



Reklamaatioprosessin kehittäminen

Case: Prisma- ja Kodin Terra-ketju



Hellstedt, Nana-Len

Laurea-Ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Reklamaatioprosessin kehittäminen Case: Prisma- ja Kodin Terra-ketju

Hellstedt, Nana-Len
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Kesäkuu, 2010

Hellstedt, Nana-Len

Reklamaatioprosessin kehittäminen, Case: Prisma- ja Kodin Terra-ketju

Vuosi 2010 Sivumäärä 47

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia Prisma- ja Kodin Terra- ketjun reklamaatioprosessin tämänhetkisiä toimintatapoja ja pohtia keinoja tehostaa, yksinkertaistaa ja kehittää toimintaa. Tutkimuksen kohteena toimivat Suur- Seudun Osuuskaupan(SSO) toimijat, joiden osalta tutkimus keskitettiin käyttötavarapuolen reklamaatioihin.

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisella menetelmällä ja tarkoituksena oli kartoittaa Prisma- ja Kodin Terra-ketjun reklamaatioprosessin nykytilaa, jonka lisäksi selvitettiin prosessin ongelmakohdat sekä tärkeimmät kehityskohteet. Tutkimusmenetelmänä käytettiin pääasiallisesti toimipaikkakohtaisia haastatteluita.

Tutkimuksen aineistoa kerättiin dokumenttilähteistä, toimipaikkojen sisäisestä tietokannasta sekä haastatteluilla. Haastattelun kohteina toimivat Suur- Seudun Osuuskaupan toimijat, Salon, Lohjan ja Nummelan Prisman käyttötavaran myyntipäälliköt sekä Salon Kodin Terran palvelupäällikkö. Tutkimuksen tukena on käsitelty myös teoreettisia aihealueita reklamaatioihin liittyen, millainen reklamaation sisällön tulisi olla, reklamaation tavoitteet sekä myyjän vastuu reklamaatiotapauksissa, minkä lisäksi työssä tutustutaan virhevastuuseen ja takuuseen kulutustavaran kaupassa.

Tutkimuksen myötä saatiin kartoitettua reklamaatioiden käsittelyn nykytila. Nykyisen toimintatavan mukaan tuotteet reklamoidaan reklamaatiopalvelun kautta, lukuun ottamatta muutamia tuotteita, jotka reklamoidaan suoraan tavarantoimittajalle. Myymälöiden toimintatapa pohjautuu pitkälti reklamaatiopalvelu yritys X:n laatimiin ohjeisiin. Kuitenkin tutkimuksessa kävi ilmi, että myymälät toimivat ajoittain puutteellisen sekä vanhentuneen tiedon varassa, jonka voidaan katsoa heijastuvan myös reklamaatioprosessin kulkuun ja lisäävän riskejä liiketoiminnan kannalta.

Reklamaatioprosessissa on havaittavissa turhia, aikaa vieviä vaiheita ja joidenkin tuotteiden kohdalla reklamaatioilmoituksen tekeminen on monimutkaista. Toiminnan selkeyttämiseksi ja lisäarvon luomiseksi on pyritty kehittämään toteuttamiskelpoisia kehitysehdotuksia, ottaen huomioon myös pidemmän aikavälin tavoitteet.

Hellstedt Nana-Len

Developing a reclamation process, Case Prisma and Kodin Terra ´s chain

Year	2010	Pages	47
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to investigate Prisma and Kodin Terra ´s chain contemporary reclamation processes and to discuss methods to optimize, simplify and develop the procedure. The subjects of the research were Suur- Seudun Osuuskauppa (SSO) places of business. The research considers only housewares, entertainment electronics, clothes and garden offerings.

The research was realized in a qualitative method in order to devise the current state of the reclamation process of Prisma and Kodin Terra chains. In addition, the difficulties and the most important points in need of reforming are indicated. The research process mainly includes interviews with the personnel of the places of business under investigation.

Research material was collected from documentary sources, the internal nets (intranets) and interviews with the employees of the places of business under investigation. The subject of interviews constituted the sales managers of the department store Prisma in Salo, Lohja and Nummela, and the service manager of Kodin Terra in Salo. To strengthen the study also the theoretical field is included in the context of reclamation, the purpose of the reclamation, the liability in case of malfunction and the guarantee for trade consumer goods.

Due to this research it was possible to discover the present state of the handling procedure of reclamations. With the modern working method, complaints are made through the reclamation service, excluding some goods, which complaints are made directly to the importer of the product. Enterprise X strongly directs the department stores with written manual. During the research it became clear that these guidelines are based on insufficient and outmoded information. This reflects on the process of reclamation and increases the risk for the business.

There are multiple unnecessary, time-consuming phases in reclamation invoicing. With some products this procedure is too complicated. In order to make this process more convenient for both customer and seller and to create surplus value, there are reliable suggestions presented which would also be beneficial in the long term.

Key words reclamation, process, product liability, defect liability

Sisällys

1	Johdanto.....	7
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaukset.....	7
1.2	Työn rakenne ja toteutus.....	7
1.3	Keskeiset käsitteet.....	8
2	Toimeksiantajan esittely.....	9
3	Teoreettinen viitekehys.....	11
3.1	Reklamaatio.....	11
3.1.1	Reklamaation sisältö.....	11
3.1.2	Reklamaation vastaukset.....	12
3.1.3	Reklamaation tavoitteet.....	12
3.1.4	Asiakkaan tavoitteet.....	13
3.1.5	Reklamaation saaneen tavoitteet.....	13
3.2	Virhevastuu ja takuu kulutustavaran kaupassa.....	13
3.2.1	Kuluttajavirasto.....	13
3.2.2	Tuotetakuu.....	14
3.2.3	Milloin tavarassa on virhe.....	15
3.2.4	Hinnan alennus ja kaupan purku.....	15
3.2.5	Vahingonkorvaus.....	16
4	Prisma- ja Kodin Terra- ketju.....	16
5	Suur- Seudun Osuuskauppa.....	16
5.1	Prisma- ketjun reklamaatioprosessi.....	17
5.1.1	Reklamaatioprosessin kulku.....	17
5.1.2	Reklamaation käsittely osastolla.....	19
5.1.3	Laskuntarkastuksessa reklamaatiohyvityksien käsittely.....	21
5.1.4	Reklamaatiohyvityksien valvonta.....	22
5.1.5	Tiedonhaku ja ohjeistus.....	23
5.1.6	Reklamaatio- prosessin ongelmakohdat ja riskit.....	23
5.1.7	Toimipaikkojen määrittelemät kehityskohteet.....	24
5.2	Kodin Terra-ketjun reklamaatioprosessi.....	24
5.2.1	Tuotereklamaatio.....	24
5.2.2	Palvelureklamaatiot.....	26
6	Vastuunjako ketjujen reklamaatioprosessissa.....	26
7	Yritys X.....	28
7.1	Reklamaatioprosessin kuvaus.....	29
7.2	Tuotereklamaatioiden käsittely.....	29
7.3	Reklamaatioiden hoitomallit.....	31
7.3.1	M1.....	31
7.3.2	M2.....	32

7.3.3	M3	32
7.3.4	M4	32
7.3.5	M5	33
7.4	Toimitusvirhereklamaatioiden käsittely.....	33
7.5	Laskutusvirhereklamaatioiden käsittely.....	34
7.6	Valvonta	35
8	Toiminnan ja prosessin kehittäminen	35
8.1	Ongelmakohdat ja riskit	37
8.2	Kehitysehdotukset	37
8.2.1	Prosessin tehostaminen.....	38
8.2.2	Toimintaohjeiden päivityksien tehostaminen	38
8.2.3	Toiminnan selkeyttäminen	38
8.2.4	Reklamaatioilmoitusten ja niiden valvonnan kehittäminen.....	39
8.2.5	Reklamaatiojärjestelmä	39
8.3	Lyhyen- ja pitkänaikavälin tavoitteet	40
9	Yhteenveto ja johtopäätökset	41
9.1	Yhteenveto	41
9.2	Johtopäätökset	41
	Lähteet	43
	Kuviot	45
	Liitteet.....	46
	Liite 1: Haastattelulomake	46
	Liite 2: Reklamaatioilmoituslomake	47

1 Johdanto

Opinnäytetyö on toteutettu Suomen Osuuskauppojen Keskuskunnan (SOK) toimeksiantona. Prisma- ja Kodin Terra- ketjun reklamaatioprosessi koettiin ajankohtaiseksi tutkimus ja kehityskohteeksi. Toimeksiantoa noudattaen on pyritty selvittämään kaikki toiminnan kehittämisen kannalta oleelliset asiat.

1.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja rajaukset

Opinnäytetyön perimmäisenä tavoitteena on löytää Prisma- ja Kodin Terra -ketjulle tehokas keino vastaanottaa ja käsitellä reklamaatioita ja saattaa ne myös loppuun. Jotta tähän päästään, on kartoitettava tarkoin nykytilanne, jonka pohjalta lähdetään rakentamaan uusia parempia ratkaisuja. Kehityskohteet tulee määritellä tarkoin, jotta prosessille voidaan asettaa

tavoitteet sekä lyhyelle että pidemmälle aikavälille.

Tutkimustyö keskittyy tarkastelemaan Suur- Seudun Osuuskaupan (SSO) alueen toimijoita. Näihin kuuluvat Nummelan, Lohjan sekä Salon Prisma ja Kodin Terra SSO:n ainoa, joka sijaitsee Salossa. Koska Kodin Terra tuotteet ovat ainoastaan käyttötavaroita, haluttiin tämä ottaa huomioon myös tutkimuksen osalta. Tutkimus rajattiin myös Prismojen reklamaatioiden osalta käsittelemään vain käyttötavaroita, jotta Prismojen ja Kodin Terra toimintatavat olisivat vertailukelpoisia.

1.2 Työn rakenne ja toteutus

Opinnäytetyössä on 9 pääaihealuetta. Johdantoa seuraa työn toimeksiantajan esittely, jonka jälkeen tutustutaan teoreettiseen viitekehykseen. Teoreettisiin aiheisiin kuuluvat reklamaatiota käsittelevä aihealue, jonka lisäksi teoreettisissa osioissa tutustutaan virhevastuuseen ja takuuseen kulutustavaran kaupassa, tutustutaan kuluttajaviraston toimiin, kerrotaan tuotetakuusta, milloin tavarassa on virhe, hinnan alennuksesta sekä kaupan purusta, jonka lisäksi tutustutaan myös vahingonkorvauksiin liittyviin säädöksiin.

Luvuissa neljä ja viisi tutustutaan tutkimuskohteeseen, joka sisältää Prisma- ja Kodin Terra-ketjun nykytilakuvauksen, prosessin kulun, reklamaatioiden käsittelyn osastolla, laskuntarkastuksen roolin prosessissa sekä ongelmakohtat ja mahdolliset riskit. Luvussa kuusi kartoitetaan ketjujen vastuunjako reklamaatioprosessin aikana.

Luvussa seitsemän esitellään S-ryhmän reklamaatiopalveluyritys, minkä lisäksi tutustutaan reklamaatioprosessin kuvaukseen yritys X:n näkökulmasta. Työn viimeisimmissä luvuissa keskitytään varsinaiseen työn toiseen tärkeään tavoitteeseen, kehitysprojektiin, jossa käyvät ilmi myös SOK:lle laaditut kehitysehdotukset.

Työn kokonaisuus kiteytyy viimeisissä luvuissa yhteenvetoon sekä johtopäätöksiin, joissa tuodaan esille työn tavoitteet, tutkimus, tutkimuksen tulokset sekä toiminnan toivottu uusi suunta. Työn kokonaisuus on pyritty rakentamaan selkeäksi ja aihealueet toisiaan täydentäviksi.

1.3 Keskeiset käsitteet

Seuraavassa kohdassa käsitellään selostuksineen työn keskeiset käsitteet aakkostetussa järjestyksessä.

Hinnan alennus

Tuotevirhetapauksissa asiakas voi vaatia tuotteen hinnan alennusta, mikäli virheen korjaaminen tai vastaavan virheettömän tuotteen toimittaminen ei onnistu. Hinnan alennukseen on oikeus myös siinä tapauksessa, jos tuotteen virheoikaisua ei ole suoritettu kohtuullisessa ajassa ja muutoin säädetyllä tavalla.

Kuluttajansuojalaki

Kuluttajansuojalaki on keskeinen tavallista ihmistä koskeva laki, jota sovelletaan muun muassa kuluttajan ja elinkeinoharjoittajan välillä tehtyihin kaappoihin. Kuluttajansuoja käsittää kaiken kuluttajan ja elinkeinoharjoittajan välisen kaupankäynnin.

Kuluttajansuojalaki turvaa kuluttajalle tietyt perusoikeudet virhetilanteissa. (Kuluttajansuojalaki.)

Kuluttajansuojalakia ei kuitenkaan sovelleta kahden kuluttaja tai kahden elinkeinoharjoittajan välillä tehtyihin kaappoihin. Ei siis esimerkiksi kahden kuluttajan tekemän autokaupan yhteydessä. (Kuluttajansuojalaki.)

Tuotteen vaihto- ja palautusoikeus

Liikkeet ja tavaratalot voivat itse myöntää tuotteille vaihto- ja/tai palautusoikeuden, joka on vapaaehtoista asiakaspalvelua, ja liike voi itse määritellä palautusehdot. (Kuluttajan oikeudet 2010.)

Palvelureklamaatio

Palvelureklamaatio on virheilmoitus, joka kohdistuu asiakkaan saamaan palveluun. Mikäli palvelu ei vastaa myyjän lupaamaa tai palvelu on muutoin epäasiallista, on asiakkaalla oikeus palvelureklamaatioon.

Reklamaatio

Reklamaatio on "ilmoitus vastoin sopimusta tehdystä palvelusta, tavaran virheestä tai toimituksen viivästymisestä. Reklamaatioon liittyy useimmiten vaatimus korvauksesta, hyvityksestä tai sopimuksen purkamisesta." (Södeström 2005). Virheellisestä tuotteesta voidaan reklamoida suoraan toimittajalle tai palvelun tarjoajalle. Reklamaatiot voivat olla sekä suullisia että kirjallisia.

Takuu

Takuu on myyjän tarjoama kuluttajansuojaa laajentava vapaaehtoinen lupaus hyödykkeiden myynnissä. Esimerkiksi myyjä takaa kodinkoneen toimivan moitteetta tietyn ajan. Oikeuskäytännössä takuun katsotaan kääntävän todistustaakan asiakkaan vastuusta myyjälle, mikäli myyty tuote vahingoittuu takuun aikana. Myyjäliike on myös vastuussa takuusta, jollei liike ole siitä erikseen ennen kaupantekoa irtisanoutunut. Takuulla ei voi rajoittaa kuluttajan lakisääteisiä oikeuksia. Kuitti ostoista riittää Suomessa kuluttajan takuutodistuksena. (Kuluttajavirasto 2010.)

Tuotereklamaatio

Tuotereklamaatio on myyjälle tehty tuotteeseen kohdistuva virheilmoitus. Ostajalla on oikeus tehdä tuotereklamaatio, esimerkiksi tilanteissa, jossa ilmenee, ettei tuote vastaa myyjän antamaa kuvausta, näytettä tai mallia. Tuote ei vastaa kestävyydeltään tai muutoin sitä, mitä sen tulisi tai tavara ei vastaa lain tai viranomaisen vaatimuksia, esimerkiksi tuoteturvallisuudesta.

Tuotevastuu

Tuotevastuulla tarkoitetaan myyjän korvausvelvollisuutta tuotteen aiheuttamista vahingoista henkilöille tai muulle omaisuudelle, kuin itse tuotteelle. "Vastuu perustuu tuotevastuulakiin ja noudattaa ankaran vastuun periaatetta. Tuotevastuulain mukainen korvausvelvollisuus ei kuitenkaan koske palveluita, joihin sovelletaan muita lakeja." (Pk-yrityksen riskienhallinta.)

2 Toimeksiantajan esittely

Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta SOK on osuuskauppojen omistama ja toimii osuuskauppojen keskusliikkeenä ja tuottaa niille hankinta-, asiantuntija- ja tukipalveluita. "SOK vastaa myös S-ryhmän strategisesta ohjauksesta ja eri ketjujen kehittämisestä. SOK:n liiketoiminta täydentää S-ryhmän tarjontaa kotimaassa ja lähialueilla." (S-kanava 2010b.)

"SOK-yhtymän muodostavat puolestaan SOK ja sen tytäryhtiöt. Alueellisten ja valtakunnallisten tytäryhtiöidensä lisäksi SOK harjoittaa Baltian alueella ja Pietarissa marketkauppaa sekä matkailu- ja ravitsemiskauppaa." (S-kanava 2010b.)

"S-ryhmä muodostuu 22 itsenäisestä alueosuuskaupasta ja niiden omistamasta Suomen Osuuskauppojen Keskuskunnasta (SOK). Lisäksi S-ryhmään kuuluu 10 paikallisosuuskauppaa. Osuuskauppojen verkosto ulottuu koko maahan, ja niiden toiminnassa on vahva alueellinen painotus. Jäsenet eli asiakasomistajat omistavat osuuskaupat." (S-kanava 2010b.)

1800-luvun lopulla perustettiin ensimmäiset osuuskaupat. Osuuskauppoja oli jo yli 500 vuonna 1919, niiden jäseniä yli 170 000 ja toimipaikkoja 1400. Jäsenet antoivat osuuskauppoja perustaessaan niiden tehtäväksi kaupallisen palvelun ja kiinnittivät erityisesti huomiota tavaroiden kunnolliseen laatuun ja kohtuulliseen hintaan. (S-Kanava 2010c.)

Pian havaittiin tarve yhteistyöhön osuuskauppojen määrän kasvaessa. Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta SOK perustettiin vuonna 1904 hoitamaan yhteisostoja, neuvontaa sekä ohjausta. SOK:n toiminta laajeni nopeasti välitysvälityksestä täysimittaiseksi tukkukaupaksi sivukonttoreiden, oman tuontitoiminnan ja teollisen tuotannon myötä.

Maanlaajuisen tavarataloverkoston sekä hotelliliiketoiminnan kehittämisessä, S-ryhmä on ollut edelläkävijä. "Ensimmäinen Sokos avattiin Helsingissä olympiavuonna 1952. Osuuskauppa-atteen asialla on ollut vuodesta 1905 lähtien myös Yhteishyvä-lehti." (S-kanava 2010c.)

S-ryhmässä 1980-luku merkitsi rakennemuutosta. Sen seurauksena SOK luopui omasta teollisuudesta sekä syntyi nykyinen alueosuuskauppaverkosto, joka muodostaa nykyisin yhdessä SOK-yhtymän kanssa, yhtenäisen S-ryhmän. (S-kanava 2010c.)

"Osuuskauppojen alkuperäinen tehtävä toimia asiakkaidensa hyväksi on edelleen keskeistä S-ryhmän toiminnassa." Nykyiseen S-ryhmään sopivat myös yhteisöllisyys, toiminnan aktiivinen kehittäminen sekä päätöksenteon ja palvelujen tuominen asiakasomistajaa lähelle. Sitoutuneet asiakkaat ja liiketoiminnan tuotoista jaettava ostohyvitys asiakasomistajan käyttämien palveluiden määrän perusteella kuuluvat tänäkin päivänä Osuustoiminnan luonteeseen. (S-kanava 2010c.)

”S-ryhmä on tuonut uutta palvelukulttuuria ja uudentyyppisiä kauppamuotoja Suomeen, mutta tavoitteet ovat yhä samat kuin osuustoiminnan alkuvaiheessa: tarjota asiakkaille tarpeellisia tavaroita ja palveluita helposti ja edullisesti. Jokainen osuuskauppa on edelleen asiakasomistajansa asialla.” (S-kanava 2010c.)

3 Teoreettinen viitekehys

3.1 Reklamaatio

Myyjä vastaa myymästään tuotteesta kuten myös palvelusta. Tuotteen pakkauksen, toimitusajan, määrän ja ominaisuuksien on vastattava kauppaa tehtäessä sovittua. Ostajan velvollisuuksiin puolestaan kuuluu saamansa tuotteen tarkastus sekä ilmoitus viipymättä myyjälle, mikäli toimitus ei vastaa tehtyä sopimusta. Virheilmoitus eli reklamaatio voidaan tehdä suullisesti, esimerkiksi puhelimitse, heti kun toimitus on tullut perille ja ostaja on tarkastanut saapuneen tavarat, jonka yhteydessä huomannut siinä virheen. Myyjän tulee korjata virhe heti tapauksissa, joissa virheen olemassaolosta ei ole mitään epäselvyyttä; esimerkiksi lähetysluettelosta voidaan huomata, että tavaraa on toimitettu virheellinen määrä tai tuote ei ole tilattu tuote. (Alajärvi, Herno, Koskinen & Yrttiaho 1995, 276.)

Suullista reklamaatiota yleisempää on kuitenkin kirjallinen. Jotkut myyjät vaativat, että reklamaatioilmoitus on aina tehtävä kirjallisena, olipa virhe sitten minkäläinen tahansa. Kuitenkin usein kirjallistakin virheilmoitusta ennen asiakas saattaa tehdä suullisen yhteydenoton, jossa annetaan asiasta ensitiedot, jonka yksityiskohtia kirje eli kirjallinen ilmoitus täsmentää ja vahvistaa. Myyjän voidaan katsoa jopa hyötyvän kirjallisista virheilmoituksista. Virheet paljastavat jonkin epäkohdan, jonka poistamalla tuotetta tai palvelua saadaan kehitettyä. (Alajärvi, ym. 1995, 276; Binder, Kärnä, Métivier, Miestamo, Salenius, Savinainen, Solonen, Taimio & Åberg 2006, 30.)

3.1.1 Reklamaation sisältö

Reklamaatioilmoituksessa ostajan on kerrottava myyjälle neljä seuraavaa asiaa: mistä toimituksesta on kyse, mikä virhe tuotteessa on, miten virhe ilmenee ja miten ostaja haluaa virheen oikaistavaksi. Ostajan on myös osoitettava virheilmoituksen yhteydessä, että virhe on olemassa. Toisin sanoen ilmoitukseen tulisi oheistaa liitteeksi virheellinen tuote, eli toimittaa myyjälle kirjeen tai myymälän kautta tehdyn ilmoituksen mukana, mikäli tuotteen palauttaminen on mahdollista. Ostaja ei siis saa heittää tuotetta pois virheen havaittuaan. Jos tuote osoittautuu palautuskelvottomaksi tai se ei ole mahdollista, myyjä ilmoittaa reklamaation saatuaan asiakkaalle, miten tilanteessa tulee menetellä. (Alajärvi ym. 1995, 276; Binder ym. 2006, 30.)

Reklamaatio ilmoituskirjeen teksti tulee olla täsmällistä ja yksiselitteistä. Vastaanottajan on saatava selkeä käsitys siitä, mitä on tapahtunut ja mihin toimenpiteisiin on ryhdyttävä. Asiakkaalla on oikeus vaatia virheen korjaamista, hän voi vaatia uutta tuotetta virheellisen tilalle, hinnan alennusta tai vahingonkorvausta. Asiakas voi myös pidättäytyä maksamasta kauppahintaa. (Alajärvi ym. 1995, 276.)

Reklamaatioilmoitus on jo itsessään harmillinen ja herättää negatiivisia miellelyhtymiä, siitä huolimatta virheilmoituksena lähetetyn kirjeen sävy on oltava asiallinen, eikä mielipahan tule näkyä siinä. Tämän perustana on ilmoituksen perimmäinen tarkoitus, ilmoitus inhimillisestä virheestä, jonka avulla asia selvitetään ja hoidetaan kuntoon. Koska on hyvin todennäköistä, että kirjeen vastaanottajan kanssa asioidaan vielä jatkossakin, huomautuskirjeen on hoidettava asiakassuhdetta, eikä vahingoittaa sitä. (Alajärvi ym. 1995, 276.)

3.1.2 Reklamaation vastaukset

Myyjän on vastattava jokaiseen reklamaatioilmoitukseen, jota myös asiakas osaa odottaa. Yrityksen maineen kannalta on ensisijaisen tärkeää hoitaa asia mahdollisimman nopeasti sekä pitää huoli siitä, ettei yhteenkään reklamaatioon jätetä vastaamatta. Mikäli reklamaatio on tehty kirjallisesti, on myös vastauksen oltava kirjallisessa muodossa. On tärkeää saada asiakkaan luottamus takaisin, jonka vuoksi vastaukseen tulee valita tarkoin tilanteeseen sopiva sävy. (Alajärvi ym. 1995, 279.)

Rutiinireklamaation vastaaminen voi olla rutiininomainen, mutta mikäli reklamaationtekijä on esimerkiksi yksityishenkilö, on kiinnitettävä erityisesti huomiota vastauksen laatimiseen. Esimerkillisesti yksityisen saama ilmoitus voi olla pidempi sekä sanavalinnoiltaan toisenlainen kuin yrityksen saama. Virheilmoituksien vastauksissa kerrotaan asiakkaalle, kuinka virhe tullaan oikaisemaan, minkä lisäksi kerrotaan, mistä virhe on aiheutunut ja pahoitellaan tapahtunutta. Reklamaatiovastauksen on oltava niin selkeä, ettei asiakas jää epätietoiseksi, kuinka asia hoidetaan. (Alajärvi ym. 1995, 279.)

Vaikka myyjä pitäisi saamansa reklamaatiota aiheettomana, on jokaiseen virheilmoitukseen vastattava. Kirjeessä myyjän tulee ilmoittaa selkeästi oma kantansa saamaansa reklamaatioon sekä perusteltava se. Mikäli myyjä ei ryhdy asiakkaan vaatimiin korjauksiin, on hänen myös ilmoitettava siitä selkeästi. (Alajärvi ym. 1995, 279.)

3.1.3 Reklamaation tavoitteet

Kuten kaikki muukin toiminta, myös reklamaatiot ovat tavoitteellista toimintaa. Tavoitteita määriteltäessä on kuitenkin muistettava ottaa huomioon näkökulma, mistä asiaa tarkastelee.

Reklamaatioissa on kuitenkin kaksi selkeää osapuolta: reklamaation tekijä, eli asiakas sekä ilmoituksen vastaanottaja. Seuraavaksi tarkastellaan asiaa molempien näkökulmasta.

3.1.4 Asiakkaan tavoitteet

Asiakkaan tehdessä reklamaatioilmoitusta, on hänen ensisijaisena tavoitteenaan ilmoittaa tuotevirheestä myyjälle, minkä jälkeen asiakkaan tavoitteena on saada virheeseen korjaus tai korvaus kyseisestä virheestä mahdollisimman nopeasti ja helposti. Mikäli tavoitteet eivät asiakkaan näkökulmasta toteudu, voidaan olettaa asiakassuhteen olevan vaarassa. Tästä syystä myyjällä on erityinen haaste edessään selviytyä tilanteesta kunnialla, kohtuullisessa ajassa sekä tyydyttävällä tavalla. On myös muistettava, että asiakkaalla on oikeus viimekädessä kääntyä kuluttajaviranomaisen puoleen, jolloin asiakas voi vedota kuluttajasuojalain määrittelemiin oikeuksiin.

3.1.5 Reklamaation saaneen tavoitteet

Myyjän, toimittajan tai palveluntarjoajan näkökulmasta reklamaatio tilanteissa on pyrittävä sovittelemaan asiakkaan kanssa tilanteen määrittelemistä vaihtoehdoista. Pääasiallisena tavoitteena on korjata virhe tilanteeseen sopivalla tavalla sekä kohtuullisessa ajassa, molempien osapuolten etujen mukaisesti, minkä lisäksi on hyvä muistaa myös asiakastyytyväisyyden merkitys. Reklamaation saaneen tulee toimia tilanteissa annettujen ohjeistuksien mukaisesti, mutta myös tilannekohtaisia poikkeuksia on oltava valmis tekemään, mikäli asia osoittaa jo itsessään tilanteen/tapauksen normaalista poikkeavaksi. Poikkeustapauksella tarkoitetaan tapausta, joka on hyvin harvinainen tai jopa ainutkertainen, tällöin myyjällä ei välttämättä ole ohjeita kyseisessä tapauksessa toimimiseen, joten myyjän on otettava selvää, kuinka kyseisessä tilanteessa tulee toimia.

3.2 Virhevastuu ja takuu kulutustavaran kaupassa

Yleisten reklamaatiokäytänteiden sekä ohjeistuksien lisäksi myyjän on otettava huomioon myös yleiset kuluttajaoikeuden linjaukset, jotka määrittävät tarkoin myyjän vastuun tapauskohtaisesti. Mikäli myyjä ei hoida reklamaatiotilanteissa omaa osaansa oikein, on asiakkaalla mahdollisuus ja oikeus kääntyä kuluttajaviraston puoleen, joka viime kädessä määrittelee myyjän vastuun sekä asiakkaan oikeudet.

3.2.1 Kuluttajavirasto

Kuluttajaviraston tehtävänä on kuluttajan aseman turvaaminen ja vahvistaminen yhteiskunnassa. Kuluttajan turvaamisella tarkoitetaan valvontaa, viestintää ja ongelmia ennaltaehkäisevää työtä, jolla varmistetaan perusoikeudet markkinoilla ja edistetään

kuluttajien tasavertaisuutta suhteessa toisiinsa ja elinkeinoharjoittajiin. (Kuluttajavirasto 2009.)

Vahvistamisella taas tarkoitetaan "kuluttajan asemaan vaikuttavien muutosten ennakoimista ja riskien tunnistamista, kuluttajanäkökulman esiintuomista yhteiskunnallisessa päätöksenteossa sekä kotimaassa sekä kansainvälisesti ja kuluttajien omien toimintamahdollisuuksien edistämistä." (Kuluttajavirasto 2009.)

Kuluttajavirasto on keskeinen kuluttajapolitiikan toteuttaja Suomessa. Kuluttaja-asiat kuuluvat työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalaan. Kuluttajan hyvinvointiin liittyvät kysymykset riippuvat pitkälti markkinoiden toimivuudesta, ja kuluttajapolitiikalla on yhtymäkohtia kilpailu- ja elinkeinopolitiikkaan. "Tavoitteena on

- varmistaa ja edistää markkinoiden läpinäkyvyyttä ja sitä kautta niiden tasapuolista toimivuutta
- tarjota niin elinkeinoharjoittajille kuin kuluttajillekin tietoa ja opastusta kuluttajakauppaan liittyvistä kysymyksistä
- ylläpitää valvonnalla, viestinnällä ja vaikuttamisella luottamusta markkinoiden toimintakykyyn. " (Kuluttajavirasto 2009.)

3.2.2 Tuotetakuu

Takuu on myyjän, valmistajan tai maahantuojan ostajalle antama vapaaehtoinen lisäetu. Takuunmyöntäjä vastaa siitä, että tuote toimii määräajan. Jos tuotteella ei ole takuuta tai takuu-aika on päättynyt, sovelletaan kuluttajasuojalain virhevastuuta koskevia säännöksiä. Virhevastuun kestolle ei ole säädetty laissa aikarajaa, vaan virhevastuu-aika määrittyy tavarantoimituksen oletettavissa olevan kestoajan perusteella. (Kuluttajavirasto 2009.)

Jos tuotteelle ei ole annettu takuuta tai takuu-aika on päättynyt, ostajan on osoitettava tuotteen virheellisyys. Mikäli tuote osoittautuu myyjän tekemässä vian määrittämisessä virheettömäksi, asiakkaalta on mahdollista periä joissakin tapauskohtaisesti etsintätyöstä kohtuullinen maksu, edellyttäen kuitenkin, että asiasta on sovittu etukäteen osapuolten välillä. (Kuluttajavirasto 2009.)

Millainen tavara oli, kun se luovutettiin asiakkaalle, toimii perusteena arvioitaessa tavarantoimituksen virheellisuutta. Myyjä vastaa virheestä, joka on ollut tavarassa sen luovutushetkellä, vaikka virhe ilmeni vasta myöhemmin. Kuluttajan tulee osoittaa, että tavarassa on virhe. Mikäli virhe ilmenee kuuden kuukauden kuluessa tavarantoimituksesta, virheen oletetaan olleen tuotteessa jo luovutushetkellä ja kuuluvan myyjän vastuulle. Virhe oletetaan sovelletaan

kaikkien kulutustavaroiden kaupassa, joitain poikkeuksia lukuun ottamatta, kuten esimerkiksi elintarvikkeet. (Kuluttajavirasto 2009.)

3.2.3 Milloin tavarassa on virhe

Myyjä, maahantuoja sekä valmistaja vastaavat tavarán virheestä kuluttajasuojalain viidennen luvun säännösten perusteella. Pääasiallisen virheen arvioinnin lähtökohtana on myyjän ja kuluttajan välinen sopimus. Lain mukaan tavarán pitää vastata lajiltaan, määrältään, laadultaan, muilta ominaisuuksiltaan sekä pakkaukseltaan sitä, mitä osapuolten välillä on sovittu. Tavarassa on virhe esimerkiksi silloin, jos

- tavara ei sovellu sen tavanomaiseen käyttötarkoitukseen
- tavara ei sovellu ostajan tarkoittamaan erityiseen käyttötarkoitukseen. Tämä koskee tilanteita, joissa myyjän on kaupantekohetkellä täytynyt olla tietoinen tavarán käyttötarkoituksesta, eikä hän silti ole ennen kaupantekoa ilmoittanut ostajalle, että tavara ei mahdollisesti sovellu käyttötarkoitukseen.
- tavara ei vastaa myyjän antamaa kuvausta, näytettä tai ei ole mallin mukainen.
- "tavara ei vastaa kestävyydeltään tai muuten sitä, mitä kuluttaja yleensä perustellusti olettaa samanlaisen tavarán kaupassa"
- "tavara ei vastaa lain tai viranomaisen vaatimuksia esimerkiksi tuoteturvallisuudesta"
- ostajalle ei luovuteta tavarán hankinnan yhteydessä tarpeellisia ohjeita liittyen esimerkiksi tavarán asentamiseen, kokoonpanoon, käyttöön, hoitoon tai säilytykseen.

Ostajan äidinkielestä riippuen ohjeiden on oltava suomen- tai ruotsinkielisiä. Ohjeet, jotka ovat englanninkielisiä, voidaan pitää riittävinä vain, jos kyse on hyvin rajatulle, erityistä asiantuntemusta omaavalle asiakaspiirille tarkoitettusta tavarasta. Tuotteeseen liittyvien ohjeiden tulee myös olla sellaisessa muodossa, että kuluttaja voi käyttää niitä ongelmitta. (Kuluttajavirasto 2009.)

Virheiden oikaisu tehdään ensisijaisesti korjaamalla tai vaihtamalla tuote kohtuullisessa ajassa. Asiakkaalle ei saa aiheutua oikaisusta kustannuksia tai olennaista haittaa. Myös takuunmyöntäjä on velvollinen korvaamaan virheestä asiakkaalle aiheutuneet välittömät vahingot, samaan tapaan kuin myyjäkin. (Kuluttajavirasto 2009.)

3.2.4 Hinnan alennus ja kaupan purku

Asiakkaalla on mahdollisuus vaatia virhettä vastaavaa hinnan alennusta tai kaupan purkua, jos virheen korjaaminen tai virheettömän tuotteen toimittaminen ei onnistu sekä tilanteissa joissa virhettä ei korjata tai virheetöntä tavaraa ei toimiteta kohtuullisessa ajassa. Ei kuitenkaan tilanteissa, joissa virhe katsotaan vähäiseksi. (Kuluttajavirasto 2009.)

3.2.5 Vahingonkorvaus

Asiakkaalla on oikeus korvaukseen vahingosta, jonka hän kärsii tuotteen virheestä johtuen. Tyypillisimpiä tapauksia ovat erilaiset selvittelykustannukset, kuten matka-, posti-, tai puhelinkulut. Mikäli myyjä ei korjaa virhettä, vahingoksi luetaan myös virheen korjaamisesta aiheutuneet kustannukset. (Kuluttajavirasto 2009.)

4 Prisma- ja Kodin Terra- ketju

Suomessa on Prismoja jo lähemmäs 60 ja uusia avataan edelleen sekä laajennetaan jo olemassa olevia toimipaikkoja. Suomen lisäksi Prismoja on myös Virossa, Latviassa, Liettuassa sekä Venäjällä. Prisma tunnetaan yleisesti S-ryhmän perhe hypermarkettina, joka tarjoaa monipuolisen tuotevalikoiman sekä pysyvästi edullisen hintatason. Asiakkaan on helppo tehdä yhdellä kertaa kaikki kodin hankinnat. "Laajan elintarvike- ja päivittäistavaravalikoiman lisäksi Prismasta löytyy kattava tarjonta kodin, vapaa-ajan ja pukeutumisen tuotteita. Myymälöiden valikoimissa on noin 11 000 - 20 000 päivittäistavara tuotetta, ja kaikkien tuotteiden määrä on keskimäärin 60 000." (Prisma 2010.)

Kodin Terra tunnetaan S-ryhmän asumisen tavaratalona. Myymälät tarjoavat asiakkailleen sisustamiseen, rakentamiseen, remontointiin sekä pihaan ja puutarhaan liittyviä tarvikkeita. Tuotteita löytyy myymälästä 35 000 ja lisäksi toimitusmyynnissä on 35 000 tuotetta. Prismojen tapaan, myös Kodin Terrassa halutaan mahdollistaa asiakkaan asiointi mahdollisimman helpoksi ja mukavaksi. "Runsaat parkkitilat, leveät käytävät ja selkeät opasteet tekevät ostosreissusta onnistuneen." Lisäpalveluita on tarjolla myös suunnittelu- ja kuljetusapua. Kodin Terra löytyy tällä hetkellä Lahdesta, Jyväskylästä, Kajaanista, Salosta ja Tuusulasta. Uusia on rakenteilla Kokkolaan, Kuopioon, Nokialle ja syksyllä 2010 Rovaniemelle. (Kodin Terra 2010.)

5 Suur- Seudun Osuuskauppa

Suur- Seudun Osuuskauppa on yksi SOK:n tytäryhtiöistä, joka toimii 10 kunnassa läntisen Uudenmaan ja Salon Seutukunnan alueilla. SSO on 56 000 asiakasomistajan oma kauppa. Opinnäytetyön aihe ja tutkimusalue on rajattu SSO:n alueella toimiviin Prismoihin sekä SSO:n ainoaan Kodin Terraan, joka sijaitsee Salossa. (S-kanava.2010; Jääskeläinen 2010.)

Suur- Seudun Osuuskaupan ainoa olemassa olon tarkoitus on SSO:n toimitusjohtaja Esko Jääskeläisen mukaan, asiakasomistajien kaupallisten palveluiden turvaaminen ja kehittäminen. Tätä ajatusta seuraten pyritään toteuttamaan asiakaslähtöisesti sekä yleisen toiminnan kannalta toteuttamiskelpoisia, uusia sekä tehokkaampia tapoja toteuttaa reklamaatioprosessi. (Jääskeläinen 2010.)

Vähittäiskaupan yrityksistä, Suur- Seudun Osuuskauppa on alueensa merkittävin. SSO:n toimialoihin kuuluvat päivittäis- ja käyttötavarakauppa, liikennemyymäläkauppa, erikoistavarakauppa, matkailu- ja ravitsemiskauppa, rauta-, maatalous- ja puutarhakauppa sekä autokauppa. SSO:n tavoitteena on pysyä kehittämisen kärjessä kaikilla edellä mainituilla toimialoillaan. Toimipaikkoja on SSO:lla jo yli 80. (S- Kanava 2010a.)

Asiakasomistajiaan varten olemassa oleva SSO ohjaa kaikki toiminnasta syntyvät hyödyt ja tuoton osuuskaupan omistajien, asiakasomistajien hyväksi. "SSO investoi omalle toimialueelleen ja on mukana mahdollistamassa monia nuorisotyön, kulttuurin, urheilun, harrastustoiminnan ja elinkeinoelämän tapahtumia ja kehityshankkeita." SSO on myös merkittävä työllistäjä alueellaan. Tällä hetkellä työllistettyjä on noin 1600 henkilöä. (S- Kanava 2010a.)

5.1 Prisma- ketjun reklamaatioprosessi

Suur- Seudun Osuuskaupan Prisma- ketjun käyttötavarapuolen reklamaatioprosessin nykytilan kartoittamiseksi haastattelin ensisijaisesti Nummelan Prisman käyttötavaraosaston myyntipäällikköä Kirsi Finerusta sekä Marko Lehtoa kodintekniikan ja elektroniikan tuoteryhmävastaavaa. Nummelan Prisman lisäksi, otin selvää myös muiden SSO:n alueen Prismojen reklamaatio käytänteistä, joihin kuuluvat Salon ja Lohjan Prisma. Lähestyin Salon ja Lohjan KT- myyntipäälliköitä haastatteleamalla heitä sähköpostitse, käyttäen apuna valmiiksi laatimani lomaketta apuna. (Liite 1.) Lohjan Prisman käyttötavara myyntipäällikkönä toimii Risto Karppinen ja vastaavasti Salon Halikon Prisman käyttötavara myyntipäällikkönä toimii Saija Leino. Haastateltavia henkilöitä oli Prismojen osalta yhteensä neljä.

5.1.1 Reklamaatioprosessin kulku

SSO:n Prismojen asiakaslähtöiset reklamaatioilmoitukset käynnistyvät asiakkaan kääntyessä Prisman neuvonnan puoleen, jossa tuotteesta täytetään reklamaatiokaavake ja otetaan yhteyttä osastolle, mikäli tilanne vaatii jatkotoimenpiteiden lisäselvitystä. Osastolta otetaan selvää, kuinka kyseisessä tilanteessa tulee toimia, jonka jälkeen noudatetaan annettuja ohjeita. Pääsääntöisesti osaston ohjeistus pohjautuu palvelureklamaatioyrittäjä X:n laatimaan reklamaatio-ohjeistukseen. Ohjeet ovat löydettävissä S-ryhmän sisäisestä tietokannasta Market Sintrasta.

Reklamaatiotilanteissa pyritään selvittämään pikaisesti, kuinka kyseisessä tilanteessa tulee toimia. Mikäli asiaa ei saada heti selville, ollaan asiakkaaseen myöhemmin yhteydessä. Tällaisia tapauksia voi esiintyä muun muassa erilaisten kodinkoneiden sekä elektroniikka tuotteiden kohdalla silloin jos kyseisen osaston vastaava ei ole paikalla. Osastovastaavan on

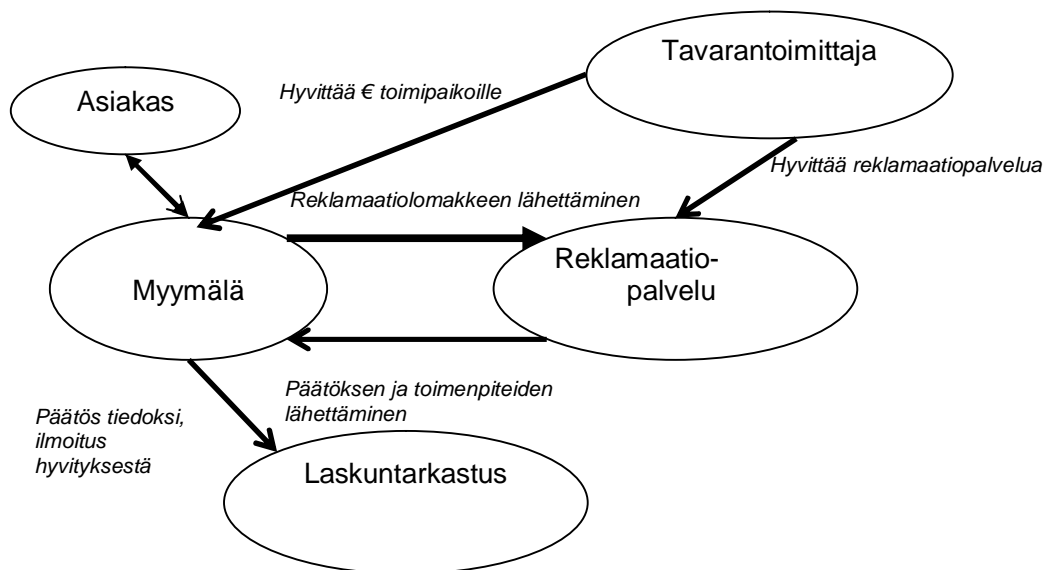
tehtävä karkea arvio asiakkaan tekemän reklamaation perusteella, kuinka prosessi etenee, kuuluko laite takuunpiiriin, lähteekö kone/ laite huoltoon vai annetaanko vastaava tuote tilalle. Joissain tapauksissa kauppa voidaan purkaa, mutta on kuitenkin vaihtoehtoista viimeisin. (Finerus 2010.)

Esimerkkitapaus: Asiakas reklamoi pölynimurista, jonka virtajohto ei kelaudu enää takaisin imurin sisään. Ensisijaisesti tulee selvittää asiakkaan kuitista, että imuri on ostettu kyseisestä myymälästä tai S-ketjun muusta liikkeestä. Reklamaatio tilanteissa asiakkaalta siis vaaditaan ostokuitin olemassaoloa, jonka lisäksi myös takuukuitin olisi tärkeä olla olemassa, mikäli tuote kuuluu tehtaalta määriteltyihin takuutuotteisiin. Koska esimerkkitapauksessa on kyse huoltoon lähetettävästä tuotteesta, tulee asiakkaan kuiteista varmistaa onko tuotteelle myönnetty takuu vielä voimassa. Mikäli takuu-aika olisi juuri umpeutunut, esimerkiksi noin kuukausi sitten, voidaan tapauskohtaisesti selvittää valmistajalta, voidaanko tuote tästä huolimatta lukea takuunpiiriin kuuluvaksi.

Eri tuotteiden huollon pituuksissa voi olla hyvinkin paljon eroja, mutta asiakasta ei kuitenkaan voida velvoittaa odottamaan kohtuuttoman pitkää aikaa. Yleinen huollon pituus on kahdesta kolmeen viikkoon. Mikäli imuri osoittautuisi huollossa korjaukselvottomaksi, tarjotaan asiakkaalle usein hyvitykseksi uutta tuotetta tilalle. Kuitenkin viat, jotka ilmenevät tuotteen selkeän väärinkäytön johdosta, eivät kuulu takuunpiiriin. Jos imurilla on esimerkiksi imuroitu vettä ja moottori on tästä syystä rikkoutunut, ei myymälä eikä valmistaja ole tällöin korvausvelvollinen.

Tuotteiden, jotka eivät kuulu huoltoon lähetettävien joukkoon, mutta ovat kuitenkin takuunpiiriin kuuluvia, tilalle annetaan usein uusi tuote. Hyvänä esimerkkinä voidaan pitää hiusten kiharrus- tai suoristusrautoja. Mikäli asiakas reklamoi samanlaisesta tuotteesta takuu-aikana useamman kerran, voidaan kauppa purkaa, mikäli asiakas näin toivoo. Tällöin on selkeästi havaittavissa, että tuotteessa on malli- eikä yksilövika.

Seuraava kuvio (Kuvio 1) selventää SSO:n reklamaatioprosessin osapuolia ja niiden yhteyksiä toisiinsa.



Kuvio 1: Prosessi kuvaus- nykytilanne

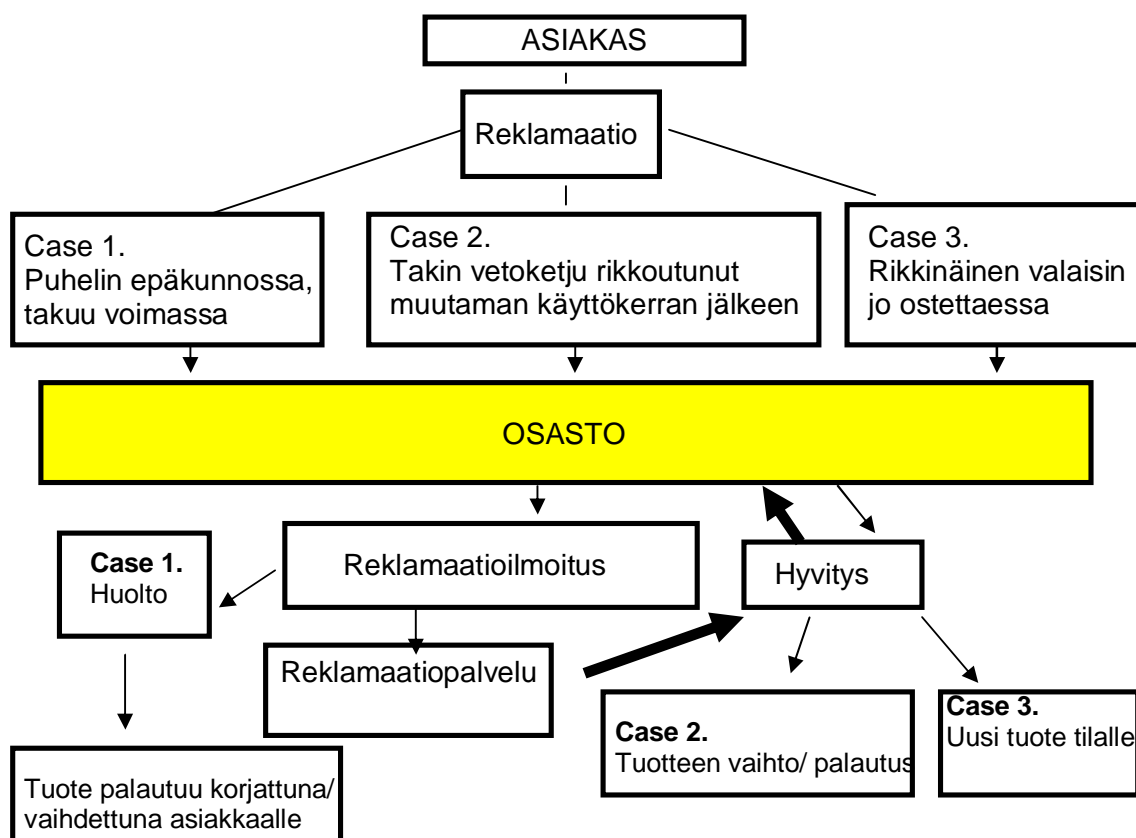
Asiakas tekee reklamaation myymälälle, myymälä tekee arvion tilanteesta ja toimii asianmukaisella tavalla. Reklamaatio lähetetään reklamaatiopalveluun, josta ilmoitetaan jatkotoimenpiteistä, mikäli sille on tarvetta. Mikäli on kyse tavarantoimittajan virheestä, on heillä myös velvollisuus hyvittää myymälää, joko suoraan tai reklamaatiopalvelun kautta. Kun prosessi on kaikin puolin käsitelty, tulee myymälän ilmoittaa laskuntarkastukseen mahdollisista hyvityksistä.

5.1.2 Reklamaation käsittely osastolla

Jokaisella käyttötavarapuolen myyjällä on oma tuoteryhmävastuualue ja jokainen osaston työntekijä on ohjeistettu toimimaan samojen ohjeiden mukaisesti. Reklamaatioiden käsittelyyn ei siis ole nimetty erikseen vastuuhenkilöä, vaan jokaisella on yhtäläinen velvollisuus sekä vastuu reklamaatioprosessissa, ennen kaikkea prosessin eteenpäin viemisessä. Kun neuvonnasta soitetaan osastolle asiakkaan reklamaatiosta, tulee puheluun vastanneen vastuullisesti ohjeistaa neuvonnassa työskentelevää. Mikäli tilanne on vieras, eikä osaston myyjä osaa neuvoa, on hänen ensisijaisena tehtävänä ottaa asiasta selvää ja ilmoittaa asiasta mahdollisimman pian. (Finerus 2010.)

Neuvonnan otettua reklamaatio vastaan, reklamaatioprosessi etenee osastovastaavien työvoimin. Reklamoidut tuotteet noudetaan neuvonnasta ja niistä täytettyjen reklamaatiotositteiden avulla, täytetään sähköiselle reklamaatioilmoituskaavakkeelle tuotteen tiedot sekä reklamaation syy, jonka jälkeen ilmoitus lähetetään reklamaatiopalveluun, joka hoitaa osuuskauppojen reklamaatioprosessia. Lähes kaikki reklamaatiot lähetetään reklamaatiopalveluun käsiteltäväksi, mutta on kuitenkin olemassa

tapauksia, jossa tavarantoimittaja on ilmoittanut erikseen osoitteen, johon heidän tuotteensa tulee lähettää sekä reklamoida. (Lehto 2010.)



Kuvio 2: Osaston toiminta eri reklamaatiotapauksissa

Kuviolla pyritään selkeyttämään tapauskohtaisesti miten osaston työntekijöiden tulee toimia kussakin reklamaatio tapauksessa. Esimerkissä tarkastellaan kolmea eri casea, tuoden esille yhdistävät tekijät sekä tapauskohtaiset hyvitykset asiakkaalle ja tiettyjen tuotteiden kohdalla, kuten huoltoon lähetettävien, toimintakäytänteet.

Case 1. Asiakas reklamoi puhelimesta, joka ei toimi kuten sen tulisi toimia. Tavan mukaisesti tapauksesta tehdään myymälästä reklamaatioilmoitus, mutta ilmoitus lähtee tuotteen mukana huoltoon. Myyjällä on oikeus lähettää tuote huoltoon, mikäli tuote katsotaan kuuluvan näihin tapauksiin. Tuote palautetaan korjattuna myymälään josta ilmoitetaan asiakkaalle mahdollisesta noutojankohdasta. Jos tuote, tässä tapauksessa puhelin katsotaan huollossa korjauksettomaksi, lähetetään huollosta uusi tuote tilalle.

Case 2. ja 1. kohdalla reklamaatioilmoitus tehdään reklamaatiopalveluun ja asiakkaalle tehdään hyvitys asianmukaisella tavalla, jonka jälkeen toimittaja hyvittää reklamaatioilmoituksen perusteella myymälää. Case 2. asiakkaalla on mahdollisuus valita

ottaako hän uuden tuotteen rikkoutuneen tilalle, vai tehdäänkö hänelle kuittia vastaan palautus. Case 3 tapaus on hyvin selkeä. Koska tuotteen katsotaan olleen rikkoutunut jo myynti hetkellä, tulee asiakkaalle hyvittää uusi tuote tilalle.

Prosessi etenee usein hyvinkin nopeasti, vastaus voi tulla reklamaatiopalvelusta jopa tunnin sisällä, mutta yleensä se vie noin vuorokauden tai pari. On kuitenkin poikkeustapauksia, jolloin vastausta odotetaan useamman kuukauden ajan, mutta nämä eivät kuitenkaan ole yleistettäviä tapauksia. Kun reklamaatioilmoitus on lähetetty ja odotetaan vastausta, tulee reklamoitavat tuotteet säilyttää/ varastoida niin kauan, kunnes toisin ohjeistetaan. Mikäli tuotteesta saadaan hyvitys, on odotettava tavarantoimittajan lisäohjeistusta: lähetetäänkö tuote tarkoin määritellyyn osoitteeseen, vai voidaanko tuote hävittää omatoimisesti. Kun hyvitysilmoitus on saatu, lähetetään se laskuntarkastukseen lähetyslistojen yhteydessä ja laskuntarkastuksessa seurataan hyvityksien toteutumista. (Leino 2010.)

5.1.3 Laskuntarkastuksessa reklamaatiohyvityksien käsittely

Jokainen kuorma tulee tarkastaa myymälässä, jos määrät eivät vastaa lähetteessä ilmoitettuja, tulee myymälän tehdä reklamaatioilmoitus reklamaatiopalveluun. Reklamaatiopalvelusta lähetetään myymälälle vastaus eli hyvitysilmoitus, joka sisältää reklamaationumeron. Hyvitysilmoitus lähetetään tämän jälkeen myymälästä laskuntarkastukseen, joko sähköpostitse tai tulosteena, lähetyslistojen mukana. Laskuntarkastuksessa seurataan, että hyvityslasku saadaan tavarantoimittajalta, jokaisessa tapauksessa. Mikäli toimittaja tekee hyvityksen lähettämällä uuden tuotteen tilalle, reklamaatiolomaketta ei toimiteta laskuntarkastukseen, vaan myymälä valvoo itse, että hyvitys toteutuu tuotteena. (Nurmi 2010.)

Kun on kyse muista kuin viihteen- tai kodinelektroniikan tuotereklamaatioista, käy laskuntarkastuksessa hyvityksien tarkastaminen sujuvasti, mutta mikäli tuote on viihteen- tai kodinelektroniikan tuote, voi hyvityksien tarkastaminen käydä ajoittain hyvinkin hankalaksi. Kyseisten osastojen tiettyjen tuotteiden reklamaatiot tehdään toimittajan pyynnöstä suoraan sähköpostitse ja toimittaja lähettää myymälälle vastauksena tuotekohtaisen RMA- numeron eli palautuslupanumeron, joka tulee liittää palautukseen mukaan. Tämän lisäksi numero tulee olla merkittynä myös pakkauksen päälle. Kun palautus on pakattu valmiiksi, tilataan myymälästä nouto DB Schenkeriltä. (Nurmi 2010.)

Laskuntarkastuksessa hyvityksien tarkastamisen näissä tapauksissa tekee hankalaksi se, ettei RMA numero näy aina laskulla ja toimittajan yhdistäessä muita hyvityksiä samalle laskulle, on vaikeaa yhdistää hyvityksiä oikeisiin tuotteisiin. Jos laskuntarkastukseen tulee hyvityksiä

joista ei ole tarkempaa tietoa, lähetetään hyvityslasku myymälään sähköpostitse, jolloin myymälä voi itse tarkastaa, onko hyvitys oikein. (Nurmi 2010.)

Laskuntarkastuksen viestiminen myymälöille tapahtuu käytännössä sähköpostitse, mutta toisinaan asioita hoidetaan myös puhelimitse. Reklamaatiot tulevat siis laskuntarkastukseen sähköpostilla tai tulosteena lähetyslistojen mukana ja laskuntarkastuksen vastuulla on valvoa, että kaikista myymälän tekemistä reklamaatiosta saadaan hyvitys ja mikäli ei saada, tulee laskuntarkastuksen pyytää sitä reklamaatiopalvelulta. (Nurmi 2010.)

5.1.4 Reklamaatiohyvityksien valvonta

Kun toimipaikasta tehdään reklamaatio, on tärkeää huolehtia, että jokaiseen reklamaatioon saadaan reklamaatiopalvelusta vastaus sekä ohjeet jatkotoimenpiteisiin. Tuote on siis varastoitava niin kauan, kunnes ohjeet toisin määräävät. (Finerus 2010.)

Yritys X:ltä ajetaan myymälöille kolme kertaa vuodessa (tammi-touko-syyskuu) raportti, jossa näkyvät järjestelmässä sillä hetkellä avoimena olevat reklamaatiot. Raportti on valvontaa tukeva ja sen tarkoituksena on auttaa myymälää seuraamaan, ovatko tiedot päivittyneet molemmille osapuolille. Raportissa on ilmoitettu omissa sarakkeissaan toimitusasiakas, ilmoituslaji, ilmoitusnumero, reklamaation vastaanotto päivä, toimittaja, tuotenumero, tuotteen nimi, yksi virherivin teksti, myyntitosite, ostotositteen numero, reklamoitu määrä ja myyntihinta verottomana.

Toimitusasiakas kohtaan on lajiteltu jokaisen osaston tekemät reklamaatioilmoitukset osastoittain, mikä helpottaa kunkin osaston työntekijöitä tarkastamaan omaa osastoaan koskevat avoimet reklamaatiot.

Raportilta voidaan helposti tarkastaa ovatko kaikki reklamaatiot vastaanotettu sekä kaikki lähetetyt vastaukset, mikäli myymälä epäilee, ettei vastausta ole saatu jostain tehdystä ilmoituksesta. Jos vastausta ei ole saatu, myymälä voi lähettää uusintakyselyn, jolloin reklamaatiopalvelussa tarkastetaan alueosuuskaupan reklamaatiot. Mikäli reklamaatio ei ole kuitenkaan saapunut perille, ei sitä löydy myöskään reklamaatiopalvelun järjestelmästä. (Pakkala 2010.)

Jokaisen myymälän on valvottava, että reklamaatioilmoituksista saadaan reklamaatiopalvelun kautta tai suoraan toimittajalta ilmoitus hyvityksestä. Myymälän saadessa raportit avoimista reklamaatioista, on tästä apua myös valvonnan kannalta. Raporteista selviää kaikki avoimet kohteet, jolloin myymälässä tiedetään mistä tuotteista odotetaan edelleen hyvitystä. Kun myyjä saa ilmoituksen hyvityksestä, tämän voidaan katsoa olevan samalla ilmoitus käsitellystä

reklamaatiosta. Laskuntarkastuksessa pidetään viimekädessä huoli, että myymälä saa toimittajalta hyvityksen.

5.1.5 Tiedonhaku ja ohjeistus

Suur-Seudun Osuuskaupan Prismoissa noudatetaan reklamaatioissa tiiviisti reklamaatiopalvelun laatimia ohjeita, jonka lisäksi ajankohtaisia asioita ja tietoa on mahdollista seurata ja löytää S-ryhmän sisäisestä tietokannasta Market Sintrasta. Ajoittain myös myyntipäälliköt ja osastovastaavat saavat ajankohtaista tietoa myös sähköpostiinsa (Finerus 2010). On kuitenkin harmillista huomata, ettei Market Sintra tarjoa aina ajankohtaisinta tietoa ja moni sivusto ja tietolähde on päivitetty viimeisen kerran edellisvuonna tai peräti muutama vuosi sitten, toteaa Nummelan Prisman myyntipäällikkö Kirsi Finerus.

Yleisesti ottaen reklamaatio prosessin ohjeistus on Nummelan Prisman kodin elektroniikka vastaavan Marko Lehdon mielestä hyvä, mutta ajankohtaisen tiedon saaminen ei ole taattua ja omaa tutkimustyötä on tehtävä suhteellisen usein. Reklamaatioyritys X:n ja Market Sintran ohjeistuksissa olisi myös hänen ja muiden SSO:n toimialueella toimivien Prismojen myyntipäälliköiden mielestä päivityksien suhteen parantamisen varaa, yleinen sivustojen sekä ohjeiden ylläpito on myös monelle epäselvää.

5.1.6 Reklamaatio- prosessin ongelmakohdat ja riskit

Yleisesti ottaen suurimmiksi ongelmakohdiksi nähdään reklamaatio-ohjeistuksen huonosti päivitetty tiedot. Kun tietoja ei ole päivitetty toimitaan vanhan ohjeen mukaan, joka aiheuttaa turhaa työtä ja reklamaatio prosessin eteneminen pitkittyy. Asiakkaan kannalta tämä on hyvinkin harmillista sekä aikaa vievää, mikäli hän joutuu kyseisten syiden takia odottamaan pitkään prosessin etenemistä. (Karppinen 2010.)

Ongelmaksi koetaan myös se, etteivät kaikki tuotteet kuulu reklamaatiopalvelun piiriin. Osa elokuvista ja musiikista reklamoidaan suoraan tavarantoimittajalle. Samoin osa kodinkoneista ja elektroniikasta reklamoidaan omia väyliä pitkin. (Leino 2010.)

Ongelmakohtien lisäksi kartoittaessani reklamaatioprosessin suurimmaksi koettuja riskejä, tiedon puutteellisuus nousi jälleen päällimmäiseksi asiaksi. Toimipaikan toimiessa väärin puutteellisen tai päivittämättömän tiedon varassa, voi myymälältä jäädä saamatta hyvityksiä, jonka voidaan katsoa olevan myös katteellinen menetys. Tämän lisäksi asia koetaan myös tuloksellisuuden kannalta riskitekijäksi. Pelkän oletuksen varassa toimiminen on jo itsessään riski, lukuun ottamatta siitä syntyviä seurauksia. Asioista tulisi siis ottaa selvää tarkoin ja harkitusti. Mikäli myymälässä toimitaan edellä mainituista syistä virheellisesti, ovat myös

asiakassuhteet vaarassa ja pahimmassa tapauksessa asiakassuhde voidaan menettää, joka taas voidaan nähdä myös liiketoiminnan kannalta riskinä. (Lehto 2010.)

5.1.7 Toimipaikkojen määrittelemät kehityskohteet

Nummelan Prismassa ajankohtaisen tiedon puutteellisuuden lisäksi, toivotaan muutoksia ja kehitystä myös Prisman neuvonnan puolella, jonne asiakkaat kääntyvät reklamaatio tilanteissa. Neuvonnan työntekijöillä ei ole prosessiin liittyen kovinkaan paljon tietoisuutta, heidän roolinsa on pääasiallisesti reklamaation vastaanotto sekä reklamaatioilmoituksen täyttö. Työ on tärkeää ja se luo asiakkaalle ensi kuvan siitä, kuinka kyseisessä toimipaikassa toimitaan reklamaatiotilanteissa, jonka vuoksi olisi tärkeää antaa lisäarvoa neuvonnassa käynnistyväle prosessille. Asiakkaan tulee saada kaikki hänelle kuuluva tieto reklamaatioihin liittyen, jonka lisäksi asiakkaalle tulee myös ilmoittaa mahdollisista jatkotoimenpiteistä, kuten huollosta tai mikäli osastolaisen on ensin tutkittava ja kartoitettava laitteen toimenpiteiden tarpeellisuus. Prosessi etenisi mahdollisesti nopeammin, mikäli neuvonnassa osattaisiin toimia omatoimisemmin yleisen Market Sintrasta löytyvän tiedon varassa, ilman osastolaisten jatkuvaa ohjeistusta. (Lehto 2010.)

Reklamaatio ohjeistuksen suhteen toivottiin myös yhdenmukaisempia ohjeita, jonka mukaan olisi mahdollista toimia kaikkien tavarantoimittajien kanssa. Samojen ohjeiden noudattaminen kaikissa tapauksissa selkeyttäisi, sekä helpottaisi koko prosessin etenemistä. Esimerkillisesti lelujen kohdalla koetaan harmilliseksi se, ettei niitä hyvitetä reklamaatiopalvelun kautta, vaan tietyllä prosentilla ostoista. Näin myymälä voi joutua kärsimään suuristakin tappioista, mikäli jonkin kalliin lelun kohdalla havaitaan yleinen tyyppivika ja reklamaatioita otetaan paljon vastaan. Vastakohtaisesti jos asiakkaat eivät reklamoivat, ei myymälä myöskään saa hyvityksiä. (Leino 2010.)

5.2 Kodin Terra-ketjun reklamaatioprosessi

Seuraavaksi tutustutaan SSO:n alueella toimivan Salon Kodin Terran reklamaatio käytänteisiin. Kuinka ilmoitukset vastaanotetaan ja kuinka prosessi etenee sekä kuinka roolit jakautuvat prosessin aikana.

5.2.1 Tuotereklamaatio

Kuten SSO:n Prismoissa, myös Kodin Terrassa asiakkaan ensikohtaaminen tapahtuu neuvonnassa. Siellä arvioidaan tapauskohtaisesti tilanne ja otetaan yhteyttä osaston henkilökuntaan tarvittaessa. Reklamaatioiden käsittelyssä on tärkeää aluksi kuunnella ja kirjata asiakkaan reklamaatio, yritys X:n laatimalle reklamaatioilmoituslomakkeelle yrityksen

laatumien ohjeiden mukaisesti (Liite 2.), jonka jälkeen lähdetään selvittämään, kuinka tilanteessa tulee toimia. (Valdemarsson 2010.)

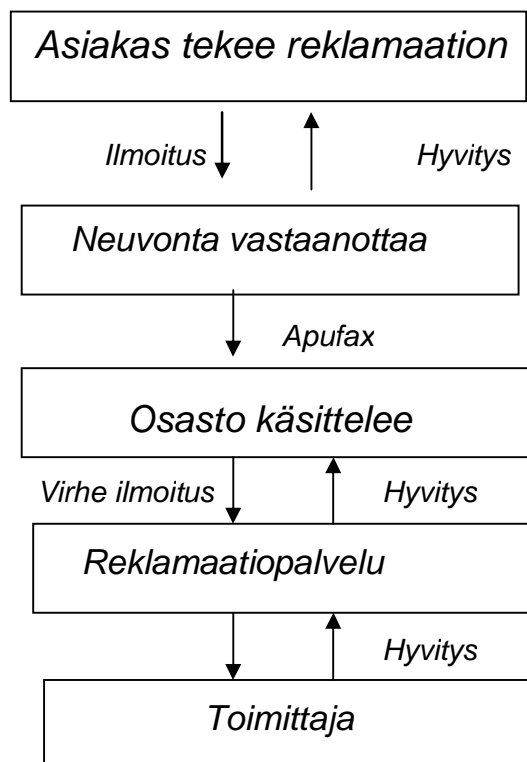
Asiakkaan saapuessa reklamoitavan tuotteen kanssa neuvontaan, tutustutaan tilanteeseen ja tehdään ensiarvio siitä kuinka kyseisessä tilanteessa tulee toimia. Mikäli tuote on huoltoon lähetettävä, otetaan yhteyttä osastolle ja pyydetään osaston myyjää neuvontaan, jolloin myyjälle kerrotaan millainen reklamaatio tapaus on kyseessä. Huoltoon lähetettävät reklamoidut tuotteet hoidetaan välittömästi niiden saavuttua myymälään, jotta huoltoaika ei olisi kohtuuttoman pitkä. Myös Kodin Terra toimii pääasiallisesti yritys X:n laatumien ohjeiden mukaisesti. (Valdemarsson 2010.)

Kaikissa epäselvissä tilanteissa tulee neuvonnasta ottaa yhteyttä osaston henkilökuntaan. Neuvonnan henkilökunnan tehtäviin kuuluu myös toimittaa päivittäin palautetut kurantit reklamaatiotuotteet osastolle, josta osaston työntekijät hoitavat palautetut reklamaatiot eteenpäin sovitun käytännön mukaisesti. Myyjä joka aloittaa huolto-/ reklamaatiotapauksen käsittelyn, hoitaa koko prosessin loppuun. (Valdemarsson 2010.)

Epäkuranteille reklamaatiotuotteille on määritelty toimipaikkakohtaisesti oma säilytyspaikka. Käyttö- ja tuotereklamaatioiden ennalta ehkäisemiseksi olisi tärkeää, että myyjä jo myyntitilanteessa kehottaa asiakasta lukemaan tuotteen käyttö- ja turvallisuusohjeet. (Valdemarsson 2010.)

Haastattelun myötä kävi ilmi, että Kodin Terrassa reklamaatio prosessin toimintatavat sekä prosessin vaiheet vastaavat Prisma-ketjun tapoja. Reklamaatio tilanteissa toimitaan reklamaatiopalvelun ohjeiden mukaisesti ja reklamaatioilmoitukset lähetetään pääasiallisesti Inexin reklamaatiopalveluun. Myymälän valikoimissa on kuitenkin olemassa tuotteita, jotka eivät kuulu varsinaiseen ketjuvalikoimaan, jolloin reklamaatioilmoitukset tulee tehdä suoraan tavarantoimittajalle.

Seuraava kuvio osoittaa reklamaatioprosessi osapuolet vaiheittain hyvin yksinkertaistettuna, ilmoituksesta myymälän saamaan hyvitykseen. Prosessi on kuvattu pääpiirteittäin ja hyvin yksinkertaistettuna, pääkohtien hahmottamiseksi. Asiakkaan tehdessä reklamaatioilmoituksensa neuvontaan, on neuvonnan velvollisuus ottaa reklamaatio vastaan ja hyvittää asiakasta tilanteeseen sopivalla tavalla. Neuvonnassa täytetään reklamoidusta tuotteesta reklamaatioilmoitus apufax- lomakkeelle, joka toimitetaan osastolle tuotteen yhteydessä. Osaston työntekijän velvollisuutena on tehdä virheilmoitus reklamaatiopalveluun, joka ottaa yhteyttä tavarantoimittajaan. Tavoitteena on saada toimittajalta myymälälle oikeutettu hyvitys tehdystä reklamaatiosta. Hyvitys tapahtuu pääasiallisesti reklamaation kautta myymälälle



Kuvio 3: Reklamaation vaiheet

5.2.2 Palvelureklamaatiot

Palveluun liittyvät reklamaatiot saadaan usein asiakaspalautteen muodossa, joista kirjalliset palautteet käsitellään sovitun palaverikäytännön mukaisesti. Myyntipäälliköt vastaavat palautteen käsittelystä. (Valdemarsson 2010.)

Mikäli palvelureklamaatio kohdistuu liikkeen myyjään, tulee se käsitellä kyseisen henkilön kanssa. Huonoista palautteista käydään työntekijän kanssa rakentava keskustelu, jossa pohditaan kuinka jatkossa tulee toimia vastaavanlaisissa tilanteissa. (Valdemarsson 2010.)

Asiakkaaseen ollaan aina yhteyksissä, mikäli hän on jättänyt yhteystietonsa. On tärkeää käydä myös asiakkaan kanssa tilanne läpi, jonka lisäksi hänelle selvitetään kuinka toimintaa pyritään jatkossa kehittämään. Jos asiakkaalle on kerrottu myyntitilanteessa virheellistä tietoa, joka on aiheuttanut asiakkaalle kustannuksia, kuten matkakustannuksia, on myymälä korvausvelvollinen ainakin syntyvistä kustannuksista. (Valdemarsson 2010.)

6 Vastuunjako ketjujen reklamaatioprosessissa

Kun tarkastellaan reklamaatioprosessin aikana kunkin osapuolen vastuualueita, jossa kullakin osapuolella on oma vastuunsa prosessin etenemisen kannalta, esiintyy prosessin aikana eri osapuolina neuvonta, osasto, myyntipäällikkö, reklamaatiopalvelu, toimittaja sekä laskuntarkastus.

Neuvonnan vastuulla on ottaa asiakkaan reklamaatio vastaan, selvittää osastolta tarvittaessa kuinka kyseisen tuotteen kohdalla tulee toimia. Täytetään reklamaatiolomake huolellisesti ja otetaan tuote väliaikaiseen säilytykseen. Myös tilanteen selvittäminen asiakkaalle on tärkeää.

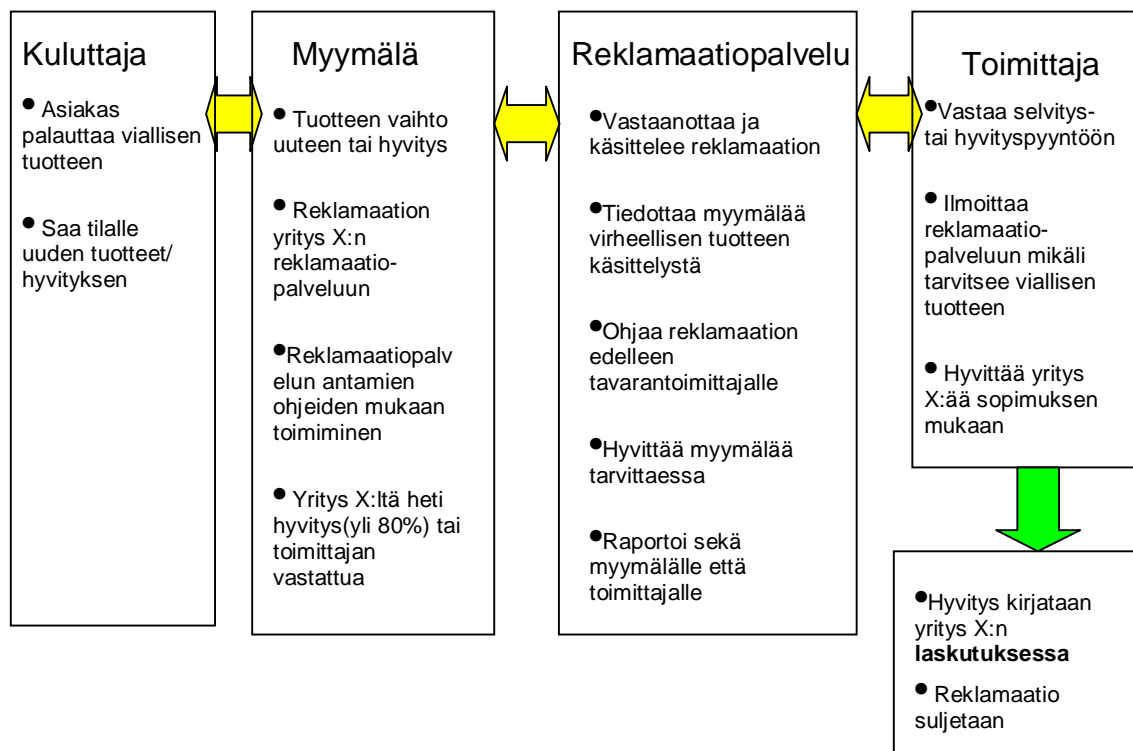
Reklamaatioprosessin aikana pääasiallinen vastuu kuuluu kuitenkin osaston työntekijöille, joiden tehtävänä on ohjeistaa neuvontaa toimimaan oikein reklamaatiotilanteissa, lähettää reklamaatioilmoitus reklamaatiopalveluun ja huolehtia reklamaatiotuotteiden jatkotoimenpiteistä sekä huolehtia että myymälä saa kaikista reklamaatioilmoituksista hyvitykset. Viimekädessä vastuu kääntyy myyntipäällikölle, jonka tehtävänä on huolehtia että kaikissa tapauksissa toimitaan oikein tai parhaimmalla mahdollisella tavalla. Myyntipäällikkö on myös henkilö, joka ottaa vastuun, mikäli jossain tapauksessa joudutaan toimimaan vastoin yleisiä ohjeita. Kuten tilanteissa joissa asiakkaan kanssa ei päästä sopuun mahdollisista korvauksista, on myyntipäällikön tehtävänä neuvotella asiakkaan kanssa ja pyrkiä yhteisymmärrykseen.

Kun reklamaatioista tehdään ilmoitus reklamaatiopalveluun, on reklamaatiopalvelu vastuullinen vastaanottamaan ilmoitukset, käsittelemään ne ja tiedottamaan myymälää virheellisen tuotteen käsittelystä. Reklamaatiopalvelu ohjaa myös tarvittaessa ilmoituksen suoraan tavarantoimittajalle, hyvittää myymälää tarvittaessa sekä raportoi myymälälle ja toimittajalle. Kun hyvitys on saatu ja reklamaatio käsitelty, kirjaan hyvitys reklamaatiopalvelun laskuntarkastukseen ja suljetaan reklamaation käsittely.

Mikäli myymälän tekemä reklamaatioilmoitus ohjataan reklamaatiopalvelusta tavarantoimittajalle, tulee toimittajan vastata selitys- tai hyvityspyyntöön, ilmoittaa reklamaatiopalveluun, mikäli tarvitsee viallisen tuotteen ja hyvittää reklamaatiopalvelua sopimuksen mukaan.

On myös mahdollista että myyjä tekee reklamaatioilmoituksen suoraan tavarantoimittajalle, tämän pyynnöstä, jolloin toimittajan vastuu on sama, kuin reklamaatiopalvelun kautta tehdyissä virheilmoituksissa.

Kuvio (kuvio 2) havainnollistaa tuotereklamaatioprosessin kulkua sekä osapuolten rooleja prosessin aikana. Prosessin osapuolina esiintyvät: asiakas, myyjä, reklamaatiopalvelu sekä toimittaja.



Kuvio 4: Tuoterekламаatioprosessin osapuolet ja roolit (Juntunen 2010.)

7 Yritys X

Yritys X:n tehtävänä on toimia S-ryhmän ketjujen hankinta- ja logistiikkayhtiönä ja tätä tavoitetta noudatetaan myös reklamaatioprosessissa. Yritys vastaa toimittajasuhteista ja yhteydenpidosta tavarantoimittajiin päin sovitun työnjaon mukaisesti. Tavoitteena on, että myös reklamaatioiden hoidossa voidaan hyödyntää, niin myymälöissä kuin tavarantoimittajillakin, keskitetyn toimintamallin etuja ja yksinkertaistaa reklamaatioprosessia. (Yritys X 2008.)

Reklamaatiopalvelun tehtäviin kuuluu palvella ketjuyksiköitä eli myymälöitä tuotteisiin, toimitukseen tai laskutukseen liittyvissä virhetilanteissa. Reklamaatio palvelussa työskentelee noin 14 henkilöä.

Tammikuun kolmas päivä vuonna 2010 yritys Y sulautui yritys X:n osakeyhtiöön. Entinen reklamaatiopalvelu toimii siis nykyään nimellä yritys X käyttötavarahankinnan reklamaatiopalvelu, josta käytetään lyhennettä reklamaatiopalvelu. (Lahti 2010b.)

Yritysten yhdistyminen ei aiheuta S-ketjun reklamaatioprosessissa kovinkaan suuria muutoksia. Ennen tuotteiden osalta oli määritelty tarkoin mitkä reklamoiitiin Yritys Y ja mitkä yritys X:lle, mutta yhdistymisen jälkeen pääsääntöisesti kaikki reklamaatiot voidaan jatkossa

tehdä yritys X:lle, lukuun ottamatta tiettyjä tuotteita, joiden kohdalla valmistaja on ohjeistanut toisin.(Finerus 2010.)

7.1 Reklamaatioprosessin kuvaus

Kaikilta osapuolilta edellytetään systemaattista toimintaa, jotta reklamaatioiden käsittely olisi häiriötöntä ja tehokasta. Olennaisimpiin seikkoihin kuuluu, että virheilmoituksissa annetaan kaikki tarvittavat sekä pakolliset tiedot, virheilmoitukset tulee tehdä sovitussa muodossa ja aikataulussa, kustakin virhetapauksesta tehdään vain yksi ilmoitus, joka toimitetaan reklamaatiopalveluun. Kaikkia osapuolia tulisi prosessin aikana myös tiedottaa tiiviisti. ”Esimerkillisesti mikäli tavarantoimittaja toimittaa uuden tavaran virheellisen tilalle, myymälän on ilmoitettava asia viipymättä reklamaatiopalveluun, jotta virheilmoitus ei ole turhaan avoimena ja jotta reklamaation toimesta ei turhaan vaadita hyvitystä tavarantoimittajalta.” (Yritys X 2008.)

Vain tilanteista joihin halutaan korjaus, tehdään virheilmoitus. Tapauksessa jossa tavarantoimittaja on esimerkiksi toimittanut enemmän tavaraa kuin lähetyslistassa on merkitty, mutta myymälä haluaa pitää ylimääräiset tavarat, ei tästä tapauksesta kuulu tehdä toimitusvirhereklamaatiota. Sen sijaan tulee tehdä laskuntarkastuksessa laskutusreklamaatio, mikäli ylimääräisiä tuotteita ei ole laskulla. Jos edellä kuvatussa tapauksessa halutaan kuitenkin vaihtoehtoisesti palauttaa ylimääräiset tavarat, tulee tapauksesta tehdä viipymättä toimitusvirhereklamaatio. (Yritys X 2008.)

Reklamaatioprosessiin kuuluu kolme virhetyyppiä: tuotevirheet, toimitusvirheet ja laskutusvirheet. Pääpiirteisesti reklamaatioprosessi etenee samalla tavalla, mutta prosessin kulku saattaa vaihdella tapahtuneen virheen tyyppin mukaisesti. (Yritys X 2008.)

7.2 Tuotereklamaatioiden käsittely

Prosessi koostuu seuraavista vaiheista: myymälässä havaitaan vastaanottotarkastuksessa tai myyntikunnostuksessa tuotteen laatu-, valmistus- tai jokin muu laatuvirhe. Virheellistä tuotetta ei laiteta myyntiin vaan siitä tehdään reklamaatio. On myös mahdollista että kuluttajapalautuksen myötä ilmenee tarve tuotereklamaation tekemiselle. (Yritys X 2008.)

Virheellisestä tuotteesta lähetetään reklamaatiolomake, jonka mukaan reklamaatio toimii, tallentaa ja käsittelee virhetilanteen. On olemassa erilaisia tapoja tuotevirhe käsittelyssä, tavat riippuvat reklamaation ja tavarantoimittajan välisestä sopimuksesta. Myymälän näkökulmasta toimintamallit ovat pääpiirteisissään seuraavan neljän mallin mukaisia:

- Asiakkaalle hyvitetään tuotevirheet heti virheilmoituksen saavuttua. Tuotteita ei tarvitse lähettää mihinkään, vaan ne voidaan hävittää tapauskohtaisten ohjeistuksien määrittelemän ajan kuluessa.
- Tavarantoimittajalle pyydetään toimittamaan virheellinen tuote, jolloin toimittaja tekee tapauskohtaisen käsittelypäätöksen, joita voivat olla muun muassa korjaus, korvaus tai hyvitys.
- Virheellistä tuotetta pyydetään säilyttämään tietyn ajan, jotta halutessaan tavarantoimittaja voi saada tuotteen tutkittavakseen ennen hyvityspäätöksen tekemistä.
- Tarkempia selvityksiä varten pyydetään lähettämään näyte virheellisestä tuotteesta reklamaatiopalveluun. (Yritys X 2008.)

Mikäli kyseessä on korjattava, huoltoon lähetettävä tuote on kyse takuunpiirin kuuluvista tuotteista. Takuutuotteisiin voidaan yleisesti katsoa kuuluvan kaikki sähkötuotteet, joiden lisäksi on kuitenkin monia muitakin tuotteita kuten matkalaukut ja jopa lasten lelut. Takuu on tavarantoimittajalle vapaaehtoinen, joten takuun ja huollon järjestäminen tuotteelle tapahtuu toimittajan määäämien ehtojen ja ohjeiden puitteissa. Mikäli tuotteelle on määritely takuu, on toimittajan laadittava myymälälle myös ohjeistus, kuinka takuutuotteiden kanssa tulee toimia, minne tuote lähetetään huoltoon ja minkä välityksellä. Lähetyksen tulee olla myymälälle ilmainen, josta johtuen toimittajan tulisi ilmoittaa kyseisiä toimenpiteitä varten mahdollinen asiakasnumero tuotteen huoltoon lähetystä varten. Toimittaja on siis vastuussa että takuutiedot ja huoltoliikkeiden yhteystiedot ovat ajan tasalla. Mikäli ohjeisiin tulee muutoksia, tulee toimittajan ilmoittaa niistä inxin hankintaan, josta se lähetetään laadunvalvonnan yksikköön Sintraan talletettavaksi, josta taas myymälät voivat päivittää tiedon. (Tiimonen 2010.)

Myymälä saa reklamaatiopalvelusta ohjeet, miten tulee menetellä viällisen tuotteen kanssa. Tämän lisäksi reklamaatiopalvelu valvoo että tavarantoimittaja vastaa sille tehtyihin reklamaatioihin ja antaa tarvittaessa vastaukset edelleen myymälälle. Tämän jälkeen myymälä ilmoittaa reklamaatiopalvelulle, mikäli virhetilanne on korjaantunut eikä rahallista hyvitystä enää odoteta. Reklamaatiopalvelu hyvittää tarvittaessa reklamaation ja sulkee sen loppuunkäsiteltynä. (Yritys X 2008.)

Reklamoitaessa on hyvä huomioida myös seuraavat asiat: mikäli kuljetuspakkauksessa ei havaita ulkoisia vaurioitumisen merkkejä, tuotteet reklamoidaan normaalisti tuotevirheinä. Mikäli tuote olisi vaurioitunut kuljetuksessa ja kuljetuspakkauksessa on selkeästi havaittavia ulkoisia merkkejä pakkauksen vaurioitumisesta, ei tuote kuulu tuotevirheen piiriin. Tämän kaltaiset tapaukset käsitellään toimitusvirheenä. (Yritys X 2008.)

Mikäli tuote on rikkoutunut tai muutoin vaurioitunut myymälässä, kyse on hävikistä, joka kuuluu myymälän vastuun piiriin, tuote ei siis tässä tapauksessa täytä tuotevirheen tunnusmerkkejä. Reklamaatiossa on erityisen tärkeää että myymälässä noudatetaan ja toimitaan reklamaatiopalvelun laatimien ohjeiden mukaisesti, esimerkiksi tilanteissa joissa reklamaatiopalvelusta pyydetään palauttamaan tuote tiettyyn osoitteeseen annetun aikataulun puitteissa. Jos ohjeita ei noudateta, voi myymälä menettää oikeuden hyvitykseen. (Yritys X 2008.)

Kun myymälässä havaitaan tuotevirhe, on siitä tehtävä ilmoitus välittömästi, kuitenkin viimeistään seitsemän vuorokauden kuluttua tavarán saapumisesta. Kuluttajapalautuksissa virheilmoitus on tehtävä välittömästi palautuksen jälkeen. Joskus tuotteessa voidaan havaita vika vasta kun tuote on jo myynnissä, tällöin reklamaatio voidaan luonnollisesti tehdä, vaikka seitsemän vuorokauden määräaika olisi ummessa, mikäli tuotteen virhe on ollut mahdoton havaita vastaanottotarkastuksessa. (Yritys X 2008.)

Kuluttajapalautukset hoidetaan aina myymälän kautta, joista reklamaatio palvelu vastaanottaa ja käsittelee vain määrämuotoisia reklamaatioita. Reklamaatioiden hoidossa on tavoitteena keskitettyjen toimintamallin etujen hyväksikäyttö sekä reklamaatioprosessin yksinkertaistaminen niin myymälöissä kuin tavarantoimittajilla. (Juntunen 2010.)

Lähtökohtaisesti reklamaatiopalvelu ei käsittele alle viiden euron hyvityksiä. Kaikki pyydyt tai sovitut palautukset tehdään tavarantoimittajan kustannuksella toimittajan määrittelemään osoitteeseen. Mahdollisia palautuksia varten, toimittajan on myös ilmoitettava palautustapa, joita voivat vaihtoehtoisesti olla Posti, Matkahuolto, Kiitolinja tms. jonka lisäksi toimittajan on ilmoitettava voimassa oleva asiakaspalautussopimusnumero. Vastaukset reklamaatioilmoituksiin toimittaja antaa viikon kuluessa ilmoituksesta joko sähköpostilla tai faksilla. (Pakkala 2010.)

7.3 Reklamaatioiden hoitomallit

Hankintapäälliköt sopivat toimittajan kanssa reklamaation hoitomallista, joita on olemassa viisi erilaista reklamaatioluokkaa (m1- m5). Tällä tarkoitetaan siis konkreettisesti sitä että toimittajan kanssa sovitaan kuinka reklamaatiopalvelun tulee toimia reklamaatio tilanteen sattuessa. (Pakkala 2010.)

7.3.1 M1

Toimittajalle ilmoitetaan reklamaatiopalvelun kaikista tuotteista ja ketjuyksikköä pyydetään samalla palauttamaan tuotteet toimittajalle. reklamaatiopalvelu hyvittää tuotteet ketjuyksikölle, kun tavarantoimittaja on hyvittänyt reklamaatiopalvelua. Mikäli toimittajan

kanssa toimitaan näiden ohjeiden mukaisesti, ovat palautustapa ja sopimusnumero pakollisia tietoja reklamaatio ilmoituksissa. (Pakkala 2010.)

Mikäli toimittaja haluaa korjata vialliset tuotteet, on siitä mainittava erikseen. Korjaavien toimittajien reklamaatioissa toimitaan aina kyseisen mallin ohjeistamana. Tilanteissa joissa tuote lähetetään korjattavaksi, on reklamaatiopalvelun ilmoitettava korjaamon osoite, mikäli se poikkeaa normaalista yhteystiedosta. Tuote on myös palautettava korjattuna myymälään 14 vuorokauden kuluessa reklamaation tekemisestä. (Pakkala 2010.)

Mikäli korjattavaksi lähetettyä tuotetta ei voida korjata uudella, on siitä viipymättä ilmoitettava myymälään. Tämän jälkeen myymälän tulee tehdä reklamaatio reklamaatiopalvelun myymälään viipymättä, jos reklamaatioita ei ole jo tehty. Toimittajan saadessa reklamaatioilmoituksen, tehdään hyvityslasku jossa viitataan reklamaationumeroon. (Pakkala 2010.)

7.3.2 M2

Reklamaatiopalvelu ilmoittaa ensimmäisen mallin tapaan kaikista virheellisistä tuotteista, mutta tuotteet palautetaan vain toimittajan erikseen niin pyytäessä. Reklamaatiopalvelun reklamaatio ilmoituksen perusteella, toimittaja hyvittää tuotteet reklamaationumeroon viitaten. Ketjuyksikkö saa hyvityksen reklamaatiopalvelulta kun tavarantoimittaja on hyvittänyt reklamaatiopalvelua. (Pakkala 2010.)

7.3.3 M3

Reklamaatiopalvelu ilmoittaa kaikista virheellisistä tuotteista toimittajalle ja hyvittää heti ketjuyksikölle yksittäiset alle 50 euron hintaiset tuotteet. Toimittaja hyvittää ne 1,2 tai 4 kertaa vuodessa koosteraportin perusteella. Reklamaatiopalvelu tekee aina tapauskohtaisen hyvityspyynnön 50 euroa ylittävistä tuotteista. "Toimittajan luvalla myös nämä reklamaatiot hyvitetään ketjuyksikölle ja liitetään koosteraporttiin." Tarvittaessa toimittaja voi pyytää tuotteiden palautusta. Takuutuotteisiin liittyen voidaan sopia hintaraja, jonka ylittävät tuotteet korjataan huoltoliikkeessä. (Pakkala 2010.)

7.3.4 M4

Toimittajalle ilmoitetaan reklamaatiopalvelusta vain 50 euron ylittävistä tuotteista ja toimittaja voi pyytää ne palautettaviksi. Yksittäisistä hinnaltaan 50 euron alittavista virheellisistä tuotteista ei ilmoiteta erikseen eikä niitä palauteta, vaan toimittaja hyvittää ne reklamaatiopalvelulle koosteraportin perusteella 1, 2 tai 4 kertaa vuodessa. Reklamaatioilmoituksen perusteella reklamaatiopalvelu hyvittää nämä tuotteet heti

ketjuyksikölle. Toimittaja voi hyvittää 50 euron ylittävät tuotteet reklamaatioilmoituksen perusteella tai toimittajan luvalla reklamaatiopalvelu voi hyvittää tuotteet ketjuyksikölle ja liittää ne seuraavaan koosteraporttiin. Edeltävän mallin tapaan, takuutuotteille voidaan sopia hintaraja, jonka ylittävät tuotteet korjataan huoltoliikkeessä. (Pakkala 2010.)

7.3.5 M5

Reklamaatiopalvelun arvioinnin mukaan, toimittaja antaa reklamaatioalennuksen sovittuun hankintahintaan. Ketjuyksikkö saa heti hyvityksen yksittäisistä virheellisistä tuotteista reklamaatiopalvelulta, eikä niitä palauteta toimittajalle. Kertyneiden reklamaatioiden perusteella voidaan tarkistaa sovittu alennusprosentti. Toimittajille tulee aina ilmoittaa tapauskohtaisesti useampia kappaleita sisältävät tai arvoltaan huomattavat virhetapaukset. (Pakkala 2010.)

7.4 Toimitusvirhereklamaatioiden käsittely

Toimitusvirheitä voi esiintyä joko suorissa toimituksissa, varastotoimituksissa tai terminaalitoimituksissa. Toimitusvirhereklamaatio prosessi lähtee liikkeelle siitä että myymälässä havaitaan toimitusvirhe vastaanottotarkastuksessa. Näitä voivat olla esimerkiksi kuljetuksessa vaurioitunut tuote tai lähetys, virheellinen toimitus, kuten väärä määrä, väärä tuote tai väärä toimitusaika. Toimitusvirheisiin kuuluvat myös kokonaan puuttumaan jäänyt lähetys tai väärään osoitteeseen toimitettu lähetys. Vastaanottotarkastuksissa onkin erityisen tärkeää verrata lähetyslistan tietoja toimitettuihin tuotteisiin. (Yritys X 2008.)

Kun toimitusvirhe on havaittu, tehdään toimitusvirhereklamaatio, joka lähetetään reklamaatiopalveluun käsiteltäväksi. Tämän jälkeen reklamaatiopalvelu toimittaa reklamaatiot edelleen asianomaisen tahon, tavarantoimittajan, kuljetusliikkeen tai Yritys X:n käsiteltäviksi. Virhekoodien oikein käyttäminen on hyvin tärkeää, sillä myymälän valitseman virhekoodin perusteella osa ilmoituksista menee automaattisesti edellä mainittujen osapuolten tutkittavaksi. (Yritys X 2008.)

Reklamaatiopalvelusta ohjeistetaan myymälöitä, miten ylimääräisten, rikkoontuneiden tai palautettavaksi haluttujen tuotteiden kanssa tulee menetellä. Tämän lisäksi reklamaatiopalvelu valvoo, että tavarantoimittaja vastaa kaikkiin sille tehtyihin reklamaatioihin ja reklamaatiopalvelu antaa vastaukset tarvittaessa edelleen tiedoksi myymälälle. (Yritys X 2008.)

Mikäli virhetilanne on korjaantunut, eikä rahallista hyvitystä tai muuta selvitystä enää odoteta, tulee myymälän tiedottaa reklamaatiopalvelulle. Esimerkiksi tilanne jossa

puuttumaan jäänyt lähetys tulee myymälään seuraavassa kuormassa. Tarvittaessa reklamaatiopalvelu siis hyvittää reklamaation ja sulkee sen loppuun käsiteltynä. (Yritys X 2008.)

Reklamaatioprosessin kannalta tavarantoimituksen vastaanotolla on myymälöissä erittäin merkittävä rooli. Tarkastuksen perusteella tulisi löytää kaikki määräerot toimitetuksi ilmoitetun sekä toimitetun määrän välillä. Erot tulee myös dokumentoida selkeästi laskuntarkastusta varten. Viiveetön vastaanottotarkastus sekä dokumentointi ovat avainasemassa myös kuljetusvauriotapauksissa, vastuukysymyksiä selviteltäessä. "Kuljetusvauriotapauksissa, kun tavarantoimituspakkauksessa on ulkoisesti merkkejä pakkauksen vaurioitumisesta, myymälän on aina merkittävä varautua rahtikirjaan. Mikäli ulkoisia merkkejä ei löydetä, rikkiäiset tuotteet kuuluvat tuotevirheiden piiriin." (Yritys X 2008.)

7.5 Laskutusvirhereklamaatioiden käsittely

Hintavirheet tarkastetaan laskuntarkastuksessa ja verrataan vastaanottotarkastuksen tuottamaa aineistoa laskuihin määrien sekä tuotteiden osalta. Vastaanottotarkastuksen aineistoilla tarkoitetaan lähetyslistoja sekä niihin tehtyjä korjauksia. Laskuntarkastuksessa tulisi havaita mahdolliset erot laskun ja virheettömän toimituksen välillä, jolla tarkoitetaan toimitetun määrän vastaavan lähetyslistan määrää, mutta laskulla määrä poikkeaa toimitetusta. Tämän lisäksi tulisi havaita myös erot laskun ja todellisen toimituksen määrien välillä, toisin sanoen onko toimittaja laskuttanut toimittamansa määrän riippumatta siitä mitä lähetyslistalla ilmoitetaan. (Yritys X 2008.)

Mikäli laskutuksessa ilmenee virheitä, tulee myymälän tehdä laskutusvirhereklamaatio reklamaatiopalveluun, mikäli asiaa ei ole jo reklamoitu toimitusvirheilmoituksen avulla. Kun reklamaatio ilmoitus on tehty, reklamaatiopalvelu korjaa tilanteen ja ilmoittaa reklamaation tekijälle. (Yritys X 2008.)

Myymälän tulee huomioida laskutusvirhereklamaatioita yhteydessä, ettei reklamaatiota saa tehdä jos samasta tapauksesta on jo tehty toimitusvirheilmoitus. Tämä siitä syystä, että toimitusvirheilmoituksen käsittelyn yhteydessä selvitetään myös laskun oikeellisuus, joka korjataan tarvittaessa. Laskuntarkastusvirheet ovat hyvin usein käytännössä toimitusvirheitä, jonka takia laskutusreklamaatiot on tehtävä seitsemän vuorokauden kuluessa laskun saapumisesta. Kuljetusliikkeet ja Inex eivät ota ilmoituksia enää käsittelyyn, jos ilmoitukset tehdään määräajan jälkeen. (Yritys X 2008.)

Jos myymälä on hankkinut tuotteita tilauksettomasti, tuote- ja toimitusreklamaatiot tulee hoitaa myymälän ja tavarantoimittaja välisin toimenpitein. Näissä tapauksissa ei voida

reklamaation toimesta tarkastaa laskun tietoja eikä tuotteen ominaisuuksien pitävyyttä. Tämän kaltaisissa reklamaatiotilanteissa toimittajan lähettämät hyvityslaskut välitetään KT-reklamaation tavoin myymälälle. (Yritys X 2008.)

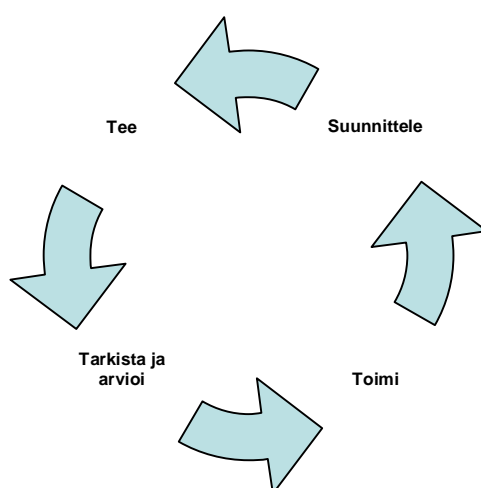
7.6 Valvonta

Yritys X:n reklamaatiopalvelujärjestelmään tallennetut reklamaatiot ovat seurannassa koko niiden "elinkaaren" ajan eli siitä hetkestä kun reklamaatio tallennetaan järjestelmään siihen saakka kun reklamaatio on hyvitetty myymälälle ja toimittaja on hyvittänyt Yritys X:ää. Loppuun käsitellyt reklamaatiot säilyvät arkistoissa ja ovat esiin nostettavissa milloin tahansa. Yleiseen valvontaan kuuluu myös hoitamattomien reklamaatioiden seuranta, mikäli niitä ilmenee, niiden karhunta suoritetaan 1-3 kuukauden välein. (Lahti 2010a.)

8 Toiminnan ja prosessin kehittäminen

Tänä päivänä emme tyydy siihen mitä meillä on, vaan pyrimme löytämään kokoajan uusia ja tuoreita ajatuksia, näkökulmia sekä toimintatapoja. Aikaisemmin muutospaineita ei koettu niin suuriksi ja elettiin omassa kulttuurissa, jota eivät muut paljon häirinneet. Oli riittävästi asiakkaita, jotka uskollisesti tekivät vuodesta toiseen ostoksensa kuten ennenkin. Yhä useampi yritys altistuu kovenevalle kilpailulle, joka edellyttää yrityksiä kehittymään. (Ranta 2005, 97.)

Ranta kuvaa hyvin teoksessaan rationaalista tapaa suunnitella ja kehittää toimintaa seuraavalla kuviolla.



Kuvio 5: Toiminnan kehittämisen syklinen luonne. (Sarala & Sarala 1997; Ranta 2005, 99)

Kuviosta selviää kuinka prosessin tulisi edetä suunnittelu vaiheesta toimintaan. Jotta lopputulos olisi mahdollisimman hyvä, tulee prosessin aikana tarkistaa ja arvioida suunnitelmia ja niiden perusteella toteutettuja ratkaisuja. Suunnittelu ja toiminnan kehittäminen tulisi toteuttaa mallin mukaisesti. Laaditaan suunnitelma, toimitaan sen mukaan, jonka jälkeen punnitaan onko onnistuttu tilannetta arvioiden. Mikäli havaitaan muutoskohteita ja nähdään toteuttamistavoissa kehittämisen varaa, toimitaan seuraavassa vaiheessa sen mukaisesti.

Prosessi on yksinkertaisuudessaan suunnittelua, toteutusta, arviointia ja toimintaa, jonka jälkeen taas suunnitellaan ja toteutetaan. Prosessi on kuin jatkuva ympyrä, kun kierros on täysi, vaiheineen, lähtee se taas uudelle kierrokselle.

Liiketoiminnan kannalta on tärkeää kehittää ja uudistaa myös toimintaprosesseja. Prosessikehityksen myötä voidaan muun muassa tehostaa, selkeyttää ja helpottaa monia toimintoja. Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty. Jotta prosessia voidaan kehittää, tulee ensin selvittää selkeimmät ongelmakohdat, jotta päästään käsiksi oikeisiin tekijöihin. Kun ongelmakohdat on selvitetty, tutustutaan tavoitteisiin, jonka pohjalta määritellään kehityskohteet. On syytä kartoittaa myös sekä lyhyen aikavälin että pidemmän aikavälin tavoitteet, jotta kehitys voidaan toteuttaa vaiheittain, ilman suuria riskitilanteita. On siis tärkeää edetä pienistä muutoksista isoihin muutoksiin.

Suuremmissa kehitysprojekteissa on tärkeää ottaa huomioon myös budjetti, jonka määrittelee yritys itse. Budjetti antaa suuntaa sille, kuinka laajoja muutoksia halutaan toteuttaa sekä kuinka suuri kuluerä projektista saa syntyä yritykselle. Budjetilla tarkoitetaan rahamääräisten suunnitelmien tekemistä ja siihen perustuvaa seurantaa. (Mitä budjetointi on?)

Budjetin määrittäminen ei ole pakollista, mutta siitä on hyötyä. Se pakottaa muun muassa suuntaamaan katset myös tulevaisuuteen ja arvioimaan toimintaa myös pidemmälle, kuin tämän päivän tähtäimelle. Samalla tulee miettiä toimintasuunnitelmia, eli miten asioita tulisi hoitaa. Pelkän tavoitteen varassa toimiminen ilman toimivaa suunnitelmaa, voi osoittautua pelkäksi haaveeksi. (Mitä budjetointi on?)

Budjettia laadittaessa voidaan havaita jo ennakolta tulevat ongelmat, joihin voidaan varautua hyvissä ajoin. Budjetin suunnittelu ja laatiminen on yrityksen toiminnan edustamista ja tavoitteen asettelua, jonka tulisi perustua mahdollisimman realistiseen kuvaan yrityksen mahdollisuuksista. Lopputuloksena on toimintasuunnitelma, joka sisältää mahdollisimman edullisen tuloksen. (Mitä budjetointi on?)

Yritykselle, kuten myös organisaatioille, on tärkeää rakentaa tavoitteita. Budjetin tarkoitus on kertoa rahalliset tavoitteet, jonka lisäksi on tärkeää rakentaa toiminnallisia tavoitteita. On hyvä miettiä muutaman vuoden päähän, millainen organisaation halutaan olevan tuolloin.

Tavoitteiden rakentaminen on prosessi, jota tulee tarkentaa aika ajoin sekä muuttaa tarvittaessa. Tavoitteiden tarkoitus on antaa yhteistä suuntaa organisaation tavoitteelliselle toiminnalle. Tavoitteiden toteutumisen kannalta on tärkeää muistaa toiminnan joustavuus, tällöin pystytään reagoimaan tilanteisiin oikea-aikaisesti. (Ranta 2005, 67.)

8.1 Ongelmakohdat ja riskit

Kehitys projektissa on hyvä lähteä liikkeelle kartoittamalla selkeimmät kehityskohteen ongelmakohdat. Suur- Seudun Osuuskaupan alueen Prismojen sekä Kodin Terran selkeimmiksi reklamaatioprosessin ongelmakohdiksi osoittautuivat monimutkaiset toimintatavat, turha papereiden pyöritteleminen, toiminnallisten ohjeistuksen puutteellisuus sekä päivittämättömien tietojen esiintyminen S-ryhmän sisäisessä tietokannassa, Market Sintrassa.

Ohjeistukset tulevat ketjuille pääasiallisesti Yritys X:n reklamaatiopalvelun kautta. Toimittajien tehtävänä on ilmoittaa reklamaatiopalvelulle, mikäli toimintaohjeisiin on tehty muutoksia, jotta myös myymälät osaavat toimia oikein niiden mukaisesti. Valitettava tosiasia on kuitenkin se, etteivät toimittajat päivitä tietojaan reklamaatiopalvelulle, kuten heidän pitäisi. Tämä johtaa siihen että tutkimustyötä on ajoittain tehtävä suoraan myymälä tasolla, joka vaatii turhaa aikaa työntekijältä.

Ongelmaksi koetaan myös työntekijöiden näkökulmasta se, etteivät kaikki tuotteet kuulu saman reklamaatiopalvelun piiriin. Osa elokuvista ja musiikista reklamoidaan suoraan tavarantoimittajalle, kuten myös osa kodinkoneista ja elektroniikasta reklamoidaan omia väyliä pitkin. Toiminnan seurannan kannalta ketjuilla ei ole myöskään olemassa reklamaatioprosessin valvontaa tukevia raportteja eikä reklamaatioilmoituksia seurata määrällisesti tai laadullisesti missään muodossa.

Tiedon puutteellisuus aiheuttaa valitettavasti ketjulle myös riskitekijöitä. Työntekijöiden toimiessa puutteellisen tai peräti virheellisen tiedon varassa, tulee esille useampi riskitekijä. Hyvityksiä voi jäädä saamatta, josta voi syntyä myymälälle katteellisia menetyksiä. Tämän lisäksi asia nähdään myös tuloksellisuuden kannalta riskitekijäksi. Liiketoiminnallisen näkökulman lisäksi on tärkeää muistaa punnita asiaa myös asiakassuhteiden näkökulmasta. Mikäli virheellisen tiedon varassa toimitaan väärin, voi asiakassuhde joutua vaara vyöhykkeelle, jota on riskitekijöistä pyrittävä välttämään yhtäläillä kuin edellä mainittuja seikkoja.

8.2 Kehitysehdotukset

Ongelma ja riskitekijöiden kartoituksen pohjalta on saatu selville potentiaaliset kehityskohteet. Seuraavaksi käydään läpi kehittämisehdotukset omina osa-alueinaan.

8.2.1 Prosessin tehostaminen

Reklamaatioprosessia tulisi tehostaa muun muassa neuvonnan toiminnan osalta. Asiakkaan tehdessä reklamaatioilmoituksensa myymälän neuvonnassa, tämänhetkisten toiminnallisten ohjeiden mukaan täytetään kirjallinen reklamaatioilmoitus vanhanaikaisesti paperiversiona. Toimintaa voitaisiin tehostaa laatimalla ilmoitukset suoraan sähköiseen muotoon.

Ensisijaisesti tämä voitaisiin ratkaista neuvonnan ja osaston välisellä sähköpostiviestinnällä ja myöhemmin reklamaatioprosessin käsittelyyn tarkoitettun järjestelmän kautta. Näin myös osastolla työskentelevien toimenkuva helpottuu, ilmoitusten tarkastaminen käy suoraan sähköisessä muodossa ja viesti voidaan lähettää helposti eteenpäin reklamaatiopalveluun tai toimittajalle.

8.2.2 Toimintaohjeiden päivityksien tehostaminen

Kuten edellä mainituissa ongelmakohtissa kävi ilmi, päivittämättömät ja virheelliset ohjeistukset voivat aiheuttaa ketjuille liiketoiminnan kannalta riskitilanteita sekä johtaa siihen ettei kaikista reklamaatioista saada odotettuja hyvityksiä. Kyseinen ongelma on melko haasteellinen ratkaistavaksi ohjeistuksien tuloa tavarantoimittajilta, mutta mielestäni tämä asia on tärkeä nostaa esille ja ymmärtää ongelman vaikutus laajemmassakin mittakaavassa.

Ongelmaa tuskin saadaan ratkaistua hetkessä tai ehken ei lopullisesti koskaan, mutta jotta asian eteen voitaisiin jonkinlaista parannusta saada, tulisi vastuuta kääntää enemmän reklamaatiopalvelulle. Olisi toivottavaa Yritys X:n reklamaatiopalvelulta tehostetumpaa seuranta- ja selvitystä. Yrityksen omana tavoitteena on myös reklamaatioiden hoidossa hyödyntää, niin myymälöissä kuin tavarantoimittajillakin, keskitetyn toimintamallien etuja yksinkertaistaen reklamaatioprosessia. Tähän viitaten on mielestäni myymälöiltä oikeutettua vaatia kehitystä myös tietojen päivityksien osalta.

8.2.3 Toiminnan selkeyttäminen

Toiminnan selkeyttämisen vuoksi olisi aiheellista pohtia kaikkien tuotteiden reklamaatiokäytänteiden yhdenmukaistamista. Jokainen tuote reklamoitaisiin reklamaatiopalvelun kautta, samojen yleisten ohjeiden mukaisesti. Jokainen ilmoitus olisi tällöin helposti seurattavissa koko prosessin ajan, hyvityksien saaminen seurannan kannalta helpottuisi sekä myymälän että laskuntarkastuksen kannalta.

Toimintatapojen yhdenmukaistaminen tehostaa ja helpottaa toimintaa sekä vähentää myymälän riskien tasoa hyvityksien kannalta.

8.2.4 Reklamaatioilmoitusten ja niiden valvonnan kehittäminen

Prisma- ja Kodin Terra ketjun reklamaatioilmoitusten valvontaa tulisi myös kehittää. Tutkimuksen myötä kävi ilmi, ettei myymälöissä suoriteta valvontaa reklamaatioprosessin kulkua muuten, kuin avoimena olevien kohteiden raporteista sekä hyvityksien osalta. Myymälät saavat reklamaatiopalvelusta kolme kertaa vuodessa raportin sillä hetkellä avoimena olevien reklamaatioilmoituksista. Näistä myymälät voivat tarkastaa, ovatko kaikki ilmoitukset rekisteröity myös reklamaatiopalvelun päässä. Jotta valvontaa voitaisiin tehostaa parhaimmalla mahdollisella tavalla, olisi toivottavaa kehittää reklamaatiopalvelun ja myymälöiden välille seurantaan tukevia palveluita.

8.2.5 Reklamaatiojärjestelmä

Mikäli reklamaatioprosessin kehittämiseksi ollaan valmiita tekemään suurempia ja merkittävämpiä muutoksia ja hankintoja, haluan tuoda esille ehdotukseni myös tämän asian ratkaisemiseksi.

Tänä päivänä kehitys on jokaiselle yritykselle jatkuva tavoite. Teknologian kehittyessä uskaltautuu yksi jos toinenkin yritys avartamaan maailmaansa myös tästä näkökulmasta. Näkisin aiheelliseksi myös Prisma- ja Kodin Terra ketjuissa siirtyä uusiin helpompiin ja tehokkaampiin toimintatapoihin. Reklamaatiotoiminnan helpottamiseksi tulisi ottaa käyttöön toimintaa tukeva järjestelmä tai kehittää juuri näiden ketjujen tarpeisiin vastaava ohjelma. Tämä olisi ratkaisu suurimpaan osaan esille tulleisiin ongelmiin, joita prosessin aikana esiintyy.

Järjestelmä toisi helpotusta prosessin etenemiseen, toimintatapoihin sekä ennen kaikkea seurantaan. Järjestelmän käyttöönotossa on otettava kuitenkin huomioon Yritys X:n rooli reklamaatioprosessissa. Tämä tulisi hankkeena hyväksyttäväksi myös reklamaatiopalvelulla, järjestelmän toimiessa myymälöiden ja reklamaatiopalvelun yhteydenotto väylänä.

Ohjelmistossa olisi jokaisen alue osuuskaupan myymälöiden osalta omat sivustot, jonka kautta koko hoidetaan. Näin reklamaatiopalvelun on helppo kohdistaa vastauksensa oikeisiin myymälöihin. Myymälän toiminnan kannalta ohjelmisto tarjoaisi erillisinä toimintoinaan seuraavat: uuden reklamaatioilmoituksen luominen, käsittelemättömät reklamaatiot, kirjatut reklamaatiot, avoimena olevat reklamaatiot sekä käsitellyt/suljetut reklamaatiot, näiden lisäksi järjestelmä tarjoaisi ajankohtaista tietoa sekä yleiset ohjeet reklamaatio toimenpiteisiin. Seuraava kuvio havainnollistaa käytännössä miltä järjestelmän sisältö voisi käytännössä näyttää.



Kuvio 6: Reklamaatiojärjestelmän sisältö

Myös neuvonnassa osalta saadaan helpotusta toimintaan. Reklamaatioilmoitukset kirjataan heti vastaanoton jälkeen järjestelmän käsittelemättömiin reklamaatioihin. Näin prosessi lähtee käyntiin saman tien ja ilmoitukset ovat helposti osaston työntekijöiden hoidettavissa eteenpäin.

Järjestelmän avulla itse prosessin eteneminen helpottuu, mutta tämän lisäksi myös toiminnan valvominen helpottuu ja toimintaa voidaan seurata myös tilastollisesti. Järjestelmän tarkoituksena olisi myös tuottaa myymälöille tärkeitä tilastoja sekä raportteja joiden avulla toimintaa voidaan entisestään kehittää sekä vaikuttaa entistä enemmän ketjuvalikoimiin. Uskoisin järjestelmän tuottavan huomattavasti enemmän lisäarvoa organisaatiolle ja tehostavan tuloksellisesti toimintaa.

8.3 Lyhyen- ja pitkäaikavälin tavoitteet

Lyhyellä aikavälillä olisi tavoitteellista pyrkiä nopeuttamaan ja helpottamaan prosessin etenemistä tekemällä reklamaatioilmoitukset suoraan sähköiseen tietokantaan. Jonka lisäksi reklamaatiokäytänteitä tulisi yhdenmukaistaa niin että kaikkien tuotteiden kohdalla reklamaatioilmoitukset tehdään samoja väyliä pitkin.

Pitkän aikavälin tavoitteiden tarkoituksena on luoda monipuolisempi ja tehokkaampi järjestelmä, joka tarjoaa myymälöille toiminnan ja valvonnan helpottamisen lisäksi myös liiketoiminnan kannalta hyödyllistä tietoa.

9 Yhteenveto ja johtopäätökset

Seuraavissa kappaleissa käydään läpi työn tavoitteet ja saavutukset yhteenvetona sekä opinnäytetyö prosessin aikana heränneitä ajatuksia.

9.1 Yhteenveto

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia ja kehittää Prisma- ja Kodin Terra-ketjun reklamaatioprosessia. Tutkimuksen myötä saatiin kartoitettua hyvin myymälöiden nykytilanne reklamaatiokäytänteissä, jonka lisäksi selvitettiin toimintatapoja, prosessin vastuuhenkilöt, kuinka vastuu ja roolit jakautuvat, mitä toimenkuvia prosessiin kuuluu sekä millainen on myymälöiden yleinen ohjeistus.

Tutkimuksen myötä saatiin selville kaikki tärkeä tieto, jota tarvittiin nykytilan kartoitukseen sekä olemassa olevien ongelmien selvitykseen. Ongelmien selvityksen myötä nousi esille ajankohtaisia kehityskohteita, jonka lisäksi koko prosessi kaikkine vaiheineen, antoi kipinän toiminnan kehittämiseksi myös pidemmällä aikavälillä.

9.2 Johtopäätökset

Jokainen organisaatio vaatii ajoittain liiketoiminnan kannalta kehitystä. Tavoitteiden asettaminen on toiminnan kannalta ensisijaisen tärkeää. Opinnäytetyön tavoitteeksi asetettiin Prisma- ja Kodin Terra- ketjun reklamaatioprosessin kehittäminen. Työn lähtökohtana oli kartoittaa myymälöiden nykytila toisin sanoen, kuinka reklamaatioita hoidetaan tällä hetkellä ja ennen kaikkea kuinka prosessi etenee. Tutkimuksesta saatiin hyviä tuloksia, kartoitettaessa prosessin ongelmakohtia. Kaikissa tutkimuskohteiden Prismoissa nähtiin samojen asioiden kohdalla ongelmia, joten kehitysehdotukset pohjautuvat pitkälti työntekijöiden havaitsemiin ongelmiin.

Uskon tutkimuksesta olevan hyötyä tulevaisuuden kehittämisprojektin kannalta sekä lyhyellä että pidemmällä aikavälillä. Annettaessa arvoa reklamaatioprosessin kehittämiseksi, voidaan parantaa asiakassuhteita ja liiketoiminnan kannalta voidaan kehittää tuotevalikoimia, joka taas vuorostaan vaikuttaa positiivisesti myyntiin. Käyttötavara osastojen myyjillä on vastuullinen työnkuva, asiakasta on osattava neuvoa aina tarvittaessa ja tuloksellisesti. Kun asiaa punnitaan tästä näkökulmasta, on tärkeää, että ketju tekee tuotevalinnan myymälöihin tarkkaan harkiten ja hyvin perusteiden. Mikäli reklamaatioita seurattaisiin tilastollisesti, voidaan olettaa niistä olevan ketjulle hyötyä tuotevalikoimia mietittäessä. Laatu on tänä päivänä

monessa kohtaa tärkeä tekijä ja usein asia, joka vaikuttaa päällimmäisenä asiakkaan ostopäätökseen.

Tutkimus on osoittautunut tärkeäksi ja hyödylliseksi toiminnan kehittämisen kannalta. Tämän myötä on tullut esille asioita ennen kaikkea työntekijätasolla, jota voidaan pitää erityisen tärkeänä. Työntekijöiden kokemusten kautta nousee monesti esille asioita, joita ei johto tasolla osata edes ajatella. Myös tämä tutkimus osoitti positiivisen puolensa tässä asiassa.

Lähteet

Kirjallisuus

Binder, Kärnä, Métivier, Miestamo, Salenius, Savinainen, Solonen, Taimio & Åberg. 2006. Liikeviestinnän kirja- Viestit vaihtoon 7 kielellä. Helsinki: Edita Prima OY.

Alajärvi, K. & Herno, L. & Koskinen, H & Yrttiaho, L. 1995. Työelämän viestintä. Porvoo: WSOY.

Ranta, R. 2005. Kehittyvä työyhteisö. Kehittäminen ja uudistaminen ihmisenä ja organisaationa. Jyväskylä Gummerus kirjapaino Oy

Söderström, W. 2005. Factum. Uusi tietosanakirja. Porvoo: WSOY.

Toimintakertomus

Jääskeläinen, E. 2010. Suur- Seudun Osuuskauppa SSO:n vuosi 2009. Toimitusjohtajalta. Yhteistä hyvää koko seutukunnalle. Viitattu 27.4.2010.

Sähköiset lähteet

Kodin Terra 2010. Viitattu 5.4.2010. <http://www.kodinterra.fi/market/kodinterra>

Kuluttajansuojalaki. Viitattu 10.5.2010. <http://www.kuluttajaliitto.fi/index.phtml?s=308>

Kuluttajan oikeudet 2010. Viitattu 10.5.2010. <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajaneuvonta/kuluttajan-oikeudet/palautusoikeus/-kaupan-purkaminen/>

Kuluttajavirasto 2009. Viitattu 21.4.2010.
<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/kuluttajavirasto/strategia/>

Kuluttajavirasto 2009. Virhevastuu ja takuu kuluttajatavara kaupassa. Tulostettu. 27.4.2010. <http://www.kuluttajavirasto.fi/File/d7df30c3-353d-4576-a3cf-a12037310db8/Virhevastuu+ja+takuu+kulutustavaran+kaupassa+.pdf>

Pk-yrityksen riskienhallinta. Viitattu 10.5.2010.
<http://www.pk-rh.fi/perusvaatimukset/riskienhallinnan-perusvaatimukset/tuotevastuu-ja-turvallisuus/tuotevastuu>

Prisma 2010. Prisma lyhyesti. Viitattu 5.4.2010.
http://www.prisma.fi/market/prisma?a_Visit:dockat=020_TietoaPrismasta&osuuskauppa=ARINA&pageName=Doc

S-kanava 2010a. Suur-Seudun Osuuskauppa SSO lyhyesti. Viitattu 5.4.2010.
http://www.s-kanava.fi/sso/esittaytyy_artikkeli?nodeid=Esit_Mikaon_1233&aid=Esit_Mikaon_1233&exp=true

S-kanava 2010b. Asiakas on omistaja. Viitattu 27.4.2010.
http://www.skanava.fi/valtakunnallinen/sryhma_artikkeli?nodeid=Sryh_Sryhmanesittely_0000&aid=Sryh_Sryhmanesittely_0000&exp=true

S-kanava 2010c. Historia. Viitattu 25.5.2010.
http://www.s-kanava.fi/valtakunnallinen/sryhma_artikkeli?nodeid=Sryh_Sryhmanesittely_0000__s_ska_basicarticle2_00866.xml&aid=Sryh_Sryhmanesittely_0000__s_ska_basicarticle2_00866.xml&exp=true

Julkaisemattomat lähteet

Finerus, K. 2010. Käyttötavara myyntipäällikön haastattelu 29.3.2010. SSO Prisma Nummela.

Lahti, S. 2010a. Palveluvastaava. Email soile.lahti@sok.fi. Tulostettu 11.5.2010.

Lehto, M. 2010. Kodin elektroniikka puolen vastaavan haastattelu 30.3.2010. SSO Prisma Nummela.

Leino, S. 2010. Käyttötavara myyntipäällikön haastattelu 7.4.2010. SSO Prisma Salo. Email saija.leino@sok.fi.

Juntunen, L. 2010. KT-hankinnan reklamaatioposessi. Email jaana.pakkala@sok.fi. Tulostettu 8.4.2010.

Karppinen, R. 2010. Käyttötavara myyntipäällikön haastattelu 7.4.2010. SSO Prisma Lohja. Email risto.karppinen@sok.fi.

Mitä budjetointi on? Viitattu 6.5.2010. <http://www.rpkg.fi/~sipilaj/budjetointi/yleista.htm>

Nurmi, P. 2010. Suur-Seudun Osuuskaupan laskuntarkastus. Email pirjo.nurmi@sok.fi. Tulostettu 20.5.2010.

Pakkala, J. 2010. Reklamaatiopalvelu haastattelu 8.4.2010. Yritys X. Email jaana.pakkala@sok.fi

Tiimonen, U. 2010. Haastattelu 13.4.2010. Yritys X. ulla.tiimonen@sok.fi

Valdemarsson, E. 2010. Palvelupäällikön haastattelu. SSO Kodin Terra Salo. Tulostettu 26.4.2010.

Yritys X web 2010. Korjaavien toimittajien kuluttajareklamaatiot. Tulostettu 27.3.2010. <http://intradeweb.sok.fi:50000/reklamaatio/controller?action=Ohjeet>

Yritys X 2008. Reklamaatioprosessi Yritys X:ssä. 2008. Tulostettu 24.3.2010. <http://sintranet.sok.fi/sintra/Market/sintra.nsf/web/index.html>

Muut lähteet

Lahti, S. 2010b. Palveluvastaava. Yritys X/ reklamaatiopalvelu.

Kuviot

Kuvio 1: Prosessi kuvaus- nykytilanne	19
Kuvio 2: Osaston toiminta eri reklamaatiotapauksissa	20
Kuvio 3: Reklamaation vaiheet	26
Kuvio 4: Tuotereklamaatioprosessin osapuolet ja roolit (Juntunen 2010.)	28
Kuvio 5: Toiminnan kehittämisen syklinen luonne. (Sarala & Sarala 1997; Ranta 2005, 99)	35
Kuvio 6: Reklamaatiojärjestelmän sisältö	40

Liitteet

Liite 1: Haastattelulomake

Reklamaatioprosessin nykytilan kartoittaminen

- 1 Miten/ missä prosessi käynnistyy?
- 2 Miten toimitaan?
- 3 Millä perusteella tehdään päätökset?
- 4 Reklamaation käsittely osastolla
 - 4.1. Kuka on vastuussa?
 - 4.2. Miten toimitaan?
 - 4.3. Yleinen ohjeistus(AOK, SOK, toimipaikka)?
 - 4.4. Missä aikataulussa prosessi etenee?
 - 4.5. Minne reklamaatio lähetetään?
 - 4.6. Mitä tuotteelle tapahtuu?
 - 4.7. Kuka valvoo prosessin etenemistä/toimintaa?
 - 4.8. Millainen on hyvityksen valvonta osastolla?
5. Reklamaation käsittely reklamaatio palvelussa
 - 5.1. Miten käsitellään?
 - 5.2. Onko yleisiä sääntöjä /ohjeistusta?
 - 5.3. Miten toimipaikkaa tiedotetaan reklamaatio keskukselta?
 - 5.4. Miten prosessia valvotaan?
6. Reklamaatio-webin käyttö?
 - 6.1. Tietojen paikkansapitävyys, onko ajankohtaista tietoa?
7. Reklamaatiohyvityksen valvonta
 - 7.1. Laskuntarkastuksessa/palveluässässä ja toimipaikassa
 - 7.2. Miten varmistetaan saatava hyvitys?
8. Valvontaa tukevat raportit (Onko niitä?)
 - 8.1. Toimipaikassa, Laskuntarkastuksessa, Reklamaatiopalvelussa
9. Onko yleinen ohjeistus riittävä
10. Prosessin mahdolliset ongelmakohdat
11. Prosessin suurimmat riskit
 1. Kehityskohteet

Liite 2: Reklamaatioilmoituslomake

REKLAMAATIOILMOITUSLähetä: **XXreklamaatiot@sok.fi**

(tai faksaa 010 76 XXXXX)

Täyttöpvm _____

Yhteyshlön nimi _____

(faxnro) _____ Puhnro _____

E-mail _____

Asiakasnro (7 nroa) _____ Ketjuyksikön nimi _____

Reklamoitu tuote _____

Reklamoitava mää _____ EAN-koodi (13 nroa) _____

Tuotteen sarjanumeri _____ Koko _____ Väri _____

Toimittaja _____ Tuotenumero _____

1. TUOTEVIRHE
 Myymäläpalautus Asiakastilausnumero _____
 Kuluttajapalautus / takuuvaihtotuote Ostopvm kuitista _____ Hintaa _____
Kuluttaja saanut hyvityksen Rahana Tuotteena Odottaa korjausta / hyvitystä

Kuluttajan yht.tiedot _____

 Materiaali Toimivuus Mitoitus Ulkonäkö Pakkaus
 Tuotetieto Allergia Kestävyys Muu syy

Virheteksti _____

Takuutuotteet hoidetaan takuu- ja huoltokansion ohjeiden mukaisesti.**2. TOIMITUSVIRHE**

Ostotilausnro (9 nroa) _____ Saap. kpl _____ Läh.listanr _____

 Puuttuu Liikaa Väärä tuote Ei tullut
 Myöhässä Etuajassa Kuljetusvaurio Kolli puuttuu

Virheteksti _____

3. LASKUVIRHE

Ostotilausnro (9 nroa) _____ Laskun numero (8 no) _____

 Laskutettu liikaa Laskutettu liian vähän Laskutettu väärä tuote
 Väärät hinnat Väärä ALV % Aiheeton lasku

Virheteksti _____