

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalouden koulutusohjelma

Taloushallinnon suuntautumisvaihtoehto

2011

Ville Mäkinen

REKLAMAATIOT OSANA JÄLKIMARKKINOINTIA



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Mäkinen Ville

REKLAMAATIOT OSANA JÄLKIMARKKINOINTIA

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli luoda toimeksiantajayritykselle toimintamalli, joka mahdollistaisi tehokkaammat ja taloudellisemmat toimintatavat reklamaatioiden eli asiakasvalitusten käsittelyyn. Tarkoituksena oli selvittää miten lainsäädäntö velvoittaa kaupan osapuolia asiakasvalitusten ratkaisussa, sekä mikä merkitys käsittelyn nopeudella ja tehokkuudella on taloudellisesti yritykselle ja miten asiakasvalitusten käsittely vaikuttaa asiakastytyväisyyteen.

Työn ensimmäinen osa koostuu lainsäädännöstä, joka koskee yritysten välistä tai yrityksen ja kuluttajan välistä tavarakauppaa. Toinen osa käsittelee asiakasvalitusten vaikutusta asiakastytyväisyyteen sekä miten asiakasvalitusten käsittely vaikuttaa yrityksen jälkimarkkinoinnin onnistumiseen. Kolmannessa osiossa esitellään toimintamalliehdotus asiakasvalitusten käsittelyyn toimeksiantaja yritykselle.

Asiakasvalitusten käsittelyn toimintamallin tavoitteena on tuottaa yritykselle toimintatapa, joka mahdollistaa aikaisempaa paremman seurannan asiakasvalituksista, sekä sen pohjalta mahdollisuuden suunnata resurssit sellaisiin ongelmiin, jotka aiheuttavat eniten asiakasvalituksia. Toimintamalli on luotu ISO 10002 –asiakasvalitusten käsittelyyn tarkoitetun standardin vaatimusten mukaisesti.

ASIASANAT:

Asiakasvalitukset, Reklamaatiot, ISO-10002 –standardi, Asiakastytyväisyys

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business and Administration | Financial Management

3.3.2011 / 48

Varanka Pirjo

Mäkinen Ville

RECLAMATIONS AS PART OF POST-MARKETING

The aim of this study was to create for the client the kind of approach model that would enable them to handle customer complaints more efficiently and economically. The target was to study how legislation binds the parties of trade in solving customer complaints, and also what importance the speed and efficiency of the handling have to the company in economic sense and how the handling of customer complaints affects customer satisfaction.

The first part of the study consists of legislation that deals with trade between companies or between a company and a consumer. The second part describes the effect that customer complaints have on customer satisfaction and also how handling the customer complaint affects the success of post-marketing. In the third part I have created for the client company a suggestion of an approach to deal with customer complaints.

The aim of creating a model on how to deal with customer complaints is to provide the company with an approach that would enable a follow-up better than before, and based on that, the possibility to direct resources on the kind of problems that cause most of the customer complaints. The approach was created according to the demands of the ISO 10002 standard to handle customer complaints.

KEYWORDS:

Customer complaints, reclamations, ISO-10002 Standard, customer satisfaction

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
2 KAUPAN SÄÄNTELY	7
2.1 Yritysten välinen kauppa	8
2.1.1Kauppalaki 27.3.1987/355	8
2.2 Yrityksen ja kuluttajan välinen kauppa	10
2.2.1Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38	10
2.2.2Laki kulutustavaroiden ja kuluttajapalvelusten turvallisuudesta 30.1.2004/75	13
2.3 Ristiriitatilanteiden ratkaisu	14
2.3.1Laki kuluttajaneuvonnasta 5.12.2008/800	14
2.3.2Kuluttajavirasto	15
2.3.3Kuluttajariitalautakunta	15
3 REKLAMAATIOT OSA JÄLKIMARKKINOINTIA	16
3.1 Asiakastyytyväisyys ja taloudelliset näkökulmat	16
3.2 Palautteen tärkeys ja sen saaminen	19
3.3 Laatu järjestelmän merkitys	21
3.4 ISO 10002 –standardin kuvaus	24
3.4.1Asiakasvalitusten vastaanottaminen	26
3.4.2Asiakasvalitusten käsittelyn puitteet	27
3.4.3Suunnittelu	28
3.4.4 Asiakasvalitusten käsittelyprosessin toiminta	29
3.4.5Ylläpito ja parantaminen	30
4 TOIMINTAMALLI DESIGN OY:N REKLAMAATIOIDEN KÄSITTELYYN	32
4.1 Taustaa	32
4.2 Toimintamallin luominen ISO 10002 –standardin pohjalta	33
4.2.1Asiakasvalituksen vastaanottaminen ja eteneminen	33
4.2.2Asiakasvalituksen kirjaaminen	37
4.3 Reklamaatioiden ehkäiseminen ja niiden aiheuttamat toimenpiteet	39
4.4 Ylläpito ja jatkuva parantaminen	41
4.5 Järjestelmävaatimukset	41
4.6 Reklamaatiokustannusten veloittaminen aiheuttajalta	43
5 JOHTOPÄÄTÖKSET	46
LÄHTEET	47
LIITTEET	48

KUVIOT

Kuvio 1. Odotusten ja kokemusten muodostama tyytyväisyys	17
Kuvio 2. Laadun tarkastelunäkökulmat	22
Kuvio 3. Malli asiakasvalituksen etenemiseen organisaation sisällä	35

TAULUKOT

Taulukko 1. Esimerkki toimintaketjusta ja tehtävistä	36
Taulukko 2. Esitys syykoodeista ja niiden muodostumisesta seurantaan varten	38

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on luoda toimeksiantajayritykselle, jäljempänä Desing Oy, toimintamalli, joka mahdollistaisi tehokkaammat ja taloudellisemmat toimintatavat reklamaatioiden, eli asiakasvalitusten käsittelyyn. Reklamaatioiden käsittely kuuluu yrityksen jälkimarkkinointiin, joten sen merkitys asiakastytyväisyyteen sekä laadulliseen myynti- ja markkinointityöhön on oleellinen. Nykyisellään Design Oy:n asiakasvalitusten käsittely ei aina täytä asiakkaiden odotuksia korkeatasoisesta palvelusta. Asiakasvalitusten käsittelyssä ilmenee liikaa epäselvyyksiä niin toimintatapojen kuin yksityiskohtaisten laatumäärittelyiden osalta. Nämä aiheuttavat ylimääräisiä kustannuksia lisäkorvausten kuin turhien työtuntienkin osalta. Lisäksi asiakasvalitusten riittävän tarkan kirjaamisen puutteet estävät kunnollisen raportoinnin reklamaatioiden aiheuttajista, ja siten myös analysointi ja sen pohjalta suoritettava laadun parantaminen ja kehittäminen vaikeutuu.

Design Oy on kansainvälinen myynti- ja markkinointiyhtiö, jonka päätuotteita ovat design-huonekalut sekä sisustukseen liittyvät oheistuotteet. Design Oy:n asiakaskunta koostuu projektimyymintakohteista, yksityisasiakkaista sekä jälleenmyyjistä niin kotimaassa kuin ulkomaillakin. Design Oy:n liikevaihto on viime vuosina ollut noin 14,0 miljoonaa euroa, josta viennin osuus on ollut noin 40%.

Oma vastuualueeni Design Oy:ssä on hoitaa yrityksen logistiikkaa. Toimenkuvaani kuuluu yhteistyö eri sidosryhmien kanssa, kuten tavarantoimittajien kanssa, sekä osittain myös yhteydenpito asiakkaisiin. Lisäksi hoidan omalta osaltani yrityksen laadunvalvontaa ja sen pohjalta laadun parantamista niin tuotteiden kuin palveluidenkin osalta. Yhtenä osana toimenkuvaani on myös toimia Design Oy:n reklamaatiiovastaavana. Toimenkuvani antaa laajan kuvan eri tarpeista ja vaatimuksista mitä liittyy reklamaatioiden käsittelyyn. Tämän pohjalta oli helppo lähteä tekemään opinnäytetyötä Design Oy:n asiakasvalitusten käsittelyn parantamiseen

luomalla toimintamalli, jonka perusteella yritys voisi parantaa omaa asiakaspalveluaan sekä saada taloudellista hyötyä.

Opinnäytetyössäni käsittelen ensin kauppaan liittyvää lainsäädäntöä. Lainsäädännön merkitys reklamaatioiden hoidossa korostuu silloin, kun kaupan osapuolina ovat yritys ja kuluttaja. Kuluttajalainsäädäntö parantaa kuluttajan asemaa yritystä kohtaan, jolloin sen tunteminen on tärkeää. Lainsäädännöstä käsittelen sellaisia kohtia, jotka olennaisesti liittyvät reklamaatioiden käsittelyyn. Tuon työssäni esiin kuluttajan oikeuksia sekä kuluttajan mahdollisuuksista sovittella ristiriitatilanteissa. Tämä näkökulma on mielestäni hyvä tuoda työssä esille, koska Design Oy:n myymistä tuotteista suuri osa päättyy yksityisille henkilöille. Reklamaatiotilanteiden hoitaminen vaatii usein molemminpuolisten oikeuksien ja velvollisuuksien tuntemista, jotta asiakaspalvelu myös näiltä osin täyttäisi hyvän asiakaspalvelutason.

Kolmannessa luvussa tarkastelen lähemmin palveluiden ja tuotteiden laadun merkitystä asiakastyytyvyyteen. Reklamaatioiden käsittely kuuluu yhtenä osana jälkimarkkinoinnin toimintoihin, joiden avulla on mahdollisuus luoda asiakasystävällistä sekä laadullista mielikuvaa asiakkaiden keskuudessa.

Neljännessä luvussa käsittelen toimintamallin luomista Design Oy:lle. Toimintamallin laadinnan pohjana käytän tässä työssä ISO 10002 -standardia asiakasvalitusten käsittelystä. ISO 10002 – standardin pohjalta laadittu toimintamalli voidaan liittää myöhemmin ISO 9001 -laadunhallintajärjestelmän osaksi, jos Design Oy haluaa hakea ISO 9001 – sertifikaattia. Standardin vaatimusten mukaisen toimintamallin luominen on jokatapauksessa järkevää laadullisen toiminnan kehittämistä ajatellen.

Tavoitteeni on löytää ne keinot ja tavat, joiden avulla Design Oy pystyisi paremmin käsittelemään asiakasvalitukset. Tavoitteena on asiakastyytyvyyden parantaminen, kustannuksien vähentäminen, asiakasvalitusten parempi dokumentointi ja sen pohjalta saatava informaatio sekä vastuualueiden ja toimenkuvien määrittelyn selkeyttäminen.

2 Kaupan sääntely

Opinnäytetyön aihealueeseen liittyvät olennaisesti kauppaa koskeva lainsäädäntö, kuluttajakaupassa kuluttajien lainsäädännölliset oikeudet, kuluttajien asemaa valvova Kuluttajavirasto ja riitatilanteissa kuluttajaa opastava Kuluttajariitalautakunta. Reklamaatioissa lainsäädännön määrittelemät vastuut ja oikeudet ovat usein yksiselitteisiä, jolloin reklamaation aiheuttamat toimenpiteet on suoritettava niiden mukaisesti. Yritysten välisissä kaupoissa on kuitenkin voimassa sopimusvapaus, jolloin yritysten keskinäiset sopimukset voivat määritellä vastuualueet eri tavoin kuin lainsäädännössä. Kuluttajakauppaa taas sääntelee pakottava lainsäädäntö, mistä ei voi poiketa millään tavoin. Riitatilanteissa yritysten välisissä kaupoissa sopimusten merkitys on suuri vastuiden määräytymisessä ja riitatilanteiden ratkaisu käsitellään tuomioistuimissa, jos yhteiseen sopimukseen ei muutoin päästä. Kuluttajakaupassa lainsäädäntö määrittää kuluttajan heikommaksi osapuoleksi, jolloin kuluttajien oikeuksiin on puututtu selkeästi yksityiskohtaisemmin kuin yritysten välisiin kauppoihin sovellettavassa Kauppalaissa. Kuluttajien asemaa ristiriitatilanteissa parantaa myös Kuluttajavirasto sekä Kuluttajariitalautakunta. Kuluttaja voi kääntyä näiden toimielinten puoleen saadakseen soviteltua ristiriitatilanne yrityksen kanssa ennen kuin riitatilanne viedään tuomioistuimen käsiteltäväksi. Reklamaatioiden käsittelyssä on siis tärkeää tuntea keskeinen lainsäädäntö sekä kuluttajien asemaa parantavien toimielinten vaikutusmahdollisuudet.

Yritysten välistä kauppaa tai yritysten ja kuluttajien välistä kauppaa säännellään monin eri normein. Seuraavaksi käsittelen lainsäädännöstä sellaisia kohtia, jotka liittyvät tämän opinnäytetyön aihealueeseen. Olen poiminut lakien sisällöistä sellaisia kohtia, jotka olennaisesti liittyvät kahden osapuolen väliseen kauppaan ja kaupasta syntyvään reklamaatioon. Lainsäädäntö yritysten välisessä kaupassa on erilainen kuin yritysten ja kuluttajien välillä käytävässä kaupassa. Yritysten välistä kauppaa sääntelee pääsääntöisesti Kauppalaki, kun taas kuluttajakaupassa Kuluttajansuojalaki suojaa kuluttajan asemaa kaupan ehtojen ja vastuiden osalta. Lakeja ja muita

lainsäädäntöön liittyviä asioita voi tutkia Valtion säädöstietopankista, osoitteesta www.finlex.fi.

2.1 Yritysten välinen kauppa

Yritysten ja elinkeinonharjoittajien välisiä kauppvoja sääntelee tahdonvaltainen Kauppalaki. Laki ei ole pakottava, vaan sitä sovelletaan ellei muuta ole sovittu sopimuksella osapuolten välillä, tai ellei vallitsevan käytännön tai kauppatavan mukaisesti tule toimia toisin.

2.1.1 Kauppalaki 27.3.1987/355

Kauppalaki koskee irtaimen omaisuuden kauppaa, sekä soveltuvin osin myös irtaimen omaisuuden vaihtoa. Laissa määritellään se hetki, milloin tavaran luovutus tapahtuu ja milloin vaaranvastuu tavarasta siirtyy ostajalle. Vaaranvastuu määrittelee sen, kuka on velvollinen korvaamaan tuotteelle aiheutunut vahinko. Jos vaaranvastuu on ostajalla, on hänen maksettava kauppahinta myyjälle siitä huolimatta, että tuote olisi hajonnut tai kadonnut matkalla ostajalle. Myyjän on kuitenkin huolehdittava siitä, että tuote on pakattu asianmukaisella tavalla, sekä merkitty asiaankuuluvien merkinnöin, kuten riittäväillä osoitetiedoilla. Laissa käsitellään myös muita myyjän ja ostajan oikeuksia ja vastuita kauppaan liittyvissä tapahtumissa, kuten sopimusrikkomusten seuraamuksia sekä oikeudellisia vastuita.

Tavaran luovutuksen viivästyminen

Tuotteen luovutuksen viivästyminen kohdalla ostajalla on oikeus vaatia sopimuksen täyttämistä, purkaa kauppa tai vaatia vahingonkorvausta, mikäli viivästyminen ei aiheudu ostajasta. Myyjä ei kuitenkaan ole velvollinen täyttämään sopimusta, jos myyjällä on olemassa sellainen este, jota ei voi voittaa tai se vaatisi kohtuuttomia uhrauksia. Jos viivästyminen aiheutuu myyjän huolimattomuudesta, on ostajalla aina oikeus vaatia vahingonkorvausta.

Kauppan purku oikeus ostajalle tulee kyseeseen silloin, kun sopimusrikkomuksella on ostajalle olennainen merkitys, ja myyjä on käsittänyt

asian tai hänen olisi pitänyt se käsittää. Jos ostaja on asettanut toimitukselle lisäajan, hän voi purkaa kaupan, mikäli tavaraa ei luovuteta lisäajan kuluessa. Jos kyseessä on tuote, joka on valmistettu erikseen ostajaa varten, eikä myyjä voi tuotetta ilman huomattavaa tappiota käyttää hyväkseen muulla tavoin, on kaupan purkuoikeus ostajalla vain siinä tapauksessa, että kaupan tarkoitus jää hänen osaltaan olennaisesti saavuttamatta.

Vahingonkorvaukseen ostajalla on oikeus, kun hän kärsii viivästyksestä ja myyjä ei ole ilmoittanut sellaisesta esteestä, johon myyjä ei voi vaikuttaa. Samoin menetellään tilanteessa, jossa myyjän apuna käyttämä taho viivästyy toimituksesta, esimerkiksi tavarantoimittaja. Näin ollen ostajalla on aina myyjään nähden oikeus vahingonkorvaukseen. Ostajan on kuitenkin ilmoitettava mahdollisesta kaupan purkamisesta tai vahingonkorvausvaateesta kohtuullisessa ajassa myyjälle.

Tavaran virheen seuraamukset

Tuotteessa oleva virheen korjaus kuuluu aina myyjälle, ellei ostaja ole virheestä tiennyt jo ostohetkellä. Ostajalla on oikeus vaatia virheen korjaamista, uutta toimitusta, vaatia hinnanalennusta taikka kaupan purkua, sekä lisäksi vaatia vahingonkorvausta. Reklamaatio havaitusta virheestä on tehtävä myyjälle kohtuullisen ajan kuluessa.

Ostaja voi vaatia virheen korjaamista ilman että ostajalle aiheutuu siitä kustannuksia, ja mikäli virhe voidaan korjata siten, että myöskään myyjälle ei aiheudu siitä kohtuuttomia kustannuksia. Myyjällä on myös aina mahdollisuus virheen korjaamisen sijaan toimittaa ostajalle kokonaan uusi tuote.

Hinnanalennusta ja kaupan purkua ostaja voi vaatia silloin, kun virheen korjaaminen tai uuden toimitus ei ole mahdollista, tai reklamaatiota ei ole hoidettu kohtuullisen ajan kuluessa.

Oikeus vahingonkorvaukseen syntyy silloin kun myyjä on menetellyt huolimattomasti tai tavara poikkeaa siitä mitä se on ollut kaupantekohetkellä.

2.2 Yrityksen ja kuluttajan välinen kauppa

Lainsäädännön tarkoituksena on selventää yrityksen ja kuluttajan välille syntyviä vastuita. Vaikka molemmilla osapuolilla on sekä velvollisuuksia että oikeuksia, saattaa yritys kuitenkin hyvän asiakaspalvelun ja jälkimarkkinoinnin takia antaa kuluttajalle lain edellyttämää paremman korvauksen tai muun vastaavan hyvityksen. Lainsäädäntöä on noudatettava, mutta usein asiakas ei välttämättä tiedä omia velvollisuuksiaan tai oikeuksiaan tarkoin. Tällöin yrityksen on usein järkevämpää pitää asiakastyytyväisyydestä kiinni, kuin vaatia lain noudattamista. Esimerkkinä voidaan mainita palautusoikeuden eli kaupan purkuoikeuden säännöksiä. Yleistä kaupan purkuoikeutta virheettömän tavaran tai palvelun kohdalla ei ole kuin etä- ja kotimyynissä. Usein yritysten käyttämä 14 vuorokauden palautusoikeus kaikissa kauppatavoissa on yritysten vapaaehtoista asiakaspalvelua, eikä siten perustu mitenkään lainsäädäntöön.

Lainsäädäntö käsittelee kuluttajakauppaa tarkoin niin kuluttajan kuin yrityksenkin osalta. Kuluttajakauppaa sääntelee pääsääntöisesti Kuluttajansuojalaki kaupan ehtojen ja vastuiden osalta, mutta myös esimerkiksi riitatilanteiden osalta lainsäädäntö pyrkii parantamaan heikomman osapuolen eli kuluttajan asemaa.

2.2.1 Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38

Kuluttajansuojalaki koskee kulutushyödykkeiden tarjontaa, myyntiä ja muuta markkinointia elinkeinonharjoittajilta kuluttajille. Lain tarkoituksena on selventää sekä myyjän että ostajan oikeuksia ja velvollisuuksia kaupanteon yhteydessä. Laissa määritellään hyvän tavan vastainen toiminta ja menettelytavat, niin markkinoinnin kuin myyntitapahtumankin osalta. Laki käsittää myös sopimusehdot, sopimuksien sovittelun ja tulkinnan, koti- ja etämyynnin, rahoituspalveluiden etämyynnin, kulutusluottojen myynnin, taloelementtien kaupan ja rakennusurakat sekä aikaosuuksuasuntojen markkinoinnin ja kaupan. Kuluttajansuojalaki on pakottava, eli siitä ei voi poiketa millään tavoin erikseen sopimalla.

Tämän opinnäytetyön aihealueeseen liittyy Kuluttajasuojanlain 5. luku, joka käsittelee kuluttajankauppaa. Luvun säännökset koskevat tavaran kauppaa, jossa myyjänä on elinkeinonharjoittaja ja ostajana kuluttaja.

Tavaran luovutus ja vaaranvastuun siirtyminen

Tavara luovutus tapahtuu siellä, missä myyjällä on liikepaikka kaupantekohetkellä, tai jos muusta ei ole sovittu, on myyjän toimitettava tavara ostajalle. Tavara katsotaan luovutetuksi kun ostaja on sen saanut hallintaansa. Poikkeuksen aiheuttaa tilanne, jossa myyjä on sopinut tavaran asennettavaksi tai koottavaksi asiakkaalle, silloin luovutus on tapahtunut vasta kun nämä velvoitteet on täytetty.

Vaaranvastuu siirtyy ostajalle luovutuksen yhteydessä. Myyjällä säilyy kuitenkin vaaranvastuu tuotteesta, jos ostaja on tehnyt toimituksesta virheilmoituksen. Vaaranvastuu pysyy myyjällä niin kauan kunnes tavara luovutetaan takaisin ostajalle. Avoimessa kaupassa vaaranvastuu siirtyy ostajalle, kun tuote on luovutettu hänelle. Vaaranvastuu palautuu myyjälle tässä tapauksessa vasta kun tuote on palautettu takaisin myyjälle.

Tavaran luovutuksen viivästymisestä ostajalla on oikeus vaatia myyjältä sopimuksen täyttämistä, sekä pidättäytyä maksamasta kauppahinnasta sitä osaa, johon hänellä on viivästyksen perusteella oikeus. Vastaavasti myyjällä on velvollisuus täyttää sopimus, mikäli hänellä ei ole sellaista estettä, jota ei voi voittaa tai jos sopimuksen täyttäminen aiheuttaisi kohtuuttomia kustannuksia myyjälle verrattuna sopimuksen täyttämisen merkitykseen ostajalle. Jos viivästys on olennainen, on ostajalla oikeus purkaa kauppa. Vahingonkorvaukseen ostajalla on oikeus silloin, kun viivästys aiheuttaa ostajalle sellaisen vahingon, joka aiheutuu viivästymisestä. Vahingonkorvaukseen ei ole kuitenkaan oikeutta, jos viivästymisen on aiheutunut sellaisesta esteestä, jota myyjä ei ole voinut estää tai voittaa.

Tavaran ominaisuudet ja virheet

Kuluttajansuojalain 5:nen luvun pykälissä 12–22, käsitellään tavaran ominaisuuksia, laatua, asennuksia, takuuta ja myyjän velvollisuuksista korvata tuote tai aiheutuneet vahingot. Yleinen virhesäännös määrittelee, että tavara on lajiltaan, määrältään, laadultaan, muilta ominaisuuksiltaan ja pakkaukseltaan vastattava sitä, mitä voidaan katsoa sovitun. Tuotteessa on virhe myös silloin kun kauppaan kuuluva asennus ei ole sovitun kaltainen.

Tavarassa olevaksi virheeksi määritellään myös se, jos ostajalle ei luovuteta ohjeita jotka ovat tarpeen asentamiseen, käyttöön, kokoonpanoon, hoitoon tai säilytykseen liittyen. Lisäksi tuotevirheeksi luetaan sellainen puuttuva ominaisuus tai käyttömahdollisuuden puute, joka on ilmoitettu markkinoinnissa. Tuotevirhettä ei kuitenkaan ole, jos tuote on myyty käyttäen esimerkiksi varaumana ”Sellaisena kuin se on” -ehtoa. Varauman käyttö ei kuitenkaan anna myyjälle mahdollisuutta laiminlyödä sellaisten tietojen antamisessa ostajalle, jotka voivat vaikuttaa kaupan syntymiseen.

Takuu tarkoittaa sitä ajanjaksoa, jonka myyjä on antanut tuotteen käyttökelpoisuudelle tai muille ominaisuuksille. Takuu on voimassa, jos tuote huonontuu takuun tarkoittamalla tavalla ajanjakson aikana. Takuu ei kuitenkaan koske sellaisia tilanteita, joissa tavara on huonontunut virheellisen käytön tai muun vastaavan käsittelyn seurauksena.

Ostajalla on oikeus vaatia virheen oikaisua. Virhe on oikaistava korjaamalla tai vaihtamalla tuote kohtuullisessa ajassa siten, että ostajalle ei aiheudu siitä kustannuksia. Myös hinnanalennus voi tulla kyseeseen, jos ostaja siihen suostuu. Kaupan purkuun ostajalla on oikeus vain siinä tapauksessa, jos virhe ei ole vähäinen. Vahingonkorvaukseen ostajalla on oikeus, jos virhe on aiheuttanut hänelle vahinkoa. Korvaukseen ei ole kuitenkaan velvollisuutta silloin, jos virhe aiheuttaa sellaisen välillisen vahingon, joka ei aiheuta suoranaista taloudellista vahinkoa. Myyjä on kuitenkin aina korvausvelvollinen myös välillisiin vahinkoihin, jos virhe johtuu myyjän huolimattomuudesta. Lisäksi

tuotteen virheen aiheuttaman vahinko muulle omaisuudelle on korvattava, jos omaisuudella on välitön käyttöyhteys myytyyn tuotteeseen.

Ostajan velvollisuudet

Ostajan velvollisuuksia käsitellään 5:n luvun pykälissä 23–28. Näihin sisältyy kauppahinnan määräytyminen, maksuajankohta, tilauksen peruuttaminen, viivästyskorko, myyjän oikeus purkaa kauppa sekä oikeus vahingonkorvaukseen.

Kauppahinta määräytyy sen mukaan mitä on sovittu tai sen puuttuessa tuotteen sen hetkisen käyvän arvon mukaan. Tuote on maksettava sovitun mukaan tai sen puuttuessa kun myyjä sitä vaatii, ei kuitenkaan ennen kuin tavara on sopimuksen mukaisesti ostajan saatavilla. Myyjällä on oikeus purkaa kauppa, jos ostaja viivästyy olennaisesti maksun suorittamisesta.

Myyjällä on oikeus vahingonkorvaukseen silloin, kun ostaja rikkoo sopimuksen peruuttamalla tilauksen ennen tavaran luovutusta. Myyjällä ei kuitenkaan ole oikeutta vaatia ostajaa pysymään sopimuksessa ja vaatia kauppahinnan maksamista. Myyjällä on oikeus periä ostajalta tilauksesta aiheutuneet kustannukset niiltä osin, kun ne ovat aiheutuneet tilauksen peruuttamisesta. Muista vahingoista myyjällä on oikeus korvaukseen, joka on kohtuullinen ottaen huomioon tavaran hinta, sopimuksen purkamisen tai peruutuksen ajankohta, suoritettut toimenpiteet ja muut seikat.

2.2.2 Laki kulutustavaroiden ja kuluttajapalvelusten turvallisuudesta

30.1.2004/75

Laki käsittelee sellaisia kulutustavaroita ja kuluttajapalveluksia, jotka ovat tarkoitettuja käytettäväksi olennaisessa määrin yksityiseen kulutukseen. Elinkeinonharjoittajan on varmistuttava siitä että tuote tai palvelu ei aiheuta vaaraa kuluttajalle tai häneen verrattavissa olevaan henkilöön. Tuotteen tai palvelun käyttö ei saa aiheuttaa vaaraa käyttäjän terveydelle tai omaisuudelle. Elinkeinonharjoittajan on myös annettava kuluttajalle sopivalla tavalla riittävät

käyttö- tai toimintaohjeet, varoituksia tai muuta tietoa tuotteen tai palvelun käyttöön liittyvän vaaran välttämiseksi.

Lain valvonta on Turvatekniikan keskuksella tai sellaisella viranomaisella, joka valvoo muun lainsäädännön nojalla tuotteiden tai palveluiden turvallisuutta. Turvatekniikan keskus tai muu vastaava valvontaviranomainen voi kieltää elinkeinonharjoittajalta tuotteen tai palvelun valmistamisen tai myynnin.

Elinkeinonharjoittaja voidaan velvoittaa vaarallisen tuotteen kohdalla korjaamaan tuote, vaihtamaan se turvalliseen tuotteeseen tai purkamaan kauppa.

2.3 Ristiriitatilanteiden ratkaisu

Kuluttajien ja yritysten välille saattaa ajoittain syntyä sellaisia ristiriitoja, joita osapuolet eivät saa ratkottua keskenään. Heikomman osapuolen, eli tässä kohtaa kuluttajan hyväksi on perustettu erilaisia puolueettomia toimielimiä, joiden puoleen kuluttaja voi kääntyä. Lainsäädännössä kuluttajan asemaa on parannettu säätämällä laki kuluttajaneuvonnasta. Lisäksi kuluttajalla on mahdollisuus kääntyä sekä Kuluttajaviraston että Kuluttajariitalautakunnan puoleen. Seuraavaksi esittelen lyhyesti näiden pääpiirteet.

2.3.1 Laki kuluttajaneuvonnasta 5.12.2008/800

Laki määrittelee kuluttajaneuvonnan sisällön, järjestämisen sekä sen tuottamisen. Kuluttajaneuvonnan tarkoituksena on antaa kuluttajille ja elinkeinonharjoittajille tietoa merkittävistä asioista ja kuluttajan oikeudellisesta asemasta. Neuvonnalla pyritään myös avustamaan kuluttajaa sekä elinkeinonharjoittajaa ristiriitatilanteissa ratkaisemaan asia ja pyrkimään sovintoratkaisuun. Lisäksi kuluttajaneuvonta ohjaa kuluttajaa tarvittaessa asianmukaiseen oikeussuojaa antavaan toimielimeen.

Kuluttajaneuvonnan yleinen johto, ohjaus ja valvonta kuuluvat Kuluttajavirastolle ja kuluttajaneuvonnan antaminen maistraatille. Maistraatti voi kuitenkin ostaa palvelun tehtävän hoitamiseen sopivalta palvelun tuottajalta.

Kuluttajaneuvonnan on kuitenkin oltava maksutonta, ainoastaan erityistoimenpiteitä aiheuttavista suoritteista voidaan periä maksu.

2.3.2 Kuluttajavirasto

Yksityinen henkilö voi hakea tietoa ja neuvoja kuluttajan oikeuksista kuluttajavirastosta. Kuluttajavirasto opastaa ristiriitatilanteissa kuluttajaa sopimaan riitatilanne myyjän kanssa. Kuluttajavirasto yrittää sovittaa ristiriitatilannetta vasta, jos kuluttaja ei itse pääse sovintoratkaisuun myyjän kanssa. Mikäli sovintoratkaisuun ei päästä silloinkaan, voidaan riita viedä kuluttajariitalautakunnan ratkaistavaksi ja vasta viimeisenä hakea ratkaisua oikeusteitse.

Kuluttajaviraston toimintaa esitellään laajasti viraston internetsivuilla osoitteessa www.kuluttajavirasto.fi. Kuluttajaviraston tehtävänä on kuluttajan aseman turvaaminen ja vahvistaminen yhteiskunnassa. Viraston tehtäväkenttä käsittää lähes kaikki kulutushyödykkeet tavaroista palveluihin sekä käytännössä kaikki liiketoimintaprosessin vaiheet kuten valmistuksen, markkinoinnin, sopimusehdot, perinnät, virhetilanteet ja ympäristökysymykset. Viraston toiminta on säädely lainsäädännöllä ja se kuuluu työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalalle. Kuluttajaoikeudellisen lainsäädännön valmistelu kuuluu oikeusministeriön hallinnonalalle.

2.3.3 Kuluttajariitalautakunta

Kuluttajariitalautakunnan toiminnasta löytää tietoa internetosoitteesta www.kuluttajariita.fi. Kuluttajariitalautakunta on puolueeton ja riippumaton ratkaisuelin, joka koostuu tasapuolisesti kuluttajista sekä elinkeinonharjoittajista. Lautakunta ratkaisee kuluttajan ja elinkeinonharjoittajan välisiä riitatilanteita mm. kulutustavaroiden ja – palveluiden osalta. Lautakunnan käsittely on maksutonta ja sen kulut katetaan valtion tulo- ja menoarviosta. Lautakunnan päätökset perustuvat aina lakiin, mutta päätökset ovat aina suosituksia eikä niitä voida panna täytäntöön pakkotoimin.

3 Reklamaatiot osa jälkimarkkinointia

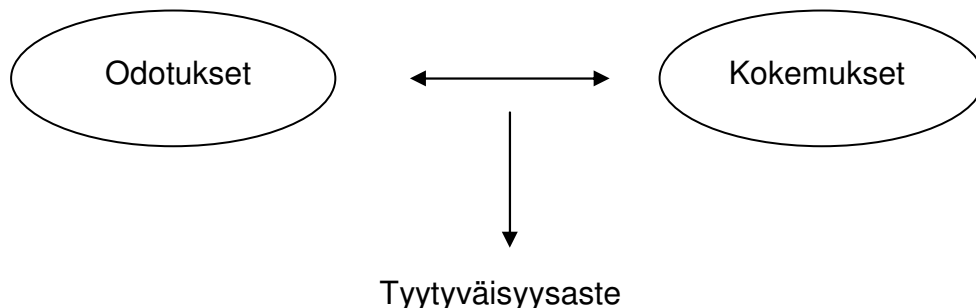
3.1 Asiakastyytyväisyys ja taloudelliset näkökulmat

Liiketoiminta ei voi perustua jatkuvasti vain uusasiakashankintaan. Hyvän liikevaihdon ja katteen ylläpitäminen sekä kasvattaminen edellyttävät voimassa olevien asiakkaiden hyvää ja oikeanlaista hoitamista sekä jalostamista. (Rubanovitsch, Haasteena myynnin johtaminen, s.70.) Kiristynyt kilpailu, sääntelyn purkaminen niin koti- kuin ulkomaan kaupassa, lainsäädännön merkitys sekä asiakkaiden kasvaneet laatuodotukset ovat johtaneet siihen, että yritysten on keskityttävä entistä enemmän asiakaslähtöisyyteen ja asiakastyytyväisyyteen. Asiakastyytyväisyyden tasoa voidaan mitata ja selvittää sen avulla asiakkaiden toiveita ja tarpeita. Asiakkaiden toiveiden ja tarpeiden pohjalta voidaan pyrkiä määrittelemään ja ymmärtämään niitä tekijöitä ja tuotteita, jotka ovat asiakastyytyväisyyden kannalta merkittävimmät. Näiden pyrkimysten takana on käsitys siitä, että asiakastyytyväisyys vaikuttaa merkittävästi sekä yrityksen asiakasuskollisuuteen että viime kädessä myös yrityksen liiketaloudelliseen menestykseen. (Turun Kauppakorkeakoulu, Asiakastyytyväisyyden osatekijät ja edellytykset, s. 131.)

Asiakkaan palveluun kohdistuvat laatuodotukset vaihtelevat paljon. Asiakas määrittelee oman laatuodotuksensa palvelun suhteen mielikuvien, aikaisempien kokemusten, asenteiden, tunteiden ja imagon mukaan. Voidaan siis olettaa että laadukkaan tuotteen kohdalla asiakas odottaa myös palvelulta laadukasta tasoa. Palvelun ydinosalta asiakas odottaa oikeutetusti vähintään hyväksyttävää laadun tasoa, eikä kovinkaan herkästi murehdi pienistä laatuongelmista, jos asiakkuus kokonaisuudessaan toimii hyvin. (Rissanen, Hyvän palvelun kehittäminen, s. 214-215.)

Asiakkaan tyytyväisyyden vastinparina ovat aina asiakkaan odotukset palvelun tai tuotteen osalta. Odotusten suuruuteen vaikuttavat kokemusten kautta suhteutuvat henkilöstö- ja miljöökontaktit, sekä tuote- ja tukijärjestelmäkontaktit. (Rope, Suuri markkinointikirja, s.538.)

Rope kuvaa tätä kokemusten ja odotusten välistä suhdetta seuraavan kuvion avulla (Rope, Suuri markkinointikirja, s.538):



Kuvio 1. Odotusten ja kokemusten muodostama tyytyväisyys

Kuviossa oleellista on, että odotustaso muodostaa lähtökohdan ja vertailuperustan kokemuksille (Rope, Suuri markkinointikirja, s.538). Koska Design Oy:n asiakaskunnan laatuodotukset tuotteille ja palvelulle ovat pääsääntöisesti korkeat, voidaan päätellä kuvion 1 mukaisesti, että kokemusten tulisi myös olla korkealuokkaisia, jotta asiakastyytyväisyys toteutuisi.

Yrityksen menestykseen ei siis vaikuta niinkään yrityksen kyky hankkia uusia asiakkaita, vaan ennemminkin sen taidosta säilyttää nykyiset asiakkaat. Uudelleen ostava tyytyväinen asiakas on yrityksen paras mainostaja (Rubanovitsch, Haasteena myynnin johtaminen, s.77). Markkinoinnissa asiakastyytyväisyystyö voidaan määritellä siihen työkenttään, jossa aikaansaatu kauppa pyritään valjastamaan tyytyväisyyden kautta tulokselliseksi asiakassuhteeksi (Rope, Suuri markkinointikirja, s.535).

Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavien palveluiden laaduttomuuden torjumisessa saattaa esiintyä monia vastakohtaisuuksia. Laatukustannuksia saattavat aiheuttaa eniten sellaiset toiminnot, joita ei voida seurata erilaisien mittarein, mutta nämä saattavat aiheuttaa kuitenkin eniten laatukustannuksia. Näitä hankalasti määriteltäviä laatukustannuksia ovat sellaiset turhat työt ja etsimiset, jotka olisi voitu välttää selkeämmillä ohjeilla tai toimintatavoilla. Ohjeiden tai

toimintatapojen puutteet tai niiden kokonaan puuttuminen aiheuttaa mahdollisesti paljonkin ylimääräistä työtä, eikä näiden kustannuksia osata arvioida. Reklamaatiot, valitukset ja takuutyöt taas ovat tiiviin seurannan kohteita helpon mittaamisen ja kustannusten kohdistamisen takia. Vaikka syy-seuraussuhteet sähläyksen ja esimerkiksi reklamaatioiden välillä tunnetaan, jää analyttinen ja järjestelmällinen työ kuitenkin tekemättä kustannusvaikutusten selvittämiseksi. (Kauppa- ja teollisuusministeriö, Laatutoiminta suomalaisissa yrityksissä, s. 97.)

Tunnetun amerikkalaisen laatuasiantuntijan Philip B. Crosby'n kirja, *Quality Is Free*, joka on käännetty suomeksi nimellä *Laatu on ilmaista*, ilmaisee laatuajattelua mielenkiintoisesti. Crosby'n mukaan laatu on ilmaista, ainoastaan sen poikkeamat maksavat. Lause käsittää kaiken oleellisen mitä tulee laadun merkitykseen kustannuksia määriteltäessä. Vaikka laatua ei synny ilmaiseksi, niin usein laadun poikkeamien korjaus maksaa enemmän kuin se, että laatu olisi ollut jo alun perin hyväksyttävää tasoa. Sama laatuajattelu koskee niin tuotteita kuin palveluakin. (Philip B. Crosby, *Laatu on ilmaista*, s.1.)

Samanlaiseen ajattelumalliin pohjautuu myös japanilaisen Genichi Taguchi'n laatumalli. Taguchi on laajasti tunnettu maailmalla omaperäisestä laadun määritelmästä ja laadunohjauksen työkaluistaan. Taguchi korostaa ennaltaehkäisevää toimintaa ja kokonaiskustannuksia perinteisen virhekustannusten tarkastelun sijaan. Taguchi'n hävikkikustannusajattelu määrittelee laadun minimihävikiksi, kun hävikkiin luetaan mukaan myös kaikki haitalliset sivuvaikutukset. (Hokkanen, *Laatuun johtaminen*, s. 52-89.)

Ylläolevien perusteella voidaan päätellä, että asiakastyytyväisyys on suoraan verrannollinen laadun tasoon, ja toisaalta laadun tason kustannuksiksi voidaan määritellä sen puuttumisen aiheuttamia kustannuksia. Sama voidaan esittää myös siten, että laadun tason nostaminen pienentää kustannuksia ja kasvattaa asiakastyytyväisyyttä. On myös huomioitava, että laadun nostamisen kustannus ei saa ylittää siitä saatuja hyötyjä, mikäli tavoitteena on taloudellinen päämäärä. Jos taas tavoitteena on asiakaskeskeinen ajattelutapa, niin silloin

asiakastyytyväisyyden arvon määrittäminen määrittelee laadun nostamisen kustannusrajat.

3.2 Palautteen tärkeys ja sen saaminen

Reklamaatiotilanteessa on usein kysymys yksittäisestä, monesti hyvinkin pienestä seikasta, joka on suuttanut asiakkaan. Asiakas on saattanut päätyä reklamaation tekoon esimerkiksi väärinymmärryksen tai mielestään riittämättömän palvelun osalta. Samoin tuotteessa voi olla sellainen ominaisuus, joka kuuluu tuotteeseen, mutta asiakas käsittää sen virheeksi. Esimerkiksi asiakkaan odotukset voivat olla tuotteen laadun osalta suuremmat, kuin mitä laatu tuotteessa todellisuudessa on. Näissä tapauksissa yhteyshenkilön soitto voi pelastaa tilanteen, ja reklamaation käsittelystä saattaa syntyä asiakassuhdetta vahvistava myyntitilanne. On mahdollista, että hyvin hoidettu reklamaatio saattaa antaa mahdollisuuden lisäkauppaan ja asiakaskannattavuuden parantamiseen. Moni yritys laiminlyö reklamaatioiden käsittelyn, joten reklamaatioihin vakavasti suhtautuva yritys erottuu myönteisesti kilpailijoistaan (Rubanovitsch, Haasteena myynnin johtaminen, s.86). Tyytymätön asiakas todennäköisesti kertoo saamastaan kohtelusta tuttavilleen ja ystäväpiirilleen, jolloin hän on yritykselle huonointa mahdollista mainosta. Vastaavasti palveluun tyytyväinen asiakas vie myönteistä viestiä ja tuo uusia asiakkaita. (Kannisto, Asiakaspalvelu, s.158.) Tämä on tärkeää huomioida, koska sosiaaliset tekijät vaikuttavat ostokäyttäytymiseen. Ostokäyttäytyminen muovautuu vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa (Bergström, Yrityksen asiakasmarkkinointi, s.101.)

Kun asiakas antaa palautetta, joko positiivista tai negatiivista, on hän sitoutunut yritykseen. Asiakas kertoo uhraamallaan ajalla, että hän on kiinnostunut tuotteesta ja haluaa, että sitä kehitetään. Negatiivisella palautteella asiakas osoittaa yritykselle kunnioitusta ja lojaaliutta antamalla sille toisen mahdollisuuden. (Kannisto, Asiakaspalvelu, s.162.) Palautteeseen kuuluu myös vastata kuten reklamaatioihinkin, vaikka usein palautteen tarkoituksena ei ole saada varsinaista vastinetta palautteen aiheelle, vaan ainoastaan antaa

mielipide tuotteesta tai palvelusta yritykselle. Myös palautteeseen tulisi antaa nopeasti vastaus, samoin kuin reklamaatioihin.

Yrityksen tulisi myös huomioida, että asiakasta rohkaistaan palautteen antamiseen siitä huolimatta, että palaute olisi negatiivistakin. Rohkaisu palautteen antamiseen on tärkeää, koska osa asiakkaista pelkää joutuvansa hankalan asiakkaan maineeseen antaessaan palautetta. Samoin palautteen vastaanottaminen on otettava vastaan asiakkaalta siinä muodossa kuin hän sen haluaa antaa ja välittömästi. (Kannisto, Asiakaspalvelu, s.162-163.)

Asiakastyytyväisyystyö nivoutuu myös siihen toimintaan, jonka kautta pyritään tyytyväisyyspalautteen avulla kehittämään yrityksen toimintaa entistä kilpailukykyisempään ja tuloksellisessa näkökulmassa asiakkaita miellyttävään suuntaan (Rope, Suuri markkinointikirja, s.535).

Rope määrittelee, että ihmisten reagointi yritystä kohtaan muodostuu tyytyväisyysasteen mukaisesti. Nämä reagoinnit hän jaottelee seuraavasti:

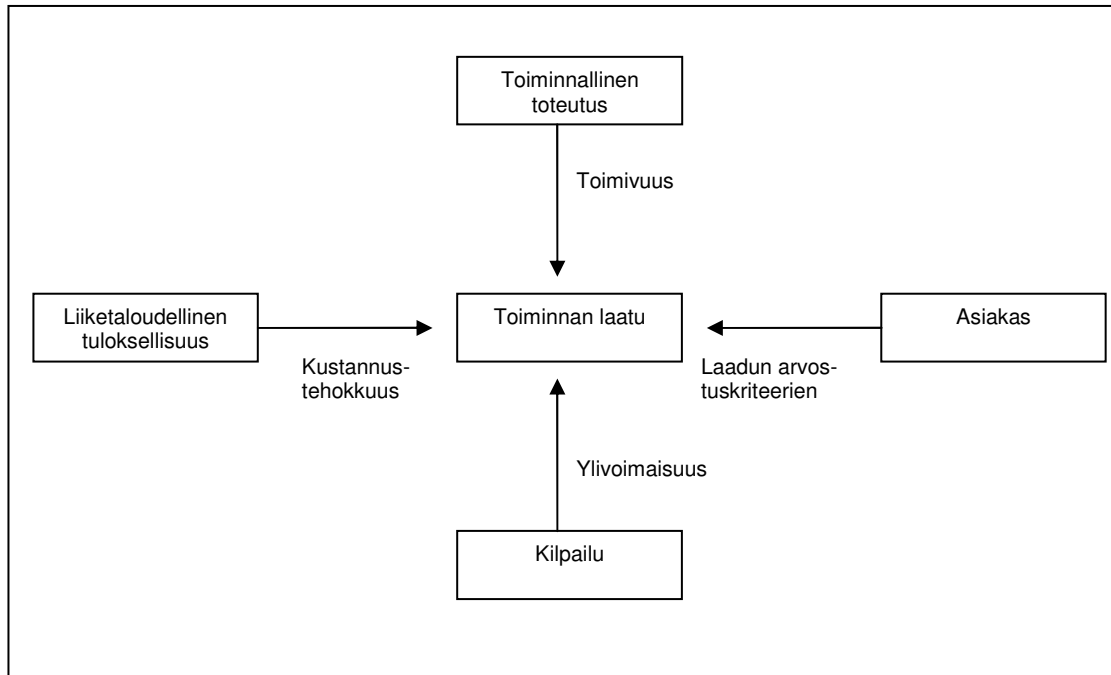
- Syvästi pettyneet
- Lievästi pettyneet
- Odotusten mukaisesti kokemukset saaneet
- Lievästi myönteisesti yllättyneet
- Vahvat myönteiset yllätykset

Syvästi pettyneet sekä vahvoja myönteisiä yllätyksiä saaneet asiakkaat antavat yleensä omatoimisesti palautetta yritykselle. Syvästi pettyneet reagoivat valituksin, asiakassuhteen katkaisemalla ja negatiivisen sanan levittämällä, kun taas myönteisesti yllättyneet kiittävät yritystä sekä saattavat kertoa yrityksestä myönteisesti ystäväpiirilleen. Lievästi pettyneet, odotusten mukaiset kokemukset saaneet sekä lievästi yllättyneet eivät yleensä anna palautetta yritykselle. Ropen mukaan palautteen saaminen näiltä ryhmiltä olisi mahdollista, mikäli yrityksellä olisi järjestelmä, jolla palautteet kerättäisiin kaikilta asiakkailta. (Rope, Suuri markkinointikirja, s. 547-548.)

3.3 Laatujärjestelmän merkitys

Reklamaatiotilanteen hoitamiseen on hyvä luoda yrityksessä selkeä toimintamalli, jonka pohjalta henkilöstö voi antaa asiakkaalle riittävät tiedot reklamaation käsittelystä. Jos toimintamalli puuttuu tai asiakkaan tilanne poikkeaa mallista, voi tilanteen hoitaminen ja mahdollisen vahingon korvaaminen pitkittyä. Ongelmien sattuessa asiakas on aina pidettävä ajan tasalla. Pahinta on se, että viivästyksen ilmetessä hänelle ei kyetä kertomaan uutta aikataulua. Huonosti toimiva palvelu aiheuttaa asiakkaille aina vain enemmän ja harmillisempia ongelmia. Lopulta se vie luottamuksen, tahraa yrityksen maineen ja saa asiakkaat ja asiakaspalvelijat kaikkoamaan. (Kannisto, Asiakaspalvelu, s.159-164.)

Rope tarkastelee kirjassaan asiakastyytyväisyyden laatukeskustelua kolmen hieman erilaisen näkökulman ympärillä: palvelun laatu, kokonaislaadun kehittäminen sekä laatustandardit. Vaikka näkökulmat ovat hieman toisistaan poikkeavia, eivät ne kuitenkaan ole vastakkaisia. Tilanne on sama asiakastyytyväisyysjohtamisen laatukäsitteen kanssa. Vaikka näkökulma ei olekaan suoraan yhtenevä minkään edellä esitetyn kanssa, ei asiakastyytyväisyysjohtamisen näkökulma ole myöskään vastakkainen, vaan kaikkien kanssa yhdentyvä. Tätä toiminnallista laatua havainnollistamaan Rope on luonut seuraavan kuvion:



Kuvio 2. Laadun tarkastelunäkökulmat

Kuvion mukaisesti laatua voidaan tarkastella neljästä erilaisesta näkökulmasta:

- Kilpailunäkökulmainen laatu
- Toteutusnäkökulmainen laatu
- Liiketalouslaatu
- Asiakastyytyväisyyslaatu

Toiminnallinen laatu koostuu siis näistä neljästä laadun tarkastelunäkökulmasta, jotka yhdessä muodostavat toteutuvan asiakastyytyvyyden. (Rope, Suuri markkinointikirja, s. 552-554.)

Design Oy:n näkökulmasta toiminnallisen laadun merkitys korostuu korkealuokkaisten tuotteiden vaikutuksesta. Asiakkaat odottavat korkealuokkaista laatua niin tuotteiden kuin palvelunkin osalta. Näitä tukemassa tulisi olla korkealuokkainen toiminnallinen toteutus myös reklamaatioiden käsittelyn osalta. Toiminnallinen toteutus johtaa myös liiketaloudelliseen tuloksellisuuteen niin selkeiden toimintatapojen kuin laatumääritelmienkin avulla. Kilpailu korkealuokkaisten tuotteiden myynnissä on suurta, jolloin myös

palvelun laadun merkitys kilpailutekijänä on suuri ja auttaa siten yritystä menestymään markkinoilla. Reklamaatioiden käsittely voidaan siis liittää kaikkiin näihin neljään toiminnallisen laadun määrittelyyn.

Laatutoiminnan tutkimus osoittaa, että Suomessa hyvin suuri osa yrityksistä soveltaa toiminnassaan erilaisia laatujärjestelmiä. Laatujärjestelmänä yritys voi käyttää voimassa olevia standardeja, tai laatia itse itselleen sopivan laatujärjestelmän. Yleisesti yritykset käyttävät ISO-9001 –laatujärjestelmästandardia pohjana omalle laatujärjestelmälleen. Laatujärjestelmän luomisen perustana tulee olla asiakasnäkökulman huomioon ottaminen, prosessien kuvaus ja kehittäminen sekä tuotteiden ja toiminnan vaatimusten mukainen toiminta ja jatkuva parantaminen. (Kauppa- ja teollisuusministeriö, Laatutoiminta suomalaisissa yrityksissä, s. 24.) Yrityksillä voi olla useitakin laatujärjestelmiä, jotka täydentävät toisiaan. Näin ollen voidaankin olettaa, että yrityksissä on pääsääntöisesti turvauduttu standardien vaatimusten mukaisiin malleihin laadun kehittämisessä. Laatujärjestelmien käyttöönoton myötä yritysten henkilöstön laatutietoisuus on lisääntynyt ja toiminnan laatu on parantunut. Laatujärjestelmien avulla yritykset ovat oppineet kirjaamaan ja dokumentoimaan toimintaansa, sekä kehittämään sääntöjään ja periaatteitaan laadun parantamiseksi. (Kauppa- ja teollisuusministeriö, Laatutoiminta suomalaisissa yrityksissä, s. 94.)

Laatujärjestelmänä voidaan siis käyttää useita eri järjestelmiä, myös itse tehtyjä järjestelmiä, mutta yleisesti käytetään ISO 9001 – laatustandardia. ISO 9001 – standardi kuvaa itse laatujärjestelmän laadintaa, mutta ei edellytä, että kaikilla yrityksillä olisi yhdenmukainen laadunhallintajärjestelmä tai yhdenmukaiset asiakirjat (Suomen Standardisoimisliitto, ISO 9001, s.8). Tämän opinnäytetyön tavoitteena on luoda kohdeyritykselle reklamaatioiden käsittelyyn toimintamalli. Koska toimintamalli kuuluu yhtenä osana yrityksen laadunhallintajärjestelmään, on järkevää luoda toimintamalli standardien vaatimukset täyttäväksi. ISO 9001 –standardi on siis laadunhallintaa määrittelevä standardi, joka ei suoraan määrittele asiakasvalitukseen liittyviä asioita. ISO 9001 –standardia täydentääkin asiakasvalitukseen perustuva ISO 10002 –standardi, jonka pohjalta laadittu

toimintamalli on yhteneväinen ISO 9001 –standardin vaatimusten kanssa. (Suomen Standardisoimisliitto, ISO 10002, s.8.)

3.4 ISO 10002 –standardin kuvaus

ISO (the International Organisation for Standardization) on maailmanlaajuinen kansallisten standardisoimisjärjestöjen liitto. Kansainväliset standardit laaditaan ISO:n sääntöjä noudattaen ja ne julkaistaan, jos vähintään 75% äänestäneistä ISO:n jäsenistä hyväksyy ehdotuksen. Standardin noudattaminen ei ole pakollista, eikä standardi myöskään kumoa tai lisää lakisääteisiä vaatimuksia.

ISO 10002 – standardin tarkoituksena on antaa yrityksille opastusta, kuinka suunnitella ja ottaa käyttöön vaikuttava ja tehokas asiakasvalitusten käsittelyprosessi yhtenä osana yrityksen laadunhallintajärjestelmää.

Standardin mukaisen prosessin käyttöönotto voi mahdollistaa yritykselle seuraavia kohtia:

- antaa valittajalle yhteyden avoimeen ja reagoivaan asiakasvalitusten käsittelyprosessiin
- parantaa organisaation kykyä selvittää valitukset johdonmukaisella, systemaattisella ja reagoivalla tavalla, jotta sekä asiakas että organisaatio ovat tyytyväisiä
- parantaa organisaation kykyä tunnistaa kehityssuuntia ja eliminoida valitusten aiheita sekä parantaa organisaation toimintoja
- auttaa organisaatiota luomaan asiakaslähtöisen lähestymistavan valitusten ratkaisemiseen ja rohkaista henkilöstöä parantamaan taitojaan asiakkaiden kanssa työskentelyyn
- tarjoaa pohjan asiakasvalitusten käsittelyprosessin, valitusten ratkaisemisen ja prosessiin tehtyjen parannusten jatkuvalla katselmoinnille ja analysoinnille

ISO 10002 –standardissa asiakasvalitusten käsittelyprosessi on jaoteltu viiteen eri pääluokkaan:

1. Ohjaavat periaatteet – tarkastelee asiakasvalituksen vastaanottamista asiakkaan näkökulmasta katsoen.
2. Asiakasvalitusten käsittelyn puitteet - määrittelee yrityksen johdon ja työntekijöiden suhtautumista asiakasvalitukseen, asiakasvalitusten käsittelypolitiikkaa sekä vastuita ja valtuuksia.
3. Suunnittelu – määrittää resurssitarpeiden, tavoitteiden ja toimintojen huomioonottamista asiakasvalitusten käsittelyprosessin suunnitteluun ja käyttöön liittyen.
4. Asiakasvalitusten käsittelyprosessin toiminta - määrittelee asiakasvalituksen tekemistä, vastaanottamista, seuraamista ja arviointia sekä asiakasvalituksen päättämistä.
5. Ylläpito ja parantaminen – määrittää miten asiakasvalitus informaatiota tulisi kerätä ja analysoida, miten tutkia ja analysoida käsittelyprosessin toimivuus ja asiakkaiden tyytyväisyys prosessiin, sekä määrittää käsittelyprosessin auditointia ja johdon katselmuksia.

Vaikka standardi erittelee varsin tarkasti tavoitteet prosessin luomiseen ja sisältöön, se ei kuitenkaan yksilöi kovinkaan yksityiskohtaisesti mitä ja miten yrityksen tulisi käsittelyprosessi luoda. Standardi siis opastaa standardin mukaisen prosessin luomiseen jokaisen yrityksen omaan organisaatioon soveltuvaksi. Standardi on laadittu soveltuvaksi kaikenkokoisille yrityksille. Pienet, resursseiltaan rajalliset, yritykset standardi huomio käsittelyprosessin laajuudessa. Pienille yrityksille riittää standardissa mainittuihin avainalueisiin keskittyminen.

Tässä opinnäytetyössä asiakasvalitusten käsittelyprosessin toimintamallin luominen tapahtuu ISO 10002 –standardin ohjeiden mukaan ja siten mukailee edellä mainittujen pääluokkien mukaista järjestystä. Design Oy:llä ei ole vielä käytössä ISO-standardien vaatimukset täysin täyttävää

laadunhallintajärjestelmää tai siihen liittyvää asiakasvalitusten käsittelymallia. Tavoitteena on kuitenkin saattaa toiminnot vastaamaan yrityksen asiakkaiden odotuksia korkealuokkaisesta palvelusta. On siis järkevää noudattaa standardien vaatimuksia ja rakentaa toimintamallit vastaamaan niitä.

3.4.1 Asiakasvalitusten vastaanottaminen

Nykytilanne Design Oy:ssä asiakasvalitusten vastaanottamisessa noudattaa pääsääntöisesti standardin vaatimuksia. Ohjeistuksen puutteellisuus sekä ohjeiden yksiselitteisyyden puutteet haittaavat kuitenkin henkilökunnan mahdollisuuksia suorittaa asiakaspalvelu reklamaatioiden osalta nopeasti ja virheettömästi. Lisäksi asiakkaan on vaikea saada ilman henkilökunnan apua selkeää informaatiota miten ja missä asiakasvalituksen voi tehdä.

Asiakasvalitusten tekeminen pitäisi olla asiakkaalle vaivatonta ja ilmaista, sekä ohjeet asiakasvalitusten tekemiseen helposti saatavilla. Design Oy:n asiakaskunta koostuu pääsääntöisesti omista jälleenmyyjistä sekä yksityisasiakkaista, niin kotimaassa kuin ulkomaillakin. Usein myös jälleenmyyjien yksityisasiakkaat ottavat reklamaatiotapauksessa yhteyttä suoraan Design Oy:n henkilökuntaan joko soittamalla tai sähköpostin avulla. Asiakasvalitusten vastaanottamiseen tulisi luoda selkeä ja yhteneväinen käytäntö, jonka noudattaminen helpottaisi oman henkilökunnan sekä jälleenmyyjien toimintaa asiakaskontaktissa. Lisäksi samainen informaatio tulisi laittaa selkeästi, varsinkin yksityishenkilöitä varten, yrityksen kotisivuille. Palautteiden ja valitusten vastaanotto tulisi olla avointa ja asiakaslähtöistä, sekä yrityksen tulisi osoittaa että se sitoutuu valitusten ratkaisemiseen. Näiden pohjalta selkeän ja yhteneväisen toimintamallin luominen jokaiselle sidosryhmälle on tärkeää.

Asiakasvalituksen ja muun palautteen antamisen ohjeeseen tulisi luoda sellainen sisältö, jonka pohjalta niin antaja kuin vastaanottajakin osaa toimia. Lisäksi tieto siitä miten palaute tai asiakasvalitus etenee yrityksen sisällä, tulisi antaa avoimesti kaikille osapuolille tiedoksi. Käsittelyprosessin tulee olla kaikille luottamuksellinen, tasapuolinen, puolueeton sekä objektiivinen. Poikkeuksena

ovat kuitenkin ne tilanteet, joissa terveyteen tai turvallisuuteen kohdistuu jokin merkittävä uhka. Nämä tulee käsitellä välittömästi.

Asiakasvalituksen ohjeen sisällön tulisi siis antaa riittävä kuva siitä mitä tietoja on annettava, mihin ne on annettava, sekä miten valitus etenee. Riittävien tietojen saaminen edesauttaa valituksen ratkaisemista, mutta usein valitusten erilaisuus aiheuttaa erilaisen tiedontarpeen. Siksi on järkevää pyytää asiakkaalta ensimmäiseksi vain sellaisia tietoja, joita tarvitaan kaikissa tapauksissa. Näitä tietoja ovat mm.:

- palautteen antajan nimi ja osoitetiedot
- palautteen antajan muut yhteystiedot, kuten puhelinnumero ja sähköpostiosoite
- mahdollinen yhteyshenkilö, esim. jälleenmyyjän edustaja sekä edustajan yhteystiedot
- palautteen kohde ja mahdollinen viite, esim. tuote ja tilausnumero
- vapaamuotoinen selostus valituksen aiheesta sekä toiveet asian ratkaisemiseksi
- jos kyse on tuotereklamaatiosta, niin silloin kuvan tai muun vastaavan lisäselvityksen lisääminen palautteeseen nopeuttaa käsittelyprosessia.

Asiakasvalituksen vastaanottaminen tulisi vahvistaa asiakkaalle viipymättä. Vastauksen tulisi sisältää sellainen yksilöity informaatio, jolla valitus on mahdollista jäljittää helposti yrityksen järjestelmästä, sekä mahdollisen yhteyshenkilön yhteystiedot. Lisäksi vastauksessa tulisi olla samansisältöinen informaatio valituksen etenemisestä ja aikataulusta kuin mitä on yleisesti ilmoitettu kaikille sidosryhmille.

3.4.2 Asiakasvalitusten käsittelyn puitteet

Asiakasvalitusten käsittelyn vaikuttava ja tehokas käsittely edellyttää koko organisaation sitoutumista. Tämän mahdollistaa riittävän selkeiden

menettelytapojen ja päämäärien kuvaaminen siten, että koko organisaatiolla on mahdollisuus olla sitä rakentamassa ja parantamassa. Käsittelyprosessissa tulee ottaa huomioon lakisääteiset, taloudelliset ja toimintaan liittyvät vaatimukset. Lisäksi käsittelyprosessin jatkuvaan parantamiseen tähtäävän toiminnan tulee huomioida asiakkaiden, henkilöstön ja muiden sidosryhmien palautteet.

Johdon tulisi huolehtia siitä että käsittelyprosessi ja tavoitteet määritellään organisaatiossa, varmistaa että prosessi suunnitellaan ja otetaan käyttöön, sekä antaa prosessille riittävät resurssit. Johdon tehtävänä on myös määritellä vastuut ja valtuudet henkilöstölle. Asiakasvalitusten käsittelyn vastuuhenkilön tulisi tuottaa johdolle riittävää seuranta tietoa ja raportointia niin asiakasvalituksista kuin parannusehdotuksista. Lisäksi vastuuhenkilön vastuualueeseen tulisi kuulua käsittelyprosessin ylläpito, henkilöstön kouluttaminen sekä toimintojen dokumentointi, vaatimusten asettaminen ja niiden tavoittaminen.

Koko henkilöstön vastuulla on tavoitteiden saavuttaminen, eli asiakaslähtöisen käsittelyprosessin toteuttaminen. Siihen päästäkseen henkilökunnan tulee saada riittävä koulutus, sekä tieto menettelytavoista ja vastuuhenkilöistä ja –alueista. Henkilökunnan osalle jää myös huolehtia siitä että asiakkaita kohdellaan kohteliaasti hyvällä vuorovaikutus- ja viestintätaidolla.

3.4.3 Suunnittelu

Organisaation tulisi suunnitella vaikuttava ja tehokas asiakasvalitusten käsittelyprosessi lisätäkseen asiakasuskollisuutta ja –tyytyväisyyttä, sekä parantaakseen tarjottujen tuotteiden tai palvelun laatua. Käsittelyprosessin suunnittelussa tulisi ottaa huomioon parhaat käytännöstä saadut kokemukset sekä jokaisen siihen liittyvän toiminnon erityispiirteet tavoitteiden saavuttamiseksi. Prosessiin liittyviä toimintoja ovat mm. taloudelliset intressit ja resurssit, henkilöstön tarpeet sekä yleisesti prosessiin liittyvien sidosryhmien resurssit ja toimintamahdollisuudet.

Tavoitteet tulisi määritellä siten, että lisätään ja parannetaan asiakastyytyvyyttä. Tavoitteiden tulee siis olla sellaisia, jotka ovat mahdollisia toteuttaa resurssien mukaisesti. Resurssitarpeiden määrittelyssä tulisi ottaa huomioon ainakin seuraavat toiminnot:

- käsittelyprosessiin kuuluvien henkilöiden valinta, tuki ja koulutus
- dokumentointi
- tietokonelaitteet ja –ohjelmistot
- taloudelliset asiat

3.4.4 Asiakasvalitusten käsittelyprosessin toiminta

Asiakasvalitusten käsittelyprosessiin liittyvän informaation tulisi olla helposti kaikkien asiakkaiden ja muiden sidosryhmien saatavilla. Informaatiosta tulisi ilmetä ainakin missä ja miten valitukset voidaan tehdä, mitä tietoja tulee antaa sekä käsittelyprosessin vaiheet ja mahdollinen kesto. Lisäksi informaatiossa olisi hyvä olla tieto ulkoisista keinoista mihin asiakas voi kääntyä ristiriitatilanteessa.

Valitusta ensimmäistä kertaa vastaanotettaessa tulisi kirjata kaikki olennainen tieto valituksesta, valituksen kohteesta sekä mahdollisista korvausvaateista ja määrärajoista. Alkuperäinen yksilöity valitus tulee vahvistaa asiakkaalle viipymättä. Tämän jälkeen valitus tulee arvioida alustavasti käyttäen kriteereinä valituksen vakavuutta, turvallisuuteen liittyviä seurauksia, vaikutuksia sekä mahdollisuuksia valituksen hoitamiseksi. Tämän jälkeen valitus tulee tutkia alustavan arvion tason mukaisesti. Asianmukaisen tutkinnan jälkeen asiakasvalitukseen tulee vastata ja tarjota asiakkaalle ehdotus miten valitus voidaan ratkaista, tai tieto miten valitusta tullaan käsittelemään. Ratkaisuehdotuksia voivat olla mm. seuraavat toimenpiteet:

- hyvitys
- tuotteen korvaaminen, korjaaminen tai vaihtaminen

- anteeksipyyntö
- hyvän tahdon ele tai lahja
- osoitus asiakasvalitusten perustella tehdyistä muutoksista tuotteissa, prosessissa tai muissa menettelytavoissa

Valitukseen liittyvät päätökset tai suoritettavat toimenpiteet tulisi tiedottaa asiakkaalle heti kun päätös on tehty. Valitus tulisi pitää avoimena siihen saakka kunnes asiakas hyväksyy tarjotun ehdotuksen tai päätöksen. Jos asiakas hylkää tarjotun ehdotuksen tai päätöksen, tulisi asiakasta informoida muista mahdollisista sisäisistä tai ulkoisista keinoista. Valituksen seuranta tulisi jatkaa siihen saakka kunnes kaikki vaihtoehdot on käyty läpi tai asiakas on tyytyväinen.

3.4.5 Ylläpito ja parantaminen

Asiakasvalitusten tehokas hyödyntäminen edellyttää sellaista tallentamista mikä mahdollistaa tallenteiden hallinnan ja myöhemmän käytön. Käsittelyprosessin menettelytavat kannattaa dokumentoida ja tallentaa mahdollisimman tarkasti kaikkien vaiheiden osalta. Näitä vaiheita ovat tallenteiden tunnistaminen, kerääminen, luokittelu, ylläpito, varastointi ja hävittäminen. Lisäksi on myös huomioitava henkilökohtaisten tietojen luottamuksellisuus. Valitusten oikeanlainen luokittelu edesauttaa valitusten analysointia ja arviointia. Luokittelun avulla tulisi olla mahdollista tunnistaa systemaattiset, toistuvat ja yksittäiset ongelmat ja poistaa valituksen perustana olevat syyt.

Asiakasvalitusten käsittelyprosessin toimivuutta tulisi seurata säännöllisesti. Tätä tietoa voidaan kerätä esimerkiksi satunnaisotoksin valittajien tyytyväisyydestä käsittelyprosessin toimivuudesta, sekä henkilöstön ja muiden sidosryhmien palautteista. Organisaation tulisi myös suorittaa tai teettää auditointeja käsittelyprosessin toimivuudesta. Auditoinnin perustana voidaan käyttää esimerkiksi ISO 19011 –standardia.

Johdon tulisi säännöllisesti suorittaa katselmus käsittelyprosessin toimivuudesta, vaiheista ja puutteista, sekä arvioida niiden ja lähtötietojen perusteella tarvittavat muutostarpeet. Säännölliset auditoinnit sekä johdon katselmukset tähtäävät käsittelyprosessin jatkuvaan parantamiseen.

4 Toimintamalli Design Oy:n reklamaatioiden käsittelyyn

4.1 Taustaa

Reklamaation hoitaminen tehokkaasti ja asiakasystävällisesti, mutta kuitenkin mahdollisimman pienin kuluin, vaatii selkeän toimintaketjun yrityksen sisällä. Toimintaketjun vastuualueiden lisäksi myös tietojärjestelmän ja siihen liittyvien kirjausten tekemiset tulisivat olla selkeitä ja kaikkien tiedossa. Hyvin suunniteltu ja toteutettu toimintatapa takaa onnistuneen ja tehokkaan reklamaation hoitamisen. Kun reklamaatio on hoidettu, voidaan aloittaa ennaltaehkäisevä toiminta virheiden estämiseen.

Design Oy:n nykytilanne reklamaatioiden käsittelyyn ei ole yrityksen asiakkaiden korkeatasoisten odotuksien mukainen. Tavoitteen mukainen kustannustehokas reklamaatioiden käsittely ei ole sillä tasolla, mikä olisi taloudellisesti järkevää. Tällä hetkellä reklamaatioiden käsittelyyn kuluu huomattavasti enemmän resursseja kuin todellinen tarve olisi. Reklamaatiota saattaa hoitaa moni henkilö samanaikaisesti, jolloin riskinä on se, että reklamaatio jää hoitamatta, koska jokainen olettaa toisen hoitavan seuraavan toimenpiteen. Tällöin myös reklamaatioiden käsittelyajat saattavat venyä huomattavastikin, ja usein käsittelyajan pitkittyminen joudutaan hyvittämään asiakkaalle rahallisesti. On vaikea määritellä minkä suuruinen ylimääräinen taloudellinen menetys yritykselle aiheutuu puutteellisesta reklamaatio-ohjeistuksesta, koska selkeää seuranta- ja raportointijärjestelmää ei ole. Design Oy:n nykyisestä järjestelmästä ei voida aivan aukottomasti hakea reklamaatioiden todellista määrää, mutta suuntaa antavaa tietoa kuitenkin. Seurannan mukaan reklamaatioiden määrä vuonna 2010 oli alle 300 kpl, eli noin 6 kappaletta viikossa. Määrä on noin 0,8% kokonaistilausmäärästä. Oman kokemukseni mukaan näistä noin 50% on sellaisia, joihin kuluu normaalia enemmän työaikaa, ylimääräisiä hyvityksiä asiakkaille tai reklamaation

aiheuttajalta ei vaadita korvauksia. Puutteellisen seurannan vuoksi tarkkaa rahamäärää ylimääräisistä kuluista ei voida laskea, mutta voidaan kuitenkin olettaa, että kyse on huomattavasta kulusta.

Design Oy:llä ei ole riittävän toimivaa toimintaketjua tai toimintatapaa miten reklamaation kuuluisi edetä yrityksen sisällä, miten reklamaatio kuuluisi hoitaa asiakkaan näkökulmasta, tai mitkä laadulliset ominaisuudet voidaan hyväksyä reklamaatioksi. Yhtenä syynä epäedulliseen toimintaan on Design Oy:n maine laadukkaiden tuotteiden myyjänä, jolloin asiakkaiden odotukset tuotteiden sekä palvelun laadun suhteen ovat normaalia suuremmat. Usein asiakkaan tekemä reklamaatio hyväksytään, vaikka todellista tarvetta ei olisikaan. Kokonaisuutena Design Oy:n reklamaatiokäsittelyprosessi on monilta osiltaan haavoittuvainen, koska selkeitä ohjeita ei ole dokumentoitu tai määritetty.

Toimintatapojen selkeyttämisen lisäksi tämän opinnäytetyön yksi tärkeimmistä tavoitteista liittyy reklamaatioiden kirjaamiseen järjestelmään, tilastoinnin parantamiseen, sekä sen pohjalta saatavan informaation hyödyntämiseen.

4.2 Toimintamallin luominen ISO 10002 –standardin pohjalta

4.2.1 Asiakasvalituksen vastaanottaminen ja eteneminen

Asiakasvalituksen käsittelyssä selkeä toimintaketju on perusedellytys tehokkaalle toiminnalle. Toimintaketju yrityksen sisällä voi muodostua helposti monimutkaiseksi erilaisten voimassaolevien vastualueiden johdosta. Esimerkiksi Design Oy:n organisaatiokaavio on selkeä, mutta vastualueiden määrittelyä organisaation sisällä ei ole selkeästi dokumentoitu tai ne ovat muuttuneet.

Asiakasvalituksen käsittelyssä ketjun ensimmäinen lenkki on usein myyjä, joka vastaanottaa reklamaation asiakkaalta. Ketjun toinenkin lenkki voidaan usein määrittellä suhteellisen helposti, ja usein myyjän kuuluukin ilmoittaa asiasta sille yrityksen henkilölle tai osastolle, jonka vastuualueeseen reklamaatiot kuuluvat. Tämän jälkeen toimintaketjun tärkeys tulee esiin. Esimerkkinä voidaan ajatella

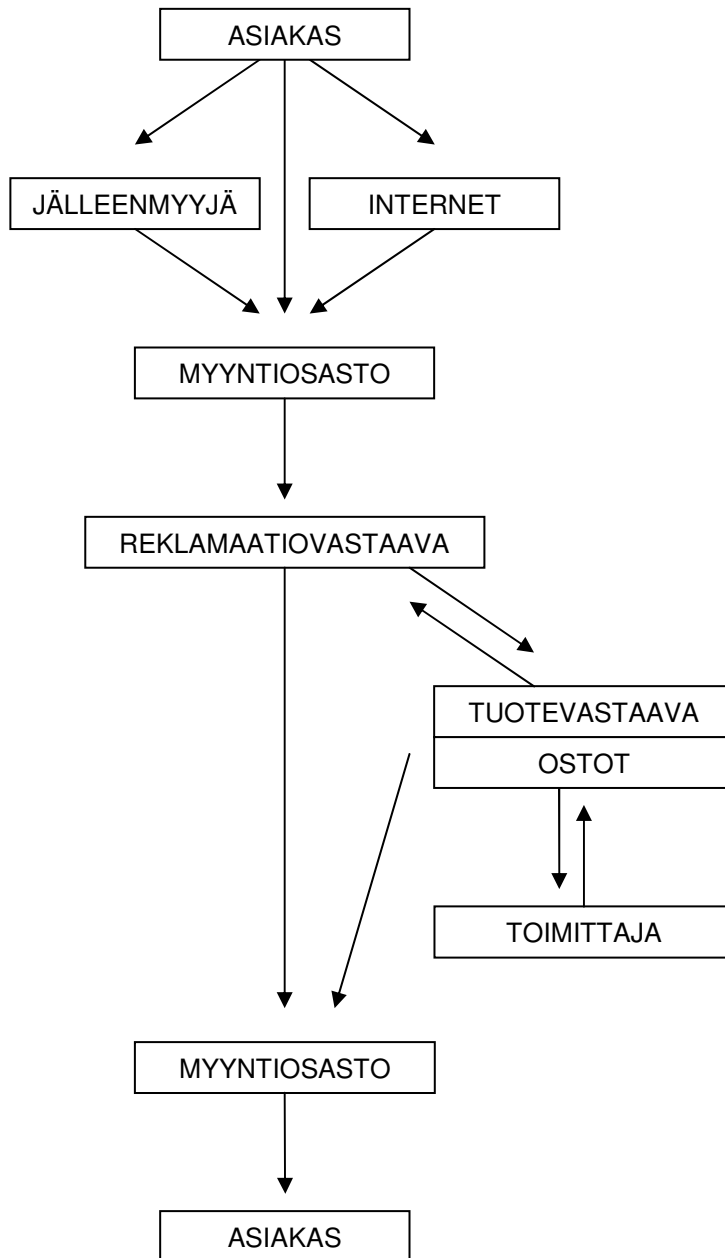
tilannetta, jossa tuotteessa on jokin laadullinen poikkeama. Kuuluuko asia valmistajan vastuulle vai ei, ja kuka tässä kohtaa voi hoitaa asian valmistajan kanssa. Voiko reklamaatioista vastaava sopia valmistajan kanssa menettelytavoista, vai kuuluuko asia mahdollisesti osto-osaston hoidettavaksi, jonka vastuualueeseen kyseinen toimittaja kuuluu, vai onko laadullinen poikkeama sellainen, joka vaatii tuotekehityksen tai muun laadusta vastaavan osaston mukana oloa. Jos toimintaketju ei ole näiden osalta selkeä, on mahdollista että asiaa hoitaa monta henkilöä, tai sitten kukaan ei hoida asiaa eteenpäin, koska jokainen olettaa jonkun muun hoitavan asian. Ei liene kovinkaan järkevää sellainen tilanne, jossa arvoltaan pientä reklamaatiota hoitaa suurilukuinen joukko, kun taas arvoltaan suurta reklamaatiota ei hoida kukaan.

Lähtökohtana voidaan pitää sitä, että asiakas antaa valituksen myynnille. Myynnin tehtävänä on kirjata valitus yrityksen järjestelmään, ja tämän jälkeen välittää yksilöity valitus eteenpäin. Jotta valitus etenisi yksinkertaisesti ja oikein, on selkeää, että myynnillä on vain yksi yhteyshenkilö, jolle tiedon voi välittää ja keneltä saa lisätietoa valituksen etenemisestä sekä siihen liittyvistä toimenpiteistä. Näin myynnin on helppo saada vastauksia sekä keskustella asiakkaan kanssa.

Reklamaatioista vastaava henkilö voi joko itsenäisesti päättää reklamaation hoitamiseen liittyvät toimenpiteet, tai sitten osoittaa se oikealle osastolle jatkotoimenpiteitä varten. Tämän avulla reklamaatiota hoitavat vain ne henkilöt, joiden vastuualueeseen kyseinen reklamaatio kuuluu. Osastojen vastaavat keskustelevat reklamaatiosta esimerkiksi toimittajan kanssa, ja antavat tämän jälkeen toimenpideratkaisun sekä reklamaatiovastaavalle että asianomaiselle myynnin henkilölle. Näin tapahtuva reklamaation eteneminen on nopea ja sen hoitamiseen osallistuu mahdollisimman vähän henkilöitä.

Toimintaketjun ja vastuualueiden määrittely vähentää kustannuksia, jotka aiheutuvat työajan käytöstä. Käytännössä kaikki reklamaatioiden hoitoon käytetyt työtunnit ovat turhia kustannuksia, koska sama aika olisi voitu käyttää tuottavampiinkin tehtäviin. Toimintaketjun määrittelyssä on huomioitava

yrittäjän ominaisuudet sekä ISO 10002 –standardin vaatimukset. Alla näiden pohjalta laatimani kuvio asiakasvalitusten käsittelyyn Design Oy:ssä:



Asiakas tekee valituksen omalle jälleenmyyjälleen, internetin välityksellä tai suoraan yrityksen myyntiin.

Myyntiosasto kirjaa valituksen yrityksen tietojärjestelmään, lähettää vastaanottovahvistuksen asiakkaalle sekä välittää tiedon reklamaatiovastaavalle.

Reklamaatiovastaava välittää tiedon aiheesta vastaavalle osastolle, joka selvittää miten valitus ratkaistaan.

Reklamaatiovastaava voi myös ratkaista valituksen ja välittää toimenpiteen suoraan myyntiin, jos siihen on mahdollisuus.

Myynti välittää ehdotetut toimenpiteet valituksen ratkaisemiseksi asiakkaalle, sekä sopii asiakkaan kanssa käytännön asiat ohjeiden mukaan.

Kuvio 3. Malli asiakasvalituksen etenemiseen organisaation sisällä

Nykyinen tilanne on toimintaketjun alkupään osalta kuvion mukainen, mutta reklamaatiovastaavan on välillä vaikeaa välittää tieto oikealle henkilölle.

Vastaavasti yhteydenpito toimittajien, ostojen ja tuotevastaavien välillä ei toimi aivan aukottomasti, jolloin myyjä ei välttämättä saa vastausta reklamaation etenemisestä, eikä näin ollen voi informoida asiakasta.

Yritykselle olisi myös kannattavaa rakentaa reklamaatioryhmä, johon kuuluisi eri osastojen avainhenkilöitä. Tämän ryhmän tehtävänä olisi kokoontua tarvittaessa, tai ainakin muutaman kerran vuodessa, keskustelemaan toteutuneista reklamaatioista. Ryhmän tarkoituksena olisi tarkastella reklamaatioita kokonaisuudessaan ja kohdistaa yhdessä toimenpiteitä sellaisiin asioihin, jotka ovat eniten aiheuttaneet reklamaatioita tai kustannuksia. Myös tarvittavien muutosten suunnittelu ja käytäntöön vieminen on helpompaa kun ryhmässä on eri osa-alueiden tuntemusta. Alla olevaan taulukkoon olen kuvannut Design Oy:n ominaisuuksiin sopivan toimintaketjun tehtäväjaon.

Taulukko 1. Esimerkki toimintaketjusta ja tehtävistä

Asiakas	<ul style="list-style-type: none"> • antaa reklamaation ja siihen liittyvät tiedot • antaa mahdollisen vaatimuksen asian kuntoon saattamiseksi
Myynti	<ul style="list-style-type: none"> • kirjaa reklamaation yrityksen järjestelmään • toimii yhdyshenkilönä asiakkaan ja yrityksen välillä • välittää tiedon reklamaatiovastaavalle
Reklamaatiovastaava	<ul style="list-style-type: none"> • jakaa tarpeen vaatiessa reklamaation oikealle osastolle • seuraa asian käsittelyä • vastaa että reklamaatio tulee hoidettua asianmukaisesti • kirjaa järjestelmään lopullisen syyn • toimii yhdyshenkilönä myynnin ja osastojen välillä
Osastojen vastaavat	<ul style="list-style-type: none"> • huolehtivat omalta osaltaan asian eteenpäin menemisestä • tekevät johtopäätökset toimintaan reklamaation osalta
Reklamaatioryhmä	<ul style="list-style-type: none"> • kokoontuu riittävän usein keskustelemaan reklamaation johtaneista syistä • luo ehdotuksia toimintatapojen muutoksiin tai muihin tarpeellisiin toimiin

Taulukon 1 mukainen dokumentointi asiakasvalitusten käsittelyprosessista tarvitaan yrityksen laatujärjestelmään. Dokumentoinnin tärkein tehtävä on määrittää tehtäväalueet ja toimenkuvat.

4.2.2 Asiakasvalituksen kirjaaminen

Asiakasvalituksen kirjaaminen oikein ja riittävällä tavalla on tärkein tapahtuma reklamaation myöhemmän seurannan kannalta. Asiakasvalituksen kirjaaminen kannattaa suorittaa siten, että seuranta jälkikäteen olisi mahdollista niin virheiden kuin asiakkaidenkin osalta. Alustava kirjaaminen ohjelmaan tapahtuu yleensä valituksen vastaanottajan toimesta, joka usein on myyjä tai palautteenvastaanottoon erikseen ilmoitettu ja määrätty taho. Lopullisen syyn kirjaaminen, sekä muut lisäkirjaukset tapahtuvat yleensä vasta kun valitus on tutkittu paremmin ja virhetilanteen aiheuttaja löydetty.

Valituksen kirjaaminen yrityksen tietojärjestelmään asiakkaan omalla asiakasnumerolla parantaa virhetilanteiden selvittelyä myöhemmässä vaiheessa. Asiakasnumerolla voidaan hakea esimerkiksi kyseiselle asiakkaalle tapahtuneet virhetilanteet yhdellä haulla, ja näin voidaan paremmin ohjata korjaustarpeet asiakaskohtaisesti. Asiakasnumeron puuttuessa kirjaaminen suoritetaan helpoiten käyttämällä reklamaatioihin erikseen kohdistettua asiakasnumeroa. Tällöin asiakaskohtainen seuranta ei ole mahdollista, mutta reklamaatioiden määrää pystytään kuitenkin seuraamaan. Samalla pystytään myös yksilöimään tilausnumerolla kyseinen reklamaatio.

Asiakasvalituksen tekemiseen olen laatinut mallilomakkeen ISO 10002 –standardin pohjalta toimeksiantajan toimintojen, tarpeiden ja vaatimusten pohjalta (Liite 1).

Valituksen aiheuttaneen syyn kirjaaminen

Reklamaation kirjaaminen yrityksen järjestelmään joka kerta samalla tavalla antaa mahdollisuuden yksinkertaiseen ja helppoon tapaan seurata ja tilastoida reklamaatioita. Reklamaatio tulisi aina kirjata asiakkaan omalla asiakasnumerolla, sekä merkitä kyseinen tilaus reklamaatiotilaukseksi. Lisäksi tilaukseen kirjataan syykoodi joko jo tilausta kirjattaessa tai loppuvaiheessa, kun reklamaation aiheuttanut syy on selvinnyt. Syykoodien tulisi olla sellaisia, joiden avulla voidaan jaotella reklamaatioita aiheuttaneet syyt mahdollisimman tarkasti myöhempää seurantaa sekä tilastointia varten.

Seuraavassa laatimassani taulukossa olen jaotellut syykoodit kahteen eri ryhmään; aiheuttajiin sekä virheisiin. Nelinumeroinen syykoodi rakentuu taulukon avulla helposti siten, että ensin valitaan vasemmanpuoleisesta sarakkeesta aiheuttajan koodi, ja sen jälkeen oikeanpuoleisesta virheen koodi. Esimerkiksi logistiikassa tapahtunut kuljetusvahinko saa syykoodin 3032. Näin saaduilla koodeilla voidaan myöhemmin tarkastella mitkä syyt ovat eniten aiheuttaneet ongelmia.

Taulukko 2. Esitys syykoodeista ja niiden muodostumisesta seuranta varten

10. Asiakkaasta johtuvat syyt	10. tilausvirhe
20. Myynnin virheet	11. puutteelliset/ virheelliset tiedot
30. Logistiikan virheet	20. myyntivirhe
40. Tuote virheet	30. toimittajan viivästyminen
50. Muut syyt	31. keräilyvirhe
	32. kuljetusvaurio
	40. laatuvirhe
	41. pakkausvirhe
	50. muu syy

Reklamaatiot kannattaa kirjata järjestelmään sellaisilla koodeilla, joiden avulla on helppo jälkeenpäin analysoida ongelma-alueita ja kehittämiskohteita. Taulukon 1 mukaisen koodausjärjestelmän hyvänä puolena on sen yksinkertaisuus seuranta silmällä pitäen, sekä mahdollisuus lisätä uusia tekijöitä niin virheiden aiheuttajiin kuin itse virheisiin. ISO 10002 –standardi edellyttää sellaista luokitusta, jonka avulla voidaan tunnistaa systemaattiset, toistuvat ja yksittäiset ongelmat sekä poistaa näiden aiheuttamat syyt (Suomen Standardisoimisliitto, ISO 10002, s.24).

Oma näkemykseni on työkokemuksieni perusteella se, että koodaus on järkevä suorittaa siten, että se antaa mahdollisimman tarkan kuvan todellisista virhetilanteista ja niiden syistä. Osa reklamaatioon johtaneista syistä on tulkinnanvaraisia, mutta kokemus auttaa usein löytämään oikean virhetilanteen

aiheuttaneen syyn. Esimerkkinä haluan esittää tilanteen, jossa asiakas reklamoi tuotteesta löytyneestä kolhusta. Kolhu on voinut tulla tuotteeseen jo valmistusvaiheessa tai asiakas on itse aiheuttanut kolhun kotonaan. Näiden kahden mahdollisuuden väliin mahtuu lisäksi moninkertainen määrä eri mahdollisuuksia kolhuihin logistiikan eri vaiheista, kuten kuljetuksia ja varastointeja. Vaikka voisimmekin osoittaa kolhun aiheuttajan, on kuitenkin edelleen mahdollista että esim. pakkaus on ollut riittämätön tai vaillinainen.

On siis järkevää esittää edellä mainitun kaltaisessa tilanteessa syyksi se, joka todennäköisimmin on aiheuttanut kolhun. Jos epäselvissä tilanteissa virheet koodattaisiin epäselviin tai muihin tapahtumiin, on vaarana että todellisiin syihin ei keskityttäisi riittävän ajoissa.

Vaikka kirjauksia virhetilanteista pystyttäisiin tekemään tehokkaasti toteutuneiden palautteiden perusteella, jää silti paljon tilanteita joita ei kirjata. Näitä tilanteita ovat esimerkiksi tilaus- tai myyntivirheet, viivästymiset sekä osittain palautteet, jotka saadaan asiakaspalvelutilanteessa. Näissä yhteistä on se, että virhetilanne saadaan korjattua tai hyvitettyä asiakkaalle ennen toimitusta tai varsinaista reklamaatiota. On kuitenkin huomattava, että myös näistä aiheutuu ylimääräisiä kustannuksia yritykselle, kuten työaika, kuljetuskustannuksia tai hyvityksiä asiakkaalle. Myös nämä tulisi kirjata yrityksen järjestelmään joko kyseisen asiakkaan tilaukseen tai kirjaamalla virhe käyttäen erillistä reklamaation suunnattua asiakasnumeroa.

4.3 Reklamaatioiden ehkäiseminen ja niiden aiheuttamat toimenpiteet

Reklamaatio on palaute, jonka avulla yritys voi kehittää omaa toimintaansa laadullisesti parempaan suuntaan. Pelkkä reklamaation hoitaminen ei vie kehitystä eteenpäin, vaan vasta kun reklamaatio konkreettisesti aiheuttaa jonkin toimenpiteen yrityksen toiminnassa.

Reklamaatio on hyvä kirjata järjestelmään selkeästi ja yksinkertaisesti siten, että pääkohdat on helppo löytää. Reklamaation aiheuttanut syy toistuu todennäköisesti myös myöhemmin, joten aiheutuneiden reklamaatioiden

analysointi on tärkeää. Kovin pieniin reklamaatioihin ei kannata käyttää resursseja kovinkaan paljon, mutta usein toistuviin sekä kustannuksia aiheuttaviin reklamaatioihin on syvennyttävä tarkemmin.

Reklamaatiovastaava voi itse tehdä ehdotuksia sekä muuttaa toimintatapoja, jos niiden vaikutukset ovat pieniä eivätkä ne aiheuta suuria kustannusmuutoksia. Suurempien muutostarpeiden kohdalla ehdotukset tulee käsitellä reklamaatioryhmän keskuudessa. Reklamaatioryhmän tehtävänä on selvittää miten reklamaation aiheuttaja voitaisiin poistaa siten, että se olisi toiminnallisesti kustannustehokasta ja järkevää. Täysin reklamaatioista ei voida koskaan päästä, ja toisaalta osa reklamaatioista on hyväksyttävä sellaisiksi, joita esiintyy jonkin verran.

Reklamaatioita voidaan torjua jo etukäteen paremmalla suunnittelulla tai jo olemassa olevien asioiden parantamisella. Selkeiden tuotetietojen ja laadun kirjauksilla, pakkausten testauksilla ja suunnittelulla sekä logistiikan eri osaluokkien suunnitelmallisuudella voidaan estää reklamaatioita. Lisäksi esimerkiksi riittävän yksityiskohtaisten laatumääritelmien olemassa olo nopeuttaa reklamaatioiden käsittelyä sekä aiheutuneiden kustannuksien veloittamista esimerkiksi toimittajalta tai kuljetusliikkeeltä.

Ennaltaehkäisevä toiminta tarkoittaa niitä toimenpiteitä joilla pyritään estämään tuotteen tai yleisemmin koko toimitusketjussa tapahtuvia ongelmatilanteita. Ennaltaehkäisevällä toiminnalla pyritään tilanteeseen, jossa toistuvan ongelman aiheuttaja pyritään poistamaan joko kokonaan tai osittain. Esimerkiksi tuotteen pakkaus voidaan kehittää sellaiseksi, että tuote kestää eri toimitusmuodoissa tapahtuvat iskut. Pakkauksia voidaan vahvistaa ja tuotteet suojata pakkauksen sisällä paremmin, mutta tässäkin on laskettava mikä on järkevä kustannus, joka kannattaa käyttää riittävän pakkauksen luomiseksi. Eri toimitusmuodoissa pakkaus saa osakseen erilaista kohtelua, joten myös toimitusmuotojen valinnalla on suuri merkitys. Myös toimitusmäärien koko vaikuttaa lähetyksen kestävyyskykyyn. Esimerkiksi yhden paketin lähettäminen kuriiripalvelua käyttäen aiheuttaa pakkaukselle monikertaisen määrän käsittelyjä, osa koneellisia, kuin isompi lähetys rahtitavarana. Rahtina lähetettävä isompi määrä pakkauksia,

jotka on lastattu kuormalavalle, saavat osakseen huomattavasti vähemmän käsittelyjä kuin esimerkiksi kuriiripalvelun irtokolleina kuljettamat pakkaukset.

Ennaltaehkäisevään toimintaan tulisi luoda tuote- sekä toimintakohtainen ohjeistus, joka sisältäisi kaikki merkittävät asiat. Esimerkiksi tuotekohtainen ohjeistus sisältäisi laatukriteerit, pakkauksen vaatimukset sekä muut mahdolliset tarkennetut ohjeet tai määräykset. Ohjeistuksen avulla olisi mahdollista puuttua jo sovittujen asioiden noudattamiseen, sekä suunnitella helposti muutostarpeita.

4.4 Ylläpito ja jatkuva parantaminen

Design Oy:lle tulisi myös luoda reklamaatioiden korjaustavoista sekä laadusta yhtenäinen opas koko henkilöstölle. Oppaasta löytyisi nopeasti erilaisia reklamaatiotilanteita ja toimintaehdotuksia, sekä mahdollisesti reklamaation käsittelyyn kuluva aika. Myynnin olisi oppaan avulla mahdollista antaa asiakkaalle heti jonkinlainen arvio miten reklamaatio tullaan hoitamaan, sekä mahdollisesti alustava aikataulu reklamaation käsittelyn kestolle.

Yrityksen sisällä reklamaatio voi tuoda tarpeita toimintatapojen muutoksille sekä erilaisten seurantajärjestelmien kehittämiseksi. Reklamaatio on voinut aiheutua sellaisesta toiminnasta, johon yrityksen vastuuhenkilöt eivät ole voineet varautua, tai johon he eivät ole pystyneet vaikuttamaan riittävän ajoissa. Näitä tapahtumia ovat esimerkiksi tavarantoimittajan myöhästyminen mitä ei ole ajoissa huomattu, puutteellinen laaduntarkastus ennen asiakkaalle toimitusta, sekä erilaiset myyntivirheet, jotka olisi pitänyt huomata.

Usein seurantajärjestelmien kehittäminen ja lisätarkastukset toiminnan eri vaiheissa riittävät luomaan riittävän tarkan varmistuksen toiminnalle.

4.5 Järjestelmävaatimukset

Järjestelmien rakenne saattaa aiheuttaa ongelmia virhetilanteiden kirjaamisiin, koska niitä ei ole välttämättä suunniteltu siten, että ne ottaisivat huomioon myös reklamaatiot ja niiden seurannan. Usein järjestelmät on rakennettu siten, että ne

ovat tarkoitettu vain tietyn osa-alueen hallintaan, kuten markkinointiin, taloushallintoon tai logistiikkaan. Tämä tilanne on myös Design Oy:llä, jonka nykyinen järjestelmä ei anna mahdollisuutta reklamaatioiden kirjaamiseen siten, että niiden tilastointi tai yleensäkin reklamaatiotilausten löytäminen muiden tilausten joukosta olisi mahdollista yksinkertaisin toimenpitein. Design Oy:n käyttämä Jeeves-järjestelmä on monipuolinen järjestelmä, jonka avulla voidaan hoitaa yrityksen koko liiketoiminta. Järjestelmä ei kuitenkaan huomioi täysin erityistarpeita, mutta sen hyviin puoliin kuuluu ehdottomasti se, että järjestelmää voidaan muokata yritykselle sopivaksi. Design Oy:llä on siis mahdollisuus muokata omaa järjestelmärakennetta sellaiseksi, että se tukee myös reklamaatioiden käsittelyä. Tätä muokkaus mahdollisuutta Design Oy on myös käyttänyt toimintojensa parantamiseen. Aikaisemmin Design Oy:ssä on ollut monia eri taulukoita tai muita tietoja eri ohjelmissa, esimerkiksi Excel-tilaukkelaskentaohjelmaa on yleisesti käytetty Jeeves-järjestelmän rinnalla. Design Oy:n tavoite sekä henkilöstön toive on kuitenkin se, että kaikki tieto olisi saatavissa suoraan Jeeveksessä. Yhden ohjelmiston käyttö olisi yritykselle helpompaa kuin useamman päällekkäinen käyttö.

Muutostarpeet

Järjestelmään tulee lisätä kirjaamisen yhteyteen uusi tilaustyyppi, joka luokittelee tilauksen reklamaatioksi. Itse tilauksen tulee kuitenkin käyttäytyä järjestelmässä samalla tavalla kuin normaali tilaus. Tilaustyyppi mahdollistaa reklamaatiotilausten haun järjestelmästä muiden tilausten joukosta.

Toinen muutostarve ohjelmaan on syykoodin syöttömahdollisuus. Syykoodille on luotava oma syöttöruutu, sekä sen yhteyteen lisäkuvauksen antamisen mahdollistava syöttöruutu. Nämä antavat mahdollisuuden tilastointiin, raportointiin sekä niiden pohjalta suoritettavaan analysointiin.

Nämä lisäykset ovat sellaisia, jotka eivät ole riippuvaisia tilauksen muista syöttöarvoista, kuten varastopaikasta, tilauksen toiminnallisesta statuksesta tai muista vastaavista syöttöarvoista. Tämä on tärkeää, koska tilauksiin syötetään

esim. myyjästä tai varastopaikasta riippuen erilaisia arvoja, jolloin kattavien hakuehtojen syöttö olisi vaivalloista tai jopa mahdotonta.

Raportointi ja tilastot

Reklamaatioista jälkikäteen tapahtuva raportointi sekä tilastointi antavat kokonaisvaltaisemman kuvan yrityksen reklamaatiomääristä ja niiden aiheuttajista. Kokonaisvaltaisen ja todellisen kuvan saaminen auttaa kohdentamaan resursseja todellisiin aiheuttajiin. Lisäksi henkilöstölle on helppo antaa selkeitä lukuja reklamaatiomääristä ja niiden suhteesta koko myyntiin ja muihin reklamaatioihin. Näin estetään ne tilanteet, joissa helposti yleistetään jokin aiheuttaja suuremmaksi kuin se todellisuudessa on, eikä siten tuhjata voimavaroja sellaiseen aiheuttajaan, joka todellisuudessa onkin vähäinen merkitykseltään.

Tilastointi syykoodien avulla antaa nopean tavan seurata tietyllä aikajaksolla tapahtuneita reklamaatioita. Näin voidaan nopeasti kohdentaa korjaukset tarpeellisiin kohtiin. Tämä on myös nopea ja helposti ymmärrettävä tapa antaa selkeää informaatiota henkilöstölle.

Harvemmin tapahtuva tarkempi raportointi taas antaa mahdollisuuden seurata pidemmällä ajanjaksolla tapahtuneita yksilöityjä reklamaatioita. Tämänlaisen raportoinnin tarkoituksena on antaa yksilöllistä informaatiota kyseisen osa-alueen vastaavalle henkilölle. Esimerkiksi jonkin tietyn tuotteen kohdalla saattaa syntyä reklamaatioita tasaisesti siten, että ne eivät välttämättä näy lyhyen ajan tilastoissa mitenkään merkittävänä. Pidemmän ajan seurannalla pystytään myös seuraamaan miten reklamaatiot kokonaisuudessaan ovat kehittyneet ja muuttuneet edellisiin vuosiin verrattuna.

4.6 Reklamaatiokustannusten veloittaminen aiheuttajalta

Yhtenä tärkeänä osana reklamaation lopullista hoitamista on myös korvausten hakeminen joko aiheuttajalta tai vakuutuksen kautta. Reklamaatioista aiheutuvat kustannukset ovat yritykselle aina ylimääräisiä kuluja, joita ei voi ennalta määrittää kovinkaan tarkasti. Korvausvelvollinen on helppo löytää, jos

virhetilanteen on aiheuttanut tavarantoimittaja, kuljetusliike tai jokin muu ulkopuolinen toimitsija. Muissa tapauksissa korvauksia voi hakea vakuutusyhtiöltä.

Korvausten suuruus voi perustua todellisiin aiheutuneisiin kuluihin, kuten ylimääräisiin kuljetuskustannuksiin ja tuotteen arvoon. Käytäntö korvausten suuruuden määrittelyssä vaihtelee kuitenkin paljon riippuen esimerkiksi vallitsevasta käytännöstä tai sopimusehdoista toisen osapuolen kanssa. Yrityksen kannattaa sisällyttää omiin sopimusehtoihin ne korvaukset, jotka toisen osapuolen on korvattava aiheuttamissaan virhetilanteissa. Näitä korvauksia ovat mm. tuotteen arvo, ylimääräiset kuljetuskustannukset, reklamaation käsittelyyn kuluneet työajat ja mahdollisesti jokin muu sanktio.

Lähes aina reklamaatio aiheuttaa kustannuksia yritykselle, ja siksi olisi tärkeää selkeyttää mitä ja kuinka suuria korvauksia, sekä keneltä korvauksia voidaan hakea. Yksittäisen reklamaation kustannuksia voi olla varsin vaikea laskea, mutta yleisesti voidaan määritellä keskimääräinen kustannustaso yhdelle reklamaatiolle.

Reklamaatiokustannuksia Design Oy:lle aiheuttavat mm.

- reklamaation vastaanottaminen ja kirjaaminen
- reklamaation käsittely yrityksen sisällä
- kuljetuskustannukset asiakkaan ja yrityksen välillä
- kuljetuskustannukset yrityksen ja toimittajan välillä
- mahdolliset hyvitykset asiakkaalle
- mahdolliset muut kulut, esim. lainakalusteiden käyttö

Reklamaatiokustannukset voivat siis syntyä monesta eri kohdasta, joten kovin tarkkaa kustannusta ei ole järkevää laskea, tai se on työlästä ja aiheuttaa lisäkustannuksia. Esimerkiksi kuljetuskustannusten veloittaminen jälkikäteen aiheuttaa ylimääräistä seuranta-, kirjaamis- ja veloituskuluja. Kustannuksiin

laskettavia sisäisen toiminnan kuluja koostuu käytännössä työajan käytöstä. Työaikaa kuluu mm. myynnillä asiakaskontakteissa, reklamaatiota hoitavalla henkilöllä sekä varastolla vastaanotossa ja lähetyksessä. Lisäksi muita kustannuksia syntyy esim. puhelinkuluista, tarvikkeista sekä mahdollisesti taloushallinnosta laskutuskulujen muodossa. Työaikakustannuksia saattaa siis kertyä nopeastikin kahden tunnin edestä. Työaikakustannus tulisi määrittää, sekä sisällyttää siihen mahdolliset muut kulut. Yhden tunnin kustannus yritykselle voi olla laskettavissa suoraan palkoista, mutta toisaalta kulunut aika oltaisiin voitu käyttää yritykselle huomattavasti arvokkaammalla tavalla. Jos tunnin kustannukseksi arvioidaan vaikka 50,00 euroa, on kustannus yhdeltä reklamaatiolta jo 100,00 euroa ilman kuljetuskustannuksia. Samoin tulisi menetellä kuljetuskustannusten määrittelyssä. Kuljetuskustannukset tulisi määrittellä alueittain sekä kuljetettavan tavarankoon mukaan siten että ne keskimäärin kattaisivat aiheutuneet kulut.

Korvausten suuruus ja veloittaminen aiheuttajalta tulisi myös kirjata jo sopimusehtoihin. Näin esimerkiksi tavarantoimittaja tietäisi heti mitä kuluja yksikin laadullinen reklamaatio aiheuttaa.

Muita korvausvelvollisia ovat esimerkiksi kuljetusliikkeet sekä vakuutusyhtiöt. Näiltä on usein vaikea saada muita korvauksia kuin välittömät kustannukset, mutta niidenkin saaminen on taloudellisesti järkevää.

Korvausten suuruuksista, veloituspäätteistä, ehdoista sekä hakumenettelytavoista tulisi koota yhtenäinen ohjeistus yrityksen sisäiseen käyttöön. Ohjeistuksen tarkoituksena olisi edesauttaa korvaustenhakua oikealla tavalla oikeasta paikasta. Nykyisellään ohjeistuksen puute johtaa siihen, että korvauksia ei haeta läheskään aina.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tuoda esiin kauppaan liittyvät oleelliset lainsäädännön velvoittavat säädökset sekä asiakastyytyvyyden merkitys asiakasvalitusten käsittelyssä. Nämä huomioon ottaen opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää Design Oy:lle asiakasvalitusten käsittelyyn toimintamalli, joka mahdollistaisi tehokkaan, taloudellisen ja asiakastyytyvyyttä parantavan toimintatavan.

ISO 10002 –standardin vaatimukset täyttävän toimintamallin luominen asiakasvalitusten käsittelyyn tuo yritykselle mahdollisuuden kehittää omaa laatu järjestelmää sekä auttaa ennaltaehkäisemään reklamaatioiden syntymistä. Taloudellisesti toimintamalli saattaa tuoda huomattaviakin säästöjä. Tärkein saavutus työllä on raportoinnin kehittämisessä. Raportoinnin avulla virhetilanteiden analysointi auttaa kehittämään toimintoja ja suuntaamaan resursseja niihin kohteisiin, joissa tarve on suurin.

Työn yhtenä tärkeänä tavoitteena oli myös toimenkuvien ja vastualueiden määrittelyn selkeyttäminen. Työssä ehdotettu toimintaketjumalli ja sen vastualueiden määrittely voi helpottaa asiakasvalitusten käsittelyä, mutta sen hyödyn arviointi on mahdollista vasta sitten kun toimintamallia on mahdollisesti käytännössä toteutettu.

Uskon että tämän työ antaa ideoita sekä hyviä käyttöön otettavia ratkaisuja asiakasvalitusprosessin kehittämiseen Design Oy:ssä.

LÄHTEET

Bergström, S.; Leppänen, A. 2003. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 8., uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Crosby, P. 1986. Laatu on ilmaista. Helsinki: Laatuteema Oy.

Hokkanen, S. Strömberg, O. 2006. Laatuun johtaminen. Jyväskylä; Painoporras Oy.

Kannisto, P.; Kannisto, S. 2008. Asiakaspalvelu – Tiedettä, taikuutta vai talonpoikaisjärkeä. Jyväskylä: Gummerus.

Kauppalaki. www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1987/19870355

Kuluttajansuojalaki. www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1978/19780038

Kuluttajariitalautakunta. www.kuluttajariita.fi

Kuluttajavirasto. www.kuluttajavirasto.fi

Kauppa- ja teollisuusministeriö. 2004. Laatutoiminta suomalaisissa yrityksissä. KTM Rahoitetut tutkimukset. 7/2004. Helsinki: Edita.

Laki kuluttajaneuvonnasta. www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2008/20080800

Laki kulutustavaroiden ja kuluttajapalvelusten turvallisuudesta. www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2004/20040075

Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Fram.

Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Helsinki: Otava.

Rubanovitsch, M.; Aalto, E. 2007. Haasteena myynnin johtaminen. Helsinki: Libris.

Suomen Standardisoimisliitto SFS. 2009. SFS-ISO 9001. 4.painos. Helsinki: SFS.

Suomen Standardisoimisliitto SFS. 2004. SFS-ISO 10002. Helsinki: SFS.

Turun Kauppakorkeakoulu. Yritystoiminnan tutkimus- ja koulutuskeskus. Grönlund, M. Jakobs, R. Picard, R. 2000. Asiakastytyväisyyden osatekijät ja edellytykset. Tutkimusraportti B3/2000.

LIITTEET

Liite 1. Malli asiakasvalituksen tekemiseen yritykselle

1. Palautteen antajan tiedot

Nimi/ yritys _____

Lähiosoite _____

Postinumero ja – paikka _____

Maa _____

Puh.nro _____

Sähköposti _____

Palautteen antajan puolesta toimivan henkilön tiedot (tarvittaessa)

2. Palautteen kohde (tuote, palvelu tms.)

Tilausnumero/ viite _____

Palautteen kohde _____

Palautteen syy _____

3. Toivomus palautteen/ virheen korjaamiseksi

4. Päiväys, allekirjoitus

Päiväys _____ Allekirjoitus _____

5. Liitteet (lisäselvitys, kuva tms.)

Luettelo liitteistä _____
