



SAVONIA

■ OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
YHTEISKUNTATIETEIDEN, LIIKETALOUDEN JA HALLINNON ALA

ASIAKASTYYTYVÄISYYS- TUTKIMUS

Gym 99 Oy

TEKIJÄ: Sara Kukkonen

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala			
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma			
Työn tekijä Sara Kukkonen			
Työn nimi Asiakastyytyväisyystutkimus, case Gym 99			
Päiväys	22.09.2016	Sivumäärä/Liitteet	45/3
Ohjaaja(t) Riitta-Liisa Komulainen ja Pentti Mäkelä			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Gym 99 Oy			
<p>Tiivistelmä</p> <p>Tämä opinnäytetyö toteutettiin kuopiolaiselle kuntosalille Gym 99 Oy:lle ja sen aiheena on asiakastyytyväisyys. Yritys tarjoaa laadukkaita kuntosalipalveluita kaiken ikäisille kuntoilijoille. Gym 99 Oy tarjoaa kuntosalipalveluiden lisäksi myös muita oheispalveluita, kuten trainer-palvelut, urheiluhierontaa, solariumin, infrapunasaunan sekä kehonkoostumusmittauksen.</p> <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli kuntosalin asiakastyytyväisyyden tutkiminen. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää Gym 99 Oy:n nykyisten asiakkaiden tyytyväisyyttä yrityksen toiminnasta, palveluista, viihtyvyydestä ja henkilökunnasta. Tutkimuksen tulosten perusteella toimeksiantajalle on kerrottu myös kehittämiskohteita.</p> <p>Tutkimuksen tekemiseen käytettiin kvantitatiivista tutkimusta. Kvantitatiivinen tutkimus toteutettiin sähköisenä sekä paperisena kyselynä. Kyselylomake sisälsi sekä monivalintakysymyksiä että avoimia kysymyksiä.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella voidaan todeta, että Gym 99 Oy:n asiakkaat ovat tyytyväisiä kuntosalin palveluun ja sen laatuun. Vastauksista kävi ilmi, että erityisesti kuntosalin positiivinen ilmapiiri ja laitevalikoima ovat Gym 99 Oy:n vahvuuksia.</p> <p>Suurimmat kehittämiskohteet olivat pukuhuoneiden viihtyvyys, suihkutilat, ilmastointi ja kuntosalin siisteys. Lisäksi muutama asiakas on kokenut rikki menneiden laitteiden korjauksen hitaaksi ja myös asiakaspalvelu on herättänyt epätyytyväisyyttä muutamassa tapauksessa.</p>			
Avainsanat Asiakastyytyväisyys, asiakaspalvelu, palvelun laatu, kuntosali			

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author(s) Sara Kukkonen			
Title of Thesis Customer satisfaction survey among the customers of Gym 99 in Kuopio			
Date	22.09.2016	Pages/Appendices	45/3
Supervisor(s) Riitta-Liisa Komulainen and Pentti Mäkelä			
Client Organisation /Partners Gym 99 Oy			
<p>Abstract</p> <p>This bachelor's thesis project was conducted for a gym from Kuopio, Gym 99, and its subject was customer satisfaction. Gym 99 offers quality exercising services for all ages. Gym 99 also offers personal training services, sports massages, solarium, sauna and In Body measurements.</p> <p>The primary goal of this bachelor's thesis was to conduct a customer satisfaction survey and find out the customer satisfaction level for Gym 99's operations, services, ambience and personnel. The target group was Gym 99's current customers. The research also provides development ideas based on the survey outcomes.</p> <p>In this thesis I have used the quantitative research method and the study was carried out as a survey utilizing a traditional questionnaire as well as an online questionnaire for the customers. The survey included both multiple-choice statements and open questions.</p> <p>Based on the results it can be stated that Gym 99's customers are satisfied with the service and its quality. The results indicate that especially the atmosphere and ambience in the gym and the assortment of exercise machines were the strengths of Gym 99.</p> <p>Development suggestions include among others improving the pleasantness and functionality of changing rooms and showers, air-conditioning and tidiness of the gym. Furthermore, a few customers thought that the customer service was unsatisfactory and the broken machines were fixed too slowly.</p>			
Keywords Customer satisfaction, customer service, service quality, gym			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	GYM 99 OY	7
2.1	Toimiala	7
2.2	Kuntosalialan kehittyminen	8
2.3	Kuntosalitoiminnalle asetetut vaatimukset	8
3	PALVELU.....	10
3.1	Palvelun laatu	10
3.2	Palvelun laadun ulottuvuudet.....	11
4	ASIAKASPALVELU	12
4.1	Hyvä asiakaspalvelu	12
4.2	Asiakaspalvelu kilpailukeinona.....	13
4.3	Asiakaskokemus.....	13
5	ASIAKASTYYTYVÄISYYS.....	15
5.1	Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät	15
5.2	Asiakastyytyväisyyden tutkiminen	16
5.3	Asiakasuskollisuus.....	16
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA MENETELMÄT	18
6.1	Tutkimusmenetelmä.....	18
6.2	Perusjoukko ja otanta	18
6.3	Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti	19
6.4	Kyselylomake.....	20
7	TUTKIMUKSEN TULOKSET	21
7.1	Taustatiedot	21
7.2	Väittämät	22
7.3	Avoimet kysymykset.....	27
8	JOHTOPÄÄTÖKSET	30
8.1	Kehitysehdotukset.....	31
8.2	Kyselyn pohdinta	32
9	POHDINTA.....	34
	LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT	35
	LIITE 1: ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUSLOMAKE	37

LIITE 2: SAATEKIRJE	39
LIITE 3: AVOINTEN KYSYMYSTEN VASTAUKSET	40

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena ja tarkoituksena on kuopiolaisen kuntosalin asiakastyytyväisyyden tutkiminen. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää Gym 99 Oy:n nykyisten asiakkaiden tyytyväisyyttä yrityksen toimintaan, palveluihin, viihtyvyyteen ja henkilökuntaan. Tutkimuksella selvitetään myös mitkä ovat Gym 99 Oy:n vahvuudet ja heikkoudet.

Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa luotettavaa tutkimustietoa asiakkaiden tarpeista. Asiakastutkimus antaa kuntosalille tietoa asiakkaistaan, jonka avulla yritys pystyy kehittämään kuntosalin toimintaa vastaamaan paremmin näihin tarpeisiin.

Opinnäytetyön sisältö koostuu teoriasta, tutkimustuloksista, analyysistä sekä omasta pohdinnasta. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään palvelua, palvelun laatua, asiakaspalvelua ja asiakastyytyväisyyttä. Teoriaosuuden tarkoitus on antaa yritykselle selvitys siitä, mitkä seikat ja tekijät vaikuttavat kuntosalirytykseen.

Opinnäytetyössä toteutetaan kvantitatiivinen kyselytutkimus, joka toimii opinnäytetyön perustana. Kvantitatiivisella tutkimuksella selvitetään asiakkaiden tyytyväisyys kuntosalirytyksen palveluihin ja fyysisiin puitteisiin. Kyselyn kohderyhmänä ovat kaikki Gym 99 Oy:n asiakkaat. Vastaajien tulisi edustaa monipuolisesti koko asiakaskuntaa, jotta tutkimuksen tuloksia voidaan yleistää.

Kyselytutkimuksen päätavoite on selvittää nykyisten asiakkaiden tyytyväisyyttä kuntosalipalveluihin. Kvantitatiivisen tutkimuksen tutkimuskysymykset ovat:

- Kuinka tyytyväisiä Gym 99 Oy:n asiakkaat ovat käyttämiinsä palveluihin, laitteisiin ja tiloihin?
- Mitkä ovat Gym 99:n vahvuudet ja heikkoudet?

Luvussa 2 esitellään toimeksiantaja ja kuvaillaan toimialaa. Luvussa 3 käsitellään palvelua ja palvelulun laatua. Luvussa 4 kerrotaan asiakaspalvelusta ja luku 5 keskittyy asiakastyytyväisyyteen. Tutkimuksen toteutus ja käytetty menetelmä on kuvattu luvussa 6. Tutkimuksen tulokset esitellään luvussa 7 ja luku 8 sisältää tulosten perusteella tehdyt johtopäätökset ja kehitysehdotukset.

2 GYM 99 OY

Opinnäytetyön toimeksiantaja on kuopiolainen kuntosaliryitys Gym 99 Oy. Gym 99 Oy on tarjonnut kuntosalipalveluita kaikille kuntoilusta kiinnostuneille jo vuodesta 1999 lähtien. Gym 99 Oy keskittyy kuntosalipalveluihin ilman erilaisia ryhmäliikuntatunteja tai muita ohjattuja tunteja.

Kuntosalipalveluiden lisäksi Gym 99 Oy:n palveluvalikoimaan kuuluvat trainer-palvelut, urheiluhieronta, solarium, infrapunasauna sekä kehonkoostumusmittaus.

Gym 99 Oy on keskittynyt kuntosalipalveluiden monipuolisuuteen, sekä henkilökunnan ammattitaitoon ja kuntosalin viihtyvyyteen. Se pyrkii tarjoamaan liikuntaelämyksiä kaikenikäisille ja – kokoisille kuntoilijoille sukupuoleen katsomatta. Gym 99 on Kuopion suurin kuntosali. Salitilaa löytyy kahdesta kerroksesta, yhteensä 1000 neliömetrin verran.

2.1 Toimiala

Kuntosalit tarjoavat asiakkaille mahdollisuuden harjoittaa sekä lihaskuntoa että aerobista kuntoa. Kuntosaleilta löytyy usein lihaskuntoharjoittelua varten erilaisia painopakalaitteita sekä vapaita painoja. Aerobista kuntoilua varten kuntosalit tarjoavat esimerkiksi juoksumattoja, kuntopyöriä ja crosstrainereita. Kuntosalit voivat myös tarjota asiakkaille ryhmäliikuntatunteja ja muita oheispalveluita, esimerkiksi personal trainer-palvelut, kuntosaliohjaukset, hierontapalvelut ja mahdollisuuden saunan tai solariumin käyttöön.

Suomen Kuntoliikunta Liiton vuonna 2009 ja 2010 tehdyn kansallisen liikuntatutkimuksen mukaan Suomessa on ollut 713 000 kuntosaliharrastajaa 19-65 vuotiaiden keskuudessa. Tämä määrä on 36 % suurempi kuin vuonna 2005-2006 tehdyssä tutkimuksessa. Tämän perusteella voidaan päätellä, että kuntosaliharrastajien määrä on hurjassa nousussa. Kuntosaliharjoittelulla on myös eniten potentiaalisia harrastajia, eli henkilöitä, jotka voisivat kyseistä lajia harrastaa, mutta syystä tai toisesta ovat vielä pidättäytyneet siitä. (Suomen Kuntoliikuntaliitto ry 2009-2010.)

2000-luvulla kuntokeskusala on ammattimaistunut ja monipuolistunut. Kuntokeskusten määrä on lisääntynyt ja kuntosalit ovat ketjuuntuneet. Ketjuuntumisen vuoksi kuntosalien koko on kasvanut viime vuosina. Asiakasmäärien lisääntyessä ja palveluiden monipuolistuessa suuremmat salit tulevat tarpeeseen. Kansallisen liikuntatutkimuksen mukaan kuntosaliharrastuksen yleistymistä voidaan selittää esimerkiksi kuntosalien määrän lisääntymisellä, salien laadun parantumisella ja kuntosalien aktiivisella markkinoinnilla. (Suomen Kuntoliikuntaliitto ry 2010, 6.)

Vuonna 2010 tehdyn tutkimuksen mukaan kaupallisia kuntokeskuksia on ollut Suomessa noin 450 ja julkisia saleja 200-300. Kuntosaliala on vuonna 2010 työllistänyt 5500-6200 henkilöä, joista noin neljäsosa on työskennellyt kokopäiväisesti. (Suomen Kuntoliikuntaliitto ry 2010, 4.)

2.2 Kuntosalialan kehittyminen

Suomen Kuntoliikuntaliitto on toteuttanut vuonna 2010 kuntosalibarometrin, jossa on tutkittu kuntosalialan nykytilannetta ja tehty päätelmiä, miten kuntosaliala kehittyy. Tutkimusaineisto on kerätty vuonna 2010 ja tutkimukseen on haastateltu 150 eri kuntokeskustasta ja niiden edustajaa kunnalliselta sekä julkiselta puolelta. Tässä kappaleessa on muutama keskeinen asia kuntosalialan kehittymisestä. (Suomen Kuntoliikuntaliitto ry 2010.)

Kuntokeskusten palveluvalikoima on laajentunut merkittävästi oheispalvelujen osalta. Nykypäivänä kuntosaleilta löytyy usein ryhmäliikuntatilat, saunatilat, kuntotestauspalvelut, fysioterapia- ja hierontapalvelut. Kuntokeskukset panostavat yhä henkilökohtaisempaan palveluun. Tämä näkyy muun muassa siinä, miten personal trainereiden määrä kuntokeskuksissa on lisääntynyt. (Suomen Kuntoliikuntaliitto ry 2010, 6.)

Tutkimuksen mukaan henkilökunnan ammattitaito on koettu tärkeimmäksi keinoksi menestyä tulevaisuudessa. Toinen tärkeä asia ovat kuntosalilaitteet. Tulosten mukaan kuntokeskukset uskovat yleisesti tärkeimmäksi tulevaisuuden menestymiskeinoksi hyvän asiakaspalvelun. (Suomen Kuntoliikuntaliitto ry 2010, 30.)

Kuntosalibarometrin mukaan naisten osuus kuntosalikävijöistä on kasvanut huomasti, ja naiset käyvät kuntosalilla miehiä useammin. Erityisesti tämän takia ryhmäliikuntatuntien kysyntä on kasvanut. Myös senioriliikunnan kysyntä on kasvanut ja seniori-ikäisten ihmisten osuuden kuntosaleilla oletetaan kasvavan tulevaisuudessa. (Suomen Kuntoliikuntaliitto ry 2010, 6, 19.)

Tutkimuksessa on selvitetty uhkia, joita kuntosalialalla tulevaisuudessa on. Suurimmat uhkatekijät ovat rahan niukkuus, ammattitaitoisten ohjaajien puute, hintojen polkeminen sekä kunnan kilpailu kuntosalipalveluiden tarjoajana. (Suomen Kuntoliikuntaliitto ry 2010, 26.)

2.3 Kuntosalitoiminnalle asetetut vaatimukset

Kuntosalialaa koskee lain mukaiset vaatimukset koskien esimerkiksi liikehuoneistoa, ilmanvaihtoa, lämpötilaa ja kuntosalilaitteita. Kuntosaleja koskee kuluttajaturvallisuuslaki, terveydensuojeluasetus, terveydensuojelulaki, valtioneuvoston asetus eräitä kuluttajapalveluja koskevasta turvallisuusasiakirjasta ja VnA kulutustavaroista ja kuluttajapalveluksista annettavista tiedoista. (Oulun seudun ympäristötoimi 2012.)

Kuntosalin huoneiston on oltava liikehuoneistoksi merkitty. Kuntosali ei saa aiheuttaa haittaa muihin huoneistoihin. Kuntosalilla on oltava peseytymis- ja pukeutumistilat sekä erilliset käymälät miehille ja naisille suhteessa arvioituun keskimääräiseen kävijämäärään. Kuntosalituloissa on oltava erillinen juomavesipiste. Pintamateriaalien on oltava helposti puhteenä pidettäviä ja siivousvälineille on oltava erillinen tila. (Oulun seudun ympäristötoimi 2012.)

Kuntosalissa on koneellinen ilmanvaihto, joka mitoitetaan rakentamismääräys-kokoelman D2 vaatimusten mukaan. Ilmanvaihto on oltava säädettävissä ja sisäilman lämpötilan vaihteluväli on 17-24 °C. (Oulun seudun ympäristötoimi 2012.)

Kuntosalilaitteita koskevat eurooppalaiset standardit. Välinekohtaiset standardit ja yleiset turvallisuusvaatimukset sisältävä standardi on koottu SFS-käsikirjaan 74 "Kuntoilulaitteet". Kuntosalilaitteissa on oltava käyttöohjeet suomeksi ja/tai ruotsiksi. Laitteissa on oltava harjoitteluohjeet ja tietoa laitteen oikeasta käytöstä ja sen ominaisuuksista. Laitteissa on oltava myös tarvittavat varoitukset. Kuntosalilla on oltava valvonta tai kuntosalin seinällä vikailmoituksista ja laitteen huollosta vastaavan yhteystiedot. Laitteilla on oltava huoltosuunnitelma, josta näkee laitteen tarkastus- ja huoltovälin ja vastuussa olevan henkilön/yrityksen. (Oulun seudun ympäristötoimi 2012.)

3 PALVELU

Palvelua sanotaan prosessiksi, joka koostuu monista eri tekijöistä. Palvelulla tarkoitetaan sekä henkilökohtaista palvelua, että palvelua tuotteena. Palvelu on aina aineetonta, mutta siihen voi kuulua myös fyysisiä osia. Jokin yksittäinen tuote voi olla kokonaisuutena palvelua, mikäli siihen liitetään osaksi esimerkiksi tuotteen toimittamista asiakkaalle. Palvelut ovat tapahtumia, toimintoja, tekoja ja näiden sarjoja, palveluprosesseja. (Grönroos 1990, 46,50; Ylikoski 1999, 24.)

Palvelut tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Kun palvelu on tuotettu ja kulutettu, se lakkaa olemasta. Palvelun vaikutus voidaan kuitenkin säilyttää. Aineetonta palvelua ei voida varastoida tai patentoida. Asiakkaan tyytyväisyys palvelusta riippuu paljon henkilöstön toiminnasta. Aineettomuuden vuoksi palvelua on vaikea arvioida. (Ylikoski 1999, 24-26.)

Asiakas ei ole ainoastaan palvelun vastaanottaja, vaan myös tuotantoresurssi. Palvelu on aina subjektiivista. Jokainen asiakas on erilainen ihminen, joka tuo sekä lisäarvoa että haastetta palveluprosessiin. Taitavan asiakaspalvelijan tulee tunnistaa asiakkaan luonteenpiirteitä ja käyttäytymistä, ja mukauttaa omaa käytöstään niin, että pystyy vastaamaan asiakkaan tarpeisiin. (Grönroos 1998, 54.)

3.1 Palvelun laatu

Palvelun laatua mitattaessa asiakkaan odotukset ja kokemukset toimivat hyvänä mittarina. Asiakas voi pitää palvelua parempana kuin mitä oli odottanut, tai asiakas voi saada odottamaansa palvelua ja olla palvelun laatuun tyytyväinen, tai asiakas voi pitää saatua palvelua huonompana mitä oli odottanut ja petetty palveluun. (Äyväri, Suvanto & Vitikainen 1991, 178 - 179.)

Palvelun ydinarvo tuotetaan asiakkaan ja henkilökunnan välisessä vuorovaikutuksessa. Vuorovaikutustilanteet määräävät toiminnallisen laadun tason. Palvelutilanteet elävät koko ajan, yksikin väärä lause voi muuttaa asiakkaan palvelukokemuksen negatiiviseksi, mutta tilanteen voi korjata oikealla liikkeellä. Asiakastyytyväisyys ja palvelun laatu liittyvät oleellisesti toisiinsa. Asiakastyytyväisyys voidaan määritellä vastaukseksi asiakkaan odotuksien täyttyymiselle. Asiakkaalla ensin tapahtuu kokemus palvelun laausta, ja siitä seuraa joko tyytyväisyys tai tyytymättömyys laatuun. (Grönroos 2001, 112; Grönroos 2009, 121)

Palvelun laadun viisi osatekijää ovat Grönroosin (2001) mukaan seuraavat:

1. Konkreettinen ympäristö, joka tarkoittaa palveluyrityksen käyttämien toimitilojen, laitteiden ja materiaalien miellyttävyys.
2. Luotettavuus tarkoittaa, että asiakkaille tarjotaan täsmällistä ja virheetöntä palvelua heti ensimmäisellä kerralla ja pidetään sovituista aikatauluista kiinni.
3. Reagointialttius ilmenee asiakaspalvelijoiden palveluhalukkuutena. Asiakaspalvelijan halu auttaa asiakkaita, vastata heidän pyyntöihinsä ja ovat valmiita kertomaan asiakkaalle, milloin palvelu annetaan ja palvelevat asiakasta viipymättä.

4. Vakuuttavuus tarkoittaa, että työntekijöiden käyttäytyminen saa aikaan luottamusta yritystä kohtaan. Työntekijät ovat asiakkaille kohteliaita ja asiakkaiden kysymyksiin osataan vastata.
5. Empatia tarkoittaa, että yritys toimii aina asiakkaiden etujen mukaisesti, auttaa heitä ja kohtelee heitä yksilöinä. (Grönroos 2001, 117.)

Asikkaiden mielestä palvelun ostamiseen liittyy suurempi riski kuin tavaran ostamiseen. Palvelun tärkeys asiakkaalle, korkea hinta ja pitkä sitoutuminen palvelun käyttäjäksi ovat asioita, jotka suurentavat riskiä. Asiakas voi arvioida palvelun laatua vasta sitten, kun se on kulutettu. Palvelun hintaan suhtaudutaan usein kriittisemmin kuin tavaran hintaan, koska tyytymätön asiakas ei voi palauttaa palvelua. (Lehtonen, Pesonen, Toskala 2002, 49.)

Asiakas voi vaikuttaa palvelun laatuun myös itse. Koska palvelut ovat pitkälti kokemuksia, myös tunteet ja mielialat vaikuttavat asiakkaan kokemaan palvelun tasoon. Asiakas on osittain vastuussa palveluilmapiirin pitämisestä positiivisena. Ystävällinen asiakas saa todennäköisemmin ystävällistä palvelua. Asiakaspalvelijan huono päivä ei saisi silti vaikuttaa asiakkaan palvelukokemukseen, koska kaikki palvelukokemukset ovat ainutlaatuisia. (Lehtonen ym. 2002, 50.)

3.2 Palvelun laadun ulottuvuudet

Palvelun laatu on sitä, mitä asiakkaat sanovat sen olevan. Asiakkaan kokemalla laadulla on kaksi ulottuvuutta, tekninen eli lopputulosulottuvuus ja toiminnallinen eli prosessitulottuvuus. Tekninen laatu tarkoittaa palveluprosessin lopputulosta, eli mitä asiakkaalle jää, kun myyjän ja ostajan välinen vuorovaikutus ja tuotantoprosessi ovat ohi. Toiminnallinen laatu tarkoittaa sitä, millä tavalla asiakas saa palvelun. (Grönroos 2001, 100-101.)

Asiakkaan tekninen eli lopputulosulottuvuus tarkoittaa esimerkiksi sitä, kun kampaamossa asiakas saa uuden hiusvärin, hotellivieras saa huoneen ja sängyn, tai matkustaja kuljetetaan paikasta toiseen. Nämä palveluprosessin lopputulokset ovat osa asiakkaan laatukokemusta. (Grönroos 2009, 101.)

Asiakkaan arvioidessa palvelun laatua, vuorovaikutustilanne yrityksen kanssa on yksi tärkeä seikka. Tosiasiassa kyse on kuitenkin vain yhdestä laatu-ulottuvuudesta, palvelutuotantoprosessin lopputuloksen teknisestä laadusta, jonka asiakas saa vuorovaikutuksen päätyttyä. Asiakkaalla on usein mahdollisuus mitata tätä ulottuvuutta objektiivisesti, koska kyseessä on ongelmalle annettu tekninen ratkaisu. (Grönroos 2009, 101.)

Myös yrityksen imago vaikuttaa laadun kokemiseen. Imagoa voidaan pitää laadun kokemisen suodattimena. Jos asiakkaalla on myönteinen kuva yrityksestä, hän voi antaa pienet virheet anteeksi. Vastaavasti jos asiakkaalla on kielteinen mielikuva yrityksestä, pienikin virhe vaikuttaa negatiivisesti asiakkaan mielikuvaan yrityksestä. (Grönroos 2009, 102.)

4 ASIAKASPALVELU

Asiakaspalvelu on asiakkaan ja asiakaspalvelijan välinen kohtaaminen, jossa asiakaspalvelija luo kontaktin asiakkaaseen ilmentäen yrityksen arvoja. Kohtaamisen onnistumiseen vaikuttaa se, kuinka asiakaslähtöisesti yritys toimii ja asiakaslähtöisyyteen vaikuttaa se, onko yritys sitoutunut asiakaskeskeisyyden arvoon. (Aarnikoivu 2005, 16.)

Asiakaspalvelutilanteet voivat olla mekaanisia ja rutiiniluontoisia tai räätälöityjä. Rutiinipalvelussa asiakas käyttää toistuvasti samaa palvelua ja rutiinipalvelussa on tärkeää, että se toimii odotetulla tavalla. Henkilökohtaisessa palvelussa vuorovaikutus asiakaspalvelijan kanssa on tärkeää. Henkilökohtaisella palvelulla voidaan erottua kilpailijoista ja luoda pysyviä asiakassuhteita. (Bergström & Leppänen 2013, 89-90.)

Asiakaspalvelulla voidaan erottua kilpailijoista ja tehdä omaa tarjontaa asiakkaan kannalta houkuttelevammaksi. Asiakas on syytä ottaa lähtökohdaksi yrityksen strategiseen suunnitteluun. Yrittäjän tulee pyrkiä selvittämään mitä asiakkaat haluavat, ja lähteä sen pohjalta miettimään tarjottavaa palvelukokonaisuutta. (Selin & Selin 2013, 223.)

Asiakaspalvelun tavoitteena on tyytyväinen asiakas. Asiakassuhdetta tukevaa tyytyväisyyttä edustaa asiakaspalvelu, johon ei sisälly tyytymättömyystekijöitä. Tyytyväisyyteen kuuluu tunne siitä, että asiakas sai sitä, mitä vähintäänkin odotti, ja tunne, että tehty ratkaisu oli vaivan arvoinen. Tyytyväinen asiakas on helpottunut siitä, että sai ongelmaansa ratkaisun, eli täytti tarpeensa. Asiakaspalvelun tavoitteena on vaikuttaa asiakkaan ostopäätöksiin. (Lehtonen ym. 2002, 62.)

4.1 Hyvä asiakaspalvelu

Hyvä asiakaspalvelu on kaikkien opittavissa oleva taito. Tieto siitä, miten ihmiset haluavat tulla kohdelluksi, on tärkeä. Kun tämän asian on selvittänyt, asiakaspalvelu on antoisaa työtä. Asiakkaat haluavat palvelutilanteessa tulla kohdelluksi yksilöinä, joiden tarpeita, toiveita, persoonallisuutta ja ideoita kunnioitetaan. (Lahtinen & Isoviita 1998, 48.)

Hyvä asiakaspalvelu on vuorovaikutteista. Asiakaspalvelijan käytös, olemus ja sanavalinnat vaikuttavat asiakkaan ostokokemukseen. Asiakaspalvelija pystyy sanoillaan ja käyttäytymisellään lujittamaan asiakkaan luottamusta ja asiakasuskollisuutta. Asiakas pitää saada tuntemaan itsensä tärkeäksi asioidessaan yrityksessä, koska asiakkaan positiivinen asiakaspalvelukokemus vahvistaa mahdollisuutta, että asiakas sitoutuu yritykseen. Hyvä asiakaspalvelu on myös jatkuvasti kehittyvää. Toimintaympäristö muuttuu jatkuvasti, joten asiakaspalvelukaan ei saa jämähtää tietylle tasolle. (Selin & Selin 2013, 216, 126.)

Henkilöstön motivoinnilla on suuri merkitys asiakaspalveluhenkisyiden ylläpitämiseksi. Hyvä palvelu on pitkälti henkilöstön asenteesta kiinni. Yritysjohdo voi kehittää palautteenantojärjestelmän

henkilökunnalleen, ilman, että henkilökunnan jäsenet tulevat torjutuksi kuultuaan palautetta tekemästään työstä. (Selin & Selin 2013, 215.)

Hyvään asiakaspalveluun kuuluu perinpohjainen tieto tarjottavasta palvelusta, asiakkaista, joille se on tarkoitettu, oman organisaation menettelytavoista, oman organisaation sisäisistä asiakkaista, sekä työtovereista ja alihankkijoista. Tärkeitä taitoja hyvässä asiakaspalvelussa ovat myös asiakkaan kuunteleminen, kyky tehdä asiat oikein kerralla, valitusten käsittelyminen rakentavasti, kyky toimia asiallisesti paineen alla, sekä selkeä viestintä. (Newby 2000, 21-23.)

4.2 Asiakaspalvelu kilpailukeinona

On olemassa vain kaksi tapaa saada mainetta asiakaspalvelusta: olla paras palveluntarjoaja, tai huonoin. Mikäli yritys saavuttaa korkean asiakastyytyväisyystason, tulisi yrityksen myös mainostaa sitä. Hyvä asiakaspalvelu on vahva markkinointikeino ja yritys pystyy sen avulla myös erottumaan kilpailijoistaan. (Selin & Selin 2013, 13-14, 123-124.)

Mielikuviiin perustuvista asioista on tullut nyky-yhteiskunnassa menestyksen avain. Yrityksen maine on suuri menestystekijä. Mainella tarkoitetaan sitä, mitä ihmiset sanovat, puhuvat ja tietävät yrityksestä. Maineen perustana ovat yrityksen sanat ja teot. Yrityksen on tunnistettava omat vahvuutensa ja heikkoutensa ja pyrittävä kehittymään. (Lehtonen ym. 2002, 6.)

Koska yrityksen maine rakentuu siitä, mitä se tekee, mitä se kertoo ja mitä muut siitä puhuvat, viestintä on keskeinen toiminnan edellytys yrityksessä. Yritys viestii itsestään jatkuvasti toiminnallaan. Siitä syystä yrityksen menestyminen edellyttää tietoista otetta viestinnän suunnitteluun ja arkeen. Yrityksen on pyrittävä omia vahvuuksia kehittävään toimintaan ja laadukkaaseen viestimiseen. Asiakaspalvelu kertoo siitä, millainen organisaatio on. Asiakaspalvelu on markkinointiviestinnän lisäksi mielikuvien ja maineen rakentamisen kanava. (Lehtonen ym. 2002, 6.)

4.3 Asiakaskokemus

Asiakaskokemukseksi kutsutaan asiakkaan yksilöllistä mielikuvaa, jonka hän muodostaa kohtaamisista, mielikuvista ja tunteista yrityksen toimintaan. Asiakaskokemukseen panostaminen lisää asiakastyytyväisyyttä ja asiakasuskollisuutta. Yritys pyrkii maksimoimaan asiakkaalle tuotetun arvon, mutta asiakaskokemukseen ei ole kuitenkaan täysin mahdollista vaikuttaa. Kaikki yrityksen toiminnot kuten asiakaspalvelu, markkinointi, laskutus sekä muiden ihmisten kokemukset yrityksestä vaikuttavat asiakaskokemuksen muodostumiseen. (Löytänä ja Korteso 2011, 11, 15.)

Asiakaskokemuksen muodostuminen voidaan jakaa neljään eri vaiheeseen. Lähtötila on tila, josta asiakkaan asiointi alkaa ja tarve palvelulle syntyy. Lähtötila kertoo asiakkaan ennako-odotuksista ja asenteista yritystä ja palvelua kohtaan. Asiakkaalla on odotuksia ennen palvelutapahtuman toteutumista. Odotukset ovat voineet syntyä ystäviltä kuulluista mielipiteistä tai aiemmista

kokemuksista yrityksessä. Myös yrityksen toimiala voi vaikuttaa asenteisiin yritystä kohtaan, vaikka asiakkaalla ei olisikaan aiempaa kokemusta yrityksestä. Ennen ostopäätöstä asiakas voi nähdä myös yrityksen markkinointia. (Filenius 2015, 24-25.)

Asiakas saattaa käyttää paljon aikaa ostopäätöksen tekemiseen. Ostopäätöstä seuraa ostotapahtuma, johon normaalisti kuuluu asiointi yrityksessä. Ostotapahtuma on asiakaskokemuksen muodostumisen kolmas vaihe. Ostotapahtumaa seuraa tila asiointin jälkeen, johon liittyvät esimerkiksi asiakkaan uusi asiointi tai palautteen antaminen. (Filenius 2015, 24-25.)

5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Asiakastyytyväisyys ilmaisee asiakkaan palveluun kohdistuvien odotusten ja kokemusten suhdetta. Ensimmäisen kerran asiakas tekee ostoja yleensä odotusten perusteella, ja sen jälkeisiin ostoihin vaikuttaa jo palveluodotusten ja -kokemusten vertailu. Asiakkaan kokemusten on oltava jatkuvasti hyviä, jotta yritys saisi muodostettua pitkäaikaisia suhteita asiakkaisiin. (Lahtinen & Isoviita 1998, 50.)

Asiakastyytyväisyys muodostuu asiakkaan subjektiivisista kokemuksista. Asiakastyytyväisyys on lunastettava uudelleen joka kerta palvelutilanteessa, koska asiakastyytyväisyys on sidottu nykyhetkeen. Asiakastyytyväisyyden mittaamisen tulee olla systemaattista ja jatkuvaa. (Rope & Pöllänen 1994, 59.)

Asiakastyytyväisyys on keskeinen mittari selvittäessä yrityksen menestymismahdollisuuksia. Yrityksen menestystä ei voi pitkällä tähtäimellä odottaa, jos asiakastyytyväisyys ei ole hyvää. Onnistuneen liiketoiminnan kannalta asiakkaat on syytä pitää tyytyväisenä. (Rope & Pöllänen 1994, 58-59.)

Palvelua käytettyään asiakas on joko tyytyväinen tai tyytymätön. Yrityksen täytyy selvittää, mitkä asiat tekevät asiakkaat tyytyväisiksi, ja nämä asiat täytyy hankkia asiakkaalta itseltään. Tyytyväisyyden seuranta ei tietenkään sinällään riitä, vaan on tehtävä seurantaan perustuvia toimintoja eli kehittää yrityksen toimintaa asiakastyytyväisyyden parantamiseksi. (Ylikoski 1999, 149.)

Asiakastyytymättömyys johtaa usein siihen, että asiakas vaihtaa palveluntarjoajaa. Usein asiakkaat eivät ilmaise tyytymättömyyttään, vaan päättävät asiakkuutensa. Yrityksen tulisi kannustaa tyytymätöntä asiakasta antamaan palautetta, jotta yritys voisi reagoida palautteeseen ja pelastaa asiakkuuden jatkumisen. (Mäntyneva 2002, 29.)

5.1 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät

Asiakas käyttää palvelua tyydyttäkseen jonkun tarpeen. Palvelun laatu, tavaran laatu sekä hinta muodostavat asiakastyytyväisyyden. Asiakastyytyväisyyteen liittyvät myös tilannetekijät, kuten asiakkaan kiire, ja yksilötekijät eli asiakkaan yksilölliset ominaisuudet. (Ylikoski 1999, 151-152.)

Asiakkaan palvelukokemukseen vaikuttaa se, paljonko asiakas kokee itse panostavansa palvelun saamiseen verrattuna palvelusta saatuihin hyötyihin. Tästä käytetään nimitystä asiakkaan saama arvo tai asiakkaan saama lisäarvo. Palvelukokemus koostuu palvelun laadusta, asiakkaan saamasta arvosta ja asiakastyytyväisyydestä. Vuorovaikutustilanteet henkilöstön kanssa, palveluympäristö, organisaation imago ja palvelusta peritty hinta vaikuttavat palvelukokemukseen. Nämä asiat vaikuttavat laatuun, tuottaavat asiakkaalle arvoa ja sitä kautta luovat asiakastyytyväisyyttä. (Ylikoski 1999,153.)

5.2 Asiakastyytyväisyyden tutkiminen

Asiakastyytyväisyyden tutkiminen tarkoittaa markkinointitutkimusta asiakastyytyväisyydestä ja siihen liittyvistä asioista. Asiakastyytyväisyyden selvittämiseksi käytetään suoran palautteen järjestelmää sekä asiakastyytyväisyystutkimusta. Olisi suotavaa käyttää molempia keinoja, koska ne antavat hieman eri lailla tietoa asiakastyytyväisyyden tasosta. (Rope & Pöllänen 1994, 56.)

Asiakastyytyväisyystutkimuksilla mitataan kokonaistyytyväisyyttä ja tyytyväisyyttä osa-alueittain. Osa-alueita voivat olla tuotteet, palvelut, osastot, hinnat, tilojen toimivuus, laatu ja asiakaspalvelu. Kyselytutkimuksella analysoidaan asiakkaan tarpeita ja tuloksilla muodostetaan käsitys asiakastyytyväisyydestä. (Lotti 1998, 67.)

Asiakastyytyväisyystutkimuksella pyritään saamaan mahdollisimman yksityiskohtaista tietoa asiakastyytyväisyydestä, ja niistä tekijöistä jotka aiheuttavat tyytyväisyyttä tai tyytymättömyyttä. Myös suoran palautteen järjestelmää on tärkeä käyttää. Suoran palautteen järjestelmä eroaa kuitenkin asiakastyytyväisyystutkimuksesta siten, että suoran palautteen järjestelmä ei täytä tutkimuskäsitteen kriteerejä. Suoran palautteen järjestelmällä saadaan kuitenkin arvokasta tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä, joka ei välttämättä tule ilmi asiakastyytyväisyystutkimuksessa. (Rope 2000, 581-582.)

5.3 Asiakasuskollisuus

Asiakasuskollisuus tarkoittaa asiakkaan halukkuutta asioida jatkuvasti samassa yrityksessä eli asiakas käyttää yrityksen tarjoamia palveluja säännöllisesti ja toistuvasti. Asiakkaan kokemukset palveluntarjoajasta määrittelevät asiakassuhteen vahvuuden. Asiakassuhteen vahvuus määrittelee asiakasuskollisuuden palveluntarjoajalle. Asiakkaan ja palveluntarjoajan välisen suhteen vahvuus on siis tärkeä kestävä asiakasuskollisuuden rakentamisessa. Vahvan asiakassuhteen lisäksi asiakasuskollisuuteen vaikuttaa myös yrityksen kysynnän kehityksen ymmärtäminen, tutkimus- ja kehitystyöhön panostaminen, kilpailuympäristö sekä henkilöstön laatu ja motivaatio. (Lämsä & Uusitalo 2002, 70; Rao & Chandra 2012, 12-14.)

Asiakastyytyväisyys määrää yrityksen tulevaisuuden suunnan, minkä vuoksi yritysten tulisi tarkkailla ja parantaa jatkuvasti asiakastyytyväisyyden tasoa. Mitä korkeampi asiakastyytyväisyystaso on, sitä todennäköisemmin asiakkaat pysyvät. Yritysten on pyrittävä myös asiakkaiden ilahduttamiseen, ei vain tarpeiden tyydyttämiseen. Uskolliset asiakkaat ovat yritykselle elintärkeitä. Asiakkaiden odotukset tulee täyttää joka kerta, ja menestyneet yritykset pyrkivät sen lisäksi nostamaan hymyn asiakkaan huulille. (Kotler 2005, 13-14.)

Uusien asiakkaiden hankkiminen maksaa yritykselle viidestä kymmeneen kertaan enemmän kuin nykyisten asiakkaiden pitäminen ja tarpeiden tyydyttäminen, joten uskolliset asiakkaat ovat yrityksille kannattavia. Yrityksen tulisi palkita uskolliset asiakkaansa. Kuitenkin usein yritykset tarjoavat parempia tujouksia uusille kuin vanhoille asiakkaille. Uskolliset asiakkaat maksavat itsensä

takaisin yritykselle pitemmän ajan kassavirrassa. Tyytyväisillä asiakkailla on tapana suositella saamaansa hyvää palvelua ja reiluja etuja myös muille ihmisille, mikä lisää yrityksen palveluista kiinnostuneita asiakkaita. (Kotler 2005, 13-14, 181-182.)

Yritykselle on elintärkeää sekä saada uusia asiakkaita, että pitää nykyiset asiakkaat käyttämässä palvelujaan. Tyytyväiset asiakkaat eivät vaihda palveluntarjoajaa. Kokonaisvaltainen asiakastyytyväisyys syntyy siitä, että asiakkaan tarpeet ratkaistaan ja seurannasta huolehditaan. Asiakastyytyväisyydellä on merkittävä rooli yrityksen maineen kannalta, koska maine syntyy vain teoista. (Rubanovitsch & Aalto 2012, 196.)

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA MENETELMÄT

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää Gym 99:n nykyisten asiakkaiden tyytyväisyyttä yrityksen toimintaan, palveluihin, viihtyvyyteen sekä asiakaspalveluun. Tutkimuksella pyrittiin myös selvittämään mitkä ovat Gym 99:n vahvuudet ja heikkoudet. Gym 99:n asiakkaille tehtiin asiakastyytyväisyyskysely, jossa asiakkaat saivat kertoa mielipiteitään kuntosalin liittyen ja antaa arvioita kuntosalin eri osa-alueille. Kyselyn tulokset analysoitiin ja niiden perusteella annettiin yritykselle kehitysehdotuksia toimintaansa varten.

6.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimuksen tavoitteena on saada tulokseksi yleistettäviä päätelmiä. Tutkija määrittelee perusjoukon ja poimii perusjoukosta edustavan otoksen. Otosaineistoon perustuvan tutkimuksen pyrkimyksenä on saada yleistettäviä päätelmiä koko perusjoukosta. Otoskokoon vaikuttaa tulosten tarkkuustavoite. Mitä tarkemmin halutaan otoksen avulla saatujen tulosten vastaamaan perusjoukon lukuja, sitä suurempi otannan on oltava. (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2004, 169.)

Opinnäytetyössä tutkimusmenetelmänä käytetään kvantitatiivista tutkimusta. Survey-kyselytutkimuksen etuna on se, että sen avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto. Tutkimukseen on helpompi saada suuri vastaajajoukko, ja kyselytutkimuksessa voidaan kysyä monia asioita. Kyselytutkimus säästää tutkijan aikaa ja vaivannäköä. Jos lomake on suunniteltu huolellisesti, aineisto voidaan käsitellä nopeasti ja analysoida tietokoneen avulla. (Hirsjärvi ym 2004, 184.)

Kyselytutkimuksen heikkoutena voidaan pitää sitä, että ei voida olla varmoja siitä, miten vakavasti vastaajat ovat vastanneet kyselyyn. Myöskään kyselylomakkeen väärinymmärryksiä ei voida kontrolloida, ja ei tiedetä, kuinka perehtyneitä vastaajat ovat kysymysten aiheisiin. Hyvän lomakkeen laatiminen vie aikaa ja vaatii tutkijalta tietoa ja taitoa. (Hirsjärvi ym 2004, 184.)

Kyselytutkimuksessa vastaaja lukee kirjallisesti lomakkeen kysymykset ja vastaa niihin itse kirjallisesti. Kyselytutkimuksen etuna voidaan pitää sitä, että vastaaja jää aina tuntemattomaksi. Tämän vuoksi kyselytutkimuksella on helppo tutkia myös arkaluontoisia asioita. (Vilka 2005, 76.)

6.2 Perusjoukko ja otanta

Perusjoukolla tarkoitetaan tutkimuksessa määriteltyä joukkoa, joka sisältää kaikki havaintoyksiköt, joista halutaan tietoa tutkimuksessa. Otanta tarkoittaa menetelmää, jolla otos poimitaan perusjoukosta. Otantamenetelmää valittaessa lähtökohtana on, että kaikilla perusjoukon havaintoyksiköillä pitäisi olla mahdollisuus valikoitua otokseen. (Vilka 2005, 78.)

Tutkimuksen perusjoukkona ovat kaikki Gym 99:n asiakkaat. Tutkimuksessa on käytetty toteutunutta otosta, eli kyselylomakkeisiin vastanneiden määrää. Kaikilla kuntosalin asiakkailla on

ollut mahdollisuus osallistua asiakastyytyväisyyskyselyyn. Toteutuneesta otoksesta pitäisi saada sama tutkimustulos kuin tutkittaessa kokoniasutkimuksella koko perusjoukko. (Vilka 2005, 80.) Kyselyyn osallistui yhteensä 113 vastaajaa, joista 89 vastausta tuli nettikyselyn kautta, joka linkitettiin yrityksen Facebook-sivuille ja 24 vastaajaa paperisen kyselyn kautta, joka oli auki kuntosalin vastaanotossa. Kyselyyn pystyi vastaamaan 29.3-11.4.2016 välisenä aikana, eli kysely oli auki noin kaksi viikkoa.

6.3 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksen pätevyys ja luotettavuus muodostavat tutkimuksen kokonaisluotettavuuden. Tutkimuksen luotettavuutta voivat heikentää monet asiat tutkimuksen aikana, esimerkiksi se, että vastaaja muistaa vastatessaan jonkin asian väärin tai ymmärtää sen eri tavalla kuin tutkija, tai tutkija tekee virheitä vastauksia tallentaessaan. (Vilka 2005, 162.)

Tutkimuksen pätevyys eli validius tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä, mitä tutkimuksessa on tarkoitus mitata. Kyselylomakkeessa ei saisi olla systemaattisia virheitä, jotka voivat vaikuttaa siihen, miten tutkittavat ymmärtävät lomakkeen kysymykset. Tulokset vääristyvät, mikäli vastaajat ajattelevat kysymykset eri tavalla kuin kyselyn laatija. Validiutta tarkastellaan jo tutkimusta suunniteltaessa määrittämällä tarkkaan käsitteet, perusjoukko ja muuttujat, sekä suunnitteleamalla huolellisesti aineiston kerääminen ja mittarit. Tutkimuksen validiteetti varmistetaan käyttämällä oikeaa tutkimusmenetelmää, oikeaa mittaria ja mittaamalla oikeita asioita. (Vilka 2005, 161.)

Tässä opinnäytetyössä tutkimuksen perusjoukoksi määriteltiin kaikki Gym 99:n asiakkaat ja kysely oli kaikille asiakkaille avoin. Kysely pyrittiin pitämään mahdollisimman tiiviinä, että vastaajia saataisi mahdollisimman paljon. Tutkimuslomaketta suunniteltaessa lomake testattiin usealla henkilöllä, jotta saataisi minimoitua mahdolliset väärinymmärrykset.

Tutkimuksen luotettavuus eli reliabiliteetti tarkoittaa tulosten tarkkuutta eli mittausten toistettavuutta sekä kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Toistettavuudella tarkoitetaan esimerkiksi sitä, jos kaksi tutkijaa tekisi saman mittauksen, tulosten pitäisi vastata toisiaan. (Vilka 2005, 161.)

Asiakastyytyväisyystutkimukseen saatiin 113 vastaajaa, joista 51 oli naisia ja 62 miehiä. Vastaajat jakautuivat sukupuolen mukaan siis melko tasaisesti. Tutkimukseen pyrittiin saamaan mahdollisimman paljon vastaajia, jotta tuloksia pystyisi yleistämään.

Tutkimuksen luotettavuutta alentavat erilaiset virheet. Virheet saattavat syntyä esimerkiksi aineistoa hankittaessa tai tutkimusta mitattaessa. On mahdollista, että tutkimustuloksiin on tullut vääristymiä esimerkiksi sen takia, että vastaajat eivät ole vastanneet kysymyksiin huolellisesti tai vastaajat ovat ymmärtäneet väärin jonkun kysymyksen tai väittämän.

Aineiston keruussa on otettava huomioon myös eettiset seikat, kuten kyselyn anonymisuus. Kerättyä aineistoa ei käytetä muihin tarkoituksiin ja aineisto hävitetään heti kun opinnäytetyö on hyväksytty. Asiakastytyväisyyskysely palautettiin nimettömänä ja arvontaan osallistuttiin erillisellä lomakkeella. Myös kyselyn saatekirjeessä mainittiin, että kaikki vastaukset käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisesti, eikä vastauksia yksilöidä ja annettuja yhteystietoja ei säilytetä tai yhdistellä kyselylomakkeisiin, vaan ne hävitetään asianmukaisesti arvonnän jälkeen.

6.4 Kyselylomake

Kyselylomakkeesta pyrittiin tekemään mahdollisimman selkeä ja helppo, jotta se veisi asiakkaiden aikaa mahdollisimman vähän. Kyselylomake pyrittiin tekemään myös niin, ettei se vaikuttaisi liian monimutkaiselta, että siihen olisi helppo tarttua. Kyselylomake löytyy opinnäytetyön liitteistä (liite 1).

Asiakastytyväisyystutkimuslomake koostui taustatietokysymyksistä, väittämistä sekä avoimista kysymyksistä. Taustatietokysymyksenä kysyttiin vastaajien ikää, sukupuolta, asiakkauuden kestoa ja kuinka usein asiakkaat käyttävät kuntosalipalveluita. Väittämät koskivat kuntosalitiloja, pukuhuone- ja suihkutiloja, kuntoilulaitteita, asiakaspalvelua ja muita kuntosaliin liittyviä seikkoja. Väittämissä käytettiin Likert asteikon 4 -portaisia mielipideväittämiä. Asteikot ovat: 4 = Täysin samaa mieltä, 3 = Osittain samaa mieltä mieltä, 2 = Osittain eri mieltä ja 1 = Täysin eri mieltä, sekä 5 = En osaa sanoa. Lopuksi vastaajat saivat antaa avoimia kommentteja liittyen kuntosalin laitteisiin, syitä miksi he käyttävät Gym 99:ä sekä risuja ja ruusuja.

7 TUTKIMUKSEN TULOKSET

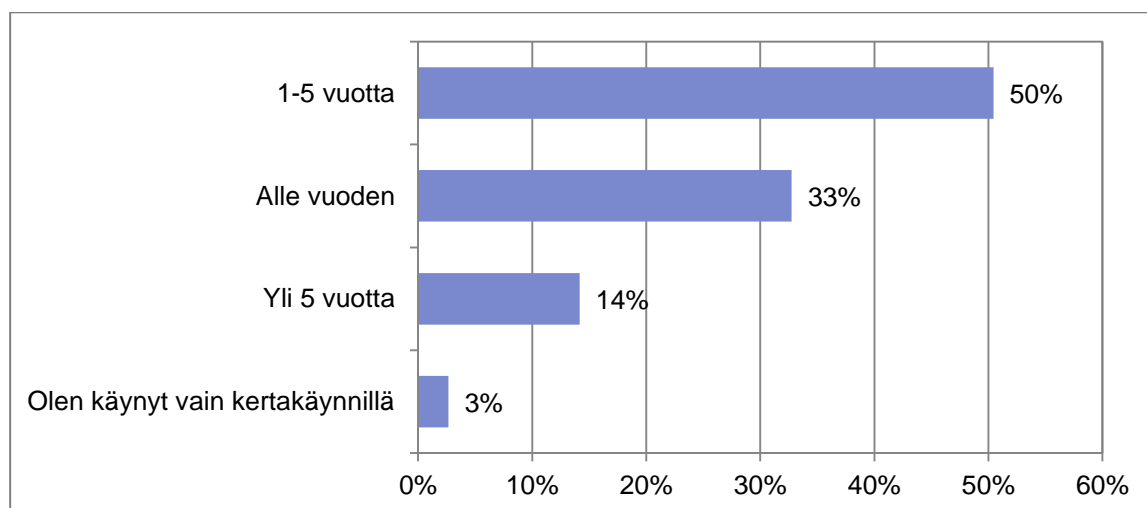
Kyselyyn osallistui yhteensä 113 vastaajaa, joista 89 vastausta tuli nettikyselyn kautta, joka linkitettiin yrityksen Facebook-sivuille ja 24 vastaajaa paperisen kyselyn kautta, joka oli kuntosalin vastaanotossa. Kyselyyn pystyi vastaamaan 29.3-11.4.2016 välisenä aikana. Gym 99:llä on asiakkaita arviolta muutamia satoja, joten kyselyyn saatu vastaajamäärä oli hyvä.

7.1 Taustatiedot

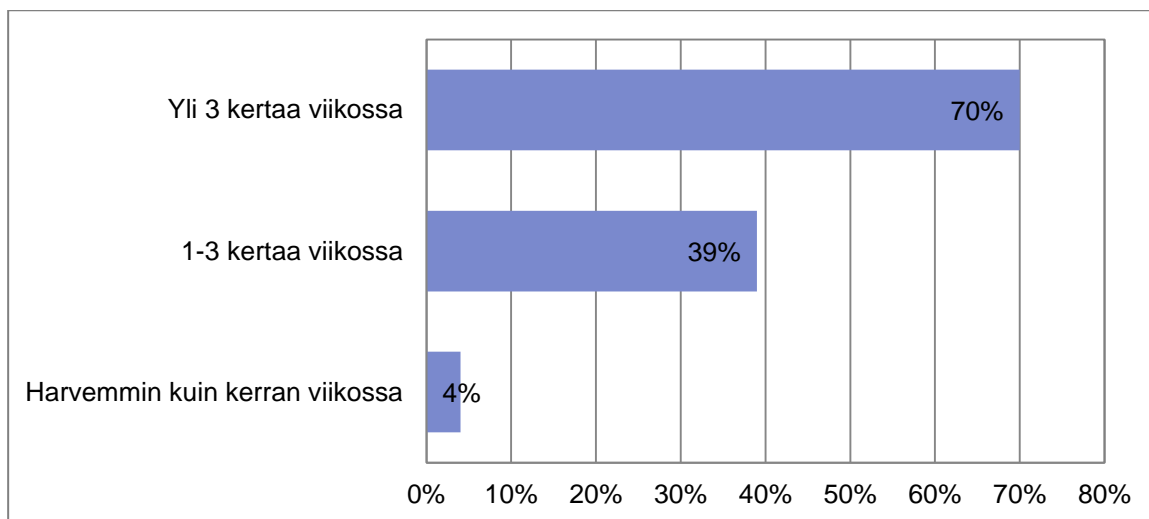
Aluksi kyselyssä kysyttiin vastaajien taustatietoja, eli ikää, sukupuolta, asiakkuuden kestoa ja kuinka usein asiakkaat käyttävät kuntosalipalveluita. Kaikista vastaajista 45 % (n=51) oli naisia ja 55 % (n=62) oli miehiä eli sukupuolijakauma oli melko tasainen. 47 kyselyyn vastannutta henkilöä eli 42 % vastaajista kuului ikäryhmään 18-25 vuotiaat. Noin kolmannes vastaajista kuului ikäryhmään 26-35 vuotta, 19 % vastaajista kuului ikäryhmään 36-50 vuotiaat, 5 % oli yli 50 vuotias ja 3 % alle 18 vuotias.

Puolet kyselyyn vastanneista henkilöistä on ollut Gym 99:n asiakkaana 1-5 vuotta (kuvio 1). Noin kolmasosa vastaajista on ollut asiakkaana alle vuoden, ja 14 % yli 5 vuotta. Ainoastaan 3 vastaajaa on käynyt vain kertakäynnillä.

70 % kaikista vastaajista käyttää kuntosalipalveluita yli 3 kertaa viikossa (kuvio 2). Noin kolmasosa vastaajista käy salilla 1-3 kertaa viikossa ja 4 % vastaajista harvemmin kuin kerran viikossa. Kyselyyn vastanneista suurin osa siis käyttää kuntosalipalveluita hyvin aktiivisesti.



KUVIO 1. Vastaajien asiakkuuden kesto (n=113)



KUVIO 2. Vastaajien kuntosalipalveluiden käytön aktiivisuus. (n=113)

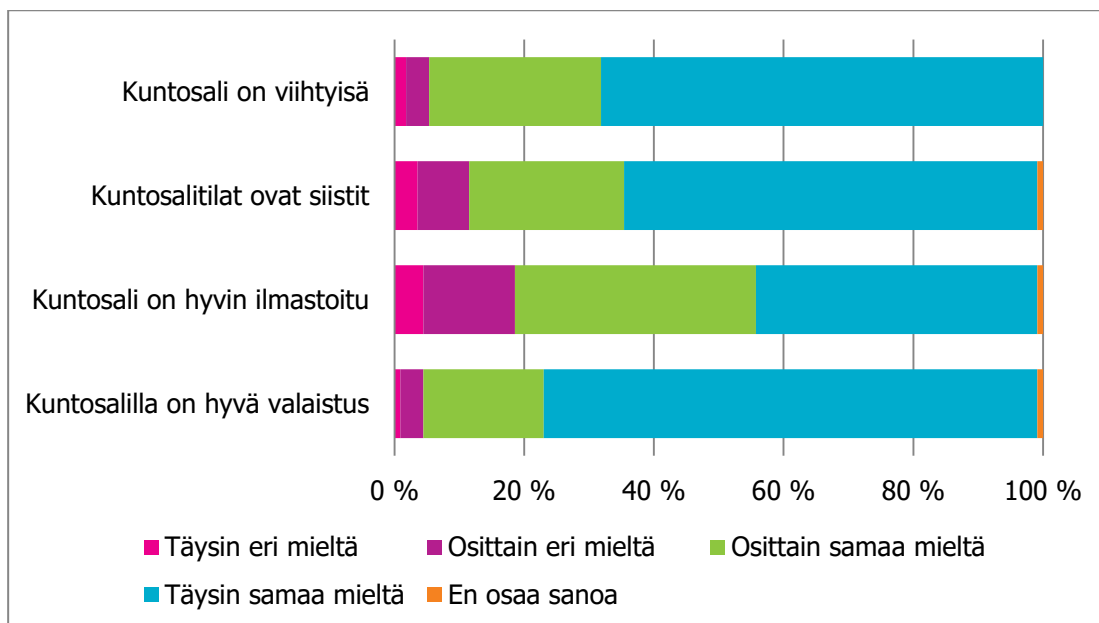
7.2 Väittämät

Tutkimuslomakkeen toinen osio koostui väittämistä. Väittämäkysymysten tavoitteena oli saada tietoa asiakastyytyväisyydestä eri osa-alueisiin kuntosalilla. Väittämiä oli 15 kappaletta ja väittämien aiheita olivat kuntosalitilat, pukuhuone- ja suihkutilat, kuntoilulaitteet, asiakaspalvelu ja muut kuntosaliin liittyvät seikat, esimerkiksi sijainti ja hintataso.

Vastausvaihtoehtoja väittämiin oli viisi: täysin eri mieltä (arvo 1), osittain eri mieltä (arvo 2), osittain samaa mieltä (arvo 3), täysin samaa mieltä (arvo 4) ja en osaa sanoa (arvo 5). Suurin keskiarvo, minkä kysymyksistä voi saada, on 4, koska en osaa sanoa -vaihtoehtoa ei ole laskettu mukaan keskiarvoihin. Vastauksia vertailtiin myös sukupuolten välillä. Tarkemmat jakaumat väittämien keskiarvoista näkyvät luvussa 8 (Johtopäätökset) taulukossa 1.

Kuntosalitilat

Ensiksi asiakkailta kysyttiin heidän mielipiteitään kuntosalitiloista. Kuntosalitiloja koski neljä väittämää, joilla pyrittiin selvittämään pitävätkö asiakkaat kuntosalia viihtyisänä ja mukana paikkana kuntoilla. Alla olevassa kuviosta (kuvio 3) havainnollistetaan, kuinka vastaukset jakautuivat prosentuaalisesti eri väittämien osalta. Asiakkailta kysyttiin mielipiteitä myös kuntosalin hintatasosta, aukioloajoista ja sijainnista. Vastaukset on havainnollistettu kuvioon 4.



KUVIO 3. Vastaajien mielipiteet kuntosalitiloista (n=113)

Kuten yllä olevasta kuviosta (kuvio 3) käy ilmi, lähes kaikki vastaajat (95 %) olivat joko osittain samaa mieltä, tai täysin samaa mieltä siitä, että kuntosali on viihtyisä. Vain 6 % vastaajista oli eri mieltä väittämästä. Vastausten keskiarvo oli 3,6. Maksimikeskiarvo on 4, jonka saa silloin, kun kaikki vastaajat ovat väittämästä täysin samaa mieltä.

Noin 90 % vastaajista oli samaa mieltä väittämän ”kuntosalitulat ovat siistit” kanssa, joten kuntosalitilojen siisteyteen oltiin tyytyväisiä. 12 % vastaajista oli väittämän kanssa eri mieltä. Vastausten keskiarvo oli 3,5.

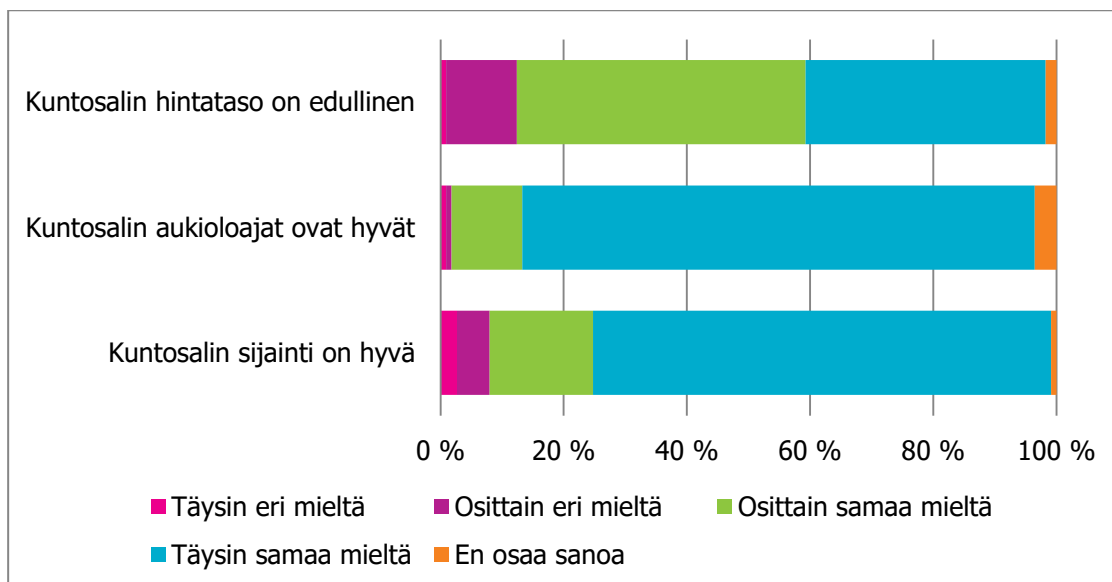
Kuntosalin ilmastointiin sekä valaistukseen oltiin pääosin tyytyväisiä. 80 % vastaajista oli tyytyväisiä kuntosalin ilmastointiin. Vastausten keskiarvo oli 3,2. Avoimissa kysymyksissä on tullut muutama kommentti kuntosalin ilmastointiin liittyen, esimerkiksi:

”Ilmastoinnin tarkkailua paremmaksi ja tilaa kasvaneen asiakasmäärän takia kaipaisi lisää”

ja

”Alakerran ilmanvaihto on huono. Kesähelteet varsinkin tekevät treenaamisen rankaksi.”.

Lähes kaikki vastaajat (95 %) olivat tyytyväisiä kuntosalin valaistukseen. Vastausten keskiarvo oli 3,7.



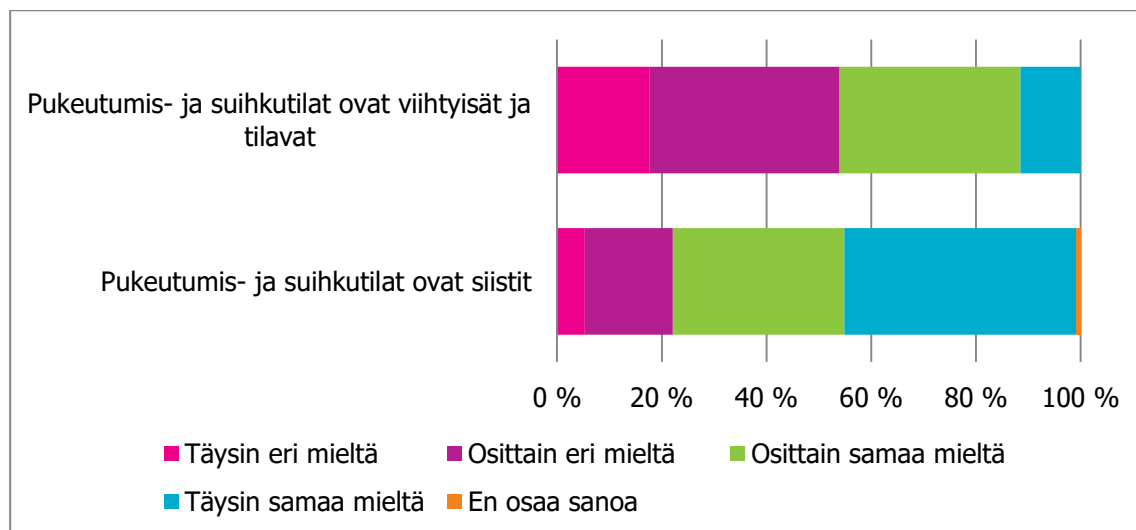
KUVIO 4. Vastaajien mielipiteet hintatasosta, aukioloajoista ja sijainnista (n=113)

”Kuntosalin hintataso on edullinen” väittämän vastausten keskiarvo on 3,2. Kuten ylläolevasta kuvioista (kuvio 4) käy ilmi, 13 % vastaajista oli osittain tai täysin eri mieltä väittämän kanssa. Avoimissa kysymyksissä moni vastaaja on maininnut kuntosalin plussaksi hyvän hinta-laatu-suhteen, edullisuuden tai hyvän aloitustarjouksen, minkä vuoksi on päätenyt käyttämään Gym 99:n palveluita. Hintatasoon ollaan siis pääosin tyytyväisiä.

Kuntosalin sijaintiin ja aukioloaikoihin asiakkaat ovat tyytyväisiä. Myös avoimeen kysymykseen ”Miksi käytät juuri tätä kuntosalia?” moni on vastannut juurikin kuntosalin hyvän sijainnin. Väittämän ”Kuntosalin sijainti on hyvä” vastausten keskiarvo on 3,6. Tutkimuksen mukaan naiset ovat tyytyväisempiä kuntosalin sijaintiin kuin miehet. Naisten vastausten keskiarvo kyseisen väittämän kohdalla on 3,8, kun taas miesten kohdalla 3,4. Väittämän ”Kuntosalin aukioloajat ovat hyvät” vastausten keskiarvo on 3,7. Aukioloaikoihin ollaan siis hyvin tyytyväisiä.

Pukeutumis- ja suihkutilat

Seuraavaksi vastaajilta kysyttiin mielipiteitä koskien kuntosalin pukeutumis- ja suihkutiloja. Väittämät koskivat pukeutumis- ja suihkutilojen viihtyvyyttä, siisteyttä ja tilavuutta. Alla olevasta kuvioista (kuvio 5) nähdään, kuinka vastaukset ovat jakaantuneet eri vastausvaihtoehtojen kesken.



KUVIO 5. Vastaajien mielipiteet pukeutumis- ja suihkutiloista (n=113)

Tutkimuksen perusteella pukeutumis- ja suihkutilojen viihtyvyyteen, tilavuuteen sekä siisteyteen oltiin eniten tyytymättömiä. Yllä oleva kuvio (kuvio 5) havainnollistaa vastausten jakautumista. Erityisesti naiset olivat tyytymättömämpiä kuin miehet. ”Pukeutumis- ja suihkutilat ovat viihtyisät ja tilavat” väittämän vastausten keskiarvo on 2,4, ja ”Pukeutumis- ja suihkutilat ovat siistit” vastausten keskiarvo on 3,1.

Pukeutumis- ja suihkutilojen viihtyvyyteen ja tilavuuteen 54 % vastaajista on tyytymättömiä. Naisten vastausten keskiarvo on 2,2, kun taas miesten vastausten keskiarvo on 2,6, eli naiset ovat väittämästä useammin eri mieltä kuin miehet.

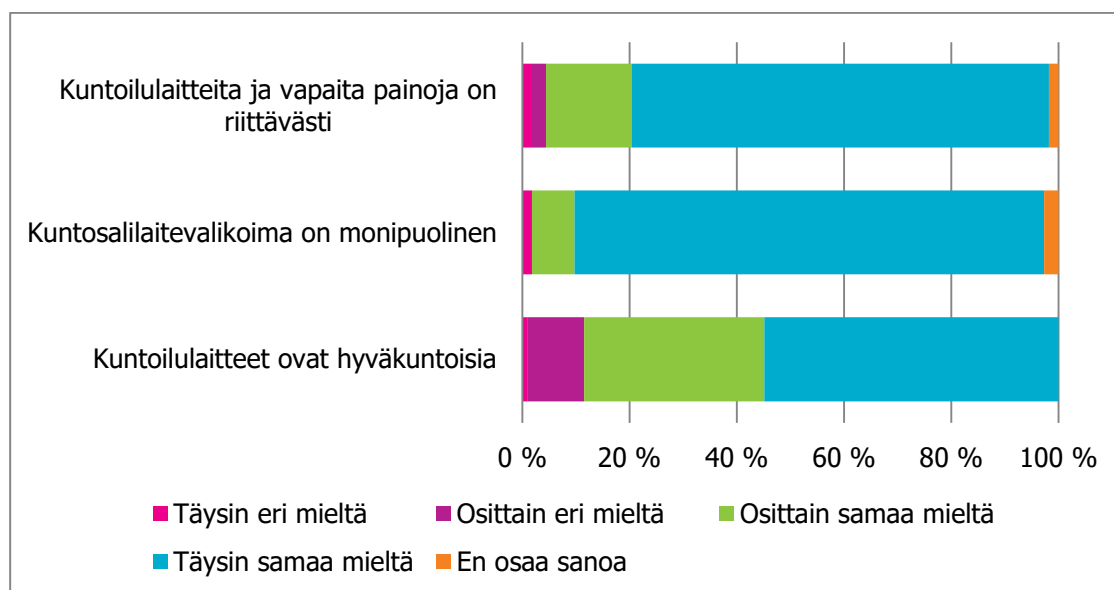
Pukeutumis- ja suihkutilojen siisteyteen 77 % vastaajista on osittain tai täysin tyytyväisiä. Myös avoimissa kysymyksissä pukuhuoneen, sekä suihkutilan ahtaudesta ja epäsiisteydestä on useamman kerran mainittu, ja eniten risuja on tullut juurikin pukuhuoneiden ahtaudesta. Esimerkiksi nämä kommentit ovat tulleet koskien pukuhuone- ja suihkutiloja:

”Naisten alakerran pukkaria voisi kehittää viihtyisämmäksi vaikka vastaavanlaisella suihkukopilla kuin yläkerrassa ja muutenkin. On nyt aika kolhot suihkutilat. Samalla saisi ruuhkaa helpotettua yläkerran pukkarista, kun viitsisi käyttää alakertaakin.”

ja

”Miesten pukuhuneet ja wc tilojen siivousta voisi tihentää, varsinkin viikonloppuisin on epäsiistit.”

Kuntoilulaitteet



KUVIO 6. Vastaajien mielipiteet kuntoilulaitteista (n=113)

Kuntoilulaitteisiin ja -välineisiin oltiin erittäin tyytyväisiä sen perusteella, että suurin osa vastaajista on täysin samaa mieltä väittämien kanssa (kuviot 6). Erityisesti kuntosalilaitteiden valikoiman monipuolisuuteen oltiin erittäin tyytyväisiä, vain 2 % vastaajista oli väittämästä ”kuntosalilaitteivalikoima on monipuolinen” eri mieltä.

Kuntoilulaitteiden kuntoon 12 % vastaajista oli tyytymättömiä. Avoimissa kysymyksissä oli myös muutama kommentti liittyen kuntoilulaitteiden kuntoon. Esimerkiksi näin laitteiden kuntoa on kommentoitu:

”Osa laitteista vanhoja ja huonossa kunnossa. Uudempia laitteita tilalle.”

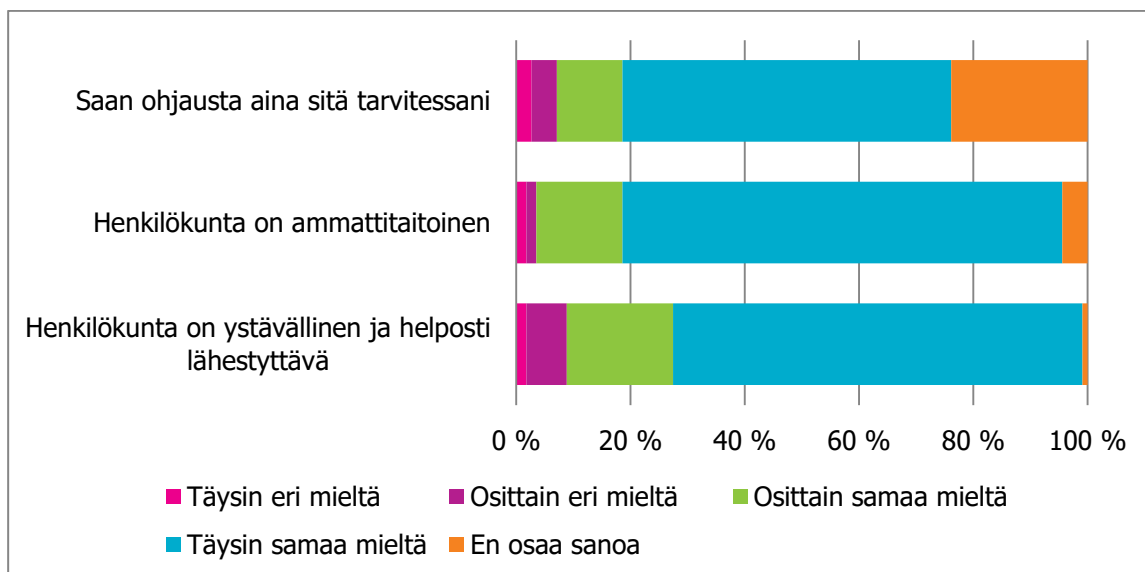
ja

”Rikki menneet laitteet liian pitkään odottavat korjausta.”

”Kuntoilulaitteita ja -välineitä on riittävästi” väittämän vastausten keskiarvo oli 3,7.

”Kuntosalilaitteivalikoima on monipuolinen” väittämän vastausten keskiarvo oli 3,8, ja ”Kuntoilulaitteet ovat hyväkuntoisia” vastausten keskiarvo oli 3,4. Avoimissa kysymyksissä kysyttiin ”miksi käytät juuri tätä kuntosalia?”, ja moni vastaaja oli maininnut juuri laitevalikoiman monipuolisuuden.

Asiakaspalvelu



KUVIO 7. Vastaajien mielipiteet asiakaspalvelusta (n=113)

Väittämän ”henkilökunta on ystävällinen ja helposti lähestyttävä” keskiarvo on 3,6, ”henkilökunta on ammattitaitoinen” keskiarvo on 3,6, ja ”saan ohjausta aina sitä tarvitessani” keskiarvo on 2,8. Moni vastaaja on vastannut ”en osaa sanoa” henkilökuntaa koskeviin väittämiin, erityisesti viimeiseen. Vain reilu puolet vastaajista on ollut täysin samaa mieltä väittämän ”saan ohjausta aina sitä tarvitessani” kanssa.

Asiakaspalveluun vastaajat ovat melko tyytyväisiä. Avoimissa kysymyksissä on tullut paljon positiivista palautetta henkilökunnasta, mutta myös muutama negatiivinen palaute. Avoimien vastausten perusteella mukava henkilökunta on yksi syistä, miksi asiakkaat käyvät kyseisellä salilla. Henkilökuntaa on kommentoitu muun muassa näin:

”Henkilökunta on rentoa ja lupsakkaa, mutta samalla asiantuntevaa ja ammattimaista”.

7.3 Avoimet kysymykset

Kyselyn lopussa asiakkaat saivat vastata avoimiin kysymyksiin liittyen kuntosalin laitteisiin, sekä syitä miksi he käyttävät juuri kyseistä kuntosalia. Asiakkaat saivat myös kirjoittaa ”risuja ja ruusuja” kuntosalille. Tässä keskeiset asiat, mitä avoimista kommentista kävi ilmi. Tutkimusraportin liitteeseen (liite 3) on koottu kaikki avoimiin kysymyksiin saadut palautteet.

Millaisia laitteita tai välineitä toivoisit tälle kuntosalille?

Moni vastaajista on maininnut, että kuntosalilla on jo tällä hetkellä hyvä valikoima, eikä kaipaa mitään uutta. Vastauksissa tullut erityisesti ilmi mitään tiettyä laitetta- tai välinettä, joka olisi toistuvasti mainittu. Myös väittämien perusteella laitevalikoimaan oltiin erittäin tyytyväisiä.

Muutamia ehdotuksia uusista laitteista on kuitenkin tullut. Asiakkaat ovat kertoneet, että kaipaivat esimerkiksi uutta prässä, uutta smithiä, uutta ylä- ja alataljaa ja lisää kyykky- tai penkkipaikkoja. Myös GHR, hammer strenght, nilkkapainot ja porraskone on mainittu useamman kerran.

Miksi käytät juuri tätä kuntosalia?

Vastauksista tulee selvästi esille kuntosalin hyvä ilmapiiri, monipuoliset laitteet, salin suuri koko, mukava henkilökunta sekä suositukset kavereilta. Moni vastaaja on kommentoinut Gym 99:n olevan *"Kuopion paras sal"*. Useimmat vastaajat ovat myös kommentoineet, että kuntosalin sijainti, sekä hinta ovat asioita, joiden perusteella ovat valinneet juuri tämän kuntosalin.

Kaikista eniten vastauksista käy ilmi kuntosalin hyvä ilmapiiri, joka vaikuttaa positiivisesti. Kuntosalin ilmapiiriä on kommentoitu muun muassa näin:

"Rento ilmapiiri, ei mikään näyttäytymispaikka, vaan treenipaikka."

ja

"Ilmapiiri on Kuopion salaista parhain, salilla kävijät tekee kovasti hommia eikä vain peilaile ja pullistele turhanpäiväisesti."

Ruusut

Asiakailta kysyttiin mitä positiivisia asioita he haluavat jakaa kuntosalista. Eniten ruusuja vastaajat ovat antaneet henkilökunnasta, ilmapiiristä sekä kuntosalilaitteista, kuten edellisessäkin kysymyksessä ilmenee.

Asiakkaat ovat myös tyytyväisiä ilmaiseen solariumiin ja infrapunsaunaan. Moni vastaaja on myös antanut ruusuja jatkuvasta uudistamisesta, mikä on tärkeä kilpailuetu kuntosalialalla. Yksi positiivinen asia, joka ilmenee monista kommentteista on se, ettei kuntosalilla ole usein ruuhkaa sen suuren kokonsa ansioista.

Risut

Lopussa kysyttiin vielä avoimena kysymyksenä asioita, joihin asiakkaat eivät ole tyytyväisiä. Eniten kommentteja on tullut pukuhuoneiden ahtaudesta, suihkutiloista, ilmastoinnista ja puhtaudesta/siisteydestä. Myös kuntosalilla soivasta musiikista, laitteiden sijoittelusta, rikki menneiden laitteiden korjauksesta sekä asiakaspalvelusta on tullut muutamia kommentteja.

Kuten aiemmin raportissa on mainittu, eniten tyytymättömyyttä on aiheuttanut pukuhuoneiden sekä suihkutilojen pieni koko, siisteys, puhtaus ja epäkäytännöllisyys. Myös kuntosalin siisteydestä on tullut muutamia negatiivisia kommentteja, mutta myös "ruusut" kohdassa on usein mainittu kuntosalin olevan siisti, joten asiakkaat eivät ole asiasta yksimielisiä.

Monet vastaajat ovat maininneet musiikin herättävän tyytymättömyyttä. Musiikki on kuitenkin maku-
asia, joten kaikkia ei voi miellyttää musiikkivalinnoilla. Usean vastaajan mukaan rikki menneiden
laitteiden korjaaminen kestää todella kauan, ja myös se on yksi tyytymättömyyden aihe.

Asiakaspalvelusta ja henkilökunnasta tuli enimmäkseen positiivista palautetta, mutta muutamalla
vastaajalla on myös negatiivisia kokemuksia asiakaspalvelusta. Asiakkaat ovat jättäneet muun muassa
tällaisia kommentteja:

*"Salille olisi mukavampi tulla mikäli henkilökunta olisi ystävällisempää ja heiltä viitsisi
silloin ehkä kysyäkin jotain, jos sellainen tilanne tulisi eteen."*

ja

*"Asiakaspalvelu, jota olen saanut, on ollut todella surkeaa. Esittelykäynnille tullessani
asiakaspalvelija oli reilusti myöhässä sovitusta ajasta eikä edes pahoitellut sitä.
Sähköpostiviestiin, jonka olen lähettänyt erästä asiaa koskien, vastattiin todella
töykeästi. Samoin kun menin kerran tiskille asioimaan, asiakaspalvelija puhui ja
juoruili jollekin kaverilleen ilmeisesti puhelimesta samaan aikaan."*

Asiakkaan kokemus muuttuu negatiiviseksi yhdenkin huonon palvelukokemuksen jälkeen, joten
asiakaspalvelun tulisi olla tasaisen varmaa jatkuvasti. Asiakkaan huonoa palvelukokemusta voi
yrittää korjata jälkeinpäin esimerkiksi pahoittelemalla tilannetta.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, ovatko Gym 99 Oy:n nykyiset asiakkaat tyytyväisiä saamaansa palveluun ja sen laatuun sekä kuntosalin laitteisiin ja sen tiloihin. Tulosten avulla voidaan päätellä, mitkä ovat Gym 99 Oy:n vahvuudet ja heikkoudet. Tutkimuksella haluttiin lisäksi löytää mahdollisia kehitystarpeita ja – ideoita, joita omistaja voisi henkilökunnan kanssa myöhemmin toteuttaa. Tässä luvussa kerrotaan johtopäätöksiä, joita on tehty tutkimuksen tulosten perusteella. Lisäksi kerrotaan kehitysehdotuksia yrityksen toiminnalle. Johtopäätökset ja kehitysedotukset perustuvat oppinäytetyön tekijän omiin näkemyksiin ja pohjautuvat tutkimustuloksiin.

TAULUKKO 1. Vastausten keskiarvot (N=113)

	Nainen (N=51)	Mies (N=62)	Kaikki (N=113)
Kuntosali on viihtyisä	3,5	3,7	3,6
Kuntosalitilat ovat siistit	3,4	3,5	3,5
Pukeutumis- ja suihkutilat ovat viihtyisät ja tilavat	2,2	2,6	2,4
Pukeutumis- ja suihkutilat ovat siistit	3,1	3,2	3,1
Kuntosali on hyvin ilmastoitu	3,1	3,2	3,2
Kuntosalilla on hyvä valaistus	3,7	3,6	3,7
Kuntoilulaitteita ja vapaita painoja on riittävästi	3,7	3,6	3,7
Kuntosalilaittevalikoima on monipuolinen	3,8	3,7	3,8
Kuntoilulaitteet ovat hyväkuntoisia	3,3	3,5	3,4
Kuntosalin sijainti on hyvä	3,8	3,4	3,6
Kuntosalin aukioloajat ovat hyvät	3,7	3,7	3,7
Kuntosalin hintataso on edullinen	3,2	3,2	3,2
Henkilökunta on ystävällinen ja helposti lähestyttävä	3,5	3,7	3,6
Henkilökunta on ammattitaitoinen	3,5	3,6	3,6
Saan ohjausta aina sitä tarvitessani	2,6	2,9	2,8

Yllä olevasta taulukosta nähdään miesten ja naisten väliset erot kysymyskohtaisesti, sekä kaikkiin kysymyksiin tulleiden vastausten keskiarvot. Tulosten perusteella voidaan väittää, että miehet ovat naisia tyytyväisempiä erityisesti koskien kuntosalin ja pukeutumistilojen viihtyvyyttä ja siisteyttä, sekä asiakaspalvelua. Naiset ovat miehiä tyytyväisempiä koskien kuntosalin sijaintia ja varustelutasoa.

Asiakas on tyytyväinen silloin, kun hänen odotuksensa ja kokemuksensa palveluyrityksestä kohtaavat. Asiakkaan odotuksien alittuessa hän on tyytymätön saamiinsa palveluihin. (Mäntyneva 2001, 125.) Tutkimuksen vastausten perusteella voidaan todeta, että yrityksen asiakkaat ovat

tyytyväisiä saamaansa palveluun ja sen laatuun. Pukeutumis- ja suihkutilojen viihtyvyys sekä kuntosaliohjauksen helppo saatavuus olivat ainoat asiat, joihin saadun palautteen keskiarvo oli alle 3.

Tuloksista nousee esille tyytyväisyys asiakaspalveluun. Henkilökunta on koettu ammattitaitoiseksi ja helposti lähestyttäväksi ja asiakaspalvelu on vastaajien mielestä ollut hyvää. Avointen kysymysten perusteella asiakaspalvelu ja henkilökunta saivat pääosin positiivista palautetta. Hyvä asiakaspalvelu on selkeästi yksi kilpailutekijä, jota kannattaa pitää yllä.

Asiakkaat ovat erityisen tyytyväisiä myös kuntosalin laitteisiin ja viihtyvyyteen. Kuntosalin hyvä ilmapiiri, monipuoliset laitteet, salin suuri koko ja mukava henkilökunta koetaan tärkeiksi tekijöiksi juuri Gym 99 Oy:n palveluita valittaessa. Nämä asiat ovat tutkimusaineiston perusteella Gym 99 Oy:n vahvuuksia.

8.1 Kehitysehdotukset

Ihmiset mielellään vaihtavat mielipeitä omista kokemuksistaan keskenään ja vaikuttavat myös muiden ihmisten, mahdollisesti potentiaalisten asiakkaiden mielikuviin yrityksestä. Hyvistä kokemuksista kerrotaan lähipiirin ihmisille ja huonoista kokemuksista myös suuremmalle joukolle. Tämän vuoksi asiakastytymättömyyttä herättäviin asioihin kannattaa puuttua. (Valvio 2010, 55.)

Osa kehittämideoista on jo käsitelty palveluiden tutkimustulosten esittelyn yhteydessä. Suurimmat kehittämiskohteet olivat pukuhuoneiden viihtyvyys, suihkutilat, ilmastointi ja kuntosalin siisteys. Lisäksi rikki menneiden laitteiden korjauksen hitaus ja asiakaspalvelu on koettu muutamissa tapauksissa huonoiksi. Myös kuntosaliohjauksen vaikea saatavuus herätti tyytymättömyyttä.

Asiakaspalaute on yritykselle elintärkeää. Yrityksen tulisi reagoida asiakkailta saatuun palautteeseen, jotta asiakastytyväisyys pysyisi hyvänä. Monesti parannukset saattavat olla vain pientä viilausta asiakaspalveluprosessiin, mutta niillä on suuri merkitys lopputulokseen eli tyytyväisiin asiakkaisiin.

Yritys voi jatkossa miettiä, kuinka parantaa kehityskohteita ja nostattaa asiakastytyväisyyttä entisestään. Koska pukuhuoneet ja suihkutilat olivat suurin tyytymättömyyttä herättävä tekijä, yritys voisi miettiä esimerkiksi sisustuksen tai järjestyksen muuttamista sekä remontoimista tai laajentamista, jos siihen on mahdollisuus. Siisteyden kannalta voidaan pohtia, tehdäänkö siivousta tarpeeksi usein ja tarpeeksi huolellisesti.

Kuntosalin ilmastoinnista on tullut negatiivista palautetta. Asiakkaiden mielestä ilmaston tarkkailu voisi olla parempaa ja erityisesti alakerran ilmanvaihto on huono. Kuntosaleille on asetettu myös vaatimuksia ilmaston suhteen; ilmanvaihdon on oltava säädettävissä ja sisäilman lämpötilan vaihteluväli on oltava 17-24 °C (Oulun seudun ympäristötoimi 2012).

Asiakaspalvelun tulisi aina olla tasalaatuista ja asiakaspalvelijan huono päivä ei saisi näkyä asiakkaalle. Mikäli asiakaspalvelija huomaa, että asiakas on tyytymätön, asiakaspalvelijan on pyrittävä muuttamaan asiakkaan palvelukokemusta positiivisemmaksi.

Kuntosalilla myös asiakkaan osaamattomuus voi herättää tyytymättömyyttä. Jos asiakas ei osaa käyttää kuntosalilaitteita, hän saattaa mieltää palvelukokemuksen negatiiviseksi. Tästä syystä olisi myös tärkeää, että asiakaspalvelijoilla olisi valmius opastaa asiakkaita laitteiden käytössä tarvittaessa.

Myös kuntosalilaitteille on asetettu vaatimuksia, jotta asiakkaat pystyisivät käyttämään niitä oikein ja turvallisesti. Laitteessa tulee olla harjoitteluohjeet, ilmoitus mihin laite soveltuu, käyttöohjeet ja tarvittavat varoitukset. Jos kuntosalilla ei ole jatkuvaa valvontaa, salin seinältä täytyy löytyä vikailmoituslista sekä laitteiden huollosta vastaavan yhteystiedot. (Oulun seudun ympäristötoimi 2012.)

Asiakastyytyväisyyttä olisi hyvä mitata säännöllisin väliajoin, esimerkiksi kerran vuodessa toteutettavalla kyselyllä. Säännöllinen asiakastyytyväisyysmittaus näyttää, onko tyytyväisyys heikentynyt, pysynyt samalla tasolla vai parantunut. Kun mittaaminen on säännöllistä, muutokset haivaitaan ja niihin pystytään reagoimaan. Palvelun laatu ei ole pysyvä tila, vaan se voi muuttua koko ajan sen mukaan, miten yritys kehittyy ja kehittää toimintaansa asiakkaan tarpeita kuunnellen. Asiakasta kannattaa aktivoida antamaan palautetta. (Löytänä & Korteso 2011, 289.)

8.2 Kyselyn pohdinta

Liian pitkä kyselylomake alentaa annettujen vastausten laatutasoa. Opinnäytetyössä käytetty kyselylomake oli kahden sivun mittainen, eli kysely sopi yhdelle A4-kokoiselle paperille. Saatekirjeessä myös mainittiin, että kyselyyn vastaaminen kestäisi vain muutaman minuutin. Kyselyn helppoudella ja nopeudella pyrittiin lisäämään vastaajien määrää ja vastausten laatutasoa. Myös kyselyn ulkoasusta pyrittiin tekemään mahdollisimman selkeä, että vastaajalle jäisi mahdollisimman vähän tulkinnanvaraa.

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää Gym 99:n asiakkaiden tyytyväisyyttä yrityksen toiminnasta, palveluista, viihtyvyydestä ja henkilökunnasta. Tutkimuksella pyrittiin selvittämään myös Gym 99:n vahvuudet ja heikkoudet. Tutkimus antaa tietoa siitä, millaiseksi yrityksen nykyiset asiakkaat kokevat Gym 99:n palvelut. Kvantitatiivinen tutkimus antaa kuitenkin vain pintapuolista tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä. Tulokset korostavat tärkeitä asioita, kuten hyvän ilmapiirin merkitystä kuntosalilla. Tutkimus myös antaa suuntaviivoja siihen, mitä asioita kannattaisi jatkossa kehittää.

Kyselyyn saatiin paljon avoimia kommentteja, joista toimeksiantaja sai hyvää tietoa asiakkaistaan. Väittämien sekä avoimien kommenttien peusteella voidaan päätellä kuntosalin vahvuudeksi hyvän laitevalikoiman sekä ilmapiirin, ja heikkoudeksi pukeutumis- ja suihkutilojen viihtyvyyden,

ilmastoinnin ja kuntosalin siisteyden. Kyselyssä olisi voitu myös kysyä kokonaisarvosanaa kuntosalille, ja sitä, suosittelisivatko asiakkaat ystävilleen Gym 99:ä.

Kysely toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena, jotta saatiin tietoa mahdollisimman suurelta joukolta, että tuloksia pystyttiin yleistämään. Jos tutkimuskysymyksiin olisi haluttu tarkempaa tietoa, asiakastyytyväisyyskysely olisi voitu toteuttaa laadullisena tutkimuksena. Vastaajia olisi ollut paljon vähemmän, mutta saatu tieto olisi ollut syvällisempää.

Kysely olisi voitu teettää myös henkilöille, jotka eivät ole Gym 99:n asiakkaita, että olisi saatu tietoa ihmisten mielikuvista yritystä kohtaan ja siitä, miksi he eivät mahdollisesti ole kiinnostuneet liittymään Gym 99:ään. Tällä tavalla olisi saatu myös laajempi näkökulma Gym 99:n heikkouksista ja vahvuuksista. Tämä voisi olla yksi jatkotutkimusehdotus.

Jatkotutkimusehdotuksena voisi asiakkailta kysyä myös sitä, miten tärkeänä he pitävät esimerkiksi kuntosalin sijaintia tai viihtyvyyttä. Jos asiakkaat eivät ole tyytyväisiä kuntosalin sijaintiin, tämä auttaisi selvittämään sitä, miten suuri merkitys sijainnilla ylipäätään on kuntosalia valittaessa. Jos asiakkaalla on esimerkiksi auto käytössä, ja hän joutuu joka tapauksessa ajamaan käydäkseen kuntosalilla, onko sijainnilla siinä tapauksessa suuri merkitys.

9 POHDINTA

Opinnäytetyöprosessi oli opettavainen, mutta myös stressaava. Alussa prosessi lähti hyvin käyntiin, ja sain tehtyä opinnäytetyölle suunnitelman ja aikataulun, sekä aloitettua teoriaosuuden tekemisen. Innostuin aiheista ja etsin minua kiinnostavan yrityksen, missä toteutin asiakastytyväisyystutkimuksen. Luin paljon aiheeseen liittyvää kirjallisuutta ja sain työlleni raamit, mistä kirjoittaa teoriaosuus. Halusin tehdä opinnäytetyöni kuntosalialan yritykselle, koska kuntosaliala on mielenkiintoinen ja kasvava ala.

Hyvän alun jälkeen opinnäytetyön tekeminen kuitenkin hidastui ja hieman vaikeutui muutettuani toiselle paikkakunnalle, missä toimeksiantaja yritys oli. Opinnäytetyö eteni hitaasti ja välissä oli viikkoja, kun en opinnäytetyötä tehnyt.

Loppua kohden kuitenkin tsemppasin ja sain suhteellisen lyhyessä ajassa paljon aikaan, että sain opinnäytetyön valmiiksi. Alkuperäisessä aikataulussa en siis pysynyt, mutta toisaalta opinnäytetyön valmistumisella ei ollut kiire. Olin yhteydessä opinnäytetyöni ohjaajiin lähinnä sähköpostin kautta, koska asuin ja työskentelin toisella paikkakunnalla viimeiset puoli vuotta.

Jos tekisin opinnäytetyöprosessin uudestaan, pyrkisin aikatauluttamaan tekemistä vaihe kerrallaan. Esimerkiksi johdannolle, teoriaosuudelle, kyselyn toteuttamiselle, kyselyn raportoinnille ja johtopäätösten tekemiselle olisi kaikille omat tavoitepäivämäärät, milloin niiden pitäisi olla tehty.

Kuntosalista toimialana oli suhteellisen vaikeaa löytää tietoa. Niin sanottu fitness-buumi on vielä niin uusi ilmiö, että sitä ei ole vielä kamalasti tutkittu ja siitä on kirjoitettu melko vähän. Löysin muutaman hyvän tutkimuksen kuntosali- ja liikunta-alaan liittyen, jotka oli tehty muutama vuosi sitten. Näitä tutkimuksia hyödynsin myös opinnäytetyön tekemisessä.

Aiheena asiakastytyväisyys ja asiakaspalvelu olivat minulle mielenkiintoisia. Pidin aiheeseen liittyvästä kirjallisuudesta ja opin myös paljon uusia asioita. Työn teoriaosuuteen olen suhteellisen tyytyväinen, vaikka siihen olisi voinut etsiä myös lisää tuoreempia lähteitä.

LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT

- AARNIKOIVU, Henrietta 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Helsinki: WSOY.
- BERGSTRÖM, Seija, LEPPÄNEN, Arja 2013. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13., uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing.
- FILENIUS, Marko 2015. Digitaalinen asiakaskokemus: menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo Oy.
- GRÖNROOS, Christian 1990. Nyt kilpaillaan palveluilla. Suom. M. Tillman. 2. painos. Helsinki: Weilin+Göös.
- GRÖNROOS, Christian 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. Porvoo: WSOY.
- GRÖNROOS, Christian 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WS Bookwell Oy.
- GRÖNROOS, Christian 2009. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Juva: WSOYpro.
- HIRSJÄRVI, Sirkka, REMES, Pirkko, SAJAVAARA, Paula 2004. Tutki ja kirjoita. 10. painos. Tammi: Helsinki.
- KOTLER, Philip 2005. Markkinoinnin avaimet – 80 konseptia menestykseen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- LAHTINEN, Jukka, ISOVIITA, Antti 1998. Asiakaspalvelu ja markkinointi. 1. painos. Jyväskylä: Gummerus.
- LEHTONEN, Jaakko, PESONEN, Hanna-Leena, TOSKALA, Antero 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- LELE Milind, SHETH Jagdish 1991. Asiakas menestyksen avain. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- LOTTI, Leila 1998. Markkinointitutkimuksen käsikirja. Porvoo: WSOY.
- LÄMSÄ, Anna-Maija, UUSITALO, Outi 2002. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita Prima Oy.
- LÖYTÄNÄ, Janne, KORTESUO, Katleena 2011. Asiakaskokemus palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum Media Oy.
- MÄNTYNEVA, Mikko 2001. Asiakkuuden hallinta. Helsinki: WSOY.
- MÄNTYNEVA, Mikko 2002. Kannattava Markkinointi. Vantaa: WSOY.
- NEWBY, Tony 2000. Hyvään asiakaspalveluun. Helsinki Lai-Net Oy.
- OULUN SEUDUN YMPÄRISTÖTOIMI. 2012. Kuntosalin perustamisohje. [Viitattu 6.9.2016]
Saataavissa: www.ouka.fi/c/document_library/get_file?uuid=fe977001-b712-4649-bdea9a9bbbdceeed&groupId=64417
- RAO, Ajit, CHANDRA, Subhash 2012. The LITTLE Book of BIG Customer Satisfaction Measurement. Intia. SAGE.
- ROPE, Timo 2000. Suuri markkinointikirja. 1. painos. Helsinki: Kauppakaari OYJ.
- ROPE, Timo, PÖLLÄNEN, Jouni 1994. Asiakastytyväisyysjohtaminen. Juva: WSOY.

RUBANOVITSCH, Mika D., AALTO, Elina 2012. Myy enemmän, myy paremmin. Saarijärvi: Imperial Sales.

SELIN, Erica, SELIN, Jarmo 2013. Kaikki on kiinni asiakkaasta – avaimia asiakastyöskentelyn hallintaan. Espoo: Hansaprint Oy.

SUOMEN KUNTOLIIKUNTALIITTO RY 2010. Suomen Kuntoliikuntaliiton Kuntokeskusbarometri 2010.

[Viitattu 2016-08-20] Saatavissa:

www.sport.fi/system/resources/W1siZiIsIjIwMTMvMTEvMDEvMTRfMDJfNDJfNTkxX0t1bnRva2Vza3VzYmFyb21ldHJpLnBkZiJdXQ/Kuntokeskusbarometri.pdf

SUOMEN KUNTOLIIKUNTALIITTO RY 2009-2010. Kansallinen liikuntatutkimus 2009-2010. [Viitattu

2016-08-20] Saatavissa:

www.sport.fi/system/resources/W1siZiIsIjIwMTMvMTAvMjQvMTRfMThfNDdfMTcwX0xpaWt1bnRhdHV0a2ltdXNfYWRdWlzbGlpa3VudGFfMjAwOV8yMDEwLnBkZiJdXQ/Liikuntatutkimus_aikuisliikunta_2009-2010.pdf

VALVIO, Timo 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Helsinki: Helsingin Kamari Oy.

VILKKA, Hanna 2005. Tutki ja kehitä. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

YLIKOSKI, Tuire 1999. Unohtuiko asiakas? Keuruu: Otava.

ÄYVÄRI, Anne, SUVANTO, Pekka, VITIKAINEN, Matti 1991. Markkinoiden palveluja. Helsinki: Weilin+Göös.

LIITE 1: ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUSLOMAKE

Asiakastyytyväisyystutkimus

Ympyröi sopiva vaihtoehto.

Sukupuoli		Mies		Nainen	
Ikä	alle 18	19-25	26-35	36-50	yli 50

Kuinka usein käytät kuntosalipalveluita?

Harvemmin kuin kerran viikossa 1-3 kertaa viikossa Yli 3 kertaa viikossa

Kuinka kauan olet ollut Gym 99:n asiakkaana?

Alle vuoden 1-5v yli 5v Olen käynyt vain kertakäynnillä

Mitä mieltä olet seuraavista asioista?

	Täysin eri mieltä	Osittain eri mieltä	Osittain samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa
Kuntosali on viihtyisä	1	2	3	4	5
Kuntosalitulat ovat siistit	1	2	3	4	5
Pukeutumis- ja suihkutilat ovat viihtyisät ja tilavat	1	2	3	4	5
Pukeutumis- ja suihkutilat ovat siistit	1	2	3	4	5
Kuntosali on hyvin ilmastoitu	1	2	3	4	5

	Täysin eri mieltä	Osittain eri mieltä	Osittain samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa
Kuntosalilla on hyvä valaistus	1	2	3	4	5
Kuntoilulaitteita ja vapaita painoja on riittävästi	1	2	3	4	5
Kuntosalilaittevalikoima on monipuolinen	1	2	3	4	5
Kuntoilulaitteet ovat hyväkuntoisia	1	2	3	4	5
Kuntosalin sijainti on hyvä	1	2	3	4	5
Kuntosalin aukioloajat ovat hyvät	1	2	3	4	5
Kuntosalin hintataso on edullinen	1	2	3	4	5
Henkilökunta on ystävällinen ja helposti lähestyttävä	1	2	3	4	5
Henkilökunta on ammattitaitoinen	1	2	3	4	5
Saan ohjausta aina sitä tarvitessani	1	2	3	4	5

Millaisia laitteita tai välineitä toivoisit tälle kuntosalille?

Miksi käytät juuri tätä kuntosalia?

Risuja ja ruusuja

LIITE 2: SAATEKIRJE

Arvoisa vastaaja,

Tämä kysely on osa asiakastyytyväisyystutkimusta, joka tehdään opinnäytetyönä Savonia-ammattikorkeakoululle. Tutkimuksen toimeksiantajana on Gym 99 Oy. Kyselyn tarkoituksena on selvittää Gym 99:n asiakkaiden tyytyväisyyttä yrityksen palveluihin. Kyselyyn vastaamalla autatte Gym 99:ä kehittämään toimintaansa ja asiakaspalveluaan.

Kyselyyn vastaaminen kestää muutaman minuutin. Kaikki vastaukset käsitellään nimettöminä ja luottamuksellisesti, eikä vastauksia yksilöidä.

Kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan tuotepalkintoja. Arvonta suoritetaan 10.4. ja voittajalle ilmoitetaan henkilökohtaisesti kyseisen päivän aikana. Annettuja yhteystietoja ei säilytetä tai yhdistellä kyselylomakkeisiin, vaan ne hävitetään asianmukaisesti arvonnän jälkeen.

Kiitos vastauksestasi ja onnea arvontaan!

Terveisin,

Sara Kukkonen, tradenomiopiskelija

Lisätietoja: sara.kukkonen@edu.savonia.fi

LIITE 3: AVOINTEN KYSYMYSTEN VASTAUKSET

Mitä laitteita tai välineitä toivoisit tälle kuntosalille?

- Venyttelulaitteen, jossa saa siis venytyksiä tehostettua. Esim. Jyväskylän uimahallilla on näitä. En muista merkkiä.
- Selkälaudan (puisen) esim. bodybow. Venyttelyä ja liikkuvuusharjoittelua varten loistava.
- Rappuskävely laitteen
- Hammer strenght
- Alakertaan yksi ylä/alatalja lisää
- Mielestäni salilta puuttuu peruslaitevalikoimasta oikeastaan vain kunnan jalkaprässi.
- Yläkerran painopakallinen prässi on hyvässä kunnossa, mutta painot eivät riitä raskaampiin sarjoihin. Yläkerran David-merkkisessä prässissä selkänoja on ihmeellisesti nivelletty (tai kiinnityksessä on jotain rikki) ja koko laite heiluu sarjoja tehdessä. Alakerran prässissä puolestaan on aivan surkeat laakerit, minkä vuoksi kelkka tärisee ärsyttävästi. Jos alakerran prässin voisi korvata jollain kunnollisella laitteella (Hammer Strength, Hoist tms.), niin se olisi hienoa.
- Nilkkapainot
- Vanhojen lisäksi uudet ylä- ja alataljat. Parempi jalkaprässi. Erilaisia otekahvoja taljoihin. Parempi hauislauta. T-tankosoutuun tangon pidike. Parempi kulmasoutu-istuen -laite.
- Kyykkypaikkoja voisi olla enemmän
- Ghr
- Voimistelurenkaita
- Toisen ylätaljan ja alataljan alakertaan :) tosi usein varattuja
- Lisää vapaita painoja. Porras-crossarin. Foam rollereita. Venyttelyyn kuminauhoja. Nilkkapainoja. Jumppakeppejä!
- Eihän tuolta puutu juuri mitään. :) ehkä traktorin rengas jota hakata lekalla mutta on hieman huono kyseisiin tiloihin kun alkaa kuulua järjetöntä älämölöä.
- Parempi reidenojennuslaite. Parempi prässi.
- vastuskuminauhoja leuanvetojen avustukseen ja muuhun kehonpainoharjoitteluun
- en tiedä laitteen nimeä mutta vatsa-dippi-leuanveto teline seinään olisi loistava ja varmaan edullinenkin hankinta salille (voisi siis tehdä jalkojen nostoja ym)
- korjattuja, eikä sellasia jotka lojuu lappujen kera viikosta tai kuukaudesta toiseen korjaamatta
- Old school tyyliin olevia laitteita esim: pohje penkki, takareisi penkki ja ym
- Vaikka lisää käsilaitteita
- Pehmeä korotettava vertikaalinen hyppyjalusta, vastuskumeja, ketjuja, reverse hyper ja mangnessium malja.
- Esim selkä taljat ovat ruuhka aikoina ihan tukossa niin joku ratkaisu niihin. Ja ehkä smith joka liikkuu joka suuntaan toinen
- Uusi ylä- ja alatalja
- Hammer strenghtin laitteista voisi jonkun uuden napata kun seuraavan kerran niitä hankitaan.
- parempia kuntopyöriä esim wattbike -tyylisiä. Nykyään on vain yksi "spinning"-pyörä jonka jarru ei välillä toimi sulavasti.
- Uusi perinteinen jalkaprässi ois kiva. Toinen kitisee ja toimii kankeasti ja toinen on aika ahdas varsinkin pitemmälle henkilölle.. Uusi prässi on todella hyvä, mutta joskus kaipaamaan uudempaa perinteistä prässiä.
- Muutamia crosstrainereita voisi ehkä uusia/huoltaa. Toinen vinkuu ja toinen rutisee pahaenteisesti.
- Proteiinijuttuja on hyvin myynnissä, mutta olen kaipaillut (Suomeen ylipäätään) paremmin saataville kanakuivalihoa, jota olen ostanut ainakin Virosta: (http://www.tallegg.ee/eng/products/products/_snacks/chick-snack). Näissä ei ole niin valtavasti suolaa, kuin vastaavissa snackseissa ja ovat hyvänmakuisia.
- Selkätreeniin voisi olla ylä. ja alataljat lisää. Toiminnallisen treenin alue olisi huippu (kelkka, rengas ym.), mutta tilaongelma taitaa tulla vastaan.
- Kraftwerk laitteita lisää
- Semmonen, että ollaan selällään ja heitetään palloa pään yläpuolelta jotta vatsalihakset vahvistuvat

- Jos tilaa olis enemmäni, niin yläkertaan olisi kiva saada lisää tilaa tehdä kahvakuulaa, vapailla painoilla ym. + lisää lämmittelylaitteita.
- Lisää kyykkäys mave penkki paikkoja.
- Uusi selänojennuspenkki ja/tai reverse hyper-penkki. Huonoista olkapäistä kärsiville "Swiss bar" tai vastaava olisi mukava yllätys
- Uusi smith-laite jossa on turvapysäyttimet.
- Pari penkkiä on jo aika huonossa kunnossa. Kaikkea on mielestäni riittävästi. Toimiiko naisten infrapunasauna oikein? Eikö siellä pitäisi hehkua sellainen oranssi valo?
- Uusi smith
- Vipuvarsilaitteita
- Hierontatuoleja :)
- GHR
- Porraslaitteen
- Jumppakeppejä saisi olla enemmän
- Nilkkapainoja, steppilautoja, nilkkaremmiä

Miksi käytät juuri tätä kuntosalia?

- Ylivoimaisesti Kuopion paras Sali
- Hyvä varustelu, sijainti ja hinta-laatusuhde.
- Monipuolinen, riittävästi vapaita painoja.
- Rento ilmapiiri, ei mikään näyttätymispaikka, vaan treeniapaikka. Hyvä laitevalikoima.
- Paljon tilaa ja hyvä laitekanta. Hinta ei kuitenkaan ole kuin vähän muita huomattavasti huonommin varusteltuja saleja kalliimpi.
- best gym in town
- Monipuoliset laitteet, edullinen ja hyvät aukioloajat
- Kuopio paras ilmapiiri
- Sijainti hyvä, ja hinta-laatu suhde ok.
- Ei ole liian kallis ja on pitempään auki kuin osa saleista.
- Best gym in town
- Tämä sali on lähellä. Paljon laitteita harvoin tarvii jonottaa
- Lähin, edullinen ja sain tietoa salista koulultani infostandiltä tutustuin salin antimisiin ja ryhdyin asiakkaaksi
- Hyvä sijainti, monipuolisesti laitteita ja painoja, hyvät ja siistit tilat.
- Hyvä sijainti, loistava henkilökunta ja kavereitakin käy samalla salille, joten treeniseuraakin aina saa.
- Parhaimmat laitteet ja monipuolinen valikoima
- Paras laitevalikoima kuopiossa
- Hyvä laitevalikoima, sijainti ja tekemisen meininki.
- Paras sali tällä hetkellä Kuopiossa.
- Best gym in town
- Sijainti loistava, isot tilat ja laaja valikoima laitteita! Yksinkertaisesti Kuopion paras punttisali.
- Paras sali Kuopiossa
- Kehuttu parhaaksi ja on lähellä.
- Tuttavat käyttävät samaa salia. Itse käyn salilla silloin kun olen aina kuopiossa töissä. 10 kerron lippujen hintataso melko sopiva
- Yksinkertaisesti viihdyn vaan niin hyvin, olen meinannut vaihtaa edullisempaan mutta kokonaisuus niin hyvä etten ole pystynyt sitä tekemään :D
- Lähellä, edullinen
- Hyvä sijainti ja paljon laitteita. Ei ole näyttätymispaikka niin kuin jotkut muut salit.
- Tosi laadukas, monipuoliset laitteet ja edullinen
- Ilmapiiri on Kuopion salaista parhain, salilla kävijät tekee kovasti hommia eikä vain pelaile ja pullistele / pyllistele turhanpäiväisesti. Henkilökunta on rentoa ja lupsakkaa, mutta samalla asiantuntevaa ja ammattimaista. Sali on Kuopion suurin, löydän tältä salilta lähes kaiken mitä treeniini tarvitsen. Harvoin tarvitsee jonotella.

- Tämä on kaupungin paras!
- Pidän kuntosalia puntaamismielessä Kuopion parhaana. En koe tarvittevani ryhmäliikuntoja.
- Samanhenkien porukka, parhaimmat laitteet kuopissa
- asun vieressä, suht edullinen, paras laite ja vapaapaino valikoima
- on oikia sali, ei mikään ketjukloonila tai akkain vemputteluhalli
- Lähellä ja hyvä Sali
- Lähellä, hyvä sali ja mukava porukka.
- Tykkään käydä kertakäynneillä silloin tällöin vaihtelun vuoksi
- Sali on tilava ja siellä on kaikki tarvittavat laitteet ja riittävä määrä painoja. Sekä salin tunnelma on oikea!
- Sijainti, ihanaa jengiä sekä hke että asiakkaat, monipuolinen ja ilmainen solariun
- Sopiva sijainti, kohtuullinen hinta.
- Tilava. Monipuolinen uudistuva laitekanta.
- Paras ilmapiiri ja laitteet.
- Paras varustelu laitteiden suhteen.
- Pienistä puutteistaan huolimatta Kuopion paras sali, ei epäilystäkään. Lisäksi käytän mieluummin asiantuntevan pienyrittäjän palveluita kuin kasvottomien ketjujen.
- hyvä tekemisen meininki. Aiemmin olen käynyt Fressillä ja Kunnonsalilla, gym99 ei ole niin ruuhkainen ja muut käyttäjät motivoituneempia treenaajia.
- Laitteet hyviä ja niitä on tarpeeksi. Hyvällä paikalla
- Se on lähellä ja sieltä löytyy kaikki mitä hyvään kuntosalitreeniin tarvitsee. Saliä uudistetaan ja parannetaan jatkuvasti.
- Sijainti on hyvä ja varustelu tosi monipuolinen. En myöskään tarvitse ryhmäliikuntatunteja, joten en viitsi maksaa niistä. Asiakaskunta on sellaista, että heitä seuraamalla saa motivaatiota omaankin treeniin.
- Muutin vasta hetki sitten paikkakunnalle ja sain vahvoja suosituksia kyseiseen saliin.
- Ehdottomasti paras hinta-laatusuhde Kuopiossa!! Laitteita on monipuolisesti ja riittäväst ja se on kuitenkin kuntosalilla pääasia!
- Kuopion paras hintalaatusuhde
- Helppo sijainti ja ystävät houkutteli mukaan.. Oli hyvä lähtötarjous.. Edullinen hintataso
- Hyvä sijainti hyvä henkilökunta ja mukavaa porukkaa käy salilla muutenkin. Myös monipuoliset laitteet jne
- +
- Hyvät laitteet, riittävästi tilaa ja sopivalla paikalla
- Paras sali Kuopiossa. Hyvä ilmapiiri.
- Täällä on eniten valikoimaa laitteissa, hyvä ilmapiiri, hyvät aukioloajat.
- Painoja on riittävästi ja laitteet on hyvät. Asiakaskunta on vakiintunut paljolti "oikeisiin" kuntosalin käyttäjiin. Helppo tulla ja parkkipaikka löytyy. Aukioloajat on ok, kortilla pääsee. Tarvittaessa löytyy sopivia lisäravinteista
- Hyvä sijainti ja edullinen treeni työttömälle
- Tämä on hyvällä paikalla, hyvä asiakaspalvelu, kuntoilulaitteet ovat hyvät :)
- Mun paikka. Tottunut. Laittevalikoima. Ilmapiiri.
- Kaupungin paras!
- Hinta-laatu suhde erinomainen
- Kuntosali on huvon monipuolinen ja viihtyisä kaikin puolin verrattuna muihin Kuopiossa
- Koska omistaja on 5/5
- Koska Gym99 ja Sanni+Seppo / Paras sali, loistavia ihmisiä!
- Sopiva hinta, sopiva sijainti ja sopiva tarjonta
- Monipuoliset laitteet, Saa rauhassa treenata kun "joka jannu" ei ole tuttu!
- Monipuoliset laitteet, hyvä "ätmös", hyvä sijainti
- Hyvä fiilis
- Hyvä sijainti, melko edullinen, erinomainen laitevalikoima
- Koska Kuopion hinta-laatu suhteeltaan paras.
- Sijainti hyvä. Laaja laitevalikoima
- Loistava sijainti, sillä keskustan kuntosaleilla en haluaisi käydä liian pitkän matkan vuoksi. Älkää vaan muuttako tästä!
- Kaupungin paras.

- Hyvä sijainti ja tilat. Laitteita saisi olla enemmän
- Tuttuja ihmisiä, halpa/hyvä hinta-laatu suhde

Ruusut

- Henkilökunta Laittevalikoima Ilmapiiri
- Tekemisen meininkiä ja kiva ilmapiiri!
- Salilla on usein motivoiva tunnelma.
- Henksu on paras !
- Laitteiden monipuolisuus, siisteys ja se, että käydessäni ei ole ruuhkaa, joten tulen salille mielelläni. Lämmittelypuoli on monipuolinen ja laitteita riittävästi.
- Ilmapiiri Siisteys Laittevalikoima Työntekijät Helppo tulla ja mennä
- Asiakas palvelu. Laitteet. Siisteys.
- Henkilökunta
- Seppo ja sanni
- Salia kehitetään ja kalustoa uusitaan jatkuvasti. •
- Uudet laitteet ovat hyviä, venyttelyalue mahtava "uudistus"
- Hyvä ilmapiiri, ja ihmiset treenaa eikä kukaan istuskele lehteä lukemassa toisten tukkona ☺
- Huippu laitteet tehä salitreenejä
- Hyvä tilaratkaisu
- Henkilökunta loistavaa! :)
- Seppo
- Siisteys, henkilökunta
- Kuopion paras sali!
- Ilmapiiri, sijainti, henkilökunta, tilat, laitevalikoima, siisteys
- Työntekijät parhaita ja kuntosali on huippu.
- Salilla kaikki mitä tarvitsee ja riittävästi tilaa.
- Hyvät perussalilaitteet
- Aukioloajat, laitteet ja salinhenki
- ei liian ruuhkainen -hyvä meininki, suurin osa treenaa kovaa -venyttelyalue -puitteet monipuolisiin treeneihin
- Seppo on asiallinen jamppa, tykkään
- Kuopion paras sali!
- Hk ihanaa ja bileet ovat ihana piristys
- Henkilökunta on ystävällistä ja tilat ovat siistit - joskin pukukopit ovat ahtaat.
- Hyvät laitteet.
- Hyvä ilmapiiri ja oikeaa asennetta täältä löytyy
- Hyvä sali, henkilökunta täysi kymppi ja hyvät laitteet.
- solarium ja infrapunasauna ilmaiset
- Ilmainen solkku ja infrapunasauna on huippujees!
- Kuopion paras sali muutamasta risusta huolimatta! Plussaa kahvikoneesta
- Uusia hyviä välineitä tullut salille. Aktiivinen uudistaminen on myös plussaa!
- Venyttelymatto on superkiva.
- Ilmainen kahvikoneen käyttö on tosi kiva ekstra.
- Jatkakaa samaan malliin.
- -Suht laaja valikoima laitteita -hierontapalvelut samassa
- Mukavasti tilaa kuntoilla.
- Salilla hyvä meininki, jatkakaa vaan samaan malliin :)
- Ihan hyvä hinta-laatusuhde. Siistit tilat ja hyväkuntoiset laitteet.
- Kevät ja pikkujoulu bileet on huiput! •♥
- Hyvät laitteet, riittävästi vapaita painoja ja painolevyjä
- Hyvä ilmapiiri. Solarium. Kohtuu hyvät laitteet.

- uusia laitteita on tullut hyvin, vanhatkin laitteet pääosin kunnossa. Tilaa ja laitteita on sopivasti. Perinteinen gymi, ei mitään spinninkii tai muuta jumppatoimintaa, hyvä näin.
- hyvä henki
- sepolle ruusuja
- laitevalikoima jotkut harvinaisemmat välineet +++ lisäravinnevalikoima
- Mielellään jatkan salilla käymistä vain täällä!
- Vastaanoton tyttö on mukava ja aina iloinen. Kaupungin kaunein Miljoona ruusua!
- Venyttelytila on loistava olemassa! Parkkipaikkaa on riittävästi
- Loistava sijainti ja erinomaiset laitteet myös lämmittelyä ja juoksua varten.

Risut

- Naisten pukkarit melko pieni ja usein suurin osa kaapeista varattuina, vaikka paikalla ei ole kuin pari naista. Ilmeisesti monet varaavat ainakin yläkerran pukkarin kaappeja jatkuvaan käyttöön.
- Miesten pukutilat ovat ahtaat.
- Huono musiikki
- Suihkutila on pieni, ainakin naistenpuolella. Joskus joutuu odottelemaan, että pääsee suihkuun, siksi usein on jäänyt käymättä. Lisäksi lattia on suihkun jälkeen aina ihan märkä, kun kopin oven välistä pääsee vettä ja itse kopissa ei mahdu kuivaamaan.. Pikkuvikoja sinänsä, mutta jos jotain risuja kehittämisen valossa :))
- Miesten pukkarit tosi ahdas iltaisin, sille voisi koittaa tehdä jotain
- Asiakaspalvelu, jota olen saanut, on ollut todella surkeaa. Esittelykäynnille tullessani asiakaspalvelija oli reilusti myöhässä sovitukselta ajasta eikä edes pahoitellut sitä. Sähköpostiviestiin, jonka olen lähettänyt erästä asiaa koskien, vastattiin todella töykeästi. Samoin kun menin kerran tiskille asioimaan, asiakaspalvelija puhui ja juoruili jollekin kaverilleen ilmeisesti puhelimesta samaan aikaan.
- Miesten pukuhuoneen vessan käsienkuivain haiskahtaa aika imelästi, kun kuivaat käsiä. Käsipyyhepaperia sinne kiitos! :-)
- Suihkun viemäri usein tukossa ja pukuhuoneessa ahdasta ilta-aikaan..
- Musiikki soittimeen pitäisi panostaa. Monet kerrat joutuu ite säätämään että kuuluu mitään.
- Yläkerrassa on kolme polvenkoukistuslaitetta ja alakerrassa yksi. Voisiko toisen istuen tehtävistä polvenkoukistuslaitteista siirtää alakertaan? Tosin toinen niistä taitaa edelleen olla rikki, mutta jos sen saisi korjattua.
- Venyttelyalueen läheisyydessä olevat äänilaitteet ovat aika meluisia, voisiko niitä siirtää kauemmaksi? On kiva venytellä ilman poran ääntä korvassa. Kiitos!
- Laitevalikoima on monipuolinen, mutta monet laitevalinnat eivät miellytä itseäni. Esimerkkinä se uusi Hoistin prässä, jonka hinnalla olisi saanut varmastikin mainion ja konstailemattoman perinteisen jalkaprässin vanhan ja kehon tilalle.
- Musiikki välineitä voisi parantaa. Levypainojen lukkoja voisi hommata enemmän ja semmosia jotka pysyy kiinni.
- Voisi olla siistimpää, hommata rikkiäisten välineiden tilalle uudet,
- Ilmastoinnin tarkkailua paremmaksi ja tilaa kasvaneen asiakasmäärän takia kaipaisi lisää
- Ilmastoinnin suhteen olisi paljon parannettavaa, tai ihmiset vois opetella käyttämään vaikka deodoranttia.. :D ilta-aikaan ei alakertaan voi kuvitellakaan menevänsä :/
- Ahtaat pukuhuoneet
- Naisten pukuhuone ahdas ja joskus aamuisin haisee viemäri
- Yläkerran naisten pukuhuone hieman ahdas
- Ei riittävästi vapaita painoja / käsipainoja / räkkejä. Henkilökunta paikalla välillä vähän miten sattuu. Some päivitykset välillä erikoisia. Puuttuuko markkinointisuunnitelma? Pukkareiden ahtaus, vain yksi suihku ylhäällä. Alakerrassa voisi soida muutakin musiikkia. Vesipisteitä alas.
- Osa juoksumatoista on ollut pitkään epäkunnossa.
- Osa laitteista vanhoja ja huonossa kunnossa. Uudempia laitteita tilalle. Moppia voisi käyttää enemmän kun siivoatte

- Joskus tietyt treeniryhmät (esim. Powertrainers, fysiomaker ymsyms...) valloittavat salin laitteet vähän liika pahasti. Niin ettei laitteisiin pääse väliin tekemään. Tällaisilla porukoilla tietysti itselläänkin pitäisi olla enemmän tilannetajua ja ottaa muut salilla kävijät huomioon.
- Isot treenitiimit valtaavat usein viikonloppuisin salin ja väliin ei mahdu tekemään
- -normaali Smith kone jäykkä ja huono -kunnan sauna ja suihkutilat uupuu -naisten pukkarit turhan pieni - vastuskuminauhoja kaipailisin
- joku vois siihen seinän vierustan parkkiin maalata kunnon viivat että jengi osais pistää autonsa vinoparkkiin niin, että mahtuu maximimäärä autoja, eikä tursia kaaransa miten sattuu. Seinälleki vois laittaa ohjurit talvisia kikkailijoita varten Joskus kyllä joutas palkita jollain viisiin niitäkin, jotka ovat olleet asiakkaina pidemmän aikaa, eikä vaan jatkuvasti tunkea "sitätätätärjousta" uusille tulijoille
- Joku opiskelija ale ois aika kova sana
- Ei lapsia salille edes vanhempien mukana
- Saunan puute..
- Alakerran ilmanvaihto on huono. Kesähelteet varsinkin tekevät treenaamisen rankaksi.
- Joskus laitteiden korjaaminen kestää. Solarium lamput ei kovin tehokkaita. Naisten pukuhuone ja suihkutilat ahtaat
- Naisten puku- ja kylpyhuone ahdas.
- Välinee, laitteet ja painot hirmu likaisia. Naisten yläpukkari on ahdas ruuhka-aikaan ja suihku aika kammottava
- Naisten alakerran pukkaria voisi kehittää viihtyisämmäksi vaikka vastaavanlaisella suihkukopilla kuin yläkerrassa ja muutenkin. On nyt aika kolhot suihkutilat. Samalla saisi ruuhkaa helpotettua yläkerran pukkarista, kun viitsisi käyttää alakertaakin.
- Pukukopit on ahtaat -opiskelijahintoja voisi laskea vähän -aukioloajat voisi olla 24/7 avainkortilla (5tunnin kiinniolo turha yöllä) -musiikki
- Parkkipaikka tilaa olisi hyvä olla enemmän. Joskus jäänyt kuntoilut tekemättä kun ei saa autoa parkkiin.
- Pukuhuoneiden siisteys ei ole riittävällä tasolla. Kuntopyöriä voisi olla enemmän määrällisesti.
- Alakerran naisten puolen suihku tukossa, ni sitä voisi käyvä joku kahtomassa :)
- Henkilökunta harvoin tervehtii salille tullessa. Salille olisi mukavampi tulla mikäli henkilökunta olisi ystävällisempää ja heiltä viitsisi silloin ehkä kysyäkin jotain, jos sellainen tilanne tulisi eteen. Tiettyinä kellonaikoina aika paljon ruuhkaa salilla, tällöin lämmittelylaitteita, etenkin crosstrainereita kaipaisi enemmän. Salin "ilmapiiri".
- Miesten pukuhuone hiukan ahdas
- Ruuhkat ja osa halpislaitteista. Suihkutilat kehnot ja ahtaat pukuhuoneet.
- Miesten pukuhuone on välillä sotkuinen.
- Miesten pukuhoneet ja wc tilojen siivousta voisi tihentää, varsinkin viikonloppuisin on epäsiistit. Ja oikea sauna ois poikaa, niin ei tarttes vaimon kotona lämmittää :) Alakertaan kunnan vesipiste josta saa vettä puteliin. uudet paksut levypainot on huonot, tapit on äkkiä täynnä.
- rikkinäisten laitteiden korjaaminen voisi olla hieman ripeämpää, samoin repsottavien verhoilujen uusiminen
- Rikki menneet laitteet liian pitkään odottavat korjausta Pukuhuoneiden lokeroden avaimissa tulisi olla kaikissa numeroitu avaimenperä Monesti viikonloppuisin salilla tod voimakas viemärinhaju Yrittäjältä tosi nihkeästi tervehtiminen jos hän on vastaanotossa, toisinaan ei ollenkaan
- siisteys joskus musiikki laitteiden huolto laitevalikoima osittain tilankäyttö
- Suihkukaappi naisten pukkarissa voisi olla siistimpi!
- Pukuhuonetilaa on ehkä hieman ahdas, muuten sali on kyllä mukavan tilava.
- Alakerta saisi olla paremmin ilmastoitu
- Parempaa musiikkia!
- Parkkitilanne on huonohko, solarium tehoton, naisten suihku huono + pukutilat ahtaat. Muuten oikein hyvä "rakkaudesta rautaan" paikka :)
- wc:stä puuttuu saippua aika usein
- Liian ahtaat pukutilat ja vain 1 suihku