

Sara Snellman

KIRJANPITÄJÄN JA ASIAKKAAN YHTEISTYÖ  
TILITOIMISTOSSA

Liiketalouden koulutusohjelma  
2018

# KIRJANPITÄJÄN JA ASIAKKAAN YHTEISTYÖ TILITOIMISTOSSA

Snellman, Sara  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Huhtikuu 2018  
Sivumäärä: 38  
Liitteitä: 1

Asiasanat: palveluala, asiakaspalvelu, asiakastyytyväisyys, kirjanpito, tilitoimisto

---

Opinnäytetyöni aiheena oli tehdä asiakastyytyväisyyskysely A-Tili Oy:lle. Työn tarkoituksena oli selvittää tilitoimiston kirjanpitopalveluita ostavien asiakkaiden asiakastyytyväisyyden taso. Tuloksien perusteella oli tarkoitus puuttua sellaisiin kohtiin, joissa esiintyi epätyytyväisyyttä asiakkaiden parissa, ja näin parantaa yrityksen asiakastyytyväisyyttä.

Työn teoreettisessa osiossa käsiteltiin kirjanpitoprosessia, asiakaspalvelua ja asiakastyytyväisyyttä. Teoreettinen osuus koostuu alan ammattikirjallisuudesta, sekä internet-lähteistä.

Tutkimus oli kvantitatiivinen ja se toteutettiin sähköisenä asiakastyytyväisyyskyselynä. Kysely tehtiin Satakunnan ammattikorkeakoulun E-lomake ohjelmalla. Kysely lähetettiin asiakkaiden sähköpostiin. Vastausaikaa he saivat kolme viikkoa. Kysely lähetettiin 289 asiakkaalle, joista yhteensä 65 vastasi kyselyyn. Kyselyn vastausprosentti oli 22,5%, eli tulokset eivät välttämättä anna täysin kattavaa kuvaa tilitoimiston asiakastyytyväisyyden tasosta.

Kyselyn tulokset analysoitiin Excel taulukko-ohjelman avulla. Tuloksia havainnollistettiin erilaisten kaavioiden avulla. Jokaista kaaviota analysoitiin myös sanallisesti. Tuloksien perusteella A-Tili Oy:n asiakastyytyväisyyden taso on todella hyvä, eikä montaa kehityskohdetta löytynyt.

# ACCOUNTANT'S AND CUSTOMER'S COOPERATION IN THE ACCOUNTING OFFICE

Snellman, Sara

Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Business and Administration

April 2018

Number of pages: 38

Appendices: 1

Keywords: service industry, customer service, customer satisfaction, accounting, accounting company

---

The topic of this thesis was to do a customer satisfaction research for A-Tili Oy. The purpose of the research was to find out how satisfied customers are at the accounting company. Based on results purpose was to refine those things that causes dislikes among customers.

The theoretic part of this thesis handles accounting process, customer service and customer satisfaction. Theoretic part consists of professional literature and internet sources.

Research was quantitative, and it was executed as an electric customer satisfaction inquiry. Inquiry was made by program called E-form. Questionnaire was sent to the customers e-mail. They got three weeks to answer to the questionnaire. Questionnaire was sent to 289 customers. 65 of them answered to the survey.

Survey's response rate was only 22,5 %. Results may not give the whole picture of the position in customer satisfaction.

The results of the research were analyzed by Excel. Results was demonstrated by different kind of charts. There is also verbal analysis of every chart. Based on researches results the state of customer satisfaction is very good in A-Tili Oy. In the research there was not many things that should be developed.

## SISÄLLYS

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 1   | JOHDANTO.....  | 5  |
| 2   | TOIMEKSIANTAJA .....                                 | 7  |
| 3   | KIRJANPIDON PROSESSI .....                           | 8  |
| 3.1 | Miksi kirjanpitoa tehdään?.....                      | 8  |
| 3.2 | Tilinavaus.....                                      | 9  |
| 3.3 | Liiketapahtumien kirjaus .....                       | 9  |
| 3.4 | Tilinpäätös.....                                     | 10 |
| 3.5 | Tilinpäätösasiakirjat .....                          | 11 |
| 4   | ASiantuntijana tilitoimistossa.....                  | 13 |
| 5   | Asiakaspalvelu .....                                 | 14 |
| 5.1 | Vuorovaikutus ja kielenkäyttö .....                  | 15 |
| 5.2 | Yhteistyöhalu .....                                  | 16 |
| 6   | Asiakastyytyväisyys.....                             | 18 |
| 6.1 | Palvelun laatu.....                                  | 18 |
| 7   | Tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen suorittaminen ..... | 19 |
| 7.1 | Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä .....             | 19 |
| 7.2 | Verkkokysely ja aineiston keruu.....                 | 20 |
| 7.3 | Tutkimuksen kohderyhmä .....                         | 21 |
| 8   | Tutkimustulokset.....                                | 22 |
| 9   | Johtopäätökset .....                                 | 35 |
|     | Lähteet.....   | 37 |
|     | Liitteet   |    |

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aiheeksi valitsin kirjanpitäjän ja asiakkaan välisen yhteistyön. Kirjanpidon muuttuessa sähköiseksi myös kirjanpitäjän rooli on muuttunut. Kirjanpitäjä on asiantuntija. Asiakkaan voi olla vaikea ymmärtää kirjanpitäjän kieltä, kun käytössä on erilaisia ammattitermejä. Kirjanpitäjän itse tulisi huomioida asiakkaan tietämättömyys ja varmistaa, että asiakas on ymmärtänyt asiat oikein. Mielenkiinto kyseiseen aiheeseen syntyi, kun olin viisi kuukautta harjoittelussa tilitoimistossa. Tämän jakson aikana pääsin itse omin silmin näkemään, kuinka siellä kirjanpitäjät kohtaavat asiakkaansa. Tapoja palvella asiakkaita on varmasti yhtä monta kuin on palvelijoitakin. Jokaisella on ne omat tapansa kohdata asiakas ja viestiä tämän kanssa. Työssä haluankin miettiä sitä, kuinka asiakaspalvelussa onnistutaan parhaiten. Työn alussa esittelen hie-  
man opinnäytetyön toimeksiantajaa A-Tili Oy:tä. Esittelyn jälkeen käsittelen teoriaa kirjanpidon prosessiin ja asiakaspalveluun liittyen. Vaikka työ onkin asiakastyytyväisyyteen liittyvä, haluan käsitellä työssäni myös kirjanpidollisia asioita, sillä työn toimeksiantajana on kuitenkin tilitoimisto. Teorian jälkeen esittelen tutkimusmenetelmän, jonka jälkeen siirryn tutkimustuloksiin ja niistä tehtyihin johtopäätöksiin.

Opinnäytetyöni tavoitteena on selvittää tilitoimiston asiakaspalvelun laatua. Tarkoituksena on selvittää, millaisia odotuksia asiakkailla on ollut kirjanpitäjien asiakaspalvelun laadun suhteen, kun he ovat valinneet tilitoimiston palvelut. Työ selvittää myös, miten odotukset ovat täyttyneet ja onko asiakaspalvelussa jotakin kehitettävää. Aihe on tärkeä, koska tilitoimistoalalla kilpailu asiakkaita on kovaa. Hyvä palvelun laatu on varmasti yksi syy asiakkaiden säilymiseen. Opinnäytetyön toimeksiantajalle A-Tili Oy:lle on tärkeää, että heidän asiakkaansa saavat ammattitaitoista, ajantasaista ja vai-  
vatonta palvelua asiakaskohtaisten tarpeiden mukaisesti. Tämän vuoksi heistä tuntui ajankohtaiselta tehdä asiakkailleen kysely tämän hetkisestä tilanteesta palvelun laadun suhteen. Tutkimus toteutetaan verkkokyselynä, joka lähetetään tilitoimiston kirjanpi-  
topalveluita ostaville asiakkaille.

Työn tutkimusongelmana on selvittää toimeksiantajayrityksen asiakaspalvelun laatua ja vastata kysymykseen minkälaista palvelun laatu on. Näiden asioiden kannalta opinnäytetyöni on tutkimuksellinen, uutta asiaa esiin tuova.

Opinnäytetyöni on merkityksellinen sen vuoksi, koska tilitoimistoalalla kilpailu asiakkaista on kovaa. Tämän vuoksi jokainen toimisto haluaa tarjota mahdollisimman laadukasta ja uudistunutta palvelua. Tyytyväinen asiakas on varmasti jokaisen yrityksen tavoite. Tutkimuksen avulla selviää, onko yrityksellä tarvetta laajentaa tai uudistaa toimintatapojaan jotenkin.

## 2 TOIMEKSIANTAJA

Opinnäytetyön toimeksiantaja on nimeltään A-Tili Oy. A-Tili on tilitoimisto, jolla on toimistot Tampereella ja Valkeakoskella. A-Tili Oy on perustettu vuonna 1979, joten se on jo melko kokenut taloushallintoalan toimija. A-Tili on auktorisoitu tilitoimisto. Tämä tarkoittaa sitä, että yrityksen toimintaa on seurattu ainakin kahden vuoden ajan ja näin ollen kirjanpitäjien ammattitaito on taattua. A-Tili Oy kuuluu Suomen Talouspalvelut konserniin. Konserni on lähiaikoina kasvanut uusien yrityskauppojen myötä. Konserniin kuuluu tällä hetkellä 10 tilitoimistoa ympäri Suomea.

Kirjanpidon sähköistyminen on muuttanut paljon tilitoimistoalaa. A-Tilin tavoitteena on pysyä muutoksissa mukana, ellei jopa muita edellä. He haluavat panostaa sähköisten palveluiden tuottamiseen. Asiakkaita heillä on yli 700 ympäri Suomea. Suurimpia asiakkaita ovat FP-Tuotteet, Tampereen Aluetaksi, LVI Kurikka Oy ja Tolppa Ravintolat Oy. A-Tilin palvelutarjonnasta löytyvät perinteisen ja sähköisen kirjanpidon lisäksi mm. palkanlaskentapalvelut, yrittäjä- ja neuvontapalvelut sekä yrityksen perustamiseen, arvonmääritykseen tai yritysjärjestelyihin liittyvät palvelut. Sähköistä kirjanpitoa tehdään Visma Netvisor -ohjelmalla.

Yrityksessä työskentelee tällä hetkellä 21 työntekijää, 17 heistä Tampereella ja 4 Valkeakoskella. Yritys on kasvanut viimeisen viiden vuoden aikana, ja tuplannut henkilöstömääränsä. Visiona on kasvaa edelleen. A-Tili haluaa myös tarjota opiskelijoille mahdollisuuden harjoitella alaan liittyviä asioita heillä. Yrityksessä onkin lähes läpi vuoden ainakin yksi harjoittelija. (A-Tili Oy:n www-sivut 2017.)

A-Tili Oy:n toimitusjohtaja on nimeltään Juha Seppälä. Vuonna 2016 A-Tili Oy:n liikevaihto oli 1.706.000 euroa. Liikevaihto on ollut vuosien 2012-2016 välillä koko ajan noususuuntainen. Liiketoiminnan tulos oli vuonna 2016 28.000 euroa, joka oli huomattavasti vuoden 2015 tulosta -15.788 euroa parempi. Kehitystä vuodessa oli tapahtunut +277 %. (Suomen Asiakastieto Oy:n www-sivut 2018.)

### 3 KIRJANPIDON PROSESSI

#### 3.1 Miksi kirjanpitoa tehdään?

Varmasti jokaisen yrityksen tavoitteena on tuottaa voittoa. Sen vuoksi yrityksen täytyy seurata jatkuvasti omaa taloudellista tilannettaan pitämällä kirjaa tuloista, menoista, varoista ja veloista. Sidosryhmät, kuten asiakkaat, hankkijat, henkilöstö, omistajat, rahoittajat ja julkinen valta ovat kiinnostuneita saamaan tietoa yrityksen taloudellisesta tilanteesta. (Tomperi 2016, 7.) Moni ehkä ajattelee, että kirjanpitoa tehdään vain verottajaa varten. Näin asia ei kuitenkaan ole. Toki kirjanpidon perusteella tehdään ilmoitukset Verohallinnolle ja muille viranomaisille. Kuitenkin ennen kaikkea omistajat ja osakkaat ovat se ryhmä, jota kirjanpidon osoittamat tiedot kiinnostavat eniten. Kirjanpidon tarkoitus on selvittää yritystoiminnan tulos. Yrityksen omistajat ovat varmasti kiinnostuneita jakokelpoisen voiton määrästä. Tuloksen laskenta ja käyttö on normitettu laissa asti, koska sen on katsottu olevan niin tärkeää.

Tuloksen lisäksi kirjanpito tuottaa informaatiota toiminnan suunnittelua ja seurantaan varten. Kirjanpidon avulla pystytään katsomaan yrityksen menneisyyteen ja samalla on kyettävä ennustamaan tulevaa. Kirjanpidosta saatavan informaation tulee olla sel-laista, että se paljastaa yrityksen toiminnan heikkoudet mahdollisimman nopeasti. Nykyinen sähköinen kirjanpito mahdollistaakin reagoinnin reaaliajassa, sillä kirjanpidon raportit ovat saatavissa, milloin vain. Kirjanpidolla on myös erilläänpitotehtävä. Sen avulla voidaan pitää erillään yrityksen ja muiden talousyksiköiden tulot, menot ja rahat (Tölle 2006, 16, Tomperi 2016, 11.)

Kirjanpitolaissa säädetään siitä, kenen tulee pitää kirjanpitoa. Kirjanpitovelvollisia ovat kaikki osakeyhtiöt, osuuskunnat, avoimet yhtiöt, kommandiittiyhtiöt, yhdistykset ja säätiöt. Näiden on pidettävä aina kahdenkertaista kirjanpitoa. Pienille liikkeenharjoittajille kirjanpitoa koskevat säännökset ovat kevennettyjä. Maatilataloutta ja kalas-tusta harjoittavan ei tarvitse tehdä lain mukaista kirjanpitoa. Kirjanpidosta on kuitenkin aina saatava tarvittavat tiedot Verohallinnolle.



### 3.2 Tilinavaus

Kirjanpitoa tehtäessä prosessi etenee tilikauden aikana vaihe vaiheelta, aina tilinavauksesta tilinpäätös hetkeen. Seuraavaksi kerron hieman eri prosessien vaiheista. Tilikausi on ajanjakso, jonka aikana yrityksen tulos selvitetään. Yleensä se on pituudeltaan 12 kuukautta. Tilikauden alussa tehdään tilinavaus. Tilinavauksessa edellisen tilikauden tilinpäätöksestä saadusta tasetilissä olevat summat siirretään vastaaville tileille alkusaldoiksi. Alkusaldo merkitään aina sille puolelle tiliä, jossa se on Tasetililäkin. (Tomperi 2016, 16.)

### 3.3 Liiketapahtumien kirjaus

Liiketapahtumia tilikauden aikana ovat menot, tulot ja rahoitustapahtumat. Menot syntyvät tuotannontekijöiden, kuten koneiden, kaluston, rakennusten ja raaka-aineiden hankkimisesta. Tulot syntyvät suoritteiden, kuten tuotteiden ja palveluiden myymisestä. Rahoitustapahtumat syntyvät menoista ja tuloista. Kun yritys maksaa tuotannontekijöistään tai saa maksun myymistään suoritteista, tapahtuu rahoitustapahtuma. Myös jos yritys ottaa pankkilainaa tai maksaa sitä pois, on kyseessä rahoitustapahtuma. (Tomperi 2011, 13-14.)

Tilikauden aikana liiketapahtumia kirjataan tositteiden perusteella kirjanpitoon. Tositteita ovat esimerkiksi laskut, palkkalistat, maksukuitit ja tiliotteet. Tositteista on aina ilmettävä päivämäärä, jotta se osoittaa milloin liiketapahtuma on tapahtunut. Tositteet on myös numeroitava kirjanpitoon, jotta liiketapahtuman, tositteen ja kirjauksen välinen yhteys on helposti löydettävissä. (Tomperi 2016, 42.) Tositteista liiketapahtumat kirjataan kirjaussääntöjen mukaisesti kirjanpitoon. Kirjanpidon tilit jaotellaan tiliryhmiin, joita ovat:

- rahoitustilit
  - raha- ja saatavatilit & pääomatilit
- menotilit
- tulotilit
- tilinpäätöstilit (Tomperi 2016, 18.)

Kahdenkertaisessa kirjanpidossa liiketapahtumat kirjataan aina kahdelle eri tilille. Tilillä on kaksi puolta. Tilin vasen puoli on debet ja oikea puoli kredit. Tositteen perusteella liiketapaturman rahamäärä kirjataan jonkin tilin debet-puolelle ja toisen tilin kredit-puolelle. Se kummalle puolelle rahamäärä kirjataan, riippuu tilien luonteesta. (Tölö 2006, 35–36.) Tilin debet-puolelle merkitään rahan käyttö ja kredit-puolelle rahan lähde (Tomperi 2011, 15).

### 3.4 Tilinpäätös

Tilikauden päättyessä tehdään tilinpäätös. Se tehdään siten, että kaikki tilikauden aikana käytetyt tilit päätetään joko tulos- tai tasetilille. Näiden perusteella luodaan tilinpäätösraportteja, joita ovat tuloslaskelma, tase, liitetiedot ja tase-erittelyt. (Tomperi 2016, 16.) Tilinpäätös on laadittava euromääräisenä neljän kuukauden sisällä tilikauden päättymisestä. Se on laadittava siten, että se antaa oikean ja riittävän kuvan kirjanpitovelvollisen toiminnan tuloksesta ja taloudellisesta asemasta olennaisuusperiaatteen mukaisesti. Tieto on olennaista silloin kun sen pois jättäminen johtaa väärin johtopäätöksiin. Tämän vuoksi taseen ja tuloslaskelman liitteenä ilmoitetaan mahdolliset lisätiedot.

Tilinpäätöksen laatimiseen vaikuttaa se minkä kokoinen yritys on kyseessä. Yrityskoon määrittelee tilikauden päätöspäivän taseen loppusumma, liikevaihto sekä henkilöstömäärä. Mikrokokoluokan yritykset eivät ole velvollisia laatimaan tilinpäätöstä, mikäli heidän tilikautena on kalenterivuosi. Kuitenkin tilinpäätöksen laatiminen on suositeltavaa, sillä tiedot on kuitenkin selvitettävä verotusta varten. (Tomperi 2016, 146-148.)

Tilinpäätöksen päätehtävänä on tilikauden tuloksen laskeminen. Tilinpäätös on laadittava suoriteperusteisesti, eli kirjaukset on tehtävä suoritteen luovutushetken mukaan. Jos yritys tekee kirjanpitoaan maksuperusteisesti eli suoritteen maksuhetken mukaan, se on tilinpäätös hetkellä muutettava suoriteperusteiseksi. Ne ostot, joita ei ole vielä maksettu, kirjataan ostovelkoihin ja vastaavasti myynnit, joista ei ole vielä saatu suoritusta kirjataan myyntisaamisiin. Myös siirtyvät erät on otettava huomioon tilinpäätöstä laadittaessa, jotta saadaan kohdistettua kulut oikeille tilikausille. Siirtyvät erät

ovat joko jäämiä, eli maksamattomia laskuja tai ennakoita eli etukäteen maksettuja tai saatuja suorituksia. Siirtosaamisina käsitellään tulojäämät eli saamatta olevat tulot sekä menoennakot eli etukäteen maksetut menot. Siirtovelkoina käsitellään menojäämät eli maksamatta olevat menot sekä tuloennakot eli etukäteen saadut tulot. (Tölli 2006, 153-156.)

### 3.5 Tilinpäätösasiakirjat

Tilinpäätösasiakirjoja ovat tuloslaskelma, tase, rahoituslaskelma sekä näiden liitteet. Tilinpäätöksen yhteyteen liitetään myös toimintakertomus. Pienten yritysten ei kuitenkaan tarvitse laatia rahoituslaskelmaa, eikä toimintakertomusta. Näiden asiakirjojen on oltava selkeitä ja niiden on muodostettava yhtenäinen kokonaisuus. Tilinpäätös on julkinen asiakirja. (Tomperi 2016, 146.)

Tuloslaskelma selvittää miten tilikauden tulos on syntynyt. Kirjanpitoasetuksessa on omat tuloslaskelmakaavat eri kokoisille ja eri liiketoimintaa harjoittaville tilinpäätösvelvollisille. Tuloslaskelmassa esitetään kaikki liiketoiminnasta aiheutuneet tuotot ja kulut. Kun liikevaihdosta ja muista kertyneistä tuotoista vähennetään tilikauden aikana aiheutuneet kulut, kuten henkilöstökulut, materiaalit ja poistot, saadaan liikevoitto tai liiketappio. Liikevoitto osoittaa yrityksen liiketoiminnan todellisen tuloksen, eli sen rahamäärän joka todellisuudessa jää käytettäväksi. Liikevoiton jälkeen esitetään rahoitustuotot ja -kulut, poistoeron ja verotuserusteisten varausten muutos sekä tuloverot. (Tomperi 2016, 148.)

Tase kuvaa yrityksen taloudellista asemaa. Taseen vastaavaa-puoli kertoo sen mihin rahaa on käytetty. Se kertoo yrityksen varat. Pysyvät vastaavat ovat erinä, jotka tuottavat tuloa useampana tilikautena. Ne jaetaan kolmeen ryhmään, aineettomat ja aineelliset hyödykkeet sekä sijoitukset. Muut vastaavien erät ovat vaihtuvia. Ne muodostuvat vaihto-omaisuudesta, saamisista, rahoitusarvopapereista, rahoista ja pankkisaamisista. Taseen vastattavaa-puoli kertoo sen mistä raha on lähtöisin. Se kertoo yritystoiminnan pääomarahoituksen määrän. Vastattavaa puoli jaetaan neljään osioon, joita ovat oma pääoma, tilinpäätössiirtojen kertymä, pakolliset varaukset sekä vieras pää-

oma. Kirjanpitoasetuksesta löytyy kaava, jonka mukaisesti tase tulee laatia. Tase voidaan laatia myös lyhennettynä, mikäli se johtaa selkeämpään esittämistapaan. (Tomperi 2016, 155-164.)

Rahoituslaskelma selvittää mistä yrityksen rahavirrat kertyvät ja mihin yritys on rahansa käyttänyt. Siinä ei oteta huomioon varaston muutoksia, poistoja eikä varauksia, koska näistä ei aiheudu todellista rahavirtaa. Sen sijaan rahoituslaskelmassa otetaan huomioon investoinnit, joita ei kokonaisuudessaan tuloslaskelmassa näy. Tulos ei ole siis sama asia kuin käytettävissä oleva rahamäärä. (Tölli 2006, 165.) Rahoituslaskelmassa suoriteperusteiset erät siis muutetaan maksuperusteisiksi. Laskelmassa rahavirrat jaetaan liiketoiminnan, investointien ja rahoituksen rahavirtaan. Laskelman laatimisvelvollisuus koskee vain suuryrityksiä. (Tomperi 2016, 165-166.)

Liitetiedot laaditaan sen vuoksi, jollei tilinpäätös itsessään anna riittävää ja oikeaa kuvaa kirjanpitovelvollisen liiketoiminnasta (Tomperi 2016, 167). Kirjanpitoasetuksessa on säädetty erilaisista liitetiedoista. Tällaisia ovat esimerkiksi tuloslaskelmaa ja tasetta koskevat liitetiedot, henkilöstöä koskevat liitetiedot sekä tuloverotusta koskevat liitetiedot.

Tilinpäätöstä varten laaditaan myös tase-erittelyt, jotka selvittävät taseen eriä yksityiskotaisemmin. Niissä selvitetään kunkin taseen erän sisältö. Kirjanpitoasetus edellyttää pysyvien vastaavien, vaihtuvien vastaavien, vieraan pääoman ja pakollisten varausten erittelyä. Erittelyjä ei tarvitse sisällyttää varsinaiseen tasekirjaan, vaan ne voidaan säilyttää erillisinä. Ne eivät kuulu julkaistavaan tilinpäätökseen. Esittämisyjärjestyksessä suositellaan tasekaavan mukaista järjestystä, mutta siitä ei ole tehty sen kummempia säännöksiä. Tärkeintä on, että erittelyistä käyvät selkeästi ilmi taseessa esiintyvät luvut. (Tomperi 2011, 168- 177.)

Toimintakertomus kuvaa yrityksen toiminnan kehitystä, yrityksen taloudellista tilannetta sekä liiketoiminnan merkittävimpiä riskejä ja epävarmuustekijöitä. Se voi myös sisältää tunnuslukuja taloudesta, henkilöstöstä tai ympäristövaikutuksista. Toimintakertomuksessa esitetään myös merkittävistä tapahtumista tilikauden päättymisen jälkeen sekä arvio tulevasta kehityksestä. Pienen kirjanpitovelvollisen ei tarvitse laatia

toimintakertomusta. Jos pieni kirjanpitovelvollinen kuitenkin päättää laatia toimintakertomuksen, sen tulee sisältää kaikki vaadittavat tiedot täydellisinä. Se ei voi valita toimintakertomukseen vain oman harkintansa mukaisia tietoja. (Tomperi 2011, 167.)

#### 4 ASIANTUNTIJANA TILITOIMISTOSSA

Nykyään asiantuntijuus saatetaan mieltää joksikin paremmaksi ja hienommaksi, mihin ei sisälly asiakaspalvelua tai myymistä. Koetaan, että asiantuntijuus on suurta tietämystä jostakin asiasta. (Aarnikoivu 2005, 56.) Asiantuntijuus on sitä, että tuntee jonkin alan paremmin, kuin muut. Asiantuntijuus koostuu yrityksen ja sen henkilöstön osaamisesta, joka kulminoituu tuotteeseen tai palveluun. Tämä osaaminen tulee saattaa ymmärrettävään muotoon, jotta asiakkaat ja sidosryhmät ymmärtävät sen arvon. (Aapola 2012, 60.) Kirjanpitäjä on oman alansa asiantuntija. Hänellä on kaikki tietämys kirjanpitoon, verotukseen ja yritysasioihin liittyen. Samalla kirjanpitäjä on myös asiakaspalvelija. Näin ollen asiakaspalvelu ja asiantuntijuus kulkevat käsikädessä. Asiantuntijalla tuleekin olla asiakasymmärrystä ja taitoa kuunnella asiakkaitaan. He osaavat käyttää osaamistaan asiakkaan edun mukaisesti. He jakavat asiantuntemustaan avoimesti, mutta kuitenkin johdonmukaisesti, jotta asian seuraaminen on helppoa. He auttavat asiakkaitaan oppimaan uutta. Asiantuntijat osaavat linkittää puhuttavat asiat loogisesti toisiinsa. (Aapola 2012, 60.)

Tämän päivän asiantuntijuus vaatii kykyä toimia tiimissä ja tehdä yhteistyötä monen eri tahon kanssa. Lisäksi vaaditaan neuvottelutaitoja sekä kykyä muodostaa verkostoja ja hankkia sosiaalista pääomaa. Monimutkaiset ongelmat voivat vaatia monen eri alan asiantuntijan yhteistoimintaa. Kyse voi olla informaation levittämisestä ja jakamisesta. (Parviainen 2006, 157.) Kirjanpitäjä tekee yhteistyötä verottajan ja tilintarkastajan kanssa. He jakavat tietonsa ja taitonsa. Jos kirjanpitäjä tekee oman työnsä huolellisesti ja oikein, ei verottajalle ja tilintarkastajalle jää paljoa tehtävää.

Asiantuntijan ja aloittelijan välillä on tietynlaisia eroja. Asiantuntijalla on enemmän tietoa ja tieto on paremmin organisoitunutta. Asiantuntija pystyy hahmottamaan suurempia kokonaisuuksia. Tutun ongelman kohdatessaan he pystyvät suoriutumaan siitä erittäin nopeasti ja suoraviivaisesti. Uusi ongelma taas vaatii heiltä samanlaista etene- mistä kuin aloittelijoillakin, koettamalla edetä mahdollisesta ratkaisusta ongelman al- kuehtojen suuntaan. Asiantuntijuuden ytimenä on kehittyvät ongelmien ratkaisutavat. Jos toiminta perustuisi vain jo saavutettuihin tietoihin ja taitoihin, ei pysyisi kauan asiantuntijana koko ajan muuttuvassa maailmassa. Tämä saavutettu korkeatasoinen tietämys auttaa asiantuntijaa erottamaan olennaisen tiedon epäolennaisesta. Näin asi- antuntija voi suunnata älylliset voimavaransa ongelmanratkaisussa lupaavien vaihto- ehtojen käsittelyyn lukemattomien muiden vaihtoehtojen joukosta. Asiantuntijan tu- leekin seurata aikaansa ja kouluttautua tietyin väliajoin. (Parviainen 2006, 216-217.)

## 5 ASIAKASPALVELU

Palveluammatteja ovat kaikki ne, joissa jollainlailla toimitaan asiakkaan hyväksi. Pal- velualalla palvelutapahtuman merkitys korostuu, sillä palvelu on se myytävä tuote, jo- hon koko liiketoiminta perustuu. Palvelu on aineeton, ja sitä ei voi helposti mitata. Palvelu tuotetaan vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa, näin ollen asiakas osallistuu palvelun tuottamiseen. Palvelua ei voida varastoida eikä myydä eteenpäin. Hyvä asia- kaspalvelu on erityisen tärkeää palvelualan yrityksissä. (Hämäläinen, Kiiras, Korkea- mäki & Pakkanen 2016, 10.)

Hyvä asiakaspalvelu voidaan määritellä monella tavalla. Se voi olla nopeaa, ystäväl- listä, asiantuntevaa tai henkilökohtaista. Jokaisella meistä on omat mielipiteemme hy- västä asiakaspalvelusta. Tämän vuoksi hyvää asiakaspalvelua on vaikeaa määritellä. Asiakas voi olla tyytymätön palveluun, vaikka asiakaspalvelija itse ajattelee anta- neensa hyvää palvelua. (Eräsalo 2011, 1.) Tämä voi johtua siitä, että asiakkaalla on ollut erilaiset odotukset palvelun laadun suhteen tai aikaisemmat kokemukset ovat ol- leet erilaisia. Palvelutapahtuman odotetaan vastaavan omiin tarpeisiin ja odotuksiin

vaihtelevissa tilanteissa. Esimerkiksi palvelun nopeus voidaan kokea erilaisena lounastauolla kuin vapaa-ajalla. (Eräsalo 2011, 13.) Jokainen asiakas tulee kohdata yksilönä ja hänelle tulee antaa yksilöllistä palvelua. Tämä voi olla melko haasteellista, sillä asiakkaat ovat erilaisia.

Hyvän asiakaspalvelukokemuksen saanut asiakas tulee asioimaan uudelleen. Lisäksi tämä luultavasti kertoo kokemuksistaan eteenpäin. Tällainen suusta suuhun markkinointi on tehokkaampaa kuin mikään muu, koska se perustuu omiin kokemuksiin. Tilitoimistossa hyvän kokemuksen saanut yrittäjä saattaa suositella palveluita muille yrittäjätuttavilleen. Näin tilitoimisto voi saada uusia asiakkaita, joista nykypäivänä on kova kilpailu. Tärkeää onkin se, miten erottua muista samaa palvelua tarjoavista yrityksistä. Hyvän palvelukokemuksen saamiseksi olisi hyvä toteuttaa ainakin seuraavat asiat:

- kohtelias käytös
- ystävällisyys
- asiantuntemus
- asiakkaan kuuntelu
- tekninen osaaminen (Eräsalo 2011, 16.)

## 5.1 Vuorovaikutus ja kielenkäyttö

Asiakkaan kohtaaminen ja tervehtiminen ovat alku hyvälle yhteistyölle. Katsekontakti on vuorovaikutuksen väkevin väline. Katseella voidaan kutsua ja luoda ystävällisyyden ilmapiiriä, mutta sillä voidaan myös torjua ja kertoa kiireestä. Hyvän asiakaspalvelijan olemus on luotettava, asiantunteva, ystävällinen ja helposti lähestyttävä. Asiakaspalvelija on aina valmiina palvelemaan asiakkaitaan, tämä tervehtii ystävällisesti ja käyttää sanoja ”kiitos”, ”olkaa hyvä”, ”anteeksi” ja ”otan asiasta selvää”. Asiakaspalvelijan tulee erityisesti kiinnittää huomiota niin kutsuttuun sanattomaan viestintään, koska sen merkitys on tutkitusti jopa 90% ja sanoilla vain 10%. Jos sanaton viestintä ja sanalliset viestit ovat ristiriidassa, ihminen uskoo sanatonta viestintää, sillä sitä on vaikeampi valehdella. Sanatonta viestintää ovat ulkoinen olemus, eleet, ilmeet, kehon asento, äänensävy, puhenopeus ja puheen voimakkuus. (Hämäläinen ym. 2016, 22-23.)

Tilitoimistossa kirjanpitäjä joutuu olemaan asiakkaaseensa usein yhteydessä puhelimitse tai sähköpostilla. Tällöin vuorovaikutus ei tapahdu kasvotusten. Äänellinen ilmaisuus on osa sanatonta viestintää. Se vaikuttaa suuresti siihen minkälaisen kuvan asiakaspalvelija välittää itsestään asiakkaalle tai minkälaisen ilmapiirin hän luo vuorovaikutustilanteeseen. Esimerkiksi puhelun aikana huokailut ja rykimiset voivat luoda asiakkaalle kuvan, että asiakaspalvelija on kiireinen tai muuten turhautunut. (Hjelt-Putilin 2005, 35.) Sähköpostista ei välity edes äänensävyt. Tämän vuoksi sen kirjoittamisessa pitää ottaa huomioon kenelle viesti on tarkoitettu. Tyyli vaihtelee asiakkaan, asian ja tilanteen mukaan. Viestille tulee valita oikea sävy heti alusta loppuun asti. Kirjoittaessa tulee ottaa huomioon, että sanat eivät välttämättä merkitse kaikille samaa asiaa. On taitolaji kirjoittaa sellainen sähköposti joka luo oikeanlaisen mielikuvan aiheesta. Sähköpostiviestinnässä väärinymmärryksen vaara onkin suurempi, kuin muussa vuorovaikutuksessa. (Javne & Marckwort 2013, 13-18.)

Kielenkäytöllä ja sanoilla on viestinnässä vahva painoarvo. Kielenkäytöllä kirjanpitäjä kiteyttää ajatuksensa, mielipiteensä ja näkemyksensä. Asiakkaan kuullen ei ainakaan saisi kiroilla tai valittaa työnantajaan tai muihin asiakkaisiin liittyvistä asioista. Tällainen käytös ei ole sopivaa, eikä asiantuntevaa. Vaikka itsellä olisi huono päivä, ei sitä saisi tuoda esiin asiakaspalvelutilanteessa. Sanallisen viestinnän tulee olla selkeää, ymmärrettävää ja täsmällistä. Kirjanpitäjä saattaa helposti käyttää ammattitermejä, joita asiakas ei välttämättä ymmärrä. Epäselvyydet voivat johtaa ohjeiden väärinymmärtämiseen, virhetoimintoihin tai toimimatta jättämiseen. Asiakas saattaa jäädä yksin pohtimaan asiaa, eikä välttämättä kehtaa pyytää täsmennystä asioihin. (Hjelt-Putilin 2005, 95- 97.) Tilitoimistossa on kuitenkin usein käytettävä ammattitermejä, mutta niiden merkitys tulee selittää asiakkaalle.

## 5.2 Yhteistyöhalu

Yhteistyöhalu on tärkeää asiakaspalvelutyössä. Myös hankalissa ja ristiriitaisissa tilanteissa yhteistyöhalu on nimenomaisen tärkeää ja sen avulla tilannetta voidaan ehkäistä kärjistymättä konfliktin tasolle. Kun työntekijällä on riittävä motivaatio työnte-



koon ja hyvän palvelun tuottamiseen, on vuorovaikutuksen onnistumiselle hyvät edellytykset. Palvelutyössä tulee olla valmis ottamaan palautetta vastaan ja myös antamaan sitä. Tilanteet voivat kärjistyä helposti, jos palvelutyöntekijä ei ole valmis ottamaan kritiikkiä vastaan ja olla arvioinnin kohteena. (Hjelt-Putilin 2005, 38–40.) Keskustelu asiakkaan kanssa ei välttämättä aina suju yhteisymmärryksessä. Asiakkaat antavat monenlaista palautetta ja heillä voi olla hyvinkin voimakkaat näkemykset asioihin. Välillä ne voivat tuntua aiheettomiltakin. On kuitenkin hyvä muistaa, että aikuisen mielipiteitä ja asenteita on vaikea muuttaa. Asiakkaan kanssa ei kannata koskaan alkaa väittelemään, mutta tälle voi kuitenkin yrittää antaa asiaan uusia näkökulmia. Faktojen selvittäminen on tärkeää, sillä niillä voi vakuuttaa asiakkaan. Jos tästä huolimatta asiakkaan palaute on edelleen ikävää, tulee siihen yrittää suhteutua myönteisesti ja yrittää oppia siitä jotakin uutta. On myös hyvä muistaa se, että palautetta antava asiakas on kiinnostunut yrityksestä ja sen toiminnasta. Antamalla palautetta hän toivoo asian korjausta. Asiakkaalla olisi myös toinen vaihtoehto, vaihtaa kokonaan palveluntarjoajaa. (Hämäläinen ym. 2016, 29-37.)

Haastavia ja hankalia asiakkaita varten on syytä opetella itsehillintää. Suuttumista ei saa osoittaa asiakkaalle. (Eräsalo 2011, 108.) Jos asiakkaan tyytymättömyyteen suhtautuu epäasiallisesti, asiakas saattaa jättää yrityksen. Hän voi kertoa kokemuksistaan myös muille, joten samalla saatetaan menettää muitakin asiakkaita. Huonot kokemukset on vaikea unohtaa ja asiakkaan muisti on tällaisissa tilanteissa pitkä. Huolestuttavaa on myöskin se, jos asiakas ei puhu mitään. Tilitoimistossakin asiakkailta pitäisi kysellä kuulumisia ja kommentoida asiakkaan yrityksen taloudellista tilaa. Asiakas itse ei välttämättä ole valmis aloittamaan kyseistä keskustelua, joten asiakaspalvelijan pitää olla se joka tekee aloitteen. Asiakasta tulee myös palvella henkilökohtaisesti. Kirjanpitäjän tulee keskittyä kyseiseen asiakkaaseen ja tilanteeseen. Kiireisinäkin päivinä tulee olla aikaa asiakkaille, sillä heitä vartenhan työtä tehdään. (Eräsalo 2011, 20-21.)

## 6 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Asiakaskastyytyväisyyteen ja siihen, että asiakkaan odotukset täyttyvät tulisi jokaisen yrityksen kiinnittää huomiota. Asiakkaan odotukset ovat palvelun laadun lähtökohta. Asiakkaan odotukset voivat olla hyvinkin vaatimattomia. He saattavat vain odottaa, että yritys tekee sen mitä heidän pitääkin tehdä. Hinta vaikuttaa odotuksiin. Mitä korkeampi hinta on, sitä suuremmat odotukset asiakkaallakin on palvelusta. Myös tuttavien suosittelu lisää odotuksia. Mitä enemmän asiakkaalla on odotuksia palvelun laadusta, sitä suurempi on pettymys, mikäli nämä odotukset eivät toteudukaan. (Pakkannen, Korkeamäki & Kiiras, 2013, 47.)

### 6.1 Palvelun laatu

Laadun mittaa aina toinen ihminen, asiakas. Palvelun laatu koetaan hyväksi, jos kokemukset vastaavat odotuksia. Laatu koetaan erinomaiseksi silloin, kun odotukset ylitetään. Palvelun laatu voidaan jakaa kahteen osaan:

1. tekninen laatu, joka mittaa tuotteen laadun
2. toiminnallinen laatu, joka osoittaa sen, miten asiakas laadun saa ja kokee.

Tuote voi olla teknisesti hyvä, mutta asiakaspalvelijan vuorovaikutus ei anna täyttää tyytyväisyyttä asiakkaalle. Tai toisin päin, vaikka tuote ei vastaisi laadultaan täysin asiakkaan odotuksia, mutta asiakaspalvelu tilanne korvaa nämä tuntemukset, voi asiakas ollakin erittäin tyytyväinen. (Eräsalo 2011, 17-18.) Tekninen laatu liittyy koko palveluympäristöön, sen siisteyteen, sisustukseen, opasteisiin ja kaikkeen mitä asiakas kohtaa tullessaan sisään yritykseen. Verkossa palvelun tekninen laatu tarkoittaa sivustojen selkeyttä, helppokäyttöisyyttä, visuaalista ilmettä sekä sivustoilla olevan tiedon oikeellisuutta. Puhelinpalvelussa teknistä laatua ovat esimerkiksi se, että linjat ovat avoinna aukioloaikojen mukaisesti, ja että puheluihin vastataan kohtuullisessa ajassa. Teknistä laatua ovat koneiden ja laitteiden toimiminen, hyvin suunniteltu toimintaympäristö, kuten toimitilat tai verkkoympäristö, sekä työntekijöiden tiedot, taidot ja asiantuntemus. (Hämäläinen ym. 2016, 50.)

Toiminnallista laatua ovat palvelutapahtumat, kohtaamiset, ilmapiiri ja vuorovaikutus yrityksen henkilökunnan ja asiakkaiden välillä. Työntekijöiden itsetunto ja asiakaspalvelutaidot ovat osa toiminnallista laatua. Kun myös käyttäytyminen, innostuneisuus ja vuorovaikutus. Myös muut asiakkaat ja heidän toimintansa vaikuttaa toiminnalliseen laatuun. Molemmat palvelun laadut ovat tärkeitä. Useimmiten asiakastyytyväisyyteen vaikuttaa kokonaislaatu, eli sekä tekninen onnistuminen että vuorovaikutus asiakkaan kanssa. (Hämäläinen ym. 2016, 51.) Toiminnallisen laadun avulla yritykset kuitenkin pystyvät ylittämään asiakkaiden odotukset ja erottumaan kilpailijoistaan. Toiminnalliseen laatuun kannattaa siis kiinnittää huomioita, sen avulla mitä varmemmin saadaan myös kanta-asiakkaita. (Pakkanen ym. 2013, 47-48.)

Laatukokemukseen vaikuttaa myös se mielikuva, joka yrityksestä on ennestään saatu. Jos mielikuva on myönteinen, on asiakas valmis antamaan anteeksi pienet virheet, kuin jos mielikuva olisi jo valmiiksi negatiivinen. Negatiivisen mielikuvan palauttaminen myönteiseksi vaatiikin paljon työtä. Asiakaspalvelija itse on vastuussa omalla toiminnallaan tähän asiakkaalle luotuun mielikuvaan. Jokaisen asiakaspalvelijan tulee kuunnella tarkasti asiakkaiden toiveita ja odotuksia, jotta palvelun laatua voidaan kehittää haluttuun suuntaan. Asiakkaan tyytymättömyyteen tulee suhtautua tosissaan. Jos asiakkaan tyytymättömyyttä vähätellään, tämä hyvin todennäköisesti jättää yrityksen ja saattaa kertoa kokemuksistaan myös eteenpäin. Henkilökohtaisuus on myös yksi seikka joka vaikuttaa saatuun palvelun laatuun. Jos asiakas kokee olevansa tärkeä ja kokee että asiakaspalvelija on tilanteessa juuri häntä varten, on asiakas tyytyväinen. (Eräsalo 2011, 20-21.)

## 7 TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN

### 7.1 Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmänä työssäni käytän kvantitatiivista eli määrällistä menetelmää. Menetelmä vastaa kysymyksiin mikä, missä, paljonko ja kuinka usein? Määrällinen menetelmä soveltuu tutkimuksiin, joissa halutaan kuvailla asioiden muutoksia tai sitä,

miten jokin asia vaikuttaa johonkin toiseen asiaan. Tosin sanoen menetelmässä kuvataan miten eri asiat liittyvät tai eroavat toisistaan. Tässä menetelmässä saatua tietoa tarkastellaan numeerisesti ja kaavioiden avulla. Tutkimusaineiston tulee siis olla muuttavissa mitattavaan ja testattavaan muotoon. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa vastaajien määrä on yleensä suuri. Suositeltava määrä on vähintään 100, jotta tutkittavat asiat pystytään selittämään numeerisesti. (Vilkkä 2005, 49-50 & Vilkkä 2007, 14-17.)

Kvantitatiiviselle tutkimukselle tyypillistä on, että aineistosta etsitään syy-seuraussuhteita eli kausaalisuhteita. Tutkimusaineistosta tulisi siis löytää syy, joka johtaa seuraukseen. Tämän lisäksi tutkimuksesta tulisi löytää lainalaisuus eli aineistosta ilmevä säännönmukaisuus, joka selittää syy-seuraussuhteen. Säännönmukaisuudet selittävät miten havaintoyksiköt eroavat eri muuttujien suhteen. (Vilkkä 2007, 23.)

## 7.2 Verkkokysely ja aineiston keruu

Kvantitatiivisessa tutkimusmenetelmässä on monenlaisia aineiston hankinta tapoja. Kyselylomake on käytetyin menetelmän aineiston keräämisen tapa. Käytän itsekin työssäni kyselylomaketta ja toteutustapana verkkokyselyä. Kyselyssä kysymykset ovat standardoituja eli vakioituja. Tämä tarkoittaa sitä, että kaikilta kyselyyn vastaajilta kysytään samat asiat, samassa järjestyksessä ja samalla tavalla. Verkkokyselyssä riskinä on se, että vastauslomakkeita ei palaudu tutkijalla riittävästi. (Vilkkä 2007, 28.) Kyselyssä onkin tärkeää, että kyselylomake on tehty huolellisesti. Sen teossa tulee ottaa huomioon, että aihe kiinnostaa vastaajia. Myös kysymysten tulee olla muotoiltu selkeästi ja saatekirjeen tulee sisältää olennaiset tiedot tutkimuksesta. (Vilkkä 2007, 63.)

Lomakkeella kysymykset voidaan esittää monivalintakysymyksinä, avoimina kysymyksinä ja sekamuotoisina kysymyksinä. Monivalintakysymyksissä vastausvaihtoehdot on annettu valmiina. Avointen kysymysten avulla voidaan saada vastaajilta spontaaneita mielipiteitä. Sekamuotoisissa kysymyksistä osa vastausvaihtoehdoista on annettu ja näiden jälkeen annetaan yksi avoin kysymys. Itse suosin kyselyssä monivalintakysymyksiä ja sekamuotoisia kysymyksiä. (Vilkkä 2007, 67-69.) Näihin kysymystyyppeihin vastaaminen on nopeaa ja helppoa. Myös tämän tyyppisten kysymysten

tulosten käsittely on helpompaa. Suljettujen kysymysten haitta puolena on se, että niihin saatetaan vastata harkitsematta, vaihtoehdot saattavat johdatella vastaajaa, sekä sopiva vaihtoehto saattaa puuttua kokonaan. (Heikkilä 2014, 49.) Avoimissa kysymyksissä on riskinä, että niihin ei vastata mitään ja näin vastausprosentti jäisi alhaiseksi. Avoimien kysymysten vastaukset on myös vaikeampi käsitellä aineiston analysointi vaiheessa. (Vilkkä 2007, 67-69.)

Mielestäni verkkokysely on hyvä valinta työlleni. Verkkokyselyssä vastaajat saavat rauhassa miettiä vastauksiaan. Kyselyn etuna on myös se, että vastaajat jäävät tuntemattomiksi. Näin he ehkä uskaltavat vastata rehellisesti arkaluontoisiin kysymyksiin.

### 7.3 Tutkimuksen kohderyhmä

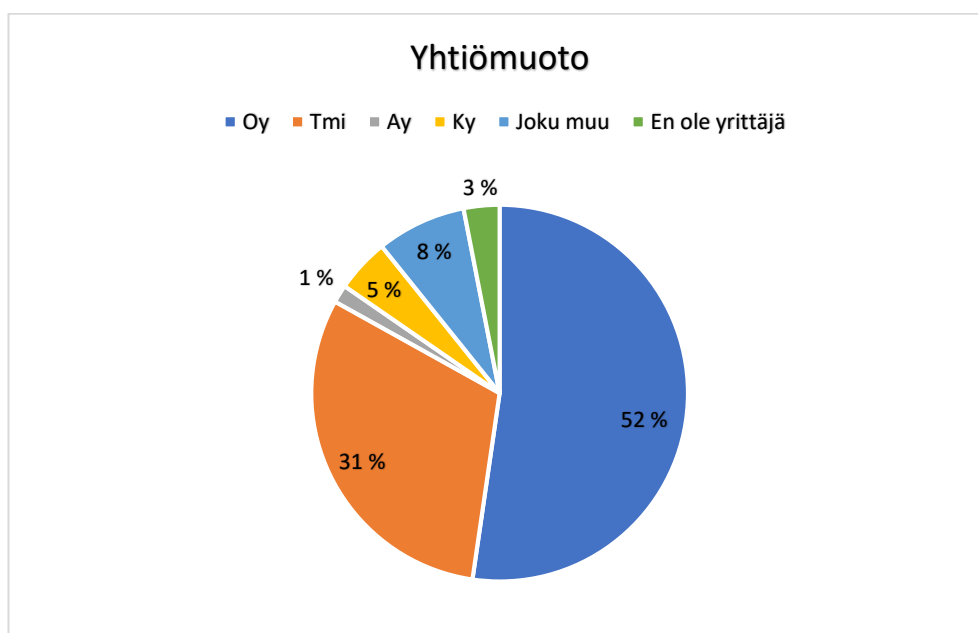
Tutkimukseni kohderyhmäksi olen valinnut toimeksiantajan kirjanpitopalveluita ostavat asiakkaat. Tilitoimistossa tämä asiakaskunta on suurempi, kuin esimerkiksi vain palkanlaskentapalveluita ostava asiakaskunta. Kyselylomake tehtiin Satakunnan ammattikorkeakoulun E-lomake ohjelmalla. Lomakkeen linkki lähetettiin kohderyhmän sähköposteihin ja vastausaikaa heille annettiin kaksi viikkoa. Asiakaskysely lähetettiin yhteensä 289 asiakkaalle.

Liian pienen vastausprosentin vuoksi vastausaikaa annettiin lopulta kolme viikkoa. Asiakkaille lähetettiin muistutusviesti kahden viikon vastausajan umpeuduttua, sillä vastauksia oli tullut siihen mennessä vasta alle 40. Viikon lisäajalla vastauksia tuli onneksi hieman lisää. Kaiken kaikkiaan vastauksia kertyi 65 kappaletta. Eli kyselyn vastausprosentti oli vain noin 22,5 %, joka valitettavasti on todella alhainen luku ja vaikuttaa tutkimustuloksiin. Kyselyn ajankohta joulun alla saattoi hieman vaikuttaa alhaiseen vastausprosenttiin.

## 8 TUTKIMUSTULOKSET

Tässä osiossa käydään läpi tutkimuksen tulokset. Tulokset osoittavat, että suurin osa kyselyyn vastanneista ovat tyytyväisiä A-Tili Oy:n palveluun. Joitain kehitys kohteita kuitenkin vastauksien perusteella ilmenee. Esitän jokaisesta kysymyksestä graafin, jotta havainnollistaminen olisi helpompaa.

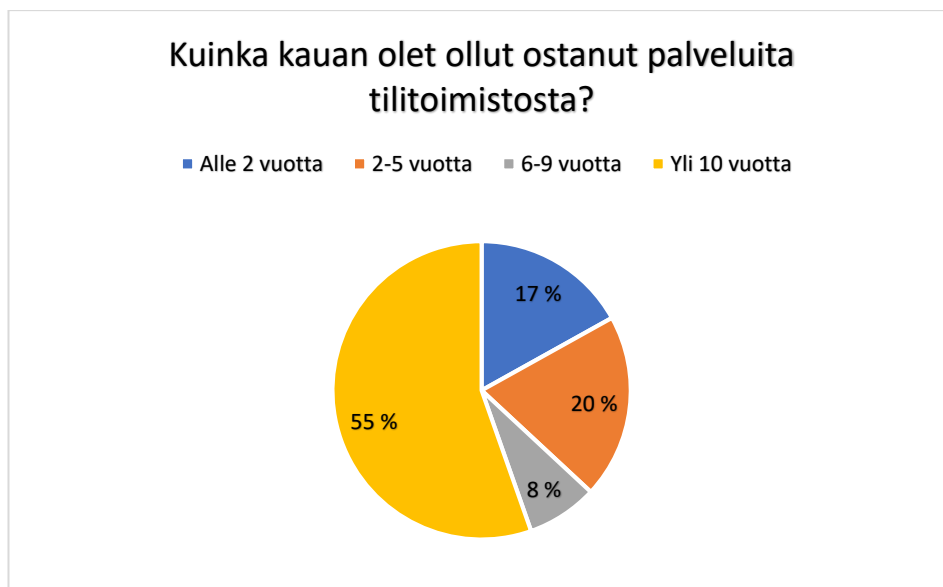
Kyselyn ensimmäisellä kysymyksellä haluttiin selvittää, kuinka yhtiömuodot vastaajien kesken jakautuvat. Kuvista yksi nähdään, että selvästi enemmistö vastanneista yrittäjistä omistaa osakeyhtiön. Toiminimi oli toiseksi suurin yhtiömuoto. Tulos ei yllätä, sillä osakeyhtiö on varmasti suosituin yhtiömuoto, sillä siinä yrittäjä ei vastaa yhtiön veloista henkilökohtaisesti, vaan ainoastaan sijoittamansa pääoman verran.



Kuvio 1: Yrityksen yhtiömuoto

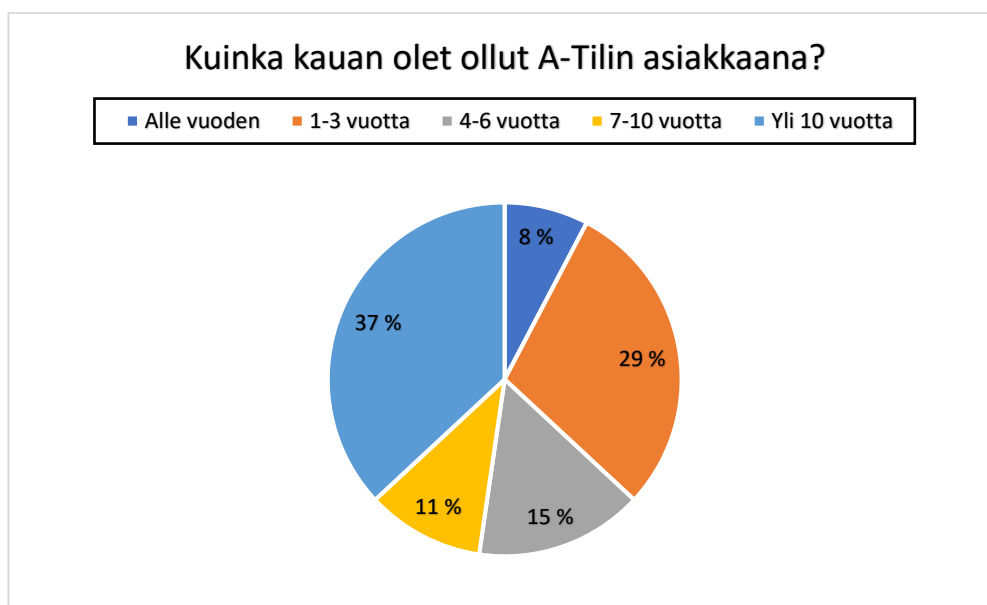
Seuraavaksi haluttiin selvittää, kuinka kauan asiakkaat ovat ostaneet tilitoimistoilta palveluita. Kysymyksellä haluttiin saada tietoa siitä, kuinka kauan asiakkailla on kokemusta tilitoimiston käytännöistä. Jo kauan tilitoimiston palveluita ostaneet yrittäjät varmasti tietävät, minkälaista palvelua heidän kuuluisi saada.

Yli 50 % tutkimukseen vastanneista on ostanut tilitoimiston palveluita yli 10 vuotta. Eli monella asiakkaalla on jo vankka kokemus tilitoimiston arjesta.



Kuvio 2: Kuinka kauan ostanut tilitoimiston palveluita?

Seuraavaksi kysyttiin, kuinka kauan asiakas on ollut A-Tili Oy:n asiakkaana. Kuten kuvio kolme osoittaa, jonkin verran tämän kysymyksen vastauksissa oli hajontaa. Kuitenkin 37 % eli yhteensä 24 vastanneista on ollut A-Tilin asiakkaana yli 10 vuotta. Tuloksia tutkiessa huomaa, että yli puolet näistä jotka ovat ostaneet tilitoimiston palveluita yli 10 vuotta ovat myös olleet A-Tilin asiakkaana yli 10 vuotta. Nämä asiakkaat ovat varmasti ainakin olleet tyytyväisiä saamaansa palveluun, sillä ovat pysyneet A-Tilin asiakkaina usean vuoden ajan.



Kuvio 3: Kuinka kauan ollut A-Tilin asiakkaana?

Seuraavaksi kysyttiin sitä, miten asiakkaan kirjapito hoidetaan. Selvästi enemmistön vastanneista kirjapito tehdään edelleen perinteisin menetelmin, paperiaineistosta tallentamalla. Tämä varmasti johtuu siitä, että suurin osa A-Tilin asiakkaista on melko pieniä yrityksiä ja heille edullisin vaihtoehto on perinteinen menetelmä. Sähköisellä kirjapidolla voidaan kuitenkin säästää huomattavasti aikaa ja keskittyä olennaisiin asioihin. Kaikki laskelmat ovat reaaliaikaisia, joten yritystoiminnan kannattavuuteen pystytään reagoimaan heti, eikä vasta sitten kun rahat ovat jo loppuneet. Tämän vuoksi sähköistä kirjapitoa kannattaisi alkaa suositella ahkerammin. Huolestuttavaa tutkimuksessa on se, että 8% eli 5 vastanneista ei edes tiedä kuinka heidän kirjapitonsa hoidetaan. Sitä onko näissä tapauksissa kyse yrittäjän omasta välinpitämättömyydestä vai onko kirjapitäjän ja asiakkaan välillä kommunikaatiossa ongelmia, olisi syytä selvittää.



Kuvio 4: Miten kirjapito hoidetaan?

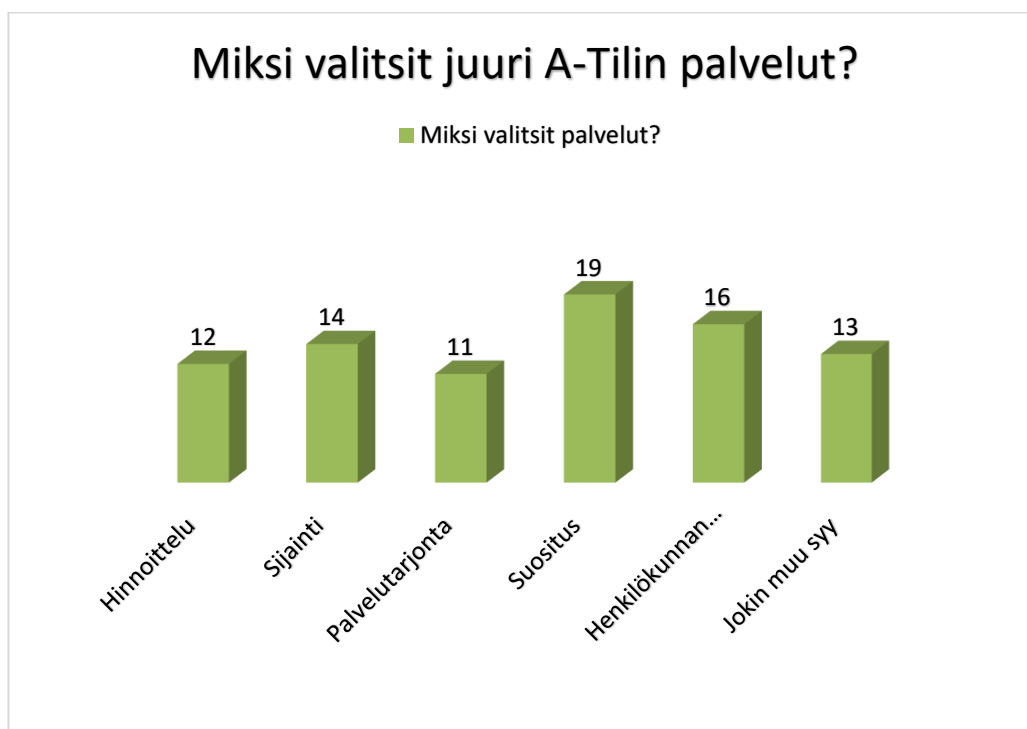
Seuraavalla kysymyksellä haluttiin selvittää miksi asiakkaat ovat valinneet juuri A-Tilin palvelut. Kuten kuvio viisi osoittaa vastauksissa on jälleen hajontaa. Eniten kannatusta on saanut syy ”suositus”. Tämän kohdan ovat valinneet yhteensä 19 asiakasta. On hienoa, että juurikin tämä syy osoittautui suosituimmaksi. Tällainen suusta suuhun markkinointi on kaikista tehokkainta, sillä se perustuu asiakkaan omiin kokemuksiin.



Ilmeisesti A-Tili on onnistunut palvelussaan hyvin, sillä ovat saaneet myös näitä suosittelevia asiakkaita. Toiseksi eniten vastauksia on saanut syy ”henkilökunnan ammatitaito”, yhteensä 16 ovat valinneet tämän vaihtoehdon. Myöskin tämä syy on tärkeä, sillä asiakkaat luottavat A-Tilin kirjanpitäjiin ja heidän tekemään työhön.

Vastausvaihtoehdoissa oli myös kohta ”jokin muu syy”. Tämän olivat valinneet 13 vastaajaa. Syiksi he olivat kirjoittaneet seuraavia:

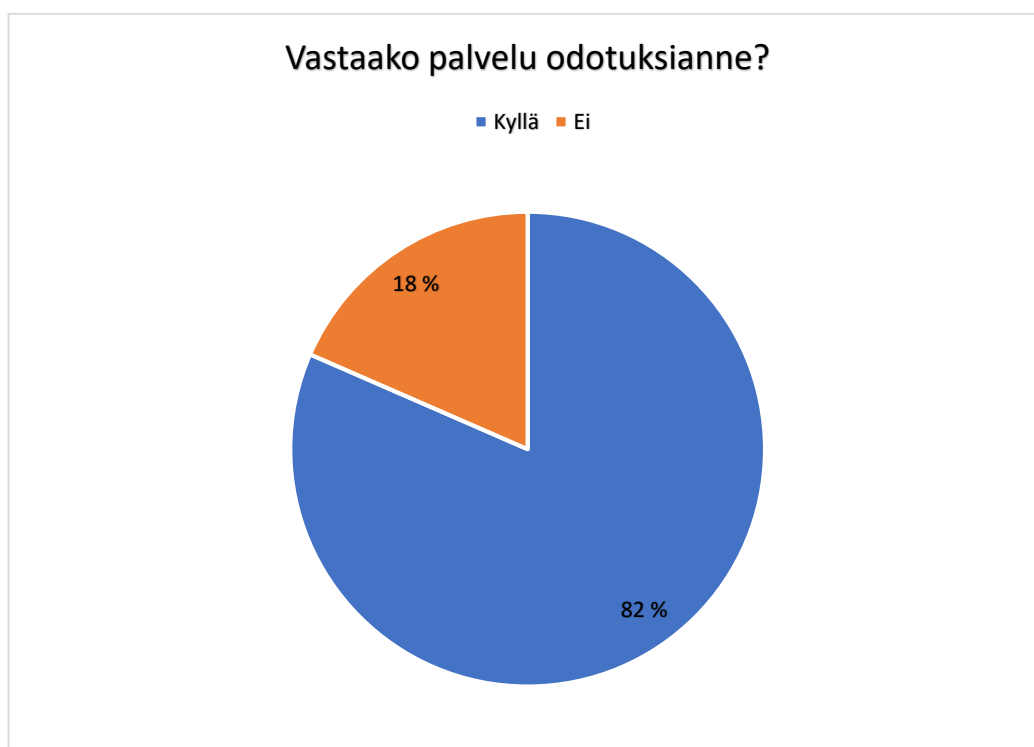
- Erikoistunut taksialaan
- Vanhan kirjanpitäjän mukana
- A-Tili ostanut aikaisemman toimiston
- Lehtihaastattelun perusteella
- Ilmainen alkuneuvottelu



Kuvio 5: Miksi juuri A-Tili?

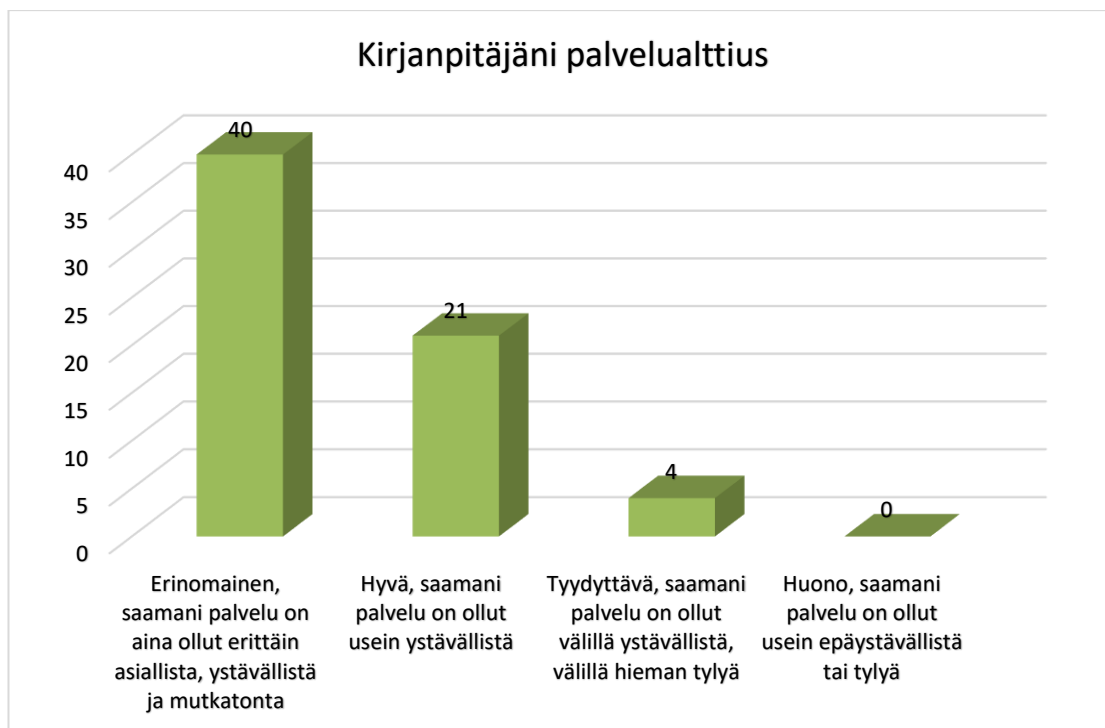
Seuraavaksi kysyttiin, vastaako A-Tilin palvelu odotuksia. 82 % eli 53 vastanneista, olivat sitä mieltä, että palvelu vastaa odotuksia. Eli varmasti myös nämä 53 vastaajaa ovat olleet tyytyväisiä saamansa palveluun. Kuitenkin 12 vastanneista eivät olleet saaneet odotukselleen vastinetta. Syiksi he olivat kirjoittaneet seuraavia:

- Kallis pienelle yritykselle
- Kirjanpitäjä vaihtunut useasti
- A-Visor ei toiminut toivotusti alussa
- Joitain kirjausvirheitä kirjanpidossa
- Toivoisi henkilökotaisempaa talousneuvontaa
- Netvisor ei hyvä pienelle yritykselle
- Ei kunnollista yhteyttä asiakkaan ja kirjanpitäjän välillä
- Samalla yrittäjällä kaksi eri kirjanpitäjää eri yhtiöissä, ja kirjanpitäjillä eri käytännöt.



Kuvio 6: Vastaako palvelu odotuksianne?

Seuraavaksi haluttiin selvittää kirjanpitäjien palveluhenkisyyttä. Suurin osa vastanneista olivat valinneet vaihtoehdon, jonka mukaan palvelu on erittäin asiallista, ystävällistä ja mutkatonta. 21 vastaaja ovat olleet sitä mieltä, että palvelu on usein ystävällistä. Yksikään vastaajista ei ole ollut sitä mieltä, että palvelu olisi huonoa ja epäystävällistä. Näistä tuloksista voidaan siis päätellä, että kirjanpitäjät A-Tilissä osaavat olla asiakkaille ystävällisiä ja asiallisia.



Kuvio 7: Palvelualltius

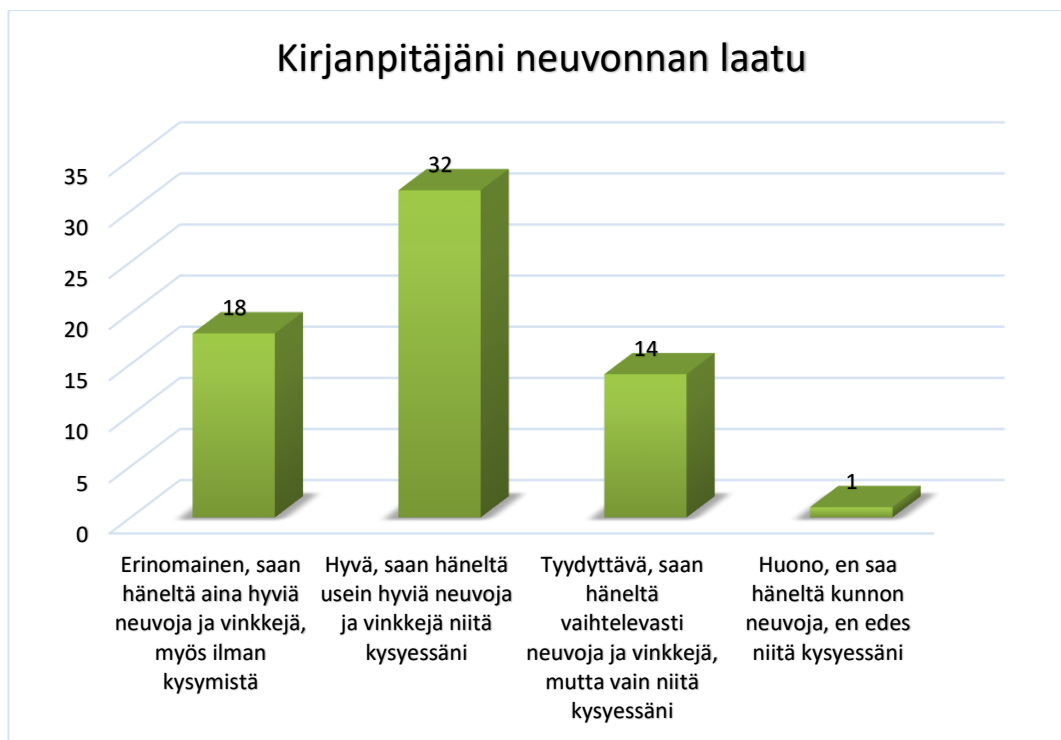
Kysymykseen kirjanpitäjän toimeksiantojen käsittely nopeudesta vastaukset olivat jakaantuneet kahden vaihtoehdon ympärille. 29 olivat sitä mieltä, että toimeksiantoihin reagoidaan nopeasti ja tehokkaasti. 28 sitä mieltä, että toimeksiannot hoidetaan vähintäänkin sovitussa aikataulussa. Vain 8 vastanneista oli valinnut vaihtoehdon, että toimeksiannot hoidetaan välillä aikataulussa, mutta välillä viiveellä. Kukaan ei ollut sitä mieltä, että asiat hoidettaisiin usein viiveellä tai jopa myöhässä. Tilitoimistossa on varmasti päiviä, kun on paljon töitä ja kova kiire. Vastauksien perusteella voidaan kuitenkin päätellä, että A-Tilissä kirjanpitäjät osaavat hoitaa työnsä sovitussa aikataulussa kiireestä huolimatta. Ja tämä onkin tärkeää asiakkaan luottamuksen saamiseksi.



Kuvio 8: Käsittelynopeus

Kirjanpitäjän neuvonnan laadusta suurin osa vastanneista olivat sitä mieltä, että he saavat usein hyviä neuvoja ja vinkkejä, kun niitä kysyy. 18 oli kokenut saavansa aina neuvoja ja vinkkejä jopa ilman kysymistä. Tähän kannattaisi toki jokaisen kirjanpitäjän panostaa, että muistaa auttaa ja neuvoa asiakastaan jo ennen kuin asiakas itse sitä osaa kysyä. Se jälleen lisää asiakkaan tyytyväisyyttä ja luottamusta. Asiakas joka luottaa kirjanpitäjäänsä myös suosittelee palvelua eteenpäin. Nämä uudet asiakkaat ovat varmasti aina tervetulleita näinä päivinä, kun tilitoimistoja on useita.

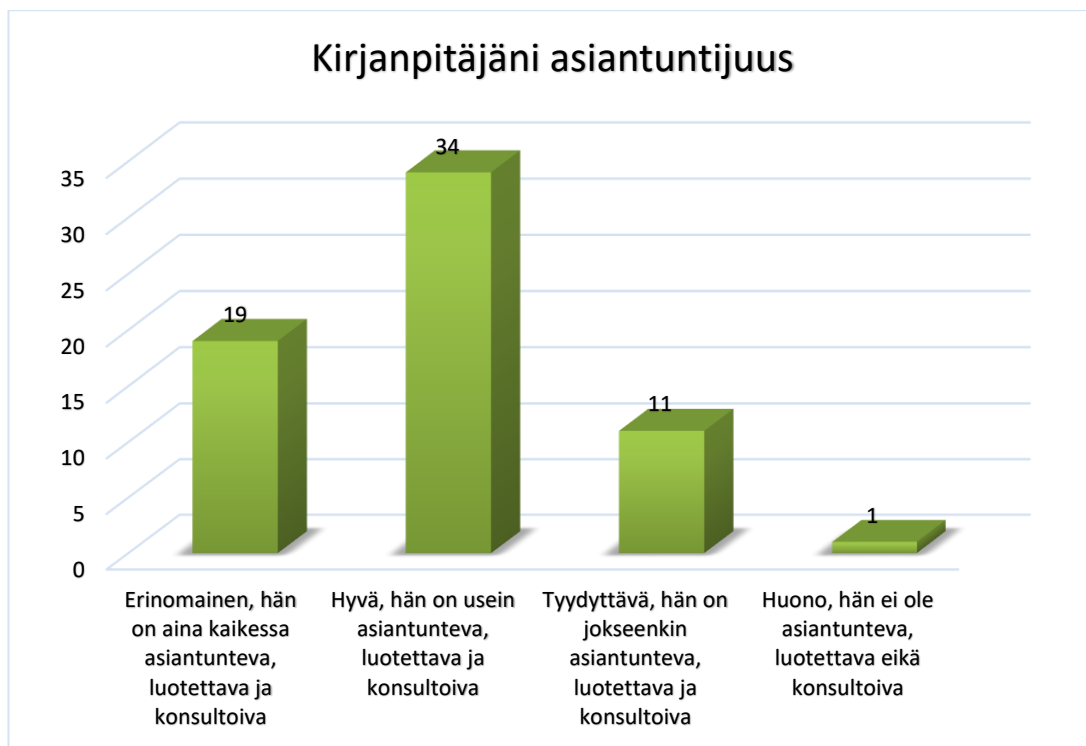
14 vastanneista olikin kokenut saavansa vinkkejä ja neuvoja vain niitä kysyessään. 1 oli sitä mieltä, ettei saa kunnon neuvoja edes niitä kysyessään. Eli neuvonnan laadussa olisi osalla A-Tilin kirjanpitäjistä hieman parannettavaa. Mutta kuitenkin mitenkään huolestuttavalta ei nämäkään vastaukset vaikuta.



Kuvio 9: Neuvonnan laatu

Yhteensä 53 tutkimukseen vastannutta asiakasta luottavat kirjanpitäjänsä asiantuntijuuteen. Näistä 53 asiakkaasta 34 kokee kirjanpitäjänsä olevan usein asiantunteva, luotettava ja konsultoiva. Loput 19 kokee kirjanpitäjänsä olevan aina asiantunteva, luotettava ja konsultoiva. 11 kokee kirjanpitäjänsä asiantuntevuuden tyydyttäväksi. Vain 1 vastannut kokee, että hänen kirjanpitäjänsä ei ole asiantunteva ja luotettava.

Tulokset ovat positiivisia, sillä kuitenkin selvästi suurin osaa uskoo kirjanpitäjänsä asiantuntevuuteen. Kyseisellä alalla muutoksia laeissa ja asetuksissa tapahtuu lähes vuosittain. Alan ammattilaisen pitääkin olla koko ajan tietoinen muutoksista, ja kouluttaa itseään niihin. Selvästi A-Tilissä kirjanpitäjät osaavat ottaa selvää muutoksista ja näin pysyvät ajan hermoilla.



Kuvio 10: Asiantuntijuus

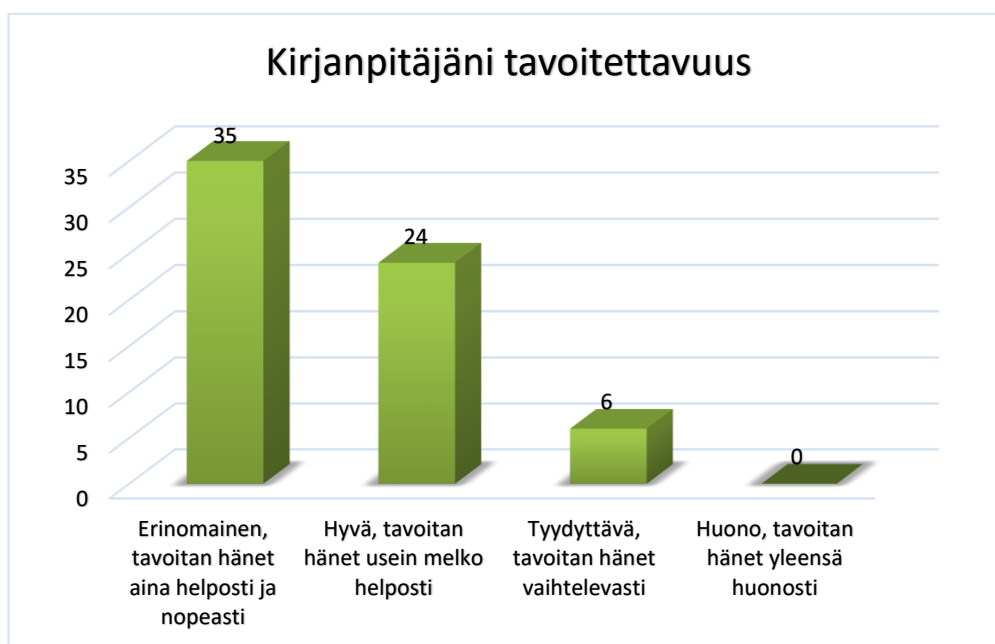
Kuten kuvio yksitoista osoittaa, selkeästi suurin osa kokee saavansa riittävästi tietoja yrityksensä taloudellisesta tilasta. Sähköinen kirjanpito onkin mahdollistanut sen, että yrittäjä itse voi seurata oman yrityksensä taloudellista tilaa reaaliajassa. A-Tilissä asiakkaalle lähetetään kuukausittain raportti oman yrityksen talouden tunnusluvuista. Ilmeisesti asiakkaat kokevat nämä raportit hyödyllisiksi ja myös osaavat tulkita niitä.

10 vastanneista on sitä mieltä, että eivät saa riittävästi tietoa ja 3 kokee etteivät saa tietoa edes niitä kysyessään. Mahdollisesti nämä asiakkaat eivät itse osaa tulkita raporttien tunnuslukuja. Tämän vuoksi kirjanpitäjän on hyvä muistaa välillä kerrata asiakkaan kanssa mistä mitkäkin luvut syntyvät ja mitä ne merkitsevät. Viimeistään tilinpäätös hetkellä on hyvä käydä luvut läpi asiakkaan kanssa henkilökohtaisesti.



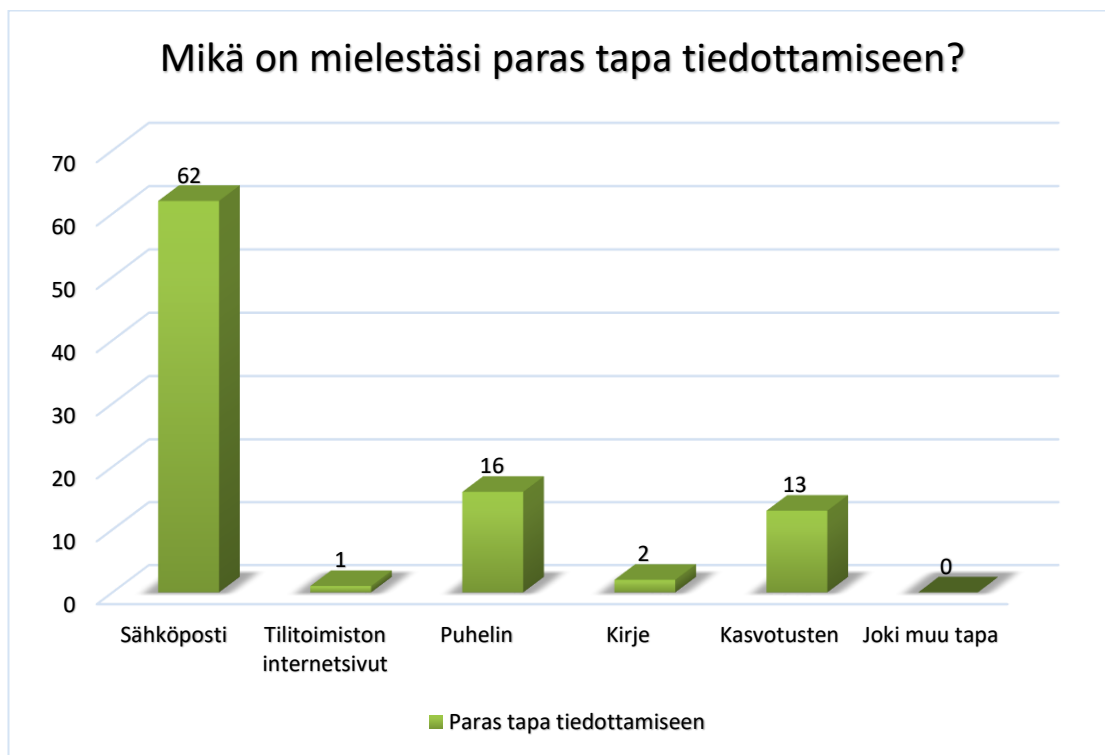
Kuvio 11: Tiedot taloudellisesta tilasta

Kysymykseen kirjanpitäjän tavoitettavuudesta, 35 vastanneista kokee tavoittavansa kirjanpitäjänsä erinomaisesti ja aina helposti. 24 kokee tavoittavansa kirjanpitäjänsä useimmiten melko helposti. 6 on sitä mieltä, että tavoittaa hänet vaihtelevasti. Kukaan ei ole sitä mieltä, että kirjanpitäjän tavoittaa huonosti. Kiireenkin keskellä pitää muistaa palvella kaikkia asiakkaita saman vertaisesti ja ilmeisesti tässä on onnistuttu hyvin A-Tilissä.



Kuvio 12: Tavoitettavuus

Seuraava kysymys koski sitä, mikä on paras tapa tiedottamiseen. Selkeästi suurimman osan mielestä sähköposti on paras tapa asioiden tiedottamiseen. Tämä varmasti johtuu siitä, että sähköpostin voi rauhassa lukea, sillä hetkellä, kun itsellä siihen on aikaa. Puhelin oli toiseksi suosituin tapa, 16 oli valinnut tämän vaihtoehdon. Nykypäivänä kirje ei enää vaikuta kovin suositulta tavalta asioiden tiedottamiseen, vain kaksi oli valinnut tämän vaihtoehdon. Ja vain 1 oli valinnut tilitoimiston internetsivut parhaaksi tavaksi asioiden tiedottamiseen. Sähköpostilla tiedottamista kannattaa siis jatkossa suosia asioiden tiedottamisessa.



Kuvio 13: Paras tapa tiedottamiseen

Kysymykseen viestinnästä, vastaukset jakautuvat melko tasaisesti kahden vaihtoehdon ympärille, kuten kuvio neljatoista osoittaa. 30 kokee ymmärtävänsä kaiken kirjanpitäjänsä kommunikoinnista. 31 kokee ymmärtävänsä ainakin tärkeimmät asiat kirjanpitäjänsä kommunikoinnista. Tämä osoittaa, että kirjanpitäjät A-Tilissä osaavat selittää asiat asiakkaalle selkeästi ja käyttämättä liiallista ammattisanastoa. Neljä vastaajaa kuitenkin kokee, tarvitsevansa joihinkin asioihin täsmennystä.



Varsinkin uusille yrittäjille asiat kirjanpitoon liittyen eivät välttämättä ole niin selkeitä. Heille pitäisi muistaa olla täsmällinen ja selittää asiat käyttämättä liiallista ammattisanastoa. Tai toki ammattisanastoaakin saa käyttää, mutta näiden merkitystä olisi hyvä avata uudelle asiakkaalle tarkemmin.

Tulokset osoittavat, että kukaan asiakkaista ei kuitenkaan koe kirjanpitäjänsä käyttävän liikaa ammattisanastoa, jota ei ymmärrä.



Kuvio 14: Viestintä

Kysymykseen, tiedotetaanko tilitoimiston muutoksista riittävästi, 43 on vastannut, että niistä tiedotetaan kohtuullisessa ajassa. 10 kokee saavansa tietää muutoksista heti niiden tapahduttua. Muutoksien tiedottamisessa A-Tilissä voisikin kiinnittää enemmän huomiota. Jotta kaikki asiakkaat saisivat tietää muutoksista, tulisi niistä lähettää jokinlainen yhtenäinen tiedote kaikille. Sähköpostitiedote voisi toimia parhaiten, sillä sähköposti oli valittu parhaaksi tavaksi asioiden tiedottamiseen. Tähän asti muutoksista on ilmeisesti tiedotettu vaihtelevasti, mahdollisesti kirjanpitäjän toimesta ja näin kaikki asiakkaat eivät ole niistä saaneet tietää heti.



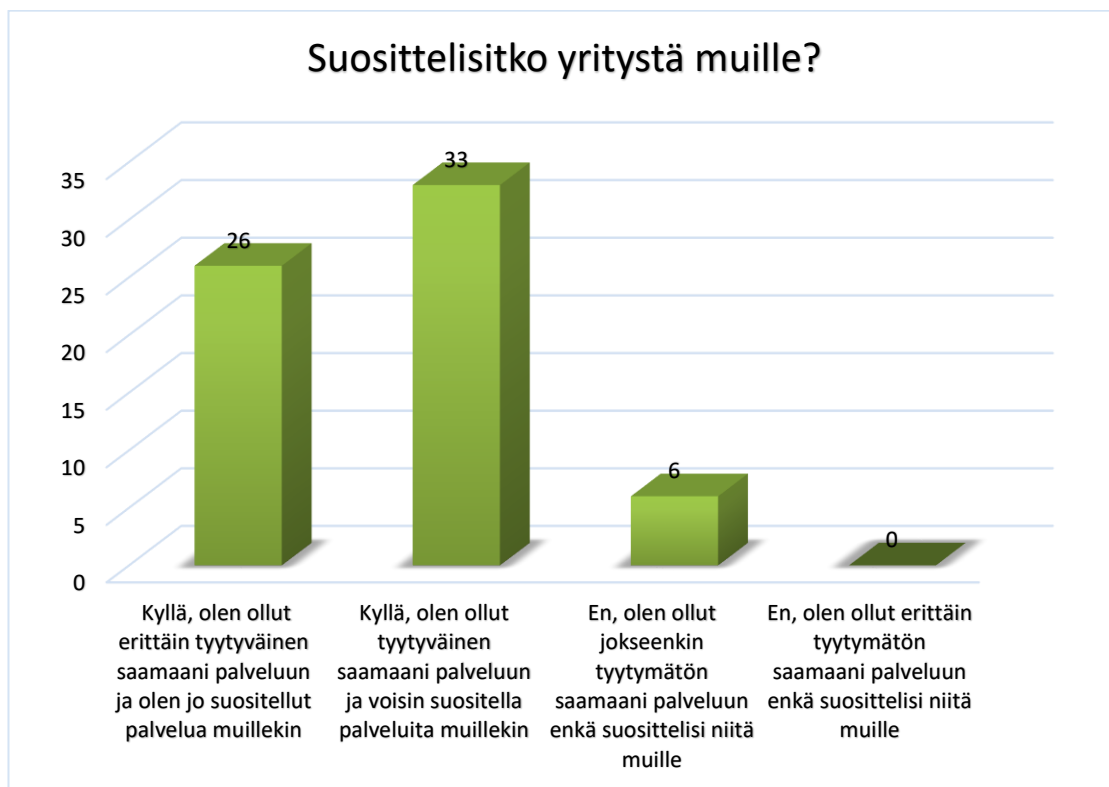
Kuvio 15: Muutoksista tiedottaminen

31 vastanneista oli antanut A-Tili Oy:n palvelulle yleisarvosanan yhdeksän, 17 arvosanan kahdeksan ja jopa 9 arvosanan kymmenen. Tämä on todella hieno tulos. Selkeästi asiakkaat arvostavat A-Tilistä saamaansa palvelua. Kuitenkin muutama asiakas oli antanut hieman heikomman arvosanan, eli heidän mielestään palvelussa olisi parannettavaa.



Kuvio 16: Yleisarvosana

Suurin osa vastanneista, yhteensä 33 olisi valmis suosittelemaan A-Tilin palveluita muille ja he ovat olleet tyytyväisiä saamaansa palveluun. Ja jopa 26 vastannutta onkin jo suositellut A-Tiliä tutuilleen. 6 on ollut sitä mieltä, että on ollut hieman tyytymätön saamansa palveluun eikä suosittele sitä muille. Ehkä nämä 6 ihmistä ovat ne samat, jotka ovat myös antaneet hieman huonomman yleisarvosanan palvelulle. Kuitenkaan kukaan vastanneista ei ole ollut erittäin tyytymätön palveluun.



Kuvio 17: Suositteleminen

## 9 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tuloksista voidaan huomata, että suurin osa kyselyyn vastanneista asiakkaista ovat tyytyväisiä A-Tilin palvelun laatuun. Tuloksista ei nouse mitään selkeää kehittämisen kohdetta, kuitenkin jotain pieniä kehityksiä voisi tehdä.

Asiakkaan neuvontaan ja konsultointiin voisi A-Tilissä kiinnittää enemmän huomiota. Ei pidä ajatella, että asiakkaat ymmärtävät kaiken kirjanpidostaan. Kirjanpitäjien pitäisi muistaa aika ajoin keskustella asiakkaan kanssa tämän yrityksen taloudellisesta tilasta ja muista kirjanpitoon liittyvistä asioista. Useimmille asiakkaille lähetetään kuukausittain tulos ja tase, samalla kirjanpitäjä voisi analysoida tilannetta lyhyesti. Näin yrittäjä pysyisi selvillä yrityksensä tilanteesta läpi vuoden, eikä vasta tilinpäätös hetkellä. Näin yrittäjä tietää koko ajan, jos tämän maksuvalmius on uhattuna. Kirjanpitäjän pitäisi myös muistaa varmistaa, että asiakas on ymmärtänyt kaiken, josta on keskusteltu. Asiakas itse ei välttämättä kehtaa myöntää, ettei tajua ammattisanastoa.

Muutamit asiakkaat olivat kokeneet välillä saaneensa tylyä palvelua. Jokaisen kirjanpitäjän tulisi kiinnittää huomiota siihen, kuinka asiakkaidensa kanssa kommunikoi. Vaikka jokin asiakas olisi hankalampi kuin toiset, ei sitä saisi asiakkaalle itselleen näyttää. Tilanne vain pahenee, jos jo hankala asiakas kokee saavansa vielä tylyä palveluakin. Kirjanpitäjä ei saisi hermostua siitäkään, jos joutuu selittämään samat asiat uudestaan ja uudestaan samoille asiakkaille. Asiakaspalveluun kuuluu kärsivällisyys ja ymmärtäminen.

Muutoksien tiedottamiseen tulisi myös kiinnittää jatkossa paremmin huomiota. Tilitoimistoa koskevat muutokset voisi esimerkiksi tiedottaa sähköpostiviestillä kaikille asiakkaille. Kun taas kirjanpitäjän ja asiakkaan väliset muutokset tulisi hoitaa henkilökohtaisesti asiakkaan kanssa.

## LÄHTEET

Aapola, S. 2012. Tunnustettu asiantuntijuus – Thought Leadership myynnin ja markkinoinnin perustana. Jyväskylä: Docendo Oy.

Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Helsinki: Alma Talent Oy.  
<https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.lillukka.samk.fi/teos/EAIBIXCTCF#kohta:1>

A-Tili Oy:n www-sivut. 2016. Viitattu 1.12.2016. <http://www.tilitoimisto-tampere.fi/>

Eräsalo, U. 2011. Palvelu ammattina. Vantaa: Restamark Oy.

Falkenberg, V. 2005. Kirjeet, faksit, sähköpostit. Helsinki: Rastor Oy.

Flink, K-M., Kerttula, T., Nordling, A-M. & Rautio, V. 2015. Asiakaspalvelun ammattilaiseksi. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Hernberg, K. 2013. Asiantuntija epämurkavuusalueella. Helsinki: Talentum.

Hjelt-Putilin, P. 2005. Turvallisuutta viestinnällä. Helsinki: Edita Prima Oy.

Hämäläinen, M., Kiiras, H., Korkeamäki, A. & Pakkanen, R. 2016. Palvelun taitajaksi. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Ihantola, E-M., Leppänen, P. & Kuhanen, H. 2016. Yrityksen kirjanpito –perusteet ja sovellusharjoitukset. Helsinki: Gaudeamus Oy.

Javne, B. & Marckwort R. 2013. Sujuvaa asiakaspalvelua sähköpostitse. Helsinki: Suomen Yrityskirjat Oy.

Kannisto, P. & Kannisto, S. 2008. Asiakaspalvelu –Tiedettä, taikuutta vai talonpoikaisjärkeä?. Tampere: Amk-Kustannus Oy.

Kosonen, K. & Pekkanen, L. 2007. Toimiston työt. Helsinki: Edita Prima Oy.

Kupias, P. & Salo, M. 2014. Mentorointi 4.0. Helsinki: Alma Talent Oy. <https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.lillukka.samk.fi/teos/HACBFXJTFF#>

Paavola, H. 2006. Asiakasuskollisuuden jaetut merkitykset. Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy.

Pakkanen, R., Korkeamäki, A. & Kiiras, H. 2013. Palvelun taitajaksi. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Parviainen, J. 2006. Kollektiivinen asiantuntijuus. Tampere: Tampere University Press.

Pitkänen, R. 2006. Parasta palvelua –Miten onnistut asiakkaan kohtaamisessa. Helsinki: WSOYpro.

Rekola-Nieminen, L. 2012. Kirjanpitolaki käytännössä. 3., uud.painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Suomen Asiakastieto Oy:n www-sivut. 2018. Viitattu 1.2.2018. <https://www.asiakastieto.fi/web/fi/>

Tomperi, S. 2011. Käytännön kirjanpito. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Tomperi, S. 2016. Käytännön kirjanpito. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Tölli, J. 2006. Voitto, kirjanpidon perusteet. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Vilkka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Vilkka, H. 2007. Tutki ja mittaa –Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

## ASIAKASKYSELYN KYSYMYKSET

### ASIAKASKYSELY

#### PERUSTIEDOT

##### Yritykseni yritysmuoto

- ☐ Oy
- ☐ Tmi
- ☐ Ay
- ☐ Ky
- ☒ Joku muu
- ☐ En ole yrittäjä

##### Kuinka kauan olet ostanut palveluita tilitoimistosta?

- ☐ Alle 2 vuotta
- ☐ 2-5 vuotta
- ☐ 6-9 vuotta
- ☐ Yli 10 vuotta

##### Kuinka kauan olet ollut A-tilin asiakkaana?

- ☐ Alle vuoden
- ☐ 1-3 vuotta
- ☐ 4-6 vuotta
- ☐ 7-9 vuotta
- ☐ Yli 10 vuotta

##### Miten kirjanpitosi hoidetaan?

- ☐ Perinteisin menetelmin, paperiaineistosta tallentamalla
- ☐ Sähköisin menetelmin
- ☐ En tiedä

#### PALVELUT

### **Miksi valitsitte juuri A-Tilin palvelut?**

- ☐ hinnoittelu
- ☐ sijainti
- ☐ palvelutarjonta
- ☐ suositus
- ☐ henkilökunnan ammattitaito

☐ jokin muu syy, mikä? \_\_\_\_\_

### **Vastaako A-Tilin palvelu odotuksianne?**

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei, miksi ei? \_\_\_\_\_

## **PALVELUHENKISYYS**

### **Kirjanpitäjäni palveluvalttius**

- ☐ Erinomainen, saamani palvelu on aina ollut erittäin asiallista, ystävällistä ja mutkatonta
- ☐ Hyvä, saamani palvelu on ollut usein ystävällistä
- ☐ Tyydyttävä, saamani palvelu on ollut välillä ystävällistä, välillä hieman tyyliä
- ☐ Huono, saamani palvelu on ollut usein epäystävällistä tai tyyliä

### **Kirjanpitäjäni käsittelynopeus asioihin ja toimeksiantoihin**

- ☐ Erinomainen, hän reagoi asioihin ja toimeksiantoihin aina nopeasti ja tehokkaasti
- ☐ Hyvä, hän reagoi asioihin ja toimeksiantoihin sovittujen aikataulujen mukaisesti
- ☐ Tyydyttävä, hän reagoi asioihin ja toimeksiantoihin välillä aikataulussa, välillä viiveellä
- ☐ Huono, hän reagoi asioihin ja toimeksiantoihin usein viiveellä ja myöhässä

### **Kirjanpitäjäni neuvonnan laatu**

- ☐ Erinomainen, saan häneltä aina hyviä neuvoja ja vinkkejä, myös ilman kysymistä
- ☐ Hyvä, saan häneltä usein hyviä neuvoja ja vinkkejä niitä kysyessäni
- ☐ Tyydyttävä, saan häneltä vaihtelevasti neuvoja ja vinkkejä, mutta vain niitä kysyessäni
- ☐ Huono, en saa häneltä kunnon neuvoja, en edes niitä kysyessäni

### **Kirjanpitäjäni asiantuntijuus**



- ☐ Erinomainen, hän on aina kaikessa asiantunteva, luotettava ja konsultoiva
- ☐ Hyvä, hän on usein asiantunteva, luotettava ja konsultoiva
- ☐ Tyydyttävä, hän on jokseenkin asiantunteva, luotettava ja konsultoiva
- ☒ Huono, hän ei ole asiantunteva, luotettava eikä konsultoiva

**Saatteko tarpeeksi tietoja yrityksenne taloudellisesta tilasta?**

- ☐ Kyllä, saan riittävästi tietoa yritykseni taloudellisesta tilasta
  - ☐ En saa riittävästi tietoa
  - ☐ En saa riittävästi tietoa, en edes niitä kysyessäni
- 

**Jos ette saa riittävästi tietoja yrityksenne taloudellisesta tilasta, kirjoita tähän missä asioissa kaipaisitte lisätietoja?**

**YHTEYDENPITO JA VIESTINTÄ**

**Kirjanpitäjäni tavoitettavuus**

- ☐ Erinomainen, tavoitan hänet aina helposti ja nopeasti
- ☐ Hyvä, tavoitan hänet usein melko helposti
- ☐ Tyydyttävä, tavoitan hänet vaihtelevasti
- ☐ Huono, tavoitan hänet yleensä huonosti

**Mikä on mielestäsi paras tapa tiedottamiseen?**

- ☐ sähköposti
- ☐ tilitoimiston internetsivut
- ☐ puhelin
- ☐ kirje
- ☐ kasvotusten
- ☐ muu, mikä?

**Tiedotetaanko muutoksista tilitoimistossamme riittävästi? (esim. muutoksista hinnoittelussa, toimintatavoissa, henkilökunnassa jne.)**

- ☐ Erinomaisesti, saan tietää muutoksista heti niiden tapahduttua
- ☐ Hyvin, saan tietää muutoksista kohtuullisessa ajassa
- ☐ Tyydyttävästi, mutta muutoksista voisi tiedottaa enemmän
- ☐ Huonosti, muutoksista ei tiedoteta ollenkaan

**Onko kirjanpitäjäsi viestintä selkeää ja ymmärrettävää?**

- ☒ Viestintä on erinomaista, ymmärrän kaiken hänen kommunikoinnistaan.
- ☐ Viestintä on hyvää, ymmärrän tärkeimmät asiat hänen kommunikoinnistaan.
- ☐ Viestintä on kohtalaista, tarvitsen joihinkin asioihin täsmennystä.
- ☐ Viestintä on huonoa, kirjanpitäjäni käyttää liikaa ammattisanastoa, jota en ymmärrä.

**YLEISARVOSANA JA SUOSITTELUHALUKKUUS**

**Minkä yleisarvosanan antaisit A-Tilin palvelulle?**

Vastausasteikko 1-10

**Suosittelisitko yritystä muille?**

- ☐ Kyllä, olen ollut erittäin tyytyväinen saamaani palveluun ja olen jo suositellut palvelua muillekin
- ☐ Kyllä, olen ollut tyytyväinen saamaani palveluun ja voisin suositella palveluita muillekin
- ☐ En, olen ollut jokseenkin tyytymätön saamaani palveluun enkä suosittelisi niitä muille
- ☐ En, olen ollut erittäin tyytymätön saamaani palveluun enkä suosittelisi niitä muille

Tässä voit perustella, miksi tai miksi et suosittelisi palveluita muille?

Lopuksi voit kirjoittaa tähän toiveita, odotuksia, parannuksia tai kiitoksia A-Tilin henkilökunnalle

Tähän voit jättää yhteystietosi yhteydenottoa ja arvontaa varten (kaikkien vastaajien kesken arvotaan yksi S-ryhmän lahjakortti, arvoltaan 40 euroa)

---