

Johannes Hyypiä

# Asiakastyytyväisyys ja sen parantaminen

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Auto- ja kuljetustekniikka

Insinöörityö

30.12.2016

Tekijä(t) Otsikko  Sivumäärä Aika	Johannes Hyypiä Asiakastyytyväisyys ja sen parantaminen  34 sivua 30.12.2016
Tutkinto	Insinööri (AMK)
Koulutusohjelma	Auto- ja kuljetustekniikka
Suuntautumisvaihtoehto	Jälkimarkkinointi
Ohjaaja(t)	Koulutusvastaava Pertti Ylhäinen Korjaamojohtaja Juha Vatanen, Länsiauto
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia Länsiauto Visio Oy Kotkan toimipisteen asiakaspalvelun laatua, asiakkailta saatuja palautteita ja asiakastyytyväisyysmittauksia. Näin saadaan kokonaisarvio Länsiauto Visio Oy:n Kotkan toimipisteen asiakaspalvelun toimivuudesta ja käytännöllisyydestä. Näiden tietojen avulla pyritään parantamaan asiakastyytyvyyttä Kotkan Länsiautossa.</p> <p>Asiakastyytyväisyysmittaukset toteutettiin Länsiauto Kotkassa Volkswagen-maahantuonnin tuottamalla CSS-tutkimuksella ja Länsiauton NPS-lukumittauksilla. Saatuja tuloksia verrattiin myös muun Suomen CSS-tuloksiin. Länsiauto Kotkan asiakastyytyvyyteen perehdyttiin myös tarkkailujaksolla, joka suoritettiin tutustumalla Länsiauto Kotkan henkilökunnan työtapoihin.</p> <p>Mittaustulosten ja tarkkailujakson perusteella saatiin selville ongelmakohtia sekä yhtiön että henkilökunnan toimista. Ongelmakohtien perusteella esitetään kehitysideoita, jotka koskevat pääsääntöisesti mekaniikoita, huoltoneuvoja ja varaosamyymiä. Olennaisimmat kehitysideat ovat työmääräysten yhdenmukaistaminen, varaosatyöntekijän lisääminen, tarjosten ajankohtaistamine ja varustelijan työn muutokset.</p>	
Avainsanat	Asiakastyytyväisyys, huolto

Author(s) Title	Johannes Hyypiä Customer service and Suggestion for Improvement
Number of Pages Date	34 pages 30 December 2016
Degree	Bachelor of Engineering
Degree Programme	Automotive Engineering
Specialisation option	After Sales Engineering
Instructor(s)	Pertti Ylhäinen, Senior Lecturer Juha Vatanen, Repair Shop Director Länsiauto
<p>The aim of this thesis was s to investigate the quality of customer service at Länsiauto Visio, Kotka, and to analyze feedback received from the customers and customer satisfaction surveys in order to get an overall idea of the functionality and practicality of the customer service in Länsiauto Kotka. The purpose of the thesis is to find solutions that will help to improve customer service satisfaction at Lansiauto, Kotka.</p> <p>Customer satisfaction surveys were carried out with the help of CSS research method provided by Volkswagen imports and with the help of the NPS quantity measurements carried out by Länsiauto. The CSS results were also compared with the other Volkswagen and Audi workshop CSS results in Finland. Customer service satisfaction at Länsiauto Kotka was also analyzed during a special observation period and it was done by exploring Länsiauto Kotka's staff working methods.</p> <p>Based on the analyzes and observation period it was possible to find out problem areas in the operations of the company and the personnel. As a result, this thesis gives suggestions for improving customer service especially for car mechanics, service advisors and spare parts sales personnel. The most essential development ideas are identical work orders, employing one more spare parts sales person, updating quotations and making changes in the work duties of a new cars armament worker.</p>	
Keywords	Customer Satisfaction, service

## Sisällys

### Lyhenteet

1	Johdanto	1
2	Yritysesittely	1
2.1	Länsiauto	1
2.2	Länsiauto Visio Oy Kotka	2
3	Mitä asiakaspalvelu on	2
4	Huollon prosessi	4
5	Länsiauto Visio Oy Kotkan CSS-kyselyt	5
5.1	Volkswagen	6
5.1.1	Asiakastyytyväisyys Volkswagen	7
5.1.2	Suosittelu Volkswagen	8
5.1.3	Uusintakorjaus Volkswagen	9
5.2	Audi	9
5.2.1	Asiakastyytyväisyys Audi	10
5.2.2	Suosittelu Audi	11
5.2.3	Uusintakorjaus Audi	12
5.3	Volkswagen-hyötyajoneuvot	12
5.3.1	Asiakastyytyväisyys Volkswagen Hyötyajoneuvot	13
5.3.2	Suosittelu Volkswagen Hyötyajoneuvot	14
5.4	Seat	14
5.4.1	Asiakastyytyväisyys Seat	15
5.4.2	Uusintakorjaus Seat	16
5.4.3	Suosittelu Seat	17
6	NPS-luku	17
7	NPS-luku Länsiauto Visio Oy Kotka	18
8	CSS- ja NPS-tuloksien käsittely	21
8.1	CSS-lukujen käsittely	22

		2
8.2	NPS-lukujen käsittely	24
9	Tarkkailujakso, haastattelu ja ongelmakohdat	25
9.1	Tarkkailujakso huoltoneuvojat	25
9.2	Tarkkailujakso varaosamyyjät	26
9.3	Tarkkailujakso mekaanikot	26
9.4	Haastattelut	27
9.5	Ongelmakohdat	27
10	Parannusehdotuksia Länsiauto Visio Oy Kotkalle	28
10.1	Parannusehdotuksia mekaniikoille	29
10.2	Huoltoneuvojille parannusehdotuksia	30
10.3	Parannusehdotukset varaosamyyjille	30
10.4	Parannusehdotuksia muuten Länsiauto Kotkalle	31
11	Lopuksi	32
	Lähteet	33

## 1 Johdanto

Asiakastyytyväisyys autokorjaamoilla koostuu yleisesti asiakaspalvelukokemuksesta, -tilanteesta ja huollon kokonaisprosessista. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan, että mikälaista asiakaspalvelua Länsiauto Visio Kotka Oy tarjoaa asiakkailleen. Asiakastyytyväisyyttä tutkitaan CSS-tuloksista ja NPS-luvuista, joista saadaan kokonaiskuva asiakastyytyväisyydestä. Asiakastyytyväisyyteen perehdyttiin myös tarkkailujaksolla, joka suoritettiin perehtymällä Länsiauto Kotkan henkilökunnan työtapoihin. CSS-tuloksien, NPS-lukujen ja tarkkailujakson avulla pyritään tuottamaan parannusehdotuksia asiakaspalveluun.

Opinnäytetyö alkaa Länsiauton ja Länsiauto Visio Oy Kotkan yritysesittelyllä. Tämän jälkeen siirrytään tarkastelemaan, että mitä yleisesti asiakaspalvelu on. Näiden jälkeen kuvataan Länsiauto Kotkan asiakastyytyväisyyden CSS tulokset, NPS-luvut ja tarkkailujaksonsa saadut tulokset. Tutkimuksessa käydään läpi asiakastyytyväisyyden tulokset, joita vertaillaan keskenään ja analysoidaan. Lopuksi tulosten pohjalta tehdään Länsiauto Kotkalle parannusehdotuksia, joiden avulla saataisiin asiakastyytyväisyyttä parannettua. Työn lopussa on yhteenveto, jossa perehdytään saatuihin tuloksiin ja opinnäytetyöhön.

## 2 Yritysesittely

### 2.1 Länsiauto

Länsiauto on vuonna 1978 perustettu perheomisteinen konserni, joka tarjoaa nykyisin automyynti-, korjaamo-, leasing- ja vuokraamopalveluja 11 autoliikkeessä Etelä-Suomessa: Espoo, Helsinki, Hyvinkää, Hämeenlinna, Kirkkonummi (jossa on vain huoltokorjaamo), Kouvola, Kotka, Lahti, Lappeenranta, Turku, Vantaa. Helsingin autoliikkeessä on myös konsernin pääkonttori, jossa huolehditaan konsernin talous-, henkilöstö- ja tietohallinnosta.

Länsiautolla on eri paikkakunnilla yhteensä 10 eri automerkin huolto- ja myyntipalvelut edustuksenaan: Audi, Citroën, Honda, Mercedes-Benz, Mitsubishi, Nissan, Opel, Peugeot, Seat ja Volkswagen. Opel on näistä automerkeistä Länsiauton eniten myyty automerkki Suomessa. Länsiauton toimipisteissä huolletaan noin 50 000 autoa ja myydään

noin 15 000 autoa vuodessa. Konsernin liiketoiminta perustuu yhtiön omiin prosesseihin sekä autoalan työnantajajärjestön AKL:n (Autoalan keskusliitto) ja valmistajien laatujärjestelmiin. Laatujärjestelmiin kuuluu myös liiketoiminnan ympäristöhaittojen minimointi.

Konsernin liikevaihto vuonna 2015 oli 230 miljoonaa euroa ja vuonna 2016 liikevaihdon oletetaan kasvavan yli 250 miljoonaan euroon. Vuosien 2011—2015 tilikausien liikevaihto nousi 162 miljoonasta 230 miljoonaan euroon. Yhtiön omavaraisuusaste oli vuonna 2015 noin 54 prosenttia. Yhtiössä työskentelee eri puolella Etelä-Suomea 530 autokaupan, huollon ja leasing- sekä vuokraamopalvelujen työntekijää. Länsiauton nykyisenä toimitusjohtajana toimii Tommi Köninki ja hallituksen puheenjohtajana Sami Laine. [1; 2]

## 2.2 Länsiauto Visio Oy Kotka

VV-Auto Group Oy sopi vuonna 2012, että Volkswagenin, Audin ja Seatin merkkiedustus siirtyy Länsiautolle Kotkassa, Kouvolassa ja Lappeenrannassa. Vuonna 2013 Länsiauto käynnisti liiketoiminnat Lappeenrannassa ja Kouvolassa. Liiketilat ja autoliiketoiminnan Länsiauto osti perheyhtiö Berneriltä. Vasta maaliskuussa 2014 avattiin Kotkaan uusi Volkswagen-konseptimyymälä, jonka liiketoimintoihin on investoitu noin 8 miljoonaa euroa. Autoliiketoiminnan Kotkassa Länsiauto osti perheyhtiö Lehtoauto Oy:ltä, joka oli ennen myyntiä tarjonnut yli 30 vuotta auton korjaamo- ja myyntipalveluita Kotkassa. Liiketilaja ei ostettu Lehtoauto Oy:ltä sijainnin takia, koska uuden toimipaikan toiveena oli olla Pietariin vievän moottoritie E18:n varrella. Nykyisin rakennus sijaistee moottoritien varrella Kotkassa, Keltakalliolla.

Länsiauto Visio Oy Kotka työllistää yli 20 työntekijää (6 automyyjää, 5 huoltoneuvojaa, 3 varaosatyöntekijää ja 10 mekaanikkoa/korikorjaajaa). Länsiauto Visio Oy:n Kotkan-toimipisteen automerkkeihin kuuluu Volkswagenin huolto- ja myyntipalvelut, Audin ja Seatin huoltopalvelut. Vuonna 2015 Liikevaihto Länsiauto Visio Oy:lla oli noin 59 miljoonaa euroa. [3; 4]

## 3 Mitä asiakaspalvelu on

Lyhyesti sanottuna hyvä asiakaspalvelu on tehokasta, oman alansa tuntemista ja erityisesti henkilökohtaista. Ihmiset tekevät ja tuottavat palveluita henkilöltä henkilölle, jolloin

on kuunneltava ja ymmärrettävä asiakasta ja asiakkaan tarpeita. Asiakkaan tarpeita joudutaan ymmärtämään ja niistä huolehtimaan. Palvelu on myös kilpailukeino. Hyvällä asiakaspalvelulla luodaan pohja kestäväälle kasvulle.

Asiakaspalvelijan ensimmäinen tehtävä on asiakkaan tarpeen tai mahdollisen ongelman selvittäminen, eli pyritään ymmärtämään asiakasta mahdollisimman hyvin. Yritetään siis selvittää, minkälainen asiakas on ja minkälainen on hänen tunnetilansa asiakaspalvelutilanteessa. Ihmiset ovat hyvin erilaisia asiakaspalvelutilanteissa, esimerkiksi huolestuneelta nuorelta vaikuttava henkilö toimii eri tavalla asiakaspalvelutilanteessa kuin renolta tuntuva vanhempi henkilö.

Toiseksi asiakkaalle on tärkeää, että asiakaspalvelija tuntee oman alansa. Hyvästä kommunikaatiosta ja sosiaalisesta käyttäytymisestä ei ole paljoa apua, jos asiakaspalvelija ei tunne tarjoamaansa palvelua tai tuotetta. Asiakaspalvelijan on myös ymmärrettävä asiakkaan taitotaso. Asiakkaan taitotaso määrittelee sen, että mistä suunnasta ja tasolta palvelun tarjoaminen tai ongelman selvittäminen voidaan aloittaa.

Lisäksi on tärkeää välittää asiakkaalle positiivinen ja ystävällinen mielikuva palvelusta. Useimpien asiakkaiden toivotaan kokevan, että hänet on aidosti huomioitu ja hänen palvelemisekseen tai ongelman ratkaisemiseksi on nähty vaivaa. Aina tietysti kaikki ei mene niin kuin pitäisi, mutta negatiiviset kokemukset on pyrittävä kääntämään positiiviseksi hyvällä palvelulla ja asiakkaan huomioimisella. [5; 6]



## 4 Huollon prosessi

Länsiauto Kotkan huollon prosessiin lyhykäisyydessään kuuluu seitsemän vaihetta:

- asiakkaan yhteydenotto
- varaosien hankinta
- asiakkaan saapuminen korjaamolle
- auton huoltotyöt
- auton luovutus asiakkaalle
- veloitus
- jälkiyhteydenotto.

Ensimmäiseksi huollon prosessissa otetaan asiakkaaseen yhteys tai asiakas on yhteydessä korjaamoon ja varaa autolle huolto- tai korjausajan. Tässä vaiheessa käydään asiakkaan kanssa läpi auton huoltopäivä, huollon kustannusarvio sekä sovitaan, varaatanko sijaisautoa ja mitä muuta asiakas haluaa, että huollon yhteydessä suoritetaan. Näin varmistetaan, että asiakasta on ymmärretty ja hänen tarpeensa huomioitu. Näin saadaan tehtyä työmääräys ennakkoon. Tämä vaihe on tärkein korjaamon kannalta, jotta asiakkaasta saadaan mahdollisimman tyytyväinen. Jos tämä vaihe epäonnistuu, saattaa koko auton huolto mennä väärin. Asiakkaan autolle ei mahdollisesti tehdä asioita, joita asiakas on pyytänyt huoltoa varatessa.

Ajanvarauksen jälkeen on varattava oikeat varaosat huoltopäiväksi. Näin ehditään tarkistamaan, onko osia mahdollisesti hyllyssä vai joudutaanko osat tilaamaan ennakkoon keskusvarastosta. Tarkoitus on, että osat ovat valmiina, kun auto saapuu korjaamolle.

Kolmantena vaiheena on asiakkaan saapuminen korjaamolle, jolloin asiakkaan kanssa käydään asiakkaan tilaus läpi. Tämä vaihe on tärkeä, koska tässä vaiheessa voidaan vielä muuttaa työmääräystä asiakkaan mukaan ja huomioida hänen tarpeensa. Asiak-

kaan kanssa tarkastetaan työmääräys ja tehdään mahdolliset muutokset. Lisäksi varmistetaan asiakkaan kanssa, että tilauksessa on asiakkaan tilaamat työt ja korjauksien kustannusarviot ovat oikein sovitusti.

Kun asiakas on allekirjoittanut työmääräyksen, voidaan itse auton huoltotyöt aloittaa. Tällöin työnjohtaja antaa mekaanikolle työmääräyksen ja käy tämän kanssa läpi, mitä autolle pitää tehdä ja onko jotain muutoksia tullut ajanvarauksen jälkeen. Mekaanikko suorittaa auton huoltotyöt ja merkitsee työmääräykseen ne tehdyksi. Mahdollisista lisätöistä mekaanikko keskustelee työnjohtajan kanssa. Tämän jälkeen työnjohtaja soittaa asiakkaalle, suoritetaanko lisätyöt (jos niitä on mahdollista suorittaa, esim. osat löytyvät korjaamolta ennakkoon).

Huoltotöiden jälkeen ilmoitetaan asiakkaalle, että auto on valmis huollosta ja tarvittavat toimenpiteet suoritettu. Kun asiakas on saapunut korjaamolle, niin hänen kanssaan käydään huollossa tehdyt toimenpiteet läpi. Näin varmistetaan, että asiakas ymmärtää mitä autolle on tehty ja minkälaisista töistä häntä joudutaan veloittamaan. Veloituksen jälkeen luovutetaan asiakkaan auton avaimet asiakkaalle ja selvitetään vielä, että kuinka tyytyväinen hän oli huollon palveluihin. Tämä on tärkeä kysymys, jottei asiakkaalle jää mitään epäselvää itse huollosta. Samoin ongelmatilanteissa voidaan ongelmakohdat käydä asiakkaan kanssa heti läpi ja näin pystytään kääntämään korjaamokäynti positiiviseksi kokemukseksi.

Jälkiyhteydenotossa ollaan vielä asiakkaaseen yhteydessä muutaman päivän jälkeen ja kysytään, kuinka tyytyväinen hän oli huoltoon ja onko hänellä jotain kysyttävää tai epäselvää auton huollosta. Näin varmistetaan, että asiakkaalle ei jää mitään negatiivista kokemusta, ja annetaan kuva, että Länsiauto Kotkan asiakkaista välitetään.

## **5 Länsiauto Visio Oy Kotkan CSS-kyselyt**

Länsiauto Visio Oy käyttää Volkswagenin maahantuonnin tuottamia CSS-tuloksia (Customer Satisfaction Survey-tuloksia) mitatakseen asiakastyytyväisyyttä, uusintakorjauksien määrä, suositteleeko asiakas korjaamoja muille, ja monia muita asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä. CSS-kyselyn avulla saadaan selville, miten asiakas on kokenut

tarjottavan palvelun ja kuinka tyytyväinen hän on kokonaisuudessaan palveluun. CSS-kyselyä käyttäen voidaan perehtyä asiakaspalvelun ongelmakohtiin konsernissa.

Tähän tutkimukseen on otettu mukaan kolme CSS-kyselyä asiakastyytyväisyyden selvittämiseksi: asiakastyytyväisyys, autokorjaamon suosittelu ja uusintakorjauksien määrä. Asiakastyytyväisyyden pisteytys on 4–12 pistettä, jota voidaan tulkita siten, että enintään arvosanan 7 asiakas on tyytymätön, arvosanan 8 antanut asiakas on tyytyväinen ja vähintään arvosanan 9 antaneet asiakkaat ovat erittäin tyytyväisiä. Suositelussa on sama pisteytys kuin asiakastyytyväisyydessä, 4–12 pistettä, ja arvosanat toimivat myös samalla arvostelulla. Uusintakorjauksien määrää mitataan prosentteina, ja luku kertoo, että kuinka suuri osuus korjaamonkäynneistä johtuu aiemmin tehdystä epäonnistuneesta korjauksesta.

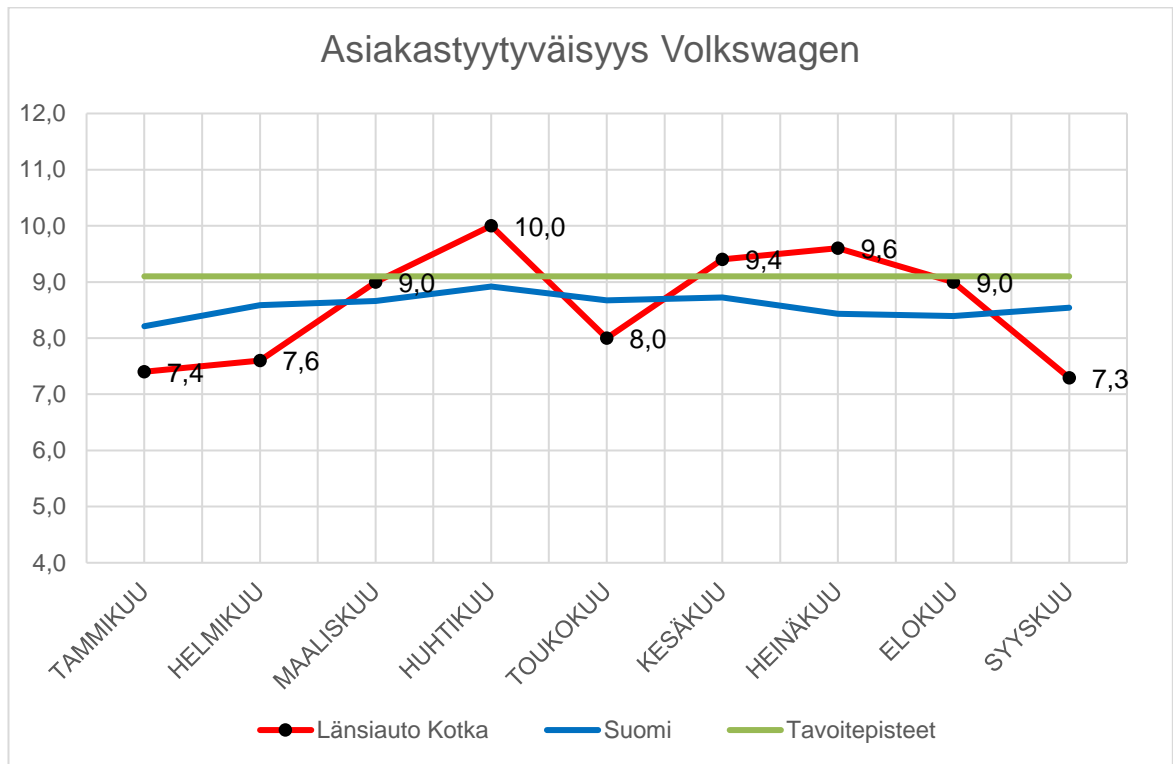
Kyselyitä tehtiin huoltopalvelun Audi-, Seat- ja Volkswagen-asiakkaille. Volkswagen-konsernin autoista otettiin vielä hyötyajoneuvot mukaan. Yhteensä kyselyitä tehtiin 222 kappaletta. [7]

## 5.1 Volkswagen

Tässä osiossa käsitellään asiakastyytyväisyyttä Länsiauto Visio Oy Kotkassa, jonka asiakkaat omistavat Volkswagen-henkilöauton ja ovat käyttäneet autoansa huollossa. Tulokset ovat vuodelta 2016, tammikuun–syyskuun väliseltä ajalta, ja tuloksissa mitataan asiakastyytyväisyyttä (pisteytys 4–12 pistettä), autokorjaamon suosittelua (pisteytys 4–12 pistettä) ja uusintakorjauksien määrää (kaikista käynteistä asiakkaista uusintakorjaukset prosentteina). Kyselyitä oli tehty 121 kappaletta.

### 5.1.1 Asiakastyytyväisyys Volkswagen

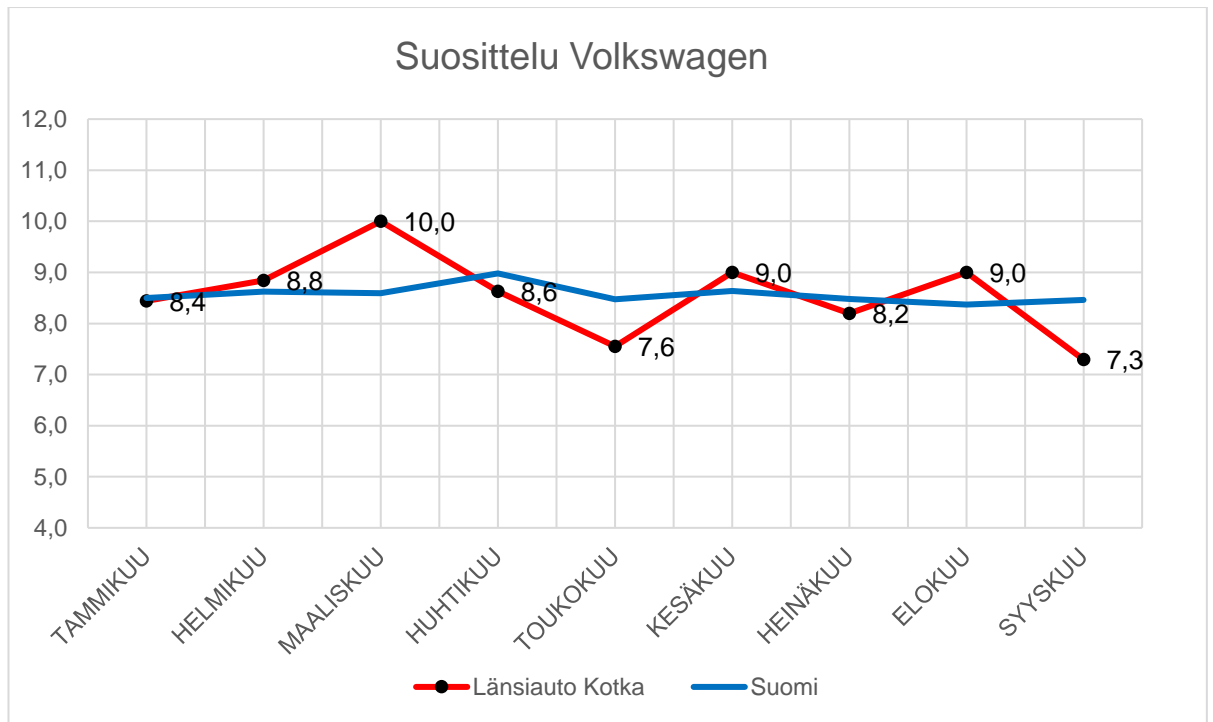
Kuten kuvasta 1 huomataan, Volkswagen-asiakkaiden tyytyväisyys on Länsiauto Visio Oy:n Kotkan toimipisteessä kohtalainen, keskiarvo 8,6. Myös muualla Suomessa keskiarvo pisteetyksessä on sama 8,6. Kun tavoitepisteet ovat 9,1, niin huomataan, että Kotkan sekä muun Suomen pisteet jäävät alle tavoitetason 0,5 pisteellä.



Kuva 1. Asiakastyytyväisyys Volkswagen

### 5.1.2 Suosittelev Volkswagen

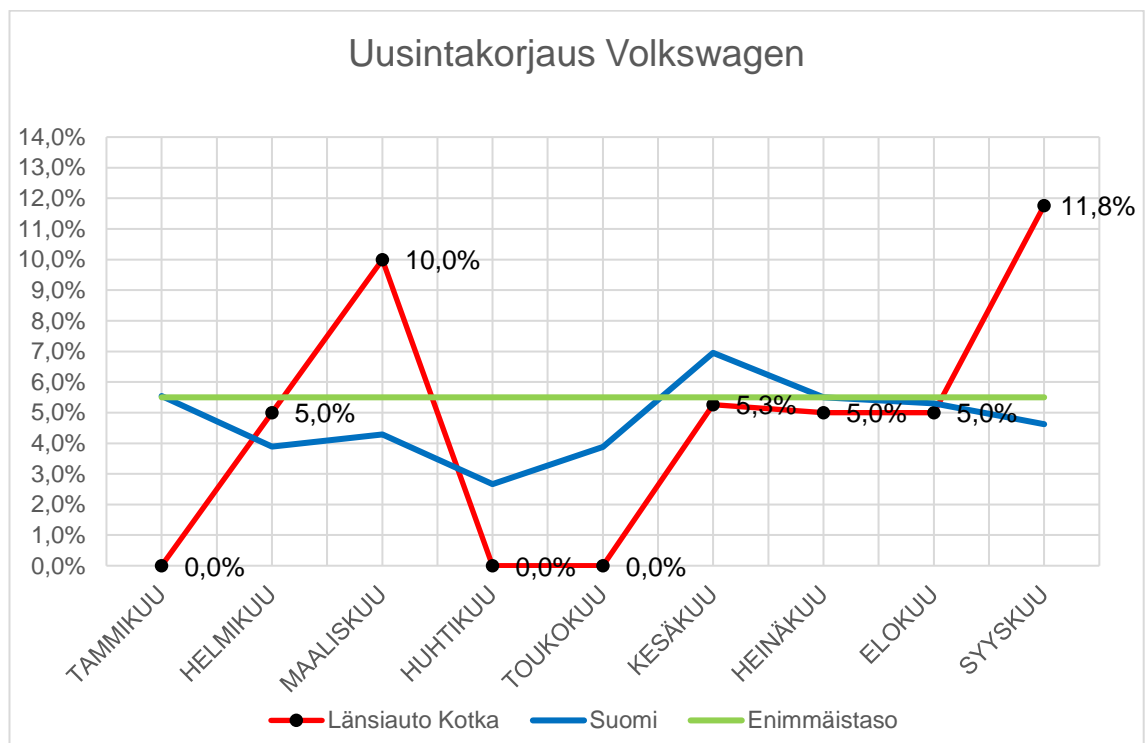
Kuvasta 2 nähdään, että Kotkan toimipisteen pistetaso on samalla tasolla kuin muualla Suomessa, keskiarvallisesti sekä Suomella että Länsiauto Kotkalla 8,6 pistettä. Asiakkaat antavat pisteitä väliltä 4–12. Tähän ei ole maahantuonti asettanut tavoitearvoa, mutta suositeltavaa tietysti olisi, että mahdollisimman moni asiakas jatkaisi korjaamon käyttöä tulevaisuudessakin ja suosittelevi korjaamoa muillekin mahdollisille asiakkaille



Kuva 2. Suosittelev Volkswagen

### 5.1.3 Uusintakorjaus Volkswagen

Uusintakorjauksien määrä prosentteina Kotkan Länsiautossa on hyvällä tasolla, vaikka muutamia poikkeuksellisia kuukausia löytyy kuvasta 3. Enimmäistason alle Länsiauto Kotka on keskiarvallisesti päässyt tuloksella 3,8 % (9 kuukauden keskiarvo). Tämä on hyvä tulos, kun tavoite on jäädä alle maahantuonnin asettamien enimmäistason 5,5 %. Myös muualla Suomessa on päästy alle enimmäistason uusintakorjauksien suhteen. Muun Suomen uusintakorjauksien määrä on keskiarvoisesti 4,7 %.



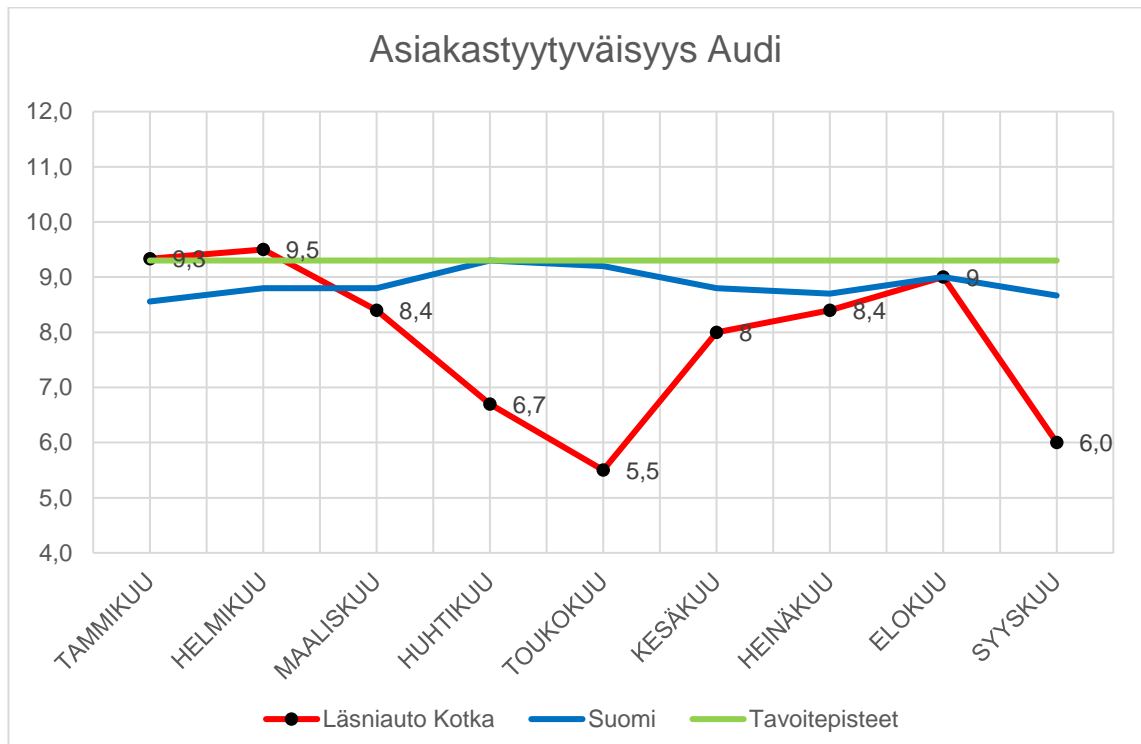
Kuva 1. Uusintakorjaus Volkswagen

## 5.2 Audi

Tässä osioissa käsitellään Audi-asiakkaiden asiakastytyvyyttä, uusintakorjauksien määrää ja asiakkaita, jotka suosittelevat Länsiauto Visio Oy Kotkan korjaamon käyttöä tulevaisuudessa muillekin. Tulokset ovat viimeisen 9 kuukauden ajalta (tammikuu–syyskuu 2016), ja 64 asiakasta on vastanneet kyselyihin. Pisteytys on välillä 4–12 asiakastytyvyydessä, uusintakorjaukset prosentteina kaikista kuukausittaisista kyselyistä, ja suositelussa pisteytys on myös 4–12.

### 5.2.1 Asiakastyytyväisyys Audi

Kuvasta 4 voidaan havaita, että Länsiauto Kotkalla ei ole asiakastyytyväisyys kaikkein parhain Audi-asiakkaitten suhteen. Keskiarvoisesti 9 kuukauden laskettuna pisteet ovat 7,9 kun tavoitepisteet ovat 9,3. Muilla Suomen Audi-korjaamoilla keskiarvo on 8,9 pistettä.

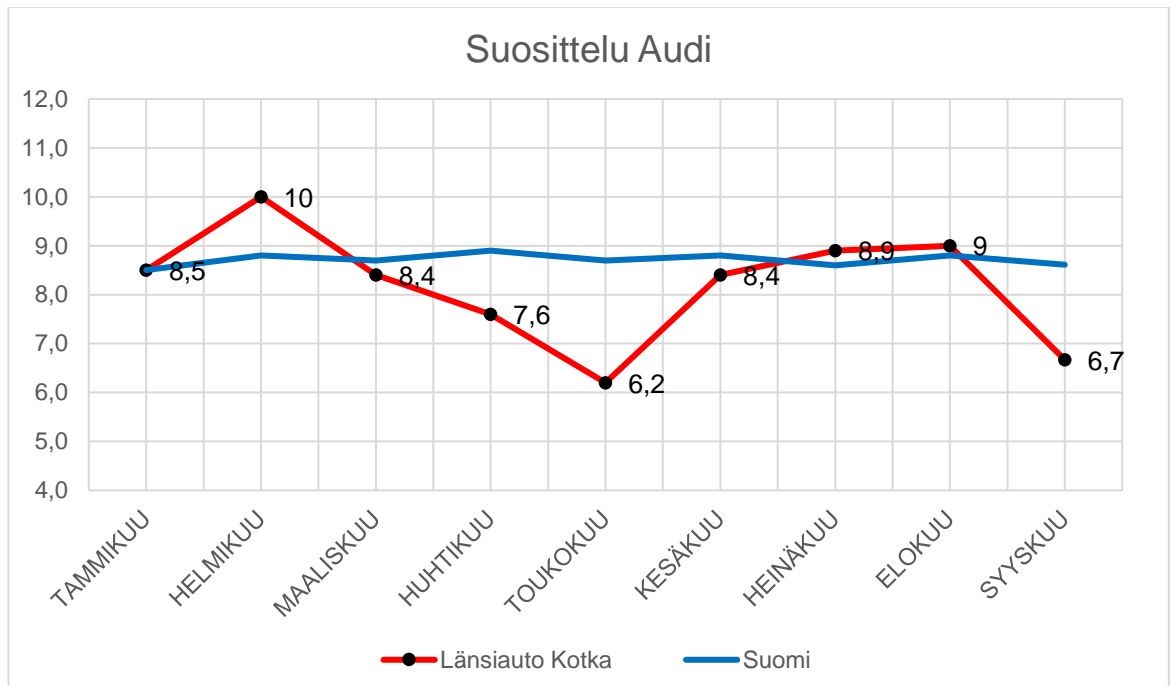


Kuva 4. Asiakastyytyväisyys Audi

Kuvasta 4 voidaan kuitenkin nähdä, että muuten Länsiauto Kotkalla on Audin taso ollut melkein koko ajan yli 8 pisteen, mutta huhtikuussa ja syyskuussa on arvosana jäänyt alle 7 pisteen. Toukokuussa on jääty jopa alle 6 pisteen.

## 5.2.2 Suosittelem Audi

Kuvasta 4 huomattiin, että arvosanat ovat laskeneet muutamalta kuukaudelta, ja sama voidaan nähdä myös kuvasta 5. Huhtikuussa, toukokuussa ja syyskuussa nähdään notkahdus, jotka tietysti laskevat Länsiauto Kotkan arvosanaa Audi-asiakkaiden suosittelussa korjaamon huoltopalveluita. Keskiarvo on 8,2, kun muulla Suomella keskiarvo on 8,7.



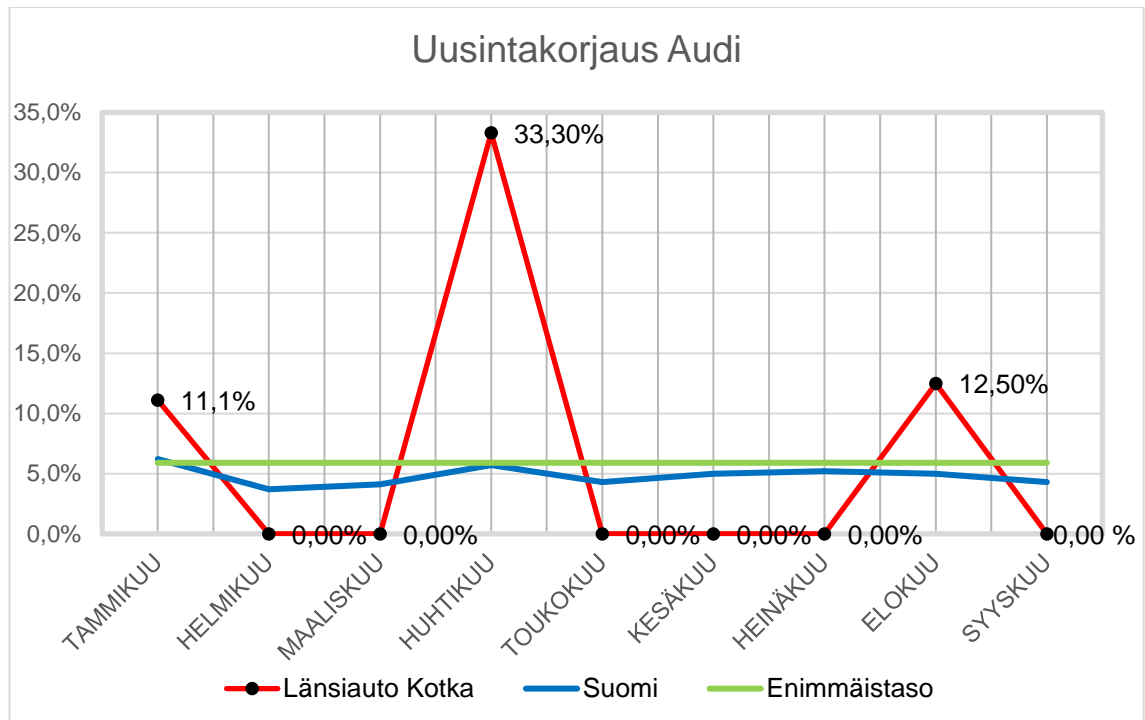
Kuva 5. Suosittelem Audi

Paria kuukautta lukuun ottamatta Länsiauton asiakkaat ovat suositelleet korjaamoaa Audi-merkkisten ajoneuvojen korjauttamiseen.



### 5.2.3 Uusintakorjaus Audi

Kuvasta 6 nähdään, että uusintakorjauksia on tapahtunut vain muutamana kuukautena, 9 kuukaudesta 6 kuukaudessa on 0 % uusintakorjauksia. Kuitenkin keskiarvo uusintakorjauksien suhteen Länsiauto Kotkassa on 6,9 % kun tavoite olisi päästä alle 5,9 %:n. Muualla Suomessa uusintakorjauksien keskiarvo on 4,8 %, joka on yli prosentin alle enimmäistason.



Kuva 6. Uusintakorjaus Audi

### 5.3 Volkswagen-hyötyajoneuvot

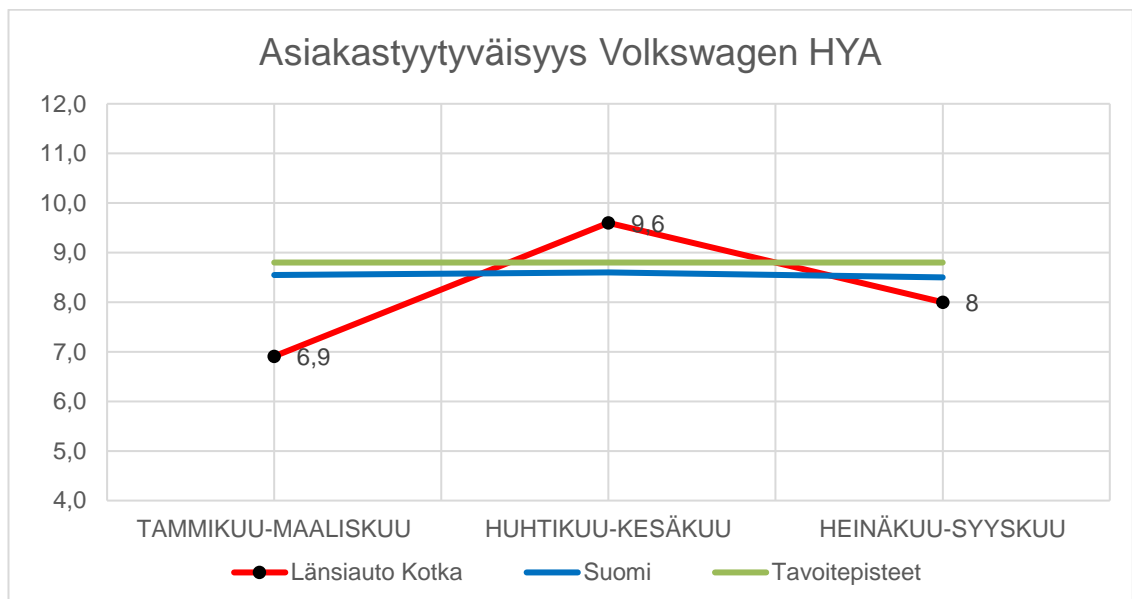
Volkswagenin hyötyajoneuvoilla käytävillä asiakkaille on teetetty kysely siitä, miten tyytyväisiä he ovat Länsiauto Visio Oy Kotkan toimipisteen toimintaan. Heiltä kyseltiin tyytyväisyyttä kaiken kaikkiaan ja suosittelevatko/käyttävätkö korjaamoa jatkossakin (pisteitys molemmissa on väliltä 4–12).

Vähäisten vastausten (22 kappaletta) takia osiot on jaettu kolmen kuukauden tuloksiin yhdeksän kuukauden ajalta. Uusintakorjauksien määrä ei käsitellä, koska sellaisia palautteita on vain 2, jotka koskevat uusintakorjauksia. Muun Suomen Volkswagen Hyötyajoneuvojen uusintakorjauksien määriä ei ole tutkittu.

Kyselyt suoritettiin vuonna 2016 tammikuun–syyskuun välisellä ajalla.

### 5.3.1 Asiakastyytyväisyys Volkswagen Hyötyajoneuvot

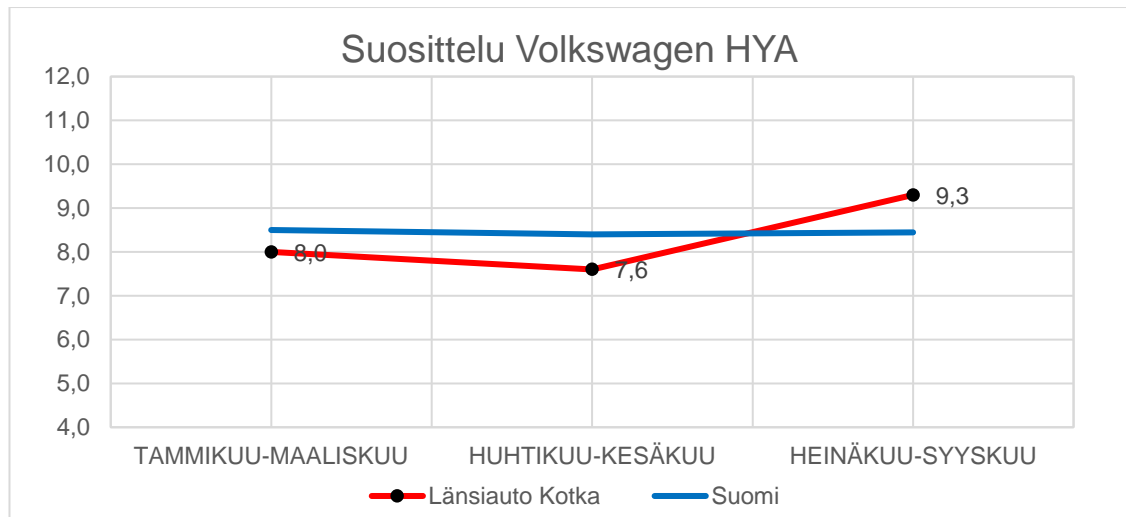
Kuvasta 7 huomataan, että kolmen kuukauden otannoissa Suomen tasolla Volkswagen Hyötyajoneuvojen asiakkaiden tyytyväisyys ei paljoa muutu. Keskiarvo on 8,6. Länsiauto Kotkassa huomataan vähän vaihtelua pisteytyksessä, vaikka kyselyitä onkin tehty vain 22 kappaletta. Länsiauto Kotkalle saadaan keskiarvo yhdeksältä kuukaudelta asiakastyytyväisyyden suhteen 8,2, joka jää alle tavoitepisteiden (8,8)



Kuva 7. Asiakastyytyväisyys Volkswagen HYA

### 5.3.2 Suositteleva Volkswagen Hyötyajoneuvot

Jos kuvaa 8 verrataan kuvaan 7, huomataan, että asiakastyytyväisyys ei ole yhteneväinen korjaamon suosittelun kanssa. Vaikka Suomen tasolla Länsiauto Kotka on vähän huonompi (paitsi heinä–syyskuussa), Länsiauto Kotkan tulos on kuitenkin hyvä keskiarvolla 8,3. Muulla Suomella on keskiarvo 8,6 yhdeksän kuukauden ajalta. Suositteleva maahantuonti ei ole asettanut tavoitearvoa.



Kuva 8. Suositteleva Volkswagen HYA

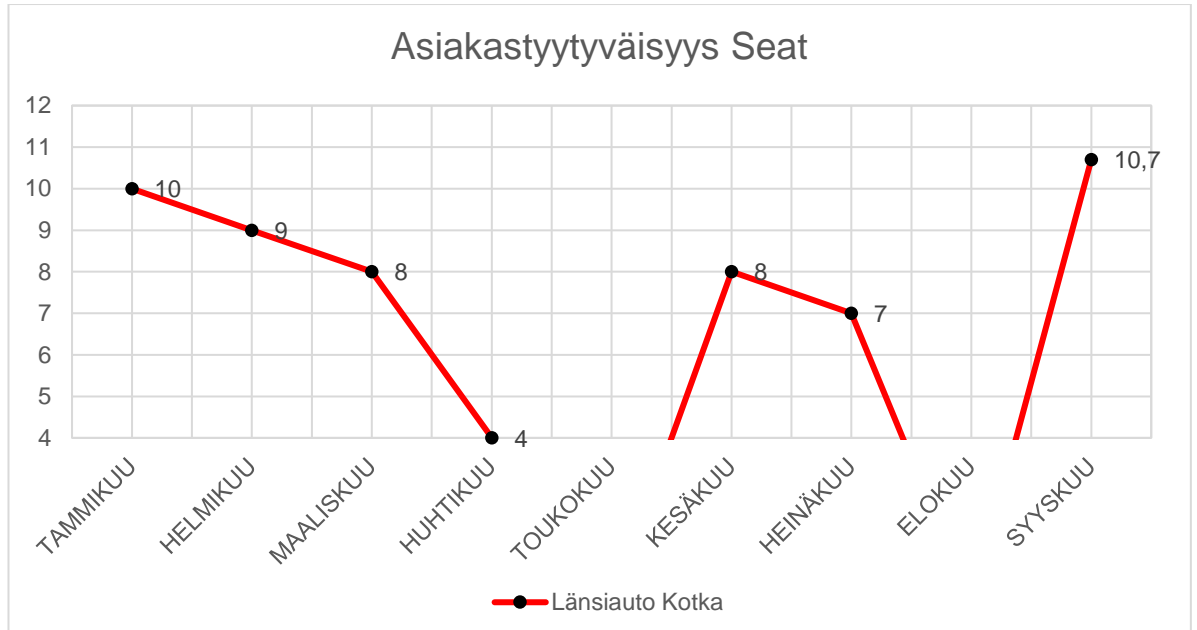
### 5.4 Seat

Vaikka Länsiauto Visio Oy Kotkassa ei ole Seatin uusien autojen myyntiä niin Seatin huoltopalvelut löytyvät Länsiauto Kotkasta. Seat-autojen omistajat eivät vain ole paljoa käyttäneet Länsiauto Kotkan huoltopalveluita, minkä huomaa palauteitten määräst. Palautteita on tullut vain 15 kappaletta 9 kuukauden ajalta (vuonna 2016). Tämän takia palautteiden perusteella ei voi arvioida, että miten Länsiauto Kotkassa Seat-merkkisten autojen asiakaspalvelu toimii.

Myös Seatilla on asiakastyytyväisyyden suhteen pisteytys väliltä 4–12. Sama pisteytys toimii myös korjaamon uudelleenikäytön suosittelussa. Uusintakorjauksien määräst käytetään prosentteja kaikista palautteen antajista. Kyselyt on tehty vain Länsiauto Visio Oy Kotkassa.

#### 5.4.1 Asiakastyytyväisyys Seat

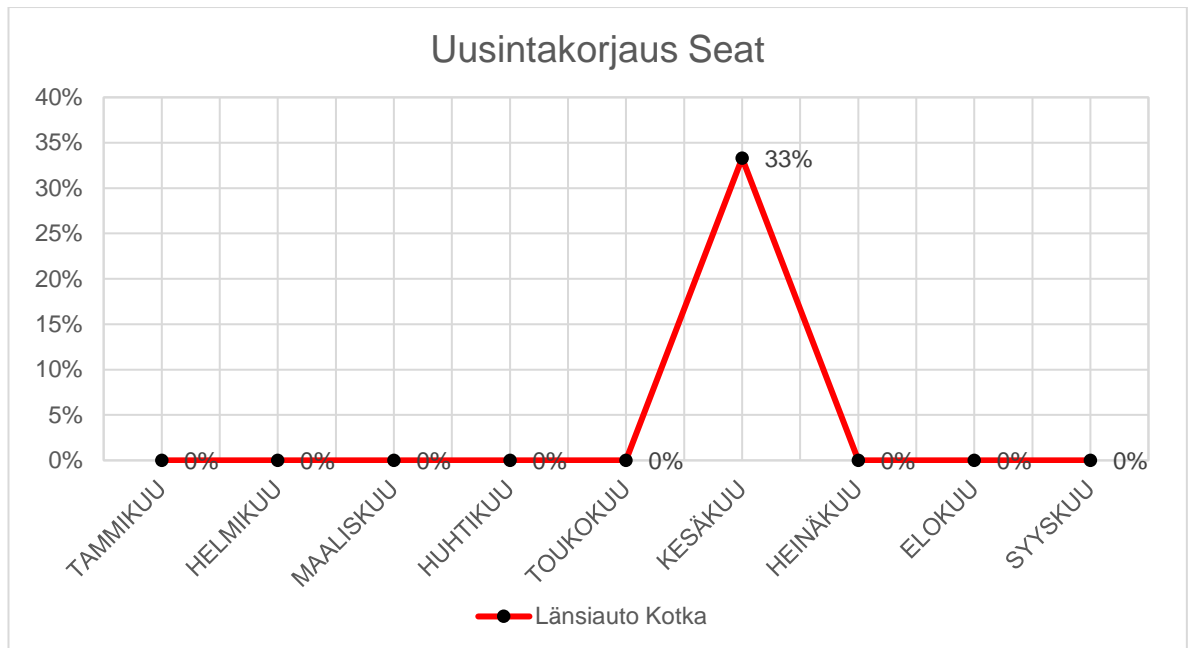
Kuvasta 9 voidaan havaita, että palautteita ei ole annettu paljoa, koska toukokuussa ja elokuussa niitä ei ole annettu yhtään. Muuten melkein kaikki palautteet ovat olleet tasoa yli 8 (paitsi huhtikuun arvosana 4 ja heinäkuun arvosana 7), joka on tuloksellisesti hyvä, etenkin jos verrataan Audin tuloksiin kuvassa 4. Asiakastyytyväisyyden palautteilla keskiarvo on 8,8 pistettä.



Kuva 9. Asiakastyytyväisyys Seat

#### 5.4.2 Uusintakorjaus Seat

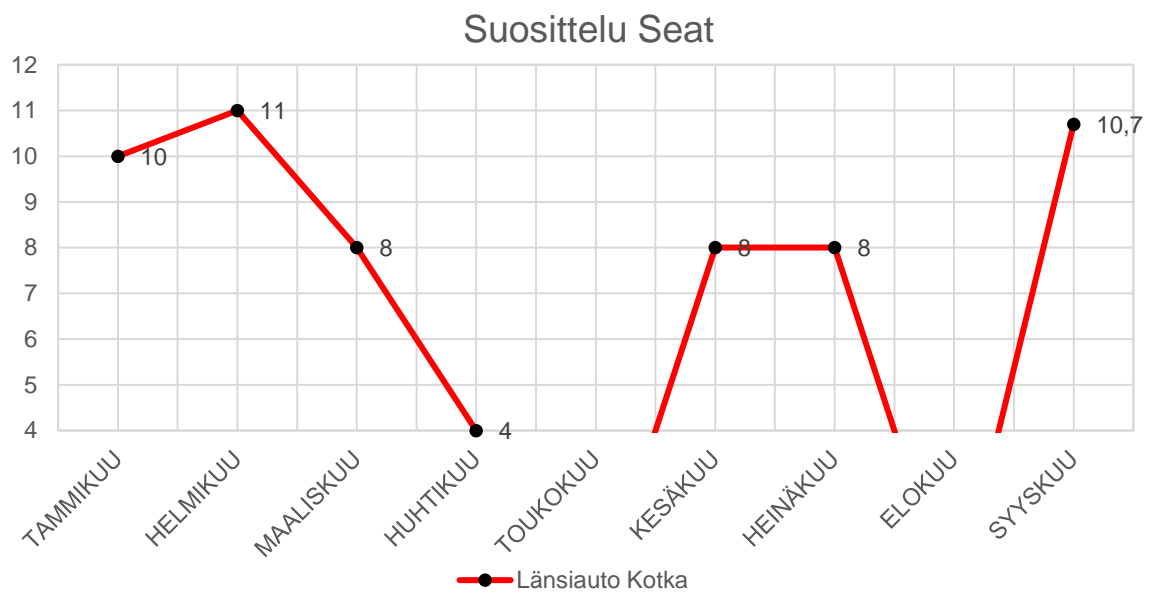
Uusintakorjauksien määrä ei ole valtava, vain 1 uusintakorjaus ilmennyt 15 tehdyn kyselyn mukaan. Kuitenkin kesäkuusta tehdystä kolmesta kyselystä yhdestä on ollut uusintakorjaus, joka nostaa kyseisen kuukauden uusintakorjauksien arvon 33,3 prosenttiin, kuten kuvasta 10 voidaan huomata. Muuten uusintakorjauksien keskiarvo 9 kuukauden ajalta on vain 3,7 %, mikä on hyvä tulos.



Kuva 10. Uusintakorjaus Seat

### 5.4.3 Suosittelee Seat

Kuvasta 11 huomataan, että palautteiden pisteet menevät samassa tasossa kuin kuvassa 9 (palautteiden määrästä johtuen). Myös toukokuussa ja elokuussa ei ole tullut yhtään asiakaspalautetta Länsiauto Kotkalle huoltopalveluista. Kuitenkin asiakkaat ovat suositelleet korjaamoa kohtalaisen hyvin, kun melkein kaikki palautteet ovat yli tai tasan 8 pistettä (paitis huhtikuun arvosana 4). 9 kuukauden ajalta saadaan Länsiauto Kotkalle keskiarvo 8,2.



Kuva 11. Suosittelee Seat

## 6 NPS-luku

Net Promoter Score (NPS) selvittää asiakasuskollisuuden ja -tyytyväisyyden yhtiöissä. Fred Reicheldin kehittämän, lanseeratun vuonna 2003, menetelmän vahvuus on siinä, että sen avulla yrityksellä on helppo määrittää asiakaspalvelun taso. Yleisesti yhdellä suosittelevalla kysymyksellä ja yhdellä avoimella kysymyksellä saadaan riittävä kuva asiakkaan tyytyväisyyden ja uskollisuuden tasosta sekä sitä selittävästä tekijästä. Yleisesti suositteleva kysely hyödyntää vain yhtä kysymystä: ”Asteikolla 0–10, kuinka todennäköisesti suosittelette yritystämme tutuillenne?”. Kyselyyn voidaan lisätä myös avoimia kysymyksiä, esim. ”kuinka tyytyväisiä olitte huoltopalveluihimme”, jolloin asiakas voi vastata sanallisesti viestiin tarvittaessa.

CSS-luvuissa arvosteluasteikko suosittelijoissa oli 4–12 kun taas NPS-lukujen arvosteluasteikko on yleisesti 0–10, kuten Länsiauto Kotkalla. Tosin arvosteluasteikko voi olla myös vaikka 0–100, mutta suositeltavaa on tuo asteikko 0–10, koska pienemmällä asteikolla on helpompi lähestyä asiakasta.

Yleisesti NPS:n vastaajat luokitellaan vastauksien perusteella kolmeen ryhmään: 0–6 pistettä arvostelijat, 7–8 passiiviset, 9–10 suosittelijat. 0–6 pisteen vastaajat lasketaan tyytymättömiksi asiakkaiksi, jotka voivat vahingoittaa yhtiön imagoa tai olla suosittelmatta yhtiötä. 7–8 pisteen vastaajat lasketaan neutraaleiksi eli vastaajat ovat osittain tyytyväisiä saatuun palveluun, mutta eivät mahdollisesti ole pysyviä asiakkaita yhtiölle. 9–10 pisteen vastaajat taas ovat uskollisia ja lojaaleja asiakkaita yritystä kohtaan. He tulevat asioimaan yrityksessä tulevaisuudessakin ja saattavat suositella yritystä muillekin.

NPS-luku voidaan laskea yhtälöstä

$$NPS = \frac{(9-10 \text{ arvosanan antaneet} - 0-6 \text{ arvosanan antaneet})}{(\text{vastaajien lukumäärä kyselystä})} \times 100$$

0–6 arvosanan antaneiden henkilöiden prosenttiosuus arvosanan vähennetään 9-10 antaneiden henkilöiden prosenttiosuudesta. Tulos on NPS-luku ja pisteet voivat vaihdella arvosta –100 (jolloin jokainen asiakas on antanut arvosanan väliltä 0–6) jopa arvoon 100 (jolloin jokainen asiakas on arvosanan väliltä 9–10). Vaikka tulos onkin prosentteina, niin NPS-luku ilmaistaan kokonaislukuina. [10; 11; 13]

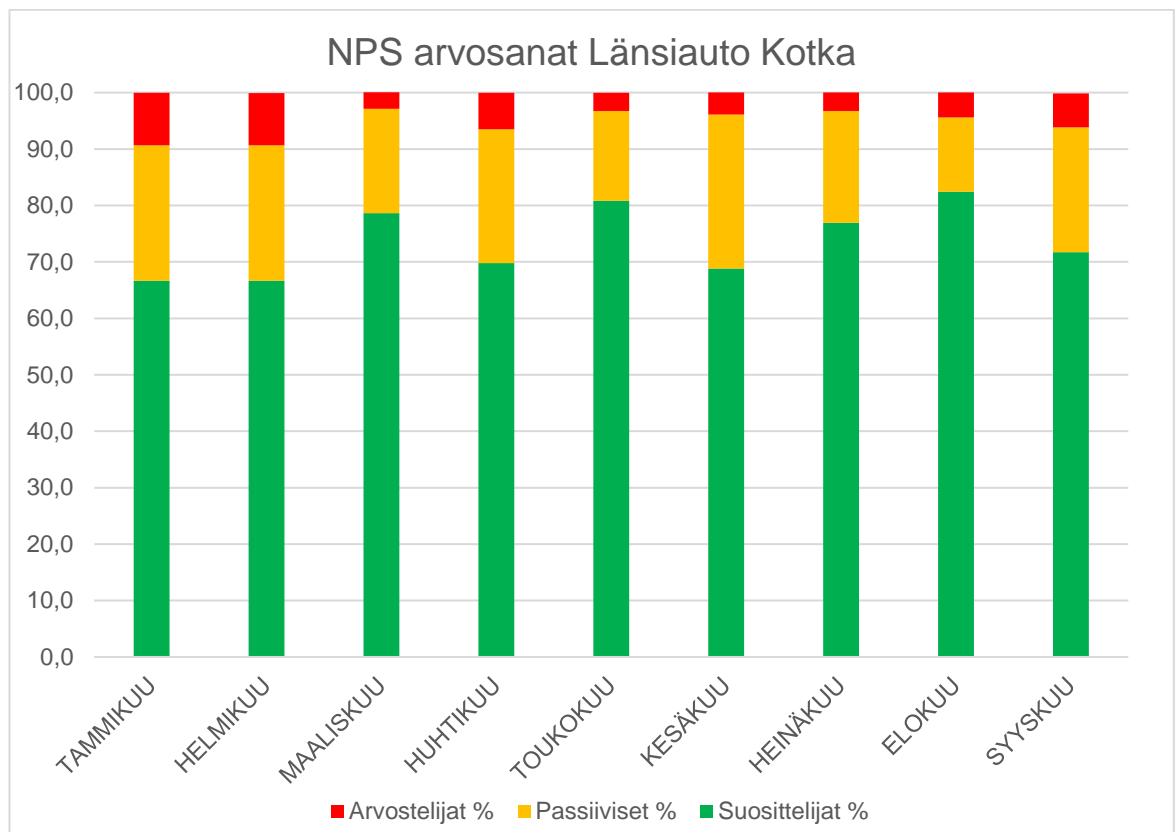
## 7 NPS-luku Länsiauto Visio Oy Kotka

NPS-luku on Länsiautokonsernin tuottama asiakaspalautejärjestelmä, jota myös Kotkan Länsiauto Visio Oy käyttää asiakaskokemusten mittaamiseen. NPS-luvun hallinta suoritetaan siten, että asiakkaalle lähetetään tekstiviesti matkapuhelimeen ja kysytään, kuinka tyytyväinen asiakas oli korjaamon tarjoamiin huoltopalveluihin. Asiakas vastaa viestiin arvosanalla 0–10 sen mukaan, kuinka tyytyväinen hän oli saamaan palveluun. Viesti lähtee kaikille korjaamon huoltopalveluita käyttäneille asiakkaille.

Yhdeksän kuukauden aikana (tammikuu–syyskuu) asiakaspalautteita oli saatu Länsiauto Kotkaan 681 kappaletta, joista arvostelijoita (arvosanan 0–6 antaneita) oli 53 kappaletta. [8]

Kuvasta 12 nähdään arvosanojen jakauma eli kuinka monta suosittelijaa, passiivista ja arvostelijat arvosanaa asiakkaat ovat antaneet prosentteina. Kuvasta voidaan laskea 9 kuukauden prosenttien keskiarvot, jotka jakautuivat seuraavasti:

- suosittelijoiden prosenttien keskiarvo on 73,6 %
- passiivisten prosenttien keskiarvo on 21 %
- arvostelijoiden prosenttien keskiarvo on 5,4 %.

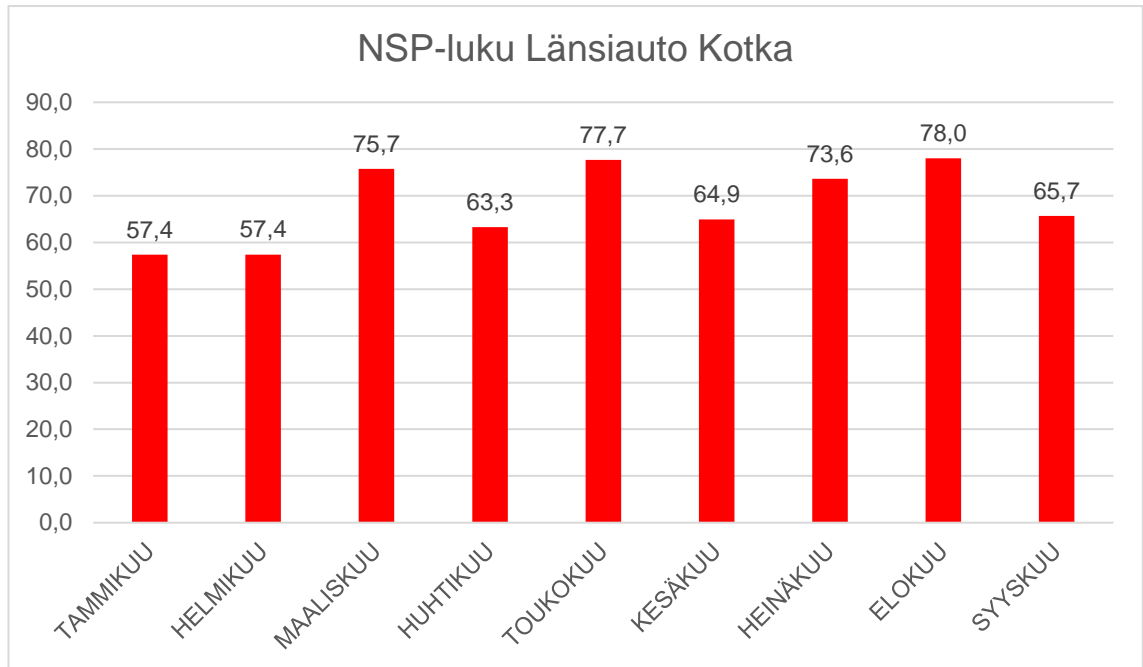


Kuva 12. NPS-arvosanat Länsiauto Kotka

Samasta kuvaajasta pystytään laskemaan NPS-luku joka kuukaudelle, kun vähennetään suosittelijoiden arvosanojen prosenttimäärästä arvostelijoiden arvosanojen prosenttimäärä. Näin saadaan NPS-luvun tulos.



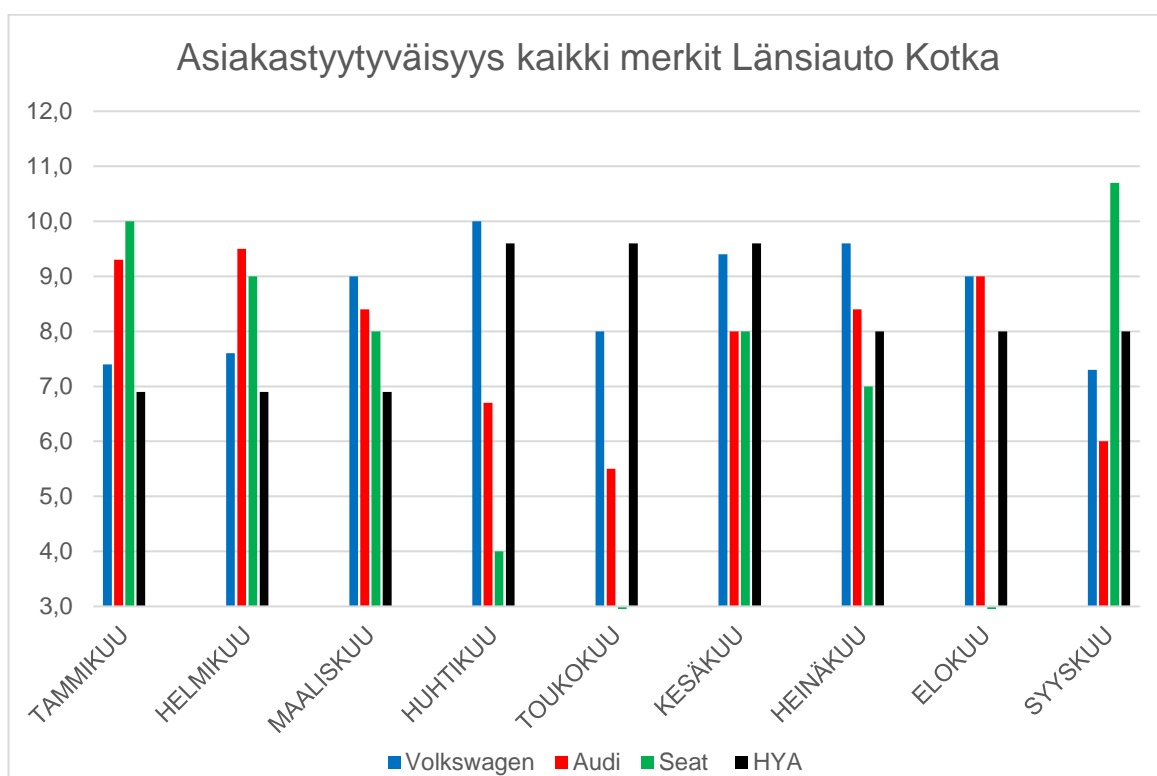
Kuvasta 13 on laskettu jokaiselle kuukaudelle erikseen Kotkan Länsiauton saamat NPS-luvut. Tästä pystytään laskemaan 9 kuukauden NPS-luvuille keskiarvo, joka on 68,2. Länsiauto Kotkan NPS-luvun 9 kuukauden ja 681 arvostelun keskiarvo on 68 (jota ei ilmaista prosentteina vaan kokonaislukuina).



Kuva 13. NPS-luku Länsiauto Kotka

## 8 CSS- ja NPS-tuloksien käsittely

Kuvaan 14 on kerätty Länsiauto Kotkassa käyneiden asiakkaiden asiakaspalautteet jokaiselta automerkillä. Seatin asiakaspalautteiden määrä on ollut hyvin pientä (vain 15 palautetta) 9 kuukauden aikana eikä toukokuussa ja elokuussa ole tullut yhtään palautetta, joten niitä ei voida tarkastella tarpeeksi kriittisesti. Samoin myös Volkswagen Hyötyajoneuvojen (HYA) otanta on ollut hyvin pientä (22 kyselyä), ja tuloksia haittaa osittain se, että Hyötyajoneuvojen osiot ovat jaettu kolmen kuukauden tuloksiin yhdeksän kuukauden ajalta.



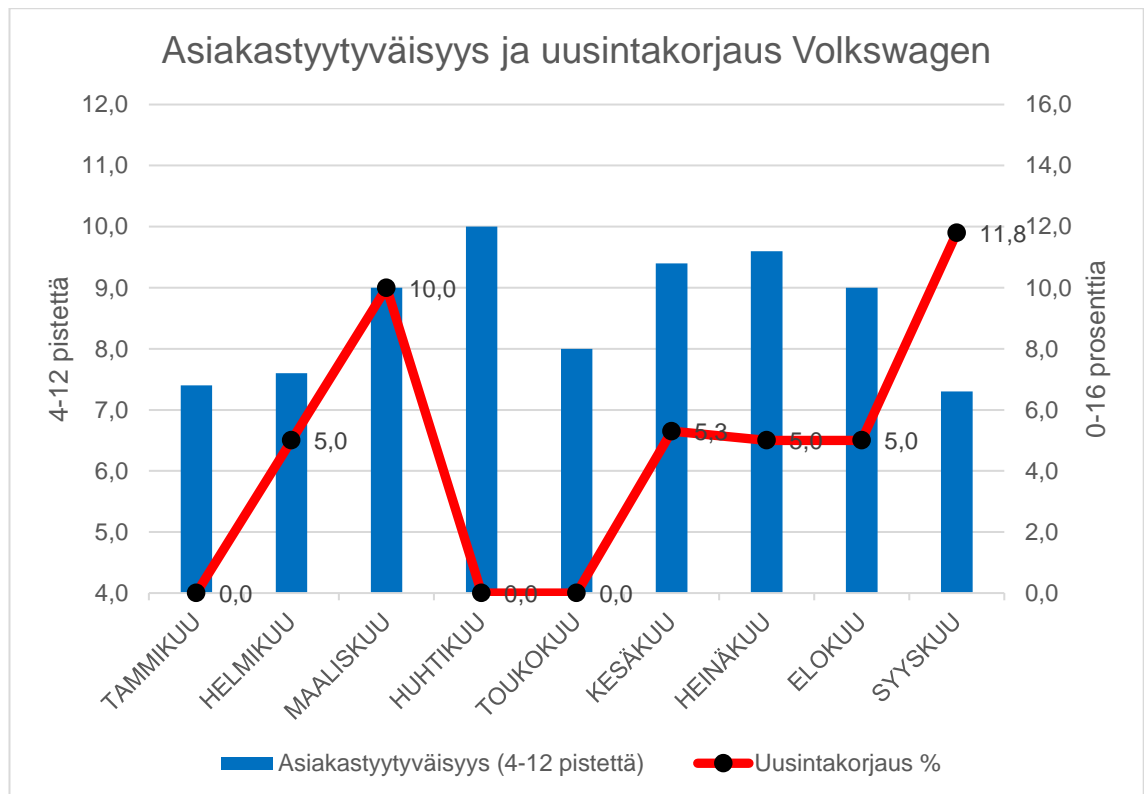
Kuva 14. Asiakastyytyväisyys kaikki merkit Länsiauto Kotka

Kuvasta 14 huomataan, että toisilla automerkeillä arvosanat ovat huonontuneet tai parantuneet eri kuukaudesta riippuen. Jos tarkastellaan vain Audin ja Volkswagenin tuloksia, koska näillä merkeillä on ollut suurempi palautteiden saanti (Audilla 64 ja Volkswagenilla 121 kyselyä), niin tuloksia pystytään arvioimaan kriittisemmin kuin Seatin ja Volkswagen HYA:n tuloksia. Kuten kuvasta 14 havaitaan, Volkswagenilla on mennyt melkein joka kuukausi paremmin kuin Audilla (paitsi tammikuussa ja helmikuussa).

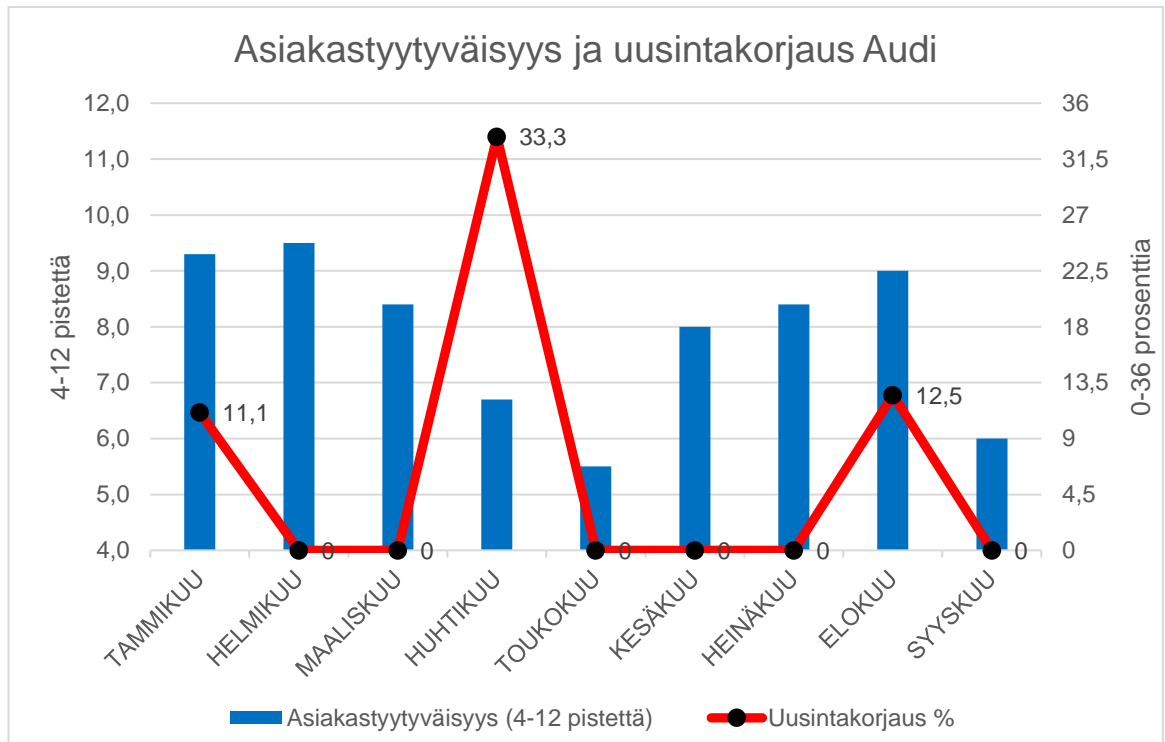
Mutta mikä selittää kuvan 14 muutokset? Miksi muina kuukausina on parempi tulos kuin toisina? Suuremman kyselyiden otannan takia tarkkaillaan vain Volkswagenin ja Audin asiakkaiden kyselyiden tuloksia.

### 8.1 CSS-lukujen käsittely

Jos tarkastellaan kuvan 15 ja kuvan 16 asteikoita, voidaan huomata, että uusintakorjauksilla ei ole ollut negatiivista vaikutusta ainakaan asiakaspalautteisiin. Kuvia vertaillen näyttäisi tapahtuvan jopa päinvastoin, ainakin Volkswagenilla. Audilla voidaan havaita vain muutama yhtäläisyys uusintakorjauksien suhteen, kuten huhtikuussa on tapahtunut: asiakastytyväisyys on alhaalla (arvosanalla 6,7) ja uusintakorjauksien määrä on korkealla (33 % palautteiden antajista on uusintakorjaukseen tulleita).



Kuva 15. Asiakastytyväisyys ja uusintakorjaus Volkswagen



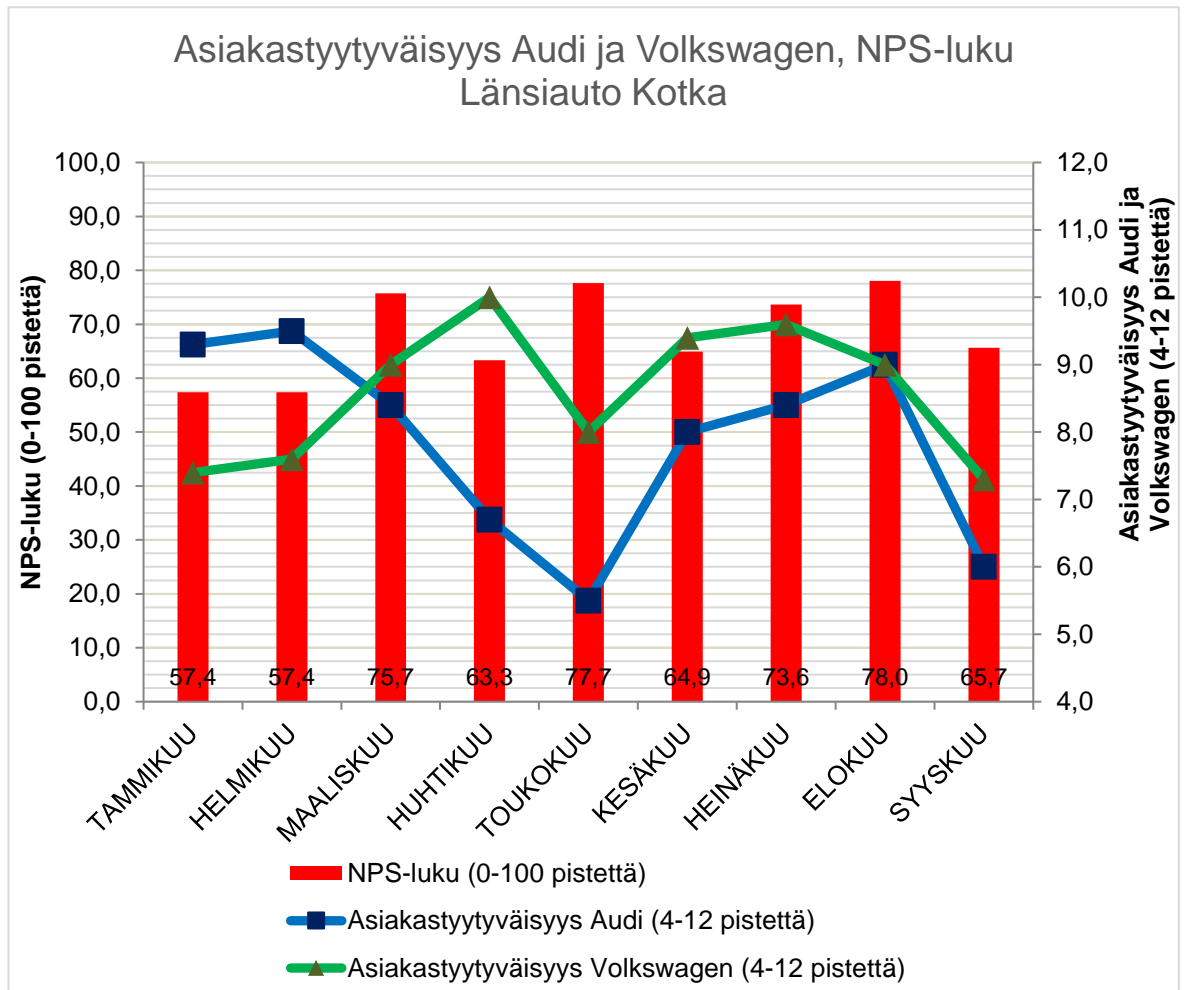
Kuva 16. Asiakastyytyväisyys ja uusintakorjaus Audi

Kuvia vertaillessa ei pystytä suoraan sanomaan, mitkä arvosanat ovat tulleet mistäkin syystä. Esimerkiksi ihmisten kesäloma-aikoina (kesäkuu–elokuu) näyttäisivät kaikki olevan tyytyväisempiä kuin muina aikoina, vaikka korjaamoilla saattaa olla myös henkilökuntaa lomalla ja kiirettä puuttuvan henkilökunnan takia. Kuitenkin syyskuussa jokaisella automerkillä on tapahtunut arvosanoissa pudotusta. Johtaako asiakkaiden lomien loppuminen siihen, että korjaamokäyntiä ei koeta mieluisaksi Länsiauto Kotkassa?

Jos vertaillaan Länsiauto Kotkan tuloksia muun Suomen tuloksiin kuvassa 1 ja kuvasta 4, niin havaitaan, että tuloksissa ei ole aivan yhtä paljon yhtäläisyyksiä. Näyttää aivan siltä, että tulokset menisivät ristiin Länsiauto Kotkalla ja muulla Suomella. Toukokuussa Länsiauto Kotkassa arvosana on pudonnut sekä Audilla että Volkswagenilla, kun taas muun Suomen arvosanat ovat nousseet toukokuussa. Kuvista ei pystytä päättämään, mitkä tekijät ovat vaikuttaneet muun Suomen arvosanoihin. Päättelyä haittaa myös se, että muun Suomen arvosanat eivät kulje täysin samalla tavalla kuin Länsiauto Kotkassa. Tosin on muistettava, että muun Suomen tuloksissa on otettu huomioon Suomen palautteet eri korjaamoilla, jolloin palautteiden määrät ovat suurempia. Kuitenkin tästä voidaan päätellä, että Länsiauto Kotkan sisällä on tapahtunut jotain, mikä on vaikuttanut arvosanoihin merkittävästi.

## 8.2 NPS-lukujen käsittely

Länsiauto Visio Oy Kotkan NPS-lukujen tuloksista voidaan huomata sama kuin CSS-tuloksista: tiettyinä kuukausina tuloksissa on laskua ja toisina kuukausina taas nousua. Esimerkiksi syyskuussa pystytään havaitsemaan laskua sekä NPS-luvuissa että CSS-tuloksissa. Saadut tulokset kulkevat aika lailla käsi kädessä



Kuva 17. Asiakastyytyväisyys Audi ja Volkswagen, NPS-luku Länsiauto Kotka

Vaikka NPS-lukujen tulokset ovat vertailtavissa CSS-tuloksien kanssa, niin tarkastellessa kuvassa 12 huomataan, että arvostelijat-arvosanoja ei kuitenkaan ole paljoa. kaikkina kuukausina arvostelijat-arvosanojen määrä on alle 10 prosentin. Samoin passiivisten arvosanoja on noin 20 % joka kuussa, joten noin 60–70 % asiakkaista on suosittelijoita eli erittäin tyytyväisiä yrityksen asiakaspalveluun. 2/3 asiakkaista on suosittelijoita,

1/5 asiakkaista passiivia ja 1/10 asiakkaista arvostelijoita. Näistä luvuista voidaan päätellä, että mitä ilmeisemmin kolmesta asiakkaasta kaksi tulee jatkamaan korjaamon käyttöä tulevaisuudessa ja mahdollisesti suosittelee korjaamoa muillekin.

Vaikka CSS- ja NPS-lukujen tuloksista ei suoraan pystytä havainnoimaan, mikä aiheuttaa tiettyinä kuukausina tuloksissa vähän pudotusta, niin on aina hyvä muistaa, että ihmiset ovat vain ihmisiä. Joillakin voi olla huonompi päivä kuin toisilla ja päinvastoin. Tätä ei vain pystytä näkemään suurissa kyselyissä kuin parina huonona arvosanana, jos palautteissa ei ole sanallista osioita.

## **9 Tarkkailujakso, haastattelu ja ongelmakohdat**

Tarkkailujakso suoritettiin toukokuun ja syyskuun välisenä aikana vuonna 2016. Tarkkailujakson aikana seurattiin 5 kuukautta Länsiauto Visio Oy Kotkan huollon toimintaan eli perehdyttiin huoltoneuvojen, varaosamyyjien ja mekaanikkojen töihin. Samaan aikaan pyrittiin tarkastelemaan Länsiauto Kotkan korjaamon ongelma-kohtiin ja analysoimaan, mistä ongelmat syntyvät ja mikä niihin vaikuttaa.

Huollon toimintaan perehdyttiin siten, että tarkkailujakson aikana suoritettiin huoltoneuvojan töitä eli palveltiin asiakkaita huollon palvelutiskillä, vastattiin asiakkaiden yhteydenotto- ja pyyntöihin, valmisteltiin työtilauksia ja luovutettiin valmiit työt asiakkaalle. Samalla suoritettiin työnjohtajan tehtäviä eli tilattiin varaosamyyjien kanssa varaosat työtilaukselle, annettiin mekaanikolle työmääräys, käytiin työmääräys mekaanikon kanssa läpi ja käsiteltiin työmääräys laskutusvalmiiksi. Tätä kautta päästiin perehtymään samalla varaosamyyjien ja mekaanikoiden töihin.

Tarkkailujakson aikana haastateltiin töiden ohessa suullisesti huoltoneuvoja, mekaniikoita ja varaosamyyjä, jotta heiltä saataisiin parempi kuva heidän töistään ja mitä muutoksia heidän mielestään yrityksessä pitäisi tehdä.

### **9.1 Tarkkailujakso huoltoneuvojat**

Huoltoneuvojen työtä seurattiin kaikkein eniten koko yrityksen työntekijöistä. Näin saatiin kuva siitä, miten työmääräykset ja ajanvaraukset suoritettiin. Liikkeelle lähdettiin siitä,

että miten työmääräys aloitetaan, kun asiakas ottaa yhteyttä korjaamoon. Länsiauto Kotkassa ei ole erikseen työntekijää, joka ottaisi pelkästään puheluita tai asiakkaiden yhteydenottoopyyntöjä vastaan vaan huoltoneuvojat vastaavat myös asiakkaiden puheluihin. Kun asiakkaan tilaama työ on otettu vastaan ja aikataulut sovittu, niin huoltoneuvoja pääsee luomaan työmääräystä. Tässä vaiheessa huomattiin, että jokaisella huoltoneuvojalla on omanlaisensa tyyli tehdä työmääräyksiä. Joillain saattoi työmääräyksessä olla ensiksi auton korjaukset ja tämän jälkeen huolto, kun muilla saattoivat työt olla toisessa järjestyksessä. Tässä vaiheessa huomattiin, että tämä aiheutti hieman ongelmia mekaniikoille ja huoltoneuvojille, koska jokainen tulkitsee työmääräystä eri tavalla kuin toinen. Näin mekaanikko joutui välillä selvittämään huoltoneuvojalta, että miten työt suoritetaan ja missä järjestyksessä. Tämä taas vei aikaa itse korjaukselta tai huolloilta.

Sama ongelma havaittiin myös autoa luovuttaessa asiakkaalle. Kun jokainen huoltoneuvoja merkitsee työmääräyksen omalla tavallaan, niin asiakkaan auton luovuttava huoltoneuvoja joutuu välillä tutkimaan työmääräystä pidempään ja selvittämään, mitä autolle on edes tehty. Tämä saattoi antaa asiakkaalle kuvan siitä, että huoltoneuvoja ei välttämättä ole aivan työn tasalla.

## 9.2 Tarkkailujakso varaosamyymäjät

Tarkkailujakson aikana seurattiin, että miten varaosamyymäjät suorittivat varaosien ennakkokeräyksen työmääräykselle. Kun huoltoneuvoja on suorittanut työmääräyksen loppuun, niin työmääräys saapuu varaosamyymäjälle, joka tämän jälkeen tilaa osat tai kerää ne omasta varastosta ennakkoon ja myy varaosat työmääräykselle. Tässä vaiheessa huomattiin ongelma, kun varaosamyymäjiä on vain kaksi, niin usein molemmat varaosamyymäjät ovat varaston puolella ottamassa vastaan varaosia tai ennakkokeräämässä niitä tuleville töille. Näin asiakaspalvelutiski oli välillä tyhjä ja asiakkaat joutuivat odottamaan hetken varaosamyymäjää. Tämä aiheutti sen, että asiakkaat tulivat välillä kysymään varaosia huoltoneuvojilta, jotka taas joutuivat opastamaan asiakkaan oikeaan paikkaan ja mahdollisesti etsimään varaosamyymäjää, mikä taas hidasti huoltoneuvojan työtä.

## 9.3 Tarkkailujakso mekaanikot

Mekaanikoita seurattiin tarkkailujakson aikana siten, että tarkkailtiin, miten he käsittelevät huoltoneuvojan tekemää työmääräystä ja suorittivat itse auton huoltotyön. Ongelmaksi

havaittiin työmääräysten käsittely. Kun jokainen huoltoneuvoja tekee työmääräyksen omalla tavallaan, niin mekaanikko joutuu välillä selvittämään pitkäänkin, mitä hänen pitäisi autolle edes tehdä. Välillä mekaanikko joutui jo ennen työn aloitusta kysymään huoltoneuvojalta, mitä autolle tehdään ja missä järjestyksessä. Tämä tietysti vei mekaanikon ja huoltoneuvojan aikaa.

Mekaanikon hakiessa autoa huomattiin, että mekaanikot käyttävät penkinsuojuksia hyvin ja muitakin suojuksia auton ollessa huollossa. Huollot suoritettiin niin hyvin, että asiakkaat eivät välttämättä huomanneet edes autonsa liikkuneen parkkipaikalta mihinkään. Välillä autot olivat tarkasti samalla paikalla ja samoin päin. Tästä jopa havaittiin, että muutama huoltoneuvoja sai palautetta, ettei autolle olisi tehty mitään. Vaikka huolto suoritettiin moitteettomasti, niin näinkin pienellä asialla saattoi olla vaikutusta asiakastytyväisyyteen kokonaisuudessaan.

Muuten mekaanikot suorittivat kaikki huollot ja korjaustyöt hyvin, ja vain muutaman kerran sattui, että huolellisuutta olisi vaadittu enemmän.

#### 9.4 Haastattelut

Tarkkailujakson aikana myös haastateltiin suullisesti huoltoneuvoja, mekaniikoita ja varaosamyymiä, että tulisiko heidän mielestään Länsiauto Kotkassa tehdä jotain toisin. Muutamia asioita tuli ilmi, ja niistä tärkein tuntui olevan, että uusien autojen varustelijan työnkuva oli muuttunut. Ennen varustelija teki itse työmääräykset ja varasi ajan itselleen kalenteriin, mutta nykyisin varustelijan työmääräykset tekevät huoltoneuvojat. Kuuleman mukaan olisi parempi, jos jatkettaisiin samaan tapaan kuin ennen eli varustelija laatii itse työmääräyksen, tekee itse työn, palauttaa auton automyyjälle ja laskuttaa työmääräyksen.

Muuten haastatteluissa ei tullut ilmi mitään suurempaa, vain pieniä ja samoja huomauksia kuin itse havaittiin tarkkailujakson aikana.

#### 9.5 Ongelmakohtat

Kuvasta 14 ei voida suoraan havaita, mikä Länsiauto Kotkassa aiheuttaisi muutoksia tyytyväisyydessä. Myöskään kun tarkkailujakson aikana ei pystytty havaitsemaan, mikä



ongelma olisi niin iso, että se näkyisi kuvasta 14. Kun asiakaspalvelijat kysyivät huollon lopuksi, että kuinka tyytyväisiä asiakkaat olivat huollon palveluihin, niin suurin osa vastasi, että he ovat tyytyväisiä huollon palveluihin.

Korjaamolla havaittiin ainoastaan pieniä ongelmakohtia, jotka saattavat aiheuttaa pieniä vaihteluita tuloksissa. Ongelmakohtia havaittiin seuraavasti:

- työmääräyksien ero huoltoneuvojen kesken (jokainen huoltoneuvoja tekee omanlaisensa työmääräyksen)
- varaosamyyjiä liian vähän (välillä ei ole tarpeeksi henkilökuntaa, jotta ehdittäisiin keräämään varaosia, palvelemaan asiakasta ja tarkastamaan varaosien määriä varastosta)
- huollot tehdään niin hyvin, että asiakas ei huomaa, että auto on edes liikkunut parkkipaikalta (auto on samalla paikalla, kun asiakas on siihen ajanut ja samoin päin)

Korjaamolla havaittiin muitakin ongelmakohtia, jotka ovat huoltoneuvojista, varaosamyyjistä tai mekaniikoista riippumattomia, kuten tarjousten epäkohtaisuus. Huoltoneuvojen ja varaosamyyjien palvelutiskeillä pyörii jatkuvasti mainoksia huolloista, varaosista ja niiden hinnoista. Näistä vain huomattiin, että tarjoukset eivät tuntuneet olevan aivan ajan tasalla.

## **10 Parannusehdotuksia Länsiauto Visio Oy Kotkalle**

Vaikka CSS- ja NPS-lukujen tuloksista ei pystytä suoraan sanomaan, mikä aiheuttaa tietyn kuukauden arvosanan nousun tai pudotuksen niin tuloksia aina pystytään kuitenkin parantamaan. Jopa pienellä teolla voi olla suuri positiivinen vaikutus asiakkaisiin.

## 10.1 Parannusehdotuksia mekaniikoille

Kuten aikaisemmin mainittiin, pienellä teoilla voi olla suuri vaikutus, ja tämä pätee mekaniikoihin hyvin. Esimerkiksi talven hiekat ja kurat tuntuvat tarttuvan jokaisen kengänpohjaan ja sitä kautta roskat tulevat auton sisään. Pienellä puhdistuksella asiakas näkee heti, että hänen autolleen on tehty jotain. Asiakas ei näe kaikkea, mitä huollossa on tehty. Auton moottoriöljyjen vaihtoa asiakas ei mitään ilmeisemmin tule koskaan näkemään, mutta jos hänen autonsa on ulkopuolelta tai sisäpuolelta puhdistettu, niin tämän asiakas huomaa. Olisi siis suositeltavaa, että kuljettajan jalkatilan matto puhdistettaisiin jokaisessa huollossa. Näin asiakkaalle jäisi visuaalinen kokemus siitä, että autolle on tehty jotain.

On hyvä muistaa visuaalisista havainnoista myös se, että usein asiakas jättää autonsa huoltoon parkkiin auton etupuskuri edellä ajettuna parkkiruutuun. Lähtiessään asiakas joutuisi peruuttamaan autonsa parkkipaikalla, joka ei ole välttämättä hänelle entuudestaan tuttu paikka. Pelkästään sillä, että auto on huollon jälkeen ajettu parkkiruutuun niin päin, että asiakas ei joudu itse peruuttamaan autoaan voi olla suuri vaikutus asiakkaaseen. Näin myös asiakas heti näkee, että hänen autonsa on liikkunut ainakin johonkin suuntaan.

Lyhyesti mekaniikoille olisi vain muutama parannusehdotus:

- Puhdistetaan likainen/kurainen kuljettajan jalkatilan matto jokaisessa huollossa (näin asiakkaalle jää visuaalinen kuva huollosta).
- Huollon jälkeen ajetaan auto niin päin, että asiakkaan ei tarvitse itse peruuttaa ollenkaan.
- Huolellisuus on kaikki kaikessa, asiakas ei halua tulla uudestaan korjaamolle käymään mahdollisen saman vian takia.

## 10.2 Huoltoneuvojille parannusehdotuksia

Huoltoneuvojille ei oikeastaan ole kuin yksi parannusehdotus: työmääräykset tehtäisiin samankaltaisiksi. Toukokuun ja syyskuun välisenä aikana seurattiin työmääräyksien ulkoasua, jolloin huomattiin, että jokaisella on vähän omanlainen toimintatapa työmääräyksiä tehdessään. Näin ollen jokainen asiakas saa omanlaisensa kopion työmääräyksestä tai lopullinen huollon lasku näyttää jokaiselle asiakkaalle erilaiselta. Jos asiakas on ollut tyytyväinen palveluihin ja tulee uudestaan käymään autohuollossa niin huoltokuittien erilaisuus voi hämmentää asiakasta. Eihän ruokakaupastakaan saa kahta erilaista kuittia.

Myös työmääräysten samankaltaisuus auttaa huoltoneuvoja työssään. Kun huoltoneuvojan käsittelee huollon laskua, hän pystyy nopeammin havainnoimaan huoltolaskun kokonaisuudessaan, jos kaikki autojen korjaamolaskut ovat samalla tavalla tehtyjä: hinnat tietyissä paikoissa, huollon merkinnät omalla kohdallaan jne. Myös ongelmatilanteissa huoltoneuvoja pystyy nopeasti selvittämään laskun epäkohdat.

Myös mekaniikoille on tärkeää, että työmääräykset ovat samankaltaisia. Mekaanikko pystyy nopeammin näkemään autolle tehtävän huollon tai työn kokonaiskuvan, eikä hänen tarvitse opetella tulkitsemaan jokaisen huoltoneuvojan tekemiä työmääräyksiä.

Huoltoneuvojille on siis seuraavat parannusehdotukset:

- Työmääräykset samanlaisiksi (näin jokainen pystyy tulkitsemaan työmääräystä nopeasti ja selkeästi).
- Hyvä muistisääntö on se, että palvele asiakasta kuin haluaisit itse saada palvelua.

## 10.3 Parannusehdotukset varaosamyymyjille

Varaosamyymyjille ei ole kuin ainoataan yksi parannusehdotus: varaosamyynnin tiskillä olisi aina hyvä olla yksi varaosamyymjä. Näin asiakasta pystytään palvelemaan nopeasti eikä hänen tarvitse kauaa etsiä oikeata paikkaa. Tietenkään tähän ei ole aina pystytty vain kahdella varaosamyymjällä, jotka ovat samalla muutenkin varastotyöntekijöitä, jotka ottavat vastaan tulevat varaosat ja lajittelevat ne oikealle päivälle ja työlle. Toivottavasti

tilanne parantuu nyt kolmella varaosamyijällä, jolloin yksi heistä pystyisi aina olemaan tiskillä palvelemissa asiakasta.

Lyhykäisyydessään vain parannusehdotus varaosamyijille:

- Pyritään siihen, että aina olisi yksi varaosamyijä tiskillä valmiina palvelemaan asiakkaita.

#### 10.4 Parannusehdotuksia muuten Länsiauto Kotkalle

Tarkkailuajana toukokuun ja syyskuun välillä huomattiin, että tarjoukset eivät olleet aina asiakkaille ajankohtaisia. Yrityksen mainonta tuntui aina olevan hieman myöhässä vuodenaajan ajankohtaan nähden. Tätä olisi hyvä parantaa niin, että mainonnan ajankohta olisi aina vähä ennen tiettyä vuodenaikaa, esimerkiksi kun keväällä ilmat alkavat lämpenemään, niin olisi hyvä alkaa tarjota asiakkaalle ilmastointihuoltoja kesän varalle. Kaikki eivät ajattele niin paljoa etukäteen autoaan, että huomaisivat tällaiset asiat. Eri vuodenaajoille olisi hyvä aina tehdä erilaisia tarjouksia asiakkaan ja auton tarpeen mukaan sään mukaan.

Tarjonnassa olisi myös hyvä se, että asiakkaalle jäisi jotain huollosta käteen jotain muuta kuin vain pelkästään kuitti. Asiakas ei välttämättä huomaa, että auto on edes käynyt huollossa muuta kuin siitä, että mittaristosta on poistunut huollon merkkivalo. Joistakin asiakkaista saattaa tuntua, että hän on ehkä joutunut maksamaan näkymättömästä hyödystä. Vuodenaajan mukaan asiakkaalle olisi hyvä tarjota jotain fyysistä, kuten kesällä hyönteisiä irrottavaa lasinpesunestettä tai talvella ikkunaraappa. Näin saadaan asiakkaalle visuaalinen kuva siitä, että hän on käynyt huollossa ja saanut jotain huoltoon kuulumatona, ylimääräistä

Mekaanikoiden ja huoltoneuvojen haastatteluiden mukaan ennen uusien autojen varustelu oli vain yhden mekaanikon työ eli varustelija itse teki omat työmääräyksensä, haki avaimet automyyjiltä ja laskutti tehdyn työn. Tällä hetkellä varustelu on muuttunut niin, että työnjohtaja joutuu tekemään työmääräyksen ja laskuttamaan sen. Näin on saatu mukaan yksi ylimääräinen osa uusien autojen varustelun työvaiheisiin. Suositeltavaa

olisi, että uusien autojen varustelua jatketaan samaan malliin kuin ennen: varustelija tekee työmääräykset itse ja käsittelee laskun. Näin saadaan yksi ylimääräinen työvaihe pois varustelusta, kun huoltoneuvojan ei tarvitse puuttua työtilauksiin tai laskutuksiin.

Muutokset kokonaisuudessaan Länsiautolle:

- Tarjoukset laaditaan ajankohtaisiksi vuodenaikaan nähden.
- Annetaan asiakkaalle jotain fyysistä myös mukaan, kun hän käyttää autoansa huollossa (fyysinen kuva palvelusta).
- Vanha uusien autojen varustelu takaisin, varustelija hoitaa itse työmääräykset ja laskutuksen.

Kokonaisuudessaan parannusehdotukset eivät aiheuttaisi suuria muutoksia aiheuttavia, mutta asiakkaalle voi pienikin muutos olla visuaalisesti suuri. Hänelle jää kuva siitä, että hänen asiastaan ja autostaan välitetään.

## 11 Lopuksi

Jos Länsiauto Visio Oy Kotka seuraa näitä parannusehdotuksia, niin uskon asiakaspalautteiden parantuvan. Vaikka muutokset eivät ole suuria, niin pienilläkin muutoksilla voidaan saada aikaan tuloksia ja huoltopalvelu jäämään asiakkaan mieleen. Näin asiakas saattaa muistaa jatkossakin käyttää korjaamoa ja kehua myös muillekin autojen omistajille korjaamoa, joka on taas ilmaista markkinointia yritykselle.

Kuitenkin on muistettava, että ihmiset ovat ihmisiä eikä kaikkia pystytä miellyttämään, vaikka mitä tekisi. Jokaisella yksilöllä on omat tarpeensa ja halunsa. Huoltoneuvojan on tarkoitus palvella asiakasta, mutta samalla hänen on muistettava yrityksen näkökanta. Kaikkea ei siis voida antaa ilmaiseksi eivätkä kaikkia yrityksen tekemät ratkaisut miellytä.

## Lähteet

1. Pitkä historia päättyy, Berner myy autoliikkeen. Verkkodokumentti. Kauppalehti <<http://www.kauppalehti.fi/uutiset/pitka-historia-paattyy-berner-myy-autoliik-keet/VpLCarmS>> Päivitetty 12.10.2012. Luettu 1.11.2016
2. Länsiauto konserni vuonna 2016. Verkkodokumentti. Länsiauto. <<https://www.lansiauto.fi/konserni>> luettu 1.11.2016
3. Länsiauton konsepti laajenee: Kotkan Volkswagen-konseptimyymälä on avattu. Verkkodokumentti. Länsiauto. <[https://www.lansiauto.fi/ajankoh-taista/03e5ad54f92f8bc7d6dc79be28e665b3/lansiauto\\_laajenee\\_kotkan\\_volks-wagenkonseptimyymala\\_on\\_avattu](https://www.lansiauto.fi/ajankoh-taista/03e5ad54f92f8bc7d6dc79be28e665b3/lansiauto_laajenee_kotkan_volks-wagenkonseptimyymala_on_avattu)> Luettu 1.11.2016.
4. Länsiauto Visio Oy. Verkkodokumentti. Taloussanomat. <<http://www.iltasano-mat.fi/yritys/lansiauto-visio-oy/helsinki/0800394-3/>> Luettu 1.11.2016.
5. Latva-Koivisto, Mikko. Hyvä asiakaspalvelu ja mitä sen tuottamiseen tarvitaan. Verkkodokumentti. Provad. <<http://www.provad.fi/blogi/hyva-asiakaspalvelu>> Luettu 10.11.2016.
6. Arantola, Heli. 2013. Uskollinen asiakas. Kuluttaja-asiakkuuksien johtaminen. Helsinki: WSOY.
7. Kiviharju, Petteri. 2016. Excel-tiedostot Länsiauton Kotkan CSS-tuloksista 2016 väliltä tammikuu-syyskuu.
8. Kiviharju, Petteri. 2016. Excel-tiedostot Länsiauton Kotkan NPS-luvuista 2016 väliltä tammikuu-syyskuu.
9. Volkswagen Suomi. Verkkodokumentti. Volkswagen. <<http://www.volkswa-gen.fi/fi.html>>. Luettu 11.11.2016.
10. NPS-mittaamalla parempaa asiakasuskollisuutta. Verkkodokumentti. Integral. <<http://www.integral.fi/blogi/nps-kysely/>>. Luettu 18.11.2016.

11. Measuring your Net Promoter Score. Verkkodokumentti. Bain & Company. <[http://www.theultimatequestion.com/theultimatequestion/measuring\\_netpromoter.asp?groupCode=2](http://www.theultimatequestion.com/theultimatequestion/measuring_netpromoter.asp?groupCode=2)>. Luettu 18.2016.
12. Reichheld, Fred. 2011. The Ultimate Question 2.0. McGraw-Hill Education.
13. Net Promoter Score (NPS)-kyselytutkimus. Verkkodokumentti. SurveyMonkey. <<https://fi.surveymonkey.com/mp/net-promoter-score/>>. Luettu 18.11.2016.