

Vertti Pekkanen

Sports Car Centerin huollon prosessin kehittäminen

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Auto- ja kuljetustekniikka

Insinöörityö

23.1.2017

Tekijä(t) Otsikko	Vertti Pekkanen Sports Car Centerin huollon prosessin kehittäminen
Sivumäärä Aika	26 sivua + 1 liite 23.1.2017
Tutkinto	Insinööri (AMK)
Koulutusohjelma	Auto- ja kuljetustekniikka
Suuntautumisvaihtoehto	Jälkimarkkinointi
Ohjaaja(t)	Lehtori Pertti Ylhäinen Jälkimarkkinointipäällikkö Petter Wallén, Sports Car Center Espoo
<p>Insinööriä tehtiin Oy Sports Car Center Ab:n toimeksiannosta syksyllä 2016. Työn tavoitteena oli selvittää huollon prosessissa huonoimmin toimivat osa-alueet sekä tarkastella asiakastytytyvääisyyttä ja avoimia asiakaspalautteita. Huollon prosessien tutkimisen ja tarkastellun asiakaspalautteen perusteella kehitettiin parannusehdotuksia huollon toimintamalliin. Toissijaisena tavoitteena oli asiakastytytyvääisyyskyselyn vastausprosentin nostaminen.</p> <p>Huollon prosesseja tarkasteltiin lokakuussa 2016 hieman yli viikon ajan työnjohtajien työntekoa seuraten. Työnteosta ja toimintatavoista tehtiin muistiinpanoja ja kehitettiin huollon prosessin ohjeiden noudattamisen tarkastuslomake, jonka mukaan työntekoa tarkasteltiin.</p> <p>Asiakaspalautteita tutkittiin helmikuun–marraskuun 2016 väliseltä ajalta syksyllä 2016 tarkkailuviikon jälkeen. Asiakaspalautteet jaoteltiin eri osa-alueisiin, jotta tuloksista saatiin kehittämistä tarvitsevat asiat paremmin esille.</p> <p>Huollon prosessin tarkkailun tuloksista havaittiin työnjohtajien työkuorman olevan suuri, joka johtaa moniin työvireisyyksiin ja huonoon yhteydenpitoon asiakkaisiin. Havaittiin myös työnjohtajilta puuttuvan työmääräysten puhtaaksikirjoitusrutiini, mikä johti epäselvyyksiin töitä luovutettaessa ja laskutettaessa. Lisäksi kommunikaatiossa huomattiin olevan epäselvyyksiä, mikä johti esimerkiksi puuttuviin varaosiin ja töiden venymiseen korjaamalla.</p> <p>Tämän insinööriä tuloksina kehitettiin käytännön parannusehdotuksia huollon prosessin toimintamalliin sekä lajiteltua ja analysoitua dataa asiakaspalautteista. Tuloksina oli myös ehdotuksia, kuinka asiakastytytyvääisyyskyselyn vastausprosenttia voisi nostaa. Prosessin kehitysehdotuksia ovat puhtaaksikirjoitusmenetelmän käyttöönotto, varaosien tilaustavan muuttaminen sekä hallityönjohtajan palkkaaminen ja työnkuva. Asiakaspalvelun kehittämiseksi puhelinliikennettä pitäisi ohjata tehokkaammin automerkkien mukaan sekä työnjohtajien kiinnittää huomiota puhelimesta käytettyyn aikaan.</p>	
Avainsanat	Huollon prosessi, asiakastytytyvääisyys, prosessin kehittäminen

Author(s) Title	Vertti Pekkanen Development of Sport Car Centers Car Service Process
Number of Pages Date	26 pages + 1 appendix 23 January 2017
Degree	Bachelor of Engineering
Degree Programme	Automotive Engineering
Specialisation option	After Sales Engineering
Instructor(s)	Pertti Ylhäinen, Senior Lecturer Petter Wallén, After Sales Manager, Sports Car Center Espoo
<p>The objective of this thesis was to analyze the service process and customer feedback to develop new ideas on how to improve the process. The secondary objective was to raise the reply percentage for the customer feedback questionnaire. This thesis was commissioned by Oy Sports Car Center Ab in fall 2016.</p> <p>The service process was studied a little over one week by following the service advisors working in October 2016. Notes were taken of the working methods and habits of the service advisors. A checklist was developed from the service process guidelines to help keep track of the problems that the service process encountered.</p> <p>Customer feedback was analyzed from February to November 2016 in Fall 2016. The customer feedback was then divided in to sections depending on the feedbacks topic. This was done to help analyze the results easier topic by topic.</p> <p>The results of the week of studying the service process showed that the workload of the two service advisors is too big which leads to negligence mistakes and bad communication to customers. The service process itself had some flaws that lead to inefficiency in the service advisors work. The communication with different sections in SCC was disorganized which lead to missing spare parts and longer repair times.</p> <p>As a result of this bachelor's thesis were developed improvement ideas for the service process and sorted analyzed data of the customer feedback. Ideas for improving the customer feedback reply percentage was also developed. Improvement ideas consisted of making a routine for the paperwork needed in the process, changing the way of ordering spare parts, and of a job description for a foreman of the mechanics. Customer service could be improved by directing the telephone traffic more efficiently and by focusing on and reducing the time spent on the phone with customers.</p>	
Keywords	Service process, Customer service, service development

Sisällys

Lyhenteet

1	Johdanto	1
2	Oy Sports Car Center Ab yrityksenä	2
2.1	Sports Car Center Espoo	2
2.2	Catamount Oy	3
3	Huollon prosessi ja ongelmakohdat	4
3.1	Huollon prosessin vaiheet	4
3.2	Ajanvaraaminen huoltoon	4
3.3	Työn vastaanotto	6
3.4	Työn kulku korjaamolla	8
3.5	Laskun käsittely ja auton luovutus	10
3.6	Prosessin ulkopuoliset ongelmat	12
4	Asiakaspalaute	13
4.1	Asiakaspalautekanavat ja seuranta	13
4.2	Asiakastytyväisyystutkimuksen tulokset	16
4.2.1	Pistemääräiset asiakaspalautteet	16
4.2.2	Avoimet asiakaspalautteet	17
4.2.3	NPS	21
4.3	Asiakastytyväisyyskyselyn vastausprosentti	22
5	Kehitysehdotukset	23
5.1	Huollon prosessi	23
5.2	Asiakaspalvelu	25

Lähteet	27
---------	----

Liitteet

Liite 1. Huollon prosessin ohjeiden noudattamisen tarkistuslomake

Lyhenteet

NPS	Net Promoter Score. Menetelmä ja luku, jolla mitataan asiakastyytyväisyyttä. Perustuu ”suosittelisitteko palvelua” -kysymykseen.
SCC	Sports Car Center
JLR	Jaguar & Land Rover -yhtymästä käytetty lyhenne

1 Johdanto

Asiakaspalvelu on noussut autoalalla 2010-luvulla yhä tärkeämpään rooliin. Se on lähes ainoa asia, joka nykypäivänä erottaa samaa merkkihuoltoa tarjoavat liikkeet toisistaan. Hyvä asiakaspalvelu erottaa liikkeen toisesta edukseen ja saa asiakkaan palaamaan samaan toimipisteeseen varmemmin uudestaan sekä suosittelemaan liikettä tuttavilleen. Hyvän asiakaspalvelun saavuttamisen pitäisi olla jokaisen autoalalla toimivan yrityksen korkeimpana tavoitteena. Halvimman hinnan perässä juoksevien asiakkaidenkin on vaikea asioida liikkeessä, jossa asiat eivät suju. Yritys, jossa hinta-arviota ei anneta, työt eivät valmistu ajoissa ja asiakkaita ei tiedoteta tehdyistä lisätöistä tarpeeksi tai ollenkaan, ei varmasti tule saamaan hyvää asiakaspalautetta. Asiakkaan on mieleistä maksaa hieman ylimääristä paremmasta palvelusta vähentääkseen omaa vaivaansa. Merkkihuollossa paremman palvelun saaminen on erityisen tärkeää, koska asiakkaat eivät aina ymmärrä merkkihuollon tuoman lisäturvan arvoa hinnan ollessa monimerkkikorjaamoa kalliimpi. On vaikea osoittaa, mitä kaikkea autotehdas vaatii merkkihuolloltaan, jos siitä vain pieni osa näkyy asiakkaalle ulospäin palvelussa ja leimana huoltokirjassa.

Autotalot myyvät huoltokokemusta, jossa autolle suoritettavat toimenpiteet ovat tärkeä osa prosessia, mutta vielä tärkeämpää asiakkaalle huollosta muodostuvan kuvan kannalta ovat sujuvuus, aikataulujen noudattaminen ja asiakaspalvelu yleisesti. Nämä ovat arvoja, jotka näkyvät yrityksestä ulospäin kuluttajille ja joiden perusteella liike usein arvostellaan.

Tämä insinööri työ käsittelee Sports Car Center Espoon toimipisteen Jaguar- ja Land Rover -merkkihuollon prosesseja käytännön tasolla sekä asiakastyytyväisyyttä liikkeessä. Tavoitteena on tarkastelemalla työnjohtajien toimintaa paikan päällä kehittää huollon palvelun prosessia tehtyjen havaintojen perusteella. Työssä tarkastellaan myös asiakastyytyväisyystutkimuksista saatuja palautteita, joista tehdään päätelmiä ja tilastoja huollon toimivista ja vielä kehittämisen tarpeessa olevista puolista. Toissijaisena tavoitteena on nostaa asiakastyytyväisyyden vastausprosenttia. Asiakastyytyväisyyden tämänhetkinen tila tutkittiin vuoden 2016 aikana saatujen viikoittaisten asiakaspalautekyselyjen perusteella.

Insinööriä suoritettiin Oy Sports Car Centerin Ab:n toimeksiannosta syksyn 2016 aikana opintojen ohella. Insinööriopiskelijalla ei ollut aiempaa työkokemusta Sports Car Centeristä, mikä on hyvä lähtökohta huoltoprosessin tutkimiseen ulkopuolisena tahona.

2 Oy Sports Car Center Ab yrityksenä

Oy Sports Car Center Ab lyhennettynä SCC on suomalainen vuonna 1984 perustettu henkilöautojen vähittäiskauppaan erikoistunut yritys. SCC on laajentunut henkilöautojen vähittäiskaupan lisäksi tarjoamaan myös varaosamyyntiä ja huoltopalvelua edustamilleen merkeille. Nykyään toimipaikat sijaitsevat Helsingissä, Espoossa, Tuusulassa, Jyväskylässä ja vuoden 2016 alusta lähtien myös Tukholmassa. SCC liittyi osaksi Cata-mount-konsernia vuonna 2002. Yrityksen liikevaihto oli vuonna 2015 noin 46 miljoonaa euroa. Suomessa SCC työllistää 45 autoalan henkilöä.

Tänä päivänä Sports Car Center jälleenmyy ja merkkihuoltaa Jaguar, Land Rover, Alfa Romeo, Jeep sekä Fiat -merkkiset henkilöautot. Suomen Sports Car Centereistä vain Espoosta löytyy huoltotoimintaa, muut toimipisteet ovat käytettyjen autojen myyntiin erikoistuneita. Lisäksi SCC myy kaiken merkkisiä käytettyjä autoja keskittyen premium- ja sport-luokan henkilöautoihin. [1]

Omien havaintojeni perusteella Sports Car Centerin suurimmat vahvuudet ovat on asiakaspalveluhenkisyys, avoimuus ja luotettavuus.

2.1 Sports Car Center Espoo

Sports Car Center muutti Espoon toimipisteeseen vuonna 2014. Toimipiste sijaitsee Niitykummussa Länsiväylän ja Kehä II:n kupeessa. Se tarjoaa uusien ja käytettyjen autojen myyntiä sekä merkkihuoltoa. Espoon Sports Car Centerissä työskentelee 30 ihmistä eri työtehtävissä.

Espoon toimipisteen merkkihuoltoon kuuluvat merkit Jaguar, Land Rover, Alfa Romeo, Jeep ja Fiat. Jälkimarkkinointitiimiin kuuluu kuusi henkilöä, joista kolme on työnjohtajia, kaksi varaosamyymiä ja yksi Jälkimarkkinointipäällikkö. Jaguar ja Land Rover konserniin erikoistuneita työnjohtajia on kaksi ja Alfa Romeoon, Jeppiin ja Fiatiin erikoistuneita yksi.

Hallin puolella työskentelee 11 mekaanikkoa. Työnjohtajat hoitavat töiden vastaanoton ja niiden jakamisen mekaniikoille sekä työhön tarvittavien varaosien tilaukset varaosapuolelta. Työnjohtajien tehtäviin kuuluu myös yhteydenpito asiakkaisiin, autojen luovutukset asiakkaille, sijaisautojen hallinta, laskutus ja asiakkaiden neuvonta. Reklamaatiot ja asiakaspalautteen käsittelee jälkimarkkinointipäällikkö. Jaguar- ja Land Rover autojen takuut kuuluvat osittain työnjohtajien työtehtäviin; varsinaiset takuukyselyt hoitaa kuitenkin takuukäsittelijä. Autotalon hallintoon kuuluu seitsemän henkilöä: toimitusjohtaja, kaksi autosihteeria, kaksi myyntipäällikköä, yksi markkinointipäällikkö ja myyntijohtaja. Jaguar- ja Land Rover -autojen huollot jakautuvat määrältään tasan. Huollossa käyvien autojen keski-ikä on noin 4 vuotta.

Uusien autojen myynti painottuu Jaguar- ja Land Rover -autoihin. Samassa talossa toimii myös Arita Oy, joka myy Alfa Romeo-, Fiat- ja Jeep-merkkiset autot uutena. Erikoisuutena Espoon toimipisteessä toimii myös uusien autojen outlet. Outlet-myynti tarjoaa monen-merkkisiä autoja, joskin kolme merkkiä on edustettuna muita enemmän, Fiat, Lexus sekä Nissan. SCC:n toimitapaan kuuluu myös vähän käytettyjen, usein urheilullisten autojen yksittäismaahantuonti Euroopan maista.

Uusien autojen myyntiosasto työllistää kuusi ihmistä: neljä automyyjää, avainasiakaspäällikön sekä myyntijohtajan. Vaihtoautopuolella työskentelee kolme automyyjää ja yksi myyntipäällikkö.

Alihankkijoina Sports Car Center käyttää peltikorjauksiin autopeltikorjaamo Harry Lampinen Oy:tä, autojen pesuihin sekä käytettyjen autojen ehostamiseen Fiksaamo Oy:tä ja sijaisautojen vuokraamiseen Avis-Budget-autovuokraamo.

2.2 Catamount Oy

Catamount Oy on vuodesta 1992 alkaen toiminut Suomessa autojen vähittäismyyntiin ja maahantuontiin keskittynyt konserni. Catamountin pääasiallinen toiminta on kotimaan vaihtoautomyynti sen tytäryhtiöiden kautta. Tänä päivänä konserni edustaa kymmentä eri automerkkiä. Tytäryhtiöihin lukeutuvat Oy Sports Car Center Ab, Auto-Arita Oy, Helsingin autotehdas Oy, Leaseme Finland, C-Planner ja Nordic Rent. Catamountin muita toimintoja ovat autojen huolto sekä Euroopan laajuiset hankintakanavat autoille. Vuosittain Catamount-konserni myy 3500 uutta ja 7500 käytettyä autoa sekä suorittaa 30 000

kappaletta huoltotapahtumia. Liikevaihtoa konsernille kertyi viime vuonna 141,6 miljoonaa euroa. Tällä hetkellä konserni kokonaisuudessaan työllistää 151 henkilöä autoalalla.

Konsernin arvoperiaatteita ovat innovatiiviset ratkaisut, hyvä ryhmähenki ja kova työ. [2]

3 Huollon prosessi ja ongelmakohdat

3.1 Huollon prosessin vaiheet

Autohuollon prosessi voidaan jakaa neljään eri työvaiheeseen: ajanvaraus, työn vastaanotto, huoltotapahtuma ja auton luovutus asiakkaalle. Jokainen vaiheista tukee toisiinsa ja linkittyy toisiinsa vahvasti. Laiminlyönti yhdessä vaiheista vaikuttaa negatiivisesti seuraavaan vaiheeseen ja ongelmat kasaantuvat nopeasti. Ajanvaraus on erittäin tärkeä vaihe sen luodessa ensivaikutelmat huollosta asiakkaalle. Se myös tukee vahvasti työn vastaanottoa tarjotessaan tiedot asiakkaasta, autosta ja mahdollisista tilattavista varaosista työlle. Työn vastaanotossa asiakkaan auton lopulliset huollon tarpeet saadaan esille ja usein varsinainen fyysinen asiakaspalvelutyö alkaa ensimmäisen kerran. Vastaanotto on kriittinen vaihe varsinaiselle huoltotapahtumalle, varsinkin aikataulutuksen kannalta. Huoltotapahtuma on korjaamolle tärkein työvaihe, ja sitä varten asiakaskin on autonsa huoltoon tuonut. Työn aikana asiakas on harvoin paikalla, minkä takia yhteydenpito asiakkaaseen on tärkeää ja luo asiakasta palvelevan ja huolehtivan kuvan huollosta. Pienet huollon aikana tapahtuneet virheet voidaan monesti paikata hyvällä tiedotuksella. Auton luovutus luo lopullisen kuvan huoltotapahtumasta. Luovutuksessa työnjohtajan ei parane kiirehtiä, jotta tiedetään asiakkaan saaneen kaikki toiveensa toteutuksi. Korjauksen tai huollon jäädessä kesken on huoltoneuvojan hyvä ehdottaa uutta korjausaikaa saman tien.

3.2 Ajan varaaminen huoltoon

Huollon prosessin ongelmia tarkasteltiin työnjohtajien näkökulmasta seuraamalla fyysisesti heitä ja olemalla mukana huoltoneuvojien kanssa yhden työviikon ajan. Lisäksi yhden työmääräyksen kulkua päivän aikana tarkasteltiin alusta loppuun erikseen tarkkailuviikosta yhtenä päivänä. Työnjohtajien toimintaa tarkasteltiin huollon prosessiohjeiden noudattamisen tarkastuslomakkeen (liite 1) pohjalta, joka kehitettiin Sports Car Centerin

huollon prosessin ohjeiden pohjalta. Ylös kirjattiin yleisimpiä ongelmatilanteita ja työssä syntyneitä virheitä sekä ongelmia.

Ajanvarauksen tavoitteena on saada selville asiakkaan tarpeet ja taustatiedot huollettavasta ajoneuvosta sekä asiakkaasta. Tietojen selvittämisen jälkeen työnjohtaja varaa Automaster-ohjelmasta valitsemalleen mekaanikolle työvarauksen kalenteriin asiakkaan toiveiden mukaan ja tilaa mahdolliset työhön tarvittavat varaosat varaosamyyjältä. Kalenteriin mekaanikolle varattavan ajan pituus määritellään mekaanikon kykyjen, valmistajan ohjeaikojen ja työnjohtajan kokemusten mukaan. Hyvä työnjohtaja osaa varata sopivan pituisen ajan mekaanikolle, niin että ali- tai ylimyyntiä ei synny. Ajanvarauksen yhteydessä työnjohtajan olisi hyvä tarkastaa ajoneuvolle kuuluvat laadunparannuskampanjat, jotta asiakas välttyisi ylimääräiseltä huoltokäynniltä. Kampanjan ilmetessä vasta työn vastaanottovaiheessa ei mekaanikolla ole välttämättä tarpeeksi aikaa varattuna kalenteriin lisätyön tekemiseen. Usein kampanjat vaativat myös erikseen tilattavia osia, joiden saapumista ei voida taata saman työpäivän aikana. Asiakkaan toiveiden ja suoritettavan huoltotyön kirjaaminen työmääräykselle pitäisi olla mahdollisimman yksityiskohtaista, jotta muut työnjohtajat sekä mekaanikot saavat selvää tehdystä työtilauksesta. Epäselvä työmääräys aiheuttaa toisen työnjohtajan jatkaessa työtä epäselvyyksiä ja mahdollisesti viivästyksiä huoltotyössä sekä asiakaspalvelussa. Ylimääräisten kiistojen välttämiseksi kuuluisi työmääräykseen kirjata kustannusarvio ja ilmoittaa se suullisesti asiakkaalle. Asiakkaan yhteystiedot olisi myös syytä tarkastaa ja päivittää ajanvarausvaiheessa asiakaspalvelun helpottamiseksi.

Sports Car Centeriin huollon voi varata kolmea eri kautta: puhelimitse, paikan päällä tai sähköpostitse. Puheluihin vastaavat suoraan työnjohtajat, sillä erillistä puhelinkeskustaa ei ole. Uutta internetin kautta täytettävää huollon varauslomaketta ollaan kehittämässä.

Sports Car Centerissä yleisimmät virheet ajanvarauksessa johtuvat työnjohtajien kiireestä ja siitä seuraavasta huolimattomuudesta. Tavallisimpia virheitä ovat esimerkiksi avoimien kampanjoiden tarkastuksen unohtaminen, asiakkaan yhteystietojen päivittäminen jättäminen ja lisäpalvelujen tarjoamisen unohtaminen. Pahimmassa tapauksessa työnjohtajan työ keskeytyy ajanvarauksen aikana puheluun tai muuhun häiriötekijään, jolloin huolimattomuusvirheet helpoimmin syntyvät. Asiakkaan toiveiden kirjaaminen työmääräykseen ja mekaanikkojen työvarauksien lisääminen kalenteriin toimii hyvin. Havainnot perustuvat työnjohtajien työn tarkkailuun sekä työnjohdon toiminnan tarkastuslomakkeen tuloksiin.

Sports Car Centerin Huolto avautuu klo 7.30. Suurin, noin muutaman (2–4) ihmisen yhtäaikainen ruuhka saavutetaan noin puolen tunnin kuluessa avautumisesta. Isompaa ruuhkaa pääsee harvemmin syntymään. Joskus asiakkaan tilauksen ollessa monimutkainen saattaa palvelemiseen mennä jopa 15 minuuttia, jolloin muutaman asiakkaan jono muuttuu ajallisesti puolen tunnin jonoksi. Ruuhkan aikanakin työnjohtajien on tärkeää pitää hyvä asiakaspalveluasenne, ettei asiakas tunne itseään huonommin palveluksi.

3.3 Työn vastaanotto

Asiakkaan astuessa liikkeeseen alkaa työn vastaanoton vaihe. Tässä vaiheessa asiakas usein saa ensimmäiset fyysiset käsitykset yrityksen tiloista ja varsinaisesta asiakaspalvelusta. Hyvän ensivaikutelman luominen asiakkaalle on yrityksen kannalta hyvin tärkeää, koska ensivaikutelman luoman kuvan muuttaminen on vähintäänkin vaikeaa. Esimerkiksi puuttuva opastus ja parkkipaikkojen vähyys yrityksen pihassa antavat nopeasti huonon kuvan asiakkaalle.

Työn vastaanotto alkaa asiakkaan tervehtimisellä tiskillä. Seuraavaksi työnjohtaja kysyy asiakkaan auton rekisterinumeron ja varmistaa auton sekä asiakkaan tiedot. Viimeistään tässä vaiheessa asiakastiedot kuuluisi tarkistaa ja päivittää huollon aikana tapahtuvien yhteydenottojen varalta. Sitten työnjohtaja kertoo tehtävän huollon sisällön ja kysyy, onko asiakkaalla lisättävää. Lisätöitä voidaan lisätä mekaanikolle varatun ajan puitteissa; liikaa ei kannata asiakkaalle kuitenkaan luvata, vaikka se toisikin lisäämyyntiä. Asiakas voi pettyä pahasti, jos luvattuja lisätöitä ei saadakaan suoritettua. Asiakasta on parempi informoida saman tien, jos näyttää, että työtä ei mahdollisesti saada samalla kertaa tehtyä. Näin asiakas välttyy ikäviltä yllätyksiltä ja osaa asennoitua asiaan paremmin. Lisätöiden selvittämisen jälkeen työnjohtaja kirjaa kustannusarvion työmääräykselle sekä kertoo sen asiakkaalle. Tulostettuaan työmääräyksen työnjohtaja tarjoaa pientä lisäämyyntiä pyyhkijänsulkien, polttimoiden vaihdon ja lasinpesunesteen lisäämisen muodossa. Asiakas ruksaa haluamansa lisätyöt työmääräykseen ja samalla allekirjoittaa sen. Ennen asiakkaan lähtöä työnjohtaja kysyy vielä auton sijaintia parkkipaikalla mekaanikon työn helpottamiseksi ja ilmoittaa, milloin asiakas voi noutaa autonsa. Asiakkaan poistuttua työnjohtaja tulostaa työmääräyksen väliin vielä Jaguar- tai Land Rover -portaalista Direct Dealer Warranty -tulosteen, josta selviää ajoneuvon tarkempia tietoja sekä avoi-

met laadunparannuskampanjat. Ennen työmääräyksen viemistä mekaanikolle työnjohtaja päivittää internetselaimella ajoneuvon sähköisen huoltokirjan merkkiportaalin kautta. Sports Car Centerillä ei ole hallityönjohtajaa, joten työnjohtajat joutuvat lähtemään asiakaspalvelutiskiltä jakamaan töitä mekaniikoille heti, kun asiakasruuhka hellittää. Elleivät mekaanikot tule oma-aloitteisesti kyselemään töitä työnjohtajilta tiskiltä, menevät aamun ensimmäiset hetket mekaniikoilla odotteluun, joka vähentää loogisesti päivän tehokasta työaikaa.

Syksyn 2016 aikana otettiin käyttöön uusi taustapeilin ”hangeri”-prosessi. Käytännössä tämä tarkoittaa taustapeiliin ripustettavaa henkarimaista paperinpala, johon mekaanikon on tarkoitus kirjata ylös auton erinäisiä asetuksia autosta ennen työn alkua. Asetusten muuttuessa tarkoituksella tai vahingossa huollossa voi mekaanikko nopeasti tarkistaa oikeat asetukset hangerista. Toiselle puolelle hangeria mekaanikko laittaa nimikirjoituksen työn valmistuttua, jolloin asiakkaalle syntyy kuva henkilökohtaisemmasta palvelusta. Hangeri toimii myös muistutuksena vastata tyytyväisyyskyselyyn asiakkaalle. Työnjohtaja liittää hangerin työmääräyksen väliin ennen työn viemistä mekaanikolle. Kuva hangerista alla kuvassa 1.



Kuva 1. Huollon taustapeiliin ripustettava ”hangeri”.

Tarkkailuviikon aikana havaittiin, että työn vastaanoton suurimpina ongelmakohtina ovat parkkipaikkojen vähyys, työnjohtajien poissaolo tiskiltä ja asiakkaan informoiminen. Avoimista asiakaspalautteista selvisi myös, että monelta asiakkaalta oli kustannusarvio jäänyt saamatta. Parkkipaikkojen osalta tilanne muuttuu pian paremmaksi Sports Car Centerin muuttaessa uuteen toimipisteeseen. Parkkipaikat ovat kuitenkin yksi ensimmäisiä asioita, joita uusi asiakas kohtaa liikkeen pihalla, eikä liike erotu edukseen, jos niitä on vaikea löytää. Asiakkaan turhautuessa jo parkkipaikalla on työnjohtajan asiakaspalveluasenne vielä merkittävämmässä roolissa. Päivässä työnjohtajat olivat pois tiskiltä samanaikaisesti yli viisi minuuttia keskimäärin 5-6 kertaa päivässä. Yli viisiminuuttiset poissaolot kelloitettiin ja kirjattiin ylös. Kokonaisuudessaan se tarkoittaa asiakaspalvelutiskin olevan 25-30 minuuttia tyhjillään päivässä. Tiskin tyhjänä-olo ei anna asiakkaalle hyvää vaikutelmaa asiakaspalvelusta ja lisää jonotusaikaa. Henkilökunnan puute tiskillä tapahtuu helposti, kun töissä on vain kaksi työnjohtajaa. Toisen ollessa syömässä ja toisen opastamassa mekaanikkoa hallin puolella, tiski on jää nopeasti miehittämättömäksi.

Asiakkaalle tiedottaminen on yksi tärkeimpiä asiakaspalvelun puolia, ja siinä epäonnistuminen jättää asiakkaan epätietoiseksi ja epävarmaksi. Sports Car Centerissä tiedottaminen ei ollut huonolla tasolla, mutta parantamisen varaa on aina. Tiedotus ei aina toiminut kustannusarvion kertomisessa, auton huollosta valmistumisen tiedottamisessa ja tapauksissa joissa työnjohtaja on luvannut asiakkaalle palata asiaan, mutta on syystä tai toisesta jättänyt palaamatta. Nämä kolme aihetta tulivat useimmin esille asiakaspalautteena konkreettisesti tiskillä tai viikoittaisen asiakastyytyväisyyskyselyn kautta. Suurin osa virheistä johtuu puutteellisesta työtehtävien ylös kirjauksesta sekä työnjohtajien jatkuvasta suuresta työkuormasta.

3.4 Työn kulku korjaamalla

Työn kulku alkaa korjaamalla asiakkaan lähtiessä työn vastaanottotiskiltä. Sports Car Centerissä tiskillä palvelevat työnjohtajat jakavat työn mekaanikoille. Mekaanikoilla on hallin seinällä lokarikko, johon työnjohtajat vievät työmääräykset. Työnjohtaja voi myös kiireellisissä tapauksissa toimittaa työmääräyksen suoraan mekaanikolle. Jos mekaanikoilla on suullisia lisäkysymyksiä töistä, tulevat he usein kysymään asiakaspalvelutiskiltä työnjohtajilta, ellei työnjohtaja ole käynyt antamassa työmääräystä suoraan mekaanikolle. Työmääräyksen saatuaan mekaanikko leimaa Automasteriin aloittamansa työn ja

noutaa työlle tarvittavat esikerätyt varaosat varaosapuolelta rekisterinumeron perusteella. Seuraavaksi mekaanikko hakee auton parkkipaikalta työnjohtajan lappuun merkitsemän paikan perusteella. Tässä välissä mekaanikko tarkastaa asiakkaan autoon jättämät asetukset ja täyttää hangeriin tiedot. Ennen työn aloittamista mekaanikko tarkastaa auton kunnon silmämääräisesti ja täyttää tabletilla eVHC- nimiseen palveluun tiedot autossa havaituista vaurioista ja renkaiden kulutuspinnasta. Sen jälkeen mekaanikko on valmis aloittamaan varsinaisen huolto- tai korjaustyön. Jos huollon aikana ilmenee isompi ongelma tai vika, joka muuttaa korjauksen aikataulua tai hintaa, mekaanikko ilmoittaa työnjohtoon. Työnjohtaja ottaa yhteyttä asiakkaaseen ja kirjaa sovitut toimenpiteet työmääräykselle tulevaisuuden kommunikointia helpottamaan. Lopuksi asentaja allekirjoittaa hangerin, ajaa koeajolenkin, vie työmääräyksen takaisin työnjohtoon ja vie auton pesulaan pestäväksi.

Ennen asiakkaalle soittoa työn valmistumisesta työnjohtaja tarkistaa työmääräyksen varaosa- ja työrivit sekä asiakkaalta veloitettavan loppusumman. Ensimmäisessä asiakkaalle soitetaan työn valmistumisesta, mutta jos asiakasta ei tavoiteta, ilmoitetaan valmistumisesta tekstiviestillä.

Aamuisin pienikin asiakasruuhka vie mekaniikoilta tehokasta työaikaa, kun työnjohtajat eivät pääse irrottautumaan tiskiltä jakamaan töitä mekaniikoille. Työajan lyhentyminen vaikuttaa oleellisesti töiden aikatauluun ja vaikeuttaa huoltojen valmistumista ajallaan. Toinen työaikaa vähentävä ongelma ilmaantuu, jos mekaniikoilla on kysyttävää työmääräyksestä tai tehtävästä työstä. Tällöin mekaniikojen pitää tulla kysymään suoraan työnjohtajilta tiskiltä, mikä voi olla aikaa vievää, jos työnjohto on kiinni puhelimesta tai asiakkaan ollessa tiskillä. Hangerien käyttöönotto syksyn aikana ei lähtenyt aivan vauhtaan käyntiin. Työnjohtajat monesti unohtivat alkuun laittaa hangerin työmääräyksen väliin ennen sen viemistä mekaniikoille. Mekaniikojen puolesta hangerin käyttöönotto ei sujunut täysin ilman ohjeistusta. Alun vaikeuksien jälkeen hangerin käyttö selvästi parani.

Korjaustöitä, jotka vaativat ensin vianmäärityksen ja erillisen korjausajan, jätetään roikkumaan ilman varausaikaa varsinaiselle korjaukselle. Vianmäärityksen jälkeen tarvittava korjausaikaa ei varata kalenteriin heti, kun se olisi mahdollista. Työmääräykset jätetään ”korjattavien” pinoon, josta töitä jaetaan mekaniikoille, kun joltain mekaniikolta va-

pautuu aikaa. Toimintatapa jättää korjausajan täysin auki, vääristää kalenterista tarkastettavaa korjaamon jonoa ja aiheuttaa epäselvyyksiä korjausvaiheessa, kun auton korjaa eri mekaanikko kuin vianmäärityksen tehnyt.

Yhden työmääräyksen kulkua seurattiin alusta melkein loppuun yhden työpäivän ajan. Työmääräys koski uuden auton luovutustarkistuksia ja varustelua. Autoon oli tarkoitus asentaa vetokoukku, uusimmat kartat navigaattoriin sekä talvirenkaat vanteineen. Pian kävi selväksi, että osastojen välinen kommunikaatio oli pettänyt. Luovutustarkastus meni ohjeiden mukaisesti. Navigaattorin päivitystä aloitettaessa uusinta karttaa ei ollut heti saatavilla. Mekaanikko kertoi ongelmasta työnjohtajalle, joka laittoi uusimman kartan lataukseen. Kartan lataus kesti 3 tuntia internetistä muistitikulle, josta se asennettaisiin autoon. Mekaanikko päätti jatkaa muita töitä kartan latautuessa. Seuraavaksi tarkoitus oli asentaa talvirenkaat vanteineen autoon. Puolen tunnin renkaiden etsinnän jälkeen työnjohtajat sekä työtä suorittava mekaanikko tulivat päätelmään, että renkaita ei ole koskaan tilattu autoon. Huollon ja varaosien välinen kommunikaatioyhteys on katkennut, kun renkaita ja vanteita olisi pitänyt tilata. Mekaanikko päätti jatkaa vetokoukun asennuksella. 15 minuutin selvittelyn jälkeen todettiin, että myöskään vetokoukkua ei kyseiseen autoon ollut tilattu. Puolet tarvittavista varaosista vetokoukun asentamiseen löytyi tuurilla varastosta. Yhden työmääräyksen seuraamisen aikana selvisi, että uusien autojen myynti- huolto- ja varaosaosastojen välinen kommunikaatio ontuu. Varaosatilaukset pettivät kaksi kertaa ja työnjohdon huono työsuunnittelu hidasti työn etenemistä. Samana päivänä tehdyt mekaanikkojen haastattelut paljastivat, että kyseessä ei ole ensimmäinen kerta, kun varaosatilaukset olivat pettäneet uusien autojen varusteluissa.

3.5 Laskun käsittely ja auton luovutus

Viimeisessä vaiheessa asiakas saapuu noutamaan autoaan korjaamolta. Työnjohtaja käsittelee viimeistään tässä vaiheessa tilauksen, tarkastaa varaosa- ja työrivit oikeiksi sekä lisää maininnat huollossa autosta havaituista puutteista. Puutteiden ylös kirjoittamisen lisäksi olisi suotavaa tehdä havaitun vian korjauksesta kustannusarvio helpottamaan mahdollista uutta ajanvarausta. Kustannusarvion tarjoaminen noutovaiheessa saa asiakkaan helpommin korjauttamaan autonsa samassa liikkeessä ja tuo näin lisämyyntiä.

Kun asiakas saapuu noutamaan autoaan, käy työnjohtaja yhdessä asiakkaan kanssa huoltoselostetta apuna käyttäen huollossa tehdyt työt läpi. Huoltoseloste jää asiakkaalle laskun liitteenä. Huoltoselosteesta selviää myös mekaanikon havaitsemat auton mahdolliset puutteet. Työnjohtaja ehdottaa uutta korjausaikaa, mikäli asiakkaan autossa on korjausta vaativa vika tai toimenpiteitä on jäänyt tekemättä. Mikäli asiakas on laskutusasiakas, lasku lähetetään sähköisesti jälkikäteen. Käteisasiakkaan laskun käsittelee työnjohtaja. Työnjohtaja käy laskun sisällön läpi asiakkaan kanssa ennen maksun perimistä. Maksun saatuaan työnjohtaja ojentaa asiakkaalle kuitin ja auton avaimet sekä kertoo auton sijainnin parkkipaikalla. Lopuksi työnjohtaja toivottaa asiakkaan uudestaan tervetulleeksi huoltoon.

Asiakkaan saapuessa noutamaan autoaan, kuuluisi autoa koskevien paperitöiden olla jo tehtynä. JLR-konsernin huollon prosessiin kuuluu merkittävä määrä paperityötä. Työmääräyksen ja muiden tarkistusta vaativien dokumenttien puhtaaksikirjoitus sekä nopeuttaa asiakaspalvelua noutotilanteessa, että vähentää sekaannusta auton luovuttajan ollessa eri henkilö kuin auton vastaanottajan. Samanlaista puhtaaksikirjoitusrutiinia ei kumpikaan työnjohtaja harjoittanut. Työnjohtajia ollessa vain kaksi molemmat saavat toistensa työmääräyksistä kuitenkin melko hyvin selvää, jolloin ongelma ei ole suuri. Tietäytyyppisen puhtaaksikirjoitusmenetelmän käyttö ei olisi kuitenkaan pahitteeksi satunnaistenkin epäselvyyksien välttämiseksi. Työnjohtajien kiireiden takia kustannusarviota ei tehty kertaakaan tarkkailuaikana valmiiksi asiakkaalle huollossa havaitusta viasta. Työnjohto ei myöskään aina muistanut kertoa seuraavasta määräaikaishuollosta asiakkaalle. Nykyään seuraavan huollon ajankohdan kertoo usein auto itse, jolloin seuraavan huollon kertominen tiskillä ei ole enää niin kriittistä. Laskutusasiakkaiden laskuja ei aina laskutettu auton luovutuksen yhteydessä. Tämä ilmeni kuun lopussa läpi käytävässä laskuttamattomien laskujen listassa. Laskujen laskuttaminen myöhässä lisää epäselvyyksiä laskutusvaiheessa ja sotkee yrityksen tilinpitoa. Työnjohtajilla oli täysi työ laskuttaa vanhoja laskuja kuun lopussa epäselvyyksien vuoksi, mikä johti samalla mittaviin ylityötunteihin. Epäselvyydet voivat johtaa esimerkiksi väärin summien veloittamiseen tai laskun lähetykseen väärälle henkilölle. Kumpikaan esimerkki ei varmasti lisää asiakastyytyväisyyttä ja lisää työkuormaa työnjohtajille entisestään.

3.6 Prosessin ulkopuoliset ongelmat

Huollossa ilmeni myös muita varsinaisesti huollon prosesseihin liittymättömiä ongelma-kohtia. Yhtenä suurimmista ongelmista työnjohtajat pitivät hidasta internetyhteyttä. Internetyhteys mitattiin kahtena päivänä; tulos oli noin 6 megabittiä sekunnissa kunkin työnjohtajan tietokoneeseen. Nopeus on hitaahko, joskin riittävä suomalaisten internetsivujen selaamiseen. Nopeus ei kuitenkaan enää riitä JLR-yhtymän Isossa-Britanniassa sijaitsevien internetpalvelujen käyttöön. Sivut latautuvat välillä hyvinkin hitaasti, mikä suoraan hidastaa työnjohtajien työntekoa. Havaittiin myös, että tietyt JLR:n internetpalvelut kuten TOPIx-merkkiportaali hidastuivat tiettyinä päivän tunteina, kun korjaamot ympäri maailmaa yhdistivät sivulle samanaikaisesti. Helpotusta työnjohtajille ei myöskään tuo se, että he joutuvat käyttämään Automasterin lisäksi viittä eri internetselaimen kautta toimivaa palvelua työssään.

Työnjohdon työskentelyn toinen pullonkaula on Automaster-toiminnanohjausjärjestelmä. Automasterin jäädessä jumiin tietokoneen ruudulle työnjohtajan työskentely keskeytyy täysin. Automasterin internetyhteyksiin ja ohjelman jumiin jäämiseen on kuitenkin vaikea löytää ratkaisua. Automasterilla työskentelyä voi kuitenkin nopeuttaa luomalla ohjelmansisäisiä työ- ja varaosapaketteja. Pakettien käyttö nopeuttaa huomattavasti työnjohtajan työtä ajanvarausta tehdessä, kun jokaista työriviä ja varaosaa ei tarvitse erikseen lisätä työmääräykselle. Valmiita huoltopaketteja ei kuitenkaan Sports Car Centerin käyttämässä Automasterissa ole kuin muutamille kaikista yleisimmille huolloille.

Huoltojono Sports Car Centerin Jaguar- ja Land Rover -merkeille on noin kaksi viikkoa. Kahden viikon huoltojonolla on niin hyviä kuin huonojakin puolia. Toisaalta se varmistaa korjaamalla olevan varmasti töitä, mutta toisaalta kiireellisimmät tapaukset pitää kääntää pois.

Jaguar- ja Land Rover -merkkien henkilökohtainen tekninen tuki työnjohtajille on rajallista. Työnjohtajien käyttämästä TOPIx-portaalista löytyy vastaus suurimpaan osaan teknisistä kysymyksistä. Puhelimen avulla tavoitettavia teknisen tuen henkilöitä on Suomessa vain kaksi, toinen Jaguarille ja toinen Land Roverille. Kun teknisen tuen työntekijä ei vastaa puhelimeen ongelmatilanteessa, työn valmistuminen hidastuu. Työnjohdon työskentelyä keskeyttää myös se, että Fiat, Jeep ja Alfa Romeo -huollon asiakaspuhelut ohjautuvat samaan soittokehään kuin Jaguar- ja Land Rover -huollon. Soiton tullessa väärälle työnjohtajalle työ keskeytyy, kunnes puhelu saadaan

siirrettyä oikealle henkilölle. Tästä aiheutuu ylimääräinen viivästys niin työnjohtajille kuin asiakkaallekin. Eri automerkkeihin erikoistuneiden työnjohtajien soittopiirit pitäisi pitää erillään toisistaan.

Puhelimessa puhuminen vei työnjohtajien työpäivästä noin viidesosan. Puhelimessa asiakkaan kanssa jutteleminen muuttuu nopeasti vahingossakin ylimääräiseksi aikaa kuluttavaksi puhumiseksi, jos varsinainen keskustelu ei liity ajanvaraukseen tai tehtävään huoltoon. Puhelimen käytössä olisi syytä pyrkiä tehokkuuteen ja pysyä itse asiassa, niin että se ei veisi aikaa muilta työnjohdon tehtävistä. Puheluiden keston lyhentäminen pitää kuitenkin tehdä niin että hyvä asiakaspalvelu ei kärsi.

4 Asiakaspalaute

Asiakaspalaute on tärkein työkalu yrityksen asiakaspalvelun laadun tarkkailemisessa. Nykypäivänä tiedon jakamisen ollessa julkista, helppoa ja vaivatonta sosiaalisessa mediassa, asiakaspalaute voi olla ilmaista mainosta yritykselle tai kääntyä sitä vastaan. Asiakaspalautteen seuraaminen viikoittain asiakaspalautekyselyn muodossa antaa yritykselle mahdollisuuden puuttua esiin nouseviin ongelmakohtiin ajoissa, ennen kuin ne ehtivät vakiintua. Positiivinen asiakaspalaute myös muistuttaa oikein tehtävistä asioista ja auttaa ylläpitämään hyvää asiakaspalveluasennetta sekä motivaatiota. Hyvä julkista palautetta saava yritys on selvästi paremmassa kilpailuasemassa huonompaa palautetta saaviin. Moni asiakas on valmis maksamaan enemmän hyvästä asiakaspalvelusta ja voi jopa valita yrityksen, jossa asioi verkosta luettavan asiallisen asiakaspalautteen perusteella.

4.1 Asiakaspalautekanavat ja seuranta

Sports Car Centerin pääasiallinen asiakaspalautekanava on viikoittain Jaguar- ja Land Rover -huollossa vieraileville asiakkaille sähköpostilla lähetettävä asiakaspalautekysely. Kysely lähetetään myös uusien autojen varustelua koskeville asiakkaille, nämä pyrittiin suodattamaan pois huollon asiakastytyväisyyttä tutkiessa. Kyselyn lähettää JLR Suomen maahantuonti Inchcape Oy, mutta asiakastiedot tulevat SCC:ltä. Asiakkaat voivat kyselyssä halutessaan pysyä anonyyminä. Asiakaspalvelukyselyt aloitettiin vuoden 2016

helmikuussa. Vuoden 2016 helmikuusta marraskuuhun asiakaspalautekyselyitä lähetettiin noin 3614 kappaletta. Kyselyn tulokset ovat tarkasteltavissa internetselaimella GFK Echo -palvelun kautta. Kyselyssä asiakasta pyydetään vastaamaan 13 kysymykseen. Kysymyksistä kymmenen on 0–10-asteikolla arvioitavia, kaksi on kyllä-ei-kysymyksiä, ja jokaisen huoltoa koskevan kysymyksen kohdalla on tilaa avoimelle palautteelle. Lisäksi kyselyssä on yksi avoin kysymys (nro 11). Kyselyn suomen kieli on hieman huonoa, koska se on käännetty koneellisesti suoraan englannista. Kyselyyn kuuluvat seuraavat kysymykset, suluissa vastauksen muoto:

1. Kuinka suurella todennäköisyydellä suosittelette Sports Car Centeriä? (0–10)

Mitä sanoisitte, kun suosittelette jälleenmyyjäliikettä Sports Car Center? (avoin)

Kun mietitte kokemustanne jälleenmyyjäliike Sports Car Centeristä, mikä on teidän mielipiteenne seuraavista asioista:

2. Huoltokäynnin varaamisen helppous (0–10)
3. Ymmärsi sijaisauto tarpeenne (0–10)
4. Teidän autoonne Jaguar/Land Rover tehtävien huoltotöiden ja hintojen selvittäminen ennen huoltoa (0–10)
5. Tehtyjen huoltotöiden selvitys autonne Jaguar/Land Rover palauttamisen yhteydessä (0–10)
6. Autonne Jaguar/Land Rover kunto ja puhtaus luovutuksen yhteydessä (0–10)
7. Kaikkien korjausten/huoltotöiden päättäminen toiveidenne mukaisesti (0–10)
8. Jälleenmyyjän yhteydenotto käyntinne jälkeen Sports Car Centerissä (0–10)
9. Täyttikö jälleenmyyjä kaikki teille tehdyt lupaukset? (Kyllä/Ei)
10. Oliko Sports Car Center -jälleenmyyjäliikkeessä ketään yksittäistä henkilöä, joka teki vaikutuksen teihin? (Kyllä/Ei)
11. Mitä muuta voisimme tehdä teidän seuraavan huoltokäynnin parantamiseksi? (avoin)
12. Kuinka suurella todennäköisyydellä suosittelette teidän autoanne? (0–10)

13. Kun olette hankkimassa seuraavaa uutta autoa, kuinka suurella todennäköisyydellä se on Jaguar tai Land Rover? (0–10)

3614 lähetettyyn kyselyyn vastauksia tuli välillä helmikuu–marraskuu 253, vastausprosenttien ollessa hyvin alhaiset 4 % Jaguarille ja 3 % Land Roverille. Kuukausittain vastauksia tuli keskimäärin 28. Avoimia palautteita sisältyi 179:ään vastauksista eli noin 70 prosenttiin. Asiakkaiden kokemien yleisimpien ongelmien kartoittamiseksi tässä insinöörityössä käytiin läpi kaikki marraskuuhun asti saapuneet avoimet palautteet.

GFK Echo -palvelusta voidaan seurata monipuolisesti saatuja asiakaspalautteita. Echo-palvelun sivuilta voi tarkkailla jokaisen kysymyksen saamia pistemääriä erikseen sekä NPS-pisteitä (ks. luku 4.2.3), ja avoimet palautteet näkyvät palvelussa asiakaskohtaisesti. Palautteita voi kohdentaa automerkki- ja mallikohtaisesti, mutta ei esimerkiksi asiakaspalvelijakohtaisesti, ellei asiakas erikseen mainitse mieleenpainuvaa henkilöä avoimessa palautteessa. Auton rekisterinumeron selvittämällä Echo-palvelusta voidaan kuitenkin helposti yhdistää tapauksessa palvellut työnjohtaja saatuun palautteeseen. Hakutuloksia voidaan rajata myös ajallisesti ja kysymyskohtaisesti. Palvelusta voidaan myös viedä kaavioita ja taulukoita suoraan Excel-taulukkomuotoon, jos sille on tarvetta. Normaalista poikkeavasta palautteesta palvelu hälyttää punaisella lipulla, joka toimii muistutuksena käyttäjälle vastata huonoon asiakaskokemukseen. Palvelua käyttää vain jälkimarkkinointipäällikkö.

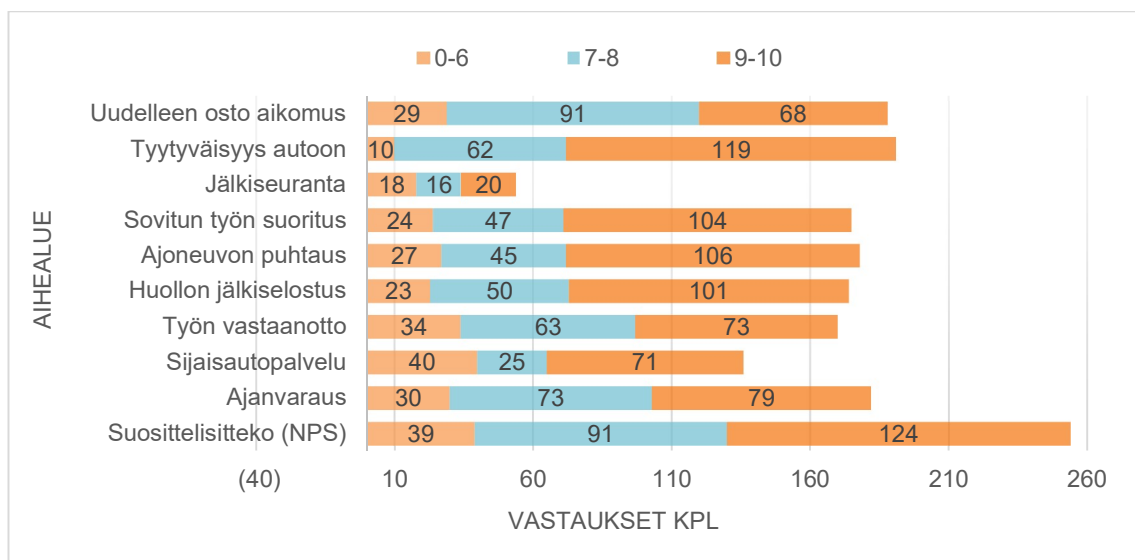
Muita asiakaspalautekanavia ovat päivittäin työnjohtajille ja myyjille annettava suullinen palaute sekä Sports Car Centerin Facebook- ja Google-sivuille tulevat arvostelut. Suullisen palautteen kirjaaminen on tärkeää asiakaspalvelun kehittämisen kannalta. Sports Car Centerissä työnjohtajilla ei ole selvää ohjeistusta suullisen palautteen kirjaamisesta. Insinöörityöntekohetkellä Facebook- ja Google-sivuille on kertynyt minimaalisesti palautetta, mutta tulevaisuudessa ne voivat silti nousta suuremmiksi asiakaspalautekanaviksi [3; 4]. Molempien sivujen asiakaspalautteet ovat kaikkien nähtävillä internetissä toisin kuin asiakaspalautekyselyssä saadut tulokset.

Tässä työssä käsitellyt palautteet rajattiin huollon asiakaskokemuksiin ja 1.2.2016–31.10.2016 väliselle ajanjaksolle. Palvelun valmiita raportointityökaluja ei tässä raportissa käytetty.

4.2 Asiakastyytyväisyystutkimuksen tulokset

4.2.1 Pistemääräiset asiakaspalautteet

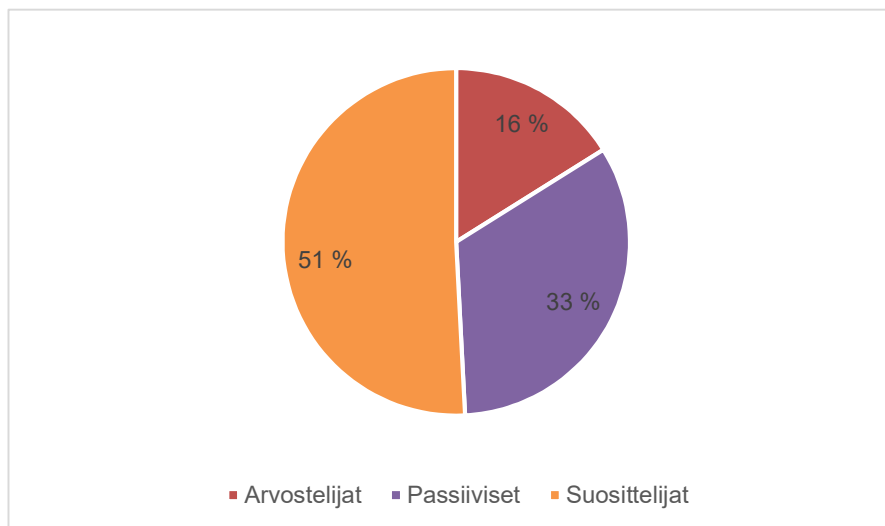
Pisteiden perusteella arvioitavat asiakaspalautteet jaettiin eri aihealueisiin. Kuvassa 2 on lajiteltu 0–10-asteikolla arvioitavien kysymysten vastaukset aihealueisiin ja pistemääriin. Palautearvosanat 0–6 ovat yrityksen arvostelijoita ja 7–8 passiivisia, ja 9–10 suosittelevat yritystä todennäköisimmin tuttavilleen (ks. Luku 4.2.3). Alla kuvassa 2 vastaukset lajiteltuna aihe- ja pistealueittain.



Kuva 2. Asiakastyytyväisyyskyselyn asteikolla 0–10 arvioitavien kysymysten tulokset pisteluokittain ja aihealueittain, helmi–marraskuu 2016.

Kaavaa tutkimalla havaitaan, että eniten vastauksia saatiin kyselyn ensimmäiseen ja tärkeimpään kysymykseen ”suosittelisitteko liikettä?”. Vähiten vastauksia kertyi SCC:n pitämästä jälkiseurannasta asiakkaisiin. Prosentuaalisesti parhaimmat arvosanat sai tyytyväisyys autoon, toiseksi parhaimmat tulokset asiakkaat antoivat ajoneuvon puhtaudesta. Huonoimpana pidettiin jälkiseurannaa ja heti perään sijaisautopalvelun toimivuutta. Jokaisessa aihealueessa auton uudelleen oston aikomusta lukuun ottamatta suositteijoiden määrä on suurempi kuin muut ryhmät erikseen. Viidessä aihealueessa suositteijoiden määrä oli jopa isompi kuin arvostelijoiden ja passiivisten tulosten yhteenlaskettu määrä.

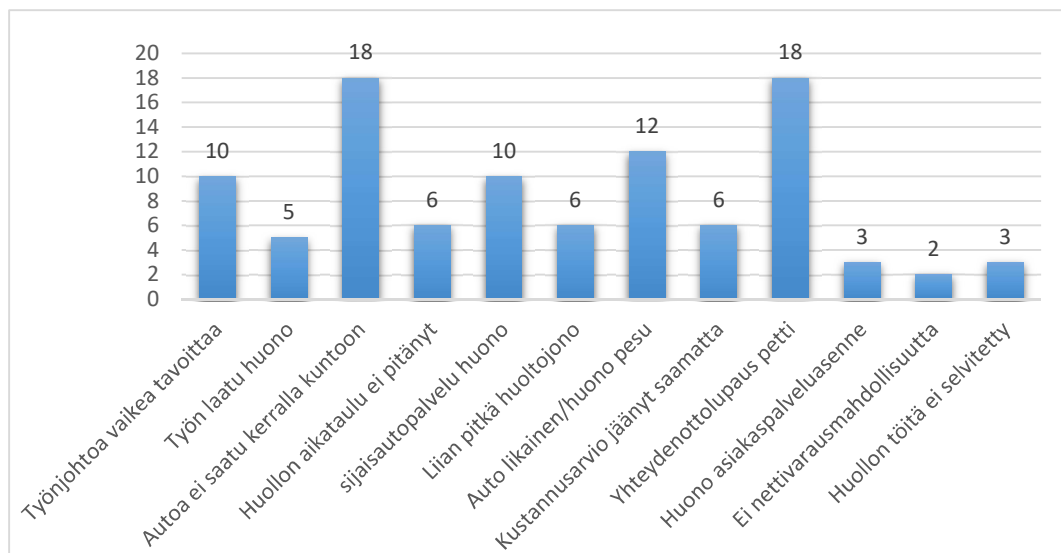
Yhteensä vastauksia kertyi 1702 kysymykseen, joista arvostelijoita (0–6) 274 kappaletta eli 16 %, passiivisia (7–8) 563 kappaletta eli 33 % ja suosittelijoita (9–10) 865 kappaletta eli 51 %. Alla kuvassa 3 asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset jaettuna kolmeen ryhmään.



Kuva 3. Asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset arvosteluperustein

4.2.2 Avoimet asiakaspalautteet

Avoimet palautteet jaoteltiin luokittain kaikista eniten kommentteja keränneisiin ryhmiin. Negatiiviset ja positiiviset avoimet palautteet pidettiin erillään, koska negatiivisten palautteiden ollessa hyvin kohdennettuja positiivinen palaute oli hyvin samantapaista ja sisälsi usein vain maininnan hyvästä asiakaspalvelusta. Samassa palautteessa saattoi olla sekä negatiivista että positiivista palautetta eri osa-alueista. Yhdessä palautteessa on myös mahdollista olla useita negatiivisia palautteita, mistä johtuu negatiivisten palautteiden suurempi kokonaismäärä positiivisiin palautteisiin verrattaessa. Yhteensä selkeästi ryhmiin jaettavia avoimia palautteita välillä helmi-marraskuu kertyi 160, joista 99 oli negatiivisia ja 61 positiivisia. Kuvassa 4 on avoimet negatiiviset palautteet ryhmittäin.



Kuva 4. Avoimet negatiiviset palautteet.

Kuvasta 4 nähdään negatiivisten palautteiden jakautuminen huollon osa-alueisiin. Suurimpina ongelmina asiakkaat pitivät uusintakorjauksia ja yhteydenottolupausten pettämistä. Jaguar- ja Land Rover -merkkihuollon lupauksiin kuuluvan ilmaisen pesun työnjälki tai auton siisteyslupaus ei täyttänyt 12 asiakkaan toiveita. Työnjohton vaikeus tavoitettavuus ja sijaisautopalvelu kerryttivät myös keskimääräistä suuremman määrän negatiivista palautetta. Suurin osa avoimesta negatiivisesta palautteesta koskee asiakkaalle tehtyjä lupauksia, jotka eivät syystä tai toisesta pitäneetkään paikkaansa.

Työnjohton tavoitettavuus sai 10 avointa palautetta eli noin 10 % kaikista negatiivisista palautteista. Työnjohtoa oli suurimmassa osassa palautteita vaikea tavoittaa ajanvarauksista tehdessä ja pienemmässä osassa auton valmistumisen aikataulua selvittäessä.

Työn laadusta valitti avoimissa palautteissa 5 asiakasta, eli 5 % negatiivisesta palautteesta koski sitä. Työn laatuun kohdistuvat palautteet käsittelivät lähes poikkeuksetta autosta löytyneitä irrallaan olevia osia tai uudelleen syttynyttä vian merkkivaloa mittaristossa.

Auton kerralla kuntoon saaminen oli yksi suurimmista avoimien asiakaspalautteiden kerryttäjästä keräten 18 palautetta, on 18 % negatiivisista palautteista. Uusintakorjauksia vaadittiin usein vianmääritystapauksissa, joissa korjaamolta loppui aika itse vian korjaamiseen.

Huollossa luvatus aikataulun pettäminen keräsi 6 avointa palautetta, 6 % kaikista negatiivisista palautteista. Aikataulut pettivät yleisemmin korjaustapauksissa, ei niinkään huollossa.

Sijaisautopalvelun huonoudesta kertyi 10 avointa palautetta eli 10 % negatiivisista palautteista. Sijaisautopalvelu koettiin huonoksi lainaan saadun auton mallin takia tai siksi, että työnjohtaja ei tarjonnut palvelua ollenkaan.

Huoltojonon koki liian pitkäksi 6 asiakasta avoimissa palautteissa, eli 6% kaikista negatiivisista palautteista. Noin kahden-kolmen viikon huoltojono koettiin liian pitkänä. Suurin osa palautteen antajista olisi tarvinnut korjausaikaa normaalia isommalle työlle, joka haittasi auton käyttöä. Useampi asiakas ilmoitti palautteessaan kääntyneen muun yrityksen puoleen, koska huoltojono oli liian pitkä. Muun yrityksen palveluksiin kääntyneille asiakkailla lähetettiin asiakaspalautekysely, jos he olivat käyttäneet muita autojaan huollossa tai asioineet huollossa muilla asioilla.

12 palautetta eli 12 % käsitteli auton puhtautta huollon jälkeen. Noin puolet palautteista koski auton sisältä löytyneitä likajälkiä tai irrallaan olevia pienosia ja toinen puoli-ilmaisen pesun huonoa laatua. Ilmaisesta pesusta oli myös yksi positiivinen kommentti asiakkaalta, joka ei tiennyt ilmaisen pesun kuuluvan huoltoon.

Kuusi asiakasta (6 % negatiivisista palautteista) ei ollut saanut kustannusarviota. Kustannusarvio oli palautteiden mukaan jäänyt antamatta tiskillä huoltoon autoa tuodessa. Tiskillä ollessaan asiakkaat eivät kuitenkaan varsinaisesti olleet itse pyytäneet kustannusarviota, vaan huomasivat tilanteen vasta jälkeensä. Kaksi asiakasta ei ollut saanut kustannusarviota puhelimesta tai sähköpostissa pyytämäänsä työhön.

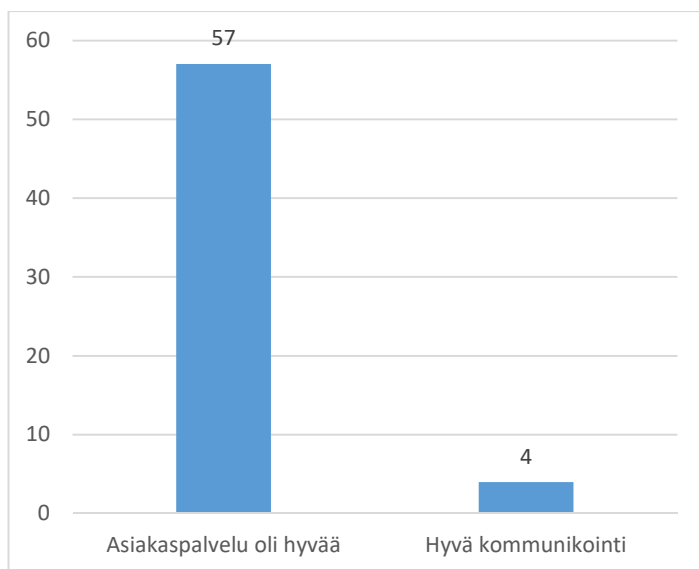
Toinen suurimmista ongelmista, yhteydenottolupauksen pettäminen, keräsi 18 negatiivista avointa palautetta (18 %). Palautteet käsittelivät soittopyyntöihin palaamista, sähköpostiviesteihin vastaamista ja työn aikana tiedottamista. Yhteydenottolupausten pettäminen vie yritykseltä asiakastytyvääisyyttä, töitä, myyntiä ja luottamusta.

Huono asiakaspalveluasenne sai 3 negatiivista palautetta eli 3 %:n osuuden palautteista. Näissä palautteissa asiakkaat kokivat tiskillä toimineen työnjohtajan ylimieliseksi ja asiakkaan toiveita kuuntelemattomaksi.

2 asiakasta (2 % avoimista negatiivisista palautteista) olisi halunnut nettiajanvarausmahdollisuuden huoltoon. Kysynnän takia nettiajanvarauslomaketta kehitetään parhaillaan SCC:llä.

3 % eli 3 avointa palautetta käsitteli huollon jälkiselvitystä. Asiakkaat kokivat näissä palautteissa saaneen riittämättömän selvityksen huollossa autolleen tapahtuneista asioista.

Avoimia positiivisia palautteita oli vaikea luokitella. Avoin asiakaspalaute sisälsi monesti vain maininnan hyvästä asiakaspalvelusta ilman selittävää syytä. Neljä asiakasta antoi lisäksi positiivista palautetta hyvästä yhteydenpidosta työn aikana. Positiivisten palautteiden jakautuminen luokittain nähdään paremmin kuvasta 2 (s. 16) pistemäärien perusteella. Positiivisten palautteiden prosenttiosuus kaikista avoimista palautteista oli 38 %. Prosenttiosuus ei kuitenkaan ole määrittävä luku, yhden palautteen voidessa sisältää monenlaisia kohdennettuja negatiivisia palautteita ja usein vain yhden positiivisen, kuten kuvasta 5 havaitaan.



Kuva 5. Avoimet positiiviset palautteet

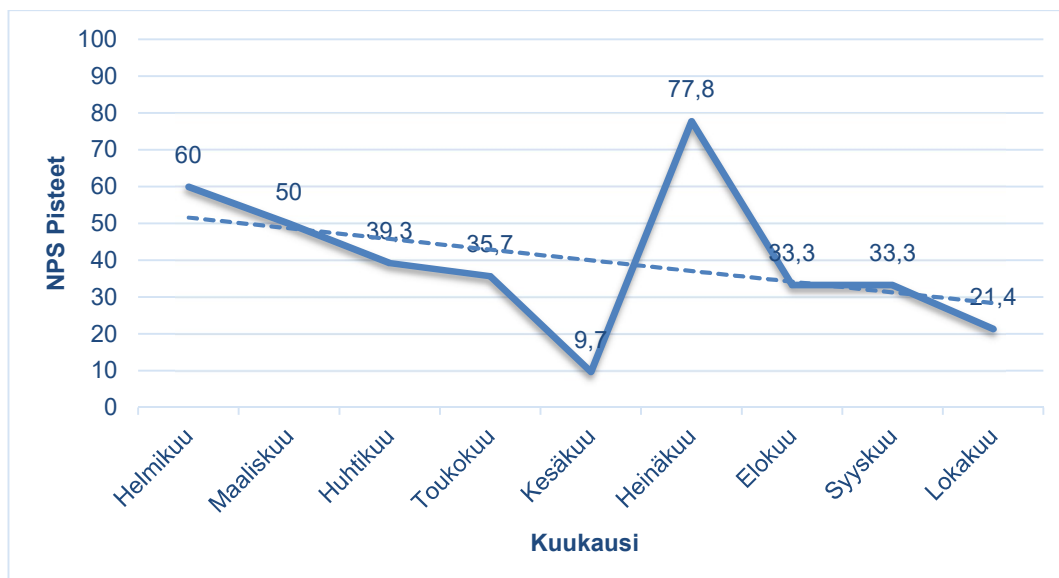
4.2.3 NPS

NPS eli Net Promoter Score on Fred Reichheldin vuonna 2003 kehittämä asiakasuskollisuusmittari. Sen tarkoituksena on ennustaa, kuinka todennäköisesti asiakas palaa samaan liikkeeseen ostamaan palveluita tai tuotteita. Menetelmä perustuu yhteen 0–10-asteikolla arvioitavaan kysymykseen: kuinka todennäköisesti suosittelisit tätä yritystä ystävälle tai työtoverille? NPS-pisteskaala on miinus sadasta plus sataan pisteeseen. Huonoin mahdollinen pistemäärä on –100, jolloin kaikki asiakkaat lasketaan arvostelijoiksi ja paras 100 pistettä, jolloin kaikki asiakkaat ovat liikkeen suosittelijoita. Tarkemmin asiakkaat voidaan jakaa vielä kolmeen ryhmään. Arvosanan 0–6 antaneet henkilöt ovat tyytymättömiä ja yritystä arvostelevia asiakkaita. 7–8 arvosanaksi antaneet ovat passiivisia asiakkaita, tyytyväisiä mutta eivät juurikaan uskollisia asiakkaita, jotka voivat siirtyä kilpailijalle. Suosittelijoita ovat 9–10 arvosanaksi antaneet henkilöt, ja he ovat yrityksen uskollisia asiakkaita, jotka ostavat jatkossakin samalta yritykseltä ja suosittelevat sitä tuttavilleen. NPS-luku lasketaan alla olevan kaavan mukaisesti. [5]

$$\frac{\text{Suosittelijoiden lukumäärä} - \text{Arvostelijoiden lukumäärä}}{\text{Vastaaajien lukumäärä}} * 100 \quad (1)$$

NPS on 2000-luvun yksi tärkeimpiä asiakastyytyväisyysmittareita millä tahansa palvelualalla, koska se on helposti mitattava, vertailtava ja vakioitu menetelmä. NPS on käytössä myös autoalalla laajasti; pisteitä ei kuitenkaan usein julkiseen levitykseen jaeta.

Sports Car Centerin viikoittaiseen asiakastyytyväisyystutkimukseen kuuluu olennaisesti NPS-kysymys ja -pisteet. Jaguar- ja Land Rover -huollon NPS-Pisteiden keskiarvo 2016 välillä helmi–marraskuu oli 40. Alla olevasta kuvasta 5 voidaan havaita NPS-pisteiden vaihtelevan välillä voimakkaastikin kuukausittain. Osa voimakkaasta vaihtelusta selittyy kesäkuukausien vähäisellä asiakaspalautemäärällä. Muutama hyvä tai huono palaute vaikuttaa suuresti pisteisiin, kun palautteita on vähäinen määrä. Pitkällä aikavälillä kuvasta 6 ilmenee asiakastyytyväisyyden tasainen lasku.

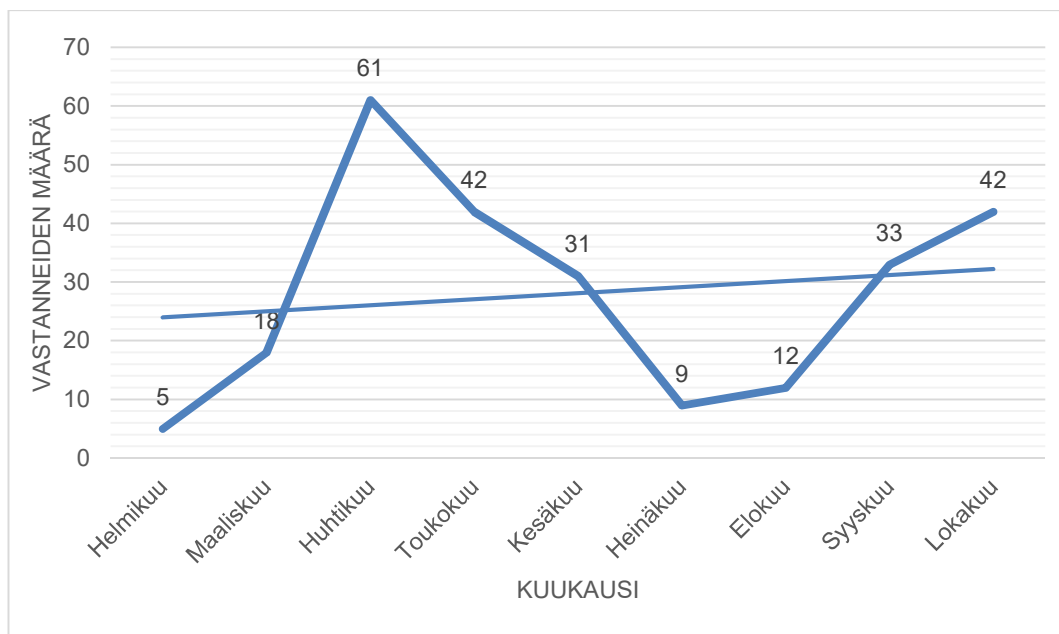


Kuva 6. NPS-pisteet kuukausittain.

4.3 Asiakastyytyväisyyden vastausprosentti

Sports Car Centerin asiakastyytyväisyyskyselyn vastausprosentissa on runsaasti parannettavaa. Huollossa käyvistä Jaguar-asiakkaista kyselyyn vastasi vain 4 % ja Land Rover -asiakkaista 3 %. Kahtena kuukautena vastaajia on ollut jopa alle 10 kappaletta, eikä tällaista tilastotietoa voida enää pitää luotettavana otannan pienuuden takia. Kyselyyn vastanneiden henkilöiden määrä on vaihdellut kuukausittain voimakkaasti. Osasyynä tähän voidaan pitää rengassesonkiaikoja sekä hiljaisempia kesäkuukausia. Pitkän ajan suuntaviiva näyttää kuvassa 7 pienen nousun vastanneiden määrässä.

Kyselyyn pienen vastausprosentin selittää osaksi kyselyn jakotapa. Kysely tulee sähköpostiin, ja monen on helppo ohittaa se. Suoraviivaisempaan viestintämuotoon kuten tekstiviestiin lähetettävään kyselyyn vastaisi ehkä useampi asiakas. Kysely voi joillain asiakkailla myös automaattisesti päätyä roskapostikansioon, josta sitä ei löydetä. Kysely on myös pitkäkö, ja sen täyttäminen vaatii aikaa vähintään 8 minuuttia. Negatiivisesti vastausprosenttiin vaikuttaa myös se, että kysely koskee huollon prosesseja ja se lähetetään myös uuden auton varustelua koskeville asiakkaille, jotka eivät välttämättä ole vielä käyneet huollossa ja jättävät siksi vastaamatta kyselyyn. Alla kuvassa 7 asiakastyytyväisyyskyselyyn vastanneiden määrä kuukausittain vuonna 2016.



Kuva 7. Asiakastyytyväisyyskyselyyn vastanneiden määrä kuukausittain

Vastausprosenttia voisi parantaa lyhentämällä kyselyä, lähettämällä sen eri muodossa, parantamalla suomen kieltä kyselyssä ja antamalla asiakkaille syyn tehdä kysely. Esimerkiksi tekstiviestinä lähetetty kysely parantaisi vastausprosenttia, koska asiakkaat tietäisivät, että kyselyyn vastaaminen ei vie montaa minuuttia. Suomen kielen parantaminen kyselyssä antaisi vakuuttavamman kuvan kyselystä. Premium-osioon keskittyneiden automerkkien kyselyltä odotetaan hyvää kieltä. Yksi avoin asiakaspalaute mainitsi kyselyn huonon suomen. Moni yritys käyttää jonkinlaista palkintoa kyselyyn vastanneille, mikä antaa konkreettisen syyn asiakkaille vastata kyselyyn. Kyselyyn vastanneiden kesken voitaisiin esimerkiksi arpoa ilmaiset öljyt seuraavaan huoltoon. Näin palkinto sitoisi asiakkaita myös enemmän Sports Car Centeriin.

5 Kehitysehdotukset

5.1 Huollon prosessi

Huollon prosessin osa-alueista eniten kehitettävää havaittiin osastojen välisestä kommunikoinnista, työnjohdon työruutiineista sekä asiakasyhteyksistä työnjohtoon. Asiakaspalvelu on hyvällä tasolla silloin, kun asiakkaat saavat huoltoon yhteyden. Kaksi työnjohtajaa eivät ehdi vastaamaan näin suuren autokannan asiakkaiden jokaiseen pyyntöön,

mikä näkyy asiakaspalautteessa. Kun asiakkaat ovat saaneet palvelua, on se todettu pääsääntöisesti hyväksi. Osastojen välisessä kommunikoinnissa oli epäselvyyttä, joka johti uusien autojen varusteluongelmiin sekä puuttuviin varaosatilauksiin autojen huolloissa. Työnjohdon kahdella työnjohtajalla ei ole selvää yhteistä työrutiinia, mikä ilmeni osittaisena työnjohdon tehottomuutena.

Selvän puhtaaksikirjoitusrutiinin käyttöönotto vähentäisi epäselvyyksiä, niin luovutuskuin laskutustilanteessa. Puhtaaksikirjoituksella tarkoitetaan tässä työmääräykselle kirjoitettavia merkintöjä sen jälkeen, kun työ on valmistunut mekaanikolta. Työmääräyksen jälkitarkastelun kannalta on ensiarvoisen tärkeää, että tehdyt työt on kirjattu työmääräykselle täsmällisesti ja samalla tavalla. Puhtaaksikirjoitus nopeuttaisi myös asiakaspalvelua auton luovutusvaiheessa, kun tehdyt työt olisi esimerkiksi selvästi tulostettu paperille ja yliviivattu värillisellä yliviivaustussilla muiden rivien välistä.

Varaosien, huollon ja uusien autojen myynnin osaston välinen kommunikointi on epäjärjestelmällistä, ja sitä pitäisi selkeyttää sekä tehostaa. Huollon työnjohto tilaa varaosat nykyisin sähköpostin kautta. Sähköpostin kautta tilaus voi toimia hyvin niin kauan, kun sähköpostin lähetys ei unohdu kesken kiireiden. Tarkkailuaikana havaittiin viikon aikana yli kolmesta aloitettavasta työstä puuttuvan varaosat sen takia, että niitä ei ollut ollenkaan tilattu. Uusi tapa varaosien tilaukseen toimisi niin, että työnjohto käy työmääräyksen kanssa fyysisesti tilaamassa varaosapuolen myyjiltä tarvittavat osat. Ajanvarausta tehdessä työnjohtaja tulostaisi työmääräyksen, jonka vie varaosamyyjän tiskille. Varaosamyyjä tilaa tarvittavat osat työlle. Jos huoltoneuvoja unohtaa heti ajanvarauksen yhteydessä käydä tilaamassa varaosat, pysyisi tulostettu työmääräys muistutuksena pöydällä niin kauan, kun ne on käyty fyysisesti tilaamassa varaosista.

Uusien autojen varusteluissa oli suuria ongelmia. Uusien autojen myyntiosasto ilmoittaa ensin huoltoon auton myydyksi sekä autoon tilatut paikan päällä varusteltavat varusteet. Luovutuspäivän perusteella huoltoneuvojat tilaavat varusteluajan ja varusteluosat autolle. Käytännössä prosessi ei toiminut hyvin, koska välikäsiä on liikaa. Huoltoneuvojien suuren työkuorman takia varusteluajoja varattiin joskus viime hetkiin ennen auton luovutusta ja varusteluosien tilaukset varaosapuolelta pettivät. Jotta välikäsiä ja ylimääräisten virheiden määrää voitaisiin vähentää, olisi uusien autojen myyntiosaston syytä ilmoittaa autolle tarvittavat varusteluosat suoraan varaosaosastolle. Varustelupäivän voisi edelleen määrittää huollon työnjohto.

SCC:n huollon ja maahantuojan takuukäsittelijän välinen kommunikointiyhteys ainakin autojen takaisinkutsukampanjoiden osalta on liian hidas. Autojen kampanjoita on suoritettu kahdesti tai jopa useamman kerran samaan autoon. Autolle suoritettu kampanja poistuu järjestelmästä vasta, kun takuukäsittelijä saa tapauksen käsiteltäväkseen ja kuittaa kampanjan suoritetuksi. Autoon, joka ehtii huoltoon ennen kuin kampanja on poistettu järjestelmästä, voidaan sama kampanja erehdyksessä suorittaa uudestaan, mikäli huoltoneuvoja ei havaitse tarkistaa samalla auton huoltohistoriaa. Pitkään laskuttamatta olevat työmääräykset hidastavat sen kulkua takuukäsittelijälle asti. Huoltoneuvojilta vaaditaan tarkkuutta ajanvarauksen yhteydessä, jotta kampanjoita ei suoritettaisi kahdesti.

Huollon prosessin kehittäminen on ensimmäinen tavoite, jotta asiat saataisiin toimimaan tehokkaasti. Yhden työntekijän lisääminen työnjohtoon hallityönjohtajan muodossa ratkaisisi monia ongelmia ja vähentäisi tiskillä toimivien huoltoneuvojen työkuormaa. Hallityönjohtaja työskentelisi hallin puolella lähempänä mekaanikkoja. Hallityönjohtajan pääasialliset työtehtävät käsittäisivät mekaanikkojen neuvontaa ja valvomista, töiden jakamista, asiakaspuheluihin vastaamista ja ajanvarausten järjestelyä. Hallityönjohtaja käsitelisi kaikki mekaanikkojen työn aikana syntyneet kysymykset. Näin mekaanikkojen ei tarvitsisi lähteä kysymään asiakaspalvelutiskillä työskenteleviltä huoltoneuvojilta asti neuvoa. Hallityönjohtaja säästäisi aikaa niin mekaanikoilta kuin huoltoneuvojilta. Hallityönjohtaja valvoisi ja seuraisi mekaanikkojen työskentelyä hallissa ja voisi ennakoiden reagoida muuttuviin tilanteisiin. Tämä tehostaisi mekaanikkojen työskentelyä ja vähentäisi hukka-ajan syntymistä. Aamuisin asiakkaiden tuodessa autonsa huoltoon voisi hallityönjohtaja jakaa työt mekaanikoille, jotta huoltoneuvojen ei tarvitsisi irrottautua asiakaspalvelutiskiltä. Huoltoneuvojat voisivat keskittyä paremmin asiakaspalveluun ja mekaanikot voisivat aloittaa työnsä aikaisemmin saadessaan työmääräyksen nopeammin. Lisäksi puhelimen päähän saataisiin yksi työntekijä lisää vastaamaan huoltoa koskeviin puheluihin, mikä vähentäisi huoltoneuvojen puhelinkuormaa. Hallityönjohtajalta voisi varata puhelimitse huoltoon aikoja samalla tavalla kuin huoltoneuvojiltakin.

5.2 Asiakaspalvelu

Huoltoon tuleva puhelinliikenne on liian suurta kahdelle työnjohtajalle. Puhelinliikenne aiheuttaa paljon keskeytyksiä työnjohtajien päivittäiseen työhön, josta syntyy huolimattomuusvirheitä. Ensimmäiseksi Fiat-, Jeep- ja Alfa Romeo -merkkisten autojen huoltoon liittyvät puhelut pitäisi erottaa Jaguar- ja Land Rover -autojen puheluringistä. Puheluiden

ohjaaminen omiin soittorinkeihin vähentäisi työnjohtajien turhaa puhelinkuormaa. Työnjohtajien pitäisi kiinnittää huomiota puheluiden pituuteen ja vähentää puhelimesta vietettyä aikaa. Asiakaspuhelussa olisi syytä pysyä huoltoon liittyvässä asiassa, eikä ”vaihtaa kuulumisia” liikaa. Puheluajan vähentämisessä on oltava kuitenkin varovainen, jotta hyvä asiakaspalveluasenne ei kärsi. Eniten puhelinkuormaa saisi vähennettyä perustamalla erillisen Call Centerin, jossa yksi työntekijä ottaisi vastaan kaikki saapuvat puhelut. Call Center voisi varata huoltoaikoja asiakkaille sekä vastata yksinkertaisiin teknisiin kysymyksiin ja vasta vaikeissa tapauksissa siirtää puhelun varsinaiseen työnjohtoon. Lähi-tulevaisuudessa julkaistavaksi suunniteltu sähköinen ajanvarauslomake vähentää lisäksi puhelinkuormaa.

Lähteet

- 1 Yritysesittely. 2016. Verkkodokumentti. Oy Sports Car Center Ab.
<<http://www.scc.fi/yleista>>. Luettu 3.10.2016.
- 2 Catamount-konserni. 2016. Verkkodokumentti. Catamount Oy.
<<http://www.catamount.fi>>. Luettu 5.10.2016.
- 3 Sports Car Center Google arvostelut. 2016. Verkkodokumentti. Google Inc.
<https://www.google.fi/search?q=scc&oq=scc&aqs=chrome..69i57j69i60l4j0.455j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8#q=sports%20car%20center&tbs=ls:-1,lf_od:-1,lf_oh:-1,lf_pqs:EAE,lf:1,lf_ui:3&rflfq=1&rlha=0&rlag=60189347,24916446,7819&tbm=lc&rlimm=10812178334132480576>. Luettu 1.11.2016.
- 4 Sports Car Center Facebook- sivu. 2016. Verkkodokumentti. Facebook Inc.
<<https://www.facebook.com/sportscarcenter/>>. Luettu 1.11.2016.
- 5 NPS-tietoutta. 2016. Verkkodokumentti. SurveyMonkey.
<<https://fi.surveymonkey.com/mp/net-promoter-score/>>. Luettu 7.11.2016

Huollon prosessin ohjeiden noudattamisen tarkastuslista

Kyllä / Ei

Ajanvaraus (paikanpäällä):

Kävi läpi asiakkaan kanssa olevan työn	() / ()
Kysyi asiakkaan toivetta huoltoajasta	() / ()
Ehdotti ensimmäistä mahdollista aikaa	() / ()
Asiakkaan pyytäessä antoi suullisen kustannusarvion	() / ()
Kirjasi työtilauksen varauskalenteriin sekä saapumisajan ylös	() / ()
Selvitti ajoneuvon, huoltohistorian ja huolenpitosopimuksen	() / ()
Selvitti asiakkaan yhteystiedot (osoite, sähköposti, puh. numero) ja päivitti ne	() / ()
Tarjosi asiakkaalle sijaisautoa sekä muita lisäpalveluita (Jos edellisiä korjauksia, kirjasi ne ylös uusintakorjausten tunnistamiseksi)	() / ()
Kertasi päivämäärän asiakkaalle, sekä kertoi monelta auton voi tuoda huoltoon	() / ()
Toivotti asiakkaan tervetulleeksi huoltoon	() / ()
Kirjasi työt työmääräykselle	() / ()
Selvitti varaosat työtilaukseen	() / ()

Ajanvarauksen varmistus (päivää ennen työtä):

Varmisti että työmääräyksessä on myytynä varaosat ja tilatut työt	() / ()
Varmisti mekaanikkokapasiteetin olevan riittävä työlle	() / ()
Varmisti sijaisauton olevan varattuna asiakkaalle	() / ()

Kyllä / Ei

Työn vastaanotto:

Tervehti asiakasta	() / ()
Kertoi tehtävän huollon sisällön	() / ()
Kirjasi mahdolliset lisätyöt ja poistaa perutut	() / ()
Tarjosi lisäpalveluja	() / ()
Varmisti (ja korjasi) mahdolliset virheet asiakastiedoissa	() / ()
Ilmoitti asiakkaalle kustannusarvion ja sopi mahdollisista lisätöiden valtuutuksesta	() / ()
Kirjasi kustannusarvion työmääräykseen	() / ()
Ilmoitti asiakkaalle milloin auton voi noutaa	() / ()
Allekirjoitti työmääräyksen ja otti asiakkaan allekirjoituksen	() / ()
Toivotti asiakkaalle hyvää päivänjatkoa	() / ()

Työn kulku:

Siirsi työmääräyksen korjaamon työsuunnitteluun	() / ()
Informoi asiakasta mahdollisista lisätöistä puhelimitse ja merkitsi ne	() / ()
Uusintakorjauksissa työnjohtaja varmisti korjauksen laadun	() / ()
Tarkisti tilauksen varaosa- ja työrivit	() / ()
Lisäsi laskulle maininnat mahdollisista huomioista ja tulevista korjauksista	() / ()
Tarkisti asiakkaan laskutustiedot	() / ()
Tulosti työstä käteiskuitin valmiiksi	() / ()
Täytti sähköisen huoltokirjan	() / ()
Tulosti huolto-otteen	() / ()

Kyllä / Ei

Auton luovutus asiakkaalle:

Lähetti tekstiviestin asiakkaalle valmistuneesta työstä	() / ()
Asiakkaan noutaessa autoa selvitti tehdyt työt ja kävi laskun läpi	() / ()
Ojensi huoltoselosteen sekä laskun asiakkaalle	() / ()
Ehdotti uutta korjausaikaa mikäli toimenpiteitä jäi tekemättä	() / ()
Kertoi seuraavasta huollosta	() / ()
Kertoi auton sijainnin parkkipaikalla	() / ()
Ohjasi asiakkaan kassalle tai hoiti itse kassatoiminnot	() / ()
Toivotti asiakkaan uudestaan tervetulleeksi	() / ()