

Opinnäytetyö (AMK)  
Myyntityön koulutusohjelma  
Myynnin johtaminen  
2013

Julia Marjamäki

# LKV-TUTKINNON MERKITYS LAATUUN KIINTEISTÖNVÄLITYSALALLA



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Myyntityön koulutusohjelma | Myynnin johtaminen

2013 | 38

Jukka Rantala

Julia Marjamäki

## LKV-TUTKINNON MERKITYS LAATUUN KIINTEISTÖNVÄLITYSALALLA

Vuonna 2013 astuneen lakiuudistuksen mukaan yli puolella välittäjistä pitää olla LKV-tutkinto vuoteen 2016 mennessä. Kyseinen lakiuudistus oli tullut itse alan aloitteesta, sillä se haluaa nostaa alalietulokynnystä ja parantaa imagoaan. LKV-tutkinnon omaaminen tarkoittaa kykyä lukea ja soveltaa lakikirjaa reklamaatiotilanteissa, joita tulee melko harvoin. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää miten LKV-tutkinto vaikuttaa laatuun kiinteistönvälitysalan myyntityössä. Työssä pohditaan mitä laatu tarkoittaa asiakkaalle välittäjien mielestä. Tavoitteena on selvittää pitkään alalla toimineiden ammattilaisten mielipiteitä lakiuudistuksesta ja siitä onko kyseisen lain asettaminen oikea keino laadun parantamiseen. Tavoitteena on saada aikaiseksi keskustelua alan uudistuksista sekä pohtia uusia keinoja laadun parantamiseen.

Kyseessä on kvalitatiivinen opinnäytetyö. Työssä käytetään myyntiprosessi-, laatu- ja sopimusteorioita. Työssä käytetyt teoriat tukevat hyvin työn kulkua ja osoittavat kuinka tekijän oma kokemus alalla työskentelystä vastaa todellisuutta. Tutkimusosassa käytetään teemahaastattelua. Kaikki haastateltavat ovat samasta kiinteistönvälitysyrityksestä ja ovat olleet alalla suhteellisen pitkään. Kaikki he ovat myös johtotehtävissä. Teemahaastattelu suoritettiin kaikkien läsnä ollessa. Teemahaastattelussa saatiin aikaiseksi avointa pohdintaa alan uudistuksista sekä luotiin uusia käyttökelpoisia ideoita laadun parantamiseen. Asetettu tavoite onnistuttiin toteuttamaan erinomaisesti.

Tekijällä on omaa kokemusta alalta melkein 1,5 vuotta, joten aihe on sekä ajankohtainen että henkilökohtainen. Pohdinnan tulokseksi saatiin se, että pakottavan lain asettaminen, vaikkakin se tuli alan aloitteesta, ei ole oikea keino laadun parantamiseen. Ala kannustaa kouluttautumaan. Mutta nykyuotoiset koulutukset eivät vastaa kiristyvän kilpailun tuomia tarpeita. Olisikin erittäin tärkeää kehittää parempia koulutuksia alalle ja ylläpitää ammattitaitoa esimerkiksi yhtenäisellä laatuajrjestelmällä. Säännöllisen kouluttautumisen ja ammattitaidon ylläpitämisen merkitys laatuun olisi huomattavasti suurempi kuin laki LKV-tutkinnon pakottavuudesta. Jatkotutkimusaiheeksi nousi esille laatumittarin kehittäminen vuodelle 2017, jolloin olisi selkeämmin nähtävissä LKV-tutkinnon merkitys laatuun kiinteistönvälitysalalla.

### ASIASANAT:

Laillistettu kiinteistövälittäjä, kiinteistönvälitys, LKV-tutkinto, asiakkaan kokema laatu, reklamaatio.

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Professional selling | Sales management

2013 | 38

Jukka Rantala

Julia Marjamäki

## THE MEANING OF REALTOR DEGREE IN SIGNIFICANCE OF QUALITY IN REAL ESTATE BUSINESS

The new law reformation which was implemented on the year of 2013 requires over half of the realtors to have the realtor degree by the year of 2016. The particular law reformation was an initiative of the realtor industry itself, because of its will to raise the entry barriers for the industry and to improve its image. Possessing a realtor degree means that you have the ability to read and apply different real estate laws in the case of reclamations, which are rare. The meaning of this thesis is to resolve how realtor degree affects the quality in real estate business. In this thesis it is discussed what realtors think quality means to the customers. The purpose is to find out opinions of realtors who have worked long time in the field about the law reformation and if implementing this particular law is the right way to improve the quality. Also the purpose is to awake conversation about the changes in the field and to discuss new ways to improve quality in real estate business.

This is a qualitative thesis. In this thesis are used selling process-, quality- and contract theories. Theories used in this thesis support the flow of the work and show how authors own experience working in the field is connected to the actual job itself. Theme interview was used in the research part of this thesis to get the needed results. All the interviewees are from the same realtor company and have been in the field relatively long. All of them are also in the lead positions. The theme interview was conducted with everybody being on the scene. An open conversation was accomplished during the theme interview about the changes and new usable ways of improving the quality was created. The set goals were accomplished successfully.

The author of this thesis has one and a half years of experience in real estate business so the subject is current as well as personal. The result was that setting the mandatory law, although the initiative came from the field, isn't the right way to improve the quality. The field encourages realtors to educate themselves, but education in its present form doesn't match the needs of the increasing competition. The importance of developing better schooling to the field and maintaining professionalism has greater meaning to the quality than implementing a mandatory law to have a realtor degree. Creating a quality indicator for the year 2017 arose as a further research topic, because then the results of the realtor degree law would be seen better in terms of how it really effects the quality in real estate business.

### KEYWORDS:

Legalized realtor, real estate business, realtor degree, the customer's experience of quality, reclamation.

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>5</b>
<b>2 MYYNTIPROSESSIN HALLINTA</b>	<b>7</b>
2.1 Valmisteluvaihe	8
2.2 Tarvekartoitus	9
2.3 Myyntineuvottelu	9
2.4 Kaupan päättäminen	9
2.5 Jälkihoito	10
<b>3 LAATU MYYNTITYÖSSÄ</b>	<b>11</b>
3.1 Laadun tekijät	12
3.2 Laatuongelmat	14
3.3 Laadun kehittäminen	15
3.4 Laadun mittaaminen	16
3.4.1 Asiakastyytyväisyys	19
3.4.2 Asiakastyytymättömyys	20
<b>4 SOPIMUSTEN SYNTY</b>	<b>22</b>
4.1 Sopimusneuvottelut	23
4.2 Sopimuksen vastuu palvelussa	24
<b>5 LAADUN MERKITYS KIINTEISTÖNVÄLITYKSESSÄ</b>	<b>25</b>
<b>6 JOHTOPÄÄTÖKSET</b>	<b>36</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>38</b>

## KUVAT

Kuva 1. Koettu kokonaislaatu	13
Kuva 2. Asiakastyytyväisyysmittausprosessi	17

# 1 JOHDANTO

Kiinteistönvälitysalalla on vuoden 2013 aikana tapahtunut monia suuria uudistuksia. Vanhoista asunnoista maksettava varainsiirtovero, joka oli 1,6 %, on noussut 1.3.2013 alkaen kahteen prosenttiin. Suurin muutos on kuitenkin tulossa välitystyötä kokopäiväisesti työkseen tekevien asunnonmyyjien työhön ja ammattipätevyyteen. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia lakimuutoksen mahdollista vaikutusta alan ammattipätevyyden kasvuun ja reklamaatioiden vähenemiseen. Työn tarkoituksena on selvittää, miten jo alalla pitkään toimivat välittäjät suhtautuvat tähän lakiuudistukseen ja miten se vaikuttaa kiinteistönvälitysalan yritysten tarjoamaan palvelun laatuun. Aihetta on vaikea lähteä tutki-  
maan, koska lakiuudistuksen vaikutukset näkyvät vasta vuonna 2016, kun lakiuudistus astuu voimaan.

Suomen hallitus on alan aloitteesta päättänyt ja laki astunut voimaan 1.5.2013 alkaen, että puolella Suomessa kiinteistönvälitysalan yrityksissä työskentelevillä myyntineuvottelijoilla pitää olla LKV-tutkinto (laillistettu kiinteistönvälittäjän ammattitutkinto) 1.1.2016 mennessä. Uudet alalle tulijat joutuvat suorittamaan LKV-kokeen kahden vuoden sisällä aloitusajankohdastaan. Vielä siis riittää, että vain yhdellä on LKV-tutkinto kiinteistönvälitysyrityksessä, mutta uudistuksen myötä alalle pyritään saamaan enemmän LKV-tutkinnon suorittaneita asunnonmyyjiä. Muutoksen oletetaan karsivan alalta pois sellaiset välittäjät, jotka tulevat alalle vain kokeilemaan. Muutoksen taustalla on vahva oletus, että tutkintovaatimuksen seurauksena mahdollisuus virheisiin pienenee ja alan maine paranee. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää parantaako lakiuudistus kiinteistönvälitysalan myynnin laatua vai yrittääkö valtio näin antaa juridisten virheiden käsittelyn kokonaan alan ammattilaisille? Onko myyntiprosessin laatu oletettua heikompi? Miten asiakas kokee laadun kiinteistönvälityksessä?

Sen lisäksi, että aihe on ajankohtainen, aihe on myös erittäin lähellä itseäni, sillä työskentelen myyntineuvottelijana Kiinteistövälitysliike X Oy LKV:n palveluksessa, joten suoritan LKV-kokeen vuonna 2014. Tarkoituksena on selvittää, kuinka suurta luottamusta asiakkaiden keskuudessa LKV-kokeen suorittanut välittäjä nauttii. Alahan on tunnetusti täynnä niin sanottuja kokeilijoita, jotka eivät välttämättä hoida työtään asianmukaisesti, jolloin työnantaja joutuu korvausvastuuseen. Miten laatu tulee näkymään, kun LKV-tutkinnon omaavien välittäjien määrä kasvaa vai onko tavoitteena suojata toimialaa nostamalla alalle tulokynnystä?

Opinnäytetyön tutkimusongelmana on selvittää tärkeimmät seikat, jotka vaikuttavat myynnin tulokseen ja sitä kautta palvelun laatuun. Onko LKV-tutkinnon pakollistaminen ratkaisu laadun parantamiseen ja reklamaatioiden vähentämiseen? Vai olisiko mahdollisesti myyjän pohjakoulutuksen tasolla jotain merkitystä laadun kanssa? Ja pitäisikö tietyn pohjakoulutuksen omaaminen olla yksi alalle pääsykriteereistä? Asiakkaiden kokeman laadun ja alan tarjoaman laadun eroa ei ymmärretä käsitteenä. Asiakkaiden kynnys tehdä reklamaatio palvelun laadusta on laskenut, näin ollen oletuksena on se, että ala kokee laadun olevan heikkoa.

Opinnäytetyön pohjana toimii myynnin laadun teoria, myyntiprosessin vaiheet sekä mittaamisen teoria. Työssä sivutaan hieman sopimusjuriikkaa. Myynnin laatu sekoitetaan osaamiseen, siksi valtion päätös LKV-tutkinnon pakollisuudesta on aiheuttanut paljon keskustelua alalla. LKV-tutkinto mielletään helposti paremmaksi laaduksi. Onko asia todellakin näin? Miksi LKV-tutkinnon merkitys on niin painava asia asiakkaan kokeman laadun ymmärtämisessä?

Työ rajataan koskemaan LKV-tutkinnon mahdollista kiinteistövälitysalan myyntityön laadun parantamista koskeviin mietteisiin. Rajauksen ulkopuolelle jää esimerkiksi kiinteistövälitysliikkeiden palvelujen hinnoittelu ja asiakashankinta.

## 2 MYYNTIPROSESSIN HALLINTA

Vaikka kiinteistönvälitysala on erityismyyntiala, ei se poissulje perusmyyntiprosessin mukaista myyntityötä, jonka tarkoituksena on saada aikaiseksi kaupat. Päinvastoin tämän tyyppisessä tilanteessa myyntiprosessin seuraaminen ja toteuttaminen olisi erityisen suotavaa. Oli myyntiala mikä tahansa, myyntiprosessin jokainen vaihe seuraa myyjää alusta loppuun asti. Kiinteistönvälitysalalla kilpailu myyntitoimeksiannoista toimistojen välillä on raakaa. Pelkkä maine ei enää riitä saamaan sopimusta asiakkaan kanssa. Asiakkaalle on myytävä ajatus siitä, että hän tarvitsee kiinteistönvälityspalvelun tarjoamat hyödyt ja edut. Tässä tilanteessa välittäjä seuraa tarkasti myyntiprosessin mallia, vaikkakin käytännössä itse prosessi ei kestä kauaa, kaikki vaiheet käydään systemaattisesti läpi jotta saataisiin myyntitoimeksianto. Pelkästään oikein käytetyn ja kommunikoidun myyntiprosessin kautta saadaan asiakas uskoutumaan juuri sinulle, vaikkei sinulla välttämättä vielä olisi alalla vaadittavaa LKV-tutkintoa. Prosessi itsessään ohjaa myyjän haluttuun tulokseen eli myyntitoimeksiantoon. (Laine 2008, 21.)

Asunnonvälittäjä myy ihmisten koteja. Kodin katsotaan olevan ihmisen turvapaikka. On luonnollista, että asiakas haluaa parhaan mahdollisen ammattilaisen hoitamaan kotinsa myymisen puolestaan. Jo alkumetreillä välittäjän on onnistuttava luomaan luotettava ja turvallinen mielikuva itsestään ja edustamastaan yrityksestä.

Myyntitapahtuma on monivaiheinen prosessi, jossa kaikkien vaiheiden suorittamisen jälkeen oletetaan johtavan asiakkaan ostopäätökseen. ”Myyntitapahtuman voidaan kokonaisuudessa ajatella käsittävän seuraavat vaiheet: suunnittelu- ja valmisteluvaihe, yhteydenotto, itse myyntineuvottelu, kaupan päättäminen ja jälkihoito.” (Vahvaselkä 2004, 121).

## 2.1 Valmisteluvaihe

Irma Vahvaselkä (2004) toteaa Asiantuntijan myyntitaito -teoksessaan myyntiprosessin kuvauksen alussa valmistautumisen olevan kaiken a ja o. Kaikki alkaa siis hyvästä valmistautumisesta. On hyvä tutustua etukäteen asiakkaaseen. Yleensä tämä ensimmäinen vaihe jää kokonaan tekemättä tai suoritetaan puutteellisesti, jolloin ei saavuteta tehokasta asiakaspalvelua muissakaan myyntiprosessin vaiheissa.

Asiakkaan otettua yhteyttä välittäjään ollessaan oman asunnon myyntiaikeissa, kyselee välittäjä peruskysymykset asiakkaan asunnosta. Tämä vaihe käydään yleensä läpi puhelimitse. Perustietojen selvittäminen ja kirjaaminen on yksi tärkeimmistä askelista jatkoa ajatellen. Asiakkaan antamien tietojen mukaan muodostetaan hinta-arvio asunnosta. (Vahvaselkä 2004, 122.)

Normaalisti myyjä ottaa itse selvää asiakasyrityksen/asiakkaan perustiedot, esimerkiksi tutustumalla asiakasyrityksen nettisivuihin. Mutta koska alan yleinen käytäntö on se, että yksityishenkilönä toimiva asiakas tekee aloitteen soittamalla välittäjälle, korostuu valmisteluvaihe vielä enemmän. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakas on jonkin syyn takia päätenyt valitsemaan sinut kaikkien välittäjien keskuudesta. Oli sitten valinnan peruste se, että olet töissä ”oikeassa” kiinteistönvälitysyrityksessä, joku on suositellut sinua tai omaat paljon kokemusta ja asiantuntemusta alalta, jonka asiakas kokee vaikuttavan saamaansa palvelun laatuun. Käsittelen asiakkaan laadun kokemista ja siihen vaikuttavia tekijöitä jäljempänä. (Vahvaselkä 2004, 122.)

Kaikesta huolimatta, jos valmisteluvaihe suoritetaan huolimattomasti, eikä siihen panosteta ajallisesti riittävästi, sillä ”se määrittää suurilta osin myöhempien kanssakäymisten onnistumisen”. (Leicher 2005, 31-32.)



## 2.2 Tarvekartoitus

Jyväskylän ammattikorkeakoulun opiskelijoiden ja opettajien laatimassa yhteisteoksessa Vuorovaikutus myyntityössä, avaimia myyntityöhön lainataan Alasen ym. selitystä tarvekartoituksen tarkoitukseen: ”Tarvekartoituksen tarkoitus on löytää ratkaisu asiakkaan ongelmaan ja täyttää hänen odotuksensa.”. Myyjä toimii tässä vaiheessa kyselijänä ja kuuntelee asiakasta, jolloin asiakas päätyy luonnollisesti, omien vastaustensa perusteella sopivaan tuotteeseen tai ratkaisuun kokematta sitä tunnetta, että hänelle olisi myyty mitään. (Kalliomaa 2011, 38.)

## 2.3 Myyntineuvottelu

Myyjän tunniessa asiakkaan tilanteen, pystyy hän tarjoamaan oikeaa ratkaisua asiakkaalleen. Taito keskustella erilaisten ihmisten kanssa ja saada heidät vakuuttuneiksi tarjoamastasi tuotteesta tai palvelusta on myyntineuvottelun tärkein päämäärä. Samalla myyjä valmistautuu vastaamaan asiakkaan esittämiin vastaväitteisiin käyttämällä oikeita argumentteja. (Kalliomaa 2011, 38.)

## 2.4 Kaupan päättäminen

Kaupan päättäminen on myyntitilanteen vaikein osa-alue (Pekkarinen ym. 1997, 141). Kaikkien myyntiprosessin vaiheiden systemaattisen läpiviennin voidaan olettaa johtavan asiakkaan ostopäätökseen. Myyjä tarkkailee asiakkaan ostohalukkuutta ja tekee tarpeelliset siirrot kaupan päättämisen eteen. On erilaisia tekniikoita siitä miten kauppa päätetään, joihin tässä opinnäytetyössä ei oteta kantaa.

## 2.5 Jälkihoito

Myyjän päätettyä kaupan, on asiakkaaseen silti oltava yhteydessä. Myyntiprosessin viimeinen vaihe takaa asiakastyytyväisyyden ja luo perustaa tulevaisuudessa kumppanuudelle yritysten välillä. (Pekkarinen 1997, 141.)

Petteri Laine tiivistää hyvin myyntiprosessin vaiheiden tarkoituksen. Jokainen vaihe auttaa myyjää suunnistamaan oikeaan paikkaan. Myyjä kulkee näin koko ajan asiakkaan edellä, muttei liian kaukana. Voidaan sanoa, että myyjä on yhden askeleen asiakasta edellä. Koko myyntiprosessin aikana myyjä mukautuu, tekee askeleita eteen ja taakse, kuuntelee aktiivisesti asiakastaan. Myyjän oma aktiivisuus määrittelee sen, milloin ollaan kulkemassa kaupan päättämistä kohti. (Laine 2008, 67.)

### 3 LAATU MYYNTITYÖSSÄ

”Suomen Standardisoimisliiton määritelmä laadulle on: Laatu on tuotteen tai palvelun kaikki piirteet ja ominaisuudet, joilla tuote tai palvelu täyttää asetetut tai oletetut tarpeet.” (Lehmus & Korkala 1996, 11)

Laatu käsitteenä on muokkautunut rajusti siitä, mitä sen miellettiin olevan ja sisältävän. Nykyään laadukas palvelu korostuu entisestään ja sitä pidetään yhtenä suurimmista kilpailueduista. Laatu ei enää koske pelkästään tuotetta tai palvelua, vaan myös koko sitä prosessia mikä johtaa asiakkaan positiiviseen ostopahtumaan ja sen kokemiseen laatuna. (Lehmus & Korkala 1996, 11.)

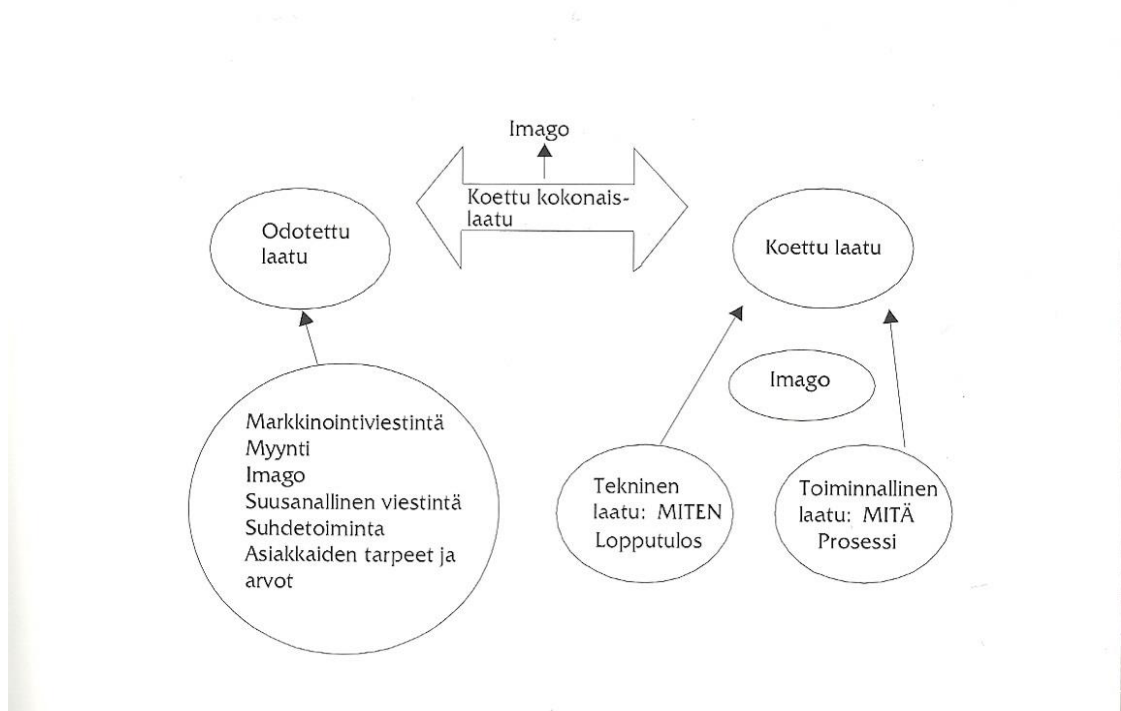
Eri ihmisille laatu tarkoittaa erilaisia asioita. Myös ”Laadun tason määrittää kukin asiakas itse omassa mielessään”. (Lehmus & Korkala 1996, 14) Ei siis ole olemassa yhtä ainoaa oikeata vastausta siihen, minkälaista on laadukas palvelu. Laatua on monenlaista, niin kuin myös asiakkaita. Laadukas palvelu voi koostua monen eri asian yhteensopivuuden paikoilleen loksauttamisesta. Niin kuin toteisin kappaleen alussa, eri ihmiset mieltävät laadukkaan palvelun eri tavoin. Myös vaatimustasot vaihtelevat, siksi laadun kokeminen on erittäin abstrakti tunne. Kaikki on suhteellista, esimerkiksi joillekin ihmisille riittää se, että häntä palvelaan ”liukuhihnaisesti”, toiset taas vaativat yksilöityä ja erittäin henkilökohtaista palvelua. Kaikkia ei voi miellyttää, ja nykyään asiakkaiden kynnys tehdä reklamaatio palvelun laadusta on alentunut. Laadun merkitys korostuu varsinkin erityismyyntialalla, sillä erityismyynti mielletään jo itsessään laaduksi. Siinä on keskitytty johonkin tiettyyn alaan tai toimintaan, ja sitä tuottaakseen tarvitaan asiantuntijuutta. Toinen yleisesti käytetty määritelmä laadulle onkin asiakaskeisempi ja liittyy asiakkaan kokemaan tarpeidensa täyttymiseen ja sitä kautta asiakastytyväisyyteen.

Lehmus ja Korkala miettivät kirjassaan mm. sitä, miten asiakas mittaa laatua. Asiakkaalla on tietyt odotukset siitä, millaista on hyvän laatuinen palvelu. Tyypillisesti hän vertaa odotuksiinsa kokemuksiinsa ja muodostaa näin ollen kokonaiskuvan yrityksestä ja myyjästä. Henkilökohtainen laatu on myyjän omaa työskentelyä yrityksessä, jokainen on vastuussa oman työ laadusta. Johto tarkkailee myyjien laatua ja näin ollen myös koko yrityksen laatua, siitähän muodostuu koko yrityksen tulos. (Lehmus & Korkala 1996, 11.)

### 3.1 Laadun tekijät

Muun muassa aika, nopeus, tarkkuus tulevat esille melkeinpä kaikissa laatua käsittelevissä teoksissa. Palvelutapahtumat ovat subjektiivisesti koettavia prosesseja, näin toteaa Vahvaselkä. On selvää, että laadukkaan palvelun on myös oltava asiakaslähtöistä. Asiakkaan ja yrityksen välille syntyy vuorovaikutustilanne, jonka Vahvaselkä kuvaa kahdella eri ulottuvuudella: tekninen eli lopputulosulottuvuus ja toiminnallinen eli prosessiulottuvuus. Yrityksen tapa toimia ja asiakkaan kokema laatu kulkevat käsi kädessä. (Vahvaselkä 2004).

Myyjän on osattava mukautua asiakkaan tarpeisiin, jotta asiakkaalle tärkeät laadun tekijät täytyisivät. Olivat ne sitten kuinka mahdottomia tahansa toteuttaa, asiakas linkittää itselleen tärkeät arvot saamansa palvelun tasoon. Kun asiakas kokee saavansa myyntiprosessin alusta loppuun saakka laadukasta palvelua, joka vastaa hänen tarpeitaan ja arvojaan, on prosessiulottuvuus eli toiminnallinen laatu ollut hyvää lopputuloksesta huolimatta. Toisaalta kun lopputulos eli tekninen laatu vastaa asiakkaan odotuksia ja itse prosessin ollessa ei niin laadukasta, eivät asiakkaat välttämättä koe saamaansa palvelua laadukkaaksi. Näin ollen ei siis riitä, että vain yksi ulottuvuus täytyisi, jotta asiakas kokisi palvelun olleen laadukasta. Molempien ulottuvuuksien on Vahvaselän mukaan täytyttävä, jotta asiakas kokisi koko palvelun laadukkaana. Seuraavaksi esitetystä kuviosta selviää Grönroosin ajatus asiakkaan kokemasta kokonaislaadusta. (Grönroos 1998, 67.)



Kuva 1. Koettu kokonaislaatu (Grönroos 1998, 67, 102)

Laatuun vaikuttavat kokonaisuudessa monet tekijät. Grönroos on luetellut yleisesti hyväksi ja laadukkaaksi koetun palvelun seitsemän kriteeriä:

- Ammattimaisuus ja taidot (tekninen laatu)
- Asenteet ja käyttäytyminen (toiminnallinen laatu)
- Lähestyttävyyys ja joustavuus (toiminnallinen laatu)
- Luotettavuus (toiminnallinen laatu)
- Palvelun normalisointi (toiminnallinen laatu)
- Palvelumaisema (toiminnallinen ja tekninen laatu)
- Maine ja uskottavuus (imago)

On todettava, että asiakkaat yhdistävät osaamisen ja ammattimaisuuden kokemansa palvelun laatuun. Nämä tekijät kuuluvat tekniseen laatuun eli lopputulos ratkaisee, itse prosessi ei. Vahvaselän näkemys on kuitenkin se, että molempien sekä toiminnallisen että teknisen laadun on oltava tasapainossa keskenään, jotta saavutetaan yrityksen ja asiakkaan tyytyväisyys. Siksi on huomattava, että nykypäivänä reklamaatioiden määrä on kasvanut huomasti. Asiakas kokee, että koettu laatu ei vastaa hänen odotuksiaan. (Vahvaselkä 2004, 84-86.)

### 3.2 Laatuongelmat

Laatuongelmat voivat johtua mielenkiinnon puutteesta. Johdon tarkoituksenaan on tarkkailla koko yrityksen laatua. Lehmuksen ja Korkalan mukaan johto voi aluksi olla liian keskittynyt kehittämään ns. teknistä laatua eli tuotteiden tai palveluiden ominaisuuksia, ja jättää toiminnallisen laadun omaan nojaansa. Tämä heijastuu taas asiakaspalveluun, josta seuraa asiakastyytymättömyyttä ja reklamaatioita. Mahdollinen syy siihen, miksi laadun kehittämiseen ei ole paneuduttu tarpeeksi voi johtua siitä, että markkinoiden kilpailutilanne ei ole ollut tarpeeksi haastava, jotta laatuongelmiin olisi lähdetty hakemaan ratkaisuja. Ratkaisuja aletaan miettiä vasta ongelmien ilmettyä. Vahvaselkä, Lehmus ja Korkala yhtyvät siis ajatukseen siitä, että molempien laadun ulottuvuuksien on täyttyttävä, jotta laadun kokeminen olisi kokonaisvaltainen. (Lehmus & Korkala 1996, 70.)

Yritysten suurin ongelma piilee siinä, ettei ole muodostunut vakiintunutta tapaa siihen, miten laatua parannetaan ja säilytetään. Moni yritys ei edes tiedä, että heillä on laatuongelmia. Lehmus ja Korkala pohtivat monia syitä laatuongelmien ilmenemiseen. Tiedon puute ja haluttomuus tehdä korjausliikkeitä asian eteen vaikuttavat olevan laatuongelmien selvittämisen kompastuskiviä. Nykyään tarvitaan sitoutumista yrityksen johdolta kuin myös myyjiltä, siihen että yrityskulttuuriin saataisiin aikaiseksi standardisoidut laatujärjestelmät. (Lehmus & Korkala 1996, 70.)

### 3.3 Laadun kehittäminen

Kova kilpailu pakottaa yrityksiä kehittämään laatuaan. Erilaiset koulutukset lisäävät henkilöstön osaamista, joka parantaa palvelun toiminnallista laatua. Lehmus ja Korkala antavat vinkkiä siihen, millaisiin kysymyksiin yrityksen on osattava löytää vastauksia, jotta palvelun laatua voitaisiin kehittää oikeaan suuntaan. Tärkeintä on tuntea ketkä ovat asiakkaitamme ja mitä he arvostavat. Sillä jos yrityksen ja asiakkaan arvomaailmat eivät kohtaa, on vaikea jatkaa tuoksellista yhteistyötä. Tämän seurauksena kärsivät molemmat osapuolet, sekä palvelun tarjoava yritys että asiakas. Kun asiakaskunta on tiedossa, seuraava askel on tuntea myytävät tuotteensa/palvelunsa. Tuoteominaisuuksia kehitetään jatkuvasti, jotta erotuttaisiin kilpailijoista. Myös palvelun laadun kehittäminen on erittäin tärkeä kehittämisen kohde, jos yritys mieli erottautua edukseen. Siksi Lehmus ja Korkala ovatkin sitä mieltä, että palvelun tarjoajan on tiedettävä miten he tuottavat ja toimittavat palvelua asiakkailleen. Ei ole yksiselitteistä, että palvelua vain tuotetaan. On osattava hahmottaa palvelun prosessi. Yleisesti juuri palvelun prosessia lähdetään kehittämään ensimmäiseksi, kun kyseessä on laadun parantaminen. Palvelun prosessia voi lähteä kehittämään kehittämällä esimerkiksi joustavampi palvelun toimitus. Ollaan näin alttiimpia asiakaspalvelulle, tehdään ostaminen helpoksi. Kun yrityksen henkilökunnalla on käsitys siitä, mistä heidän toiminnassaan on kyse, saadaan aikaiseksi laadukasta palvelua. (Lehmus & Korkala 1996, 72-73.)

Koko yrityksen on osallistuttava laadun kehittämiseen, ei siis riitä pelkästään se että laadunvalvontaan erikoistunut henkilö ns. laatuspesialisti tekee kehitystyötä. Tällöin laadunkehitys sysätään yhden spesialistin niskaan, eikä yritykselle muodostu yhtenäistä tapaa toimia. Tämä on vaarallista yrityksen laadun kehityksen kannalta, koska tuolloin yrityksen työntekijät ”oppivat toimimaan ikään kuin laatuasiat eivät heille kuuluisikaan, koska yrityksessä on laatuspesialisti”.

Senpä takia kirjoittajat muistuttavatkin yrityksiä kysymään itseltään onko heillä riittävän hyvä tahto hyvään palveluun. (Lehmus & Korkala, 1996, 72-73.)

### 3.4 Laadun mittaaminen

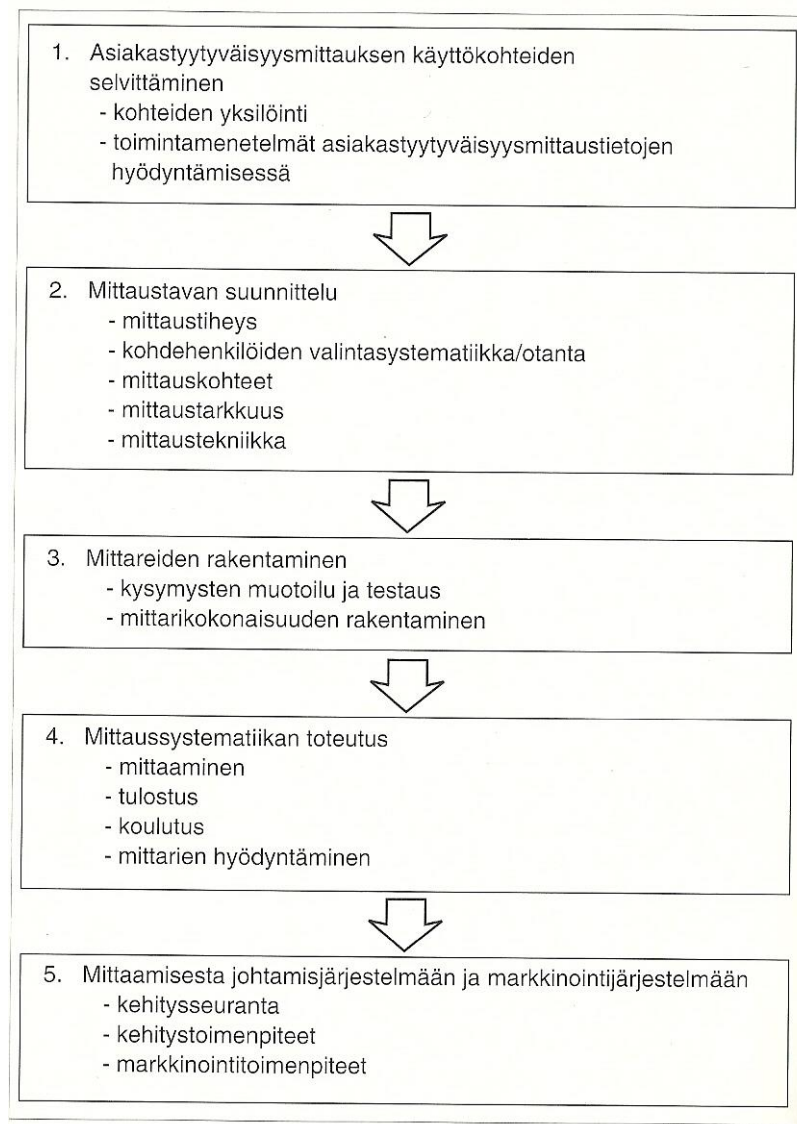
”Asiakas on laadun lopullinen arviomies.” näin kertoo Olli Lecklin kirjassaan Laatu yrityksen menestystekijänä. Asia on juurikin näin. Palvelutyö on tehty asiakkaita varten ja he ovat se ensimmäinen linkki ketjussa, jonka yritys tarvitsee jatkaakseen toimintaansa. Laatua mitataan esimerkiksi asiakastytyväisyyskyselyillä. Oikein käytettyinä yritykset saavat paljon tietoa asiakkaiden kokemasta palvelun laadusta, ja siitä miten yritykset voisivat kehittää laatuaan asiakaslähtöisemmäksi. Nopea reagointi saatuun palautteeseen on elintärkeää mm. asiakastytyväisyyden säilyttämisessä. (Lecklin 2002, 120-121.)

Asiakastytyväisyysmittauksen suunnittelu ja suorittaminen muodostavat tärkeän prosessin. Lecklin jakaa mittaustekniikat kahteen pääryhmään: kvantitatiivisiin ja kvalitatiivisiin menetelmiin. Kvantitatiivisen asiakastytyväisyystutkimuksen järjestämiseen tarvitaan suuri asiakasotanta, jotta päästään luotettaviin ja vertailukelpoisiin tuloksiin. Lecklin luettelee kvantitatiivisen mittaamisen menetelmiksi mm. kirje- ja puhelinkyselyt, palautelomakkeet ja henkilökohtaiset haastattelut. Kvalitatiivisiin menetelmiin hän luettelee haastattelut ja ryhmäkeskustelut. Kaikista edellä mainituista menetelmistä luetettavin on Lecklinin mielestä henkilökohtainen haastattelu, jossa haastatellaan puolueetonta ja tehtävänsä koulutettua alan ammattilaista. Tämä haastattelutapa suo haastattelijalle mahdollisuuden tulla ymmärretyksi heti oikein. Väärinymmärrysten sattuessa, ovat ne helposti korjattavissa. Lecklin myös toteaa, että henkilökohtaisissa haastatteluisissa haastateltavat henkilöt vastaavat kysymyksiin rehellisemmin, mikä taas vaikuttaa positiivisesti laadun mittaamisen tulkitsemiseen. Henkilökohtaisilla haastatteluilla tieto yrityksen laadun tasosta saadaan heti, mikä taas nopeuttaa laadun kehittämisprosessia. (Lecklin 2002, 120-121.)



Palautelomakkeet ja kirjekyselyt ovat myös melko luetettavia, ns. perinteisiä laadun mittaamisen keinoja. Mutta heikkoutena voitaneen Lecklinin mielestä pitää niiden hitautta ja alhaista palautumisprosenttia. Se fakta, että nykyään palautelomakkeita on joka puolella, vaikuttaa siihen, että asiakkaat antavat palautetta vain ääritapauksissa. Palautetta annetaan kun ollaan joko erittäin tyytyväisiä palveluun tai kun ollaan erittäin tyytymättömiä palveluun. Niin sanottu rakentava palaute, joka voisi olla yrityksen laadun kehittämisen kannalta tärkeämpää, ei useinkaan tule tätä kautta yrityksen tietoisuuteen. (Lecklin 2002, 120-121.)

Rope ja Pöllänen kuvaavat asiakasmittausprosessin seuraavanlaiseksi:



Kuva 2 Asiakastyytyväisyysmittausprosessi (Rope, Pöllänen, Asiakastyytyväisyysjohtaminen, 1994)

Käytännössä siis valitsemalla oikean mittausmenetelmän, suunnittelemalla ja toteuttamalla sen yritys saa luotettavaa tietoa laadun tasostaan. Viimeinen eli viides kohta on Lecklinin mukaan tärkeä laadunkehittämisen kannalta. Tämentyyppinen mittausprosessi on Lecklinin mukaan ”kytkettävä kiinteästi yrityksen johtamisjärjestelmään”. (Lecklin 2002, 120.)

Toinen laadun mittaamisen oikeellisuuteen vaikuttava tekijä on mittaustiheys ja valitut mittauskohteet. Jos yrityskulttuuriin ei kuulu säännöllinen asiakastyytyväisyysmittaus, on Lecklinin mukaan syytä aloittaa laaja-alaisemmasta kertatutkimuksesta. Tällaisen laaja-alaisen kertatutkimuksen kautta yritys saa käsityksen niistä osa-alueista, joihin heidän pitää panostaa enemmän. Tehtyään tarpeelliset muutokset, voi suorittaa uuden kyselyn, jossa keskitytään vain niihin aspekteihin, joihin on tehty parannuksia. Näin päästään oikeaan mittausrytmiin ja keskitytään kerralla tiettyihin mittauskohteisiin. (Lecklin 2002, 126-127.)

”Mittauksia voi olla useita erilaisia ja niiden tulisi täydentää toisiaan.” toteaa Lecklin. Käyttämällä erilaisia mittaamisen tapoja, sekä mittaamalla eri kohteita, saa yritys kokonaiskäsityksen siitä, mitä laatu yrityksessä asiakkaiden mielestä on. Myös trendien seuraaminen ja ajantasaiset mittaamistekniikat antavat varmemman kuvan laadusta. (Lecklin 2002, 126-127.)

On olemassa monia laatujärjestelmiä, kuten esimerkiksi maailmanlaajuinen ISO 9000-järjestelmä, joihin yritykset voivat nojautua vertaillessaan omaa laatua maailman standardeihin. Näihin ei tässä opinnäytetyössä paneuduta sen tarkemmin.

### 3.4.1 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyyttä mitataan jatkuvasti, jotta saataisiin tietoa siitä, missä olisi parannettavaa ja missä onnistutaan hyvin. Vahvaselkä toteaa asiakastyytyväisyyden olevan seurausta hyvästä laadusta. Kun asiakas jää tyytyväiseksi saamaansa palveluun, pystymme rakentamaan pitkän ja luotettavan asiakassuhteen. Yrityksen liiketoiminta on riippuvainen tyytyväisistä asiakkaista, koska vain tyytyväinen asiakas on valmis maksamaan riittävän hinnan yrityksen palveluista. Asiakastyytyväisyys muodostuu asiakkaan ja yrityksen välisestä vuorovaikutuksesta. Se, miten asiakas kokee tulleen palvelluksi, on tärkein asiakastyytyväisyyden indikaattori. (Vahvaselkä 2004, 83, Lecklin 2002, 117-118.)

Lehmus ja Korkala luettelevat muutamia tekijöitä, jotka johtavat asiakkaan positiiviseen palvelukokemukseen. Niitä ovat mm. poikkeuksellisen hyvä henkilökohtainen asiakaspalvelu, asiakkaan ongelmatilanteen nopea ja tarpeen mukainen ratkaiseminen ja tietenkin edullisuus suhteessa palvelun laatuun. Näiden tekijöiden on huomattu olleen positiivisia yllätyksiä asiakkaiden kokeman palvelun laadun kokemisessa. Positiivisinta on Lehmuksen ja Korkalan mukaan se, jos asiakkaalle osataan tarjota parempaa ratkaisua ongelmiin, kuin se mitä tämä pyytää. Tällaisella toiminnalla ylitetään asiakkaan odotukset ja aikaan saadaan laadukasta ja asiakaslähtöistä palvelua. ”Tyytymättömyys- ja tyytyväisyystekijät eivät ole toistensa vastakohtia.” (Lehmus & Korkala 1996, 76.) Asiakkailla on odotuksia palvelun laadusta. Lehmus ja Korkala sanovat ettei odotusten täyttyminen ole tyytyväisyyden tuottaja, se on sitä, minkä asiakas odottaa automaattisesti toteutuvan. Kun taas saadessaan parempaa palvelua odotuksiin nähden, ovat asiakkaat positiivisesti yllättyneitä. (Lehmus & Korkala 1996, 75-76.)

Tyytyväiset asiakkaat ovat useimmiten kaikkein sitoutuneimpia asiakkaita, sen pä takia tyytyväiset asiakkaat voivat myös toimia suosittelijoina. Tuolloin asiakkaalle tarjotun palvelun laadun on oltava ollut erinomainen, jotta asiakas uskalltaa laittaa maineensa likoon ja suositella yritystä. Suositteleva kun ei saa rahallista korvausta suosittelustaan vaan laittaa siinä maineensa peliin, on hänellä käy-

tännössä kaikki kortit pelissä. Onnistunut suositus lisää Jorma Sipilän mukaan suosittelijan arvostusta ja luo ostajalle luottamuksen tunnetta. Kun taas epäonnistunut suositus voi horjuttaa suosittelijan arvostelukykä ja osaamista muiden silmissä. Sipilä korostaa, että asiakkaat muodostavat yrityksen markkinointi- ja myyntiosaston. Tässä on asiakastyytyväisyys puhtaimmillaan, sillä suosittelijoita yleensä uskotaan ja näin ollen suosittelijankin asiantuntevuus korostuu positiivisella tavalla. (Sipilä 1998, 173.)

Vahvaselkä lainaa teoksessaan Lehtosen ajatusta siitä, että ”tyytyväinen asiakas on palveluntarjoajan paras mainos, sillä tyytyväinen asiakas kertoo hyvästä palvelukokemuksestaan myös eteenpäin (Lehtonen 1999, 29)”. Siispä, kovalla työllä rakennettu maine ja yrityksen imago ovat kirjoittajien mukaan täysin seurausta tyytyväisten asiakkaiden antamasta palautteesta ja suosituksista, mutta samalla pelataan myös suosittelijan maineella ja arvostelukyvillä. Yritykset voivat käyttää saamiaan suosituksia, asiakkaan luvalla, referensseinä tehdessään uus-asiakashankintaa. (Vahvaselkä 2004, 91-92.)

### 3.4.2 Asiakastytyymättömyys

Asiakastytyväisyyden toinen käänöpuoli on asiakastytyymättömyys, jonka selvittäminen on myös elintärkeää yrityksen toiminnan laadun parantamisessa. Myyjän toiminta ei välttämättä aina takaa asiakkaan tyytyväisyyttä. Erilaiset tilanteet ja erilaiset asiakkaat pakottavat myyjän sopeutumaan. Tyytyymättömät asiakkaat ovat aktiivisemmin esittämässä mielipidettään tai negatiivista kokemustaan verrattuna tyytyväisiin asiakkaisiin. Kynnys tehdä reklamaatio on alentunut, sillä asiakkaat vaativat korkeatasoista palvelua jokaisella toimialalla. Tyytyymättömyystekijöiden painoarvo tuppaa olemaan hieman suurempi, kuin tyytyväisyystekijöiden. Asiakkaat antavat aina palautetta, jopa huomaamattaan. Yrityksellä onkin hyvä olla ”tyytyväisyyspalautteen kuuntelujärjestelmä”, joka mahdollistaa valitustilanteiden oikean käsittelyn ja antaa yritykselle mahdollisuuden parantaa asiakkaan kokeman palvelun laadun. Vahvaselkä sanoo, että valitusti-

lanne tulee nähdä mahdollisuutena tehdä asiakas erittäin tyytyväiseksi saamaansa palveluun. Valitustilanteiden asianmukainen hoitaminen voi parhaassa tapauksessa jopa lujittaa asiakassuhdetta. (Vahvaselkä 2004, 92-93.)

Valitettavasti negatiivisen kokemuksen eteenpäin vieminen on asiakkaille luonnikkaampaa. Senpä takia Lecklin kuvaa heidän olevan riskiryhmä yrityksen kannalta. Tyytymättömillä asiakkailta on tapana jakaa negatiivisia kokemuksia ympärilleen ja näin kylvää epäluottamuksen siemeniä mahdollisille uusille asiakkaille. Tyytyväisyyden parantaminenhan on ainoastaan tyytymättömyystekijöiden minimointia. Joten Lecklinin mukaan tyytyväisyyskyselyissä ei kannata sokeana tuijottaa ainoastaan tyytyväisten osuuteen. Yrityksen laadusta kertoo enemmän tyytymättömien asiakkaiden osuus tyytyväisiin nähden, ns. painotettu indeksi. Tyytymättömyystekijät pitäisi näin tunnistaa ja syyt niihin selvittää jatkotutkimalla. Tyytymättömyyden tekijöitä voivat olla esimerkiksi asiakasvalitusten lukumäärä, hyvitysten osuus, palautusten osuus ja määrä, alennukset huonon laadun perusteella, takuukorjaukset, jälkitoimitukset. (Lecklin 2002, 127.)

Lehmus ja Korkala tiivistävät hyvin ajatuksen asiakastyytyväisyyden mittaamisesta sanomalla, että ”jos emme tiedä minkälaista laatua tällä hetkellä tuotamme, sitä on parasta kysyä asiakkailtamme!” (Lehmus, Korkala, 1996, 73.)

Lundbergin käsitys asiakastyytyväisyydestä kuuluu näin: ”Onnistunut palvelutapahtuma on sellainen, jossa asiakas on palvelun jälkeen tyytyväisempi, kuin hän oli ennen saamaansa palvelua.” (”Palvele, vaikuta, menesty!”, Tom Lundberg, 2002, 11.)

## 4 SOPIMUSTEN SYNTY

Suomessa vallitsee sopimusvapaus. Pertti Virtanen jakaa kirjassaan Markkinoiden ja myy oikein sopimusvapauden kolmeen kategoriaan. Sopimusvapaus merkitsee vapautta päättää, minkälaisen sopimuksen on valmis hyväksymään. Käytännössä siis sopimuksen sisältö päätetään sopijaosapuolten kesken niin, että molemmat ovat yhteisymmärryksessä sopimuksen sisällöstä, kuten esimerkiksi kaupan kohteesta, vastikkeesta sekä luovutus- ja maksuehdoista. Tämä tarkoittaa sitä, että sopijaosapuolet voivat käytännössä sopia keskenään mitä tahansa, mikä ei vahingoita kumpaakaan. Vaikkakin molempien sopijaosapuolten pitää olla yhteisymmärryksessä, on silti sopimuksen muoto vapaa, eli sopimuksen muotovapaus. Sopimus voidaan tehdä, ja on suositeltavaa aina tehdä, kirjallisessa muodossa. Tai vastaavasti suullisessa muodossa, jolloin se on yhtä sitova, kuin kirjallinenkin sopimus. Kolmas sopimusvapauden kohta on sopimuksen tekovapaus eli kuka tahansa oikeustoimikelpoinen voi päättää tekeekö sopimuksen vai ei. Kukaan ei voi pakottaa toista tekemään itselleen epäedullista sopimusta. Sopimuksen syntyminen on kuitenkin erittäin yksinkertainen asia, siinä siis riittää se, että sopijaosapuolet ovat samaa mieltä asioista. (Virtanen 2010, 32-36, 216.)

Sopimusvapauteen kuuluu myös oikeus vapaasti muuttaa sopimusta ennen sen täyttymistä. Molempien osapuolten on kuitenkin oltava edelleen yhteisymmärryksessä keskenään. Jo sovittuja asioita voi siis periaatteessa muuttaa sopimalla uusi sopimus, joka muuttaa aikaisemman sopimuksen ehtoja. Vapauksista on kuitenkin olemassa rajoituksia. On tiettyjä aloja, kuten kiinteistönvälitysala, jossa on käytettävä tietyn muotoista sopimusta. Sopimusvapaus koskee myös sopimuksen seurauksia. Sopimusrikkomuksista voidaan sopia jälkikäteen, kuitenkin sopimuksen voimassaoloajan puitteissa. (Virtanen 2010, 36.)

#### 4.1 Sopimusneuvottelut

”Tarjous ja vastaus sitovat tekijöitään.” Tarjouksen tekijä ei voi perua tekemäänsä tarjousta myyjän hyväksytyä sen, vain sen perusteella, että on todennut sen olevan itselleen epäedullinen. Myöskään myyjä ei voi perua jo hyväksyvänsä tarjousta vedoten epäedullisuuteen. Sopimuksesta irrottautuminen on sopimusrikkomus ja vastapuoli on oikeutettu korvaukseen, jos sopimusta ei synny lainkaan. Tällaisia tilanteita varten olisi sopimustekohetkellä hyvä sopia mahdollisista sopimussakoista. (Virtanen 2010, 220-221.)

Joskus joudutaan käymään sopimusneuvotteluja osapuolten kesken. Tarkoituksena on löytää molemmille osapuolille sopiva ratkaisu sekä yksimielisyys sopimuksen sisällöstä. Ostaja (tarjouksen tekijä) tekee tarjouksen, johon hän odottaa vastausta tarjouksen vastaanottajalta. Tarjoukseen vastaajan poikkeavaa vastausta alkuperäiseen tarjoukseen pidetään vastatarjouksena eli toisin sanoen uutena tarjouksena. Jos tarjouksen tekijä hyväksyy uuden tarjouksen, vastatarjouksen, syntyy kauppa. Alkuperäisen tarjouksen tekijä voi myös antaa uuden tarjouksen, jota pidetään vastaavasti vastatarjouksena esitettyyn alkuperäisen tarjouksen vastatarjoukseen (eli kyseessä tavallaan vasta-vastatarjous). Tämän tyyppistä neuvottelua käydään siihen asti, kunnes molemmat sopijaosapuolet ovat tyytyväisiä tarjouksen sisältöön. Kyseessä on siis sopimusneuvottelu. Tarkkoja sopimusneuvotteluja käydään tyypillisesti silloin, kun kyse on erityäin merkittävästä, arvokkaasta tai pitkäkestoisesta hankinnasta. Sopimusneuvotteluissa voidaan sopia periaatteessa mitä vain, kunhan molemmat osapuolet sen hyväksyvät (sopimusvapaus). Sopimusneuvotteluja voidaan käydä myös ennen varsinaisen tarjouksen tekemistä. Tällöin osapuolet selvittävät yhdessä kaikki ne ehdot, joiden perusteella kauppa syntyy. Sen jälkeen laaditaan yksi ainut sopimus, jonka molemmat hyväksyvät. (Virtanen 2010, 222-223.)

## 4.2 Sopimuksen vastuu palvelussa

Palvelua ei ole lainsäädännössä määritelty. Kuluttajasuojalaissa palvelun todetaan olevan työ tai muu suoritus. ”Yksinkertaisin palvelun määrittämistapa on todeta palvelua olevan kaiken muun kuin irtaimen tai kiinteän omaisuuden kaupan.” Palvelun tunnistaa siis siitä, että pääosassa on palvelun tarjoajan tai hänen henkilökuntansa tekemä työ. Palvelun suorittamiseen voi myös liittyä irtaimen tai kiinteän kauppaa. Virtanen toteaa, että mitä läheisemmin suoritukset liittyvät toisiinsa sitä todennäköisemmin tilannetta pidettäisiin yhtenä sopimuksena. (Virtanen 2010, 31.)

On siis myös hankala määrittää, milloin palvelussa on virhe ja milloin sopimuksen tekohetkellä sattunut väärinkäsitys. Palvelu ei aina vastaa asiakkaan odotuksia, mutta tarkoituksena on kuitenkin se, että palvelun tulee sisällöltään, suoritustavaltaan ja tulokseltaan vastata sovittua. Palvelun laadun tai muiden suoritustapojen arvioimisessa ei ole olemassa mitään standardeja. Kun arvioidaan sopimuksen mukaisuutta/vastaisuutta tehtyyn palveluun, peilataan niitä yleensä sovittuihin ehtoihin. Jos nämä poikkeavat huomattavasti sovitusta, voidaan olettaa tapahtuneen virheen. KSL 8:12§:ssa on asetettu yleinen vaatimustaso virheettömälle palvelulle: ”Palvelus on suoritettava ammattitaitoisesti ja huolellisesti sekä ottaen huomioon tilaajan edut.” Käytännössä siis ei saa tehdä mitään, mikä voisi vahingoittaa asiakasta tai tehdä mitään ylimääräistä, mistä ei ole sovittu etukäteen. Palveluntarjoajalla on vastuu palvelun ammattitaitoisuudesta. Tämä tarkoittaa mm. kaikkien ostopäätökseen vaikuttavien tietojen julkittuomista. Virheeksi luokitellaan siis jos palvelun tarjoaja ei ole antanut riittäviä tietoja palvelun sisällöstä, ja mahdollisesti jopa aiheuttanut tällä vahinkoa toimeksiantajalle. Virheiltä vältytään täyttämällä sopimus oikein. (Virtanen 2010, 256-259.)



## 5 LAADUN MERKITYS KIINTEISTÖNVÄLITYKSESSÄ

Haastattelin alalla pitkään toiminutta, nykyisin Kiinteistönvälitysliike X Oy LKV:n toimitusjohtajana toimivaa välittäjää, hänen ajatuksistaan lakiuudistuksesta, jonka mukaan vuoteen 2016 mennessä yli puolella välittäjistä tulisi olla LKV-pätevyys. Haastattelun tyyli oli avoin teemahaastattelu, jolloin vastaajan oli helppompaa kertoa ajatuksiaan avoimemmin ja minun myös helppo osallistua keskusteluun rakentavasti. Pohdimme yhdessä, onko LKV-tutkinto se oikea ratkaisu alan laadun parantamiselle. Esille nousi ajatuksia mm. siitä, mikä voisi olla parempi keino mitata osaamista alalla, muu kuin LKV-kokeen suorittaminen. Peruspätevyys alalle pitäisi osoittaa muulla tavalla kuin pakollisella LKV-kokeella. Haastattelussa todettiin, että on hyvä että alalle asetetaan pätevyysvaatimuksia, mutta LKV-tutkinnon pakollistaminen ei ole välttämättä se oikea keino. Haastattelun edetessä syntyi ajatuksia paremmista keinoista osoittaa ammattipätevyyttä alalla. Niitä olisivat esimerkiksi oikean pohjakoulutuksen vaatiminen. Myyntikoulutustaustasta voisi olla tällä erityismyyntialalla paljon enemmän hyötyä kuin pakottamalla välittäjiä suorittamaan LKV-koe. Toimitusjohtaja huomautti, että alalta on jäämässä paljon välittäjiä pois luonnollisen poistuman takia. Asuntomarkkinat pysyvät kuitenkin samana. Sama määrä asuntoja pitäisi nyt myydä pienemmällä määrällä tekijöitä kärsimättä laadusta.

Myyntityö kiinteistönvälitysalalla eroaa melko lailla perusmyyntityöstä. Välittäjät joutuvat ”myymään” omaa persoonaansa ja edustamansa yrityksen palvelua asunnon myymistä harkitseville asiakkaille päivittäin. Joka päivä on kuin kävisi uudessa työpaikkahaastattelussa. Välittäjän pitää olla koko ajan valppaana saadakseen myyntitoimeksiantoja. Myyntitoimeksiannon saamiseen eli sopimuksen tekemiseen asiakkaan kanssa liittyy monien asioiden hallitsemista samanaikaisesti. Perusmyyntiprosessi pitää luonnollisesti hallita aukottomasti, sillä välittäjä joutuu jatkuvasti esiintymään ja myymään sekä itseään että edustamansa asiakkaan kotia mahdollisille ostajille. Välittäjän työ on tulospohjaista työtä, ainoastaan tuloksesta maksetaan palkkaa. Itse työ, joka johtaa tulokseen, ei kerrytä palkkatuloa välittäjälle.

Motivaatio palvella asiakasta hyvin pitää olla korkealla, sillä toimeksiantaja voi toimia myös suosittelijana. Tämän kautta saadaan asiakasvirrat auki ja toimeksiantojen määrää kasvatettua. Tyytyväinen asiakas on välittäjän työn kultakimpale, jonka kautta voi parhaassa tapauksessa tulla moniakkin uusia toimeksiantoja. Toisaalta tyytymätön asiakas kertoo kokemuksistaan eteenpäin jopa ahkerammin kuin tyytyväinen asiakas, jolloin välittäjän ja yrityksen maine voivat olla vaakalaudalla. Voidaan siis todeta välittäjän työn olevan erittäin yrittäjähenkistä ja itsenäistä. Tulos on itsestä kiinni. Jos on valmis panostamaan työhön saadakseen tulosta, voi olla varma että asiakkaat jäävät tyytyväisiksi.

Kokemukseni perusteella välittäjän työssä ensivaikutelma luodaan kaksi kertaa; ensimmäisen kerran puhelinkeskusteluvaiheessa, toisen kerran asiakaskäynnillä. Vielä tässä vaiheessa välittäjän tausta ei korostu niin merkittävästi kuin silloin, kun asiakas on valmis tekemään myyntitoimeksiantoa. Tutkimuksen edessä pohditaankin, että ilmeneekö asiakkaan luottamus välittäjään tämän osaamisen vai LKV-tutkinnon tuoman varmuuden myötä. Vastaukset alussa asetettuihin kysymyksiin saadaan syvähaastattelemalla Kiinteistönvälitysliike X Oy LKV:n toimitusjohtaja A:ta.

Toimitusjohtaja A painottaa heti alkuun, että asiakkaan luottamusta lähdetään rakentamaan heti ensimmäisestä keskustelusta lähtien. Myyntiprosessin ensimmäisessä vaiheessa eli valmisteluvaiheessa välittäjä on saanut liidin ja ottaa yhteyttä asiakkaaseen puhelimitse. Puhelinkeskustelun aikana välittäjä selvittää perustiedot asunnosta; sijainnin, koon, kunnon, taloyhtiön tilan jne., jotta välittäjä pystyisi antamaan mahdollisimman tarkan ja markkinoita vastaavan hintarvion asiakkaan asunnosta. Lisäksi välittäjä tutustuu näin myös mahdolliseen toimeksiantajaansa. Vielä tässä vaiheessa välittäjän ei tarvitse myydä edustamansa yrityksen palvelua. Toimitusjohtaja A:n sanat pitävät paikkaansa, sillä on tullut huomattua oman kokemuksen kautta jos jo puhelinkeskusteluvaiheessa rupeaa tuputtamaan palvelua asiakkaalle, voi olla varma, ettei jatkossa sopimusta synny. Alussa täytyy tutustua asiakkaan tärkeimpään ja kalleimpaan omaisuuteen, kotiin.

Seuraava vaihe onkin sopia asiakaskäynti. Asiakaskäynnin ns. kotikäynnin tarkoituksena on nähdä asunto omin silmin, jotta hintahaarukka asetuisi kohdalleen ja asunnosta saadaan paras mahdollinen hinta. Välittäjä selvittää käynnillä myös asiakkaan syyn asuntonsa myyntiin. Kaikki tapaukset ovat erilaisia, ei voi olettaa syiden olevan samoja kaikilla asiakkailla. Hyvä välittäjä selvittää tarvekartoituksessa myös asiakkaan tarpeet uudesta asunnosta. Tarpeet muuttuvat kun elämäntilanteet muuttuvat. Syyt asunnon vaihtoon voivat liittyä esimerkiksi kokoon tai sijaintiin. Voi olla mahdollista, että sinulla tai kollegoillasi on juuri asiakkaasi etsimä unelma-asunto myynnissä. Yhdessä välittäjän kanssa pyritään siis löytämään asiakkaan ongelmalle paras mahdollinen ratkaisu myymättä vielä yhtään mitään.

Luottamusside asiakkaan ja välittäjän välillä syntyy inhimillisten tunteiden kautta, sillä ei periaatteessa ole mitään tekemistä välittäjän teknisen osaamisen kanssa. Välittäjän kuuluu olla hyvä ihmistuntija ja osattava olla empaattinen. Niin kuin on aiemmin mainittu, myydään asiakkaan kotia, joka on ihmisen turvapaikka. Ihan kaikkia ei päästetä näin lähelle itseään. Kun tarpeet ja toiveet on selvitetty, alkaa palvelun myyminen.

Asiakkaalle kerrotaan palvelun sisältö ja hinta. Toimitusjohtajan sanojen mukaan kiinteistönvälitysliikkeen palvelua ei varsinaisesti pysty kustomoimaan. Tarjottava palvelu on aina sama, asiakas sitoutuu maksamaan välittäjälle välityspalkkion asuntonsa myymisestä. Välittäjän työhön kuuluu kertoa asiakkaalle mitä palveluun kuuluu. Yleensä, yrityksestä riippumatta, välityspalveluun kuuluu asunnon markkinointi siihen tarkoitetuissa medioissa, asuntoesittelyiden pitäminen, tarjousneuvottelut sekä kauppakirjan tekeminen ja kauppojen allekirjoittaminen pankissa.

Toimeksiantosopimus syntyy kuin itsestään kun asiakas luottaa välittäjään. Asiakkaan omat arvot ja odotukset ovat tällaisessa tilanteessa kohdanneet välittäjän arvomaailman. Parhaassa tapauksessa välittäjä on onnistunut jopa ylittämään asiakkaan odotukset ja olettamukset välittäjistä. Näinpä myyntiprosessin vaihe kaupan päättäminen, on välittäjän kannalta se tärkein vaihe. Kun myyntisopimus asiakkaan kanssa on tehty, alkaa aktiivinen myyntityö ulospäin mah-

dollisille ostajille. Olet onnistunut myymään itsesi persoonana ja välittäjänä, sekä ratkaisemaan asiakkaan ongelman tarjoamalla yrityksesi välityspalvelua. Jo siis perusmyyntiprosessin hallitsemisella pääsee alkuun alalla, jonka asiakkaat mieltävät herkästi oman kokemuksen perusteella joko hyväksi tai huonoksi palveluksi.

Kiinteistönvälitysala on siitä mielenkiintoinen, että myyntiprosessia joudutaan käyttämään myös ostavien asiakkaiden löytämiseksi. Ei riitä siis se, että myyt palvelun toimeksiantajillesi noudattamalla myyntiprosessin eri vaiheita, vaan myyt systemaattisesti myös ostajalle ajatuksen uuden asunnon hankkimisesta. Myyntiprosessin vaiheet tulevat taas käyttöön myydessä asuntoa potentiaalisille ostajille. Tässäkin asiakassuhteessa (ostaja-välittäjä) on luottamuksen oltava kunnossa.

Asiakkaat olettavat välittäjien olevan kaikkietäviä ja -osaavia monialantaitajia, jolloin helposti saatetaan tämän vääristyneen käsityksen turvin vaatia välittäjiltä jotain sellaista, mikä ei kuulu heidän työhönsä. Olimme samaa mieltä toimitusjohtaja A:n kanssa siitä, että alalla on paljon kokeilijoita, joiden käsitys välitysalasta ei vastaa todellisuutta. Helposti tällaiset välittäjät aiheuttavat tietämättömyydellään ja välinpitämättömyydellään vahinkoa toimeksiantajalleen ja näin myös koko alalle. Puhumattakaan yksityisasiakkaiden, joiden koteja he yrittävät myydä, odotusten alittamisesta. Tämän takia myös asiakkaat helposti olettavat kaikkien välittäjien hoitavan työnsä epäammattimaisesti tai yrittäen huijata asiakasta, vaikka todellisuudessa virheiden syy voi olla tietämättömyys.

Välittäjä kantaa paljon vastuuta työssään. On olemassa laki hyvästä välitystavasta, joka sanelee yhteiset pelisäännöt kaikille välittäjille. Tutustumalla niihin ja toimimalla näiden säännösten mukaan pitäisi toiminnallisen laadun tuottaminen asiakkaalle olla helppoa lopputuloksesta riippumatta, puhuu toimitusjohtaja A kokemuksella. Välittäjällä on erityinen selonotto- ja selonantovelvollisuus. Tämä tarkoittaa sitä, että jos välittäjällä on syytä epäillä toimeksiantajan antamia tietoja puutteellisiksi tai kokonaan vääriksi, on hänen selvitettävä tiedon oikeellisuus esimerkiksi isännöitsijäntoimistosta. Toimeksiantosopimuksen selostusosan tarkoituksena on selostaa kaikki asuntoon liittyvät asiat, kuten puutteet ja viat,

suoritetut korjaukset ja asunnon kunto. Toimeksiantosopimus täytetään yhdessä asiakkaan kanssa ja hän allekirjoittaa sen, todentaen näin kertoneensa kaikki mahdolliset tiedot asunnosta. Selostusosan perusteella välittäjä tekee ilmoituksen myytävästä asunnosta Internetiin. Jokaisella välitysliikkeellä on omat toimeksiantosopimus pohjansa eli ns. vakiokaavakkeet, jotka täytetään systemaattisesti.

Hyvän välitystavan mukaan sopimuksesta on löydyttävä tietyt oleelliset asiat, kuten toimeksiantajan yhteystiedot ja kohteen tiedot, sekä välityspalvelun hinta. Tämä on yksi laadun tekijä kiinteistönvälitysalalla. Toimitusjohtaja myös täsmentää, että yhtenäiset sopimus pohjat ja niiden oikeaoppinen täyttäminen asiakkaan kanssa ovat osa välittäjän työtä. Ennen kaikkea sopimusten tarkoituksena on suojata asiakas, näin ollen siis myös taata toiminnallinen laatu asiakkaalle. Toimeksiantosopimus pohja auttaa välittäjää olemaan asiakaslähtöisempi. Välittäjällä on myös velvollisuus täytäntöönpanna toimeksiantosopimus välittömästi, mikä tarkoittaa sitä, että ilmoituksen on löydyttävä sovitusta medioista kohtuullisen ajan kuluessa. Turha vetkuttelu ei ole toimeksiantajan edun mukaista ja lyhentää markkinointiaikaa ja potentiaalisen ostajaehdokkaan löytymisen todennäköisyyttä. Nopea palvelu on yksi palvelun laadun tekijöistä myös kiinteistönvälitysalalla.

Luottamussuhde asiakkaaseen luodaan siis jo alussa. Asiakas helposti olettaa luottamuksen olevan sama asia kuin osaaminen. Usein kuulee toimeksiantokäynnillä, varsinkin vanhemmilta asiakkailta, lausahduksen: ”Kyllä minä luotan siihen, että sinä osaat hommasi.”. Osaaminen mielletään toimitusjohtaja A:n mukaan usein välittäjän edustaman toimiston kautta. Jos välittäjä on suuren ja tunnetun välitysliikkeen edustaja, saatetaan itse välittäjäkin tuotteistaa yhdeksi osaksi suurempaa koneistoa, joka hoitaa asunnon välittämisen rutiininomaisesti. Totuus on kuitenkin se, että asiakkaalle on tärkeämpää asiakkaan itse kokeema laatu, kuin se, mitä yritystä välittäjä edustaa.

Toimitusjohtaja A yhtyy ajatukseen, että laatu tulee muustakin osaamisesta. Pätevyys ja osaaminen helposti yhdistetään laatuun. Pätevyys koskee juridista osaa kiinteistönvälityksessä. Kiinteistönvälitysalalla laatu tarkoittaa monelle sitä,

että omaa laillistetun kiinteistönvälittäjän tutkinnon eli LKV-tutkinnon. Tekeekö LKV-tutkinnon omaaminen välittäjästä ammattimaisen? Asiakkaalle ammattimaisuus on paljon muuta kuin lakikirjan lukemista ja soveltamista. Asiakkaalle tärkeämpää on kiinteistönvälittäjän tuoma hyöty eli toisin sanoen se, että välittäjä onnistuu myymään asunnon sovituissa ajassa, sovituin ehdoin ja mahdollisesti jopa korkeampaan hintaan kuin asiakas on sen itse ostanut. Asiakas odottaa lopputuloksen olevan asuntonsa myyminen.

Kokemukseni mukaan myyntiprosessin kulun sujuvuus on asiakkaan kokeman laadun kannalta tärkeämmässä asemassa kuin lakipykälien ulkoa muistaminen. Voidaan kuitenkin huomauttaa, että lopputulos eli asunnon myyminen ylikatsoo joissain tapauksissa asiakkaan kokeman palvelun laadun. Kiinteistönvälityksessä jokainen tapaus on erilainen. Välillä niin sanotuissa helpoissa kohteissa saattaa tulla enemmän virheitä kuin vaikeissa kohteissa. Prosessi voi olla vaivalloinen välittäjästä riippumattomista syistä, esimerkiksi perikunta asiakkaana. Tässä kohtaa toimitusjohtaja A huomauttaakin, että jos kuitenkin yrityskulttuuriin kuuluu, että tapaus kuin tapaus hoidetaan ammattimaisesti ja asiakaslähtöisesti, ei suurille virheille tule edes mahdollisuutta.

Asiakas on laadun pahin kritisoija ja lopullinen arvosanan antaja. Koen, että yrityksen maine riippuu siis pitkälti asiakkaiden kokemasta palvelusta, eikä välittäjän tutkinnosta. Asiakkaiden tietoisuus alan maineesta on pakottanut itse välittäjiä tiedostamaan laadun vaikutuksen vallitsevaan kilpailutilanteeseen. Onko mahdollista, että alan aloite LKV-tutkinnon pakollistamisesta tehdään pelkäämään asiakkaita varten? Toimitusjohtaja A sanoo, että ala tiedostaa kovan kilpailun ja haluaa lakiuudistuksen myötä myös rajoittaa kilpailua tulella asiakaslähtöisemmäksi.

Asiakastyytyväisyys on jokaisen palvelualan kulmakivi, jota pyritään parantamaan suorittamalla asiakastyytyväisyyskyselyjä. Välittäjälle paras palaute asiakkaalta on se, kun tämä kertoo suosittlevansa sinua välittäjänä tutuilleen. Minulla ei tällä hetkellä vielä ole LKV-tutkintoa, mutta ei se ole kyllä vaikuttanut minun toimeksiantojeni saantiin millään tavalla. Ensivaikutelma välittäjästä sekä kuinka hyvin olet valmistautunut toimeksiantokäynnille, ovat olleet niitä syitä,

joilla minä olen toimeksiantoja tehnyt. LKV-tutkinto mittaa välittäjän taitoa lukea lakikirjaa, sillä ei ole mitään tekemistä hyvien kauppojen kanssa, kertoo toimitusjohtaja A. Eikä se myöskään paranna kaupantekoa. LKV-tutkinto parantaa sopimusehtojen lainopillista ymmärrystä. Asuntokaupoissa tapahtuvat virheet ovat yleisesti sopimusten juridisia muotovirheitä. Muotovirheiksi luokitellaan esimerkiksi väärä ehto tai tietyn ehdon puuttuminen, tai inhimilliset väärinkäsitkset ja ymmärryksen puute. LKV-tutkinnon omaaminen auttaa välittäjää selvittämään oikeat lakipykälät virheen sattuessa. LKV-tutkinto opettaa välittäjälle juridisten ongelmien ratkaisukykyä, painottaa toimitusjohtaja A.

Toimitusjohtaja A kertoo, että tällä hetkellä ala koostuu suurimmaksi osaksi ikääntyvästä välittäjä sukupolvesta, joiden käsitys alan uudistamisesta on hie man vanhanaikainen ja jäykkä. Näin ollen alalla toimijoilta on tullut ehdotus, jonka mukaan vuoteen 2016 mennessä puolella välittäjistä pitäisi olla LKV-tutkinto. Uuden sukupolven välittäjillä on edessään suuri urakka muuttaa asiakkaiden käsitystä välitysalasta. Tällä hetkellä ala olettaa vahvasti, että myyntiprosessin laatu on heikko. Tämä ei toimitusjohtajan sanojen mukaan näy reklamaatioiden määrässä mitenkään. Reklamaatioiden määrä on pysynyt samana, eikä se ole toimitusjohtaja A:n mukaan koskaan ollut alan kompastuskivi. Toimitusjohtajan tiedon mukaan valtio olettaa valitusten määrän kasvaneen kiinteistönvälitysalalla johtuen prosessin heikosta laadusta. Siispä pohdittuamme tilannetta päädyimme toteamaan, että pakollistamalla LKV-kokeen valtio luultavasti yrittää kaataa reklamaatioiden käsittelyn ja vastuun alan ammattilaisten niskaan. Nykyäänhän vakavimmat tapaukset käsitellään käräjäoikeudessa. Nyt mahdollisesti tarkoituksena on se, että vakavimmatkin tapaukset jouduttaisiin alalla käsittelemään sisäisesti. Samalla päädyimme, että tarkoituksena on luultavasti nostaa alalletulokynnystä ja tämän kautta parantaa prosessin laatua.

Luomalla alalle erityyppisiä velvoitteita, pyritään ala suojaamaan kaikin mahdollisin keinoin syöksymästä huonon maineen kierteseen. Pohdimme toimitusjohtaja A:n kanssa onkohan LKV-tutkinnon pakollistaminen se oikea ratkaisu. Pohdimme paraneeko prosessin laatu tätä kautta. Valtio luulee, että kiinteistökaupan laatu paranee kun yli puolella alalla olevista välittäjistä on LKV-tutkinto.

Luultavasti kokeilijoiden määrää saadaankin toimitusjohtaja A:n mukaan näin laskettua, mutta se ei välttämättä automaattisesti paranna laatua. Alalla vallitsee kova kilpailu, välitysyriykset yrittävät erottautua kilpailijoistaan lisäämällä palveluntarjontaansa palveluja, joiden uskotaan lisäävän arvoa asiakkaalle. Näin ollen myös oletetaan asiakkaan olevan valmiita maksamaan lisäarvoa tuottavista palveluista. Tämä ei välttämättä pidä paikkaansa, sillä asiakkaat ovat erittäin laatutietoisia nykypäivinä ja osaavat vaatia laadukasta palvelua, mikä tarkoittaa sitä, että he automaattisesti olettavat lisäarvoa tuottavien palvelujen olevan osa palvelua. Teemahaastattelun aikana esille nousi monia lisäkysymyksiä siitä johtuuko alan oletamus heikosta laadusta juuri asiakkaiden vaatimustason noususta. Mistä ala on saanut näyttöä siihen, että prosessi on heikko? Mitä tapahtuu sitten, kun puolella välittäjistä on lain vaatima tutkinto? Vähe-neekö reklamaatioiden määrä sen takia, että välittäjät pystyvät ennaltaehkäisemään virheiden syntymistä osaamalla lakipykälää?

Täytyy muistaa, että lakiasiat ovat vähäisessä roolissa kun toimeksianto suoritetaan asianmukaisesti ja palvelu tuotetaan asiakkaalle sopimuksen vaatimalla tavalla. Voin todeta, että LKV-tutkinnon omaaminen ei tee sinusta parempaa myyjää. Hyvän myyjän pitää omata paljon muitakin kykyjä, kuten empatiaa, ihmistenlukutaitoa sekä pelisilmää asiakaskontaktitilanteissa. Minua kiinnostaa, miten laatu tulee näkymään kun tähän pakettiin lisätään vielä taito lukea lakikirjaa. Kokonaisuutena muodostuisi täydellinen välittäjä, jolla tuntuisi töitä riittävän. Todellisuudessa väite ei kuitenkaan pidä paikkaansa. Reklamaatioiden lainopillisesti oikeaoppinen käsittely varmasti paranee, muttei se yksin takaa välittäjälle toimeksiantoja.

Ollessani alalla ainoastaan puoli vuotta, olin onnistunut luomaan mukavan kokoisen asiakaskunnan itselleni. Sain pitämistäni esittelyistä uusia toimeksiantoja, koska usein on niin, että asiakkaat käyvät katsomassa asuntoja oman asunnon ollessa vielä myymättä. Minun vahvuutenani onkin juuri paikan päällä tehty ensivaikutelma, joka saa asiakkaat luottamaan minuun ammattitaitoisena välittäjänä. Koskaan ei ole minulta jäänyt toimeksiantosopimusta tekemättä sen takia, ettei minulla ole ollut LKV-tutkintoa. Koulutustaustalla tosin voi olla jotain



merkitystä minun pärjäämiselleni alalla. Myyntikoulutuksen omaavana välittäjänä minun on helppo edustaa ja myydä kiinteistönvälityspalvelua asiakkaille heidän saaman hyödyn kautta, eikä pelkästään myymisen takia. Asiakkaalle tarjotun henkilökohtaisen ratkaisun kautta luodaan pysyviä asiakassuhteita myös kiinteistönvälitysalalla. Voi olla, että sama asiakas ottaa sinuun taas yhteyttä kun on aika myydä heidän asuntonsa uudestaan.

Toimitusjohtaja A yhtyy minuun siinä, että alalla on välittäjiä monesta eri koulutustaustasta, mikä tekee alan kirjavaksi ja laadun heikommaksi. Koulutustaustalla voi olla merkitystä välittäjän työn laatuun, mitä korkeampi koulutus, sen paremmat edellytykset olisi pysyä alalla ja saada aikaiseksi tulosta. Pysyvyys alalla on yksi sen heikoimmista lenkeistä. Toimitusjohtaja A toteaa, että vaati- malla sopivaa pohjakoulutusta ennen alalle tuloa, voitaisiin mahdollisesti välttyä kokeilijoilta, joiden vuoksi koko ala koetaan kirjavaksi laadun suhteen. Mitä korkeampi pohjakoulutus, esimerkiksi tradenomi tai kauppatieteiden maisteri, sen paremmin saadaan alan imagoa nostettua sille tasolle, jolla sen kuuluisi olla. Toimitusjohtajan mukaan LKV-tutkinnon pakollistaminen on ensimmäinen askel siihen, että saadaan asetettua tiettyjä standardeja alalle. Ala vaatii itsekin sille kuuluvaa tunnustusta asettamalla kovat vaatimukset tulosten suhteen. Jos ei tulosta synny, ei ole myöskään syytä alalla jatkaa. Tämä on raaka ala, joka karsii nopeasti heikot lenkit pois.

Tilanne on väistämättä menossa siihen suuntaan, että meillä on käsillä hetki, jolloin alalta jäänee pois pitkään alalla toimineita tekijöitä ja samalla kirjavaa porukkaa on enemmän kuin koskaan. Kokeilijat karsiutuvat tietyn ajan kuluttua, joten vaarana on että välittäjien kokonaismäärä vähenee huomattavasti ja laatu kärsii. Mutta kuten aiemmin todettiin, sama määrä asuntoja pitää kuitenkin pysy- tyä myymään, vaikkakin pienemmällä määrällä tekijöitä. Siispä LKV-tutkinnon omaavalta välittäjältä ei jatkossa tule työt loppumaan, mutta se ei takaa laadu- kasta myyntiprosessia. Tällä on myös toimitusjohtajan sanojen mukaan tarkoi- tus hieman rajoittaa kilpailua. Tarkoittaen sitä, että uusien kiinteistönvälitysyri- tysten pääsy alalle vaikeutuu. Tämä myös suojaa vanhoja tekijöitä alalla, eli

toisin sanoen voidaan keskittyä laadun tuottamiseen ja tarkkailuun paremmin kuin ennen.

Olenkin utelias mitä tapahtuu sitten, kun on LKV-tutkinnon suorittanut? LKV-tutkintohan mittaa välittäjän taitoa lukea lakikirjaa ja soveltaa sitä aitoihin tapuksiin. Kun on suorittanut LKV-tutkinnon, sitä ei enää koskaan tarvitse päivittää. Onkin hieman ristiriitaista miten LKV-tutkinto osoittaa osaamista. Heti kun LKV-kokeen on suorittanut voi titteliä käyttää työssään. Kiinteistövälitysalan Keskusliitto Ry järjestää LKV-kokeeseen valmentavia kursseja. Välittäjiä rohkaistaan siis valmistautumaan LKV-kokeeseen huolella sillä koe on haastava, eikä siitä pääse ihan helposti läpi hyväksytysti. Ala ei kuitenkaan toimitusjohtajan sanojen mukaan velvoita henkilöstöä kehittämään osaamistaan jatkokoulutuksilla LKV-kokeen jälkeen.

Osaamisen tason ylläpitämisen vaatimuksena pitäisi toimitusjohtajan mukaan olla osallistuminen erilaisiin koulutuksiin, jotka päivittävät välittäjän osaamista. Tällä hetkellä sellaista vaatimusta ei ole. Mutta nyt valtio yrittää keinotekoisesti pakottaa välittäjiä suorittamaan LKV-tutkinnon siinä olettamuksessa, että alan laatu paranee. Mutta miten se paranee, jos kerran tutkinnon suoritettua sitä ei tarvitse edes päivittää? Parempi keino ylläpitää henkilöstön osaamista ja samalla laatua on toimitusjohtajan mielestä vaatimus raportoida valvontaelimille yrityksen reklamaatiotilastoista ja vaatimalla säännöllisten koulutusten järjestämistä henkilöstölle. Tällä hetkellä koulutukset ovat vapaaehtoisia, mutta avoimia kaikille halukkaille. Alan ja valtion tavoitteena on näin saada minimoitua reklamaatioiden määrää. Koko toimiston laatua mitataan reklamaatioiden määrän avulla. Pieniä väärinkäsityksiä syntyy aina, mutta tapausten vakavuusaste nousee kun se menee käräjäoikeuteen asti. Voisi olla hyvää pitää yllä jonkin näköistä rekisteriä reklamaatiotapauksista, jotka ylittävät tietyn vakavuusrajan. Tällä päästäisiin mittaamaan toimiston laatujärjestelmää. Toimistossa riittää kun yhdellä on LKV-pätevyys, mutta tilanne muuttuu vuoteen 2016 mennessä. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että alalta karsiutuu sellaisia tekijöitä, jotka ovat olleet pitkään alalla ja joilla on pitkä kokemus ja vankka asiakaspohja, muttei LKV-tutkintoa.

Vuonna 2016 on odotettavissa paljon töitä LKV-tutkinnon omaavilla välittäjillä, sekä uusilla LKV-pätevyyden saaneilla välittäjillä. Uunituoreilla LKV:illä ei välttämättä ole tarpeeksi kokemusta alan juridisista ongelmista, varsinkin alalla vähän aikaa olleilla. On väärin olettaa, että he osaisivat hoitaa vaikeat reklamaatiotapaukset heti ilman apua. Periaatteessa alussa LKV:n titteli onkin vain titteli, jonka ympärille aletaan rakentaa pätevyyttä kokemuksen kautta. Tämä taas on ristiriidassa valtion olettamuksen kanssa, joka on se, että mitä enemmän kiinteistönvälitysalalla on LKV-pätevyyden omaavia välittäjiä, sen vähemmän tulee reklamaatiotapauksia ja laatu paranee. Alussa, jopa LKV-pätevälle tulee vaikeuksia reklamaatiotapausten käsittelyssä. Laadun paranemisen kannalta tämä ei todellakaan ole se, mitä haetaan takaa. Hetken aikaa on käsillä tilanne, jolloin alalla on paljon LKV-pätevyyden omaavia, mutta laatu ei parane automaattisesti tarpeellisen kokemuksen puutteen takia. Vasta vuosien päästä päästään oikeasti laadukkaaseen palveluun, sellaiseen, johon valtio pyrkii pakottamalla suorittamaan LKV-tutkinnon työpaikan menettämisen uhalla.

Alan laadun paraneminen näkyisi selkeämmin ja nopeammin velvoittamalla välittäjiä kouluttautumaan, sekä toimistoja pitämään rekisteriä reklamaatiotapauksista. Raportointi ja koulutukset pakottavat välittäjiä pitämään yllä pätevyyden tasoa väkisin, olemalla kuitenkin selkeästi pakotteeksi mielletty asia. Laatutaso paranee ylläpitämällä koulutusvaatimuksia, tekemällä niistä osa kiinteistönvälityksen peruspätevyyden osoittamista. Tämän kautta esille nousi ajatus pohjakoulutustason vaatimuksesta alalle, jolla osoitettaisiin pätevyys myyntitaidoista ja asiakaspalvelun hallinnasta. Myyntialan kokemus muulta alalta ei olisi mielestäni pahitteeksi, sillä kyseessä on kuitenkin erittäin asiakaslähtöinen ja henkilökohtainen ala. Myynti kärsisi jos alalla ruvettaisiin keskittymään pelkästään lakiriitojen selvittelyihin. Myyntityö jäisi sivuseikaksi, mikä taas johtaisi laadun ja asiakaslähtöisen palvelun romahtamiseen.

Alalla pitkään toiminut toimitusjohtaja A kokee, että kouluttamalla välittäjiä säännöllisesti, sekä tekemällä siitä velvoite, saataisiin alan laatutaso korkeammaksi. Kouluttautumista pitää kuitenkin kannustaa ja tehdä se mielekkääksi. LKV-kokeessa käsitellään suurimmaksi osaksi kiinteistöihin liittyviä kysymyksiä.

Alalla tehdään kuitenkin väistämättä eniten kauppaa asunto-osakkeista. Niistä tulee siis myös eniten reklamaatiotapauksia. Tämäkin seikka nousi esille ristiriitana LKV-kokeen pakollistamisesta. Kiinteistöjen reklamaatiotapausten osalta LKV-koe onkin oikein hyvä osaamisen mittari, mutta valitettavasti suurin osa alalla toimivista välittäjistä tekee kiinteistökauppaa harvemmin, joten näin ollen nykymuotoinen LKV-koe ei ole toimitusjohtaja A:n mielestä oikea mittari pätevyydelle. Tästä lähtikin ajatus siitä, voisiko LKV-koe olla sopiva mittari sellaisille välittäjille, jotka ovat erikoistuneet kiinteistöjen myyntiin. Alalle saataisiin tiettyyn osa-alueeseen erikoistuneita välittäjiä, joiden ammattitaito olisi huippuluokkaa kiinteistöjen osalta. Samalla asiakastyytyväisyys nousisi laadun paranemisen myötä.

Toinen vaihtoehto pätevyuden osoittamiselle olisi laillistetun osakkeenvälittäjän tutkinnon suorittaminen. Tutkinnossa keskityttäisiin asuntokauppalakiin ja kauppaan sekä reklamaatiotapauksiin. Näin ollen pystyttäisiin osoittamaan oikeanlaista pätevyyttä myös tällä saralla. Tästä erittelystä olisi paljon enemmän hyötyä laadun kannalta, koska silloin saataisiin alalle oikeasti päteviä ammattilaisia. Parannusehdotuksena olisikin, että ruvettaisiin järjestämään koulutuksia, jotka tähtäisivät laillistetun osakkeenvälittäjän tutkintoon. Vuokranvälityspuolella on omat koulutuksensa ja kokeensa, miksei myös kiinteistövälityksessä voisi olla. Samoin ammattipätevän kiinteistöarvioijan tutkinto on erikseen olemassa, jos sellaisen mieli suorittaa. Tämän tyyppisellä jaottelulla saataisiin aikaan motivoituneempia ja ammattipätevämpiä välittäjiä. Pakkokeino ei ole oikea ratkaisu parantamaan laatua millään alalla.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää vaikuttaako LKV-tutkinnon suorittaminen välittäjän tuottamaan laatuun myyntityössä millään tavalla. Työn tulokset saatiin teemahaastattelemalla pitkään alalla toiminutta toimitusjohtaja A:ta Kiinteistönvälitysliike X:stä. Työn eteneminen oli looginen ja teoria tuki hyvin sekä omia kokemuksia että asetettuja tavoitteita. Työn tärkeimpään kysymykseen, onko LKV-kokeen pakollistaminen se oikea keino laadun parantumiseen, saatiin hyviä vastauksia, sekä yhteinen teemahaastattelu loi uusia kysymyksiä ja pohdintoja alaan liittyviin parannusehdotuksiin.

Erytismyyntialalla toimiminen vaatii myyjältä tarkkaa ammattitaitoa ja perusmyyntiprosessin kokonaisvaltaista osaamista ja soveltamista työhönsä. Työn edetessä kävi selväksi kuinka myyntiprosessin vaiheet oikeasti tukevat myyntityötä ja niiden systemaattinen noudattaminen kiinteistönvälitysalalla on erityisen tärkeää sekä toimeksiantojen saamiseen että asiakastyytyväisyyden ylläpitämiseen. Myyntiprosessin teoria tuki hyvin omaa kokemustani myyntitoimeksiannon saamisessa. Myyntiprosessin hallitseminen antaa ammattimaisen kuvan välittäjästä ja luo tarvittavan luottamussuhteen asiakkaan ja välittäjän välille heti alkuvaiheessa. Myyntiprosessin hallitsemisen puutteellisuus antaa huonon kuvan välittäjästä ja hänen edustamastaan yrityksestään. Kovan kilpailun takia yrityksen huono maine karkottaa asiakkaat pois.

Alalla kannustetaan kouluttautumaan, mutta tutkimuksen edetessä kävi ilmi, että koulutusten taso ei vastaa nykyajan vaatimuksia. Vuoteen 2016 mennessä tulisi yli puolella alalla olevista välittäjistä olla LKV-koe hyväksytysti suoritettu, joten koulutuksiin tulisi ehdottomasti kiinnittää paljon huomiota. Alan ammattilaisten olisikin hyvä kiinnittää huomiota koulutusten tasokkuuteen ja muokkauttava alalla tapahtuvien muutosten mukana. Näin ollen ala pysyisi kilpailukykyisenä ja säilyttäisi tarvittavan laadun. Asiakastyytyväisyys säilyisi hyvänä ja alaa kohtaan muodostuneet mielikuvat saataisiin muutettua positiivisemmiksi.

Asiakkaalle laatu tarkoittaa paljon muutakin kuin pelkkää lakikirjan soveltamista hankalissa tilanteissa.

Jatkotutkimusaiheena olisi mielenkiintoista, jos vuonna 2017 laadittaisiin mittari, joka mittaisi LKV-tutkinnon merkityksen laatuun asiakastytyvyyden kannalta.

Työstä on paljon hyötyä tekijälleen, koska tulevaisuudessa olisi tarkoituksena luoda pitkä ura alalla. Työstä selviää mahdollisesti alalla tällä hetkellä vallitseva puutos kouluttautumisessa. Ala on kokemassa suuria muutoksia ja näin ollen tutkimuksesta tulee olemaan suuri hyöty alan ammattilaisille lähteä pohtimaan uusia keinoja kouluttaa tulevia kiinteistönvälittäjiä. Tutkimus eteni suunnitelmien mukaisesti. Työn rajaaminen oli aluksi hankalaa, sillä tekijä on kiinnostunut alasta ja aiheita olikin aluksi valtavasti. Siksi työn aloittamisessa kesti hetken, mutta oikean rajauksen löydyttyä, pääsi työ etenemään vauhdilla. Teorian löytäminen ja soveltaminen oli helppoa, sillä tekijälle on tuttua myyntialalla toimiminen, joten oli helppoa yhdistää teoriaa ja kokemusta. Haastatteluja olisi voinut olla enemmän erilaisten alan tekijöiden kanssa, mutta rajallisen ajan ja omien työkiireiden takia haastattelut suoritettiin tekijän työryhtyksen sisällä. Kaiken kaikkiaan tekijä on tyytyväinen työn kulkuun sekä lopputulokseen.

## LÄHTEET

- Kalliomaa, S. 2011. Vuorovaikutus myyntityössä. Jyväskylä: Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print.
- Laine, P. 2008. Myynnin anatomia. Helsinki: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Lecklin, O. 2002. Laatu yrityksen menestystekijänä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Lehmus, P; Korkala, T. 1996. Helsinki: Hakapaino Oy.
- Lillrank, P. 1999. Laatuajattelu. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Rubanovitsch, M. D.; Aalto, E. 2007. Haasteena myynnin johtaminen. Helsinki: Libris Oy.
- Silén, T. 2001. Laatu, brandi ja kilpailukyky. Helsinki: WSOY.
- Sipilä, J. 1998. Asiantuntija ja asiakas. Porvoo: WSOY.
- Vahvaselkä, I. 2004. Asiantuntijan myyntitaito. Pieksämäki: RT-Print Oy.
- Virtanen, P. 2010. Markkinoiden myy oikein. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Haastattelu Kiinteistövälityslieki X Oy LKV:n toimitusjohtaja A.

