

Opinnäytetyö AMK

Liiketalous

NLIIBS13 Markkinointi
2017

Ylberie Ejupi

ASIAKASTYYTYVÄISYYS- TUTKIMUS CASE:

– Videovuokraamo FilmTownin Easy Rent -palvelu

Ylberie Ejupi

ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS CASE:

- Videovuokraamo FilmTownin Easy Rent -palvelu

Opinnäytetyön tavoitteena oli saada selville videovuokraamo FilmTownin uuden Easy Rent – palvelun asiakkaiden mielipiteitä ja samalla asiakkaiden mahdollisia ideoita palvelun kehittämiseksi. Mielipiteitä palvelusta pyrittiin saamaan selville kyselytutkimuksella, joka on toteutettu tekemällä kysely Webropol –kyselytyökalulla ja lähettämällä se palvelun asiakkaille sähköpostiviestillä. Tavoitteena oli myös selvittää, miten Easy Rentin kaltainen palvelu pärjää asiakkaiden mielestä markkinoilla, joilla on tällä hetkellä yhä enemmän digitaalisia palveluita ja videovuokraamot näyttävät häviävän katukuvista. Opinnäytetyössä käsitellään suoratoistopalveluiden, kuten Netflixin ja HBO:n suosiota ja onko FilmTownin Easy Rent – palvelulla sijaa videovuokraamona markkinoilla suoratoistopalveluiden keskellä.

Tavoitteet kyselylle ja siitä saataville vastauksille on mietitty yhdessä FilmTownin toimitusjohtajan kanssa. Hänen kanssa on käyty läpi, mitä tietoa FilmTown haluaa saada kyselystä sekä mihin kysymyksiin yritys haluaa vastauksia. Tärkeimmäksi asiaksi, joka haluttiin selvittää kyselyllä, nousi esille se, mitä mieltä asiakkaat ovat palvelun sisällöstä ja onko myös mahdollisia kehittämisideoita palvelulle. Mielipiteitä palvelun sisällöstä oli tärkeää selvittää, koska haluttiin tietää tarkemmin, millaisia vuokratallenteita asiakkaat toivoivat lisää, esimerkiksi enemmän elokuvia, sarjoja, uusia vai vanhoja julkaisuja.

Kokonaisuudessaan kyselyyn vastanneet asiakkaat vaikuttivat olevan tyytyväisiä palveluun. Palvelu toimi asiakkaiden mielestä hyvin ja myös palvelun kautta saataviin vuokratallenteisiin oltiin tyytyväisiä, varsinkin uusia vuokratallenteita arvostettiin. Osa vastaajista olisi toivonut pitempää vuokra-aikaa. Kyselystä saatujen vastausten perusteella pyritään tarjoamaan konkreettisia kehittämisideoita niin Easy Rent –palvelulle, kuin myös FilmTownille yrityksenä. Easy Rent –palvelu ei valitettavasti menestynyt ja sitä ei enää ole. Siksi tavoitteeksi tulikin esittää kehitysidea, josta FilmTown saattaisi hyötyä myös muuten, eikä vain Easy Rent – palvelua ajatellen. Kyselystä saatu kehittämis ehdotus, josta olisi mahdollisesti hyötyä FilmTownille, on varaussovelluksen tekeminen. Sen kautta asiakkaat voisivat varata ja maksaa videotallenteet jo etukäteen, ainoastaan nouto tapahtuisi liikkeistä. Näin asiakkaat olisivat tyytyväisiä, kun saisivat aina haluamansa elokuvan.

ASIASANAT:

videovuokraamo, suoratoistopalvelut, digitalisoituminen

Ylberie Ejupi

CUSTOMER SURVEY CASE:

- Video rental shop FilmTown's Easy Rent service

The aim of this thesis, is to find out video rental shop FilmTown's customers' opinions, for the new service Easy Rent, with a survey made with Webropol survey tool. The survey was sent to the customers by email. Another aim is to look for new developing ideas that the customers may have. Moreover the study looks into, how a service like Easy Rent succeeds, according to the customers, in the field, where video rentals are diminishing and digitalization is more and more a part of everyday life. While streamlining companies such as Netflix and HBO are taking over the entertainment field, this thesis finds out if a service like Easy Rent could have a chance in the field of entertainment.

The goal was discussed together with the CEO of FilmTown, Most importantly FilmTown wanted to know what the customers think of the content of the Easy Rent service. The company also wished to know if the customers were satisfied with the movies and series that were available to with the service. In addition FilmTown wanted to find out a, if customers valued more movies or series and whether they want more new or old releases.

As an outcome of the survey, most respondents seemed to be fairly pleased with the service. Customers considered that the service was easy to use and they were pleased with the selection of the movies, especially with new release movies. However few of the respondents, would have hoped for a longer lease time. New concrete development ideas are taken forward from the answers. Unfortunately the Easy Rent service did not succeed as hoped and it no longer exists. The most beneficial idea that arose from the survey, was to develop a mobile app for the customers. This would be beneficial for the FilmTown company, and not just the service. With the app the customers could reserve and pay the movie they want from FilmTown and go and collect it from the video rental shop.

KEYWORDS:

video rental shop, video on demand, digitalization

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 FILMTOWNIN SEKÄ EASY RENT –PALVELUN ESITTELY	8
2.1 Filmtown yrityksenä	8
2.2 Easy Rent -palvelu	9
2.3 Mitä Easy Rent – palvelu tarjoaa asiakkaille?	11
2.4 Yhteistyö Mutsis on -blogin kanssa	15
3 EASY RENT –PALVELUN ASEMA MARKKINOILLA	17
3.1 Easy Rent – palvelun asemointi markkinoilla	17
3.2 Filmtownin Easy Rent – palvelun kilpailijat	19
3.3 Easy Rent –palvelun vahvuuksia	23
3.4 Easy Rent -palvelun mahdollisia heikkouksia	24
3.5 Mahdollisuuksia ja kehittämisideoita Easy Rent –palvelulle	30
3.6 Easy Rent –palvelun uhat	31
4 KYSELY JA SEN ANALYSOINTI	32
4.1 Kyselyn tutkimusongelman selvittäminen	32
4.2 Kyselyn tutkimustulosten läpikäynti	34
4.3 Kyselyn tulosten analysointi	41
4.4 Johtopäätökset Easy Rent –palvelun kyselytuloksista	44
4.5 Kehitysideat FilmTownin tähän hetkeen heijastettuna	46
5 POHDINTA	50
5.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja kyselystä saadut kehittämisideat	50
5.2 Johtopäätöksiä miksi palvelusta ei tullutkaan suurta menestystä	50
5.3 Opinnäytetyön tekemisen arviointia	52
LÄHTEET	53

LIITTEET

Liite 1. Easy Rent –palvelun kysely asiakkaille

TAULUKOT

Taulukko 1. FilmTownin elokuvatarjonnan ja suoratoistopalveluiden elokuvatarjonnan vertailu. **22**

KUVIOT

Kuvio 1. SWOT-analyysi Easy REnt -palvelusta mahdollisten ongelmien tunnistamiseen ja palvelun kehittämiseen.	19
Kuvio 2. Kysymys 1. Oletko ollut tyytyväinen Easy Rent –palveluun?	34
Kuvio 3. Kysymys 2. Mitä hyötyjä sinulle on ollut Easy Rent – palvelusta?	34
Kuvio 4. Kysymys 3. Käytätkö lisäksi suoratoistopalveluita Easy Rent – palvelun rinnalla, jos niin mitä?	35
Kuvio 5. Kysymys 4. Mitä etsit / arvostat Filmtownin valikoimassa?	36
Kuvio 6. Kysymys 5. Onko tallenteiden vuokrauspalveluiden kohdalla tärkeämpää hinta vai sisältö?	36
Kuvio 7. Kysymys 6. Onko sinulle tärkeää, että elokuvien uudet ensi-illat ovat katsottavissa mahdollisimman pian julkistamisen jälkeen?	37
Kuvio 8. Kysymys 7. Onko tärkeämpää palvelun sisältö (esim. Filmtownin uudet ensi-illat) vai se että palvelu löytyy netissä?	37
Kuvio 9. Kysymys 8. Easy Rent – palvelu tarjoaa saman verran ensi-iltoja kuin monta stream palvelua yhteenlaskettuna. Onko ensi-iltojen (elokuvat + sarjat) laaja tarjonta mielestäsi tärkeä ominaisuus palvelulle?	38
Kuvio 10. Kysymys 9. Easy Rent – palvelun vuokra-ajan pituus on 2 vuorokautta. Onko se mielestäsi hyvä pituus?	38
Kuvio 11. Kysymys 10. Onko palvelun käyttäminen ollut helppoa?	39
Kuvio 12. Kysymys 11. Oletko tyytyväinen tuotteiden tarjontaan?	39
Kuvio 13. Kysymys 12. Onko vuokratallenteet mielestänne helppo saada omaan käyttöön?	40
Kuvio 14. Kysymys 13. Onko ruusuja tai risuja palveluun liittyen?	40

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on videovuokraamo FilmTownin uusi palvelu nimeltä Easy Rent. Palvelulla on mahdollista vuokrata elokuvia kiinteään kuukausihintaan FilmTownista. Palvelu on tehty vastaiskuna suoratoistopalveluille, jotka vievät yhä enemmän asiakkaita kivijalkavuokraamoista. Opinnäytetyössä esitellään FilmTown yrityksenä ja keskitytään tarkastelemaan tarkemmin FilmTownin uusinta vuokratallenteille suunnattua palvelua nimeltä Easy Rent. Opinnäytetyön tavoitteena on saada selville asiakkaiden mielipiteitä Easy Rent –palvelusta sekä heidän tyytyväisyyttään palvelun toimivuuteen ja mahdollisia ajatuksia palvelun kehittämiseksi. Opinnäytetyössä pyritään myös selvittämään millainen markkinarako FilmTownilla on Easy Rent –palvelun kaltaisella palvelulla kivijalkavuokraamona suoratoistopalveluiden keskellä.

Asiakkaiden mielipiteitä on tarkoitus selvittää asiakastyytyväisyyskyselyllä, joka suoritetaan sähköpostikyselyllä Webropol –kyselytyökalulla. Kysely toteutetaan lähettämällä linkki kyselyyn FilmTownin Easy Rent –palvelun asiakkaille. Näin saadaan selville asiakkaiden mielipiteitä sekä mahdollisia kehittämissideoita. Tärkeimmät asiat, joita pyritään selvittämään kyselyllä, ovat asiakkaiden mielipiteiden ohella, heidän tyytyväisyytensä palvelun tarjoamaan sisältöön sekä mielipiteet palvelun käytön helppoudesta. Tarkoituksena on myös selvittää, ovatko asiakkaat tyytyväisiä palveluun sellaisenaan vai toivovatko he muutosta ja onko asiakkailla omia kehittämissideoita palvelulle.

Yhä enemmän digitalisoituvassa maailmassa kivijalkavuokraamoilla on kova kilpailu saada pidettyä vanhat asiakkaat ja saada uusia asiakkaita monien asiakkaiden vaihtaessa perinteiset kivijalkavuokraamot internetissä löytyviin suoratoistopalveluihin. Opinnäytetyön edetessä palvelun myynti uusille asiakkaille lakkautettiin helmikuussa 2017. Kaikkien toistaiseksi voimassa olevien Easy Rent –palveluiden myynti lakkautettiin elokuussa 2017, joten kehittämiss ehdotukset on tarkoitettu videovuokraamo FilmTownin käyttöön oman toimintansa kehittämiseen. Opinnäytetyön tekemisen päätyttyä palvelua ei ollut enää.

Keskeinen tietoperusta, jota on käytetty opinnäytetyön tekemiseen, on keskittynyt melko paljon asiakassuhteiden hoitoon ja palveluiden kehittämiseen sekä markkinoinnin kilpailukeinojen soveltamiseen palvelun asemointia tehtäessä.

2 FILMTOWNIN SEKÄ EASY RENT –PALVELUN ESITTELY

2.1 Filmtown yrityksenä

Video Film Town Oy on perustettu vuonna 1991 ja se on perheyrittäjäpohjainen osakeyhtiö. Yrityksen toimialana on elokuvatallenteiden vuokraus kivijalkavuokraamoissa sekä oheistuotteiden, kuten makeisten, virvokkeiden sekä suolaisten purtavien myynti. FilmTownin liikevaihto oli vuonna 2015 noin 10 miljoonaa euroa. Ketjussa työskentelee kokonaisuudessaan noin 250 työntekijää. (FilmTown 2016a.)

Yrityksen ensimmäinen videovuokraamo palvelee yhä edelleen samassa osoitteessa Turussa Eerikinkadulla. FilmTown – myymälöitä on nykyään noin 50 ympäri Suomea ja jokaisessa myymälässä on todella laaja valikoima vuokratallenteita. Liikkeissä on myös vuokratallenteiden lisäksi satoja erilaisia irtomakeisia ja paljon erilaisia irtopähkinöitä. FilmTown –myymälöille on tärkeää, että tuotteet ovat saatavilla mahdollisimman helposti asiakkaille ja liikkeet ovatkin usein hyvien kulkuyhteyksien sekä pysäköintimahdollisuuksien varrella, jotta asioiminen olisi asiakkaille mahdollisimman helppoa. Liikkeiden aukioloajat vaihtelevat melko paljon paikkakunnittain. Monet liikkeet avaavat kello 12-14 välillä ja sulkevat noin kello 22. Viikonloppuisin liikkeet sulkevat yleensä vasta kello 23. Näin asiakkailta on enemmän aikaa asioida liikkeissä. (Liikkeet, FilmTown, 2016.)

FilmTownille on yrityksenä tärkeää, että sillä on mahdollisimman laaja valikoima elokuvia sekä sarjoja, niin uusia kuin myös vanhempia julkaisuja. Tällä tavalla yritys pyrkii tarjoamaan mahdollisimman suurelle asiakaskunnalle mieleistä tarjontaa. FilmTown panostaa varsinkin elokuvissa uusiin julkaisuihin ja pyrkii saamaan mahdollisimman monta uutuutta vuokraamoihin niin nopealla aikataululla, kuin julkaisut on mahdollista saada liikkeisiin. (FilmTown 2016b.)

FilmTown –ketjuun kuuluu myös CandyTown, joka keskittyy oheistuotteiden, kuten irtomakeisten, pähkinöiden sekä virvokkeiden myyntiin. CandyTown myymälöistä saa myös useimmissa myymälöissä ostettua vanhoja FilmTownissa vuokrauskäytössä olleita vuokratallenteita omaksi. CandyTown myymälöitä löytyy niin kauppakeskuksista, kuin myös muista liiketiloista. CandyTownin lisäksi FilmTown –ketjuun kuuluu myös Spice Ice –jäätelöbaareja. (FilmTown 2016c.)

2.2 Easy Rent -palvelu

Easy Rent on FilmTownin uusi palvelu, joka mahdollistaa palvelun asiakkaille koko FilmTownin tarjonnan käyttämistä kiinteällä kuukausihinnalla. Palvelun tarjontaan kuuluvat kaikki FilmTownin vuokratallenteet, niin elokuvat kuin sarjatkin. Tarjontaa on laidasta laitaan eri-ikäisille asiakkaille. Elokuvia ja sarjoja löytyy niin perheen pienimmille, kuin myös aikuisille. (EasyRent, Filmtown 2016a.)

Easy Rent –palvelu on lanseerattu asiakkaiden käyttöön 1.4.2016. Palvelu on suunnattu perinteistä vuokrausta ja laajaa elokuvavalikoimaa arvostavalle asiakkaalle, jolle elokuvien valinta sekä makeispussin kokoaminen on elämys. Easy Rent –palvelu on syntynyt siitä, että on haluttu helpottaa perinteistä vuokrauselämystä kunnioittavien asiakkaiden asiointia FilmTowneissa. Vuokraaminen onnistuu helposti FilmTown-kortilla ja vuokrausaikaa on pidennetty kahteen vuorokauteen yhden sijaan. (H. Laine, henkilökohtainen tiedonanto 23.9.2016)

Asiakas saa otettua Easy Rent –palvelun käyttöönsä rekisteröitymällä minun.filmtown –palveluun (minun.filmtown.fi) tai ostamalla aktivointikoodin netistä osoitteesta <https://minun.Filmtown.fi/aktivoi/easyrent>. Asiakas voi aktivoida Easy Rent –palvelun myös missä tahansa FilmTown myymälässä. Palvelun voi aktivoida joko toistaiseksi voimassa olevaksi tai määräaikaisena. Määräaikaisena palvelu tulee kuitenkin ottaa vähintään kolmeksi kuukaudeksi. Toistaiseksi voimassa oleva tilaus veloitetaan asiakkaan tililtä kuukausittain, kunnes asiakas

itse peruu tilauksensa minun.filmtown palvelusta. (H.Laine, henkilökohtainen tiedonanto 23.9.2016)

Easy Rent –palvelu maksaa FilmTownin VIP asiakkaille 17,95€ kuukaudessa ja tavallisille asiakkaille 19,95€ kuukaudessa. Easy Rent –palvelulla asiakas saa käyttöönsä koko FilmTownin myymälävalikoiman pidennetyllä kahden vuorokauden vuokra-ajalla. Yhdellä kuukausimaksulla on mahdollista vuokrata elokuvia ja sarjoja mistä tahansa FilmTown kivijalkavuokraamosta. (EasyRent, Film-town 2016b.)

Palvelun hinta perustuu FilmTownin asiakkailleen teettämään kyselyyn, jossa yritys on tiedustellut, mikä olisi sopiva hinta kuukausikortille. Hinta perustuu myös siihen, että Easy Rent –palvelun lanseeraushetkellä verkossa toimivien yksittäisten vuokrauspalveluiden valikoimat eivät vetäneet vertoja FilmTownin tarjonnalle, joka vastaa laajuudeltaan samaa, kuin muutaman verkossa toimivan kuukausilaskutteen suoratoistopalvelun valikoimat yhteensä. (H. Laine, henkilökohtainen tiedonanto 23.9.2016) FilmTownin uutuuselokuvien tarjonta on edelleen vuonna 2017 huomattavasti laajempi verratessa suoratoistopalveluiden tarjontaan. Ainoastaan Makuuni Oy:n Watson palvelusta oli saatavilla tuoreimmat uutuuselokuvat. Muista suoratoistopalveluista ei ollut saatavilla kuin ihan muutama uutuuselokuva, kun taas FilmTownista ja Watsonista on saatavilla lähes kaikki uutuuselokuvat, jotka on julkaistu vuonna 2017. Tämä perustuu itse tehtyyn vertailututkimukseen, joka on tehty joulukuussa 2017. Vertailututkimuksessa on vertailtu Netflix, HBO, Watson, Viaplay, suoratoistopalveluiden tarjontaa FilmTownin tarjontaan.

Ostamalla Easy Rent –palvelun asiakkaan on mahdollista vuokrata yhteensä maksimissaan jopa 60 elokuvaa tai sarjaa yhden kuukauden aikana. Tämä tarkoittaa sitä, että yhden vuokratallenteen hinta on noin 0,30 euroa per tallenne, jos kuukaudessa vuokraa kokonaisuudessaan mahdolliset 60 kappaletta. (EasyRent, Filmtown 2016c.) Tämä mahdollisuus tekee palvelusta kannattavan FilmTownissa usein asioiville asiakkaille.

Vuokra-aika on palvelun asiakkaille kaksi vuorokautta, mikä on pitempi kuin normaalin vuokrauksen yhteydessä oleva yhden vuorokauden aika. Tällä on haluttu mahdollistaa asiakkaille pitempi aika katsoa vuokratallenteita ja näin palvelu on asiakasystävällisempi, koska vuokraamossa ei tarvitse käydä joka päivä. Palvelussa on kuitenkin rajoite, siten että yhdellä vuokrauskerralla saa vuokrata yhteensä kaksi tallennetta, oli se sitten elokuva tai sarja. Kun vuokratallenteet on palautettu, saa asiakas taas vuokrata uudet tallenteet palautettujen tallenteiden tilalle. (EasyRent, Filmtown 2016d.) Vuokratallenteiden palauttaminen tapahtuu FilmTown liikkeisiin. Tallenteet palautetaan myymälän tiskille, josta asiakaspalvelija kirjaa palautetut tallenteet järjestelmään. Myös yöpalauttaminen on mahdollista useimmissa liikkeissä. Tallenteet voi tiputtaa FilmTown liikkeiden ovesa olevasta postiluukusta liikkeeseen sisälle. Palautuksen tulee kuitenkin tapahtua kahden vuorokauden sisällä, jotta tallenne saadaan kirjattua järjestelmään.

Tallenteiden vuokraaminen Easy Rent –palvelun käyttöönottamisen jälkeen on helppoa, koska asiakkaan ei tarvitse maksaa kassalla jokaista vuokratallennetta erikseen jokaisella asiointikerralla, vaan ainoastaan henkilötodistuksen näyttäminen kassalla riittää. Eli asiakkailla ei tarvitse olla muuta mukana, kuin vain ajokortti sen jälkeen, kun Easy Rent –palvelu on otettu käyttöön. Tämä tekee asioinnista mahdollisimman vaivatonta ja helppoa asiakkaille. (H. Laine, henkilökohtainen tiedonanto 23.9.2016)

2.3 Mitä Easy Rent – palvelu tarjoaa asiakkaille?

Easy Rent – palvelu tarjoaa aktiivisille asiakkaille mahdollisuuden hyödyntää edullista vaihtoehtoa, millä he voivat vuokrata vuokratallenteita kiinteään kuukausihintaan. Tämä palvelu on hyödyllinen asiakkaille, jotka vuokraavat vielä vuokratallenteita mieluummin kivijalkavuokraamosta, kuin katsovat elokuvia ja sarjoja suoratoistopalveluiden kautta internetissä. Easy Rent –palvelu on hyvä paketti juuri niille asiakkaille, jotka nauttivat FilmTownissa käymisestä ja halua-

vat edelleen jatkaa kivijalkavuokraamoissa käymistä. Palvelu tulee edullisimmaksi aktiivisille asiakkaille, jotka käyvät enemmän kuin kolme kertaa kuukaudessa vuokraamassa ensi-iltaelokuvia (normaalisti elokuvien hinta 4 euroa VIP-asiakkaille tai 5 euroa tavallisille asiakkaille elokuvaa kohti) FilmTownissa ja samalla he voivat vuokrata paljon enemmän tallenteita, palvelun kokonaishintaan verrattuna, kuin mikä olisi mahdollista ilman palvelua.

Asiakkaiden tyytyväisyys johtuu tekijästä, jonka asiakas on kokenut tuottavan positiivisen yllätyksen. Sen sijaan toiminta, joka on odotusten mukaista ei ole tyytyväisyyden tuottaja, vaan se on odotusten tekijä, jonka oletetaan toteutuvan automaattisesti. Siksi tyytyväisyys, jonka asiakkaat kokevat merkitseekin aina odotusten ylittymistä, vain odotusten vastaavuuden sijaan. (Rope & Pöllänen 1994, 165.) FilmTown on pyrkinyt tuottamaan asiakkailleen palvelun, jonka asiakkaat kokevat tuottavan heille hyötyä enemmän, kuin mitä asiakkaat saavat perusasioinnista. Näin asiakkaat ovat toivottavasti yllättyneet positiivisesti ja olleet tyytyväisiä Easy Rent –palveluun.

Yrityksille on tärkeää valita oikea hinnoittelustrategia tuotteilleen ja palveluilleen. Yksinkertaisimmillaan tuotteen hinta maksetaan kerran, jonka jälkeen tuotteen omistusoikeus siirtyy ostajalle. Tietotuotteiden myynti eroaa fyysisten tuotteiden kaupasta siten, että tuote ei ole siinä konkreettinen, vaan sama tuote myydään eri asiakkaille useaan kertaan. Koska tuotteiden omistusoikeutta ei haluta antaa yleensä asiakkaalle, tämä johtaa siihen, että tuote lisensoidaan eli ainoastaan sen käyttöoikeus myydään. Hinnoittelumallit kannattaa rakentaa niin, että hinta joustaa käyttötarkoituksen ja asiakkaan mukaan. Ilman joustavaa hinnoittelua, on mahdollista joutua tilanteeseen, jossa tuotteen hinta on asiakkaalle yksinkertaisesti liian suuri verrattuna asiakkaan saamiin hyötyihin. (Hinnoittelun ABC – opas, Tieke, 2017)

Easy Rent –palvelun hinnoittelussa on päädytty tuotepakettikohtaiseen hinnoittelumalliin. Tässä hinnoittelumallissa asiakas hankkii käyttöoikeuden tuotepakettiin, johon sisältyy määrätyn verran tuotteita tai palveluita. Hinnan paketoin-

nilla tarkoitetaan tilannetta, jossa asiakkaan saama hyöty on suurempi valmiiksi kootussa kokonaisuudessa, kuin tuotteiden ostaminen erikseen. Esimerkiksi, kuten Easy Rent –palvelulla on mahdollistettu pakettihinnalla 17,95 (VIP-asiakkaat) tai 19,95 euroa (tavalliset asiakkaat) kuukaudessa, koko FilmTownin tarjonnan käyttäminen. Tuotepaketti mahdollistaa tyypillisesti huokeamman hinnan, kuin jos tuotteet ostetaan erikseen. (Hinnoittelun ABC – opas, Tiede, 2017b)

Easy Rent –palvelun kaltainen palvelu voi parhaimmassa tapauksessa tuoda yritykselle kanta-asiakkaan, joka jatkaa FilmTown yrityksen palveluiden ja tuotteiden käyttämistä myös Easy Rent –palvelun käyttämisen loputtua. Kanta-asiakas on henkilö, joka ostaa yrityksestä säännöllisesti, eikä suosi kilpailevia yrityksiä. Kanta-asiakkaat ovatkin yrityksille merkittäviä, koska heiltä yritykset saavat tuottoa ja paljon kallisarvoista tietoa, jota yritys voi käyttää markkinoinnin kohdentamiseen. Asiakastyytyväisyys syntyy positiivisten tuntemusten avulla ja kanta-asiakkailta kerätyn tiedon avulla, on mahdollista huomioida tiettyjä asiakkaita yhä paremmin ja luoda näin yhä enemmän positiivisia kokemuksia. (Raatikainen 2008, 34-38.)

Easy Rent –palvelu on todella kannattava esimerkiksi perheellisille asiakkaille, jotka vuokraavat kerralla sekä lapsille että vanhemmille suunnattuja elokuvia tai sarjoja. Näin hinta ei nouse liian korkeaksi FilmTownissa useasti asioiville asiakkaille. Vuokraaminen on helppoa palvelun asiakkaille, koska he eivät tarvitse muuta mukaan kuin ajokortin, jota näyttävät kassalla asioidessaan FilmTownissa.

Easy Rent -palvelun kautta FilmTown on osannut reagoida tarpeeseen tämän kaltaiselle palvelulle vastaiskuna suoratoistopalveluille. Yritysten tulee olla niitä, jotka katsovat tulevaisuuteen. Yritykset ovat niitä, joilta pitäisi tulla ideat uusiin palveluihin ja tuotteisiin. Samalla on tärkeää, että yritykset osaavat reagoida asiakkaiden tarpeisiin, jopa ennen kuin asiakas itse ymmärtää tarpeensa. Ostaja eli loppukäyttäjä osaa harvoin sanoa, miten hänen tarpeensa ja ongel-

mansa tulisi ratkaista. Ostaja osaa kyllä kertoa, mikä ongelma hänellä on tuotteisiin tai palveluihin nähden. (Balac 2009, 50.)

Filmtown on osannut reagoida asiakkaiden tarpeisiin, jopa ennen, kuin asiakkaat ovat itse osanneet pyytää Easy Rentin kaltaista palvelua. Tämä on hyvää ennakkointia FilmTownilta, koska se pyrkii yrityksenä keksimään kannattavia ratkaisuja asiakkailleen. Varsinkin aikana, jolloin digitalisaatio vaikeuttaa kivijalkaliikkeiden ja –videovuokraamoiden kilpailukykyä, koska monet palvelut ovat siirtyneet internetiin ja toimivat ainoastaan yritysten kotisivujen kautta tai ovat ottaneet kotisivut kivijalkaliikkeiden rinnalle. Digitalisoituminen on melko suuri edellytys nykyaikana yrityksille, jotta ne pärjäävät kilpailussa muihin yrityksiin nähden.

Easy Rent –palvelun kaltaisella palvelulla Filmtown pystyy myös sitouttamaan asiakkaitaan yritykseensä, koska palvelulla pyritään saamaan pitempiaikaisia asiakkaita. Tämä on parempi verrattuna kerta-asiakkaiden tavoittelemiseen, koska pitempiaikaiset asiakkaat ovat kannattavampia pitkällä aikataulilla. Asiakkuus koostuu useista kohtaamisista sekä monista erilaisista vaiheista, joihin yrityksen kannattaa kiinnittää huomionsa, jotta se voi kehittää asiakassuhteita. (Selin 2013, 29.) Hyvin huolletut asiakassuhteet tarkoittavat tyytyväisiä asiakkaita, mikä edesauttaa yrityksen menestystä.

FilmTown voisi pyrkiä kehittämään Easy Rent –palvelua entistä enemmän asiakkaiden toiveiden mukaiseksi. Näin palvelu olisi vielä houkuttelevampi asiakkaille ja vastaisi juuri asiakkaiden esittämiä tarpeita. Tarjonnan lisääntyessä jatkuvasti, on asiakkailla yleensä useita eri vaihtoehtoja tuotteiden tai palvelun hankkimiseen. (Selin 2013, 167.) Tämän seurauksena FilmTownin olisi kannattavaa kuunnella asiakkaitaan ja heidän toiveitaan palvelun kehittämisestä ja asiakkaiden toiveita palvelun sisällöstä. Yrityksen kannattaa kehittää palveluitaan ja tuotteitaan asiakkaiden toiveiden mukaisesti, jotta asiakkaat pysyvät mahdollisimman tyytyväisinä.

Jokainen asiakas on yksilö, joka pyrkii etsimään itselleen sopivia tuotteita ja palveluita, mitkä täyttävät juuri asiakkaiden esittämiä vaatimuksia. Tämän takia jokainen asiakas käyttäytyy omalla tavallaan ja yritysten tulisi ottaa se myös huomioon. Tämä tuottaakin yrityksille vaikeuksia, koska tuotteita ja palveluita tulisi pyrkiä kehittämään jatkuvasti asiakkaiden tarpeiden ja vaatimusten mukaisesti. Tämän seurauksena yrityksille saattaa tulla paljon kuluja, kun yritetään ymmärtää asiakkaiden tarpeita ja kehittää sen mukaista palvelua tai tuotetta. (Doole ym. 2005, 164.) Olisikin tärkeää pyrkiä kuuntelemaan asiakkaita tarkkaan, jotta ei tulisi tilannetta, että yritykselle tulisi turhia kuluja uuden palvelun tai tuotteen kehityksestä, joka ei täysin vastaakaan asiakkaiden toiveita, vaan saataisiin juuri asiakkaiden haluama ja toivoma palvelu tai tuote markkinoille.

FilmTown on toivottavasti saanut markkinoille palvelun, jolle on kysyntää ja joka täyttää juuri asiakkaiden esittämät vaatimukset ja toiveet, tuodessaan Easy Rent –palvelun markkinoille. Yritykset kuitenkin pyrkivät palveluillaan ja tuotteillaan juuri täyttämään asiakkaiden vaatimukset ja tarpeet.

2.4 Yhteistyö Mutsis on -blogin kanssa

FilmTown on tehnyt yhteistyötä turkulaisen Mutsis on –blogin kanssa markkinointimielessä. Mutsis on –blogin kirjoittaja Emilia Huttunen kertoo kokemuksistaan Easy Rent –palvelun käytöstä ja esimerkiksi mitä kaikkea hyötyä palvelusta on saatavilla lapsiperheille. Hän kertoo, että esimerkiksi lasten ja puolison kanssa on tullut vietettyä enemmän aikaa, kun käy yhdessä vuokraamassa elokuvia ja tulee myös katsottua ne yhdessä. Blogin kanssa tehtävä yhteistyö on järkevää FilmTownille, koska Mutsis on –blogi on paljon luettu blogi ja se on voittanut myös blogikilpailuiden palkintoja. Tällaisella yhteistyöllä Easy Rent –palvelu saa näkyvyyttä ja samalla se tulee tutuksi mahdollisille asiakkaille ja sen kautta onkin mahdollista saada myös uusia asiakkaita. (Mutsis on blogi 2016a.)

Huttunen kertoo käyttökokemuksiaan Easy Rent –palvelusta ja ohjeita, miten palvelu toimii. Huttunen kehottaa lukijoitaan, erityisesti perheellisiä lukijoita, ajattelemaan FilmTowniin lähtemistä enemmänkin lasten kanssa aikaa viettämiseksi, kuin suureksi vaivannäöksi. Netflixin Huttunen mainitsee ohimennen sanoen, että ensi-ilta julkaisut tulevat paljon nopeammalla aikataululla ja paljon varmemmin FilmTowniin kuin Netflixiin ja suositteleekin Easy Rent –palvelua lukijoilleen, jotka odottavat erityisesti ensi-ilta elokuvia. Bloggaaja myös painottaa kirjoituksissaan, että palvelun avulla voi vuokrata myös sellaisia elokuvia, joita ei normaalisti vuokraisi. Palvelulla on kuitenkin vain kuukausihinta, joten ei tule sitä tunnetta, että rahat menevät hukkaan, jos ei pidäkään elokuvasta. Myös lapset voivat vuokrata samoja elokuvia ja sarjoja monta kertaa saman perustelun vuoksi. (Mutsis on blogi 2016b.)

3 EASY RENT –PALVELUN ASEMA MARKKINOILLA

3.1 Easy Rent – palvelun asemointi markkinoilla

Uuden palvelun tullessa markkinoille on yrityksen tärkeää miettiä palvelun tulevaa asemointia markkinoilla. Asemoinnilla eli positioinnilla tarkoitetaan yrityksen tai tuotteen sijoittamista markkinoilla haluttuun mielikuva-asemaan kilpailijoihin nähden. Asemoinnissa on tarkoituksena, että kehitetään tuotemielikuvasta erottuva sekä haluttu asiakkaan mielessä. Yritykselle on tärkeää selvittää tärkeimmät ominaisuudet, joiden perusteella tuote tai yritys arvioidaan kuluttajien silmissä. Näitä asioita ovat esimerkiksi palvelun laatu, henkilökohtaiset kontaktit, toimintaympäristö, jakelukanavat, markkinointiviestintä sekä asiakkuuksien hallinta. Hinnoittelulle löydetään sopiva liikkumavara eli hinnoittelualue, asemoinnin kautta. (Raatikainen 2008, 77, 150.)

Selvitettäessä oman yrityksen asemoinnin toteutumista niin strategisten, kuin taktistenkin toimenpiteiden osalta on tärkeää seurata kilpailijoiden toimenpiteiden vaikutusta yrityksen omaan toimintaan. Tätä kutsutaan kilpailijaseurannaksi. Markkinaseurannassa taas voidaan käyttää yleistermiä business intelligence. Sillä käsitetään kaikkea kilpailukenttään ja asiakkaisiin liittyvän tiedon systemaattista keräämistä ja analysointia. Tehokas tiedon käsittely sekä sen käyttö ohjaamisen välineenä onkin tehokkaan kysynnän hallinnan perusedellytys. (Finne & Kokkonen 2005, 180.)

Easy Rent – palvelulla on ikään kuin oma markkinarakonsa suoratoistopalveluiden rinnalla. Se ei ole kuitenkaan aivan rinnastettavissa niihin, koska palvelu ei ole internetissä, vaan toimii ihan perinteisen kivijalkavuokraamon tavoin. Joten tässä asiassa Easy Rent – palvelulla on etunsa, koska se ei periaatteessa kilpaile suoratoistopalveluiden asiakkaista, jotka eivät harkitsisi kivijalkavuokraamoja. Mutta toisaalta, vaikka suoraa verrattavissa olevia kilpailijoita on vähän, on kuitenkin vaikeaa tietää ketkä asiakkaat vaihtaisivat suoratoistopalvelun kivijalkavuokraamoon. Tämän takia yritysten onkin tärkeää pyrkiä selvittämään koko-

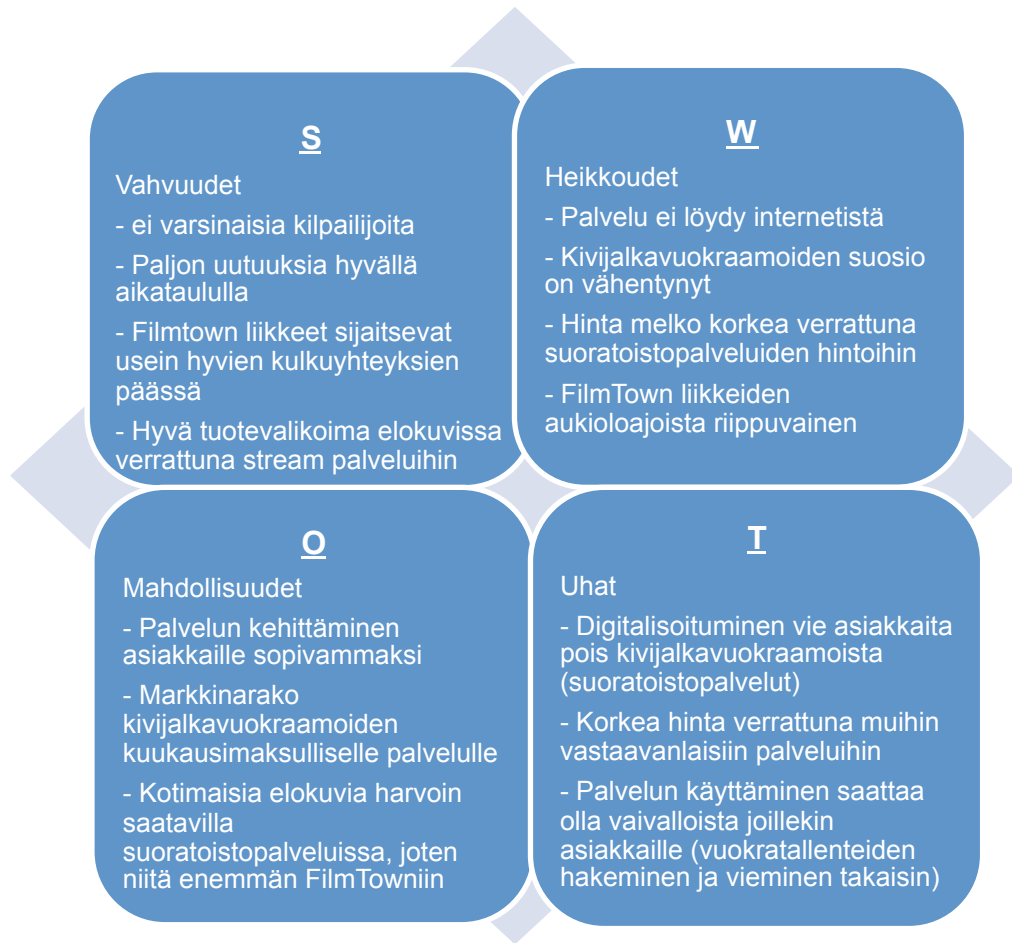
naismarkkinansa. Kokonaismarkkinoita selvitettäessä saadaan myös samalla selville paljon tietoa keskeisimmistä kilpailijoista. (Lotti 2001, 49.)

Elokuvien vuokraamisen tulevaisuus näyttää melko myrskyiseltä. Video-on-Demand eli videoiden maksullinen katsominen internetissä mahdollistaa yritykselle todella edulliset kustannukset, verrattuna esimerkiksi videovuokraamoiden kustannuksiin, johon kuuluvat liiketilojen, henkilöstön ja vuokratallenteiden hankinnasta aiheutuvat kulut. (Keskinen 2000, 57.)

Nykyään, kun monet palvelut siirtyvät kivijalkaliikkeistä internetiin, yrityksille on tärkeää ainakin yrittää reagoida digitalisoitumiseen ja luoda palveluja, joilla saavat asiakkaat pysymään heillä, eivätkä vaihtamaan toiseen palveluun. Vaikka digitaalisuus on monelle yritykselle myös mahdollisuus, on se toisille suuri uhka. Varsinkin, jos palvelu on alun perin tarkoitettu kivijalkakaupaan ja se ikään kuin menettää tarkoituksensa digitalisaation myötä tai sen liiketoimintaa pitää muuttaa aivan toisenlaiseksi, jos yritys aikoo digitalisoitua. (Sponda 2017.)

On tärkeää tietää kokonaismarkkinoista, jotta voi tehdä markkina-analyysin. Yrityksen ja sen tuotteiden ja tuotemerkkien asema tärkeimpiin kilpailijoihin ja heidän tuotteisiinsa nähdään kokonaismarkkinoiden kautta. (Lotti 2001, 49.) Kun tietää asemansa kokonaismarkkinoissa, tietää samalla myös kilpailijansa ja osaa reagoida kilpailijoiden markkinoille tuomiin tuotteisiin ja palveluihin. Näin yritykset pysyvät myös itse mukana kilpailussa, eivätkä ne jää jälkeen kehityksessä. FilmTownille on tärkeää pyrkiä selvittämään asemansa markkinoilla, jotta se pystyy kohdentamaan tuotteitaan ja palveluitaan mahdollisimman hyvin juuri oikeille asiakkaille. Näin ei tule turhia kustannuksia, kun yritetään myydä tuotetta kuluttajille, jotka eivät ole oikeaa kohderyhmää.

Alla olevassa kuviossa on käyty läpi Easy Rent –palvelun ominaisuudet SWOT-analyysillä. Siinä on käsitelty palvelun hyvät ja huonot puolet sekä mahdollisia kehitysalueita ja uhkia. Seuraavissa kappaleissa käsitellään tarkemmin palvelun vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia.



Kuvio 1. SWOT-analyysi Easy REnt -palvelusta mahdollisten ongelmien tunnistamiseen ja palvelun kehittämiseen.

3.2 Filmtownin Easy Rent – palvelun kilpailijat

Easy Rent –palvelulla ei suoranaisesti ole kilpailijoita, jotka tarjoaisivat täsmälleen saman palvelun. Filmtownin ainut tämänhetkinen melkein suoranainen kilpailija on Makuuni Oy, joka ei kuitenkaan tarjoa täsmälleen samanlaista palvelua kuin Filmtownin Easy Rent –palvelu. Makuuni Oy:llä on melkein vastaavanlainen palvelu internetissä nimeltä Watson. Watsonista voi vuokrata kuukausimaksulla 9,90€ / kuukausi elokuvia, mitkä asiakas voi katsoa suoratoistona tietokoneella, tabletilla tai älypuhelimesta. Eli varsinaista käyntiä kivijalkavuok-

raamossa ei tarvita, koska elokuvat voi katsoa suoratoistona eikä tallenteita vuokrata fyysisinä tallenteina videovuokraamosta. Elokuvat ja sarjat ovat katsotavissa 48 tuntia eli saman verran kuin Filmtownin Easy Rent –palvelussa ovat vuokratallenteet asiakkailla vuokrassa. (Vuokraa elokuvia netissä – Watsonin makuunissa, 2017.)

Etuna Makuunin Watson palvelulla verrattuna Filmtownin Easy Rent –palveluun on se, että vuokratallenteita ei tarvitse hakea kivijalkavuokraamosta, vaan ne löytyvät helposti internetistä. Watson palvelun kautta on mahdollista vuokrata uutuuselokuvia ja palvelusta löytyy myös suomalaisia uutuuselokuvia, joita ei ole mahdollista katsoa esimerkiksi kansainvälisiltä suoratoistopalveluilta, kuten Netflix, HBO ja Amazon Prime. Myös hinta on edullisempi verrattuna FilmTownin Easy Rent –palveluun, vaikka vuokra-aika on molemmilla palveluilla saman pituinen. Easy Rent –palvelun asiakkaille lähetettävällä kyselyllä pyritään selvittämään asiakkaiden mielipiteitä Easy Rent –palvelun vuokra-ajan pituudesta. Vastausten perusteella voidaan miettiä, miten palvelua voisi esimerkiksi kehittää, jotta Easy Rent –palvelu pärjäisi markkinoilla.

Palveluiden kehityksen lähtökohtana pitäisi aina olla se, että palvelua kehitetään asiakkaalle vastamaan hänen tarpeitaan. Uuden keksiminen ja edistys ovat ihanteita nyky-yhteiskunnassa ja tämä heijastuukin vahvasti myös liiketoimintaan. Kuluttajat arvostavat, että yritykset tietävät, mitkä asiat ovat suhteessa tärkeitä heille. On itsestään selvää, että kuluttajat haluavat tuotteita ja palveluita, jotka parantavat elämänlaatua. Aidot parannukset elämänlaatuun ovatkin varmasti arvokkaita sekä kuluttajille että yrityksille. (Korkman & Arantola 2009, 105.) Kun yritykset panostavat asiakkaisiin ja heidän kuuntelemiseensa on loppupeleissä aina tyytyväisiä asiakkaita. Asiakkaat tuntevat itsensä tärkeiksi yrityksille ja ovat valmiita myös itse panostamaan ja sitoutumaan kyseiseen yritykseen, jos ovat olleet tyytyväisiä yrityksen toimintaan.

Muita palveluita, joita voisi pitää FilmTownin Easy Rent –palvelun kilpailijoina ovat erilaiset suoratoistopalvelut, kuten esimerkiksi kansainväliset Netflix, HBO,

Amazon Prime, Viaplay ja C More. Nämä suoratoistopalvelut ovat melko suuressa suosiossa nykyään ja ne ovatkin syrjäyttäneet jonkin verran kivijalkavuokraamoiden perinteistä vuokraamista. Nämä kuitenkin eroavat Easy Rent –palvelusta juuri sen takia, että palvelut löytyvät pelkästään internetistä, eivätkä ne ole videovuokraamoita. Suurimmissa osissa edellä mainituissa palveluissa elokuvia ja sarjoja ei tarvitse vuokrata, vaan niitä voi katsoa käytännössä rajattomasti yhdellä kuukausimaksulla. Easy Rent –palvelun heikkoutena tässä on se, että tallenteita saa vuokrattua vain kaksi kerralla ja pitää kaksi vuorokautta, rajattoman katsomisen ja vuokrausmäärän sijaan.

Edellä mainituissa suoratoistopalveluissa elokuvien ja sarjojen tarjontaan ei useinkaan kuulu uusimpia julkaisuja, varsinkaan elokuvien kohdalla. Uusimpia elokuvia löytyi tutkimisen jälkeen Makuunin Watson palvelussa. Netflix, HBO, Viaplay ja C More eivät tarjoa kovinkaan uusia elokuvia ja niiden tarjonta vaihtelee sisällöltään melko paljon toisistaan. Sarjojen uusia tuotantokausia näytti olevan melko paljon jokaisessa edellä mainitussa palvelussa. Netflixissä, HBO:ssa ja Amazon Primessä ei ollut ollenkaan suomalaisia elokuvia katsottavissa. Viaplay, C More ja Watson tarjoavat myös suomalaisia elokuvia. Viaplayn ja C Moren tarjontaan ei kuulu kuitenkaan uusimpia julkaisuja suomalaisista elokuvista. Kaikki edellä mainittujen palveluiden nettisivut ovat myös suomeksi ja palveluissa on mahdollista valita myös suomenkieliset tekstitykset elokuvaan ja sarjoihin katsottaessa. Jokaisessa palvelussa oli erikseen lapsille suunnattu osio, missä oli ainoastaan lapsille suunnattua sisältöä. HBO:n palveluun oli esimerkiksi mahdollista asettaa jopa salasana, jotta lapset eivät pääse katsomaan aikuisille tarkoitettua sisältöä ilman salasanaa.

Elokuvateattereita voisi myös pitää Easy Rent –palvelun kilpailijoina. Elokuvateattereissa on aina uusimmat elokuvat nähtävillä nopealla aikataululla ja elokuvia on niin suomalaisia, kuin myös ulkomaisia. Hinta elokuvateattereissa on kuitenkin kalliimpi verrattuna Easy Rent –palveluun. Hinnat elokuvanäytöksiin elokuvateattereissa ovat paikkakunnasta, viikonpäivästä ja kellonajasta riippuen todella vaihtelevat, hintahaarukka on noin 10–15 euroa.

Taulukko 1. FilmTownin elokuvatarjonnan ja suoratoistopalveluiden elokuvatarjonnan vertailu.

	palvelu				
elokuva	FilmTown	Netflix	HBO	Watson	Viaplay
Hidden Figures	ON	EI	EI	ON	ON (ostettavissa)
Tom of Finland	ON	EI	EI	ON	EI
Kaneliakainaloon, Tatu ja Patu	ON	EI	EI	ON	ON (ostettavissa)
Vaiana	ON	EI	EI	ON	ON
Hinta / kk	19,95 / 17,95€	7,99 €	9,99 €	9,90 €	9,99 €

Edellä olevassa taulukossa on vertailtu tiettyjen elokuvien saatavuutta taulukossa olevissa palveluissa. Kaikki taulukossa olevat elokuvat on julkaistu vuonna 2016 tai 2017. Taulukko on tehty tutkimalla eri palveluiden kotisivuja ja vertailemalla, löytyykö palvelulta kyseistä elokuvaa tai sarjaa. Elokuvateattereita ei ole otettu mukaan taulukkoon, koska julkaisupäivät elokuville elokuvateattereissa sekä DVD –levyinä ovat usein niin kaukana toisistaan, että elokuvaa ei usein enää esitetä elokuvateattereissa sen tultua ulos DVD –levynä. Se on kuitenkin tarkistettu, että elokuvat olivat elokuvateattereissa katsottavissa niiden julkaisun jälkeen ja kaikki taulukossa olevat, elokuvat ovat olleet katsottavissa ainakin Finnkinon elokuvateattereissa niiden julkaisuajankohtana. Taulukosta on nähtävissä, että uusimpia elokuvajulkaisuja ei ole saatavilla kaikista suoratoistopalveluista. Viaplay suoratoistopalvelussa kaksi vertailuista elokuvista eivät olleet peruskäyttäjille katsottavissa muuten, kuin ostamalla kyseisen elokuvan palvelun kautta. Eli tässä tapauksessa asiakkaan pitää maksaa enemmän, kuin perus kuukausimaksun, jotta voisi katsoa kyseisen elokuvan. Kaikissa suoratois-

topalveluissa sopimus on toistaiseksi voimassaoleva ja sen voi purkaa koska tahansa.

3.3 Easy Rent –palvelun vahvuuksia

Easy Rent – palvelun kautta on mahdollista käyttää koko FilmTownin tarjontaa. Se sisältää kaikki FilmTownissa olevat elokuvat sekä kaikki sarjat, niin uutuus elokuvat eli ensi-illat, kuin myös vanhemmat julkaisut elokuvista ja sarjoista. FilmTownilta saa vuokrattua myös Blu-Ray –levyjä sekä 3-D levyjä, joten paremman kuvan perässä olevat asiakkaat saavat itselleen mahdollisuuden vuokrata mieluista kuvalaataa (vertaa esimerkiksi suoratoistopalveluiden tarjoama HD). Easy Rent –palvelun ansiosta elokuvia ja sarjoja on mahdollista vuokrata useammin ja hinta ei kuitenkaan nouse vuokrauskertojen myötä asiakkaille. Easy Rent –palvelu onkin kannattava henkilöille ja etenkin perheille, jotka ovat säännöllisesti vuokranneet vuokratallenteita FilmTownista. Tulevaisuudessa yritykset, jotka kehittävät yhdessä loppukäyttäjien eli asiakkaiden kanssa tuotteensa ja palvelunsa, tulevat menestymään liiketoiminnassa. Vaikka ratkaisujen kehittämisen ei tarvitse olla kokonaan uuden tuotteen innovointia, voi se kuitenkin olla tuotteen tai palvelun muuttamista asiakasystävällisempään suuntaan. (Balac 2009, 96.)

Nykyaikana monet palvelut ovat siirtyneet internetiin ja niin myös sarjojen ja elokuvien katsominen. Tässä FilmTownilla onkin vastusta, vaikka kilpailu ei suoranaisesti ole samasta palvelusta, koska FilmTown on kivijalkavuokraamo eikä palvelu ole tällä hetkellä ainakaan saatavilla internetissä suoratoistopalveluna. Nykyään uusia asiakkaita on vaikea saada kivijalkavuokraamoihin, koska sama palvelu on periaatteessa mahdollista saada internetistä suoratoistopalvelujen kautta lähtemättä liikkeelle kotoa. Tämä houkuttaa nykyään monia kuluttajia paljon, koska näin suoratoistopalveluiden käyttäminen on todella helppoa, eikä vaadi minkäänlaisia ponnistuksia asiakkailta. (Suoratoistopalveluiden suosio kasvaa rytinällä Suomessa – jo lähes kaksi miljoonaa käyttäjää, 2017.) Myös

suoratoistopalvelun käyttöön kuuluva kalusto, eli tabletti, kannettava tietokone tai esimerkiksi smart TV, on joka tapauksessa suurimmalla osalla kuluttajista jo entuudestaan, joten palvelua varten ei tarvitse hankkia lähtökohtaisesti mitään lisälaitteita.

Easy Rent –palvelun nykyisiin asiakkaisiin panostaminen onkin varmasti kannattavinta yritykselle ja aktiivisille asiakkaille Easy Rent on todella kannattava, verrattuna kertavuokraamiseen useammin, kuin kolme kertaa kuukaudessa (ensi-ilta elokuvat 4 euroa VIP-asiakkaille ja 5 euroa tavallisille asiakkaille vuokrauskertaa kohden). Näin asiakkaat saavat tavalliseen vuokraukseen verrattuna edullisempaan hintaan vuokrattua enemmän tallenteita ja samalla myös pitää tallenteita kauemmin.

Easy Rent –palvelun vahvuudet verrattuna pelkästään suoratoistopalveluihin, kuten Netflix, C-more tai HBO, on FilmTownin laaja tarjonta niin elokuvien kuin myös erilaisten sarjojen uusimpien kausien julkaisuissa. Tallenteet ovat vuokrattavissa FilmTownissa nopealla aikataululla heti, kun ensi-illat julkaistaan. Suoratoistopalvelut ovat tässä hitaampia ja esimerkiksi ensi-iltaelokuvia ei ole useinkaan suoratoistopalveluissa heti, kun ne julkaistaan, vaan ne ovat muissa palveluissa usein jopa vuosien viiveellä. Tähän ei tietenkään kuulu suoratoistopalveluiden tuottamat omat sarjat sekä elokuvat. (KP-24 2017.) Uudet ensi-illat ovatkin valtti, jota FilmTownin kannattaa ehdottomasti käyttää, jotta nykyiset sekä myös mahdolliset uudet asiakkaat asioisivat FilmTownissa.

3.4 Easy Rent -palvelun mahdollisia heikkouksia

Kivijalkavuokraamoiden suosio on laskenut suoratoistopalveluiden tultua markkinoille ja myös FilmTown on saanut kärsiä tästä osansa. Siksi FilmTown tekikin niille vastaiskuna Easy Rent –palvelun, jotta asiakkaille saataisiin tehtyä vuokraus kannattavammaksi ja houkuttelevammaksi. (H.Laine henkilökohtainen tiedonanto 23.9.2016) Tämä onkin hyvä idea palvelulle, koska kuukausimaksu

voisi olla houkuttelevampaa asiakkaille, kuin kertamaksun maksaminen jokaisesta käyntikerrasta. Kuukausilaskutteen palvelun myötä asiakkaat saattaisivat käydä useammin FilmTown liikkeessä vuokraamassa tallenteita ja näin myös FilmTownin oheistuotteiden, kuten irtokarkkien ja muiden makeisten myynti, saattaa kasvaa, mikä on kuitenkin positiivinen lisä FilmTown yritykselle.

Digitaalinen kaupankäynti luo erilaisia vaihtoehtoja yleisille kanaville, jotka ovat perinteisesti tarjonneet kaikille asiakkailleen samanlaisia palveluja. Erilaisiin kuluttajapreferensseihin sekä kuluttajaryhmiin, on kuitenkin mahdollista reagoida uusien teknologisten ratkaisujen avulla. Osa asiakkaista pitää halvempia hintoja tärkeimpänä ostopäätökseen vaikuttavana tekijänä, kun taas toiset arvostavat enemmän parempaa informaatiota tai palvelun tasoa. Markkinamekanismien toimiessa tehokkaasti, palveluiden erilaistumista johtaa esimerkiksi asiakkaiden vaatimusten erilaisuus. (Uusitalo 2002, 57.)

Kehittyvä teknologia sekä uudet jakelukanavat ovat vaatineet uusia keksintöjä sekä uusia strategioita eri studioilta ja elokuvien tuotantoyhtiöiltä digitalisoituvassa maailmassa. Monet tuotantoyhtiöt ovat ikään kuin pakottaneet itsensä eteenpäin, jotta pysyisivät digitalisoitumisen perässä. Näiden yritysten on pitänyt totuttautua uusiin menetelmiin ja alustoihin sekä asiakkaiden kehittyviin kulutustottumuksiin. (Curtin 2014, 33-34.) Suoratoistopalvelut ovat siis panostaneet siihen, että kulkisivat kehityksen ja digitalisaation mukana ja joistakin yrityksistä, kuten esimerkiksi Netflix ja HBO on tullut jopa edelläkävijöitä alallaan.

Easy Rent –palvelun hinta on melko korkea verrattuna esimerkiksi suoratoistopalveluiden hintoihin. Suoratoistopalveluista suurin osa laskuttaa suurin piirtein noin 10 euroa kuukaudessa (esimerkiksi Netflix 7,99€/kk, HBO 9,95€/kk, Viaplay 9,99€/kk), kun taas Easy Rent –palvelu on 19,95 euroa kuukaudessa tavallisille asiakkaille ja VIP-asiakkaille palvelu maksaa 17,95 euroa kuukaudessa. Tämä voisi olla yksi palvelun heikkous, koska asiakkaat voivat mieltää kivijalkavuokraamoista vuokratallenteiden hakemista vaikeampana, kuin esimerkiksi suoratoistopalveluiden käytön. Tuotteen voimakkain ominaisuus onkin hinta.

Palvelun tuottaja ei voi viestiä asiakkaalle palvelun tasosta millään muulla tavalla yhtä hyvin, kuin juuri hintaviestillä. Tällä tavalla palvelun tuottaja viestii myös odotetusta asiakasryhmästä, työntekijöiden ammattitaidosta sekä oman yrityksensä osaamisesta. Hinnan määrittäminen on kuitenkin vaikeaa, mutta tärkeintä on, että se sopii molemmille sekä yritykselle, että asiakkaalle. (Rissanen 2006, 230.)

Yleensä hinta asetetaan välille, jossa alaraja asettuu tuotteen omakustannushintaan ja yläraja lisäarvoon, jonka asiakas kokee. Differoinnilla tarkoitetaan yrityksen palvelun tai tuotteen erottamista, kilpailijoiden vastaavista palveluista tai tuotteista, merkitsevillä eroilla. Yrityksen onnistuessa differoinnissa, pystyy se todennäköisesti myös saavuttamaan suuremman hinnoitteluvapauden. Hinnan toimivuus voidaan kiteyttää niin, että hinta määräytyy markkinoilla, ajassa sekä asiakkaan ajatuksissa. Käytännössä se merkitsee sitä, että jostakin tuotteesta tai palvelusta on mahdollista saada markkinoilla eri aikana eri hinnan. (Raatikainen 2008, 151.)

Hinta on mietittävä tarkkaan tuotteelle, jotta sillä saadaan katettua yritykselle tulevat kustannukset ja sen lisäksi tuottaa voittoa yritykselle ja tietenkin, että hinta on tuotteelle sopiva myös asiakkaiden mielestä. Vaikeaa on kuitenkin arvioida, minkä suuruisen hinnan asiakkaat ovat valmiita maksamaan tuotteesta tai palvelusta. FilmTown on teettänyt kyselyn asiakkailleen ennen palvelun lanseeraamista, missä tiedusteltiin oikeaa hintaa kuukausikortille. Vastauksena FilmTown sai 19,95 euroa kuukaudessa, mikä asetettiin palvelun hinnaksi. (H.Laine, henkilökohtainen tiedonanto 23.9.2016)

Mikrotaloudelliset mallit, jotka kuvaavat kuluttajan käyttäytymistä perustuvat tavallisesti hyötyteoriaan. Tämän mukaan kuluttajat pyrkivät jakamaan käytettävissä olevat varansa niin, että kokonaishyöty, jonka hän saa kulutuksestaan tulee mahdollisimman suureksi. Kokonaishyöty on siis koettu omaisuus, joka perustuu asiakkaan tarpeisiin. Tuotteen hyöty eli arvo on määrä, jonka asiakas kokee saavansa tuotteen kuluttamisesta. (Laitinen 2007, 101.) Yrityksen on tär-

keää tietää, miten asiakkaat kokevat tuotteesta tai palvelusta saatavan hyödyn, jotta oikea hinta saadaan asetettua.

Cost benefit mallilla eli kustannus-hyötyanalyysillä yrityksen on mahdollista saada tietoa siitä, kuinka lupaavia sen investoinnit tai projektit ovat. Tämän mallin avulla tehtävässä analyysissä verrataan yhden vaihtoehdon kustannuksia sen oletettuun hyödyllisyyteen. Kustannus-hyötyanalyysi tehdään onnistuneesti neljässä seuraavassa vaiheessa:

1. Kustannusten kirjaaminen: Aluksi on kerättävä kaikista projekti / investointivaihtoehdoista mahdollisesti koituvat kulut, ne tulee kirjata muistiin. Jatkossa on merkittävä myös muut mahdollisesti koituvat kustannukset. Projektin vaikutukset yritykseen tulee myös merkitä.
2. Hyötyjen arviointi: Toisessa vaiheessa tulee miettiä eri vaihtoehtoja tukevia tekijöitä. Eri vaihtoehtojen hyödyt tulisi pystyä päättelemään erilaisten esiin tulleiden tekijöiden perusteella.
3. Kustannusten ja hyötyjen vertailu: Tässä vaiheessa verrataan kustannuksia ja hyötyjä toisiinsa. Hyödyille tulisi antaa mielellään rahallinen arvo, jos se on mahdollista tässä vaiheessa.
4. Vaihtoehtojen vertailu: Kolmannen vaiheen tuloksista riippuen, yrityksen tulisi arvioida kustannukset sekä sen pitäisi perustella hyödyt 1–3 argumentilla. Tämän jälkeen yrityksen tulee päättää, minkä vaihtoehdon valitsee edetäkseen suunnitelman mukaan.

(Strategy-Train, 2017)

Edellä olevilla vaiheilla yrityksen kannattaa miettiä yrityksen uuden projektin tai tuotteen tuottavuutta ja kannattavuutta yritykselle ennen, kuin yritys lähtee toteuttamaan projektia. Näin yritys minimoi mahdolliset epäonnistuvat projektit ennaltaehkäisevästi.

Vaikka hinta onkin kilpailijoita korkeampi, on FilmTownilla kuitenkin se etu, että asiakaspalvelijat voivat työllään saada asiakkaat tyytyväisiksi hyvällä palvelulla.

Tämän takia onkin hyvä oppia tuntemaan omat asiakkaat, koska tällä tavalla pystytään tarjoamaan juuri sitä, mitä tietty asiakas haluaa. Tällä tavalla edes kalliimpi hinta kilpailijoihin nähden ei välttämättä johda siihen, että uskolliset asiakkaat ajautuisivat kilpailijoille. (Robinson & Etherington 2006, 22.)

Palvelustrategialla asiakassuhteita vahvistetaan luomalla palveluja. Asiakassuhteiden kulmakiveksi saattaa muodostua esimerkiksi tavarakomponenttien muokkaus palveluksi. Yritys voi näyttää osaamistaan kyvyllään palvella asiakkaitaan kilpailukykyisesti, jolloin se pystyy differoimaan yrityksen omaa tarjontaa. Palvelustrategialla on mahdollista jopa pitää kilpailijat asiakassuhteiden ulkopuolella. Toisaalta sillä on mahdollista jopa voittaa vakiintuneiden yritysten esteet ja päästä markkinoille kilpailemaan uusista asiakkaista. Yritys, joka noudattaa palvelustrategiaa keskittyy strategisessa ajattelussaan sekä päätöksenteossaan ensisijaisesti palveluun ja sen laatuun. (Grönroos 1998, 44.)

Yritysten on osoitettava palveluista ja tuotteista saatava arvo asiakkaille. Kun asiakkaalle on osoitettu saatava arvo, on asiakas valmis tekemään itselleen sopivan ratkaisun. Jos esimerkiksi kaikkien yritysten tarjoamat tuotteet ja palvelut luovat asiakkaille yhtä paljon arvoa, siirtyy silloin keskustelun painopiste hintaan. Sen vuoksi olisikin tärkeää, että oman yrityksen tuote tai palvelu pystyisi erottautumaan kilpailijoiden tuotteista tai palveluista. (Kaario ym. 2004, 106-107.)

Yksi Easy Rent –palvelun heikkous on varmaankin se, että uusia ensi-iltaelokuvia haettaessa saattaa joutua odottamaan, että saa vuokrattua haluamansa, koska vuokratallenteita on rajattu määrä. Suoratoistopalvelussa taas ei tarvitse odottaa, vaan voi katsoa haluamansa elokuvan tai sarjan heti kun haluaa. Suoratoistopalveluissa on mahdollista, että kaikki asiakkaat voivat katsoa samoja elokuvia tai sarjoja samaan aikaan, koska esimerkiksi elokuvia ei ole vain rajattu määrä, mikä riittäisi vain tietylle määrälle asiakkaita. Tässä olisi siis alue, mihin FilmTown voisi panostaa. Esimerkiksi FilmTown voisi tilata enemmän vuokratallennekappaleita, jos se vain on mahdollista. Tärkeää olisi tieteen-

kin pyrkiä ennakoimaan oletettavaa tallenteiden suosion määrää, jotta yritys ei menisi häviölle tässä tilanteessa.

Easy Rent –palvelulla on myös se heikkous, että vuokratallenteita pitää lähteä fyysisesti hakemaan kivijalkavuokraamosta sekä viemään niitä takaisin vuokraajan päätyttyä. Nykyään vallitsevassa todella hektisessä elämäntyyliissä ihmisten on vaikeaa ajoittaa päivänsä niin, että tämän tyylinen palvelu sopisi heidän elämäntyyliinsä varsinkin, jos vuokraamoita ei sattuisi olemaan asuinalueen lähetyvillä sellaisella etäisyydellä, että vuokraelokuvaa olisi helppoa ja nopeaa hakea esimerkiksi työpäivän päätyttyä. Tässä suoratoistopalveluilla on etunsa, koska niiden asiakkaiden ei tarvitse suunnitella etukäteen, haluavatko he katsoa jotain sisältöä palvelulta esimerkiksi illalla, vaan päätöksen voi tehdä silloin, kun haluaa ja asiakkaan haluama sarja tai elokuva löytyy heti valmiiksi tabletilta tai kannettavalta tietokoneelta katsottavaksi. Asiakkaiden ei myöskään tarvitse lähteä hakemaan haluamaansa elokuvaa tai sarjaa, vaan ne on mahdollista löytää ja katsoa kotisohvalta.

Suoratoistopalvelut vetoavatkin usein juuri nykyiseen hektiseen elämäntapaan markkinoinnissaan. Ne pyrkivät tarjoamaan asiakkailleen ratkaisuja liikkuvuuteen, joustavuuteen sekä kätevyYTEEN. Samalla suoratoistopalvelut pyrkivät painottamaan sitä, että niiden avulla elokuvien ja sarjojen katsominen on yksilöllistä, eikä tarvitse tyytyä esimerkiksi muiden perheenjäsenten valitsemaan elokuvaan, vaan jokainen perheenjäsen voi katsoa mieleistään sisältöä samalta suoratoistopalvelulta kaikista laitteista, esimerkiksi älypuhelimista, tableteista, smart-tv:istä ja kannettavista tietokoneista. (Tryon, 2013, 59.)

Jopa Walt Disneyn toimitusjohtaja Robert Iger on sanonut, että DVD-levyjen myynti on kärsinyt huomattavasti Netflixin tultua markkinoille. Netflixin käyttäjämäärä on kasvanut nopealla vauhdilla räjähdysmäisesti ja se näkyy myös pitemmällä aikatahtimella DVD liiketoimintaan. (Dixon 2014, 7.) Liikkeet, jotka myyvät video- ja DVD-tallenteita näyttäisivät kuuluvan jo menneisyyteen nykyisessä yhteiskunnassa, missä tiedonlataus ja suoratoisto ovat arkipäivää (Dixon

2014, 6). Suoratoistopalveluiden suuri suosio on saanut monia yrityksiä miettimään uudelleen toimintatapojaan ja kehittämään omaa yritystä. Vaikka Easy Rent –palvelu ei ole tarjolla suoratoistopalveluna, on FilmTown kuitenkin toiminnallaan eli uuden palvelun keksimisellä pyrkinyt reagoimaan elokuvien ja sarjojen suoratoistopalveluiden suosioon tuomalla markkinoille omanlaisen palvelun, joka eroaa muista markkinoilla olevista palveluista.

3.5 Mahdollisuuksia ja kehittämisideoita Easy Rent –palvelulle

On pidettävä mielessä, että yritykset tuottavat aina palvelut asiakkaita varten. Näkyvimmin puhutaan aina kuluttaja-asiakkaista ja heille tuotetuista palveluista. (Rissanen 2006, 118.) Yrityksen menestyksen avaimena ovatkin asiakkaat, jotka ovat valmiita maksamaan heidän tarpeidensa tyydyttämisestä sopivan markkinahinnan. Asiakkaat ovat usein yritysten ainoita todellisia rahoittajia kassavirrallaan. (Rissanen 2006, 50.) Tämän takia on tärkeää pyrkiä täyttämään asiakkaiden toiveet palveluiden ja tuotteiden ominaisuuksilla, jotta he olisivat tyytyväisiä maksamastaan hyödykkeestä. Yritysten pitäisikin pyrkiä kehittämään palveluita asiakkaiden toiveiden mukaisesti, jotta asiakkaat pysyisivät tyytyväisinä eivätkä vaihtaisi toisen yrityksen tuotteeseen tai palveluun paremman tarjonnan perässä.

Easy Rent – palvelun mahdollisuutena ja kehityksen ideana voisikin olla palvelun siirtyminen internetiin suoratoistopalveluksi tai jos palvelu halutaan pitää nimenomaan kivijalkakaupoissa, olisi tärkeää pystyä erottautumaan muista samantyyillisistä kilpailijoista. Esimerkiksi elokuvien ensi-iltojen tarjonta voisi olla suurempi, kuin kilpailijoiden jolloin tämä houkuttelisi tarjonnan perässä olevia asiakkaita. Tähän FilmTown pyrkiikin, koska liikkeisiin saapuu lähes kaikki saatavilla olevat vuokrautuuselokuvat sekä kotimaisilta jakelijoilta että studioilta. Uutuuselokuvia eli ensi-iltoja saapuu FilmTowniin noin 1,5 uutta elokuvaa per vuorokausi vuoden läpi ja ne pyritään saamaan liikkeisiin jo heti niiden julkaisupäivänä. (Filmtown 2016d.)

Tämä onkin hyvä valtti FilmTownille, koska uutuuselokuvia ei ole useinkaan suoratoistopalveluissa katsottavissa heti, kun ne julkaistaan. Suoratoistopalveluissa uutuuselokuvat saattavat olla katsottavissa vasta muutaman vuoden päästä, niiden julkaisusta. Esimerkiksi suoratoistopalvelut kuten Netflix, Amazon Prime ja HBO keskittyvät enemmän sarjoihin, kuin elokuvaan. Netflix ja HBO tekevät myös omia sarjoja ja se onkin heidän oma valttinsa kilpailussa, koska niitä ei voi katsoa muualta kuin heidän omilta suoratoistopalvelultaan, joten asiakkaiden on välttämätöntä ottaa näiden suoratoistopalveluiden palvelut käyttöön, jos haluavat katsoa kyseisiä sarjoja. (KP-24 2017.)

3.6 Easy Rent –palvelun uhat

Easy Rent –palvelun uhkina voidaan pitää kivijalkavuokraamoiden mahdollista häviämistä tulevaisuudessa digitalisoitumisen johdosta. Jo tällä hetkellä on huomattavissa, että digitalisoituminen on vienyt asiakkaita kivijalkavuokraamoista suhteessa internetissä oleviin suoratoistopalveluihin. Suoratoistopalveluiden suosio näyttäisi kasvavan koko ajan. (Moilanen 2017.)

Onkin tärkeää pyrkiä reagoimaan palvelua sekä yritystä mahdollisesti koskevaan uhkaan kehittämällä yritystä sekä sen palveluita yrityksen alalla olevan kehityksen mukaan. FilmTownin tulisi pyrkiä tekemään Easy Rent –palvelusta mahdollisimman houkutteleva jollakin ominaisuudella, mitä ei ole saatavilla juuri esimerkiksi suoratoistopalveluista. Tähän FilmTown pyrkii sen uutuuselokuvilla, joita ei ole usein saatavilla suoratoistopalveluista, mutta tämän lisäksi voisi pyrkiä keksimään myös muuta. Kaikki kehityshankkeet toteutetaan lopulta asiakasta varten. Kehityshankkeilla pyritään luomaan asiakasta varten uusia palvelutuotteita ja näin myös uutta lisäarvoa. Parhaimmassa tapauksessa projektit toteutetaan asiakkaita kuunnellen. Jotta päästään hyvään tulokseen, edellyttää se asiakkaiden odotusten sekä tarpeiden syvää ymmärtämistä ja hyötyjen jakamista. (Rissanen 2006, 217.)

4 KYSELY JA SEN ANALYSOINTI

4.1 Kyselyn tutkimusongelman selvittäminen

On tärkeää selvittää tutkimuksen ongelma, ennen kuin kerää tutkimusaineistoa. Näin on helpompaa päättää aineistonkeruumenetelmä, koska tutkimusongelma on selkeästi määritelty ja ymmärrettävä ja myös oikea tiedon keruutapa on helpompi valita. (Mäntyneva ym. 2008, 28.) Tutkimuksen ongelma Easy Rent –palvelun kohdalla on se, että ei tiedetä asiakkaiden mielipiteitä ja asenteita palvelusta ja ne halutaan selvittää tutkimuksen avulla. Tutkimuksen avulla halutaan selvittää esimerkiksi se, mitä tuotteita asiakkaat toivovat enemmän palvelulta, uusia ensi-iltoja, vanhoja elokuvia vai sarjojen tuotantokausia. Tutkimuksen avulla halutaan saada myös asiakkaiden kehittämideoita palvelulle ja samalla saada myös selville, toimiiko palvelu asiakkaiden mielestä ja onko se heille hyödyllinen.

Tutkimusta tehtäessä on tärkeää miettiä, onko sillä arvoa yritykselle. Tutkimuksilla ja kyselyillä on arvoa ainoastaan, jos niistä saatuihin tuloksiin palataan myöhemmin uudelleen ja niitä käytetään yrityksen hyödyksi. Tutkimuksista saaduilla tuloksilla voi olla arvoa samanaikaisesti niin pitkän aikavälin strategialle ja suunnittelulle kuin myös lyhyen aikavälin toiminnanohjaukselle. (Mattila & Rautiainen 2010, 128.)

Riippuen siitä, mitä kyselyllä halutaan saada selville, on tärkeää valita oikea toteutusmenetelmä ja se valitaan tutkimusongelman mukaan. Kyselytutkimusta, eli surveytä, käytetään todella usein hankittaessa tutkimusaineistoa, joka kuvaa laajan kohderyhmän mielipiteitä, asenteita ja käsityksiä. (Mäntyneva ym. 2007, 48.). Easy Rent –palvelun asiakkaiden mielipiteiden tutkimiseen valittiin kyselytutkimus menetelmäksi, koska se olisi kustannustehokkain, nopein ja helpoin tapa saada vastaukset asiakkailta. Kysely on tehty Webropol –kyselytutkimustyökalulla, koska tämä olisi mahdollisimman helppo sekä edullinen tapa kerätä aineistoa ja saada vastauksia asiakkailta. Myös vastaustapana

Webropol –kyselytutkimustyökalulla tehdyt kyselyt ovat helppoja asiakkaille, koska niihin voi vastata missä vain, jos vastaajalla on käytössään internetyhteys.

Kun rakentaa tutkimuslomaketta, on tärkeää ensin jäsentää isommat kokonaisuudet eli mitkä osa-alueet olisi tärkeää liittää tutkimuslomakkeeseen, jotta saadaan ratkaistua asetettu tutkimusongelma. Vasta kun on hahmottanut isot kokonaisuudet, on mahdollista päästä etenemään yksittäisiin tutkimuskysymyksiin. On myös tärkeää pyrkiä siihen, että ei kysy tarpeettomia kysymyksiä, jotta tutkimuslomake pysyisi kohtuullisen pituisena. (Mäntyneva ym. 2007, 53.)

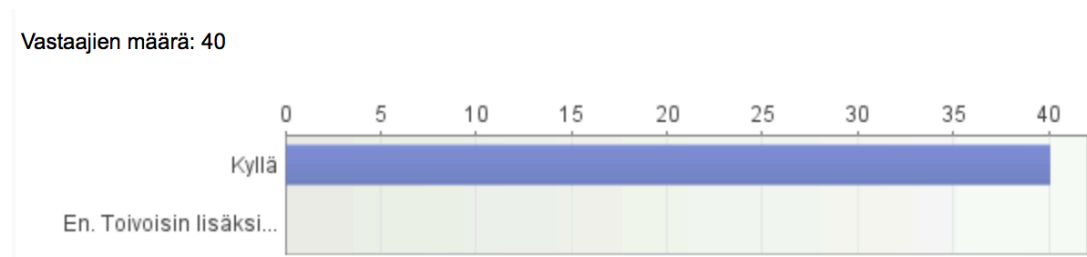
Ennen kyselyn tekemistä ja opinnäytetyön aloittamista on käyty läpi FilmTownin toimitusjohtajan Tero Nurmisen kanssa, mihin kysymyksiin kyselyllä halutaan vastauksia. Nurmisen mukaan olisi tärkeää selvittää, mitä asiakkaat toivovat enemmän elokuvia vai sarjoja ja uusia vai vanhoja julkaisuja. Näin FilmTown osaa tarjota asiakkailleen juuri oikeanlaisia julkaisuja. Myös asiakkaiden tyytyväisyyttä palveluun haluttiin selvittää ja mahdollisia kehittämisideoita.

Kysymyksiä laadittaessa on tärkeää miettiä, onko kysymys tarpeellinen tutkimuksen tavoitteen kannalta, onko kysymys helposti ymmärrettävä ja onko kysymys muotoiltu oikealla tavalla, että sillä saadaan kerättyä haluttua sekä tarpeellista tietoa. On myös tärkeää tietää, onko vastaajalla tarpeeksi tietoa kysymyksen vastaamista varten, ettei esitä kysymyksiä, johon vastaajalla ei ole mahdollisuutta vastata. Tässä kohtaa tutkimusta tehtäessä usein huomaakin, kuinka vaikeaa on laatia kysymyksiä, joilla saadaan juuri haluttua sekä tarpeellista tietoa mahdollisimman selkeällä tavalla. (Mäntyneva ym. 2008, 56.)

Filmtownin Easy Rent –palvelun asiakkaille lähetettiin toukokuussa 2017 kysely palveluun liittyen asiakkaiden sähköpostiin. Vastaanottajia kyselyllä oli yhteensä noin 200, joista vastanneita asiakkaita oli yhteensä 40. Tämä tarkoittaa, että noin 20 prosenttia kyselyn vastaanottajista on vastannut kyselyyn, mikä on melko hyvä vastausprosentti.

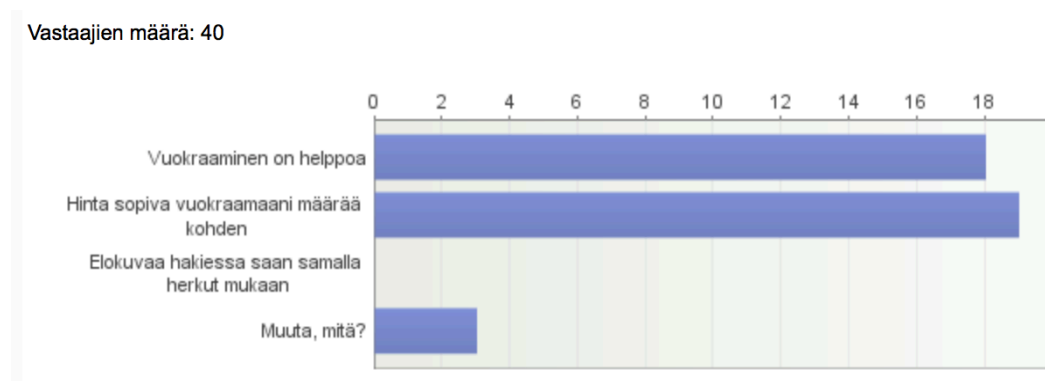
4.2 Kyselyn tutkimustulosten läpikäynti

Kaikki 40 kyselyyn vastannutta asiakasta oli vastannut kyselyn jokaiseen kysymykseen. Alla käydään läpi kyselytutkimuksesta saatuja tuloksia.



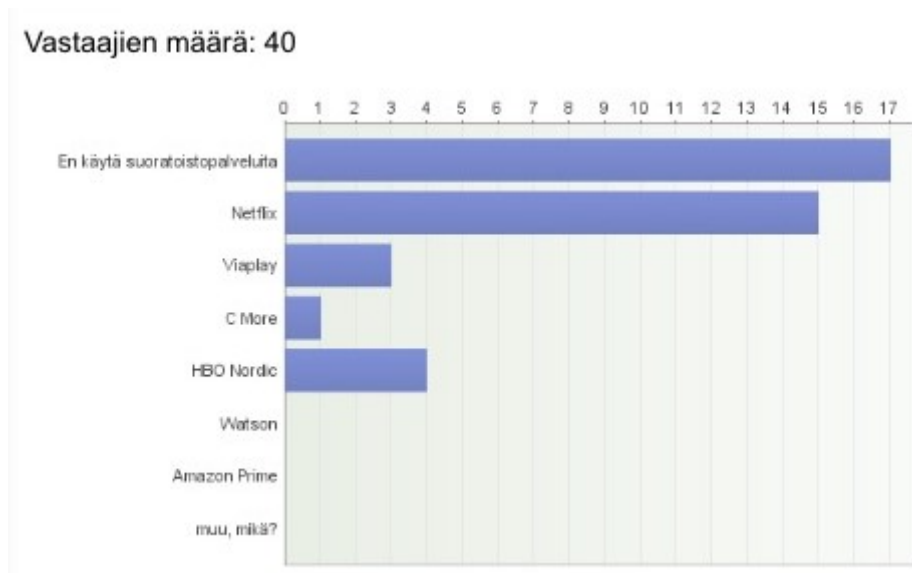
Kuvio 2. Kysymys 1. Oletko ollut tyytyväinen Easy Rent –palveluun?

Kaikki kyselyn ensimmäiseen kysymykseen vastanneet asiakkaat ovat tyytyväisiä palveluun, eivätkä toivoisi palveluun lisäksi muuta.



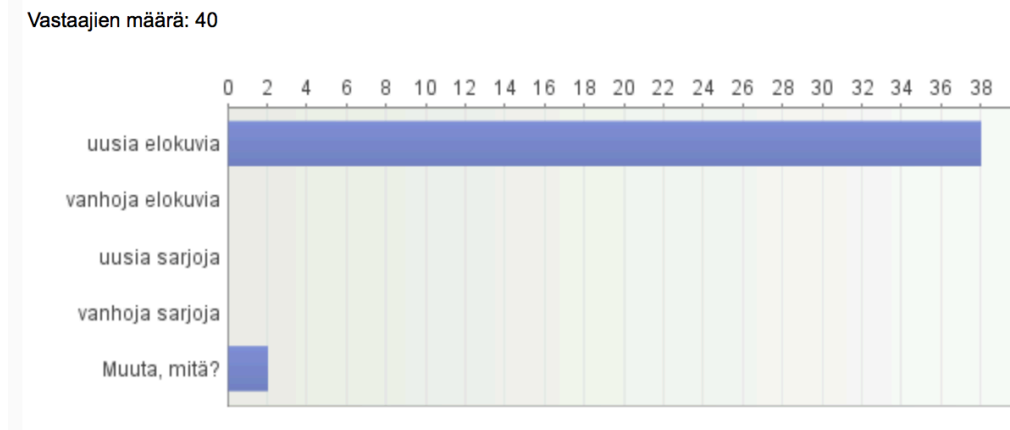
Kuvio 3. Kysymys 2. Mitä hyötyjä sinulle on ollut Easy Rent – palvelusta?

Vastanneista 18 on sitä mieltä, että vuokraaminen on helppoa. 19 vastaajaa on sitä mieltä, että hinta on sopiva vuokraamaansa määrää kohden. Kukaan vastanneista ei pitänyt hyötynä sitä, että vuokratallenteita hakiessa saa samalla ostettua myös herkkuja. ”Muuta, mitä?” kohtaan vastanneita on kolme. Heidän vastauksensa ovat, että palvelun kautta saa vuokrattua uudempia elokuvia, kuin suoratoistopalveluista. Asiakkaat ilmoittavat myös, että tulee katsottua sellaisia elokuvia, joita ei ehkä muuten vuokraisi. Lapsiperheellinen on vastannut, että palvelun kautta he ovat saaneet yhteistä tekemistä lasten kanssa esimerkiksi sateisina päivinä.



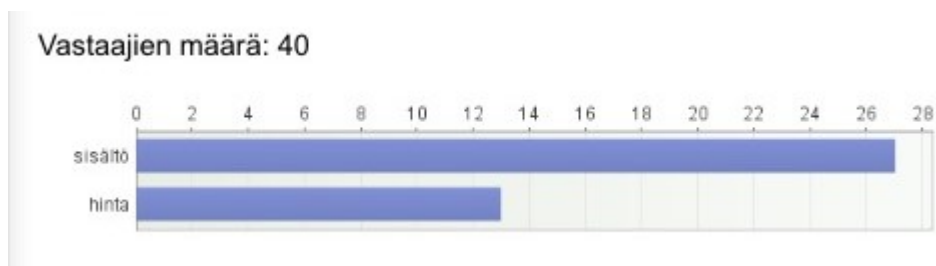
Kuvio 4. Kysymys 3. Käytätkö lisäksi suoratoistopalveluita Easy Rent – palvelun rinnalla, jos niin mitään?

Vastaajista 17 ei käytä ollenkaan suoratoistopalveluita. Vastaajista 15 käyttää Netflixiä, 3 käyttää Viaplayta, 1 käyttää C morea ja 4 käyttää HBO Nordicia Easy Rent –palvelun lisäksi. Kukaan vastaajista ei käytä Watson suoratoistopalvelua eikä Amazon Prime suoratoistopalvelua.



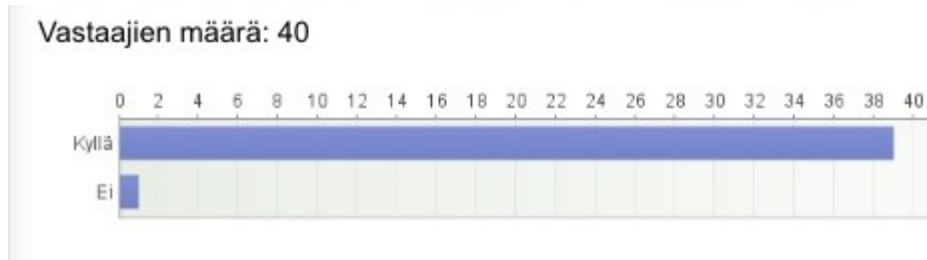
Kuvio 5. Kysymys 4. Mitä etsit / arvostat Filmtownin valikoimassa?

Suurin osa eli 38 vastaajaa arvostaa / etsii valikoimasta uusia elokuvia. Vanhoja elokuvia sekä uusia ja vanhoja sarjoja ei etsi kukaan vastaajista. ”Muuta, mitä?” kohtaan vastanneet haluaisivat, että Blu-ray valikoima olisi suurempi erityisesti vanhojen elokuvien kohdalla ja yksi vastaaja vastasi, että he katsovat myös paljon vanhoja elokuvia, trologioita sekä klassikoita.



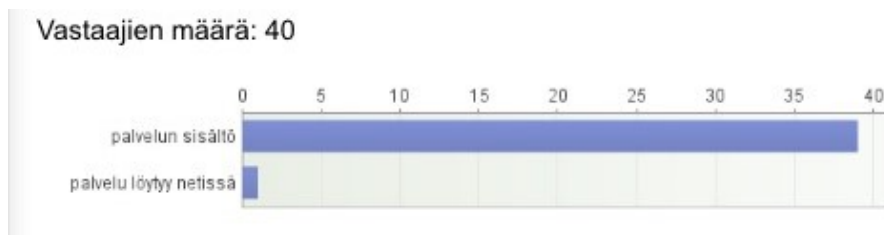
Kuvio 6. Kysymys 5. Onko tallenteiden vuokrauspalveluiden kohdalla tärkeämpää hinta vai sisältö?

27 vastaajaa on sitä mieltä, että tallenteiden vuokrauspalveluiden kohdalla on tärkeämpää sisältö ja 13 on sitä mieltä, että hinta on tärkeämpää. Tästä voi päätellä, että suurin osa vastanneista on sitä mieltä, että sisältö on tärkeämpi ominaisuus palvelulle, kuin hinta.



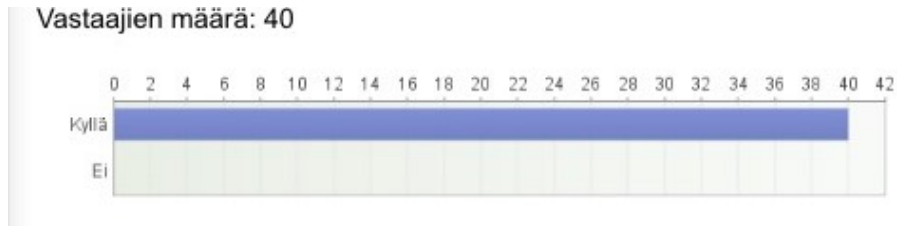
Kuvio 7. Kysymys 6. Onko sinulle tärkeää, että elokuvien uudet ensi-illat ovat katsottavissa mahdollisimman pian julkistamisen jälkeen?

Suurin osa vastaajista on sitä mieltä, että on tärkeää, että ensi-illat ovat katsottavissa mahdollisimman nopeasti julkistamisen jälkeen. 39 vastaajaa on sitä mieltä, että ensi-iltojen nopea vuokrausmahdollisuus on tärkeää ja vain yksi vastaajista on sitä mieltä, että se ei ole tärkeää.



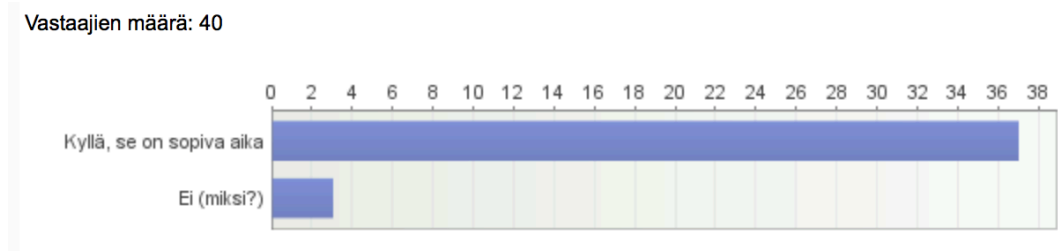
Kuvio 8. Kysymys 7. Onko tärkeämpää palvelun sisältö (esim. Filmtownin uudet ensi-illat) vai se että palvelu löytyy netissä?

Vastaajista 39 on sitä mieltä, että palvelun sisältö on tärkeämpää palvelun kohdalla, kuin se, että palvelu löytyy internetissä. Vain yksi vastaaja piti tärkeämpänä sitä, että palvelu löytyy internetissä.



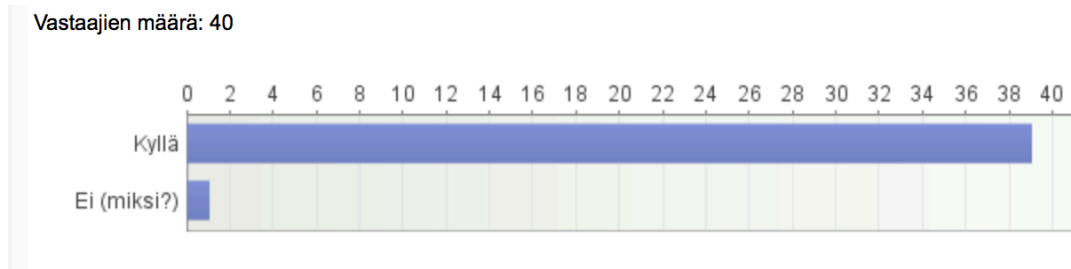
Kuvio 9. Kysymys 8. Easy Rent – palvelu tarjoaa saman verran ensi-iltoja kuin monta stream palvelua yhteenlaskettuna. Onko ensi-iltojen (elokuvat + sarjat) laaja tarjonta mielestäsi tärkeä ominaisuus palvelulle?

Kaikki 40 vastaajaa ovat sitä mieltä, että laaja ensi-iltojen tarjonta on tärkeä palvelun ominaisuus.



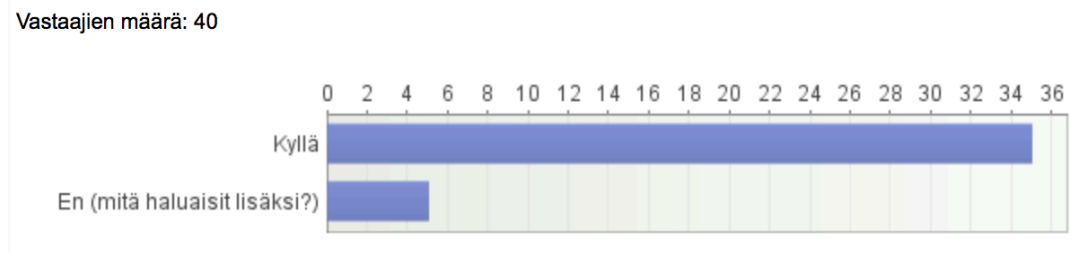
Kuvio 10. Kysymys 9. Easy Rent – palvelun vuokra-ajan pituus on 2 vuorokautta. Onko se mielestäsi hyvä pituus?

Vastaajista 37 on sitä mieltä, että Easy Rent – palvelun vuokra-aika eli kaksi vuorokautta on sopiva pituus. Vastaajista kolme on sitä mieltä, että se ei ole hyvä pituus. Kaksi heistä vastasi, että kolme vuorokautta olisi sopivampi ja yksi vastaajista on sitä mieltä, että pitäisi olla enemmän aikaa katsoa vuokratallenteita, mutta he eivät anna omaa ehdotusta vuokra-ajan pituudelle.



Kuvio 11. Kysymys 10. Onko palvelun käyttäminen ollut helppoa?

Vastaajista 39 on sitä mieltä, että palvelun käyttäminen on ollut helppoa. Vain yksi on sitä mieltä, että se ei ole helppoa, koska hänen mielestään on kiusallista käydä usein vuokraamassa elokuvia.



Kuvio 12. Kysymys 11. Oletko tyytyväinen tuotteiden tarjontaan?

Vastanneista 35 on tyytyväisiä tuotteiden tarjontaan. Viisi vastaajaa ei ole täysin tyytyväisiä tarjontaan vaan he toivoisivat lisäksi esimerkiksi laadukkaampia elokuvia. Kaksi vastaajista toivoisi lisää BluRay levyjä ja kaksi muuta vastaajaa toivoo enemmän uutuuksia.

Vastaajien määrä: 40



Kuvio 13. Kysymys 12. Onko vuokratallenteet mielestänne helppo saada omaan käyttöön?

Vastanneista 39 on sitä mieltä, että vuokratallenteet on helppo saada omaan käyttöön. Ainoastaan yksi on sitä mieltä, että uutuuksia on välillä vaikea saada omaan käyttöön ja niistä voisi vastaajan mielestä olla enemmän kopioita.

Vastaajien määrä: 40



Kuvio 14. Kysymys 13. Onko ruusuja tai risuja palveluun liittyen?

Vastanneista 31 on sitä mieltä, että palvelu toimii heidän mielestään hyvin. Vastaaajista viidellä on myös kehittämisehdotuksia. Kehittämisehdotuksia tuli esimerkiksi sille, että elokuvien varaamiseen voisi kehittää sovelluksen, minkä kautta voisi varata elokuvan FilmTown liikkeestä, jonka voi hakea suoraan liikkeestä. Kaksi vastaajaa on sitä mieltä, että hinta saisi olla edullisempi. Yksi vastaajista on sitä mieltä, että vuokra-aika on liian lyhyt. Kaksi vastaajaa toivovat lisää BluRay levyjä, koska niistä on tällä hetkellä liian vähän kopioita.

4.3 Kyselyn tulosten analysointi

Kyselystä kävi ilmi, että suurin osa vastaajista näytti olevan tyytyväisiä Easy Rent – palveluun pääpiirteittäin. Asiakkaiden vastausten perusteella suurin osa vaikutti olevan tyytyväisiä myös palvelun kautta saataviin vuokratallenteisiin. Kehittämideoita kuitenkin tuli ja asiakkaat puuttuivat muutamaan palvelun ominaisuuteen, johon toivoivat muutosta tai kehitystä. Kokonaisuudessaan asiakkaat olivat tyytyväisiä vuokrattavissa oleviin elokuviin ja sarjoihin eli palvelun tarjontaan. Myös palvelun käyttäminen ja sen toimivuus on suurimman osan mielestä ollut helppoa ja palvelu on toiminut heille hyvin ja soveltuu heidän tarpeisiinsa

Suurin osa kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että vuokraaminen on helppoa palvelun avulla ja suurin osa piti myös hintaa sopivana palvelulle. Easy Rent – palvelun hyötynä pidettiin esimerkiksi sitä, että palvelun kautta tulee katsottua myös sellaisia elokuvia, joita ei ole vielä suoratoistopalveluissa. Asiakkaat ilmoittivat, että palvelun kautta tulee katsottua myös sellaisia elokuvia, joita ei muuten tulisi vuokrattua. Mutta koska palvelun kautta voi vuokrata kaksi elokuvaa joka päivä, niin samalla asiakkaat voivat katsoa paljon enemmän elokuvia, ilman että hinta nousee, kuin jos he olisivat vain FilmTownin kerta-asiakkaita.

Kyselyyn vastanneista asiakkaista yli puolet ilmoitti käyttävänsä Easy Rent – palvelun lisäksi suoratoistopalveluita. Tämä johtuu luultavasti siitä, että Easy Rent – palvelun kautta ei ole mahdollista saada vuokrattua kaikkia asiakkaiden toivomia elokuvia ja sarjoja. Myös suoratoistopalveluiden käytön helppoudella on varmasti vaikutusta siihen, että monet asiakkaat käyttävät niitä. Monet suoratoistopalvelut ovat lisäksi luoneet omia sarjoja ja elokuvia, joita on mahdollista katsoa vain kyseiseltä palvelulta. Tämä on kyseisten palveluiden kannalta todella fiksua, koska asiakkaiden on ryhdyttävä kyseisten suoratoistopalveluiden käyttäjiksi, jos haluavat katsoa kyseisiä sarjoja. Kuitenkin se, että kyseiset asiakkaat käyttävät yhä FilmTownin Easy Rent –palvelua suoratoistopalveluiden rinnalla viestii myös siitä, että suoratoistopalvelutkaan eivät kuitenkaan tarjoa

aivan kaikkea mitä asiakkaat toivovat ja siksi he turvautuvat useampaan palveluun kerralla.

FilmTownin olisikin hyvä miettiä, millä pystyisi erottautumaan muista kilpailijoista tarjonnan puolesta. Esimerkiksi kotimaiset elokuvat ja sarjat voisivat olla yksi idea, joiden tarjonnan laajennusta yritys voisi harkita. Näin olisi mahdollista erottautua ainakin ulkomaalaisista palveluista.

Suurin osa kyselyyn vastanneista asiakkaista etsii FilmTownin valikoimasta uusia elokuvia ja arvostaa palveluiden sisältöä enemmän verrattuna matalaan hintaan. Tämä on hyvä valtti ja FilmTownin kannattaakin pitää uusien elokuvien tarjontaa mahdollisimman laajana, kuten se jo ennestään pyrkii pitämään. Monet vastaajista ilmoittivat myös, että palvelun sisältö on tärkeämpää, kuin se että palvelu löytyy netistä. Eli tässä on taas hyvä syy pyrkiä pitämään uutuselokuvien tarjontaa mahdollisimman laajana.

Kysymyksessä numero yhdeksän kysyttiin vuokra-ajan pituuden sopivuutta. Tämän kysymyksen vastaukset olivat vuokra-ajan pituudesta hieman eriäviä vastaajien kesken. Monet olivat sitä mieltä, että kaksi vuorokautta on hyvä vuokra-ajan pituus, mutta muutama oli sitä mieltä, että se on liian lyhyt. Ehdotuksesi tuli, että vuokra-aika voisi olla kolme vuorokautta. Selityksenä vuokra-ajan pidentämiselle oli usein se, että vuokratallenteita ei aina ehtinyt katsomaan kahden vuorokauden sisällä, vaan tallenteiden palautus saattoi joko myöhästyä tai niitä ei ehtinyt katsoa ollenkaan. Yhdelle asiakkaalle kahden vuorokauden vuokra-aika oli muodostunut jo niin isoksi ongelmaksi, että hänelle oli tullut niin paljon myöhästymismaksuja, että hän harkitsi palvelun käytön lopettamista, koska palvelun hinta oli noussut hänelle liian korkeaksi myöhästymismaksujen myötä, jolloin palvelu ei ollut hänelle enää kannattavaa. Myöhästymismaksuna peritään asiakkaalta vuokratallenteen normaali hinta.

On ymmärrettävää, että pitempi vuokra-aika ei ehkä olisi kuitenkaan FilmTownille yrityksenä kannattavaa, koska tuotteiden kiertoaika pitenisi liian paljon ja

asiakkaat joutuisivat odottamaan entistä kauemmin tallenteiden saamista. Tämä muodostuisi varmasti ongelmaksi etenkin uutuuselokuvien kohdalla.

Easy Rent –palveluun voisi kuitenkin liittää ominaisuuden, jolla myöhästymisiä voisi olla esimerkiksi kaksi kuukaudessa ilman, että asiakas saisi myöhästymismaksuja näistä kahdesta myöhästymiskerrasta. Eräs kyselyyn vastannut asiakas ehdotti vastaavanlaista ominaisuutta palvelulle. Sen voisi ensin lisätä kokeiluna muutamalle asiakkaalle ja katsoa, miten se vaikuttaa asiakkaiden tyytyväisyyteen ja jos se koetaan toimivaksi, niin sen voisi ottaa käyttöön kaikille asiakkaille. Yli kaksi kertaa myöhästyneistä palautuksista voisi kuitenkin jo pyytää myöhästymismaksuja.

Kyselyyn vastanneista suurin osa oli tyytyväisiä tuotteiden tarjontaan eli palvelusta vuokrattavissa oleviin elokuviin ja sarjoihin. Muutamat asiakkaat, jotka eivät olleet täysin tyytyväisiä kertoivat omia ehdotuksia, mitä toivoisivat lisäksi. Muutama asiakas näytti arvostavan Blu-Ray-levyjä enemmän, kuin tavallisia DVD-levyjä, koska kuva on paljon tarkempi katsottaessa Blu-Ray-levy tallenteita. Nämä asiakkaat toivoivatkin lisää Blu-Ray-levyjä FilmTownin tarjontaan, koska asiakkaiden mukaan niitä on harvoin saatavilla uusista julkaisuista. FilmTown voisi yrittää vastata tässä asiassa asiakkaiden toiveita ja lisätä Blu-Ray-levyjen määrää uusissa julkaisuissa varsinkin sellaisissa liikkeissä, joissa niiden huomataan liikkuvan enemmän.

Melkein kaikki vastaajat olivat sitä mieltä, että vuokratallenteet on helppoa saada omaan käyttöön. Yksi vastaajista oli kuitenkin sitä mieltä, että suosittuja uutuuksia on välillä vaikeaa saada omaan käyttöön, koska niistä on liian vähän kopioita. Tässä tilanteessa FilmTownin onkin tärkeää pyrkiä ennakoimaan levyjen liikkuvuutta eri liikkeissä, jotta mahdollisimman monelle asiakkaalle olisi tarjolla heidän haluamiaan tallenteita, jotta asiakkaat eivät joutuisi metsästäämään tiettyä vuokratallennetta liian kauan. Eri genrejen elokuvia ja niiden suosiota voisi esimerkiksi tutkia liikekohtaisesti, jotta yrityksessä osataan tulevaisuudessa reagoida tallenteiden määrän tarpeeseen paremmin.

Kyselystä kävi ilmi, että palvelun rinnalle toivotaan lisäksi sovellusta, minkä avulla asiakas saisi varattua itselleen vuokra-tallenteen ennen kuin käy hakemassa sen. Tämä tarkoittaisi sitä, että asiakas saisi aina sen, mitä on mennyt hakemaan eikä tulisi sitä tilannetta, että haluttua tuotetta ei löydy. Tässä tietenkin pitäisi miettiä mitä rajoja tässä varaussovelluksessa pitäisi olla, että ei tulisi sitä tilannetta, että asiakkaat vain varaisivat tallenteita sovelluksen kautta, mutta loppujen lopuksi eivät hakisi sitä. Tämä voisi olla yritykselle tappiollista, koska joku muu asiakas olisi saattanut haluta juuri sen tallenteen ja se on vain ollut odottamassa turhaan. Sovelluksen kautta tehty varaus voisikin olla esimerkiksi sitova ja hakematta jätetystä tallenteesta voisi asettaa esimerkiksi tietyn suuruisen sakon, jonka asiakas joutuisi maksamaan. Näin voisi yrittää minimoida mahdollisimman paljon yritykselle aiheutuvaa tappiota.

4.4 Johtopäätökset Easy Rent –palvelun kyselytuloksista

Jotta yritykset voisivat tietää, mikä on ostajan mielestä paras ratkaisu, tulisi heidän tarpeensa ja arvostuksensa kartoittaa. (Balac 2009, 99.) Kyselystä saatujen tulosten perusteella, asiakkaat vaikuttavat olevan melko tyytyväisiä palveluun kokonaisuutena, joten heidän tarpeensa sekä arvostukset on kartoitettu melko hyvin palvelua suunniteltaessa.

Pääpiirteittäin kyselytutkimuksista saaduista vastauksista voi päätellä, että suurin osa asiakkaista, ainakin kyselyn vastaajista, on tyytyväisiä FilmTownin Easy Rent –palveluun sekä sen tarjoamiin tuotteisiin. Myös vuokraaminen miellettiin helpoksi, joten palvelu näyttäisi olevan asiakasystävällinen ja toimiva.

Vaikka osa kyselyyn vastanneista asiakkaista ilmoittikin käyttävänsä FilmTownin Easy Rent –palvelun lisäksi myös suoratoistopalveluita, ovat he kuitenkin pysyneet kivijalkavuokraamon asiakkaina. Tästä voisi päätellä, että kivijalkavuokraamoista ei haluta kuitenkaan luopua kokonaan, vaan ne halutaan pitää suoratoistopalveluiden rinnalla. Tämä johtuu varmaan juurikin siitä, että vielä ei

ole ainuttakaan palvelua, kivijalkavuokraamoja tai suoratoistopalvelua, josta saisi kaikki elokuvat ja sarjat katsottua. Siksi asiakkaat turvautuvat useampaan palveluun kerralla.

Olisi tärkeää, että FilmTown pyrkisi erottautumaan mahdollisista kilpailijoistaan. Erottautuminen saattaa olla vaikeaa, mutta olisi tärkeää, että FilmTown pyrkisi keksimään itselleen tavan erottautua ja pyrkiä tekemään toiminnastaan asiakkaille mahdollisimman hyödyllistä ja sellaista, että sitä ei pysty korvaamaan aivan täysin toisen yrityksen palveluilla tai tuotteilla. Yksi keino voisi olla esimerkiksi kotimaiset elokuvat, koska niitä ei ole mahdollista saada aivan kaikista suoratoistopalveluista, varsinkaan ulkomaalaisilta toimijoilta. Eli olisi tärkeää pyrkiä tarjoamaan mahdollisimman paljon kotimaisia elokuvia ja sarjoja ja näin saada jonkinlainen etulyöntiasema kilpailijoihin nähden.

Kehittämideoita tuli esimerkiksi vuokra-ajan pituuteen, koska muutamat kyselyyn vastanneista pitivät nykyistä kahden vuorokauden vuokra-aikaa lyhyenä. Ehdotukseksi tuli vuokra-ajan pidentämistä kolmeen vuorokauteen. Tähän voisi pyrkiä kehittämään esimerkiksi erillisen osan Easy Rent –palvelulle. Yksi voisi olla, että kolmen vuorokauden vuokra-aika olisi vastaavasti hintavampi kahden vuorokauden vuokra-aikaan verrattuna. Näin asiakas voisi itse päättää, kumpi sopii hänelle paremmin ja samalla yritys ei menettäisi niin paljoa, jos osa asiakkaista pitäisi vuokratallenteita entistä pitemmän ajan itsellään. Samoin voisi tehdä niin, että esimerkiksi uutuuksien elokuvat eivät kuuluisi kolmen vuorokauden vuokra-aikapakettiin. Näin se olisi myös yritykselle kannattavampaa, ettei uutuuksien julkaisut olisi yhdellä asiakkaalla liian pitkään, vaan ne pääsisivät liikkumaan myös kerta-asiakkaille, jotka eivät käytä Easy Rent –palvelua.

Kyselyyn vastanneet asiakkaat näyttivät toivovan palvelun rinnalle sovellusta, joka auttaisi asiakkaita näkemään, mitä tallenteita on milloinkin vuokrattavissa ja missä vuokraamossa ja samalla asiakkaat voisivat sovelluksen kautta myös varata vuokratallenteita itselleen. Tämä on melko hyvä idea myös FilmTownille ylipäätään, koska näin asiakkaat saisivat yhä useammin vuokrattua juuri ne elo-

kuvat tai sarjat, jotka he halusivat ja näin asiakkaille tulisi varmaankin harvemmin turhia käyntejä vuokraamoissa, joten asiakkaat olisivat tyytyväisempiä kokonaispalveluun.

4.5 Kehitysideat FilmTownin tähän hetkeen heijastettuna

Koska Easy Rent –palvelua ei enää ole, voisi seuraavat ehdotukset käyttää FilmTown yritykseen toiminnan kehittämiseen ylipäätään. Varaussovellus olisi erinomainen tapa, jolla voisi sitouttaa asiakkaita yritykseen. Tällä tavalla yritys tarjoaa asiakkaille tavan, millä asiakas pystyy varmistamaan tuotteiden eli vuokratallenteiden saatavuuden itselleen. Sovelluksella asiakas voisi varata haluamansa elokuvan itselleen. Sovellukseen olisi hyvä liittää myös maksukortti - ominaisuus, mistä pääsee suoraan maksamaan varatun elokuvan. Ainoastaan elokuvan nouto tapahtuisi FilmTown liikkeistä.

Sovellus voisi toimia esimerkiksi niin, että asiakas varaa haluamansa elokuvan, jonka haluaa vuokrata ja maksaa sen saman tien sovelluksessa olevalla maksu - ominaisuudella. Tämän jälkeen asiakas voisi noutaa elokuvan valitsemasta videovuokraamosta. Näin minimoitaisiin niin sanottuja no show –tilanteita. Sovellus olisi silloin todella kannattava myös FilmTown yritykselle. Samalla asiakkaat olisivat tyytyväisiä, kun saisivat varmasti haluamansa elokuvan ja asioiminen olisi helppoa, nopeaa ja vaivatonta.

Sovellusta voisi käyttää myös siihen, että sitä kautta asiakkaille voisi ilmoittaa uutuuselokuvista, mitkä ovat tulossa FilmTown liikkeisiin lähiaikoina. Tämä aktivoisi asiakkaita, erityisesti niitä, jotka odottavat tiettyä elokuvaa innolla. Asiakkaat odottaisivat sitä, että elokuva tulee FilmTown liikkeisiin ja varaisivat sen heti, kun mahdollista. Näin asiakkaiden ei myöskään tarvitse käydä turhaan videovuokraamossa paikanpäällä ja huomata, että vuokratallenteita ei olekaan enää jäljellä.

Sovelluksen kautta olisi mahdollista kerätä tärkeää tietoa asiakkaista. Esimerkiksi erilaisia elokuvia voisi kohdistaa tietyille asiakkaille, kun tietoa heidän sovelluksen käytöstä ja kiinnostuksista on saatu tarpeeksi. Jos asiakas esimerkiksi näyttäisi vuokraavaan eniten komedia elokuvia, voisi aina uutuuskomedioita kohdistaa erityisesti tälle asiakkaalle. Tämänlaista tietoa voisi käyttää hyödyksi muutenkin, esimerkiksi myös vanhempia julkaisuja komedia elokuvista voisi suositella tälle asiakkaalle sovelluksen kautta.

Varaussovellukseen voisi tehdä esimerkiksi kartan, mistä voisi valita oman sijainnin ja se näyttäisi lähimpänä olevat FilmTown videovuokraamot. Tämä auttaisi asiakkaita löytämään haluamansa elokuvan mahdollisimman helposti ja läheltä. Tämä voisi toimia niin, että asiakas kirjoittaa kaupungin, missä asuu ja elokuvan, mitä on etsimässä. Tämän jälkeen sovellus näyttää lähimpänä olevat liikkeet, joissa on kyseinen elokuva ja tallenteiden saldon.

Jos varaussovellus luotaisiin, olisi tärkeää, että sitä mainostetaan riittävästi, jotta asiakkaat käyttäisivät sovellusta ja sen käyttö ja ylläpito tulisi kannattavaksi FilmTownille. Markkinointi voisi tapahtua tietenkin FilmTown liikkeissä jo olemassa oleville asiakkaille sekä FilmTownin omien kotisivujen kautta. Myös sosiaalisen median voisi ottaa avuksi markkinoinnissa esimerkiksi FilmTownin Facebook sivulla voisi mainostaa sovellusta. Maksetulla näkyvyydellä saa sosiaalisessa mediassa hyvin näkyvyyttä ja melko edullisesti pienellä vaivalla. Sitteen pitäisi miettiä myös, sopivatko perinteisemmät kanavat, kuten radio- ja televisiomainokset varaussovelluksen markkinointiin. Tässä on tärkeää miettiä, ovatko hyödyt tarpeeksi suuria kuluihin verrattuna, koska etenkin televisiomainonta on edelleen hintavaa. Myös jo FilmTownin käytössä ollut blogiyhteistyö esimerkiksi juurikin Mutsis on –blogin kanssa, sopisi sovelluksen mainostamiseen. Bloggaajat ovat kuitenkin melko vahvoja mielipidevaikuttajia, joiden suosituksiin lukijat luottavat. Näillä ehdotuksilla maksimoitaisiin varaussovelluksen lanseeraamisen yhteydessä mahdollisimman suuri näkyvyys, jolla toivottavasti myös saavutettaisiin mahdollisimman paljon potentiaalisia asiakkaita.

Olisi tärkeää, että asiakkaat otetaan mukaan tavalla tai toisella varaussovelluksen kehitykseen. Se voisi tapahtua esimerkiksi kyselyllä, missä pyydetään asiakkaiden mielipiteitä siihen, mitä ominaisuuksia sovellukseen halutaan. Tällä tavalla voi tulla jopa yllättäviä ehdotuksia, jotka ovat tärkeitä ja oleellisia sovelluksen toimivuuden kannalta. Jos varaussovellus kehitettäisiin ja asiakkailta kuultaisiin kehitysideoita, olisi varaussovelluksen lopputulos luultavasti asiakkaille miellyttävämpi käyttää ja selkeämpi, koska siinä olisi ne ominaisuudet, mitä asiakkaat haluavat.

Jos sovellus halutaan toteuttaa ja tuoda markkinoille, olisi tärkeää, että Film-Town panostaisi sen markkinointiin, jotta potentiaaliset asiakkaat tavoitettaisiin ja he ottaisivat sovelluksen käyttöönsä. Onnistuneen palvelu- tai tuotelanseerauksen merkitys on tärkeää yrityksen menestymiselle. Kilpailu lyhentää tuotteiden elinkaarta jatkuvasti, ja valveilla oleva asiakas haluaa uutuuksia. Lanseerausprosessi on yritykselle uuden tai uudistetun tuotteen tuomista markkinoille siten, että sillä tavoitellaan tietoisesti kaupallista menestystä. (Raatikainen 2008, 199.)

Markkinointipanostus on yksi tapa, jolla kohdistetaan yrityksen resursseja tuotteille tai palveluille ja näin pyritään painottamaan kohdeasiakkaiden kannalta tärkeitä seikkoja. Markkinointitoimenpiteisiin sijoitetaan usein huomattavan suuria summia, joten tehokkuuden kannalta on mietittävä tarkkaan, mitä tuoteryhmiä ja tuotteita asiakkaille suunnatussa viestinnässä painotetaan. Kaikille markkinointipanostuksille tulee tunnistaa selkeä panostuottosuhte joko lyhyellä tai pitkällä tähtäimellä, jotta siitä saatava hyöty olisi maksimaalinen. (Finne & Kokkonen 2005, 212.)

FilmTownin olisi tärkeää avata kanava, jonka kautta asiakkaat voisivat antaa kehitysehdotuksiaan, oli se sitten palveluun, yritykseen tai vuokratallenteisiin liittyen. Asiakkailta saadut tiedot ohjaavat yritysten prosessien jokaista vaihetta aina konseptin määrittämisestä valikoimien suunnitteluun. Asiakastarpeiden tulisi olla asia, joka ohjaa yrityksen toiminnan suunnittelua päätöksenteon kaikil-

la tasoilla. Ne ovat myös yritysten kehittämisen perustana aina liikkeiden rakentamisesta tuotteiden sekä palveluiden kehittämiseen asti. Toiminnan tukena tulisi olla jatkuva mittaaminen sekä asiakaskäyttäytymisen seuraaminen. Näillä tavoilla kerätään tärkeää tietoa toteutetuista toimenpiteistä. (Finne & Kokkonen 2005, 180).

Yritykset, jotka keksivät uusia tapoja, joilla luodaan arvoa kohdemarkkinoilleen sekä osaavat viestiä tästä arvosta ja samalla myös toimittaa sitä asiakkailleen, ovat suurella todennäköisyydellä menestyviä yrityksiä. Näitä yrityksiä kuvataan markkinoinnin näkijöiksi, jotka parantavat asiakastietämystään sekä yhteydenpitomahdollisuuksiaan asiakkaisiinsa. Nämä yritykset myös ottavat asiakkaansa mukaan tuotteen kehittämiseen ja ne ovat myös valmiita tarjoamaan asiakkailleen joustavia ratkaisuja. (Ahola ym. 2002, 35.) On siis tärkeää ottaa asiakkaat mukaan palveluiden kehittämiseen ja kuunnella heidän mielipiteitään, koska näin yrityksellä on suurempi mahdollisuus menestyä.

Tämä kanava voisi olla esimerkiksi FilmTownin kotisivut. Sinne voisi lisätä selkeän osion, minne asiakkaat voisivat laittaa omia kehitysideoitaan tai ehdotuksia, mitä toivoisivat FilmTownista löytyvän. Näitä voivat olla uutuuselokuvat ja miksi ei myös klassikkoelokuvat, joita ei tunnu löytyvän enää mistään. Kehitysideoiden antamisen voisi liittää myös edellä ehdotettuun varaussovellukseen. Sitä kautta asiakkaat voisivat helposti antaa ideansa sovelluksen kautta. Asiakkaiden kehitysideoiden vastaanottamisessa ja käyttämisessä on hyvänä esimerkkinä amerikkalainen kahvilaketju Starbucks. Starbucksilla on omilla kotisivuillaan osio, jossa asiakkaat voivat antaa omia kehitysideoitaan esimerkiksi uusien kahvijuomien kehitykseen ja Starbucks myös toteuttaa asiakkaiden ehdotuksia. (Ideas Starbucks, 2017)

5 POHDINTA

5.1 Opinnäytetyön tarkoitus ja kyselystä saadut kehittämisideat

Opinnäytetyön tarkoituksena oli saada selville FilmTownin Easy Rent –palvelun asiakkaiden mielipiteitä ja asenteita palvelua kohtaan. Tarkoituksena oli myös saada selville mitä mahdollisia kehittämisideoita asiakkaat ehdottaisivat palvelulle. Asiakaskyselyllä toteutettu kysely onnistui mielestäni hyvin ja vastauksia saatiin melko hyvin kokonaisasiakasmäärään nähden. Asiakkaat olivat vastanneet jokaiseen kysymykseen ja myös kehittämisideoita palvelulle saatiin kyselyn kautta. Näin FilmTownin on mahdollista käydä läpi saatuja tuloksia ja ottaa itselleen mahdollisia kehitysideoita. Erityisesti idea varaussovelluksesta, minkä kautta asiakkaat saisivat varattua itselleen haluamansa elokuvan, olisi mielestäni erittäin hyvä idea, mitä FilmTownin kannattaa miettiä kehittävänsä liiketoimintaansa mukaan. Näin asiakkaat saavat kivijalkavuokraamoissa asioinnin rinnalle apuvälineen, jonka avulla voivat suunnitella vuokraamossa käymistä. Sovelluksen avulla asiakkaat kävisivät vuokraamassa juuri sen elokuvan tai sarjan, mitä ovat odottaneet, eivätkä he joutuisi pettymään useaan otteeseen, kun käyvät hakemassa suosittua ensi-ilta elokuvaa, jota ei tahdo saada ensimmäisten viikkojen ajan. Sovelluksen avulla asiakas näkisi varmaksi, onko elokuva varmasti haluamassaan liikkeessä, saisi sen varattua itselleen ja haettua itselleen. Näin asiakkaat olisivat tyytyväisempiä FilmTownin asiakaspalveluun ja siihen, että asiakkaita ja heidän tarpeitaan on erityisesti mietitty, kun sovellusta on kehitetty.

5.2 Johtopäätöksiä miksi palvelusta ei tullutkaan suurta menestystä

Palvelun tullessa markkinoille Easy Rent –palvelu oli saataville kaikille asiakkaille. Helmikuusta 2017 lähtien palvelu oli tarjolla enää niille asiakkaille, jotka ovat ottaneet sen käyttöön aikaisemmin, ennen tätä muutosta. Palvelu oli käytössä

jo olemassa olleille Easy Rent –palvelun asiakkaille elokuuhun 2017 asti. Sen jälkeen palvelun myynti lopetettiin kokonaan ja tällä hetkellä (joulukuu 2017) ei ole enää yhtään Easy Rent –palvelun asiakasta.

(E.Hokkanen, henkilökohtainen tiedonanto 13.6.2017)

Tätä ei ole kuitenkaan huomioitu opinnäytetyössä aikaisemmissa kappaleissa, koska opinnäytetyö oli jo edennyt sellaiseen vaiheeseen tiedon saatuani, että se olisi pitänyt muuttaa suurimmilta osilta kokonaan. Koska palvelu on loppunut ennen opinnäytetyön valmistumista, osoitin kehitysideoita FilmTownille ylipäättäen. FilmTown voisi yrityksenä ottaa kehitysideoita käyttöönsä.

Tässä kappaleessa käydään läpi mahdollisia vaikutuksia siihen, mistä johtuu että Easy Rent –palvelu ei menestynyt niin kuin sen haluttiin menestyvän. Myös mahdollisia kehitysideoita käydään läpi, vaikka palvelua ei enää ole, koska siitä voisi saada mahdollisia ideoita FilmTownin liiketoiminnan tueksi, jotta yrityksen asiakkaat olisivat yhä tyytyväisempiä.

Easy Rent –palvelu ei loppujen lopuksi toiminut, kuten sen haluttiin toimivan oletettavasti, koska sille ei löytynyt sopivaa asiakaskuntaa, joka olisi kokenut palvelun tarpeeksi hyödylliseksi ja siitä saatavan arvon tarpeeksi suureksi, jotta olisi jatkanut sen käyttöä pitkään. Ongelmana saattaa olla nykyinen elämäntah- ti, johon on vaikea saada mahtumaan aikaa vieviä asioita. Asiat halutaan tässä ja nyt ja yritykset reagoivat usein tämänlaisiin vaatimuksiin verkossa löytyvillä palveluilla. Esimerkiksi suoratoistopalvelut ja verkkokaupat ovat juurikin niitä palveluita, mitkä reagoivat tähän ongelmaan. Palvelut löytyvät heti ja helposti internetistä eivätkä ne ole riippuvaisia viikonpäivistä tai aukioloajoista.

Vaikka monet asiakkaat olivat vastanneet kyselyssä, että käyttävät Easy Rent – palvelua ja käyvät FilmTownissa sen takia, että suoratoistopalveluista ei saa uusimpia elokuvia heti, niin se ei kuitenkaan näyttänyt riittävän palvelun menes- tymiseen. Easy Rent –palvelu olisi tarvinnut rinnalle vielä jonkin asian, mikä olisi

tehnyt siitä erityisen korvaamattoman ja olisi saanut asiakkaita sitoutumaan paremmin yritykseen ja palveluun.

5.3 Opinnäytetyön tekemisen arviointia

Opinnäytetyön tekeminen on edennyt pikkuhiljaa lähinnä omasta ajanpuutteesta johtuen. Opinnäytetyötä aloittaessani hankin mahdollisia lähteitä, joista olisi hyvä alkaa rakentamaan opinnäytetyön teoriapohjaa. Sitten vaiheessa oli kyselyn tekeminen. Kyselyn tekemiseen menikin odotettua enemmän aikaa, koska oikeiden kysymysten keksiminen, joilla saataisiin työn tavoitteiden kannalta merkityksellisiä vastauksia, oli melko vaikeaa. Myös se, että kuinka monta kysymystä on sopiva määrä kyselylle oli aluksi vaikea määrittää. Loppujen lopuksi päädyin siihen, että tein paljon kysymyksiä, joista valitsin mielestäni parhaimmat ja ytimekkäimmät kysymykset, joilla saisi parhaiten vastauksia oikeisiin kysymyksiin opinnäytetyön kannalta ja FilmTownin kannalta. Loppujen lopuksi olin kuitenkin tyytyväinen kyselystä saaduista kysymyksistä ja kehitysideoista, joita sain kyselyn analysoiduista tuloksista.

Teoria osuuden valitseminen oli myös melko hankalaa, koska opinnäytetyön aiheeseen liittyen ei ole vielä olemassa paljon kirjallisuutta. Teoriaosuus keskittyykin enimmäkseen asiakkaiden ja yritysten välisiin suhteisiin ja asiakkaisiin panostamisen tärkeyteen. Palveluiden ja tuotteiden kehittäminen ja asiakkaiden huomioiminen kehityksessä on myös tärkeä osa teoriaa. Myös elokuvien ja sarjojen jakamiseen keskittyvää teoriaa löytyi hieman. Se oli mielestäni kuitenkin melko oleellinen osuus teoriaosuutta, koska niissä käsitellään elokuvien ja sarjojen levittämisen tulevaisuutta, mikä on oleellista videovuokraamolle.

LÄHTEET

- Ahola, H.; Koivumäki, T.; Oinas-Kukkonen, H. Markkinointi, liiketoiminta, digitaalinen media. Ensimmäinen painos. Helsinki: WSOY.
- Balac, M. 2009. Ostajan opas myyjälle – Miten onnistun paremmin myynnissä?. Yrityskirjat Oy.
- Curtin, M.; Holt, J.; Sanson, K. & Sutter, K. 2014. Distribution Revolution: Conversations about the Digital Future of Film and Television. Oakland: University of California Press.
- Doole, I.; Lancaster, P. & Lowe, R. 2005. Understanding and managing customers. Harlow: Pearson Education Limited.
- FilmTown, 2016a. Filmtown, Viitattu 19.6.2016. <http://www.filmtown.fi/filmtown/>
- FilmTown, 2016b. Filmtown, Viitattu 19.6.2016. <http://www.filmtown.fi/filmtown/>
- FilmTown, 2016c. Filmtown, Viitattu 19.6.2016. <http://www.filmtown.fi/filmtown/>
- FilmTown, 2016d. Filmtown, Viitattu 19.6.2016. <http://www.filmtown.fi/filmtown/>
- Filmtown 2016a. EasyRent, Viitattu 19.6.2016. <http://www.filmtown.fi/easyrent/>
- Filmtown 2016b. EasyRent, Viitattu 19.6.2016. <http://www.filmtown.fi/easyrent/>
- Filmtown 2016c. EasyRent, Viitattu 19.6.2016. <http://www.filmtown.fi/easyrent/>
- Filmtown 2016d. EasyRent, Viitattu 19.6.2016. <http://www.filmtown.fi/easyrent/>
- Filmtown 2016. EasyRent, Aktivointi, Viitattu 19.6.2016. <https://minun.filmtown.fi/aktivoi/easyrent>
- FilmTown, 2017. Liikkeet, Viitattu 14.12.2017. <http://www.filmtown.fi/liike>
- Finne, S. & Kokkonen, T. 2005. Asiakaslähtöinen kaupan arvoketju – Kilpailukykyä ECR-yhteistyöllä. Helsinki: WSOY.
- Garlo-Melkas 2014. Digitaalisuus haasta kivijalkakaupan. Viitattu 20.6.2017 <https://www.sponda.fi/magazine/digitaalisuus-haastaa-kivijalkakaupan>
- Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. Helsinki: WSOY.
- Hinnoittelun ABC – opas, 2.4. Valitse käytännön hinnoittelumalli, Viitattu 12.12.2017 <https://www.tieke.fi/pages/viewpage.action?pagelid=3441994>
- Huttunen, E. 2016a. Mahdollisuuksia, viihdettä ja ihania arjen hetkiä, Viitattu 20.7.2016 <http://mutsison.indiedays.com/2016/06/16/mahdollisuuksia-viihdetta-ja-ihania-arjen-hetkia/>
- Huttunen, E. 2016b. Ihanaa inspiraatiota, Viitattu 20.7.2016 <http://mutsison.indiedays.com/2016/07/13/ihanaa-inspiraatiota/>
- Kaario, K.; Pennanen, R.; Strobacka, K.; Mäkinen, H-L. 2004. Arvomyynnillä kasvuun. Helsinki: WSOY.
- Keskinen, T. 2000. Digitaalinen liiketoiminta – huomisen todellisuus. Helsinki: Kauppakaari Oyj.
- Korkman, O. & Arantola, H. 2009. Arki, Eväitä uuteen asiakaslähtöisyyteen. Helsinki: WSOYpro Oy.

- KP24 2017. Suoratoistopalvelut lisäävät suosiota – Vinkit siihen, mikä palvelu sopii juuri minulle. Viitattu 5.4.2017
<https://kp24.fi/uutiset/505094/suoratoistopalvelut-lisaavat-suosiota-vinkit-siihen-mika-palvelu-sopii-juuri-minulle-KP-24>
- Lahtinen, E. 2007. Kilpailukykyä hinnoittelulla. Helsinki: Talentum.
- Lotti, L. 2001. Tehokas markkina-analyysi. Helsinki: WSOY.
- Mattila, P. & Rautiainen, M. 2010. Putki, Johda markkinointia ja myyntiä yhdessä. Helsinki: Talentum.
- Moilanen, V. 2017. Suoratoistopalveluiden suosio kasvaa rytinällä. Viitattu 29.8.2017
<http://www.ts.fi/uutiset/talous/3572168/Suoratoistopalveluiden+suosio+kasvaa+rytinalla>
- My Starbuck Idea, 2017 Starbucks, Viitattu 14.12.2017 <https://ideas.starbucks.com>
- Mäntynevä, M.; Heinonen, J & Wrangle, K. 2008 Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY.
- Pöllänen, J. & Rope, T. 1998. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. Neljäs painos. Juva: WSOY.
- Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Kustannusyhtiö Pohjantähti Polestar Ltd.
- Robinson, S. & Etherington, L., 2006. Customer Loyalty - A Guide for Time Travellers. London: Palgrave Macmillan UK.
- Selin, E. & Selin, J. 2013. Kaikki on kiinni asiakkaasta – Avaimia asiakastyöskentelyn hallintaan. Espoo: Hansaprint Oy.
- Strategy-Train, 2017, Viitattu 15.12.2017 <http://st.merig.eu/index.php?id=24&L=2>
- Suoratoistopalveluiden suosio kasvaa rytinällä Suomessa – jo lähes kaksi miljoonaa käyttäjää. Savon Sanomat 2017. Viitattu 29.8.2017.
<https://www.savonsanomat.fi/talous/Suoratoistopalveluiden-suosio-kasvaa-rytinalla-Suomessa—jo-lähes-kaksi-miljoonaa-käyttäjää/1011065>
- Tryon, C. 2013. On-Demand Culture: Digital Delivery and the Future of Movies. New Jersey: Rutgers University Press.
- Uusitalo, L. 2002. Kuluttaja virtuaalimarkkinoilla. Helsinki: Edita.
- Vuokraa elokuvia netissä – Watsonin makuunissa. Watson 2016. viitattu 16.8.2016
<https://www.watson.fi/fi/content/vuokraa-ja-katso-elokuva-watsonin-makuunista?gclid=CPua1ebL29QCFQiBsgodd8UMCQ>
- Winston, W. & Audrey, Foster, G. A. 2014. 21 st-Century Hollywood: Movies in the Ear of Transformation. New Jersey: Rutgers Univesity Press.

Filmtownin Easy Rent –palvelun kysely



Filmtownin Easy Rent -palvelu

Tämä kysely koskee Filmtownin tarjoamaa Easy Rent -palvelua. Kyselyllä pyritään selvittämään asiakkaiden mielipiteitä palvelua kohtaan.

Kyselyyn vastaamiseen menee vain pieni hetki, toivottavasti voitte vastata, jotta saamme tietää mielipiteenne palvelua kohtaan. Vastaukset tulevat anonymieinä, joten vastauksia ei pystytä yhdistämään vastaajaan.

1. Oletko ollut tyytyväinen Easy Rent -palveluun? *

- Kyllä En. Toivoisin lisäksi...
-

2. Mitä hyötyjä sinulle on ollut Easy Rent -palvelusta? *

- Vuokraaminen on helppoa
 Hinta sopiva vuokraamaani määrää kohden
 Elokuva hakiessa saan samalla herkut mukaan

Muuta, mitä?

-
-

3. Käytätkö lisäksi suoratoistopalveluita Easy Rent -palvelun rinnalla, jos niin mitä? *

- En käytä suoratoistopalveluita
 Netflix

- Viaplay
 - C More
 - HBO Nordic
 - Watson
 - Amazon Prime
 - muu, mikä?
 -
-

4. Mitä etsit / arvostat Filmtownin valikoimassa? *

- uusia elokuvia
 - vanhoja elokuvia
 - uusia sarjoja
 - vanhoja sarjoja
 - Muuta, mitä?
 -
-

5. Onko tallenteiden vuokrauspalveluiden kohdalla tärkeämpää hinta vai sisältö? *

- sisältö
- hinta

6. Onko sinulle tärkeää, että elokuvien uudet ensi-illat ovat katsottavissa mahdollisimman pian niiden julkistamisen jälkeen? *

- Kyllä
- Ei

7. Onko tärkeämpää palvelun sisältö (esim. Filmtownin uudet ensi-illat) vai se että palvelu löytyy netissä? *

- palvelun sisältö
- palvelu löytyy netissä

8. Easy Rent -palvelu tarjoaa saman verran ensi-iltoja kuin monta stream palvelua yhteenlaskettuna. Onko ensi-iltojen (elokuvat+sarjat) laaja tarjonta mielestäsi tärkeä ominaisuus palvelulle? *

Kyllä

Ei

9. Easy Rent -palvelun vuokra-ajan pituus on 2 vuorokautta.

Onko se mielestäsi hyvä pituus? *

Kyllä, se on sopiva aika

Ei (miksi?)

10. Onko palvelun käyttäminen ollut helppoa? *

Kyllä

Ei (miksi?)

11. Oletko tyytäväinen tuotteiden tarjontaan? *

Kyllä

En (mitä haluaisit lisäksi?)

12. Onko vuokratallenteet mielestänne helppo saada omaan käyttöön? *

Kyllä

Ei, miksi?

13. Onko ruusuja tai risuja palveluun liittyen? *

Palvelu toimii mielestäni hyvin

Kehittämisehdotuksia
