

Janne Maunu

REKLAMAATIOKÄSITTELYN KEHITTÄMISTEHTÄVÄ

Case KM-RRR yhtiöt Oy

REKLAMAATIOKÄSITTELYN KEHITTÄMISTEHTÄVÄ

Case KM-RRR yhtiöt Oy

Janne Maunu
Opinnäytetyö
Kevät 2011
Liiketalouden koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

Tekijä: Janne Maunu

Opinnäytetyön nimi: Reklamaatiokäsittelyn kehittämistehtävä; Case KM-RRR yhtiöt Oy

Työn ohjaaja: Eija Svanberg

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2011

Sivumäärä: 36 + 13

Tämä on toiminnallinen opinnäytetyö, jonka tarkoituksena on kehittää toimeksiantajayrityksen KM-RRR Yhtiöt Oy:n reklamaatiokäsittelyä. Reklamaatiokäsittely on koettu ongelmalliseksi yrityksessä, koska prosessi on työläs, hidaskäyttöinen ja aikaa vievä. Asiakas on tähän tyytymätön ja se vaikuttaa negatiivisesti koko yrityksen toiminnankuvaan.

Tavoitteena oli laatia kirjallinen ohjeistus toimeksiantajayrityksen työntekijöille reklamaatioiden vastaanottamiseen ja niiden jatkokäsittelyyn, sekä laatia yleispätevä reklamaatiolomake joka helpottaa prosessin kulkua antamalla hyvät ennakkotiedot toimeksiantajalle reklamaation käsittelyyn ja vähentäen näin prosessissa syntyviä väärinkäsityksiä.

Tietoperusta on kirjoitettu laadusta, koska reklamaation lähtökohdat ovat sieltä peräisin. Reklamaatio on yleisemmin ilmoitus virheestä joko tuotteesta tai palvelusta, ja virhe on vastaavasti poikkeama asiakkaan kokemasta laadusta. Siksi onkin tärkeää että laadun merkitys yrityksen toiminnassa ymmärretään, ja opitaan vastaamaan asiakkaan odotuksiin ja oletuksiin paremmin, vähentäen näin reklamaatioiden syntymistä. Tietoperustan lähteenä on käytetty eri tutkijoiden julkaisemia teoksia laadusta, niin kirjoista kuin sähköisistä lähteistäkin.

Prosessia lähdettiin parantamaan ja nopeuttamaan tiedustelemalla tavarantoimittajien päivitettyjä takuuehtoja ja käytännön ohjeistuksia reklamaatioihin liittyen. Sähköpostin uskottiin olevan tehokkain muoto tavoittaa valmistajat eripuolilta maailmaa lyhyen ajan kuluessa. Työn tuloksena syntyi uusi suunniteltu reklamaatiolomake ja kirjallinen ohjeistus reklamaation vastaanottamiseen ja sen jatkokäsittelyyn kohdeyrityksessä. Työssä on myös avattu laadun käsitteitä ja sen merkitystä yritystoiminnassa, ja näistä toivotaan olevan hyötyä yrityksen johdolle toimintaa kehitettäessä.

Prosessiuudistusta ei työn valmistuttua ole ehditty vielä kokeilemaan käytännössä, mutta toimeksiantajan mukaan onnistuessaan uudistunut reklamaatioprosessi merkitsee huomattavia säästöjä taloudellisesti ja vapauttaa siihen sidottuja resursseja käytettäväksi muualle. Toimeksiantajan odotukset työn tuloksien toimivuudesta ovat korkealla ja tuloksia tullaan hyödyntämään kokonaisuudessaan uuden reklamaatioprosessin luomisessa ja käyttöönotossa. Tulevaisuutta ajatellen työllä on vaikutuksia myös laajemmalti, sillä toimeksiantajan visiona on laatia laatukäsikirja toiminnan ehostamiseksi entisestään. Nyt valmistunut työ toimii jo sinällään yhtenä kirjan osa-alueena.

Asiasanat: Reklamaatio, Valitukset, Kehittäminen, Laatu, Prosessit

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree programme in Business Economics

Author: Janne Maunu

Title of thesis: Development task of complaint treatment; Case study

Supervisor: Eija Svanberg

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2011

Number of pages: 36 + 13

This is a project-based study, aimed at developing the claim treatment of the client, KM-RRR yhtiöt Oy. The claim treatment has been perceived problematic in the company because the process is tedious, slow and time consuming. At the moment the customer is not satisfied with the process, and that is affecting negatively the entire business image. Primary aim of this Bachelor's thesis was to establish a universally applicable claim form which will facilitate the process by giving the client a good preliminary data on the claim process. The idea was to reduce the instances of misunderstandings in the process. Secondly the aim was to prepare written instructions for the employees of the client company on how to receive and further process complaints.

The theoretical background deals with quality because claims are about the quality of products and services. Therefore it is important that the relevance of quality is comprehended in the company, and in that way it is possible to learn how to meet customer's expectations and assumptions better. As a result, it will reduce the number of complaints. For theoretical background, several sources have been used ranging from literature of quality by various researchers to some electrical sources selected for their relevant and topical content.

In order to improve and speed up the process, a survey was conducted among the suppliers. The questions in the survey were about the updated warranty terms and practical instructions related to claims. E-mail was believed to be the most efficient way to reach the manufacturers all over the world within a short time. As a result of this study, a new claim form was designed and written instructions were prepared on how to receive and process complaints in the client company. In the study, the different aspects of quality and their importance in business are discussed; hopefully this will benefit the company management when activities are developed.

The renewed process has not been tested in practice yet by the time this thesis was completed. But according to the client, if the new claim process is successful, it will create significant savings financially and release some resources assigned to be used elsewhere. The client expectations are high as for the functionality of the results, and results will be utilized in the creation and introduction of the new claim process. The thesis has also wider implications because the client has a vision to compile a quality manual to enhance this operation further. So, this study is already in itself a section of the becoming manual.

Keywords: Claim, Complaints, Reclamation, Development, Quality

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
1.1	Kehittämistehtävän toimintasuunnitelma ja rajaus	7
1.2	Tiedonlähteiden valinta.....	7
2	LÄHTÖKOHTATILANNE.....	9
2.1	Autonrenkaiden historia	9
2.2	Autonrenkaiden valmistus ja kehitysnäkymät rengasalalla	10
2.3	Toimeksiantajan esittely	11
3	LAATU.....	13
3.1	Mitä on laatu?	13
3.2	Laadun historia ja nykytila	15
3.3	Laatu kriittisenä menestystekijänä.....	16
3.4	Laadunhallinta ja sen johtaminen	17
4	ALKUTILANNE REKLAMAATIOPROSESSISSA.....	21
4.1	Reklamaatioiden määrät kohdeyrityksessä.....	21
4.2	Yleisiä syitä reklamaation hylkäämiseen rengasalalla	22
4.3	Alan käytännöt prosessissa	23
4.4	Ongelmakohtat tämän hetkisessä prosessissa	24
5	REKLAMAATIOPROSESSIN KEHITTÄMINEN	26
5.1	Kysymykset valmistajille ja niiden vastaukset.....	27
5.2	Toimeksiantajan päämäärät prosessissa	27
5.3	Reklamaation hoitaminen ja seuranta	28
6	UUDEN REKLAMAATIOPROSESSIN KUVAUS.....	29
6.1	Toimintaohjeet reklamaation käsittelyyn	29
6.2	Reklamaatiolomake	30
7	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	31
8	POHDINTA.....	32
	LÄHTEET.....	34
	LIITTEET	37

1 JOHDANTO

”On virhe ajatella, että on jo myöhäistä muuttaa vanhoja huonoksi osoittautuneita tapoja ja tottumuksia. Jos napsautat huoneeseen valon päälle, ei ole väliä sillä kuinka kauan huoneessa on ollut pimeää. Valo valaisee joka tapauksessa.” – Vernon Howard, Yhdysvaltalainen filosofi. (Arvidsson 2010, hakupäivä 2.12.2010.)

Laatu on tänä päivänä yrityksen elinehto jatkuvasti tiukentuville markkinoilla ja asiakkaiden lisääntyneen tietoisuuden vuoksi. Laatuajattelu ei keskity ainoastaan itse palveluun tai tuotteeseen, vaan määritelmä on kasvanut ja pitää sisällään koko yrityksen toiminnan sidosryhmineen.

Opinnäytteen kohdeyritykseltä puuttuu varsinainen laatukäsikirja, joka on pohjana laatujärjestelmän ylläpitämiseen yrityksessä. Laatukäsikirja tullaan laatimaan tulevaisuudessa, jotta yritys voi hakea laatusertifikaattia toiminnalleen. Tässä vaiheessa se nähtiin kuitenkin liian suurena työtaakkana yksistään tekijän harteille suunnattavaksi. Yrityksen toiveena oli kuitenkin, että työ keskitetään laadun yhdelle osa-alueelle, joka on toistaiseksi ollut heikosti järjestetty ja organisoitu reklamaatiokäsittely.

Tällä hetkellä asiakasreklamaatioiden käsittely kohdeyrityksessä on erittäin hidasta ja aikaa vievää. Asiakas on tähän tyytymätön ja se vaikuttaa negatiivisesti koko yrityksen toiminnankuvaan. Yleinen ohjeistus tilanteessa toimimiseen puuttuu, ja näin reklamaatioiden hoitaminen onkin itse toimitusjohtajan harteilla. Valmistajien eriävät tiedontarpeet ja vaatimukset viallisista tuotteista aiheuttavat myös hankaluuksia. Kohdeyritykselle on koitunut tappioita, kun on välikätenä lupautunut korvaamaan asiakkaalleen viallisen tuotteen, mutta valmistajayritys vastaavasti ei ole jostain syystä korvannut vialliseksi todettua tuotetta.

Reklamaation juuret ovat laadussa, koska reklamaatio on ilmoitus virheestä, ja virhe on poikkeama asiakkaan olettamasta laadusta. Näin Asiakkaalta tullut reklamaatio on yleensä ensimmäinen kontaktipinta laadun epäkohtiin. Siksi pohjustan työtäni kirjoittamalla tietoperustaa laadusta, mutta toiminnallinen opinnäytetyöni on kuitenkin kehittämistehtävä, jonka tarkoituksena on parantaa sekä nopeuttaa kohdeyrityksen reklamaatiokäsittelyprosessia. Tavoitteena on

reklamaatiotappioiden väheneminen, resurssien ja ajan vapautuminen sekä asiakastyytyväisyyden ja laadun paraneminen.

1.1 Kehittämistehtävän toimintasuunnitelma ja rajaus

Työn päämääriä lähdettiin tavoittelemaan ohjeistuksen ja lomakkeiden laatimisella reklamaatiokäsittelyprosessin avuksi jo olemassa olevien ja uusien hankittujen tietojen sekä haastattelujen pohjalta. Tiedustelin sähköpostilla (liite 1) valmistajien päivitettyjä takuuehtoja sekä käytännön ohjeita reklamaation suorittamiseen oikeaoppisesti korvausten saamiseksi. Korvausehtojen pohjalta laadin yhdessä toimeksiantajan kanssa reklamaatiolomakkeen.

Valmistajilta saatujen takuuehtojen ja käytännön ohjeistuksien pohjalta tein kirjallisen toimintaohjeen työntekijöille reklamaation vastaanottamiseen ja sen jatkokäsittelyyn kohdeyrityksessä. Ohjeistuksella mahdollistetaan kohdeyrityksen työntekijöiden itsenäinen ja oikeaoppinen reklamaatioidenkäsittely ja -tarkastus. Lisäksi suoritin lyhyitä teemahaastatteluja toimeksiantajan kanssa (liite 2) muun muassa hänen tavoitteistaan ja toiveistaan reklamaatioprosessin kehittämiseen liittyen.

Työhön olisi hyvä sisällyttää asiakastyytyväisyyden kartoitus ennen ja jälkeen kehittämistehtävän toteutuksen, jotta työn vaikutukset pystyttäisiin arvioimaan ja analysoimaan. Myös valmiin työn vaikutuksia laadun muutoksiin tulisi tutkia ja seurata yrityksen toiminnassa, mutta rajaan kuitenkin asiakastyytyväisyyskartoituksen ja laadun muutoksien seuraamisen työni ulkopuolelle aika- ja resurssivajeen vuoksi. Kyseiset tehtävät tullaan hoitamaan toimeksiantajan puolelta.

1.2 Tiedonlähteiden valinta

Olen valinnut työni yhdeksi päälähteeksi Olli Lecklinin teoksen Laatu yrityksen menestystekijänä 2006. Lecklin on kirjassaan avannut laadun käsitettä ja sen termistöä hyvin ja helposti ymmärrettävään muotoon. Suuri suomalainen kirjakerhokin kuvaa teosta seuraavasti; ”Laatu yrityksen menestystekijänä on aina ajankohtainen ja laajin suomalainen yleisteos laadusta, laatuajattelusta ja niiden merkityksestä yrityksen menestystekijänä” (SSKK, hakupäivä 28.2.2011).

Englanninkielisenä lähteenä olen turvautunut David Hoylen kirjoittamaan Quality management essentials – teokseen. Teoksessa laatua on tutkittu hyvin laajalti ja tarkasti käyttäen erilaisia teorioita ja malleja selventämään laadun syvintä olemusta.

Painamattomia lähteitä on työssä hyödynnetty laajalti, niiden relevantti ja ajankohtainen sisältö yhdistettynä helppoon saatavuuteen on vaikuttanut valintaan. Kohdeyrityksen ala on myös sellainen, josta ei löydy paljoa painettua kirjallisuutta. Osassa sähköisistä lähteistä on tekijänä jokin liike-elämän taho. Tutkimusvaiheessa suhtauduin erityisellä varauksella näihin lähteisiin, koska ne voivat olla kirjoitettu omaa etua tavoittelevalla tavalla, esimerkiksi markkinointiviestintänä. Tarkan seulonnan ja eri lähteiden vertailujen kautta uskalsin lisätä niitä työni lähteiksi.

Osassa opinnäytetyötä puuttuu lähdetietomerkinä, tässä on kuitenkin kysymys tekijän niin sanotusta hiljaisesta tiedosta. Olen itse työskennellyt kohdeyrityksessä useamman vuoden, joten hiljaista tietoa tuotteista ja alalta on kertynyt jonkin verran. On helppo samaistua ja ymmärtää näin toimeksiantajan tilanne ja päämäärät opinnäytetyölle. Haasteena onkin saada kaikki asiat kirjoitettua ulkopuolisin silmin luettavaan muotoon.

2 LÄHTÖKOHTATILANNE

Renkaat ovat ainoa yhteys auton ja tien välillä. Kaikissa olosuhteissa turvallisuus on kiinni reilun neljän kämmenen kokoisesta kosketuspinnasta. Renkaalla on neljä päätehtävää; kantaa kuormaa, joustaa, välittää voimaa ja ohjata. (Metropolia 2009, hakupäivä 28.3.2011.)

Suomessa myydään uusia henkilöautorenkaita vuosittain noin 1,1 miljoonaa kesärengasta ja noin 1,4 miljoonaa talvirengasta. Lisäksi jakeluautojen uusia kesä- ja talvirenkaita myydään noin 240 000 kappaletta ja linja- sekä kuorma-autojen uusia renkaita noin 110 000 kappaletta. Kaiken kaikkiaan Suomessa myydään siis noin 2,85 miljoonaa uutta rengasta vuodessa. (Autonrengasliitto ry, hakupäivä 2.12.2010.)

2.1 Autonrenkaiden historia

Itse pyörä uskotaan keksityn jo 3500 e.Kr. Mesopotamiassa (käsittää nykyisen Irakin alueen ja Syyrian itäosan). Pyörää pidetään yhä yhtenä ihmiskunnan suurimmista keksinnöistä, vaikkakin se on muuttunut aikojen saatossa. Nykyisin käytetään kumista pyörää kivisen, rautaisen tai puisen sijaan. Alkujaan kumi ei kuitenkaan soveltunut käytettäväksi renkaissa, koska kumi on luonnostaan muovautuvaa, se muuttuu tahmeaksi lämpimässä ja joustamattomaksi kylmässä. Charles Goodyear keksi vulkanointiprosessin 1839. Prosessissa kumia kuumennetaan ja lisätään rikkiä. Vulkanoinnin seurauksena kumi muuttuu kovemmaksi, kestävämmäksi ja paremmin kemikaaleja sietäväksi. Samalla kumin pinta tulee sileäksi ja sen tahmeus vähenee. (Continental 2011, hakupäivä 18.2.2011.)

Goodyearin keksinnön jälkeen pian renkaina käytettiin kiinteitä kumipyöriä. Nämä renkaat olivat kestäviä, mutta niiden paino ja epämukavuus käytössä koettiin haitaksi. Tänäkin päivänä näitä kiinteäkumisista pyöriä käytetään kuitenkin osassa teollisuuden alaa. (sama.)

Ilmaa sisältävät renkaat keksittiin poistamaan ja vaimentamaan tärinää ja antamaan näin paremman ajonautinnon. Ensisijaisena ilmarenkaiden keksijänä pidetään Robert W. Thomsonia, joka vuonna 1846 haki patenttia keksinnölleen. Thomson oli vain aikaansa edellä, ja keksintö ei

saanut tarvittavaa suosiota tuolloin. Vasta 1888 John B. Dunlop keksi ilmarenkaan uudelleen, ja se saavuttikin suuren suosion polkupyörän renkaana. (sama.)

Sittemmin kehitys on jatkanut kulkuaan, mutta ehkä tämän luokan mullistuksilta on välttytty. Jatkuvasti kehitellään hiljaisempia, kestävämpiä, ja turvallisempia renkaita sekä tietty ekologisuus huomioiden pienemmän pyörintävastuksen omaavia renkaita. Uusin isomman luokan tuotekehitys alalla on ns. run-flat -renkaat, jotka mahdollistavat lyhyehkön etenemisen ennalta määritetyn nopeuden turvin vaikka rengasrikon sattuessa (Sundqvist 2010, hakupäivä 21.3.2011). Tämä tekniikka perustuu renkaansivun jäykkyyteen, joka kestää ajoneuvon painon vaikka rengas tyhjenisi ilmasta.

2.2 Autonrenkaiden valmistus ja kehitysnäkymät rengasalalla

Autonrenkaan valmistus on pitkän prosessin tuotos, jossa yhdistetään erilaisia materiaaleja ja niiden yhdisteitä seokseksi (Liite 3). Seoksesta muodostuu massaa jota kutsutaan pääeräksi. Pääerä käy läpi useita eri käsittelyn vaiheita, sitä kuumennetaan, venytetään, leikataan ja jäähdytetään. Massaan lisätään vielä erilaisia vahvikkeita, kuten terästä, nylonia, polyesteriä, ja ynnä muuta sellaista rungon muodostamiseksi. Valmistus tapahtuu osissa, joten yhdessä vaiheessa prosessin kulkua ne yhdistetään renkaan muotoon. Tämän jälkeen tapahtuu vulkanointi, jossa kypsentämätön rengas altistetaan tietylle lämpötilalle sekä paineelle ennalta määritetyn ajan. Tämän jälkeen renkaasta poistetaan ylimääräinen kumi ja suoritetaan lopputarkastus sekä silmämääräisesti että elektronisesti. (Bridgestone 2011, Hakupäivä 18.2.2011.) Näin muodostetaan autonrengas lyhykäisyydessään.

Rengasmarkkinoiden kehitysluvut vuodelta 2009 osoittivat Autonrengasliiton myyntitilaston mukaan laskua sekä kesärenkaiden että talvirenkaiden osalta. Laskevat luvut johtuivat laskusuhdanteesta ja sen aiheuttamasta autokaupan hiljentymisestä. (Rengasvalmistajat 2010, hakupäivä 2.12.2010.) Toimeksiantajan kertoman mukaan laskua todellakin oli jonkin verran, mutta tilanne on jo kääntynyt paremmaksi ja myynti on jälleen nousussa.

YLE uutisoi 9.2.2011 nettisivuillaan autonrenkaiden kallistuvan rajusti lähitulevaisuudessa. Luonnonkumin hinta on noussut markkinoilla lähes sata prosenttia viimeisen vuoden aikana. Luonnonkumi maksoi vuonna 2009 vielä keskimäärin 1450€ tonnilta, kun vastaavasti vuotta

myöhemmin hinta oli noussut jo 2850€ tonnilta. Syinä jo tapahtuneeseen ja tulevaan hinnan korotukseen on luonnonkumin niukkuus ja raakaöljyn kova hinta. Niinpä saksalaiset rengasvalmistajat uskovat hinnan jatkavan nousua seuraavan vuoden aikana vielä noin 25 prosenttia. Luonnollisesti kustannusten nousut tulevat näkymään suoraan kuluttajille hintojen nousuna. (YLE Uutiset 2011, hakupäivä 18.2.2011.)

Luonnollisesti kehitystä pyritään saamaan aikaiseksi alalla, koska raaka-aineiden hupenemisen ja niukkuuden vuoksi seurauksena on tuotteiden hinnan nousu. Renkaidenvalmistaja Michelin on kehittänyt kevyempää ja edullisempaa vaihtoehtoa markkinoille. Uusi keksintö on nimeltään Tweel, joka on eräänlainen levytyörän ja renkaan yhdistelmä. Tweel ei tarvitse laisinkaan ilmaa, vaan paksut ja joustavat puolat korvaavat tavanomaisen paineistetun rungon. Keksintö on vielä prototyyppiasteella ja tässä vaiheessa se soveltuu lähinnä kevyille ja hitaille kulkuneuvoille. Valmistaja kuitenkin arvioi että lähitulevaisuudessa Tweel sopeutuu jopa autokäyttöön ja sen sarjatuotanto voidaan tuolloin aloittaa. (Tekniikka ja talous 2005, hakupäivä 22.3.2011.)

2.3 Toimeksiantajan esittely

KM-RRR yhtiöt Oy on perustettu vuonna 2001 veljesten Kari ja Jarmo Maunun toimesta. Yrityksen toiminta perustuu pääsääntöisesti henkilöauton- ja raskaankalustonrenkaiden maahantuontiin ja tukkumyyntiin. Yritys ei harjoita itse vähittäismyyntiä, vaan asiakkaina toimivat renkaiden vähittäismyyjäliikkeet kautta maan. Vähittäismyyjäliikkeitä on asiakkaina tällä hetkellä noin 600. Yritys tuo maahan kolmea tuotemerkkiä (liite 4) ja toimii tukkumyyjänä myös muutamalle muulle merkille. Vuosittainen myyntimäärä on tällä hetkellä noin 160000 henkilöautorenngasta ja 8000 kuorma-autorenngasta.

Yrityksellä on toimitilat Tornion Torpissa sijaitsevassa 3400m² vuokratiloissa. Lisäksi yrityksellä on käytössään noin 100 kappaletta merirahtikontteja pihamaalla lisävarastointitiloina (yht. n. 3000 m²). Henkilöstöä vuonna 2009 oli noin 12 kokoaikaista työntekijää ja lisäksi sesonkiapulaisina noin 4 henkilöä. Liikevaihto vuonna 2009 oli noin 9,6 MEUR.

Renkaiden maahantuonti ja tukkumyynti vaativat melkoiset varastointitilat sekä hyvät ja nopeat tavarantoimitussopimukset. Rengaskokoja pelkästään henkilöautoihin löytyy noin sata, ja näistä on vielä eri versioita, malleja ja merkkejä olemassa. Usein tietyn renkaan saanti valmistajalta

maahantuojalle ja sieltä jälleenmyyjän kautta loppukuluttajalle vie useita viikkoja tai jopa kuukausia. Siksi toimitusvarmuutta ja -nopeutta pyritään lisäämään pitämällä tarvittavan suurta varastoa yllä. Asiakkaan tilaamat renkaat lähetetään yleensä puulavoille pakattuina paikallisten kuljetusyrityksien rekkoja käyttäen. Ennen kello 14 tilatut lähetykset ehtivät yleensä seuraavaksi päiväksi perille.

Renkaiden tuonti tapahtuu sekä meriteitse rahtikonteissa että rekoissa läpi Euroopan. Useimmilla rengasvalmistajilla on keskusvarastoja Euroopassa, jotka helpottavat ja nopeuttavat tavaran saantia. Renkaiden tuonti keskittyy lähinnä loppupalveen ja -kesään, jolloin varaudutaan alkavaan sesonkiin. Rengasalalla sesongit, eli kiireisimmät ajat kysynnän mukaan, ovat keväällä jolloin kuluttajat vaihtavat talvirenkaat kesärenkaisiin ja vastaavasti syksyllä kun auton alle laitetaan talvirenkaat.

3 LAATU

Laadun ylläpitäminen ja parantaminen yrityksessä vaatii jatkuvaa toiminnan kehittämistä ja markkinoiden seuraamista. On pystyttävä vastaamaan muuttuvaan kysyntään, joka muodostuu asiakkaiden tarpeista, vaatimuksista ja odotuksista.

Laadun varmistamiseen ja ylläpitämiseen on kehitetty erilaisia menetelmiä, joista yleisin lienee laatujärjestelmän laatiminen yritykselle. Tähän avuksi on olemassa kansainvälinen ISO-järjestö joka laatii vapaaehtoisia teknisiä standardeja, jotka tuottavat kaikenlaisille liiketoiminnoille lisäarvoa (Tekninen komitea ISO/TC 176 2010, 16).

3.1 Mitä on laatu?

Käsite laatu pitää sisällään monia erilaisia tulkintoja riippuen tarkastelunäkökulmasta, eikä näin ollen ole olemassa yhtä ainoaa oikeata laatua tai objektiivista määritelmää tälle käsitteelle. ”Laadun käsitteen kuvaaminen on aina suhteellista riippuen määrittäjän omista intresseistä, arvoista, uskomuksista, tarpeista ja pyrkimyksistä sekä oleellisesti myös siitä ilmiöstä, jonka kannalta laatua tarkastellaan” (Parrila 2002, 34). Yleisesti laadulla ymmärretään kuitenkin asiakkaan tarpeiden täyttämistä yrityksen kannalta mahdollisimman tehokkaalla ja kannattavalla tavalla (Lecklin 2006, 18). Näin esimerkiksi asiakastyytyväisyys ei ole itsetarkoitus johon pyritään hinnalla millä hyvänsä. Tästä hyvän esimerkin antaa Lecklin kirjassaan Laatu yrityksen menestystekijänä, jossa hän käyttää vertauskohteena pankkia.

”Pankin asiakkaat ovat varmasti tyytyväisiä, jos he saavat lainan nollakorolla. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että pankin toiminta olisi laadukasta, pikemminkin päinvastoin, koska pankin oma kannattavuus kärsii saamatta jäävien tuottojen seurauksena.” (2006, 18.)

Asiakkaan näkökulmasta laatu on tuotteen tai palvelun soveltuvuutta tarpeisiin. Asiakas määrittää tuotteelle tai palvelulle joko tietoisesti tai tiedostamatta jonkinlaiset vaatimukset, ja jos kokemus täyttää tai ylittää odotukset, on tuote laadukas. Asiakas on viimekädessä ainut joka voi päättää onko laatu jota yrityksen tuotteet ja palvelut edustavat tyydyttävää, mikäli ei, on seurauksena joko

suora palaute (reklamaatio), myynnin lasku, markkinaosuuden pieneneminen sekä lopulta tappiollinen toiminta. (Hoyle 2007, 6-7.)

Taulukossa 1. on eräitä Lillrankin (1998) ja Savolaisen (1992) teoksista koottuja määritelmiä, jotka kuvaavat laatua asiakkaan näkökulmasta. Taulukon lähteenä on käytetty Parrilan opinnäytetyötä, jossa on hienosti yhdistelty eri teoksien määritelmiä laadusta asiakkaan näkökulmasta.

TAULUKKO 1. Asiakasnäkökulmaan perustuvia laadun määritelmiä.

	LAATU ON
Akyama (1991)	se, mikä toteuttaa ostajan tarpeet
Deming (1940)	asiakkaan nykyisten ja tulevien tarpeiden täyttämistä laadun avulla
Edwards (1968)	kykyä tyydyttää asiakkaan tarpeet
Feigenbaum (1983)	tuotteen tai palvelun markkinoinnin, insinööriosaamisen, tuotannon ja huollon kautta määrittyviä piirteitä, joiden avulla pystytään täyttämään asiakkaan tarpeet
Hannus (1993)	asiakkaan arvio, asiakkaan odotuksiin nähden oikea
Juran (1989)	sopivuus käyttöön tai tarkoitukseen
Lillrank (1998)	vaihdannassa eli transaktiossa näkyvä ominaisuus, joka vaikuttaa asiakkaan arviointeihin ja päätöksiin
TQM (1950)	asiakkaan odotusten täyttäminen.

(Parrila 2002, 35)

Virheellisesti laadun otaksutaan usein olevan ainoastaan tuotteen kestävyyttä käytössä. Viitaten yllä olevaan taulukkoon, voidaan päätellä, että laatua mitataan suurilta osin itse palvelun tai tuotteen kyvyllä vastata siihen kohdistuviin odotuksiin. Kestävyyttä pidetään jopa itsestään selvänä oletuksena useissa hyödykkeissä, eikä sitä näin ollen arvosteta erityisesti laadukkuutena.

3.2 Laadun historia ja nykytila

Laatu on osa liiketoimintaa ja siitä löytyy merkkejä jo vaihdantatalouden aikajaksolta, jolloin tuotteen laatu arvioitiin heti vaihdantahetkellä markkinoilla ja kauppapaikoilla. Hinta määräytyi jo tuolloinkin pitkälti lopputuotteen laatuominaisuuksista, joko oravannahkoina tai muina maksuvälineinä. (Lecklin 2006, 15.)

Sittemmin talouselämän kehittyessä laadunvalvonta ja ylläpito muodostuivat ammattikunta keskeisemmäksi, kuten mestari-kisälli-oppipoikajärjestelmä -malli, jonka tarkoituksena oli opettaa nuoret miehet ammattitaitoisiksi ja myös näin edistää ja valvoa tuotteiden laatua. Erityisesti tämä ilmeni suutari- ja kelloseppämestareiden kohdalla, joille oli kunnia-asia että heidän kenkensä ja kellonsa saivat arvostusta ja asiakaskunnan hyväksynnän. Mestari otti vastuun näin oman organisaationsa laadun varmistuksesta. (Lecklin 2006, 15–16.)

Teollisen vallankumouksen jälkeen tuotteita alettiin valmistaa koneellisesti erillisissä tehtaissa. Massateollisuuden tuotantomäärät ja kasvuvauhti pakottivat palkkaamaan tehtaisiin paljon kouluttamatonta työvoimaa. Työnkuva vaihtui, työ pilkkoutui pieniin vaiheisiin joista osa hoidettiin koneellisesti. Ongelmaksi muodostui kokonaisnäkemysten puute, ja virheiden syntyminen oli tavallista. Virheiden vähentämiseen ja laadun ylläpitämiseen muodostettiin laaduntarkastajien ammattiryhmä. Heidän tehtävinään oli eri työvaiheissa ja osastoilla tarkastaa, että raaka-aineet, puolivalmisteet ja lopputuotteet vastasivat niille asetettuja vaatimuksia ja spesifikaatioita, raportoida poikkeamista ja ehdottaa parantamiskeinoja. (Lecklin 2006, 16.)

Näin massatuotantoteollisuuden aikakauden vallitessa, tuotekohtainen määritelmä palvelulle tai tuotteelle muodostuu markkinoilla kysynnän voimasta ja tarpeesta, kun vastaavasti laadunteknillinen osuus koostuu usein toistuvaisältöisten toimintojen virheettömydestä. (Tuominen & Lillrank 2000, 11.) Kuluttaja havittelee itselleen aina virheetöntä ja itselleen sopivaa tuotetta. Tuottajan puolelta nämä vaatimukset ovat ristiriitaisia, sillä virheettömän tuotteen valmistamisessa edesauttaa stabiili tuotantoympäristö, joka tarkoittaa usein tiukasti standardoitua ja pitkää tuotantosarjaa. Muutokset ja poikkeamat suunnitellusta ovat omiaan monimutkaistamaan ja vaikeuttamaan virheetöntä suoritusta. (Sama.)

3.3 Laatu kriittisenä menestystekijänä

Kriittiset menestystekijät ovat rajoitettu joukko tekijöitä, joiden on onnistuttava ja toimittava hyvin, jotta yrityksen tavoitteet voidaan saavuttaa. Menestystekijöiden tulisi olla yhdensuuntaisia organisaation vision kanssa ja tavoitella kaikkien jäsenten hyväksyntää ja sitoutumista. (Lecklin 2006, 23.)

Yrityksen kriittisiä menestystekijöitä voi olla esimerkiksi

- ammattitaitoiset työntekijät
- alhaiset tuotantokustannukset
- nopea tuotekehityssykli
- korkea asiakastytyväisyys
- tehokkaat markkinointikanavat
- toimitusvarmat alihankkijat
- tuotteiden ja palvelujen laatukilpailukyky
- ympäristöystävällinen toimintatapa

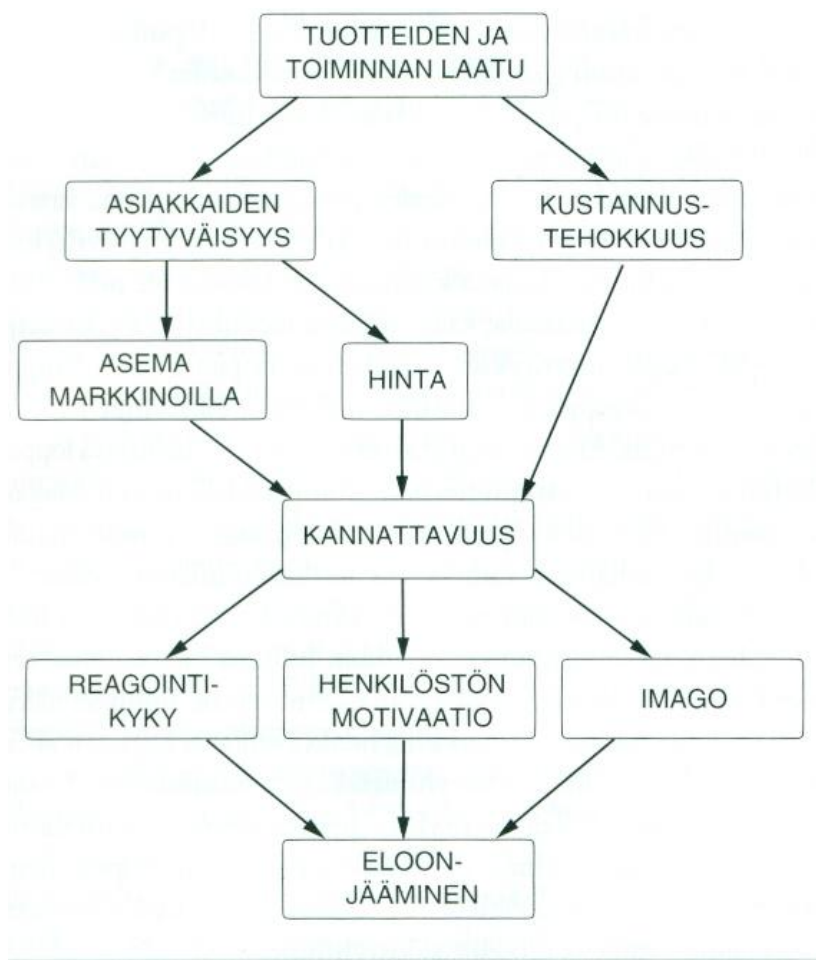
(Lecklin 2006, 23.)

Onko laatu yrityksen yksi kriittisistä menestystekijöistä myös? Lecklin kirjoittaa kirjassaan seuraavasti, että hyvä laatu merkitsee yrityksen sisällä tuotteiden virheettömyyttä ja alhaisia laatuksannuksia ja niiden seurauksena kustannustehokkuutta. Näin itse kate ja kannattavuus paranee. (2006, 24.)

Laatu vaikuttaa myös markkinoilla positiivisesti, se täyttää asiakkaiden tarpeet, vaatimukset ja odotukset ja näin lisää asiakastytyväisyyttä. Tyytyväinen asiakas on uskollinen yritykselle ja usein lisää ostojensa määrää keskittämällä ne kaikki hyväksi todettuun vaihtoehtoon. Tyytyväinen asiakas viestii positiivisesti yrityksestä myös muille potentiaalisille asiakkaille. Siten toiminnan laadukkuus ja tyytyväiset asiakkaat antavat enemmän vapautta hinnoittelussa, näin tuotteet voidaan myydä paremmalla katteella (kuvio 1). Tämä kaikki tarkoittaa että yrityksen asema markkinoilla vahvistuu laadun seurauksena. (Lecklin 2006, 24.)

Kannattavuus yhdistettynä laatuun auttaa yritystä kehittämään toimintaa pitkäjänteisemmäksi, saavuttamaan kilpailuetua, tavoittelemaan markkinajohtajuutta ja kohottamaan yrityskuvaa.

Pitkällä tähtäyksellä laatu merkitsee yrityksen eloonjäämistä ja työpaikkojen säilymistä (Kuvio 1). (Lecklin 2006, 25.)



KUVIO 1. Laadun merkitys (Lecklin 2006, 25)

3.4 Laadunhallinta ja sen johtaminen

Reklamaatioprosessin kehittäminen suuntaa siihen, että yritys haluaa tulla paremmin asiakkaitaan palvelevaksi ja menestyksekkäämmäksi organisaatioksi. Reklamaatiot liittyvät myös johtamiseen. Yrityksen tulee ratkaista asiakaspalautteena saadut reklamaatio ongelmat ja kehittää toimintaa sen mukaisesti. Lähtökohtana on pitää asiakkaat tyytyväisinä ja asiakassuhteet pitkäkestoisina. Vanhasta asiakkaasta huolehtiminen on edullisempaa kuin uuden hankkiminen, ja hyvin palveltu asiakas todennäköisesti keskittää asiointinsa, ja palaa aina uudelleen hyväksi toteaman hyödykkeiden- tai palvelujentarjoajan luo.

Hyvä palvelu on osa yrityksen laatuksua, joka välittyy asiakkaalle asiointitilanteessa. Laadun oletetaan näin parantavan asiakastyytyvyyttä, joka puolestaan edesauttaa markkinaosuuksien säilyttämisessä ja nostamisessa (Tuominen & Lillrank 2000, 13). Laadun taloudellisia vaikutuksia on ainakin virheiden poistamisen ja operaatioiden standardisoimisten myötä hukkakustannusten väheneminen (Sama).

Lecklinin kirjoittamassa kirjassa Laatu yrityksen menestystekijänä viitataan Laatukseskuksen määrittämiin tunnusmerkkeihin laatuyrityksestä, joita käytetään Suomen lautupalkintokilpailun arviointiperusteina. Kirjassa laatuyrityksen tunnusmerkkeinä pidetään seuraavia piirteitä; asiakassuuntautuneisuus, johtajuus ja toiminnan päämäärätietoisuus, henkilöstön kehittäminen ja osallistuminen, tuloshakuisuus, prosesseihin ja tosiasioihin perustuva johtaminen, kumppanuuksien kehittäminen, yhteiskunnallinen vastuu, sekä jatkuva parantaminen. (2006, 26.)

Nämä kaikki edellä mainitut tunnusmerkit laatuyrityksestä ovat kaikki hyvin loogisia määritelmiä ja niiden voisi olettaa ilmentyvän jokaisen yrityksen toiminnassa, mutta todellisuudessa näin ei kuitenkaan ole. Tulisikin syventyä ratkaisemaan kuinka nämä oikeasti käytännössä yrityksen osalta hoidetaan. Alla olevissa kappaleissa on hieman avattu laatuyrityksen tunnusmerkkejä, ja mitä nämä käsitteet ja piirteet oikeastaan tarkoittavat.

Tuote tai palvelu joka halutaan saada myydyksi, tulee olla suunniteltu ja toteutettu asiakkaan tarpeiden mukaisesti, sekä markkinoida oikein kohdennetulle asiakassegmentille asiakkaita kiinnostavalla ja innostavalla tavalla oikeaan aikaan. Tämä kaikki viestii asiakassuuntautuneisuudesta. Asiakas on ns. ykkönen ja aina oikeassa, ilman asiakkaita ei ole kysyntää ja näin yritys olisi tarpeeton.

Päämäärätietoisella viestinnällä ilmaistaan yrityksen tavoitteet sekä visio niin työntekijöille että asiakkaille. On siis tärkeätä tietää minne ollaan menossa ja miten sinne päästään, jotta toiminta olisi johdonmukaista. Siksi johtamisella varmistetaan että osaaminen on kohdallaan, että tavoitteet saavutetaan ja laatua syntyy. Johtajuus on ns. tukipilari jonka ympärille kaikki toiminnot rakentuu. Ylimmän johdon tulee olla henkilökohtaisesti sitoutunut laatuohjelmään, koska arvot, eettiset säännöt, kulttuuri ja hallintotavat, syntyvät yrityksessä johtajien toimesta (Lecklin 2006, 26; Lindholm 2011, hakupäivä 19.4.2011).

Henkilöstön motivoiminen ja kouluttaminen on myös tärkeää, näin tehokkuus paranee jokaisen työntekijän osalta yrityksen parhaaksi. Tämä lisäksi sitouttaa työntekijää yritykseen, kuten myös mahdollisuus osallistua päätöksentekoon ja ideointiin. Ihmisten hyvinvointi töissä ja vapaa-ajalla vaikuttavat myös olennaisesti sitoutumiseen ja työsuorituksiin. Sitoutunut työntekijä suhtautuu työhönsä vastuullisemmin, mikä on yhteydessä työn suorittamisen laatuun ja poissaoloihin. Laatu ei synny itsestään, ihmiset tekevät sen. (Lindholm 2011, hakupäivä 19.4.2011.)

”Vain muutos on pysyvää” (Lecklin 2006, 27). Yrityksen toiminnan kannalta on tärkeitä että tavoitteet ovat aina edessäpäin. Yrityksen tulee elää markkinoiden ja trendien muutosten mukaan, muutoin kilpailijat vievät asiakkaat ja toiminta kärsii menetettyjen tulojen seurauksena. Tuloshakuisuus tarkoittaa myös prosessien yksinkertaistamista ja työvaiheiden vähentämistä. ”Asiakas on halukas maksamaan vain lisäarvosta, ei tavarantoiminnasta, kuljettamisesta tai paperin siirtelystä käsittelijältä toiselle” (sama).

Intuutiolla tai ”musta tuntuu” menetelmällä johtaminen ovat jääneet taka-alalle nykypäivän yrityksissä. Johtamisen ja päätöksenteon tulee perustua todelliseen ja luotettavaan tietoon, joita kerätään erinäisin menetelmin ja tietojärjestelmin. Tieto on ajantasaista, ja sitä arvioidaan ja hyödynnetään mahdollisuuksien mukaan. Tiedolle on ennalta asetettu tavoitteet ja mittarit, näin muutoksiin varaudutaan ja syyt poikkeamiin selvitetään. Näin syntyviä riskejä pystytään ennalta arvioimaan ja paremmin hallitsemaan. (Lecklin 2006, 28.)

Kumppanuuksien hankkimisella, kehittämisellä ja vaalimisella on tärkeä rooli yrityselämässä. Yhdessä olemme vahvemmat. Kun yhdistämme omat vahvuutemme yhteistyökumppaneiden kanssa, niin ero kilpailijoihin kasvaa. Tärkeätä on kuitenkin huomioida että hyöty on tasapainossa ja molemmin puolista. Esimerkiksi yhteisostoilla saadaan usein määrälennusta aikaan, jolloin kate jää suuremmaksi tai hinta saadaan kilpailukykyisemmäksi.

Yritys viestii vastuullisesta toiminnastaan parhaiten toimimalla yhteiskuntavastuullisesti, huomioiden turvallisuus- ja terveysturvallisuuskohdista, ympäristövaikutuksista sekä luonnonvarojen tuhlaamisen estämisestä. Ihmiset arvostavat vastuullisuutta yhä enenevässä määrin, ja se voikin muodostua ratkaisevaksi tekijäksi kilpailun kiristyessä markkinoilla.

”Laatutyöhön kuuluu myös jatkuva parantaminen. Mittavankaan uudistamisen tai kehitysprojektin jälkeen ei voida jäädä lepäämään laakereilla, vaan työtä on välittömästi jatkettava.

Palautejärjestelmät, katselmukset, menetelmien ja välineiden arviointi ja kehittäminen sekä ulkopuolisen maailman seuraaminen ovat kehittämisen perusasioita.” (Lecklin 2006, 28.) Asiat voidaan siis tehdä aina paremmin.

4 ALKUTILANNE REKLAMAATIOPROSESSISSA

Reklamaatiolla tarkoitetaan yksilöidyn huomautuksen esittämistä tuotteen myyjälle virheestä; yleisemmin: ilmoitus virheestä tai viivästyksestä sopimuksen täyttymisessä. (Pienehkö sivistyssanakirja 2008, hakupäivä 9.11.2010.)

Laissa sanotaan: ”Jos tavarassa on virhe eikä se johdu ostajasta tai ostajan puolella olevasta seikasta, ostaja saa tämän luvun säännösten mukaisesti vaatia virheen korjaamista, uutta toimitusta tai hinnanalennusta taikka purkaa kaupan sekä lisäksi vaatia vahingonkorvausta.” (Kauppalaki 355/1987 6:30)

Pelkistettynä reklamaatio on ilmoitus siitä, että odotukset eivät ole täyttyneet. Tärkeätä on myös ymmärtää, että reklamaatio on yritykselle suotu mahdollisuus tehdä tyytymätön asiakas tyytyväiseksi korjaamalla palvelun tai tuotteen puutteet. Siinä mielessä reklamaatio on lahja yritykselle. Yritys voi siis hyötyä paljon asiakkaiden tekemistä reklamaatioista, jos siihen annetaan mahdollisuus. (Barlow & Moller 1998, 20; Antila & Takkinen 2003, 50)

4.1 Reklamaatioiden määrät kohdeyrityksessä

Määrällisesti tarkasteltaessa harvassa tuotteessa ilmenee virhe, mutta näiden yksittäisten tapausten hoitaminen on tärkeässä asemassa asiakastyytyväisyyden ja positiivisen yrityskuvan säilyttämisessä.

Vuositasolla tarkasteltaessa kohdeyrityksen myymistä henkilöautonrenkaista, n.160.000 kappaletta, tulee takuukäsittelyyn arviolta 240 kappaletta. Tämä tarkoittaa että reklamaatioprosentti on noin 0,15 myyntimäärästä. Näistä takuun piiriin kuuluvia oikeita tapauksia on noin 140 kappaletta ja ne korvataan. Kuorma-autonrenkaissa reklamaatioprosentti on vastaavasti noin 0,63 myyntimäärästä, sen ollessa noin 8000 kappaletta. Määrällisesti palautuu arviolta 50 kappaletta reklamaatioina, joista noin 30 kappaletta päätyy korvaukseen. Reklamaatiolukemat on kirjattu takautuvasti parilta viime vuodelta, ja lukemat ovat noin keskiarvoja määrien vaihdella vuodesta toiseen.

4.2 Yleisiä syitä reklamaation hylkäämiseen rengasalalla

Renkailla saavutetaan yleensä kymmenien tuhansien kilometrien ajotulos. Ajotulokseen vaikuttavat suurelta osin kuljettaja itse, asennusajankohta, ajo-olosuhteet, valittu rengastyyppe ja auto. Noudattamalla käyttö – ja huolto-ohjeita pidennetään renkaiden turvallista käyttöikää. (Autonrengasliitto ry 2008, hakupäivä 2.12.2010.)

Lähtökohtana on, että ainoastaan valmistuksesta, asennuksesta tai kuljetuksesta johtuvia vikoja ja virheitä korvataan. Jos virhe todetaan syntyneen joko käyttäjän omasta virheestä tai käytetyn ajoneuvon viasta, tuotetta ei korvata. Asennusvirheistä vastaa asennuttaja itse, eli yleensä jälleenmyyjä, ja vastaavasti valmistaja valmistusvirheistä ja kuljetusyritys kuljetuksessa aiheutuneista vioista.

Valmistajat eivät yleensä korvaa vanhoja paljon ajettuja renkaita, koska usein vika muodostuu näihin niiden käyttöolosuhteista tai – tavoista, varastoinnista, ajoneuvon säädöistä, käytetystä rengaspaineesta, ynnä muista sellaisista syistä jotka eivät johdu materiaali tai valmistus virheestä. Päättäväratoimittajan takuehdot löytyvät työn liitteenä (liite 5), mistä ilmenee kuinka tarkasti rajatusta asiasta on kysymys.

Yksi renkaiden epätasaisen kulumisen yleisimmistä syistä on renkaiden väärät asentokulmat, toisin sanoen pyörän sivukallistuma aiheuttaa renkaaseen toispuoleista kulumista. Toinen yleinen syy on pyörien pitkittäisvinous auton pituusakseliin nähden, jolloin renkaat ns. auraavat, osoittavat sisäänpäin auton keskelle, tai harittavat ja osoittavat ulospäin autosta. Rengas joutuu tuolloin virheellisen asennon vuoksi pyöriessään luistamaan sivusuunnassa, aiheuttaen ylimääräistä kitkaa, jonka seurauksena on epätasainen kuluminen (Sundqvist 2010, Hakupäivä 21.3.2011).

Epätasaiseen kulumiseen voi vaikuttaa myös ajoneuvon ohjauslaitteiden välyksellisyys, renkaiden epätasapainoisuus, ylikuorma tai kuorman epätasapaino. Äkilliset jarrutukset ja voimakkaat kiihdytykset kuluttavat myös huomattavasti enemmän rengasta kuin rauhallinen ja ennakoiva ajotapa. Kuumassa ilmastossa renkaan ja tienpinnanväliin muodostuu enemmän kitkaa kuin viileässä, jolloin kuluminenkin on suurempaa. (Sundqvist 2010, Hakupäivä 21.3.2011).

4.3 Alan käytännöt prosessissa

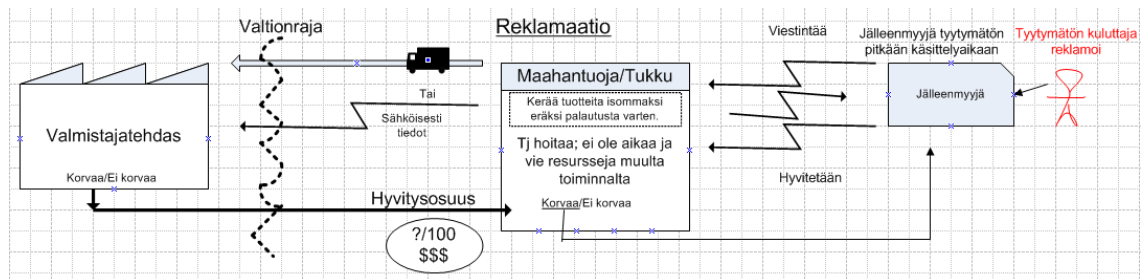
Alla olevassa kappaleessa kerron pääpiirteittäin reklamaatioprosessin kulusta rengasalalla käytännön näkemyksieni pohjalta. Prosessi on suurelta osin samankaltainen kuin kohdeyrityksessä, joten kerron ainoastaan eriävistä ongelmakohdista tässä jäljempänä kohdeyrityksen osalta erikseen.

Reklamaatioprosessin kulku rengasalalla lähtee liikkeelle hyvin monesti itse loppukuluttajalta, mikäli virhettä ei ole silmämääräisesti kyetty aiemmin huomaamaan. Loppukuluttaja huomaa käytössä jonkin poikkeavuuden tai virheen hyödykkeessä ja ottaa näin yhteyttä vähittäismyyntiliikkeeseen josta on hankkinut tuotteen (kuvio 2.). Vähittäismyyjä laatii välittömästi päätöksen hyvityksestä mikäli selvä tapaus, tai turvautuu maahantuojansa asiantuntijuuteen. Korvaustilanteessa hän lähettää tuotteen, tai valokuvat tuotteesta (liite 6), edelleen maahantuojalle joka arvioi tilanteen ja reagoi sen mukaisesti. Jos itse tuote on viallinen, maahantuoja korvaa käyttämättömän tuotteen uudella erheettömällä hyödykkeellä tai hyvittää käytetystä tuotteesta menetetyn hyödyn rahallisesti asiakkaalleen (käyttämättä jäänyt hyöty = renkaan urasyvyys vian sattuessa suhteessa vastaavaan uuteen renkaaseen). Jos virhe katsotaan aiheutuneen asiakkaan tai ajoneuvon johdosta, tuotetta ei korvata. Tilanne perustellaan asiakkaalle ja pahoitellaan tapahtunutta. Tilanne katsotaan tietenkin aina yksilöllisesti ja asiakassuhde pyritään säilyttämään hyvänä, esimerkiksi tarjoamalla uusi vastaava tuote alennettuun hintaan.

Reklamaatioprosessi jatkuu vielä maahantuojan osalta korvauksen saamiseksi. Maahantuoja joko kerää viallisia tuotteita isommaksi eräksi esimerkiksi vuoden ajalta ja lähettää ne edelleen valmistajalle isompana lähetyseränä yksilöityinä (erittäin kallis ja työläs vaihtoehto), tai vaihtoehtoisesti tuotteet kuvataan ja tiedot tapahtumista ja vioista kirjataan edelleen lähetettäväksi valmistajalle. Jos renkaat jäävät maahantuojalle, on yritys vastuussa niiden asianmukaisesta hävittämisestä.

Valmistaja tekee korvauspäätökset omien kriteerien mukaisesti, jotka ovat paikoin hyvinkin tiukkoja. Usein hyvitetty osuus on pienempi kuin haettava korvaus. Valmistajat vetoavat erinäisiin heikentäviin asiahaaroihin, kuten että tuote on ollut varastoituna väärin, tai että ajoneuvo jossa tuote on ollut asennettuna, on ollut joko viallinen tai sen säädöt virheelliset.

Alla olevasta kuviosta ilmenee tämän hetkisen reklamaatioprosessin kulku kohdeyrityksessä. Seuraavan alaotsikon alla on käsitelty ongelmakohtia, joita prosessissa tällä hetkellä ilmenee.



KUVIO 2. Reklamaatioprosessin lähtökohtatilanne kohdeyrityksessä

4.4 Ongelmakohdat tämän hetkisessä prosessissa

Tässä alla on lueteltuna tämän hetkisen prosessin pahimmat rasitteet. Seuraavassa luvussa pyritään kehittämään näihin sitten ratkaisuja. Kohdeyrityksen ongelmakohdat nykyisessä reklamaatioprosessissa (kuvio 2.) ovat viestintä jälleenmyyjän eli asiakkaan kanssa, viallisten tuotteiden säilöminen maahantuojalla, toimitusjohtajan resurssien tuhlaaminen prosessissa, ja valmistajien epäselvät tiedontarpeet tuotteesta ja tapahtuneesta sekä korvauskriteerit ja -käytännöt prosessissa.

Ilman varsinaista reklamaatiolomaketta asia etenee pahimmassa tapauksessa niin, että asiakas lähettää pelkän virheellisen tuotteen yksistään maahantuojalle (toimeksiantaja) ilman mitään viestiä, ja soittaa itse jälkikäteen puhelimitse viallisesta tuotteesta kertoakseen reklamaation syyn. Toisinaan lähettäjä on kiireessä unohtanut koko asian, eikä hänellä ole tarvittavia tietoja lähettyvillä kun maahantuojat ottaa yhteyttä asiaa koskien.

Tällä hetkellä suurin osa viallisista tuotteista säilötään joko valmistajan tarkistusvierailua varten, tai lähetettäväksi edelleen valmistajan tehtaalle. Viallisten tuotteiden varastoisesta syntyy tällä hetkellä turhia varastointi- ja käsittelykuluja.

Valmistajien epäselvät ja eriävät tiedontarpeet sekä korvauskriteerit reklamaatioissa haittaavat hyvityksen hakemista ja sen saantia. Usein valmistajat moittivat että jokin asia on ilmoitettu liian epäselvästi tai että jokin vaadittu kriteeri ei täyty, tällöin tuotetta ei korvata.

Reklamaation hoitaminen asianmukaisesti luulisi olevan myös valmistajien intressinä. Kysymyksessähän on valmistajan tuotteista saatu mielikuva käytännön tilanteissa. Asiakkaat arvostavat saamaansa palvelua ja pitävät reklamaatioiden nopeaa käsittelyä ja helppoa etenemistä laadukkuutena. Se osoittaa että valmistaja on valmis huolehtimaan asiakkaistaan kaupan jälkeenkin ja ottamaan vastuun valmistamistaan tuotteista.

Osa rengasalalla toimivista valmistajista järjestääkin koulutusta merkkinsä jälleenmyyjille. Joillakin kursseilla valmistajat antavat myös ohjeistusta reklamaatioiden käsittelemiseen (Liite 7). Tällä tavoin pyritään lisäämään merkin menekkiä ja uskottavuutta. Hyöty osallistujalle on tietysti kasvava myynti hyvän ja asiantuntevan asiakaspalvelun oppimisen myötä.

5 REKLAMAATIOPROSESSIN KEHITTÄMINEN

Prosessia lähdettiin kehittämään valmistajille kohdennetun sähköpostitiedustelun kautta (Liite 1). Sähköpostiviestillä tiedusteltiin päivitettyjä takuuehtoja ja käytännön ohjeistusta reklamaatioiden suorittamiseen. Tärkeässä roolissa oli myös toimeksiantajan tavoitteet prosessi uudistuksen suhteen. Alla on kuvattu kehittämisideoita tämän hetkisen reklamaatioprosessin ongelma kohtiin (luku 4.4), pohjautuen toimeksiantajan kanssa käytyihin keskusteluihin ja valmistajilta saatuihin vastauksiin. Itse prosessi uudistukset esitellään luvussa kuusi.

Lähtökohtana on vapauttaa toimitusjohtajan resursseja reklamaatiokäsittelystä käytettäväksi muualla. Sen mahdollistamiseksi laadin kirjallisen toimintaohjeen työntekijöille reklamaation vastaanottamiseen ja sen jatkokäsittelyyn kohdeyrityksessä. Ohjeistuksella mahdollistetaan kohdeyrityksen työntekijöiden itsenäinen ja oikeaoppinen reklamaatioiden käsittely ja tarkastus.

Viestintää asiakkaan ja kohdeyrityksen välillä reklamaatioasioissa parannetaan laatimalla reklamaatiolomake, jossa on tarkalleen määriteltynä mitkä kaikki tiedot tapahtuman kulusta, virheestä ja tuotteesta tulee ilmoittaa reklamaatiota tehtäessä. Hyvin laadittu lomake säästää kaikkien osapuolten aikaa ja ennalta ehkäisee turhien väärinkäsitysten syntymistä prosessissa. Lomake helpottaa asiakasta seuraamaan reklamaation tilannetta, koska hänelle jää kopio lomakkeesta. Hyvin esitetyt reklamaatiolomake helpottaa ja vähentää toimeksiantajan työtaakkaa prosessissa, sekä nopeuttaa prosessin kulkua edelleen valmistajalle.

Tavoitteena on, että vialliset tuotteet voitaisiin hävittää suoraan kirjatun reklamaatiolausunnon jälkeen joko jälleenmyyjän tai toimeksiantajan toimesta. Tämä asia mahdollistuu, mikäli valmistajan vaatimuksena ei ole tulevaisuudessa nähdä konkreettisesti itse tuotetta prosessissa. Tämän prosessivaiheen voisi korvata todennäköisesti tarkoilla valokuvilla tuotteen virheestä tai viasta, ja lisäksi siihen tietysti lausunto reklamaatiosta.

Reklamaatiokorvauksen hakemiseen ja sen saantiin tulee hakea varmuutta. Varmuutta tilanteessa toimimiseen tuo uudet päivitetty takuuehdot tuotteista, joihin voidaan helposti jatkossakin vedota ja näin vähentää korvausten hylkäämismäärää.

5.1 Kysymykset valmistajille ja niiden vastaukset

Sähköpostitiedustelut (Liite 1) tehtiin valmistajille tammikuussa. Sähköpostia lähetettiin kolmelle rengasvalmistajalle joilta toimeksiantaja tuo renkaita maahan (Liite 3). Nämä valmistajat ovat toimeksiantajan suurimmat tavarantoimittajat tällä hetkellä ja siksi työ keskittyy heihin. Vastauksia jouduttiin osin odottamaan todella pitkään usean eri yrityksen jälkeenkin, ja työn valmistuessa osa vastauksista puuttui. Kahdelta tavarantoimittajalta saatiin vastaukset, ja niiden yhteenvedona voidaan päätellä, että valmistajat ovat valmiita huolehtimaan merkkinsä maahantuojasta ja auttamaan heitä reklamaatioasioissa.

Vastauksista ilmenee prosessia nykyisestä helpottava yksityiskohta. Vastaisuudessa kuvat tuotteen vioista ja vaurioista (liite 6) yhdessä reklamaatiolausunnon (reklamaatiolomake) kanssa riittävät korvauksen hakemiseksi. Aiemmin valmistajan edustaja on saapunut arvioimaan reklamaatioita kerran tai kahdesti vuodessa, jolloin prosessi maahantuojan osalta on kestänyt turhauttavan kauan ja aiheuttanut turhia varastointikustannuksia.

Vastauksena saatiin myös uudet päivitettyt takuuehdot, joten toimeksiantaja voi olla varmemmin mielin liikkeellä asiakasreklamaatioiden korvauspäätösten suhteen, koska tietää tarkemmin mitä tavarantoimittaja on valmis korvaamaan maahantuojalleen (toimeksiantaja).

5.2 Toimeksiantajan päämäärät prosessissa

Toimeksiantaja haluaa luoda prosessista nopean ja helposti edettävän, valmiin reklamaatiolomakkeen, uusien selvien korvauskriteerien ja käytännön ohjeistuksien myötä. Reklamaatiot tulee hoitaa aina oikeudenmukaisesti, mahdollisimman hyvin ja tehokkaasti sekä kaikkia osapuolia palvelevasti.

Maahantuojalla on oikeus päättää asiakkaillensa myöntämistä takuuehdoista vielä erikseen, esimerkiksi laajemmat tai suppeammat kuin valmistajan määräämät (Liite 5). Toimeksiantaja ei ole ainakaan toistaiseksi myöntänyt asiakkaillensa Marangonin elinikäistä takuuta (Liite 4). Sen uskotaan aiheuttavan hirveästi ylimääräistä työtä, ja sitä käytettäisiin mitä todennäköisimmin väärinperustein hyväksi.

5.3 Reklamaation hoitaminen ja seuranta

Jos reklamaation käsittely koetaan reiluksi ja tehokkaaksi, niin suurin osa asiakkaista todennäköisesti jatkaa yrityksen asiakkaina tulevaisuudessakin. Kuluttajavirasto ohjeistaa toimimaan reklamaatioissa seuraavasti:

- Pyri käsittelemään asiakaspalaute viivytyksettä
- Anna asiakkaalle arvio asian käsittelyajasta
- Kerro asiakkaalle asian käsittelyn etenemisestä, jos käsittely jostain syystä pitkittyy
- Pyri keskittämään reklamaatioiden käsittely niin, että asiakas voi hoitaa asiaansa koko ajan saman henkilön kanssa
- Kohtele asiakkaita tasapuolisesti ja pidä kiinni lupauksista
- Korvaa asiakkaalle valituksesta aiheutuneet kulut (esimerkiksi puhelin- tai matkakulut)
- Ole reilu hyvityksessä – voit tarjota asiakkaalle enemmän kuin lainsäädäntö edellyttää (esimerkiksi korvaus ajanhukasta ja vaivasta) ja tehdä siitä kilpailuedun!

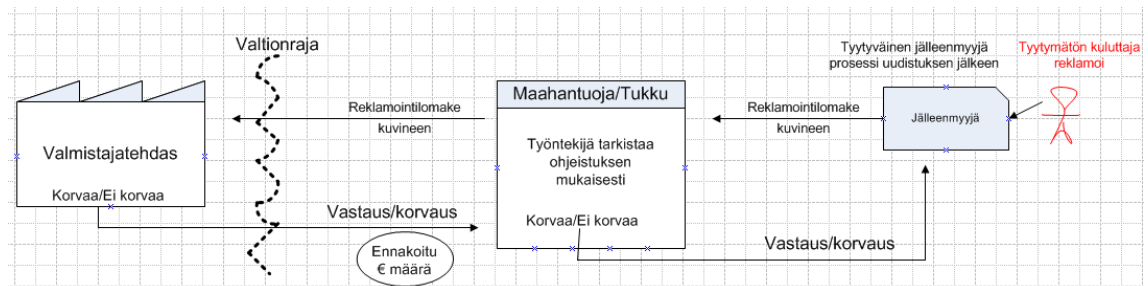
(Kuluttajavirasto 2010, Hakupäivä 28.3.2011.)

Yksittäisten reklamaatioiden seuranta paranee uudistuksen myötä, jolloin vähittäismyyjä voi helposti tiedustella reklamaatiolomakkeen käsittelynumerolla prosessin etenemistä. Toimeksiantaja pitää lomakkeet taltioituna kansioon numerojärjestyksessä, jolloin seuranta helpottuu.

6 UUDEN REKLAMAATIOPROSESSIN KUVAUS

Uudistunut reklamaatioprosessi (kuvio 3) on selkeä ja turhat välivaiheet on karsittu pois. Reklamaatiolomake (liite 8) vähentää turhaa viestintää asiakkaan, eli jälleenmyyjän kanssa ja standardoi tietovirran sisällön. Näin väärinkäsitykset vähenevät prosessissa ja aikaa säästyy kun kaikki hoituu yhdellä kertaa.

Reklamaation käsittelyvastuu on siirtynyt työntekijöille ja toimitusjohtajan resursseja vapautuu käytettäväksi muihin tehtäviin. Takuuehtojen päivittäminen järjestelmään sekä prosessin käytäntöihin helpottaa ennakoimaan valmistajan korvauspäätöksiä, joka vähentää tappiollisten korvauspäätösten myöntämistä asiakkaille.



KUVIO 3. Uudistettu reklamaatioprosessi kohdeyrityksessä

6.1 Toimintaohjeet reklamaation käsittelyyn

Kirjallinen ohjeistus reklamaation vastaanottamisesta ja sen jatkokäsitlemisestä (liite 9) laadittiin kohdeyrityksen työntekijöille, jotta he voisivat toimia oikeaoppisesti ja itsenäisesti tilanteessa. Näin toimitusjohtajan resursseja vapautuu muihin tehtäviin. Toimintaohjeet ohjeistavat valokuvaamaan myös reklamaatiorenkkaan, ja siihen löytyykin oma ohjeistus tämän opinnäytetyön liitteenä (Liite 6).

Kirjallinen ohjeistus mahdollistaa aina yhteisten pelisääntöjen tarkistamisen tilanteessa toimittaessa. Se ei ole niin sanottua hiljaista tietoa jonka vain osa yrityksen työntekijöistä tietää ja osaa, ja mikä on vaarassa kadota työntekijöiden mukana pois yhtiöstä. Toimeksiantaja tulee myöhemmässä vaiheessa (työn valmistuttua) arvioimaan, että tarvitsevatko asiakkaat

mahdollisesti vastaavanlaisen ohjeistuksen reklamaatiolomakkeen täyttämiseen, tai muuta ohjeistusta prosessin selkeyttämiseksi.

6.2 Reklamaatiolomake

Yleispätevä reklamaatiolomake (liite 8) luotiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Se soveltuu käytettäväksi merkistä tai mallista riippumatta kaikkiin renkaisiin. Lomake on kolmisivuinen, ja siinä on pyritty ottamaan kaikki tarvittavat yksityiskohdat ja tiedot huomioon onnistuneen reklamaation kirjaamiseksi. Mahdolliset muutokset pystytään helposti lisäämään jälkikäteen.

Reklamaatiolomake toimitetaan jokaiselle jälleenmyyjälle joko sähköisessä tai kirjallisessa muodossa. Lomake lisätään myös toimeksiantajan kotisivuille helpon saatavuuden takaamiseksi. Lomake on laadittu niin, että sen pystyy täyttämään myös sähköisessä muodossa. Lomakkeessa on valmiiksi merkityt tekstinsyöttökohdat, näin lomakkeen muokkaaminen muilta osin on estetty salasanalla.

Lomakkeesta käy ilmi mitä tietoja reklamoitavasta tuotteesta on ilmoitettava. Asiakas esitäyttää lomakkeen, joka vähentää maahantuojalle kohdistuvaa työtaakkaa prosessissa ja antaa hyvät lähtötiedot tyytymättömyyden ymmärtämiseen ja sen jatkokäsittelyyn. Samalla lomake mahdollistaa asiakkailta tulevan tietovirran standardoimisen reklamaatioiden suhteen, joka vähentää virheiden ja väärinkäsitysten syntymistä itse prosessissa. Lomake on suunniteltu koskemaan ainoastaan yrityksen myymiä tuotteita. Palvelua koskevat moitteet, kehitysehdotukset ja kiitokset voi joko lähettää yrityksen kotisivuilta löytyvän palauteboksin kautta tai hoitaa puhelimitse.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Reklamaatiot ja asiakaspalautteet yleensä, ovat keskeisessä asemassa laadun parantamisen kannalta yrityksessä. Palautteisiin tulee suhtautua aina vakavasti, ja pyrkiä vastaamaan niihin sekä kirjallisesti että käytännön toimien avulla. Matkaa on vielä täydellisen reklamaatioprosessin luomiseen, mutta tämä työ helpottaa jo suuresti reklamaatioiden käsittelyä.

Prosessiuudistusta ei työn valmistuttua ole ehditty vielä kokeilemaan käytännössä, mutta toimeksiantajan mukaan onnistuessaan uudistunut reklamaatioprosessi merkitsee huomattavia säästöjä taloudellisesti ja vapauttaa siihen sidottuja resursseja käytettäväksi muualle. Toimeksiantajan arvio uuden reklamaatioprosessin tuomista rahallisista säästöistä, sen oikein toteutuessaan, on noin 40€ jokaista reklamaatiorengasta kohden. Tämä on huomattava määrä, sillä markkinoilta löytyy halvimmillaan uusia renkaita joiden hankintakustannus on tätä luokkaa. Säästöä uudessa prosessissa syntyy kun vältetään rahtaamasta renkaita edes takaisin asiakkaan ja toimeksiantajan välillä, sekä työmäärän laskiessa vastuuta siirrettäessä enemmän asiakkaille.

Toimeksiantajan odotukset työn tuloksien toimivuudesta käytännössä ovat korkealla ja tuloksia tullaan hyödyntämään kokonaisuudessaan uuden reklamaatioprosessin luomisessa ja käyttöönotossa. Valmistunut reklamaatiolomake tullaan lisäämään toimeksiantajan kotisivuille työn valmistuttua, ja kirjallinen ohjeistus reklamaatioiden vastaanottamisesta ja jatkokäsittelmästä otetaan käyttöön yrityksessä. Tulevaisuutta ajatellen työllä on vaikutuksia myös laajemmalti, sillä toimeksiantajan visiona on laatia laatukäsikirja toiminnan ehostamiseksi entisestään. Nyt valmistunut työ toimii jo sinällään kirjan yhtenä osa-alueena.

8 POHDINTA

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää toimeksiantajayrityksen reklamaatiokäsittelyä paremmin toimivaksi kokonaisuudeksi. Hyvä ja toimiva reklamaatioprosessi on kilpailuvalti kiristyneillä markkinoilla. Reklamaatioiden asianmukainen hoitaminen osoittaa, että yritys on valmis palvelemaan ja huolehtimaan asiakkaistaan myös myyntityön jälkeenkin. Reklamaatioiden käsitteleminen on koettu ongelmalliseksi kohdeyrityksessä, koska asiakaan antamat ennakkotiedot reklamaatiosta ovat olleet aina puutteelliset ja itse vastuu niiden käsittelystä on ollut toimitusjohtajalla.

Parannusta reklamaatiokäsittelyyn haettiin suunnittelemalla uusi yleispätevä reklamaatiolomake sekä kirjallinen ohjeistus toimeksiantajan työntekijöille reklamaatioiden vastaanottamiseen ja niiden jatkokäsittelyyn. Uutta lomaketta tai kirjallista ohjeistusta ei ole vielä työn valmistuessa ehditty käytännössä kokeilemaan, mutta toimeksiantaja arvioi molempia suoritteita silmämääräisesti onnistuneiksi. Reklamaatioiden sujuva käsitteleminen ja eteneminen vaativat hyvät yhteydenpitovälineet ja -tavat. Kun on päästy yhteisymmärrykseen kaikkien osapuolten kesken reklamaatioiden syntymisestä, käsittelemisestä ja korvaamisesta, tulee prosessista kaikin puolin jokaiselle kivuton ja arkipäiväinen rutiini. Tarkoituksena ohjeistuksilla ja lomakkeilla on, että saadaan karsittua turhat rasitteet pois prosessista, jotta resursseja säästyy.

Opinnäytetyön taival on ollut paikoin hyvin kivinen kulkea, mutta loppua kohden innostus työtä kohtaan on vain noussut. Innostuneisuus johtuu työn rakenteen selkeytymisestä. Toiminnallinen opinnäytetyö kun harvemmin seuraa mitään tarkasti strukturoitua rakennetta, vaan muokkautuu työn edetessä. Opinnäytetyön kieli on paikoitellen pakostakin melko teknistä, ja siksi olen saanut painia melkoisten sanahirviöiden kanssa. Haasteena tämän kaltaisessa työssä onkin saada teksti helposti luettavaan muotoon ja pitää lukija kiinnostuneena toistuvista termien käytöstä huolimatta. Opinnäytetyön tekeminen on syventänyt tietojani laadusta, osittain jopa muuttanut näkökulmaa laatuun ja sen kehittämiseen.

En katso että perhesiteeni kohdeyritykseen olisi merkittävästi vaikuttanut työn luotettavuuteen. Myönnän että aikataulutuksen olisi ollut paljon tarkempi ja onnistumisen paineet suuremmat ulkopuolisen toimeksiantajan tapauksessa. Toisaalta yhtä avointa keskustelua työn vaiheista ja päämääristä en uskoisi saavuttavani vieraan toimeksiantajan alaisuudessa. Omien mielipiteiden

ja kehitysehdotuksien esilletuonti luonnistuu sekin paremmin tutun toimeksiantajan kanssa. Työ innosti myös jatkoa ajatellen, kun tarkoituksena on jokin kaunispäivä siirtyä toimeksiantajayrityksen johtoon.

Tulevaisuudessa tämän materiaalin pohjalta on tarkoituksena lähteä työstämään suurempaa kokonaisuutta, kokonaisvaltaisen laatujärjestelmän rakentamista. Toimiva laatujärjestelmä tehostaa organisaation suunnitelmallisuutta ja toimintamalleja vaikuttaen positiivisesti myös asiakastytyvyyteen. Tehostunut toiminta alentaa laatu- ja tuotantokustannuksia parantaen yrityksen kannattavuutta, kilpailukykyä sekä asiakkaiden luottamusta yritykseen ja sen tuotteisiin. (Puranen 2003, 4.)

Yrityksen tulee kuitenkin varoa, että laadunjärjestelmän laadinnassa itse laatu ei jää ulkoiseksi asiaksi johdolle ja henkilöstölle. Riski on suurempi käytettäessä ulkopuolista suunnittelijaa järjestelmän laatimiseksi. Jotta laatu saadaan osaksi yrityksen toimintaa, se vaatii laadun oppimisen prosessin omaksumista. (Turjanmaa 2005, 41.) Laadunhallintajärjestelmien ei tulisi aiheuttaa liiallista byrokratiaa tai paperityötä eikä joustamattomuutta. Kaikissa yrityksissä on jo olemassa oleva johtamistapa ja tämän tulisi toimia perustana laadunhallintajärjestelmän rakentamiselle. Jokainen organisaatio todennäköisesti tekee jo monia standardissa vaadittuja asioita, vaikka niiden suoritustapaa ei ole erikseen määritetty. (Tekninen komitea ISO/TC 176 2010, 32)

Työn tarkoituksena oli helpottaa, tehostaa ja jäsentää reklamaatioiden käsittelyä toimeksiantajayrityksessä, ja näen työn onnistuneen luomaan siihen hyvät ja toimivat työkalut. Jos työn tuloksien siirtäminen käytäntöön sujuu ilman suurempia hankaluuksia, toimeksiantaja ei näe mitään esteitä tälle, niin tulokset nostavat yrityksen palvelun laatua ja asiakastytyvyyttä sekä tehostavat yrityksen toimintaa tällä kyseisellä osa-alueella. Näin toteutuu se, mitä Lecklin kertoo kirjassaan Laatu yrityksen menestystekijänä, että laatua on se, kun täytetään asiakkaan tarpeita yrityksen kannalta tehokkaalla ja kannattavalla tavalla (Lecklin 2006, 18).

LÄHTEET

Antila, L. & Takkinen, N. 2003. Anteeksi, saako täällä palvelua? Jyväskylä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Arvidson, T. 2010. Viikon aforismi. Hakupäivä 2.12.2010 <http://www.teijahelina.net/3>.

Autonrengasliitto ry. 2010. Rengasmarkkinat. Hakupäivä 2.12.2010
<http://www.autonrengasliitto.fi/index.php?s=Rengasmarkkinat>

Autonrengasliitto ry. 2010. Rengastietoa. Hakupäivä 2.12.2010
<http://www.autonrengasliitto.fi/index.php?s=Rengastietoa>

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

Bridgestone. Renkaan valmistus. Hakupäivä 18.2.2011 <http://www.bridgestone.fi/tietoa-yrityksesta/tietoa-toimialasta/renkaiden-valmistusprosessi>

Bridgestone. Renkaan valmistusprosessi. Hakupäivä 18.2.2011
http://www.bridgestone.fi/upload/album/AP_967.pdf

Continental. History of passenger tire. Hakupäivä 18.2.2011 http://www.conti-online.com/generator/www/ca/en/continental/automobile/themes/contiacademy/good_to_know/tire_history_en.html

Hankook Tire. Hakupäivä 29.11.2010 <http://global.hankooktire.com>

Hercules, Merit, ja Ironman. Hakupäivä 15.11.2010 <http://www.herculestire.com>

Hoyle, D. 2007. Quality management essentials. Englanti: Elsevier.

Karjalainen, E. ja Piirainen, A. 2006. Mitä laatu tarkoittaa ja kuinka on saavuttu tämän päivän laatuun? Hakupäivä 15.11.2010 <http://www.qk-karjalainen.fi/?sivu=Artikkelit&id=61>.

Kauppalaki 27.3.1987/3556. 6 Luku; Tavarán virheen seuraamukset, 30§; Ostajan oikeudet
Hakupäivä 9.11.2010 <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1987/19870355>

Kuluttajavirasto. Tietoa yrityksille reklamaatioiden käsittelystä. Hakupäivä 28.3.2011
<http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/yritykselle/asiakaspalvelu/reklamaatiot/>

Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Hämeenlinna: Talentum media.

Lindholm, M. 2011. Laatu - Kilpailukyvyyn, johtamisen ja laadun ammattilehti. Hakupäivä
19.4.2011
http://www.laatuokeskus.fi/content/Kuvapankki/Uusia_bannerikuvia/laatuLehti_Ir.pdf?from=13264613282518295

Marangoni. Hakupäivä 15.11.2010 <http://www.marangoni.com/content.asp?L=3&IdMen=128>

Marangoni Tyre. Hakupäivä 29.11.2010 <http://tyre.marangoni.com>.

Metropolia, Helsingin ammattikorkeakoulu. Autotekniikan opetusmateriaali. hakupäivä 28.3.2011
<http://www.tatsga.com/Alustarakenteet1.pdf>

Michelin Nordic Akatemia. Customer training offer –slide show. Hakupäivä 3.12.2010
<http://www.michelin.fi/fi/front/document.DocumentRepositoryServlet?codeDocument=9656&codeRepository=FINLAND&codeRubrique=12345>

Parrila, S. 2002. Perhepäivähoito osana suomalaista päivähoitojärjestelmää: Näkökulmia perhepäivähoidon laatuun ja sen kehittämiseen. Oulun yliopisto, Merikosken kuntoutus- ja tutkimuskeskus. Kasvatustieteiden tiedekunta. Opinnäytetyö. Hakupäivä 24.11.2010
<http://herkules.oulu.fi/isbn9514268741/isbn9514268741.pdf>

Pienehkö sivistyssanakirja. R-alkuiset sanat. Hakupäivä 9.11.2010
<http://www.cs.tut.fi/~jkorpela/siv/>

Puranen, M. 2003. Laatuksikirjan laatiminen Conlog Oy:lle. Opinnäytetyö, OAMK.

Rengasvalmistajat. Tilastotietoa renkaista. Hakupäivä 2.12.2010
<http://www.rengasvalmistajat.fi/26>

SSKK (suuri suomalainen kirjakerho). Laatu yrityksen menestystekijänä. Hakupäivä 28.2.2011
http://www.sskk.fi/tuotteet/tuotekortti?p_p_id=ProductDetail_WAR_sskkportlet&productId=28589e28-dce5-11dc-aa5e-1b5dd590728e&campaignId=

STADIA. 2009. Autotekniikka 1 – Diaesitys. Hakupäivä 21.3.2011
<http://www.tatsga.com/autotekniikka.pdf>

Sundqvist, T. 2010. Raskaiden yhdistelmäajoneuvojen rengaspainetutkimus. JAMK. Opinnäytetyö. Hakupäivä 21.3.2011
<https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/16871/Sundqvist%20Tapio%20Opinnaytetyo.pdf?sequence=1>

Tekniikka ja talous. Turvallisesti matkaan tyhjällä renkaalla. Hakupäivä 22.3.2011
<http://www.tekniikkatalous.fi/rakennus/article39750.ece>

Tekninen komitea ISO/TC 176. 2010. ISO 9001 pk-yrityksille; Mitä tehdä. Helsinki: Suomen Standardisoimisliitto ry.

Tuominen, C. & Lillrank, P. 2000. Laatuksäitykset suomalaisissa yrityksissä. Helsinki. Edita.

Turjanmaa, P. 2005. Laadun oppiminen pienissä yrityksissä. JYU. Opinnäytetyö.

YLE nettisivut. Autonrenkaiden odotetaan kallistuvan rajusti. Hakupäivä 18.2.2011
http://yle.fi/uutiset/tiede_ja_tekniikka/2011/02/autonrenkaiden_odotetaan_kallistuvan_rajusti_2352632.html

LIITTEET

SÄHKÖPOSTIViesti VALMISTAJILLE

LIITE 1

Päiväys: 17.1.2011

Otsikko: Renewing our company's quality management system

Greetings from Finland

We are about to renew our company's quality management system, and that's why we need updated information of "rengas merkki" warranty terms. Could you please send us your latest warranty terms of passenger- and truck tires? This way we can improve product image in our country, marketing it as a good and safe choice for customers.

How the product complaints should be handled in practice? Is there a form that we should use when we are filling the information about a complaint? And for applying compensation, should retailer send those damaged products back to us? / Or is it fine that they take some pictures of the damages and we make a statement of the situation and after that we send the statement with pictures to you?

We hope that you could answer to these questions by email.

Yours sincerely

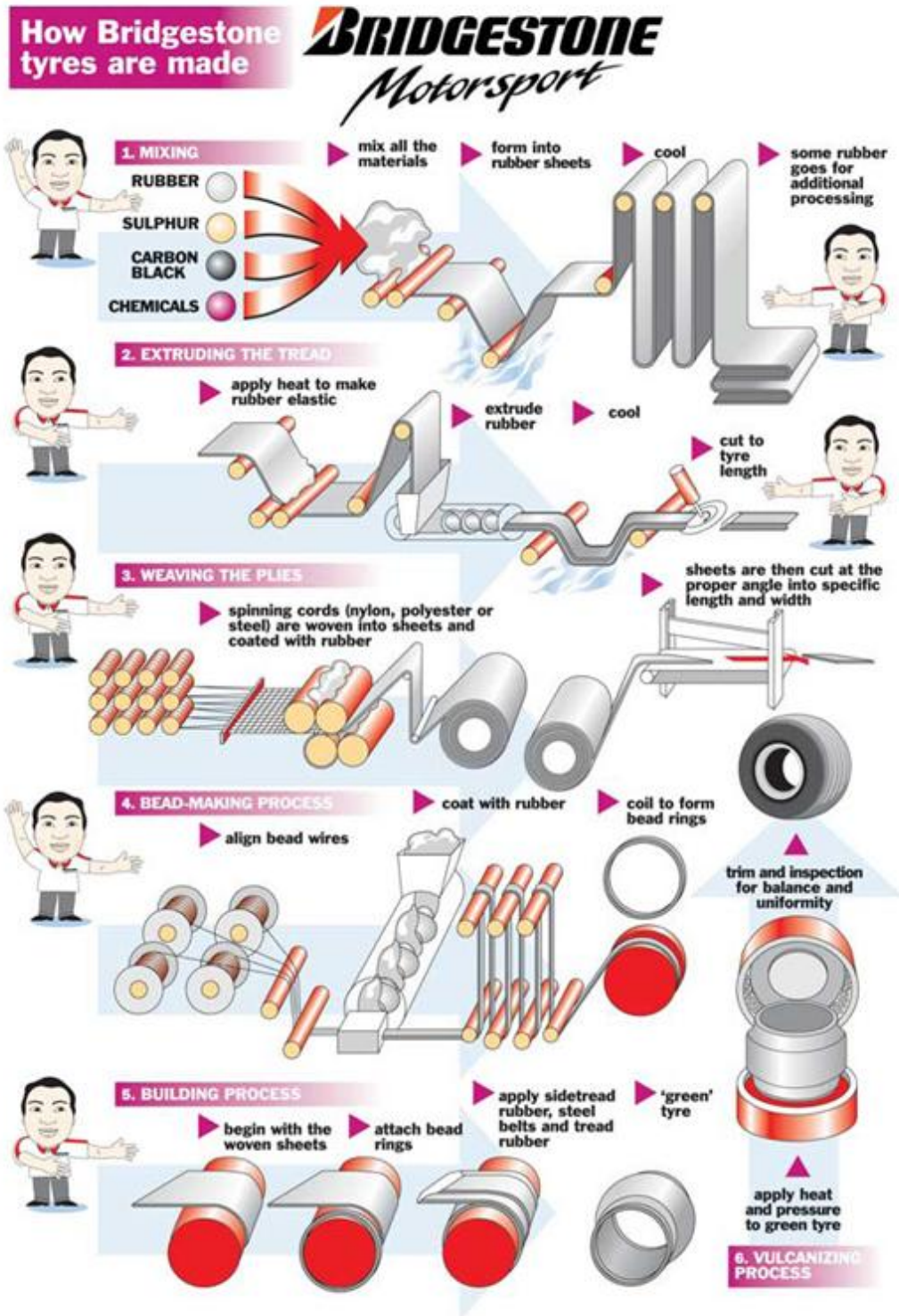
Project manager Janne Maunu /Tel: +358414528804

KM-RRR Yhtiöt Oy

Virkamaankatu 7

95400 Tornio, Finland

31.8.2010	Opinnäytetyön aiheen ja sisällön kartoitus
13.9.2010	Aiheen uudelleen kartoitus
2.12.2010	Kysymysten valmistelua valmistajille
31.1.2011	Vastausten läpikäyntiä ja analysointia
28.2.2011	Tietoa reklamaatioista
10.3.2011	Asiakasmäärät ja liiketoiminnan kuvausta
26.3.2011	Työn tavoitteista ja aikataulusta
15.4.2011	Reklamaatioiden hoito tällä hetkellä ja kehityssuunnitelma
28.4.2011	Uuden reklamaatiolomakkeen sisältö ja kirjallisen ohjeistuksen eri vaiheiden kirjaaminen
17.5.2011	Työn läpikäyntiä ja viimeistelyä



Lähde: http://www.bridgestone.fi/upload/album/AP_967.pdf

Hankook; Hankook Tire on korealainen rengasvalmistaja, joka on perustettu vuonna 1941. Se on maailman seitsemänneksi suurin rengasvalmistaja vuosituotannon ollessa yli 60 miljoonaa rengasta. Hankook renkaita valmistetaan niin Etelä-Koreassa kuin myös Hankookin uudella Unkarin tehtaalla. (<http://global.hankooktire.com>)

Hercules; Hercules Tire & Rubber Company on kanadalainen valmistaja, joka edustaa useaa eri rengasmerkkiä, kuten Hercules, Merit sekä Ironman. (Herculeksella on tarkoitus asteittain vetää Merit merkki pois markkinoilta ja painottaa toimintaansa ainoastaan Hercules -merkin alla toimimiseen. Tarkoituksena kasvattaa päämerkkinsä tunnettavuutta ja suosiota) (<http://www.herculestire.com>)

Marangoni; Italialainen rengasmerkki. Yritys on perustettu vuonna 1950, jolloin se on toiminut lähinnä tukkumyymälänä. Vasta vuonna 1990 Marangoni aloitti itse renkaiden valmistamisen. (<http://tyre.marangoni.com>) (www.marangoni.com)

Lisätietoja;

Marangoni lupaa elinikäisen takuun renkaillensa nettisivujensa mukaan. Takuu koskee sekä valmistusvirheitä että tavallisessa tieliikenteessä aiheutuneita vikoja. (<http://tyre.marangoni.com>) Ehtoja ei sen kummemmin mainita sivuilla ainakaan. Milloin katsotaan että hyödyke on kulutettu loppuun eikä sitä enää korvata? Onko rajana kohdemaan laissa määrätty pintakuvion syvyys? Ja milloin katsotaan tuotteen vanhentuneen ja vian johtuvan siitä syystä?

Kelpoisuus

Takuuehdot koskevat kaikkia Hankook Tire Co:n valmistamia uusia renkaita. Ehtojen täyttämiseksi renkaita tulee käyttää siinä ajoneuvossa johon ne on asennettu Hankookin suositusten mukaisesti.

Takuun voimassaolo

Takuu on voimassa lain määräämään vähimmäis-ura-/kuviosyvyYTEEN asti (1,6mm) tai huoltoväliin joka määritetään maittain, riippuen siitä kumpi toteutuu ensiksi.

Vian sattuessa

Tulee täyttää valmistajalta tai valtuutetulta jälleenmyyjältä saatu reklamaatiokaavake.

Asiakas on veloitettu toimittamaan viallinen tuote valtuutetulle jälleenmyyjälle ja esittämään takuutodistus tai ostokuitti todisteeksi.

Vian tutkimisen suorittaa aina Hankook tai sen valtuuttama jälleenmyyjä.

Mikäli vika on huomattavissa vain ilmalla täytettynä, tulee rengas toimittaa sille vanteelle asennettuna jolla se oli vian sattuessa.

Takuu ei korvaa

Takuu ei korvaa ajanhukkaa, väliaikaisen ajoneuvon kuluja, haittaa tai kuluja liittyen reklamaatioprosessiin, puhelinkuluja, matkakuluja, palkkaa, auton tankkauksesta tai vuokrauksesta koituneita kuluja, tai saati mahdollisia taloudellisia menetyksiä, kuten voitto, tulot, odotetut säästöt, yhtiönarvon menetykset ja jne.

Eikä myös mitään muita vahinkoja, kuten menetyksiä ja loukkaantumisia aiheutuen suoraan tai epäsuoraan tuotteen viasta, kokoonpano virheestä, huolimattomuudesta tai asentajan tekemästä virheestä.

Korvauskäytäntö

Hankook myöntää korvausta seuraavin edellytyksin: Korvauksen määrä= jälleenmyyjä hinta x laskennallinen käyttämättä jäänyt hyöty*

*käyttämättä jäänyt hyöty = (Jäljellä oleva urasyvyys – laissa määrätty vähimmäissyvyys (1,6mm)) / (Uuden vastaavan urasyvyys - laissa määrätty vähimmäissyvyys (1,6mm))

Korvauksen määrä määritellään todellisesta jälleenmyyntihinnasta, pois lukien verot. Tästä summasta korvataan prosentteina se mitä on jäljellä alkuperäisestä urasyvyydestä. Asiakkaan omavastuuseen jäävät mahdolliset verot renkaan hinnassa, asennuksen kustannukset, tasapainotus sekä muut kulut renkaanvaihdon yhteydessä.

Hankook pidättää oikeuden päättää käytäntötavasta jolla reklamaatio korvataan. Oli se sitten tuotteen vaihtaminen uuteen tai korvauksen maksaminen menetetyn hyödyn mukaisesti. Mikäli vastaavaa tuotetta ei löydy vaihdettavaksi, on asiakkaalla oikeus saada vastaavan kokoinen rengas eri kuviolla tai rahallinen korvaus menetetyn hyödyn mukaisesti.

Tuote jonka reklamaatio hyväksyttiin tai jätettiin korvausta haettavaksi jälleenmyyjälle, muuttuu Hankookin omistukseen. Mikäli takuehtoja ei noudateta, tutkitaan tapaukset kyseisen maan lakiin nojaten.

Olosuhteet joissa takuu raukeaa;

- tuotteet jotka on korjattu huolimattomin keinoin, sovelletuin korjauksin tai henkilön itse tekemin korjauksin
- Epätasainen kuluminen tai rengasvauriot johtuen:
 - Tievaurioista
 - Tulesta, auton viasta tai kolarista
 - Asennuksesta, ylikuormituksesta, ylinopeudesta, tyhjällä renkaalla ajosta, maastoajosta, kilpa-ajosta, ilkeistä, jne.
 - Kaikenlainen renkaaseen lisääminen, kuten tasapainopainot, reiän paikkaamisaineet ja tiivisteet.
- Jatkonut tyhjän renkaan käyttö
- Otsonin ja sään aiheuttamat halkeilut yli 4 vuotta vanhoissa renkaissa, alkaen valmistus päivästä tai tuotteen vääränlaisesta varastoinnista johtuen.
- Tuotetta käytetty alle laissa määrätyn urasyvyyden
- Sarjanumeron ollessa poistettu
- Ajamishäiriö johtuen vaurioituneista pyöristä tai 0,8mm uuden renkaan kulumisen jälkeen.
- Ei E-merkitty rengas maissa joissa se on laissa määrätty.

Omistajan yleinen velvollisuus

Ollakseen oikeutettu Hankook-renkaiden rajoitettuun takuupolitiikkaan, on omistajan huomioitava seuraavaa: Esitä renkaat aina Hankook-renkaiden valtuutetulle jälleenmyyjälle. Lähetä tai esitä kopio alkuperäisestä ostokuitista. Reklamaatiot huomioidaan ainoastaan, mikäli ne on tehty Hankookin reklamaatiolomaketta käyttäen, kaikki tarvittavat kohdat täyttäen ja allekirjoitettuna joko omistajan tai valtuutetun jälleenmyyjän toimesta.

Näytekuvienv ottaminen reklamaatiosta

1. Kuva koko renkaasta (HOX! käsittelynumero) 2. Renkaan koko, kant.indeksi ja v-luokka



3. DOT kuva, (jos KA-R niin sarjanumero)



4. Kulutuspinna (epätasaisuudet, yms.)



5. Vika kohta



Vähintään 5 kuvaa per rengas

Jos kulunut epätasaisesti, niin mittaa kaikki urasyvytydet ja kirjoita ne muistiin.

Jos renkaassa on reikä niin valokuvaa se.

Jatkokurssi henkilöautonrenkaat

Kuinka reklamaatio käsitellään?



Kurssin tavoite on, että saat osaamista ja varmuutta rengasvaurioiden käsittelemisessä ja opit hyödyntämään tätä myyntityössä!

Kurssi kestää yhden päivän, sisältää käytännön työtä vauriorenkaiden kanssa ja keskittyy seuraaviin aiheisiin:

- Reklamaatiot – miksi asiakkaat reklamoivat?
- Rengasvauriot – mistä ne aiheutuvat?
- Auto ja rengas – kuinka ne vaikuttavat toisiinsa?
- Reklamaatio – toimi oikein, saat elinikäisen asiakkaan!

Kurssipäivämäärät 2010:
Tukholma 23.2. ja 29.-30.11.



T003

4

4

Lähde: Michelin Nordic Akatemia, Customer training offer –slide show.

<http://www.michelin.fi/fi/front/document.DocumentRepositoryServlet?codeDocument=9656&codeRepository=FINLAND&codeRubrique=12345>

KM-RRR Yhtiöt Oy pahoittelee teille koitunutta harmia ja vaivaa. Pyydämme teitä täyttämään lomakkeen kaikki *-merkityt kohdat huolellisesti, jotta reklamaationne voidaan käsitellä asianmukaisesti ja viipymättä.

Sivu 1 / 3

Reklamaatiolomake

Rengasliikkeen/Jälleenmyyjän tiedot* []
Katuosoite []
Postinumero ja paikkakunta []
Puh. []
Faksi []
Sähköpostiosoite []



KM-RRR Yhtiöt Oy
 Virkamaankatu 7
 FI-95420 Tornio
 Puh:016-431066
 Fax:016-431064
 Gsm:040-5868199
 E-mail: info@kmrrr.fi
 KA.921052 ja KO.590
 HA-R=14kg, KA-R=70kg

Omistajan/Kuluttajan tiedot* []
Katuosoite []
Postinumero ja paikkakunta []
Puh. []
Sähköpostiosoite []

Käsittelynumero*: []
Huom! Kirjoita sama numero myös reklamaatiorenkkaaseen

Ajoneuvon tiedot*

Merkki ja malli: []	Vuosimalli: []	Km-mittari lukema: []
----------------------	-----------------	------------------------

- Etuveto
 Takaveto
 Neliveto
 ABS
 Ilmajousitus
 Muu (rakennettu tai muunneltu jälkikäteen)

Rekisteriteossa tyypittävien renkaiden
koko: []
kantavuusindeksi: [] nopeusluokka: []

Ajoneuvo

- Henkilöauto
 Pakettilauto
 Kuorma-auto
 Erikoisajoneuvo
 Traktori
 Peräkärry/asuntovaunu
 Tila-auto
 Maasturi
 Linja-auto
 Maansillatoajon.
 Asuntoauto
 KA-Perävaunu,
 Muut ajoneuvot

Renkaan sijainti ajoneuvossa

V	O
[]	[]
[]	[]

V	O
[]	[]
[]	[]
[]	[]
[]	[]
[]	[]

V	O
[]	[]
[]	[]
[]	[]
[]	[]

Renkaan käyttökohde*

- Yksityinen Taksi Kaupunkiliikenne Paikallisiikenne Pitkänmatkaliikenne Työmaaliikenne/maansiirto
 Puunkuljetus muu, mikä _____

Renkaan ostopäivä: _____

Reklamaatiorenkaan tiedot*

Merkki	Koko	Maali	Käytännön -indeksi	Vaihtolukki	DOT numero	Sarjanumero (jos KA)	Jäljellä oleva kulutus- pinta	Innit- paine
_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____

Uuden auton ensiasennusrenkas* Kyllä Ei

Renkaalla ajettu km-määrä: _____

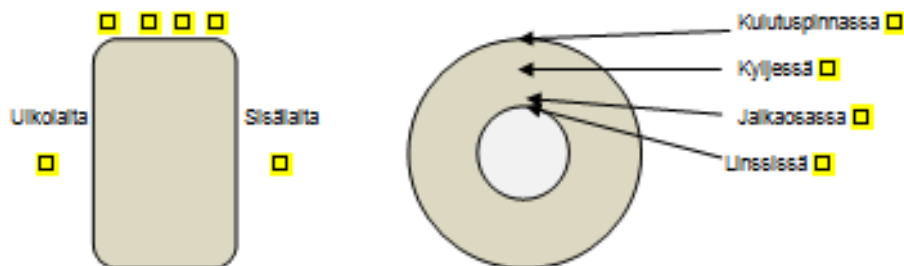
Kulion syvyys ulkolailta: _____ mm

Kulion syvyys sisälailta: _____ mm

Kulunut epätasaisesti? Kyllä Ei

Reklamaatiovian selvitys ja kuvaaminen

Merkitse rastilla vian sijainti*



Vapaamuotoinen teksti:

Renkaiden takuutarkistukset – Ammattimaisen jälleen-vähittäismyyjän on pystyttävä takuutarkistuksen yhteydessä yksilöimään autosta se rengas mikä on viallinen. Vähittäismyyjän on myös pystyttävä poissulkemaan ne viat, jotka aiheutuvat auton viallisuudesta tai muista virheistä, ennen tuotteen reklamointia maahantuojalle.

Tämä lomake palautetaan joko sähköisesti, postitse tai faksilla maahantuojalle, kaikki *-merkityt kohdat täytettynä. Tämän jälkeen maahantuoja päättää reklamaatiokäsittelyn jatkosta, ja antaa tarvittaessa käsittelynumeron.

Viallisen renkaan palautus – Viallisen renkaan palauttamisesta on aina erikseen sovittava, ja siihen tulee olla KM RRR: yhtiön edustajan lupa. Palautuksissa käytetään aina maahantuojan osoittamaa kuljetusliikettä.

Korvaus makeetaan:

Asiakas saa korvauksen, mikäli materiaali- tai valmistusvirkoja havaitaan maahantuojan tai tehtaan tarkastuksessa. Asiakkaalle hyvitetään tällöin käyttämättä jäänyt hyöty: henkilöauton renkaissa 2mm mittaan asti ja vastaavasti kuorma-auton renkaissa 3mm asti. Korvausvastuu ei kuitenkaan missään olosuhteissa ylitä kyseessä olevan tuotteen ostohintaa.

Takuu raukeaa:

– Mikäli rengas on niin pahoin vaurioitunut että tarkistusta ei pystytä normaalisti suorittamaan. – Jos renkaan käyttöpaino on ollut niin alhainen, että butyyliin väri on muuttunut. – Jos renkaassa havaitaan vanteen viallisuuden tai ruosteen takia ilmavuoto, joka on kohdistunut renkaan jalakaosan tiivistyspintaan.

Takuu ei korvaa:

Mahdollisia asennus-, tasapainotus- tai nastoituskuluja.

Allkirjoittamalla vahvistat annetut tiedot todeksi.

Palkka	Päiväys	Jälleenmyyjä	Omistaja/kuluttaja
	Huom. nimensevennykset!		

Renkaiden tarkemmat takuehdot löytyvät kokonaisuudessaan osoitteesta <http://www.kmrrr.fi>

Maahantuoja täyttää tämän osan

Hyvitys - % jälleenmyyjän ostohinnasta=_____ %

Hyvitys vastaavana tuotteena=_____ tai hyvityslaskuna.

El hyvitystä (mahdolliset viat allevivauxsin tai selostuksin):

Torniossa ____ . ____ .20 _____ Käsittelijän nimi ja allekirjoitus: _____

(pv.kk.vuosi) _____

Kirjallinen ohjeistus reklamaation vastaanottamiseen ja sen käsittelyyn
(tilanteessa jossa rengas on lähetetty fyysisesti maahantuojalle)

Vastaanottaminen:

1. Tarkista lähetys rahtikirjaan verraten (kappale määrä yms.)
2. Tarkista lähetys lähetyslistaan verraten (katso reklamaatiokäsittelynumero)
3. Varmista että renkaasta tai renkaista löytyy reklamaatiokäsittelynumero
4. Toimita reklamaatiorengas tai – renkaat ennalta määrättyyn paikkaan
5. Toimita asiakirjat konttoriin ennalta määrättyyn paikkaan

Käsittely:

6. Aloita reklamaation käsittely mahdollisimman pian, ajan ja resurssien salliessa, viimeistään 3 työpäivän kuluessa
7. Vikatarkastuslomakkeen täyttäminen kohta kohdalta
8. Valmistajan/tehtaan reklamaatiolomakkeen täyttäminen
9. Reklamaatioiden valokuvaus ohjeiden mukaisesti
10. Päätöksen antaminen mahdollisesta reklamaatiohyvityksestä jälleenmyyjälle/kuluttajalle
11. Mahdollisen hyvityslaskun luonti käsittelynumeron perusteella (toimiston väki)
12. Valmistajan reklamaatiolomakkeen, kuvien ja DOT-leikkauskuvan lähettäminen sähköisesti valmistajalle.