut baarissa, tähän osioon ei voinut oikein vastata.

Saaduista vastauksista voi kuitenkin päätellä, että asiakkaat ovat tyytyväisiä baarin puolella saamaansa palveluun sekä baarin tarjoamaan juomavalikoimaan. Vastausten perusteella asiakkaat ovat todella tyytyväisiä saamansa palveluun ja baariin on helppo tulla asiakkaaksi. Tämä tyytyväisyystaso on pysynyt samana vanhan ja uuden tyytyväisyyskyselyiden välissä. Baarin drinkkilistaan ravintola voisi panostaa hieman enemmän. Tämäkin on kuitenkin asia, jota on ravintolassa kehitetty paljon myös asiakastyytyväisyyskyselyn jälkeen ja mikäli nyt kysyttäisiin samaa uudestaan, vastaus voisi olla vieläkin parempi. Suurin osa baarin asiakkaista kuitenkin juo oluita tai viiniä, eli drinkkilista ei ole kaikista tärkein elementti Raffaello Cafén baarissa.

10.7 Ravintolan yleisarvosana

Ravintolan yleisarvosana on pysynyt samana. Yleisarvosanaksi ravintolalle on annettu ”hyvä”. Tästä voi siis päätellä, että asiakkaat ovat tyytyväisiä palvelukokonaisuuteen mutta pientä parannusta voisi tehdä, jotta palvelusta tulisi kiitettävä. Parasta arvosanaa on hyvin vaikea saada, sillä ihmisillä on niin erilainen maku, että kaikkien asiakkaiden toiveita ja tarpeita on mahdotonta toteuttaa. Kuitenkin ravintola voi minusta olla ylpeä saamastaan yleisarvosanasta.

11 TERVEISET RAVINTOLALLE

Kyselylomakkeen loppuosaan oli asiakkaille mahdollisuus kertoa terveisensä ravintolalle. Alla on lueteltu hieman asiakkaiden terveisistä.

- Vuohenjuustosalaatti ei oikein hyvä, ranskanleipä pilasi sen.
- Pasta pöytään tuodessa viileää, kala mauton ja annoksessa liian vähän artisokkaa.
- Hyvä paikka/sijainti. Hyvää palvelua, mutta kesti aika kauan ennen kuin kukaan tuli ottamaan tilausta vastaan. Voisi olla taustamusiikkia. Tällä paikalla on potentiaalia vaikka mihin.
- Loistava palvelu, ystävällinen henkilökunta.
- Viinilista tylsä ja suppea.
- Enemmän kalavaihtoehtoja.
- Hyvä lounas- ja illallisravintola, mukava aina tulla mutta ruokalistaan saisi tulla enemmän teemoja.
- Lounaslinjastoon sujuvuutta toisi oikea järjestys. Ensin lämminruoka, salaatit ja lopuksi leivät.
- Ruokalista voisi vaihtua. Vuosia täällä käyneenä kaipaisi vaihtelua. Onneksi sesonkien herkut sitä hieman tuovatkin.
- Käyn mielelläni koska ruoka on hyvää. Tarjoilijat ovat ystävällisiä mutta saisivat huomata asiakkaiden tarpeet paremmin.
- Jatkakaa samaan malliin.
- Vesi on lämmintä, tarjoilijan asenne tyly.
- Asiakaspalvelu kokonaisuutena erinomainen.

12 YHTEENVETO

Lopputuloksena voi siis sanoa että, asiakastyytyväisyyskysely on onnistunut suhteellisen hyvin. Vastauksia tuli sopiva määrä kyselyn uskottavuuden kannalta. Vastaukset olivat lähes odotettuja. Arvio oli, että asiakkaat ovat ravintolan tarjoamiin palveluihin suhteellisen tyytyväisiä. Mukavaa kuitenkin oli, että asiakkaat olivat aktiivisia ja antoivat myös kehitysehdotuksia palveluiden parantamiseksi entisestään.

Kriittisiä vastauksia saatiin myös, mikä kertoo sen, että asiakkaat ovat ottaneet aikaa vastatakseni kyselyyn, eivätkä vain vastanneet tuntiessaan sen velvollisuudeksi. Hyvä asia on myös, että ravintola on puolestaan osoittanut aidosti kiinnostustaan saatuja vastauksia ja kehitysideoita kohtaan ja toteuttaneet osan saaduista kehitysehdotuksista. Tämä on myös todistanut asiakkaille sen että, heidät otetaan vakavasti. Lisäksi uusi asiakastyytyväisyyskysely on vireillä ja se tullaan toteuttamaan lähiaikoina.

