

Saimaan ammattikorkeakoulu
Liiketalous Lappeenranta
Liiketalouden koulutusohjelma
Markkinoinnin suuntautumisvaihtoehto

Simo Saira

REKLAMAATIOIDEN JA ASIAKASVALITUSTEN KÄSITTELY UK KOSKIMIEHESSÄ

Opinnäytetyö 2010

TIIVISTELMÄ

Simo Saira

Reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittely UK Koskimiehessä, 44 sivua, 2 liitettä

Saimaan ammattikorkeakoulu, Lappeenranta

Liiketalouden yksikkö, liiketalouden koulutusohjelma

Markkinoinnin suuntautumisvaihtoehto

Ohjaaja: lehtori Jyri Hänninen

Työn tavoitteena oli selvittää lappeenrantalaisen urheilu- ja vapaa-ajan tavara-talo UK Koskimiehen reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittelyn nykytilan-
netta. Lisäksi tarkoituksena oli selvittää mahdollisia ongelmakohtia ja pohtia
kehittämisehdotuksia ja -mahdollisuuksia tulevaisuutta silmälläpitäen.

Kirjallisuusosio jakautui kahteen osaan. Ensimmäisessä osassa kerrottiin lyhy-
esti kuluttajankauppaa koskevasta lainsäädännöstä ja kuluttajansuojasta. Kirjal-
liusosion jälkimmäinen puolisko puolestaan käsitteli reklamaatioita ja asia-
kasvalituksia käsitteinä, mikä on niiden merkitys yrityksille, kuinka asiakas toimii
tyytymättömänä ja kuinka valitus- ja reklamaatiotilanteisiin tulisi yrityksessä ja
asiakaspalvelun tasolla reagoida.

Empiriaosion tarkoituksena oli yrityksen urheiluosaston vastaavia myyjiä haas-
tattelemalla saada kuva reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittelyn nykyti-
lanteesta. Haastattelut tehtiin teemahaastatteluina, joiden rungot pohjautuivat
kirjallisuusosion teorioihin ja yrityksen tarpeisiin.

Tutkimuksen tuloksista voidaan päätellä reklamaatioiden ja asiakasvalitusten
käsittelyn nykytilanteen olevan kunnossa. Eryityisesti asiakkaiden näkökulmasta
käsittely hoidetaan pääosin hyvin, mutta itse prosessia ja toimintatapoja yrityk-
sen sisällä on mahdollista edelleen tehostaa ja helpottaa, mm. kassajärjestel-
män kehittämisellä ja erityisten reklamaatiovastaavien nimeämisellä.

Asiasanat: reklamaatio, asiakasvalitus, asiakaspalaute

ABSTRACT

Simo Saira

Processing of Reclamations and Customer Complaints at UK Koskimies, 44 pages, 2 appendices

Saimaa University of Applied Sciences, Lappeenranta

Degree Programme in Business Administration

Specialisation of Marketing

Instructor: Lecturer Jyri Hänninen

The objective of this study was to examine the present state of processing customer complaints and reclamations in the department store specialising in sports and leisure gear called UK Koskimies in Lappeenranta. In addition, the objective was to find ways to develop and renew the present procedures of customer complaints and reclamations.

In the theoretical part of the study the main objective was to find out which laws and edicts are important considering the successful dealing with customer complaints and reclamations and also to find out how a customer behaves when a problem occurs. Also the objective was to examine why customer complaints and reclamations are such an important part of customer satisfaction and how they can affect the business. A further aim was also to give tools for companies and customer servants for better processing these above mentioned issues. The empirical part was done by interviewing persons in charge of the company.

The results show that the current state considering customer complaints and reclamations is rather good especially from the customers' point of view. The most considerable development needs are in dealing with complaints and reclamations inside the company. More cooperation between departments is needed as well as simpler ways to find information and instructions considering the complaints. Also the cash register systems must be updated to match the needs of the efficient processing of customer complaints and reclamations.

Keywords: Reclamation, Customer Complaint, Customer Feedback

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
1.1 Aihepiiri.....	5
1.2 Tavoite ja rajaukset.....	5
1.2 Viitekehys	6
1.3 Tutkimus.....	6
1.4 Toimeksiantaja.....	7
2 LAINSÄÄDÄNTÖ JA SÄÄTELY.....	8
2.1 Kuluttajansuoja	9
2.2 Kuluttajankauppa	9
2.2.1 Tavarán luovutus ja vaaranvastuu	9
2.2.2 Luovutuksen viivästyminen	10
2.2.3 Tavarán virhe.....	11
2.2.4 Takuu	12
2.2.5 Reklamointi	13
2.3 Vaikutukset käytännössä.....	14
3 ASIAKASVALITUKSET JA REKLAMOINTI.....	14
3.1 Reklamaatio ja valitus käsitteinä	15
3.2 Valitusten merkitys yritykselle	16
3.3 Miten asiakas toimii, kun hänellä on ongelma?	17
3.4 Asiakkaat, jotka eivät valita	19
3.5 Lähi- ja etäpiirin valituskäyttäytyminen	20
3.6 Valituksiin reagointi ja toiminta valitustilanteessa.....	21
3.7 Virheen korjaamisen vaikutukset	25
3.8 Epäonnistuneen valituskäsittelyn vaikutukset	26
3.9 Valitusmyönteisyys	27
3.10 Lisää valituksia.....	28
4 REKLAMAATIOIDEN KÄSITTELY UK KOSKIMIEHESSÄ.....	30
4.1 Haastattelujen toteutus	30
4.3 Teemahaastattelujen tulokset	32
4.3.1 Asiakasvalitusten ja reklamaatioiden nykytilanne	32
4.3.2 Parannettavaa reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittelyssä	34
4.3.3 Henkilökunnan koulutus ja opastus	35
4.3.4 Reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittelyn yhtenäistäminen	36
4.3.5 Palaute ja palautteen antamiseen kannustaminen.....	38
4.3.6 Reklamaatioiden ja niiden käsittelyn ongelmat	38
5 JOHTOPÄÄTÖKSET HAASTATTELUISTA.....	39
5.1 Analyysit haastatteluista	39
5.2 Reklamaatio- ja asiakasvalituskäsittelyjen kehittäminen UK Koskimieheissä	41
6 YHTEENVETO JA TYÖN ARVIOINTI	43
LÄHTEET	44

LIITTEET

Liite 1 Teemahaastattelun runko (osastojen vastaavat)

Liite 2 Teemahaastattelun runko (varaston henkilöstö)

1 JOHDANTO

Tämä luku käsittelee työn aihepiiriä ja viitekehystä, sekä työn tavoitteita ja rajoituksia. Lisäksi johdannon lopuksi esitellään hieman työn toimeksiantajayritystä.

1.1 Aihepiiri

Asiakasvalitukset ja reklamaatiot ovat jokapäiväinen osa vähittäiskauppayrityksen toimintaa. Asiakastytyväisyys on seurausta hyvästä palvelusta. Valitusten onnistunut käsittely on tärkeä osa hyvää ja laadukasta asiakaspalvelua. Palvellevan yrityksen tulee siis panostaa laadukkaaseen valitusten käsittelyyn osana omaa palvelukonseptiaan, sillä tutkimusten mukaan juuri palautetta antavat asiakkaat ovat sitoutuneimpia. Laadukas reklamaatioiden ja valitusten käsittely on myös eräs kilpailukeino, jolla yrityksen on mahdollista saavuttaa kilpailuetua nykyisillä asiakaspalvelua korostavilla markkinoilla. (Ylikoski 1999, 195-196.)

Asiakasvalitusten kannalta keskeistä on ymmärtää kuinka asiakas toimii ja ajattelee ongelmatilanteessa, kuinka yrityksen tulee tähän suhtautua, sekä mitä hyötyä ja haittaa asiakasvalituksista yrityksen näkökulmasta on. Asiakasvalituksia ei pidä pelätä, vaan ajatella ne myös mahdollisuutena kehittää yrityksen toimintaa ja myös osoituksena asiakkaiden uskollisuudesta yritystä ja sen toimintaa kohtaan. (Valvio 2010, 147.)

1.2 Tavoite ja rajaukset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää kohdeyrityksen urheiluosaston reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittelyn ja käytänteiden nykytilanne, sekä tutkimuksen perusteella päätellä, onko käytänteiden yhtenäistämiseksi tai uudistamiseksi tarvetta paremman palvelun laadun saavuttamiseksi. Lisäksi tavoitteena on kirjallisuuden avulla selvittää valituksiin ja reklamaatioihin liittyviä lake-

ja ja säädöksiä, kuinka valitukset tulisi käsitellä ja selvittää asiakkaiden toimintaa valitustilanteissa.

Työ on rajattu käsittelemään ainoastaan UK Koskimiehen urheilu- ja vapaa-ajan osaston toimintoja. Tutkimus ei myöskään kata urheiluliikkeen varaosapalveluita, eikä huolto- ja korjaamotoimintaa.

1.2 Viitekehys

Työn kirjallisuusosa jakautuu kahteen osaan. Luvussa 2 käsitellään reklamaatiohin ja asiakasvalitukseen liittyviä lakeja ja säädöksiä lyhyesti, ja hieman sitä kuinka ne käytännössä vaikuttavat yrityksen ja asiakkaan toimintaan. Luku 3 käsittelee reklamaation ja valituksen käsitettä sekä sitä, miten valituksia tulisi käsitellä. Kerron myös mitä vaikutuksia hyvällä ja huonolla valitusten käsittelyllä on yritykselle ja kuinka asiakkaat toimivat valitustilanteissa.

Empiriaosa, luvut 4 ja 5 käsittelevät teemahaastatteluja, niiden analyysseja, sekä johtopäätöksiä ja kehittämisehdotuksia. Luku 6 toimii lyhyenä yhteenvetona ja arviona työstä.

1.3 Tutkimus

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää reklamaatioiden ja asiakasvalitusten nykytilanne ja kartoittaa mahdollisia parannuskohteita.

Tutkimus toteutetaan teemahaastatteluina urheiluosaston osastonvastaavia haastattelemalla.

Tietolähteinä kirjallisuusosioissa käytetään pääasiassa markkinoinnin kirjallisuutta sekä yrityksen sisältä saatavia tietoja.

1.4 Toimeksiantaja

Urheilu-Koskimies Oy, myöhemmin vain urheiluliikkeen ollessa kyseessä UK Koskimies, on lappeenrantalainen urheilutarvikkeiden vähittäismyyntiin sekä veneiden ja koneiden myyntiin keskittynyt osakeyhtiö. Osakeyhtiön omistaja on Kari Koskimies. Yrityksen toimitilat sijaitsevat omissa kiinteistöissä Lappeenrannan Ratakadulla. Henkilöstöä yrityksellä on noin 50 henkeä, joista osa on osa-aikaisia työntekijöitä. Yrityksen asiakkaita yksityisasiakkaiden lisäksi ovat paikalliset urheilu- ja vapaa-ajan seurat sekä yritykset. Tällä hetkellä UK Koskimies jakautuu kolmeen osaan. Urheilu ja vapaa-aika keskittyy urheiluvälineisiin, tekstiileihin, kenkiin ja vapaa-ajan tuotteisiin, Vene ja kone veneisiin, pienkoneisiin ja tarvikkeisiin ja Moottoripyörät moottoripyöriin, ajoasuihin ja moottoripyörätarvikkeisiin. (UK Koskimies 2010a; UK Koskimies 2010b.)

Yrityksen myymät tuotteet ovat alansa huippuja, joiden markkinointia suunnitellaan kausien mukaan. Tuotevalikoimassa on tuotteita yksityisille kuluttajille, vapaa-ajan liikkujille sekä aktiivisille harrastajille. Valikoimaan vaikuttaa myös olennaisena osana paikallisten urheilu- ja vapaa-ajan seurojen kanssa käytävä kauppa sekä niiden tarpeet. (UK Koskimies 2010a.)

UK Koskimiehen visiona on olla menestyvä ja kehittyvä, tunnettu ja arvostettu toimialueensa parasta palvelua tarjoava urheiluväline ja vapaa-ajan liike sekä turvallinen työpaikka. Yrityksen toiminta-ajatus on palvella asiakkaita joustavasti, ystävällisesti taloudellisesti ja asiantuntevasti, sekä näin luoda pitkäaikaisia ja kannattavia asiakassuhteita. UK Koskimiehen arvoihin kuuluvat toimiminen avoimesti, rehellisesti ja tasapuolisesti sekä yrityksen sisällä, että asiakkaita kohtaan ja toisten kunnioittaminen ihmisinä ja työyhteisön jäseninä. (UK Koskimies 2010a.)

Urheilu-Koskimies Oy on siis vuonna 1970 perustettu perheyritys, jonka perustajia ovat Irja ja Antero Koskimies. Urheilu-Koskimies Oy:n myynti keskittyi aluksi lähinnä vapaa-ajan tarvikkeisiin, liike sijaitsi silloin Lappeenrannan keskustassa. Liiketoimintaa haluttiin kasvattaa, joten toimintaa laajennettiin rakenta-

mallalla myymälätilat Ratakadulle. Urheilu- ja vapaa-ajan tuotteiden rinnalla Ratakadun myymälässä alettiin myydä myös veneitä ja koneita. Lisääntynyt vapaa-aika ja vesistön läheisyys tarjosivat hyvän mahdollisuuden toiminnan laajenemiselle ja lisääntymiselle. Yrityksellä on ollut toimitiloja myös Imatralla, mutta tällä hetkellä toiminta on keskittynyt Lappeenrantaan. Osittain organisaatioon kuuluvia itsenäiset konepuolen yksiköt, Menokone Kouvolassa ja Lahden BikeMarine Lahdessa. (UK Koskimies 2010a.)

Urheilu-Koskimies Oy:n perustajien pojat Kari ja Jari Koskimies tulivat yrityksen palvelukseen kaupallisten opintojensa jälkeen: Kari Koskimies vene- ja konepuolelle ja Jari Koskimies urheilupuolelle. Varsinainen sukupolvenvaihdos tapahtui 2000-luvun alkupuolella, Irja ja Antero Koskimiehen jäädessä eläkkeelle yrityksen johdosta ja Jari Koskimiehen irrottautuessa yrityksen toiminnasta. (UK Koskimies 2010a.)

Tällä hetkellä yritystä johtavat Kari ja Jaana Koskimies. Vuonna 2005 urheilu-puolen myymäläpäälliköksi palkattiin Juha Karhumäki. (UK Koskimies 2010a.)

2 LAINSÄÄDÄNTÖ JA SÄÄTELY

Lainsäädäntö luo raamit kuluttajankaupalle ja sitä kautta myös kulutuskauppaan oleellisesti kuuluville reklamaatioille ja asiakasvalituksille. Kuluttajankauppaa koskevat säädökset velvoittavat sekä ostajaa ja myyjää, mutta antavat myös suojaa ongelmatilanteissa. Ongelmatilanteet voidaan usein selvittää ostajan ja myyjän välillä, eikä kuluttajansuojaan tarvitse turvautua, mutta silti molempien osapuolien on hyvä olla perillä kuluttajankaupan periaatteista lain ja säädösten kannalta.

2.1 Kuluttajansuoja

Kuluttajansuojassa on kysymys siitä, että elinkeinonharjoittaja myy kulutushyödykkeen (tavaran tai palveluksen) kuluttajaostajalle tai hänen perheelleen yksityiseen käyttöön. Kuluttajansuojalaissa on yleissäännös kuluttajankaupasta. (Suojaanen, Savolainen & Vanhanen 2006, 212.)

2.2 Kuluttajankauppa

Kuluttajansuojalain Kuluttajankauppa-luku sisältää säädöksiä tavarankaupasta, jossa myyjänä on elinkeinonharjoittaja ja ostajana kuluttaja. Kuluttajankauppaan tässä yhteydessä kuuluvat myös vaihto sekä tilauskauppa, jossa myyjä valmistaa tavaran ostajan tilauksen mukaan. Tavara käsitetään tässä yhteydessä laajasti, eli esimerkiksi tietokoneohjelmat kuuluvat kuluttajakaupan piiriin.

Kuluttajankaupassa myyjän velvollisuutena on luovuttaa sopimuksen mukainen tavara oikeaan aikaan ostajan omistukseen. Näihin velvollisuuksiin perustuvat niiden rikkomistapaukset:

- Ellei myyjä luovuta tavaraa ajoissa, on kyse tavaran luovutuksen viivästyttämisestä eli myyjän viivästyksestä.
- Ellei tavara ole sopimuksen mukaista, on kyse tavaran virheestä.
- Ellei myyjä pysty siirtämään ostajalle laillista omistusoikeutta tavaraan, puhutaan oikeudellisesta virheestä, esimerkkinä tästä mm. varastetun tavaran kauppa. (Suojaanen ym. 2006, 217.)

2.2.1 Tavarantoimitus ja vaaranvastuu

Ellei toimituksesta ja toimitusaikajohdosta toisin sovita, on tavara pidettävä myyjän liikepaikassa ostajan noudettavissa ja toimituksen on tapahduttava kohtuullisessa ajassa. Jos myyjällä ei liikepaikkaa kuitenkaan ole, on myyjän lähe-

tettävä tai kuljetettava tavara ostajalle, ellei toisin ole sovittu. Myyjän ei tarvitse luovuttaa tavaraa ostajalle, ennen kuin se on maksettu, ellei ostaja saa maksuaikaa. Tavara katsotaan luovutetuksi, kun ostaja on saanut sen hallintaansa. (Suojanen ym. 2006, 218.)

Luovutushetki on tärkeä vaaranvastuun siirtymisen kannalta. Vaaranvastuulla tarkoitetaan vastuuta tavaran tapaturmaisesta tuhoutumisesta, katoamisesta, huonontumisesta tai vähenemisestä. Tapaturmaisella tarkoitetaan tässä yhteydessä sitä, ettei tuhoutuminen ole luettavissa kenenkään syyksi. Vastuun siirtymisen hetki on tärkeä esimerkiksi vakuutusten kannalta. Vastuun siirryttyä luovutushetkellä ostajalle on hänen maksettava kauppahinta, vaikka ei saisi-kaan sopimuksen mukaista tuotetta sen tapaturmaisen tuhoutumisen tai muun edellä mainitun seikan vuoksi. Poikkeuksen tästä tekee tilanne, jossa ostaja ei nouda tai vastaanota tavaraa ajoissa myyjän tehtyä voitavansa tavaran luovuttamiseksi. Tällöin ostajalla on vastuu tavaran luonnollisesta huononemisesta, esimerkiksi pilaantumisesta. Lisäksi laissa säädetään vastuun siirtymisestäään avoimessa kaupassa eli tilanteesta, jossa asiakas saa tavaran kokeiltavaksi ilman lopullista kauppasopimusta tai hänellä on oikeus peruuttaa sopimus sovittussa ajassa. Tällöin vaaranvastuu on ostajalla kunnes tavara on palautettu myyjän hallintaan. (Suojanen ym. 2006, 218.)

2.2.2 Luovutuksen viivästyminen

Luovutus on viivästynyt, jos myyjä ei luovuta tavaraa lainkaan tai luovuttaa sen liian myöhään. Sama koskee myös asennusta tai kokoonpanoa ostajan luona, jos tällaisesta on sovittu. Myyjän viivästyksestä ei oikeudellisessa mielessä ole kyse, jos viivästyksen syy on ostajan puolella. (Suojanen ym. 2006, 218 - 219.)

Kun kyseessä on myyjän viivästys on ostajalla oikeus vaatia myyjää toimittamaan tavara viivästyneenä. Ellei myyjä luovuta tavaraa ostajan ilmoittamassa kohtuullisessa lisäajassa, ostajalla on myös oikeus vaatia kaupan purkamista. Jos lisäaikaa ei kuitenkaan aseteta, on ostajalla oikeus purkaa kauppa, ellei tavaraa toimiteta kohtuullisessa lisäajassa siitä, kun hän vaati sopimuksen täyt-

tämistä. Myyjän sopimusrikkomuksen ollessa olennainen, ostajalla on oikeus vaatia kaupan purkua heti. Lisäksi ostajalla on oikeus pidäytyä maksamasta kauppahintaa myyjän viivästyksen takia. (Suojanen ym. 2006, 218 - 219.)

Erikoisvalmisteisten tavaroiden ja erillisten ohjeiden mukaan valmistettujen tuotteiden kaupan purku on vaikeampaa. Purkuoikeus on rajattu koskemaan vain tilannetta jossa ostajalta jää kaupan tarkoitus olennaisesti saavuttamatta viivästyksen vuoksi, eli ostajalla ei esimerkiksi myöhempänä ajankohtana ole tarvetta kyseiselle kaupan kohteelle. (Suojanen ym. 2006, 218 - 219.)

Mikäli viivästys aiheuttaa ostajalle vahinkoa, esimerkiksi välittömiä puhelin- ja matkakuluja, on myyjä vahingonkorvausvelvollinen. Jos ylivoimainen, ennalta arvaamaton este on syynä viivästykseen, tätä velvollisuutta ei kuitenkaan ole. Ostajalle voi koitua myös välillisiä kustannuksia viivästymisestä johtuen, esimerkiksi tulon menetyksinä kolmannen asiaan liittyvän osapuolen kanssa tehdyn sopimuksen takia. Tällöin myyjä joutuu korvaamaan vahingon vain jos kyse on myyjän huolimattomuudesta. (Suojanen ym. 2006, 218 - 219.)

Jos tavara on luovutettu viivästyneenä, on ostaja ilmoitusvelvollinen purkaakseen kaupan tai vaatiakseen vahingonkorvauksia. Ostajan on ilmoitettava vaatimuksistaan eli reklamoitava myyjälle kohtuullisena aikana tavaran luovutuksesta lukien. (Suojanen ym. 2006, 218 - 219.)

2.2.3 Tavarán virhe

Tavarán virheestä on kyse, kun tavarán ominaisuudet esimerkiksi määrältään, lajiltaan, laadultaan tai pakkaukseltaan eivät vastaa ostajan ja myyjän sopimusta. Virhe on kyseessä myös silloin, kun tavara ei vastaa niitä tietoja joita myyjä tai joku muu aikaisemmassa myyntiportaassa tavaraa markkinoitaessa on antanut. Lisäksi tavarán virhe käsittää myös riittävän ohjeistuksen, eli tavarán mukana tulee toimittaa tarpeellinen ohjeistus tavarán käyttöä, kokoonpanoa, säilytystä, asentamista ja hoitoa varten. (Suojanen ym. 2006, 220.)

Myyjällä on tavarahan virheeseen vilpittömän mielen suoja, eli jos hän ei ollut eikä hänen pitänytkään olla selvillä annetuista tiedoista tai jos tiedot on ajoissa selvästi oikaistu, hän ei vastaa virheestä. Ostaja ei myöskään saa vedota virheenä seikkaan, joka johtuu hänen toimittamistaan tarveaineista, ellei myyjä ole toiminut huolimattomasti. (Suojanen ym. 2006, 220.)

Tavara voi olla virheellinen myös käytetyn tavarahan kaupassa, vaikka käytetty tavara myydäänkin yleensä ”sellaisena kuin se on”. Virheestä on kyse, jos myyjä toimii vilpillisessä mielessä eli antaa myytävästä tavarasta vääriä tietoja tai salaa olennaisesti kauppaan vaikuttavia seikkoja. Tavarassa on virhe myös silloin, jos tavara on kauppahintaan ja olosuhteisiin nähden huonommassa kunnossa, kuin ostajalla on ollut aihetta edellyttää. Toisin sanoen myyjän virhevastuu on lähes samanlainen, vaikka myydäänkin tavaraa ”sellaisena kuin se on”. (Suojanen ym. 2006, 220.)

Tavarahan virheen kannalta ratkaiseva on sen tavarahan luovutushetki. Tällöin sen vaaranvastuu siirtyy ja myyjä vastaa tavarassa tuolla hetkellä olleesta virheestä riippumatta siitä milloin virhe ilmenee. Lain mukaan virheen katsotaan olleen tuotteessa sen luovutushetkellä, jos se ilmenee kuuden kuukauden kuluessa luovutushetkestä. Tämä kuitenkin kumoutuu, jos toisin osoitetaan, eli virhe on seurausta tavarahan väärästä käsittelystä tai siinä tapauksessa, että tavarahan normaali käyttöikä on alle kuusi kuukautta. Lisäksi myyjän vastuuseen kuuluu tavarahan huononeminen luovutushetken jälkeenkin, jos se johtuu myyjän sopimusrikkomuksesta, esimerkiksi huolimattomasta pakkaamisesta. (Suojanen ym. 2006, 220 - 221.)

2.2.4 Takuu

Myös takuu liittyy olennaisesti tavarahan virheeseen. Tavarahan huononeminen on myyjän vastuulla, kun se kuuluu myyjän antaman takuun piiriin. Kun huononeminen johtuu esimerkiksi tapaturmasta tai vääränlaisesta käsittelystä, se ei ole myyjän vastuulla. Tällöin myyjän tulee kuitenkin saattaa todennäköiseksi että virhe johtuu myyjästä riippumattomista seikoista. Takuun sisällön tulee ilmetä

selkeästi ja se on annettava kirjallisessa tai sähköisessä muodossa jos ostaja tätä pyytää. Sisällöstä on käytävä ilmi takuuseen perustuvien vaatimusten kanalta tarpeelliset tiedot, eli mm. takuu-aika ja sen sovellettavuusalue. Lisäksi sisällössä on tärkeää tulla esille ostajalle lain mukaan kuuluvat oikeudet eli esimerkiksi se ettei vastuu tavarasta pääty takuuajan umpeutuessa, vaan määräytyy lain säännösten mukaisesti. (Suojanen ym. 2006, 221.)

2.2.5 Reklamointi

Ostajan tulee ilmoittaa tavaran virheestä, eli reklamoida, myyjälle kohtuullisessa ajassa siitä kun hän havaitsi virheen tai kun hänen olisi pitänyt se havaita. Virheilmoituksen voi kuitenkin aina tehdä kahden kuukauden kuluessa virheen havaitsemisesta. Vaikka ostaja laiminlöisi tämän velvollisuutensa, on hänellä oikeus vedota virheeseen, jos myyjä on menetellyt törkeän huolimattomasti tai jos tavara on kulutustavaroista ja kuluttajapalvelusten turvallisuudesta annetun lain vastainen. (Suojanen ym. 2006, 222.)

Virheen seurauksena ostajalla on oikeus pidättyä maksamasta kauppahintaa, vaatia myyjää korjaamaan virheen tai toimittamaan virheettömän tavaran, vaatia hinnanalennusta tai kaupan purkamista tai jopa vaatia vahingonkorvausta. Kun kyseessä on vähäisen virhe, ostajalla ei ole oikeutta pidättää koko kauppahintaa, vaan ostajan tulee arvioida vaatimus virheen johdosta. Myyjä puolestaan voi oikaista virheen kohtuullisessa ajassa siten, ettei ostajalle aiheudu kustannuksia esimerkiksi kuljetuksista. Myyjällä ei kuitenkaan ole velvollisuutta korjata virhettä tai toimittaa virheetöntä tavaraa, jos se on mahdotonta tai jos oikaisu aiheuttaa kohtuuttomia kustannuksia. Hinnanalennus ja kaupan purkaminen edellyttävät, että virhettä ei ole korjattu tai virheetöntä tavaraa toimitettu kohtuullisessa ajassa virheilmoituksesta lukien. Kaupan purkamiseksi edellytetään myös, ettei sopimusrikkomus ole vähäinen. Vahingonkorvauksen periaatteet ovat samat kuin aiemmin mainitun viivästyksen kohdalla. (Suojanen ym. 2006, 222.)

2.3 Vaikutukset käytännössä

Tavaravirhe on edellä mainituista asioista ehkä yleisin vähittäiskauppaa koskettava tekijä. Esimerkiksi UK Koskimieheessä reklamaatiot ovat osa päivittäistä toimintaa. Olennaisesti tähän liittyy myös takuu.

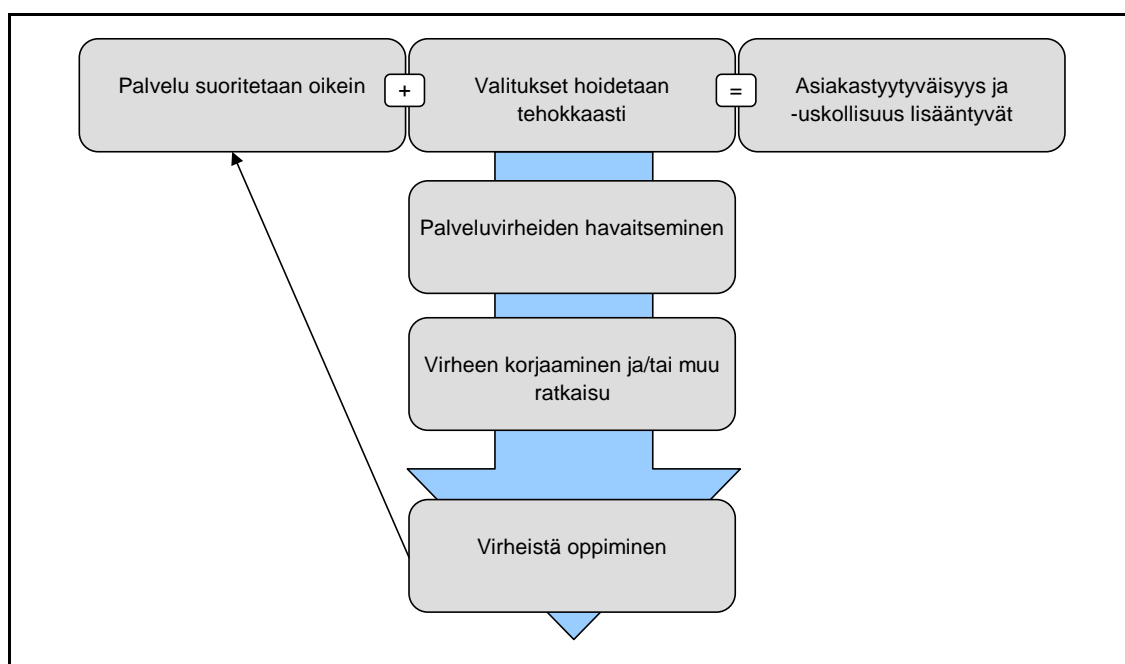
UK Koskimiehen toimintaan kuuluu myös jonkin verran käytetyn tavarankaupaa. Urheilupuolella tämä tarkoittaa lähinnä polkupyöriä, mutta silti on tärkeää tuntee käytetyn tavarankaupan erot muuhun kaupankäyntiin ja millainen on myyjän vastuu tällaisessa kaupassa. Koneiden ja veneiden kaupassa käytetyn tavarankaupalla on suurempi merkitys.

Kuluttajasuojatapauksia UK Koskimieheessä on vähän. Tapauksia on tavallisesti vuosittain vain yksi tai kaksi. Käytännössä siis lähes kaikki reklamaatio- ja asiakasvalitustapaukset voidaan hoitaa molemmin puolin tyydyttävästi ilman turvautumista kuluttajasuojaviranomaisiin. (UK Koskimies 2010a.)

3 ASIAKASVALITUKSET JA REKLAMOINTI

Asiakaspalvelulla on suuri merkitys asiakastyytyväisyyteen ja asiakasuskollisuuteen. Valvio (2010, 52 - 54) kertoo erään autovuokraamon teettämästä tutkimuksesta, joka käsitteli syitä, miksi asiakkaat vaihtavat palveluntarjoajaa. Tutkimuksen mukaan 14 prosenttia asiakkaista vaihtoi palveluntarjoajaa, koska tuote ei tyydyttänyt, mutta jopa 68 prosenttia vaihtoi asiakaspalvelun heikon laadun takia. Tuloksista voidaan yleistäen päätellä, että asiakasvalitukset ja reklamointi liittyvät olennaisina osina asiakaspysyvyyteen ja -uskollisuuteen. Yrityksellä on näin ollen myös suuri mahdollisuus vaikuttaa asiakkaiden pysyvyyteen, sillä vaikka tuotteiden ja palveluiden virheitä ei kokonaisuudessaan voitaisikaan poistaa, suurin osa asiakkaiden poistumasta johtuu palvelusta, johon myös reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittely keskeisesti liittyy.

Ylikoski (1999, 201) kuvaa asiakaspalveluprosessia ja palvelun virheitä sen osana seuraavalla tavalla:



Kuva 1. Palveluvirheiden korjaaminen

Ylikosken kaavio kuvaa palvelun virheitä ja niiden merkitystä. Sama kaava pätee kuitenkin, vaikka kyseessä olisikin tavaran virhe. Tällöin palvelulla tarkoitetaan reklamaation tai valituksen käsittelyprosessia.

3.1 Reklamaatio ja valitus käsitteinä

Käsitteenä reklamaatiolla tai asiakasvalituksella tarkoitetaan ilmoitusta vastoin sopimusta tehdystä palvelusta, tavaran virheestä tai toimituksen viivästymisestä. Tähän liittyy yleensä myös vaatimuksia korvauksesta, hyvityksestä tai sopimuksen purkamisesta. Reklamaatio voidaan tehdä joko kirjallisena tai suullisena ja on yleensä tehtävä viipymättä. (Laki24.)

Syvemmillä tasolla kyse on asiakkaan antamasta uudesta mahdollisuudesta yritykselle. Asiakas ilmoittaa valituksellaan, etteivät hänen odotuksensa ole täyttyneet, mutta samalla on kyse myös ilmoituksesta jatkaa asiakassuhdetta, jos

on tyytyväinen valituksensa hoitoon. Reklamaatiot ja valitukset tulee siis nähdä myös kehityksen työvälineinä ja mahdollisuuksina. (Barlow&Møller 1998, 21.)

3.2 Valitusten merkitys yritykselle

Valitusten ajatellaan usein olevan vain negatiivinen asia yritykselle. Asia tulee kuitenkin kääntää toisin päin ja ajatella valituksia pikemminkin mahdollisuutena kehittää omaa toimintaa. Valituksista ja palautteesta yleensäkin saadaan paljon tietoa yrityksen toiminnan kehittämiskohteista. (Valvio 2010, 147.)

Täydellisyyteen tulee toki pyrkiä, mutta siihen on mahdotonta yltää, koska epäonnistumisia tulee aina. Tällöin on yrityksen edun mukaista kerätä mahdollisimman paljon palautetta ja valituksia asioista joissa on epäonnistuttu. (Quinn 1996, 102.)

Valitusten määrää ei pidä tuijottaa yksipuolisesti ja vain ajatella, että suuri määrä kertoo monista epäonnistumisista. Asialla on kaksi puolta, joista toinen on yrityksen tekemien virheiden määrä ja toinen, usein unohdettu seikka, on asiakkaiden käsitys siitä, miten yritys suhtautuu valituksiin. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että pieni valitusten määrä kertoo pikemminkin huonosta valitusten käsittelystä, kuin onnistuneesta toiminnasta. Jos valituksia käsitellään huonosti ja valittaminen ylipäätään tehdään hankalaksi, asiakas tuntee, ettei valituksilla ole painoarvoa, eikä häneen luoteta. Tämä johtaa usein myös tilanteeseen, jossa asiakas tuntee olevansa väärässä. (Quinn 1996, 103.)

Suuri valitusten määrä puolestaan kertoo asiakkaiden luottamuksesta yritystä kohtaan. Asiakkaat tuntevat, että heitä kuunnellaan ja että heidän mielipiteellään on painoarvoa. Toki suuri valitusten määrä voi olla merkki epäonnistuneesta toiminnasta, mutta toiminnan laatua ei pitäisi koskaan tulkita vain pelkän valitusten määrän perusteella, vaan myös pyrkiä seuraamaan, onko valituksissa mainittuihin asiakkaiden ongelmiin pystytty vastaamaan. (Quinn 1996, 102 - 104.)

Quinnin (1996, 104 - 105.) mukaan yritysten käsitys asiakkaiden ajattelusta on usein virheellinen.

Oletus:

1. Ennen ongelmaa: asiakas tyytyväinen
2. Ongelma syntyy: asiakas tyytymättömämpi
3. Valitus hoidetaan hyvin: asiakas tyytyväinen

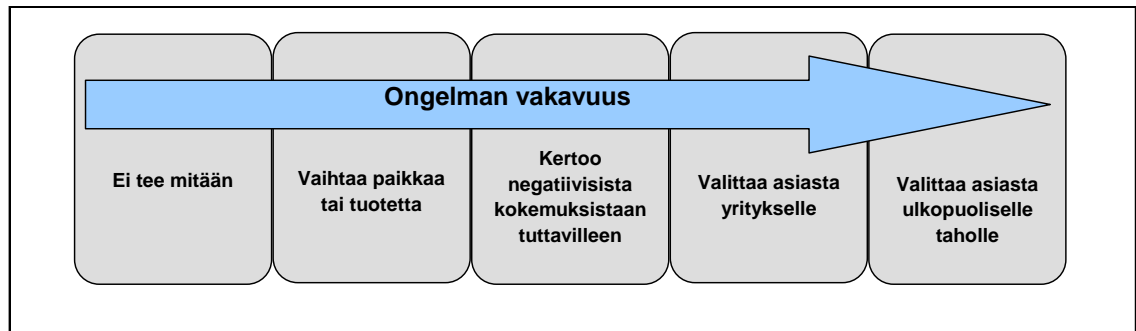
Todellisuus:

1. Ennen ongelmaa: asiakas tyytyväinen
2. Ongelma syntyy: asiakas tyytymättömämpi
3. Valitus hoidetaan hyvin: asiakas tyytyväisempi kuin aikaisemmin

Onnistunut valituksen käsittely on siis eräänlainen vastahyökkäys, ja voi onnistuessaan syventää asiakassuhdetta entisestään. (Quinn 1996, 104 - 105.)

3.3 Miten asiakas toimii, kun hänellä on ongelma?

Asiakkaan kohdatessa ongelman hänellä on useita toimintavaihtoehtoja. Kuva 2 esittää viisi vaihtoehtoa asiakkaan toiminnalle ongelman vakavuuden mukaan. Todellisuudessa tilanne ei ole näin selvä, vaan asiakas todennäköisesti valitsee toimintamalliksi näistä useita.



Kuva 2. Miten asiakas toimii valitustilanteessa (Wilkie 1994, 545.)

Wilkie (1994, 545 - 546) listaa myös muutamia seikkoja, jotka vaikuttavat asiakkaan päätökseen valittaa tai olla valittamatta:

- **Tyytymättömyyden taso.** Tyytymättömyyden tason kasvaessa todennäköisyys valittamiselle kasvaa. Asiakas kuitenkin ymmärtää, että virheitä sattuu ja pieni tyytymättömyys ei välttämättä ole vielä valittamisen arvoista.
- **Hankinnan/palvelun tärkeys.** Asiakkaalle tärkeä tai suuri hankinta nostaa valittamisen todennäköisyyttä.
- **Valittamisen vaiva ja kustannukset.** Valittaminen on todennäköisempää, jos siitä saatava hyöty on suurempi, kuin valittamisesta koituvat vaivat ja kustannukset.
- **Persoonaa.** Persoonalla ja esimerkiksi koulutuksen tasolla on vaikutusta valitushalukkuuteen. Aggressiivisuus, korkea koulutus ja runsas vapaa-aika madaltavat kynnystä valittaa.
- **Syällisydentunne.** Asiakas saattaa tuntea, että on jollain tapaa itse syyllinen ongelmaan, eikä siksi valita. Myös myyjä tai palveluntarjoaja saattaa syyttää ongelmasta asiakasta.

Kuten aiemmin todettiin, asiakasvalitusten määrää ei tule pitää ainoana mittarina onnistumisesta. Vain pieni osa asiakkaista, joilla on ongelma, lopulta valittaa asiastaan. Tästä syystä pienikin määrä valituksia tulee hoitaa kunnolla, koska todellisuudessa yksi valitus ja valittava asiakas saattaa edustaa jopa kymmeniä asiakkaita, joilla on sama ongelma. Reagoimalla tämän yhden asiakkaan on-

gelmaan korjaamalla se, vaikutetaan todennäköisesti suureen määrään tulevia asiakkaita. (Quinn 1996, 106.)

Nykyään valitetaan enemmän kuin aikaisemmin, mutta silti 27 tyytymättömän asiakkaan joukosta 26 ei valita. Prosentteina tämä tarkoittaa että vain noin 3,7 % tyytymättömistä asiakkaista valittaa yritykselle. Prosentti on toki pieni, mutta saatu tieto on tärkeää. Lisäksi tämä osa asiakkaista on sitoutunutta, sillä he välittävät yrityksestä ja asiakassuhteesta valittaessaan. Tiedon lisäksi näiden valitusten hoitaminen kunnolla kannattaa muutenkin, sillä 55 – 70 % valituksen tekevästä asiakkaista säilyy ostajina, jos he saavat nopean vastauksen reklamaatioonsa. Jopa 95 % valittaneista säilyy ostajina, jos he saavat nopean ja tyydyttävän vastauksen. (Valvio 2010, 147 - 148.)

3.4 Asiakkaat, jotka eivät valita

Valittavien asiakkaiden prosentti on siis pieni, mutta myös valittamattomat ovat tärkeitä yrityksen kannalta. Vaikka he eivät valita yritykselle, eivät he suinkaan ole hiljaa ongelmansa kanssa. Tutkimuksen mukaan tyytymättömät asiakkaat ovat 20 kertaa innokkaampia kertomaan kokemuksistaan muille ihmisille kuin tyytyväiset. Vaikka tyytyväisiä asiakkaita onkin suurempi osuus kaikista asiakkaista kuin tyytymättömiä, äänekkäät tyytymättömät muokkaavat kuvaa yrityksestä tehokkaasti. Esimerkiksi 95 %:n asiakastyytyväisyys kuulostaa prosenttina hyvältä. Sadan otoksessa tilanne on kuitenkin seuraavanlainen:

5 tyytymättömää asiakasta kertoo 20 tuttavalleen	=	100 ihmistä kuulee huonoa yrityksestä
---	---	--

95 tyytyväistä asiakasta kertoo yhdelle tuttavalleen	=	95 ihmistä kuulee hyvää yrityksestä
---	---	--

Tällöin tavoitteena tulee olla tyytymättömien asiakkaiden määrän supistaminen mahdollisimman pieneksi, esimerkiksi juuri käsittelemällä valitukset tehokkaasti. (Quinn 1996, 103 - 107.)

3.5 Lähi- ja etäpiirin valituskäyttäytyminen

Sen lisäksi, että tyytymättömät asiakkaat kertovat kokemuksistaan useammille ihmisille kuin tyytyväiset, on huomioitavaa, kenelle tyytymättömät asiakkaat kokemuksiaan jakavat. Tyytymättömät ihmiset ovat valmiimpia jakamaan kokemuksiaan lähes kenen kanssa tahansa, kun taas tyytyväiset kertovat hankinnastaan tai saamastaan palvelusta lähinnä lähipiirilleen. Kyse on siitä, että tyytymättömälle riittää, että on edes joku jolle kertoa huonosta kokemuksestaan. Toisaalta taas positiivista kokemuksesta on luontevampaa keskustella ja iloita lähipiirin eli ystävien ja perheen kanssa. Tästä seuraa, että positiiviset kokemukset pysyvät määrällisesti pienen ja melko läheisen piirin sisällä, eivätkä pääse näin levittämään mielikuvaa. Negatiivisia kokemuksia taas jaetaan useammille, laajempaan piiriin kuuluville kuulijoille, negatiivinen mielikuva tuotteesta tai palvelusta leviää selvästi nopeammin. (Barlow & Møller 1998, 47 - 48.)

Lähi- ja etäpiirin valituskäyttäytyminen voi toimia myös yrityksen hyväksi, jos valitukset hoidetaan hyvin ja asiakas huomioidaan valitustilanteessa. Tutkimusten mukaan valittaneet ihmiset kertovat lähipiirilleen tyytyväisyydestään siihen, että yritys kiinnitti huomiota heidän ongelmaansa, vaikka itse ongelmaa ei olisi-kaan ratkaistu heitä miellyttävällä tavalla. Jos ongelma on ratkaistu tyydyttävästi, he kertovat asiasta useammalle henkilölle kuin olisivat kertoneet siinä tapauksessa, että olisivat saaneet alun perin hyvää palvelua tai heidän hankintansa olisi ollut onnistunut. Menestyksellisesti valittanut asiakas kertoo asiasta viidelle muulle, kun taas alun perin hyvää palvelua saanut tai onnistuneen hankinnan tehnyt asiakas kertoo asiasta vain kolmelle ulkopuoliselle. Tämä tarkoittaa, että yrityksellä on mahdollisuus saada jopa enemmän positiivista suullista mainosta hoitamalla valitukset hyvin, kuin mitä yritys olisi saanut alkuperäisestä laadukkaasta toiminnastaan. Käytännössä yritys tietenkin pyrkii laadukkaaseen palveluun ja virheiden minimointiin, mutta tulos kuitenkin kuvaa hyvin asiakasvalitusten ja reklamaatioiden käsittelyn vaikutusta asiakkaiden toimintaan. (Barlow & Møller 1998, 49.)

3.6 Valitukseen reagointi ja toiminta valitustilanteessa

Valittavaan asiakkaaseen tulee suhtautua vakavasti. Asia saattaa tuntua yrityksen kannalta pieneltä, mutta asiakkaalle asia on suuri. Kuten aiemmin todettiin, yksi valittava asiakas on todennäköisesti vain vuorenhuippu ja tietyllä tavalla edustaa myös joukkoa muita asiakkaita. Tällöin asian onnistunut hoitaminen on tärkeää paitsi kyseiselle asiakkaalle, myös yrityksen maineelle.

Asiakas purkaa pettymyksensä usein myyjään. Tällöin on syytä muistaa, ettei kyse ole henkilökohtaisesta hyökkäyksestä, vaan myyjän tai muun asiaa hoitavan henkilön on hyvä pysyä rauhallisena. Tarkoituksena on saada asiakas tuntemaan, että valitusta aletaan selvittää viipymättä ja asiallisesti. Siksi ensivaiheessa on tärkeää antaa asiakkaan kertoa mielipiteensä ja sanottavansa keskeyttämättä ja puolustelematta. Tässä vaiheessa asiakas ei ole kiinnostunut virheeseen johtaneista syistä, vaan asian korjaamisesta. (Korkeamäki, Pulkinen, Selinheimo 2000, 39 - 40.)

Asiakkaan valittaessa on hyvä pitää mielessä seuraavat ohjeet:

- Ole vilpittömästi pahoillasi siitä, että asiakkaalle on aiheutunut harmia.
- Yritä saada asiakas rauhoittumaan saadaksesi asiallisen selityksen.
- Kuuntele, mitä sanottavaa asiakkaalla on, älä keskeytä.
- Tee tarvittaessa muistiinpanoja.
- Älä jää kiinni yksityiskohtiin, selvitä kokonaisuus.
- Yritä toimia nopeasti virheen korjaamiseksi, olivatpa ne kenen tahansa aiheuttamia.
- Älä vähättele asiaa, se on jo aiheuttanut palkanmaksajillesi harmeja.
- Älä sano, että asiakas on väärässä; anna hänelle sen sijaan lisätietoja.
- Kiitä asiakasta siitä, että hän kertoi asiasta, niin että voit pelastaa asiakassuhteen korjaamalla asian viivytyksettä ja samalla pelastaa ehkä monta muutakin asiakassuhdetta. (Korkeamäki ym. 2000, 39 - 40.)

Edellisessä listassakin mainittu henkilökohtainen vastuunottaminen osoittaa asiakkaalle, että hänen valituksensa on otettu vakavasti ja asia todella hoidetaan. Käytännössä varsinkin vähittäiskaupan alalla valituksen tai virheen syy on usein jonkun muun kuin itse myyjän tai juuri asiakasta palvelevan myyjän. Asiakaspalvelijoina toimivat henkilöt kuitenkin vastaanottavat noin 65 % valituksista, joten asiakaspalvelijoiden koulutuksessa tulee ottaa huomioon valittaviin asiakkaisiin suhtautuminen ja valitustilanteessa toimiminen. Lisäksi olisi hyvä jos kaikki yrityksen työntekijät osaisivat käsitellä valitukset samalla tavalla, eli käsittelylle olisi olemassa pelisäännöt. Asiakasta ei siis kannata pompottaa paikasta toiseen tai etsiä syyllistä välittömästi, vaan kerätä riittävästi tietoa ja kuunnella asiakkaan asia kokonaisuudessaan ja saattaa asia vasta myöhemmin vastuussa olevien tietoon ja korjattavaksi. (Korkeamäki ym. 2000, 39 - 41; Quinn 1996, 109 - 117; Ylikoski 1999, 204; Valvio 2010, 148 - 149.)

Aina asiakkaan valitus ei kuitenkaan ole aiheellinen, eli se voi johtua esimerkiksi asiakkaan puutteellisista tiedoista tai henkilökohtaisesta mielipiteestä. Tällöin on varottava sanomasta liian suoraan asiakkaan olevan väärässä ja yritettävä esimerkiksi tuotteen käyttöä opastamalla viedä asiaa eteenpäin. Kun kyseessä on asiantuntemusta vaativia laitteita ym., on kuitenkin varottava käyttämästä liian vaikeaa kieltä tai ammattislangia ja näin aiheuttamasta lisää sekaannusta asiakkaalle ja lisää ongelmia. Tavoitteena on keskustelun avulla avata asiakkaalle ratkaisu tilanteeseen. (Korkeamäki ym. 2000, 39 - 41.)

Tuloksena tulisi olla tyytyväisenä poistuva asiakas, eli hänen valituksensa on otettu vakavasti ja asia on ratkaistu tai ainakin sen käsittely on aloitettu välittömästi. Tämä tilanne on otollinen myös tiedonkeruulle. Asiakas on jo osoittanut valittamalla, että hänelle yrityksen toiminnalla ja hänen asiakkuudellaan on hänelle merkitystä. Tällainen asiakas voi olla myös halukas kertomaan mielipiteitään oman valituksensa aiheen ulkopuoleltakin, joten mahdollisuus kannattaa käyttää hyväksi. (Korkeamäki ym. 2000, 39 - 41; Quinn 1996, 109 - 117.)

Valittaminen tulee tehdä myös helpoksi, jotta valituksia ja sitä kautta kehitystä toiminnassa, tuotteissa jne. on mahdollista saavuttaa. Paras tapa osoittaa, että

valitukset ovat toivottavia, on käsitellä ne oikein. Hyvää palvelua saatuaan asiakkaan kynnyksellä ottaa ehkä joku pienempikin epäkohta esille madaltuu, ja sana myös kiittää asiakkaiden keskuudessa. Yrityksen sisällä tämä saattaa vaatia toimenpiteitä, henkilökunnan koulutusta näkemään valitukset positiivisina ja kiittämään valituksista, sekä kehittämään erilaisia valituskanavia. Asiakkaillekin helppo valittaminen on tutkimuksen mukaan tärkeää. Kun virheen selvittäminen onnistuu yhdellä kontaktikerralla, 51 % asiakkaista on tyytyväisiä. Jos kontakteja tarvitaan kolme tai useampia, laskee tyytyväisten asiakkaiden määrä 16 %:iin. (Quinn 1996, 116 - 117; Ylikoski 1999, 203.)

Valvio (2010, 153 - 161) erittelee suullisen- ja kirjallisen reklamaation käsittelymallit:

Suullinen reklamaatio

- **Sano ”Kiitos”**. Kiitä asiakasta ääneen valituksesta. Valitusta ei tarvitse pelätä, koska tavoitteena on tyytyväinen asiakas. Asiakasta voi myös käsitellä kiitokseksi, jos se vain sopii tilanteeseen.
- **Selitä, miksi arvostat valitusta**. Palvelun kehittäminen on jatkuva prosessi. Ainoa tapa kehittää omaa palvelua ja tuotevalikoimaa on saada palautetta asiakkailta, muuten kehittäminen tapahtuu oletuspohjalta. Tämmäntyyppinen palaute on myös halpaa verrattuna markkinointitutkimuksiin.
- **Kuuntele asiakasta – vältä puhumasta itse turhaan**. Anna toisen osapuolen kertoa kantansa ja purkaa huono olonsa, sillä nämä seikat helpottavat lopullista selvitystä. Huomioi kuunnellessasi myös elekieli.
- **Lupaa, että teet asian hyväksi jotakin heti**. Kerro asiakkaalle, mitä aiot asian hyväksi tehdä ja kirjaa se myös itsellesi ylös. Älä kuitenkaan lupaa lopullista ratkaisua tai sellaista, mitä et voi pitää.
- **Pyydä tarvittaessa tietoa**. Kirjaa asiakkaan kertoma muistiin tai pyydä asiakasta täyttämään reklamaatiolomake. Lue kirjatut asiat vielä lopuksi ja varmista, että tiedot ovat oikein.

- **Korjaa virhe nopeasti.** Minimiajasta ei ole nyrkkisääntöä, mutta varsinkin pienen ongelman voi usein hoitaa heti kun asiakkaalta on pyydetty riittävästi tietoa.
- **Tarkista asiakkaan tyytyväisyys.** Kertaa asiakkaalle koko prosessi ja pyri selvittämään, tyydyttääkö toimintamalli ja aikataulu asiakasta.

Kirjallinen reklamaatio

Kirjallinen reklamaatio on toisaalta suullista haasteellisempi, sillä huomioita voi tehdä vain tekstin perusteella, ja teksti saattaa kuulostaa tahattoman tyllyttä. Osaltaan se liittyy elekielen vivahteiden jäämiseen pois. Kirjalliseen reklamaatioon on hyvä vastata aina kirjallisesti, mutta myös puhelimitse tai sähköpostitse on joskus hyvä ottaa yhteyttä asioiden varmistamiseksi.

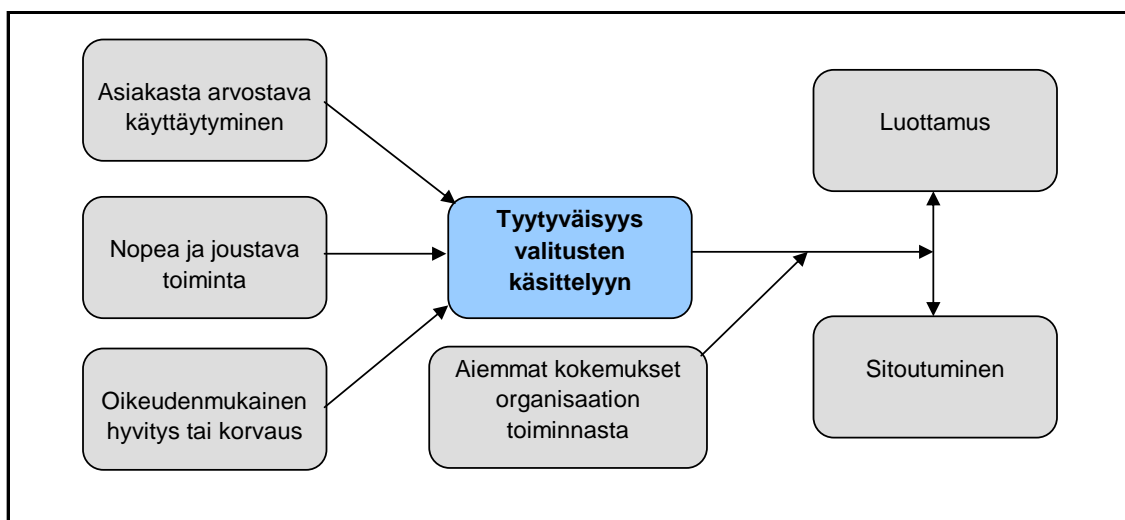
- **Vastaa mahdollisimman nopeasti.** Sähköpostitse saapuviin valitukseen tulisi vastata 24 tunnin sisällä niiden saapumisesta, riippumatta siitä onko selvitys valmis vai ei.
- **Kiitä asiakasta valituksesta.** Vastauksen alussa on syytä kiittää asiakasta valituksesta. Lisäksi asiakasta on hyvä puhutella koko nimellään, kertoa prosessin vaiheesta ja liittää selkeät yhteystiedot lisäkysymysten varalta.
- **Selitä miksi arvostat valitusta.** Samoin kuin suullinen myös kirjallinen reklamaatio on loistava keino kiittää arvokkaasta palautteesta.
- **Lupaa, että teet asian hyväksi jotakin – heti.** Kaikille asiakkaille pitää ilmoittaa mitä asialle ollaan tekemässä ja millä aikataululla. Tiedottaminen riittää useasti tässä vaiheessa asiakkaalle, vaikka lopullista ratkaisua ei vielä olisikaan.
- **Pyydä tarvittavaa tietoa.** Mahdollista lisätietoa voi kysyä puhelimitse. Kuitenkin kirjalliseen valitukseen tulisi vastata kirjallisesti ja sähköpostitsekin kiinnittää huomiota vaikutelmaan, ettei välity kuvaa kiireestä ja huolimattomuudesta.
- **Korjaa virhe nopeasti.** Kirjallisessakaan valituksessa ei ole nyrkkisääntöä käsittelyn nopeudelle. Ensimmäisen yhteydenoton tulisi kuitenkin ta-

pahtua siis 24 tunnin kuluessa, varsinainen virheen korjaaminen on talaus- ja alakohtaista.

- **Ilmoita asiakkaalle seuraavasta yhteydenotosta.** Kirjallisten valitusten hoidossa on tärkeää ilmoittaa seuraavasta yhteydenotosta. Jos mahdollista, on suositeltavaa ottaa yhteyttä puhelimitse mahdollisimman pian kirjallisen vastauksen jälkeen. Varaa riittävästi aikaa valituksen käsittelyyn pitääksesi lupauksesi aikataulusta ja ota yhteyttä asiakkaaseen, vaikka kaikki asiaa koskevat seikat eivät olisikaan selvillä.
- **Tarkista asiakkaan tyytyväisyys.** Tavoitteena on saada asiakas tulemaan takaisin. Kuten suullisen valituksen jälkeen, myös kirjallisen valituksen jälkeen on syytä tarkistaa asiakkaan tyytyväisyys. Hoidettuasi asian aikataulun mukaisesti ota yhteys asiakkaaseen puhelimitse, kirjeitse tai sähköpostitse. Perinteisesti valituksen käsittely on lopetettu, kun asiakkaalle on vastattu. Tällöin ei kuitenkaan voida olla varmoja asiakkaan tyytyväisyydestä vastaukseen, joten on syytä ottaa vielä yhteys asiakkaaseen ja tarvittaessa käsitellä asioida uudelleen tyytyväisyyden saavuttamiseksi.

3.7 Virheen korjaamisen vaikutukset

Yrityksen toimenpiteet ongelmatilanteen palauttamiseksi normaaliksi vaikuttavat sekä asiakkaiden tyytyväisyyteen että halukkuuteen virheestä huolimatta suositella tuttavilleen yrityksen palveluita. Asiakkaan luottamukseen ja sitoutumiseen vaikuttavat tyytyväisyys valitusten käsittelyä kohtaan, sekä aikaisemmat kokemukset yrityksen toiminnasta. Tämä tarkoittaa sitä, että aiemmat positiiviset kokemukset voivat lieventää negatiivista vaikutusta sitoutumiseen silloin, kun valituksen käsittely epäonnistuu, mutta epäonnistuminen vahingoittaa silti luottamusta. Aiemmat kokemukset voivat silti säilyttää asiakkuuden, jos asiakas edelleen uskoo hyötyvänsä asiakassuhteestaan. Kuvassa 3 nämä vaikutukset luottamukseen ja sitoutumiseen on esitetty kaaviona:



Kuva 3. Valitusten hoitamisen vaikutus luottamukseen ja sitoutumiseen (Ylikoski 1999, 203.)

3.8 Epäonnistuneen valituskäsittelyn vaikutukset

Barlow ja Møller (1998, 41 - 42) kuvaavat huonoa valitusten käsittelyä ja teho- tonta palvelun parantamista negatiiviseksi ketjureaktioksi, joka voi johtaa palve- lun ja tuotteiden heikompaan laatuun ja sitä kautta heikompaan tilanteeseen markkinoilla. Vahingollisimmillaan huono käsittely ja asiakkaiden tyytymättö- myys johtavat siihen, että asiakkaat ja yritys ruokkivat toistensa negatiivisia asenteita:

1. Asiakkaat lähtevät tyytymättöminä ja kertovat tyytymättömyydestään tut- tavilleen.
2. Yleisö alkaa suhtautua yritykseen paikkana, jossa valittaminen ei kann- ta, koska mitään ei kuitenkaan tapahdu.
3. Asiakkaat lakkaavat valittamasta, ja yritys menettää mahdollisuutensa kuulla, mitä se voi tehdä parantaakseen palveluja ja vastataksaan asiak- kaiden tarpeisiin.
4. Tuotteiden ja palvelun laatu ei siis parane, mikä johtaa entistä tyytymät- tümämpiin asiakkaisiin.
5. Ihmiset, jotka jatkavat asiakassuhdettaan, tekevät niin vain halvempien hintojen takia, mikä puolestaan on seurausta liikkeen turvautumisesta

alempaan hintatasoon kilpailukyvyyn säilyttämiseksi. Tulevilla asiakkaila on jo ennakoon oletettava tuotteiden ja palvelun heikosta laadusta.

6. Henkilöstö ei palvele mielellään nyreitä asiakkaita. Ne henkilökunnasta, jotka saavat työtä muualta, lähtevät ja vievät mukanaan kokemuksensa ja taitonsa. Jäljelle jäävillä on pienempi motiivi ja kyky voittaa asiakkaiden luottamus ja uskollisuus.
7. Henkilöstön tilanne johtaa siihen, että yhä useampi asiakas lähtee tyytymättömänä ja kertoo edelleen kokemuksistaan. Alaspäin suuntautuva kierre alkaa taas alusta.

3.9 Valitusmyönteisyys

Jokaisella yrityksellä on jonkinlainen asiakasvalituksiin ja reklamaatioihin liittyvä politiikka. Monesti politiikka ja linjaukset jäävät kuitenkin puheiden tasolle tai ainoastaan rajoittavat asiakaspalveluhenkilöstön toimintaa sitomalla heidät kankeisiin raameihin, joista he pitävät kiinni asiakkaan tilanteesta ja tyytymättömyydestä välittämättä.

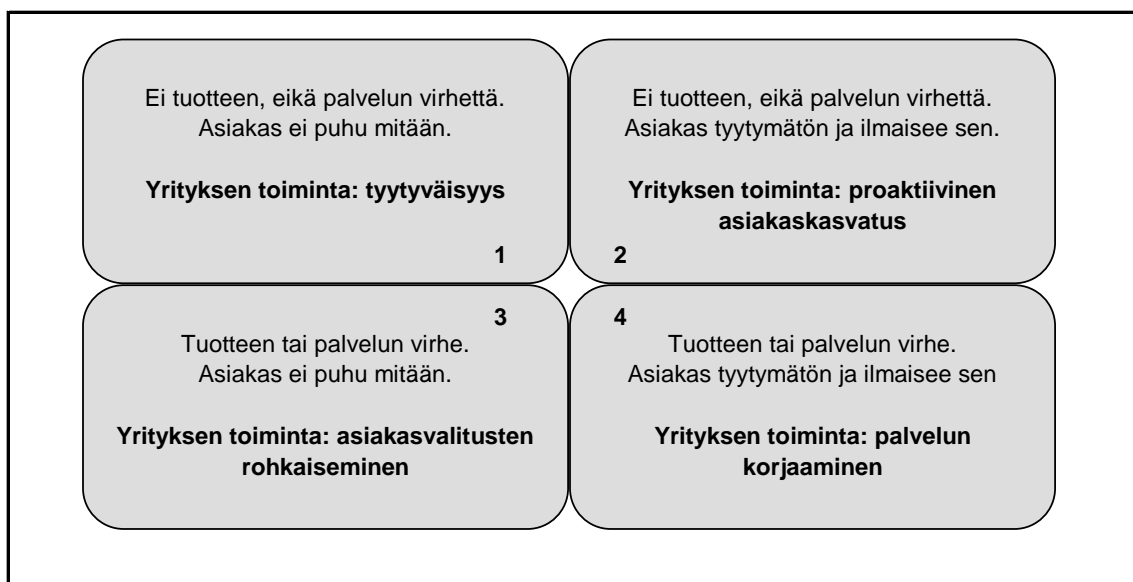
Valitusmyönteisellä linjalla tarkoitetaan politiikkaa, jonka tarkoituksena on luoda mahdollisimman paljon hyötyä valittaville asiakkaille. Tällaisen linjan toteuttamiseksi yrityksen kulttuurin tulee olla vastaanottavainen valituksille, ei niinkään kiinnostunut vain luomaan omaa toimintaansa tehostavia raameja. Käytännössä tämä tarkoittaa annettujen raamien venyttämistä asiakkaan tyytyväisyyden saavuttamiseksi, jos tilanne niin vaatii. Tällöin asiakaspalveluhenkilöstö tulee valtuuttaa ottamaan itse vastuuta kulloisessakin tilanteessa, eli esimerkiksi korvaamaan asiakkaan virheellisen tuotteen heti asiakkaalle vaikka maahantuoja tai yrityksen oman käytännön mukaan tuote tulisi lähettää tutkittavaksi. (Barlow & Møller 1998, 138, 153 ja 166.)

Jotta kuvatus kaltainen valtuutus on mahdollinen, on henkilöstö koulutettava sekä vastaanottamaan valituksia, että tuntemaan tuotevalikoima ja tuotteiden ominaisuudet. Kuten aiemmin todettiin, asiakaspalvelussa toimivat henkilöt ottavat vastaan 65 % valituksista, joten heillä tulee olla tiedot ja taidot käsitelläk-

seen nuo tilanteet. Lisäksi on arvioitu kolmanneksen asiakasvalituksista johtuvan siitä, etteivät asiakkaat osaa käyttää tuotetta ja rikkovat sen tai asentavat sen niin, ettei se toimi. Nämä valitukset johtuvat siis ainakin osittain henkilöstön tietämättömyydestä ja sitä kautta riittämättömästä opastuksesta oikeaan käyttöön. Paremmalla koulutuksella siis tämä asia tulisi ensin korjata ja sitten kehittää henkilöstöä edelleen kohti laajempaa valtuuttamista valitusten käsittelemiseksi. (Ylikoski 1999, 204; Barlow & Møller 1998, 172 - 173.)

3.10 Lisää valituksia

Valitukset ovat seurausta palvelun tai tuotteen virheestä. Täysin virheettömään palveluun tai tuotteeseen ei koskaan tulla yltämään, joten yritysten on opittava, että virheen korjaaminen ja ongelman ilmaantuminen saadaan selville juuri valitusten kautta. Varmistaakseen valitusten saannin on asiakkaita informoitava jo myyntiprosessin aikana. Asiakas on saatava tuntemaan, ettei mahdollinen valitus ole syytös yritystä kohtaan, vaan tapa päästä tyydyttävään lopputulokseen. Barlow ja Møller (1998, 77) kuvaavat tuotteen tai palvelun virhettä ja asiakasvalituksia mahdollisuusmatriisilla:



Kuva 4. Mahdollisuusmatriisi

Barlow ja Møller (1998, 77 - 78) avaavat vielä matriisin neljännesten kuvaamia tilanteita:

Ensimmäisen neljänneksen tilanteessa kaikki on periaatteessa hyvin, mutta todellisuudessa yritys ei tiedä kuinka moni asiakas on tyytyväinen, sillä palautetta ei tule. Ja koska palautetta ei tule, yrityksen sisällä helposti ajatellaan kaiken olevan hyvin, mikä saattaa olla virhe.

Toiseen neljännekseen kuuluvat tilanteet vaativat hienovaraista asiakaskasvatusta. Asiakkaat valittavat joskus seikoista, jotka eivät ole yrityksen syytä. He ovat kuitenkin yhä asiakkaita ja heidän näkökulmastaan tyytymättömyys antaa oikeuden valittaa. Tällaisessa tilanteessa asiakkaaseen tulee kuitenkin suhtautua kuin hän olisi oikeassa ja säilyttää asiakassuhde. Jos vastaava tilanne yleistyy, on yrityksen oltava proaktiivinen ja koulutettava asiakkaita vastaavien tilanteiden välttämiseksi.

Kolmas neljännes kuvaa yrityksen kannalta ongelmallisinta tilannetta, eli asiakkaita, jotka eivät puhu ongelmistaan mitään. Usein tämä tulkitaan siten, ettei ongelmaa ole. Todellisuudessa, jos yritys tietää tuottavansa asiakkailleen pettymyksen, on sen rohkaistava asiakkaita puhumaan.

Neljäs ruutu, jossa asiakkaat kertovat ongelmistaan, edellyttää yritykseltä huomattavaa taitavuutta. Kun yritys kommunikoi asiakkaan kanssa, kontakti on suurimmillaan, asiakkailta saadaan eniten tietoa ja yrityksellä on paras tilaisuus palvelun korjaamiseen ja jatkuvaan kehittämiseen. Jos yritys pystyy korjaamaan ongelman, ottaa vastuun epäonnistumisesta, on kohtelias ja ystävällinen, asiakkaat haluavat antaa yritykselle uuden tilaisuuden ja mahdollisesti jatkavat asiakassuhdettaan.

Kaikissa neljässä tapauksessa yritykset hyötyvät palautteesta ja siksi yritysten onkin tehtävä asiakkaille selväksi, että kaikenlainen palaute on tervetullutta. Tällöin ongelmakohdat nousevat väkisinkin esille ja niihin on mahdollista reagoida.

4 REKLAMAATIOIDEN KÄSITTELY UK KOSKIMIEHESSÄ

Tämä luku käsittelee työn empiriaa, eli haastattelututkimuksen toteuttamista, sekä haastatteluista saatuja tuloksia.

4.1 Haastattelujen toteutus

Haastattelututkimuksen tarkoituksena oli selvittää reklamaatioiden ja asiakasvalitusten nykytilanne yrityksen sisäisestä näkökulmasta. Selvitys koskee siis nykytilannetta valitusten ja reklamaatioiden määrän, käsittelyn laadun, kehitystarpeiden, koulutustarpeiden ja toiminnasta saadun palautteen kannoilta.

Yrityksen sisäinen näkökulma valikoitui tutkimukseen tarpeesta selvittää käsitteilyä ja sen käytäntöjä. Tämän näkökulman mahdollistaa osaltaan urheilu- ja vapaa-ajan osaston jakautuminen pienempiin osastoihin, joilla jokaisella on oma vastaavansa. Näillä osastojen vastaavilla on hyvä kokonaiskäsitelmä omien osastojensa toiminnasta, sillä he saavat palautetta sekä asiakkailta, että myös osastoillaan toimivilta työntekijöiltä ja maahantuojilta ja myös yrityksen johdolta. Sen vuoksi heillä on riittävästi tietoa eri tahoilta toiminnan kokonaiskuvan arvioimiseksi ja mahdollisten kehitys- ja ongelmakohtien kartoittamiseksi.

Tutkimusmenetelmänä käytin teemahaastattelua, eli haastattelin eri osastojen vastaavia tietyn haastattelurungon pohjalta. Haastateltavina olivat siis UK Koskimiehen urheilupuolen osastojen vastaavat jalkine-, palloilu-, jääurheilu-, hiihto- ja pyöräily-, sekä metsästys-, kalastus-, ja retkeilyosastojen vastaavat henkilöt. Haastattelun runko koostuu muutamista edeltä käsin pohdituista teemoista reklamaatioihin ja asiakasvalitukseen sekä niiden käsittelystä yrityksessä. Teemahaastattelussa haastattelu siis etenee rungon mukaisesti, mutta sallii lisäkysymykset ja tarkennukset esimerkiksi itse täytettävää kysymyslomaketta laajemmin. Pidin tätä tutkimusmenetelmää sopivimpana valitsemilleni haastateltaville, sillä urheiluliikkeen eri osastoilla käytännöt hieman poikkeavat toisistaan, joten mahdollisuus lisäkysymyksille oli perusteltua varata. (Tilastokeskus.)

Osastojen vastaavien lisäksi haastattelin UK Koskimiehen varaston henkilöstöä. Varaston rooli on reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittelyn kannalta keskeinen erityisesti silloin, kun tuote joudutaan lähettämään maahantuojalle tutkittavaksi. Lisäksi varaston henkilökunta ottaa vastaan uudet, esimerkiksi takuuna tulevat tuotteet ja monissa tapauksissa ilmoittaa myös asiakkaille saapuneesta tuotteesta.

4.2 Teemahaastattelujen kysymysrungot

Teemahaastattelujen rungot perustuvat kirjallisuusosion teorioihin, joiden perusteella valitsin keskeisimmät ja UK Koskimiehen kannalta sopivimmat kysymykset.

Osastojen vastaaville tekemieni teemakysymysten perusteella pyrin selvittämään reklamaatioiden määriä ja asiakkaiden reklamointi- ja valituskäyttäytymistä sekä, kuinka reklamoituja tuotteita käsitellään. Lisäksi pyrin selvittämään reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittelyn käytäntöjä, eli miten prosessi toimii, henkilökunnan toiminnan tärkeimpiä kehityskohteita ja mm. uusien työntekijöiden perehdyttämistä. Seuraavien kysymysten aihepiiri käsittelee käytäntöjen yhteneväisyyttä ja selkeyttä osastojen sisällä ja niiden kesken. Tarkoituksena on myös selvittää, tulisiko reklamaation vastaanottaneen asiakaspalvelijan käsitellä asia alusta loppuun vai tulisiko joka osastolla olla oma reklamaatiiovastavansa. Haastattelun lopuksi pyrin vielä selvittämään palautteen määrää ja keskeisimpiä palautteen aiheita, ongelmakohtia käsittelyssä sekä muita mahdollisia ongelmia (Liite 1).

Varaston henkilökunnalle tehdyn haastattelun periaate on sama, mutta itse haastattelun runko poikkeaa teemoiltaan hiukan osastojen vastaavien haastattelun rungosta.

Kysymysten tarkoituksena on selvittää varaston osuutta reklamaatio- ja asiakasvalituskäsittelyissä ja selvittää varaston roolia osana käsittelyketjua. Lisäksi

selvitän kysymysten avulla, onko asioista ja käytänteistä sovittu eri osastojen henkilökuntien kanssa ja ovatko pelisäännöt selviä kaikille ja onko nykyisissä käytännöissä mahdollisesti joitain epäkohtia tai parannettavaa. Yleisiä käytäntöjä koskeva teemakysymys on vastaava kuin osastojen vastaavien kysymysrun-gossa, ja viimeinen kysymys käsittelee toiminnan ongelmakohtia varaston henkilöstön näkökulmasta (Liite 2).

4.3 Teemahaastattelujen tulokset

4.3.1 Asiakasvalitusten ja reklamaatioiden nykytilanne

Reklamaatioiden ja asiakasvalitusten nykytilanne vaihtelee UK Koskimiehessä jonkin verran eri osastojen kesken. Tällä hetkellä reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittelyä ei ole osoitettu tietyille vastuuhenkilöille, vaan jokainen asiakaspalveluhenkilö ottaa vastaan ja käsittelee niitä tilanteen mukaan.

Jääurheiluosaston reklamaatioiden määrä on melko suuri suhteessa muihin osastoihin. Erityisesti jääurheilukauden aikana reklamaatioita vastaanotetaan lähes päivittäin, mikä johtuu erityisesti nykyisistä jääkiekkomailoista ja niiden takuumenettelyistä. Käytännössä kaikki reklamaatiotuotteet lähetetään maahantuojalle tarkastettavaksi, eikä juurikaan mitään hyvitetä asiakkaalle suoraan. Pienemmät virheet tuotteissa voidaan korjata esimerkiksi suutarilla, jolloin lasku palvelusta osoitetaan maahantuojalle, ja asiakas saa tuotteen takaisin käyttöön nopeammin, kuin jos se olisi lähetetty maahantuojalle. Käytännössä tämä tarkoittaa myös sitä, että reklamoituja ja asiakkaalle jo hyvitettyjä tuotteita ei jää liikkeeseen seisomaan, joten niihin ei myöskään sitoudu yrityksen varoja.

Tekstiiliosaston reklamaatioiden ja asiakasvalitusten määrä on puolestaan melko pieni. Asiakkaat reklamoivat jonkin verran myös aiheettomasti ja odottavat myös usein aiheesta valittaessaan saavansa uuden tuotteen reklamoidun tilalle. Kuitenkin useasti tuotteen korjaaminen on ensimmäinen vaihtoehto. Tekstiiliosaston käytännöt eroavat esimerkiksi jääurheilusta siten, että päätöksiä tuot-

teen korvaamisesta tekevät myyjät, eikä tuotteita useinkaan lähetetä maahantuojalle arvioitavaksi. Lisäksi osa reklamoinnista tapahtuu maahantuojalle sähköpostitse ja internetin välityksellä. Hyvitetyt tuotteet kuitenkin lähetetään mahdollisimman nopeasti maahantuojalle, joten niihin ei tekstiiliosastollakaan sitoudu yrityksen varoja pidemmäksi ajaksi.

Palloiluosaston nykykäytännöt muistuttavat tekstiiliosaston käytäntöjä. Reklamaatioiden määrä on melko pieni ja usein valitukset ovat aiheellisia. Palloiluosaston reklamaatiot käsitelläänkin käytännössä liikkeessä, eli maahantuojalle ei tarvitse lähettää tuotetta heti, vaan tuote voidaan asiakkaalle korvata heti ja lähettää viallinen tuote vasta myöhemmin maahantuojalle. Reklamaatioiden pienen määrän johdosta myöskään varoja ei ole sitoutuneena viallisiin tuotteisiin.

Myös metsästys-, kalastus ja retkeilyosaston vastaanottamien reklamaatioiden määrä on melko pieni ja ihmisten valitukset ovat aiheellisia. Tälläkin osastolla myyjät pääosin käsittelevät valitukset tai se tehdään internetin välityksellä. Tuotteet voidaan korvata asiakkaalle usein välittömästi. Myöhemmin tuotteet pyritään kuitenkin lähettämään nopeasti eteenpäin, jotta esimerkiksi varaston arvo saadaan vastaamaan todellisuutta. Maahantuojat ovat ohjeistaneet reklamaatioiden käsittelyä, mutta jonkin verran tehdään myös ohjeista poikkeavia, tilanteeseen paremmin sopivia ratkaisuja.

Jalkineosasto vastaanottaa jonkin verran viallisia tuotteita, suhteessa myytyihin kokonaismääriin kuitenkin melko vähän. Tilanne ja käytännöt vastaavat tekstiiliosastoa, sillä useasti tuotteet on mahdollista korjata ja muutenkin ratkaisuja reklamaatioista voidaan tehdä yrityksessä, eikä eteenpäin lähettäminen välittömästi näin ole tarpeellista. Usein lähettäminen maahantuojalle ei ole tarpeellista edes myöhemmin, vaan hyvitys saadaan asiakasta palvelleen henkilön ratkaisun perusteella.

Pyöräily- ja hiihto-osastojen reklamaatioiden määrä on myös melko pieni. Käytännöt kuitenkin eroavat aavistuksen muiden osastojen vastaavista, sillä monet

tuotteet korvataan asiakkaalle uudella tuotteella, mutta reklamoidut tuotteet lähetetään usein vasta kauden loppuun maahantuojille, joten tämä saattaa vääristää varastojen määriä ja saldoja kauden aikana. Toisaalta kyseessä ovat monesti verraten edulliset ja pienet tuotteet, joiden lähettäminen yksittäin ei ole järkevää, eikä taloudellistakaan.

Varastoa ja lähettämöä reklamaatiot työllistävät päivittäin. Varaston rooli reklamaatioiden käsittelyssä on viallisten tuotteiden lähettäminen maahantuojille tai esimerkiksi suutariin korjattavaksi sekä uusien tuotteiden vastaanottaminen. Lisäksi osastosta, tuotteesta ja reklamaatiota käsittelevästä myyjästä riippuen varaston henkilökunnan toimiin voi kuulua myös muita tuotteen eteenpäin toimittamiseen liittyviä käytännön asioita.

4.3.2 Parannettavaa reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittelyssä

Haastattelussa nousi esiin muutamia yhteisiä parannettavia asioita ja myös joidakin tietyille osastolle ominaisia seikkoja.

Jääurheilun osalta parannettavaa nousi esiin lähinnä reklamaatioiden käsittelyn nopeuden osalta. Jääurheilulle tyypillinen reklamaatio koskee jääkiekkomailaa, joka tuotteena on melko kallis, joten asiakas ei välttämättä osta toista tuotetta käsittelyn aikana käytettäväksi. Erityisesti jääurheilukauden aikana tämä tarkoittaa, että asian käsittelyn tulee olla mahdollisimman nopeaa, käytännössä siis tuote tulee lähettää maahantuojalle viipymättä ja saatavasta päätöksestä informoitava asiakasta heti tiedon saavuttua.

Jääurheilunosaston ja pyöräily- ja hiihto-osaston haastatteluissa eräänä parannusehdotuksena esitettiin reklamaatioiden kirjaaminen nykyisten paperidokumenttien sijasta suoraan kassajärjestelmään. Eräänlainen sovellus tästä on jo käytössä mm. UK Koskimiehen varaosaosastolla, mutta kokonaan erillinen reklamaatiosovellus järjestelmään mahdollistaisi esimerkiksi kyseisen reklamaatiotapauksen nopean etsimisen järjestelmästä asiakkaan nimen tai tuotteen perusteella. Mahdollisena pidettiin myös reklamointi- ja valitusohjeiden tai mahdol-

lisesti jopa reklamaatiolomakkeen lisäämistä yrityksen internetsivulle, jotta asiakkaalla olisi mahdollisuus rauhassa täyttää lomake ja tuoda se kuitteineen valmiina myymälään.

Samoin tekstiiliosaston parannusehdotukset koskivat prosessin nopeuttamista. Tällä osastolla kyse on ajanpuutteesta, eli toisinaan asiaa käsittelevällä henkilöllä ei ole riittävästi aikaa hoitaa asiaa nopeasti, vaikka kyseessä olisi vain sähköpostiviesti. Tällöin asia jää kesken. Toisaalta, asiakkaan kannalta tämä ei ole ongelma, sillä usein hän on jo ratkaisun ongelmaansa saanut.

Varaston henkilökunnan haastattelussa parannusehdotukset koskivat yhteisten pelisääntöjen sopimista myymälän henkilökunnan kanssa. Nykyisellään käytäntö on liian moninainen ja toiminta ei ole edes saman osaston sisällä yhtenevää. Erityisesti viikonloppuisin, kun varasto on suljettuna, myyjien tulisi valmistella lähetettävät tuotteet paremmin, ettei maanantaisin olisi ruuhkaa reklamaatioiden kanssa. Lisäksi muun henkilökunnan kanssa olisi sovittava pienempien tavaroiden toimittamisesta suurempina erinä mm. suutariin, sillä monesti näihin liittyen tulee turhia kustannuksia ja ajanhukkaa, kun asioita hoidetaan yksi kerrallaan.

Muutoin parannusehdotukset olivat melko yhteneviä. Kaikissa haastatteluissa nousi esille käsittelyn selkeyttäminen, eli jopa koko liikkeeseen olisi saatava yhtenäisempi käytäntö. Käytännössä tämä tarkoittaisi sitä, että periaate reklamaatioiden vastaanottamisessa ja käsittelyn alullepanemisessa olisivat samat. Esimerkiksi jokaisella osastolla voisi olla samanlaiset kansiot, joista jokainen voisi tarvittaessa tarkistaa kyseisen tuotteen tai maahantuojan reklamaatiokäytännön, jotta asiakkaalle saataisiin mahdollisimman selkeä kuva asian viemisestä eteenpäin. Eräs mahdollisuus olisi reklamaatio-ohjeiden liittäminen tuotteen tai valmistajan tietoihin kassajärjestelmään.

4.3.3 Henkilökunnan koulutus ja opastus

Kaikkien osastojen haastatteluiden perusteella henkilökunnan koulutusta ja opastusta reklamaatioiden ja asiakasvalitusten hoitamiseksi onnistuneesti tulisi

lisätä. Eri osastojen haastatteluissa nousi esiin seikkoja erilaisin painotuksin, mutta kokonaisuutena kyse oli muutamasta perusajatuksista.

Lisäkoulutuksen tarvetta katsottiin olevan aivan tuotetuntemuksesta lähtien. Tässä yhteydessä tämä tarkoittaa riittävää tuotteiden tuntemusta, jotta asiakasta voidaan opastaa riittävästi ja hän voi itse käyttää tuotetta oikein. Tämä ei tarkoita kaikkien tuotteiden tuntemista läpikotaisin, vaan peruseriaatteita, jotta henkilökunta voi ainakin minimoida väärästä ohjeistuksesta johtuvat käyttövirheet ja sitä kautta turhien reklamaatioiden määrän.

Myös kassajärjestelmään ja tuotesaldoihin liittyvää opastusta tulisi lisätä, eli miten teknisesti tulee toimia esimerkiksi korvattaessa tuote asiakkaalle.

Lisäksi vaadittiin koulutusta asiakaspalvelutilanteen hoitamiseksi onnistuneesti. Asiakasvalitusten ja reklamaatioiden kannalta tärkeintä on, että asiakas tietää miten asia etenee ja että hänen asiansa hoidetaan. Tällöin myyjällä tulee olla valmiudet asiakaspalvelutilanteessa kertoa asiakkaalle prosessin kulku ja nämä valmiudet saavutetaan kouluttamalla henkilöstö tuntemaan paitsi oman osastonsa reklamaatiokäytännöt, myös sen mistä tietoa muiden osastojen käytännöistä on saatavilla. Kehitettävää löytyi myös asiakkaiden valistamisessa mm. takuusta, sillä usein asiakkaat odottavat aina saavansa uuden tuotteen takuuna, vaikka ensisijainen ratkaisu on korjata tuote.

Nämä valmiudet myös valmistaisivat myyjä valitus- ja reklamaatiotilanteissa tekemään itse ratkaisuja ja ottamaan vastuuta. Monesti käsittelyprosessi hidastuu turhaan, kun ei uskalleta tehdä ratkaisua ja pienistä asioista tehdään suuria. Edellä mainituilla koulutuksilla tällaista pelisilmää ja rohkeutta ottaa vastuuta olisi mahdollista kehittää.

4.3.4 Reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittelyn yhtenäistäminen

Käsittelyn toimintatapojen yhtenäistäminen oli haastattelun keskeisimpiä aiheita. Tähän kysymykseen saatiin erilaisia vastauksia lähes joka osastolta, erityisesti

tiettyjen reklamaatio- ja asiakasvalitusvastaavien nimeämisestä. Yhteinen toivomus kuitenkin oli, että ainakin jonkinlainen yhteneväisyys, vaikka vain joka osastolta löytyvinä riittävinä reklamaatio-opastuksina saavutettaisiin.

Jääurheiluosaston haastattelussa yhtenäistämiseksi nähtiin tarvetta. Ajanpuutteen vuoksi yksi reklamaatioista vastaava henkilö koko liikkeessä ei ole mahdollinen. Lisäksi pitäisi tuntea erittäin monen maahantuojaan ja tavarantoimittajan toimintatavat, joten yksi vastaava joka osastolla vastaisi paremmin nykyistä tarvetta. Tässä mallissakin on ongelmansa, sillä kyseinen vastuuhenkilö ei ole aina paikalla. Kaikkien tulisi siis käsitellä vastaanottamansa reklamaatiot, mutta joka osastolla tulisi olla yksi henkilö, joka vastaisi kokonaiskuvasta ja seuraisi toimintaa ja olisi valtuutettu käyttämään tähän aikaansa tarpeen niin vaatiessa.

Vastaavia ajatuksia nousi esiin myös jalkineosaston ja hiihto- ja pyöräilyosaston haastatteluissa. Ihannetilanteessa koko liikkeessä olisi yksi reklamaatioista ja asiakasvalituksista vastaava henkilö, mutta kuten edellä mainittiin, ajanpuutteesta, maahantuojien määrän ja heidän jatkuvasti muuttuvien toimintatapojensa vuoksi tämä lienee mahdotonta. Nykytilanteeseen sopivimmaksi katsottiin jääurheilunkin kohdalla esille tullut osaston vastuuhenkilö, joka ei siis yksin käsitelisi kaikkia tapauksia, vaan esimerkiksi kuukausittain kävisi läpi reklamaatiotilanteen.

Tekstiiliosaston näkökulmasta yhtä osaston reklamaatioista vastaavaa ei pidetty mahdollisena eikä tarpeellisena. Eräs mahdollisuus olisi, että tietty henkilö vastaisi reklamoitujen tavaroiden lähettämisestä, mutta muuten yhtenäistämisehdotukset koskivat lähinnä samantyyppistä ohjeistusta ja koulutusta kaikille osastoille.

Varaston kannalta pelisäännöt myymälän ja varaston henkilökunnan välillä olisivat tärkein yhtenäistämisen kohde. Varaston toiminnan helpottamiseksi joka osastolla tulisi kuitenkin olla yksi vastaava henkilö, jotta näistä pelisäännöistä olisi myös mahdollista pitää kiinni.

Metsästys-, kalastus- ja retkeilyosastolla henkilöstöä on vähemmän verrattuna muihin osastoihin ja kaikki ovat kokeneita työntekijöitä UK Koskimiehessä. Tämän takia tarvetta yhdelle vastuuhenkilölle ei tällä osastolla ollut reklamaatioiden ja asiakasvalitusten pienen määrän ja käsittelyn osaavan henkilökunnan takia.

4.3.5 Palaute ja palautteen antamiseen kannustaminen

Asiakkailta saatava palaute saadaan UK Koskimiehessä pääosin asiakkaiden kanssa käytävissä vuorovaikutustilanteissa. UK Koskimiehen kaltaisessa palvelussa yrityksessä pyritään luomaan henkilökohtainen kontakti jokaiseen asiakkaaseen. Tästä syystä näissä kontaktitilanteissa on myös helpointa saada asiakkailta palautetta, eikä haastattelujen perusteella erityisiin palautteenantokanaviin katsottu olevan tarvetta.

Haastattelujen perusteella eniten palautetta tulee reklamaatioihin ja asiakasvalituksiin liittyen käsittelyn nopeudesta. Asiakas asioi ensisijaisesti yrityksen kanssa ja vaikka aina viivästys ei yrityksestä itsestään johtuisi, asiakkaan mielestä vika voi silti olla yrityksen. Osa viivästyksistä toki johtuu omasta toiminnasta ja siitä myös jonkin verran palautetta saadaan.

Maahantuojien palaute reklamaatioihin on lähinnä ohjeistusta.

Muuhun palautteeseen asiakkaita kannustetaan myös asiakaspalvelutilanteissa. Palaute on tärkeää vaikka mitään valittamista ei olisikaan, sillä siten saadaan lisätietoa tuotteiden ominaisuuksista käytössä ja tätä tietoa voidaan hyödyntää myyntityössä.

4.3.6 Reklamaatioiden ja niiden käsittelyn ongelmat

Ongelmia reklamaatioiden käsittelyssä ilmeni melko vähän. Yleisimmät ongelmat liittyivät ohjeistukseen, eli aina ei ole saatavilla selkeää tietoa, mihin tietty

tuote esimerkiksi pitää lähettää reklamaatiokäsittelyyn tai millainen on tietyn maahantuojan reklamaatiopolitiikka. Tämä ongelma korostui erityisesti varaston kohdalla, sillä se viime kädessä lähettää tuotteen maahantuojille. Lisäksi ongelmia aiheuttavat jo aiemminkin mainitut kassajärjestelmän haasteet, kun asiakkaalle hyvitetään tai korvataan tuotetta sekä syystä tai toisesta johtuva käsittelyprosessin hitaus. Muita ongelmakohtia käsiteltiin aiemmin parannusehdotusten yhteydessä.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET HAASTATTELUISTA

Tämä luku käsittelee haastattelututkimuksen tulosten analyysseja. Lisäksi luvussa esitetään parannus- ja kehitysehdotuksia reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittelyprosesseihin UK Koskimiehessä.

5.1 Analyysit haastatteluista

Tutkimushaastattelujen perusteella voidaan sanoa UK Koskimiehen reklamaatioiden ja asiakasvalitusten nykytilanteen olevan melko hyvä. Reklamaatioita käsitellään joka päivä ja käytännöt pohjautuvat melko pitkälti maahantuojien antamiin ohjeisiin ja suosituksiin. Lisäksi eri osastoilla on omat tapansa toimia käsittelytilanteissa ja osastoilla on jonkin verran omia ohjeistuksia ja toimintatapoja maahantuojilta saatujen lisäksi. Ohjeistus reklamaatioiden käsittelemiseksi löytyy osastoittain ainakin osittain erikseen niille varatuista kansioista, joten kellen tahansa myyjistä on mahdollisuus tarkistaa kulloiseenkin tilanteeseen sopiva ohjeistus. Kuitenkaan aivan selvää onnistunut käsittely ei kaikille henkilökuntaan kuuluville ole, ja asia jää monesti osaston vastaavan ratkaistavaksi ja eteenpäin hoidettavaksi.

Ehkä tärkein vaihe käsittelyssä kuitenkin on asiakkaan kohtaaminen ja asiakkaan saaminen tuntemaan, että hänen asiaansa paneudutaan. Tämä asia haastattelujen perusteella on hyvin kunnossa, eli asiakas otetaan asiansa kans-

sa hyvin vastaan ja asia saatetaan alulle. Tässä kohtaa olisi kuitenkin mahdollista saavuttaa suurempi asiakastyytyväisyys, jos kyseinen reklamaatio tai valitus voitaisiin hoitaa välittömästi. Kuten teoriaosuudessa todetaan, asiakas saattaa olla jopa tyytyväisempi onnistuneen ongelmanratkaisun jälkeen, kuin mitä hän olisi ollut ilman valitukseen tai reklamaatioon johtanutta ongelmaa. Koska asian käsittelyn nopeus on yksi tärkeimmistä seikoista asiakkaan näkökulmasta, mahdollisuuksien mukaan tällaisessa tilanteessa asiantunteva ja vastuuta ottava myyjä voisi tehdä ratkaisun hoitaa asian itse sopivaksi katsomallaan tavalla, lähettämättä tuotetta eteenpäin. Toki monesti tilanne vaatii jatkokäsittelyä, mutta omalla ajattelulla ja ratkaisulla voitaisiin monesti tällaisessa tilanteessa tehdä asiakas tyytyväisemmäksi.

Asiakkaan tunteman tyytyväisyyden kannalta varaston toiminta korostuu juuri käsittelyn nopeudessa. Kun asiasta ei tarkemmin ole sovittu, vaatii myös tavaran eteenpäin lähettäminen myyjältä pelisilmää, eli milloin lähettää tuote itse ja milloin jättää se varaston henkilökunnan huolehdittavaksi, jotta asiakkaalle annetut lupaukset käsittelystä voidaan pitää. Tällöin huomioitavaa on asiakkaan riittävä informointi toimintatavasta ja arvio aikataulusta.

Parannusehdotuksissa esiin nousseet seikat liittyvät myös pitkälti asiakkaan kokemaan tyytyväisyyteen reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittelyn nopeudesta. Yrityksen sisäisissä järjestelmissä on kehittämismahdollisuuksia, jotka ainakin nopeuttaisivat työntekijöiden käsittelyprosessia, vaikka nykyisen systeemin kankeus ei aina asiakkaalle heijastukaan. Sähköiseen järjestelmään siirtymistä sekä reklamaatioiden itsensä että reklamaatio-ohjeiden osalta pidettiin siis tarpeellisena.

Henkilökunnan koulutuksen ja opastuksen taso on periaatteessa riittävällä tasolla asiakaspalvelun onnistuneen hoitamisen kannalta. Kuitenkin, jos reklamaatio- ja valituskäsittelyillä halutaan saavuttaa kilpailuetua ja suurempaa asiakastyytyväisyyttä, koulutuksella olisi mahdollista kehittää työntekijöiden omaa vastuunottoa ja välttää vastuun siirtämistä eteenpäin. Koulutuksen tarvetta on

hieman myös esimerkiksi takuuehtojen selvittämisessä asiakkaille eli esimerkiksi takuun kattavuuden ja eri hyvitys- ja korvausvaihtoehtojen osalta.

Reklamaatioiden ja asiakasvalitusten yhtenäistämiseksi on jossain määrin tarvetta. Vaikka käsittelyn nopeus on eräs tärkeimmistä seikoista asiakkaan kannalta, todellisuudessa asiakas haluaa valittaessaan ensisijaisesti tuntea, että hänen asiansa otetaan tosissaan ja hoidetaan asiallisesti. Tästä syystä yhtenäistämiseksi on tarve olemassa, jotta asiakas tietää asioidessaan millä tahansa UK Koskimiehen osastolla, mitä hän tulee saamaan.

Palautetta toiminnasta saadaan nykytilanteessa jonkin verran. Suurin osa palautteesta koskee tuotteita ja muuta palvelua, ei niinkään reklamaatioita ja niiden käsittelyä. Palautteeseen myös kannustetaan ja sitä jonkin verran myös saadaan, lähinnä asiakaspalvelutilanteissa.

Suuria ongelmia reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittelyssä ei tällä hetkellä esiinny. Jonkin verran ongelmia aiheuttavat ajanpuute ja sitä kautta hidastuva asioiden käsittely sekä myymälähenkilökunnan, että varaston osalta. Myös parannusehdotuksissa ilmenneet seikat ovat pääosin talon sisäistä toimintaa hidastavia, eivätkä useinkaan vaikuta asiakkaan saaman palvelun laatuun.

5.2 Reklamaatio- ja asiakasvalituskäsittelyjen kehittäminen UK Koskimiehellä

Kuten aiemmin todettiin, pääosin UK Koskimiehen reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittely on laadukasta. Erityisesti asiakkaan suuntaan ja palvelun kannalta asiat ovat kauttaaltaan kunnossa, mutta talon sisäisiä käytäntöjä olisi mahdollista tehostaa.

Tärkein kehittämiskohde on reklamaatio- ja käsittelykäytäntöjen kokonaisvaltainen yhtenäistäminen. Käytännössä tämä tulisi toteuttaa siten, että kaikilla osastoilla reklamaatio-ohjeet ja muu niihin liittyvä materiaali löytyisivät kaikkien tiedossa olevasta paikasta ja olisivat periaatteeltaan samanlaisia joka osastolla.

Tämän lisäksi sähköisien järjestelmien mahdollisuudet reklamaatioiden suhteen tulisi selvittää ja mahdollisesti kehittää nykyiseen kassajärjestelmään sovellus, johon reklamaatiotiedot voitaisiin tallettaa nykyisten paperidokumenttien sijasta. Reklamaatio-ohjeistusta tulisi lisätä myös mm. yrityksen internetsivustolle. Lisäksi nykyistä kassajärjestelmää tulisi käyttää tehokkaammin hyväksi reklamaatio-ohjeistuksessa, eli tuote- ja toimittajakorteille järjestelmässä tulisi liittää lyhyt ohjeistus reklamoinnin helpottamiseksi.

Yhtenäistämisen toinen kehityskohde on osastojen sisäisten reklamaatiovastaavien nimeäminen. Käytännössä nämä vastaavat toimisivat lähinnä valvoen ja varmistaen, että osaston reklamaatiot käsitellään tehokkaasti ja oikein. He eivät siis käsitelisi itse kaikkia reklamaatioita, vaan varaisivat omasta ajastaan osan varmistaakseen asioiden sujuvuuden. Tällainen vastaava toimisi myös tehokkaammin linkkinä varaston ja myymälähenkilökunnan välillä ja myös tämä yhteistyö saataisiin tehokkaammaksi.

Kolmas reklamaatioihin ja asiakasvalitukseen liittyvä kehittämisaikue on henkilökunnan koulutus. Henkilökunnan koulutusta reklamaatioista ja asiakaspalvelusta tulisi lisätä, sekä saattamalla säännöllisesti ajan tasalle henkilökunnan tiedot muutoksista maahantuojien käytännöissä. Lisäksi koulutuksen tulisi kattaa peruseriaatteet ja tiedonhankintakeinot liittyen muiden osastojen reklamaatiokäytänteisiin. Henkilökuntaa tulisi myös opastaa enemmän palautteen hankkimiseksi. Tutkimuksen perusteella palautetta saadaan nykytilanteessa jonkin verran, mutta lisäpalautte lähinnä palvelun laadusta on tarpeen.

Kokonaisuutena kehittämiskohteita ei siis ole monta. Käytännössä nämä kaikki ovat nykyisten käytänteiden päivittämistä nykytilanteeseen ja -vaatimuksiin paremmin sopiviksi.

6 YHTEENVETO JA TYÖN ARVIOINTI

Kuten johdannossa kerroin, työn aihe valikoitui minulle työni kautta. Työssäni olen joutunut käsittelemään asiakasvalituksia ja reklamaatioita, ja tietynlainen kiinnostus asian tutkimiseksi oli siis olemassa. Yrityksenkin kannalta tutkiminen oli tarpeellista, sillä aihe kokonaisuudessaan on vähemmän tutkittu. Aihetta koskevan kirjallisuuden määräkin on verraten pieni.

Teoriaosuudessa käsittelin siis ensin aihetta lain ja säädösten näkökulmasta. Nämä ovat asioita, joihin käytännön asiakaspalvelutilanteissa harvemmin joudutaan turvautumaan, mutta niiden tunteminen on silti tärkeää jo muutamien harvojenkin tilanteiden selvittämiseksi onnistuneesti. Teoriaosuuden jälkimmäinen osuus puolestaan antoi minulle monia ideoita lopullisen tutkimukseni toteuttamisen tueksi.

Varsinaisen tutkimusosuuden teemahaastattelut sain toteutettua ilman ongelmia, sillä haastatellut olivat halukkaita vastaamaan omaa työtään ja yrityksen toimintaa koskeviin ja kehittäviin kysymyksiin. Tutkimuksen tuloksissa ei noussut esille yllätyksiä, mutta yrityksen käytänteiden kannalta mielenkiintoisia uusia ajatuksia sain selville ja toivon, että haastattelujen tulosten perusteella tehdyistä kehitysehdotuksista on yritykselle hyötyä.

Itse koin opinnäytetyöprosessin onnistuneeksi ja työskentelyn yhteydessä vastaan tuli useita uusia ja mielenkiintoisia asioita, joista toivon olevan hyötyä tulevaisuudessa myös itselleni.

LÄHTEET

Barlow, J. & Møller, C. 1998. Ota asiakasvalitus lahjana. Tietosanoma.

Korkeamäki, A., Pulkkinen, I. & Selinheimo, R. 2000. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Porvoo: WSOY.

Laki 24.

<http://www.laki24.fi/irom-irtaimenkauppa-reklamaatio.html> (Luettu 22.11.2010)

Quinn, F. 1996. Asiakas ykköseksi. Toinen painos. Rauma: Kauppiaitten kustannus.

Suojanen, K., Savolainen, H. & Vanhanen, P. 2006. Tradenomin käsikirja. Kolmas painos. Helsinki: KS-Kustannus Oy.

Tilastokeskus.

<http://www.stat.fi/virsta/tkeruu/04/03> (Luettu 22.11.2010)

UK Koskimies 2010a.

Urheilu-Koskimies Oy 2010

UK Koskimies 2010b.

<http://www.koskimies.fi> (Luettu 22.11.2010)

Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Hämeenlinna: Helsingin seudun kauppakamari/Helsingin Kamari Oy ja Timo Valvio.

Wilkie, W., L. 1994. Consumer Behavior. Yhdysvallat: John Wiley & Sons Inc..

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas. Toinen painos. Keuruu: KY-Palvelu Oy.

TEEMAHAASTATTELUN RUNKO (osastojen vastaavat)

Osasto:

- 1. Millaisena näet reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittelyn nykytilanteen Urheilu Koskimieheissä**

- 2. Mitä parannettavaa näet reklamaatioiden ja asiakasvalitusten käsittelyyn liittyen?**

- 3. Tulisiko henkilökunnan koulutusta/opastusta lisätä reklamaatioiden ja valitusten käsittelyyn liittyen?**

- 4. Tulisiko reklamaatioiden käsittelyn käytäntöjä yhtenäistää**
 - osastojen sisällä?
 - koko liikkeessä?

- 5. Kannustetaanko asiakkaita mielestäsi riittävästi antamaan palautetta? Onko palautteen antaminen tehty riittävän helpoksi asiakkaalle?**

- 6. Millaista palautetta valitusten käsittelyyn liittyen olet saanut**
 - asiakkailta?
 - maahantuojilta/tavarantoimittajilta?

- 7. Millaisia ongelmia olet kohdannut reklamaatioihin ja niiden käsittelyyn liittyen?**

TEEMAHAASTATTELUN RUNKO (varaston henkilöstö)

- 1. Millainen on mielestäsi nykytilanne reklamaatioiden ja asiakasvalituksen käsittelyyn liittyen varaston näkökulmasta? Millainen on varaston rooli käsittelyssä?**

- 2. Onko reklamaatiokäytännöistä koskien varaston toimintaa sovittu muun henkilökunnan kanssa? Onko käytännöissä mielestäsi parannettavaa?**

- 3. Tulisiko reklamaatioiden käsittelyn käytäntöjä yhtenäistää**
 - osastojen sisällä?
 - koko liikkeessä?

- 4. Millaisia ongelmia olet kohdannut liittyen reklamaatioihin ja niiden käsittelyyn?**