

Opinnäytetyö (AMK)

Ajoneuvo- ja kuljetustekniikka

2020

Lauri Louhula

# ASIAKASTYYTYVÄISYYS- TUTKIMUS

– Pörhön Autoliike Oy, Kokkola

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Ajoneuvo- ja kuljetustekniikka

2020 | 35 sivua + 2 liitesivua

Lauri Louhula

# ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS

- Pörhön Autoliike Oy, Kokkola

Tämän opinnäytetyön aiheena on Pörhön Autoliike Oy, Kokkolan toimipisteen huollon asiakastyytyväisyystutkimus. Opinnäytetyössä käsitellään huollon prosessia, asiakastyytyväisyyttä ja asiakastyytyväisyyden tutkintamenetelmiä. Työ koettiin aiheelliseksi, koska Kokkolan toimipiste pyrkii jatkuvasti parantamaan huollon asiakastyytyväisyyttä. Tutkimuksessa pyrittiin saamaan selville asiakastyytyväisyyteen eniten vaikuttavat asiat ja asiakastyytyväisyyden taso.

Asiakastyytyväisyys selvitettiin käyttämällä asiakastyytyväisyyskyselyä, jossa käytettiin kvantitatiivista sekä kvalitatiivista tutkimusmenetelmän yhdistelmää. Vastauksia kyselyyn kerättiin puhelinhaastatteluiden, kyselylomakkeiden ja Webropol-kyselyn avulla.

Selviä puutteita asiakastyytyväisyyden kannalta katsottuna ei huollon toimintatavoista löytynyt. Merkittävin asiakastyytyväisyyteen vaikuttava tekijä oli huoltoneuvojen asiakaspalvelu. Joustavuus ja aikatauluissa pysyminen olivat myös tärkeässä roolissa. Service-camin käyttöönotolla voidaan parantaa huollon läpinäkyvyyttä ja luotettavuutta.

Tutkimuksen avulla pystyttiin todentamaan, että Kokkolan huollon asiakastyytyväisyys ja työn laatu ovat jo erinomaisella tasolla. Pieniä kehityksen kohteita löydettiin. Muuten Kokkolan korjaamon toiminta on hyvällä tasolla ja sen tulisi keskittyä ylläpitämään nykyistä tasoaan.

ASIASANAT:

asiakastyytyväisyys, asiakastyytyväisyyskysely, merkkikorjaamo, huollon prosessi

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Automotive and Transportation Engineering

2020 | 35 pages + 2 appendices

Lauri Louhula

## A CUSTOMER SATISFACTION SURVEY

- Pörhön Autoliike Oy, Kokkola

The subject of this thesis was a customer satisfaction survey for Pörhön Autoliike Oy Kokkola. The thesis deals with the maintenance process, customer satisfaction and customer satisfaction research methods. The work was considered appropriate because the Kokkola office constantly strives to improve customer satisfaction with maintenance. The study sought to determine the factors that most affect customer satisfaction and the level of customer satisfaction.

Customer satisfaction was surveyed using a customer satisfaction survey that used a combination of quantitative and qualitative research methods. Responses to the survey were collected through telephone interviews, questionnaires, and a Webropol survey.

Clear shortcomings in terms of customer satisfaction were not found in the maintenance practices. The most significant factor influencing customer satisfaction was the customer service of service advisors. Flexibility and adherence to schedules also played an important role. The introduction of Service-Cam can improve the transparency and reliability of maintenance.

With the help of the study, it was possible to prove that the customer satisfaction and quality of work of Kokkola's service is already at an excellent level. Small development areas were found. Otherwise, the Kokkola workshop's operations are at a good level and it should focus on maintaining its current level.

### KEYWORDS:

customer satisfaction, customer satisfaction survey, brand repair shop, maintenance process

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 PÖRHÖN AUTOLIIKE OY</b>	<b>7</b>
<b>3 HUOLLON PROSESSI</b>	<b>8</b>
3.1 Huollon ajanvaraus	8
3.1.1 Asiakaskontakti	8
3.1.2 Työmääräyksen perustaminen	10
3.1.3 Huoltotarpeen määrittäminen	10
3.1.4 Lisätiedot ja ajanvaraus	11
3.2 Huollon ennakointi	11
3.3 Työn vastaanottaminen	12
3.4 Työn suoritus	13
3.5 Auton luovutus	14
<b>4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS</b>	<b>16</b>
4.1 Asiakastyytyväisyyden selvittäminen	16
4.2 Suoran palautteen järjestelmä	18
4.3 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät	18
4.4 Asiakastyytyväisyyden merkitys	19
<b>5 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS</b>	<b>21</b>
5.1 Kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimus	21
5.2 CEM-Asiakastyytyväisyystutkimus	23
5.3 Tutkimusprosessi	24
<b>6 TULOKSET</b>	<b>27</b>
6.1 Henkilökohtainen palvelu	27
6.2 Tapahtuman sujuvuus	28
6.3 Työn laatu	29
6.4 Kokonaistyytyväisyys	30
6.5 Palvelun kielen ja hinnan vaikutus tyytyväisyyteen	31
<b>7 TULOKSIEN ANALYSOINTI JA KEHITYSIDEAT</b>	<b>32</b>

<b>8 YHTEENVETO</b>	<b>34</b>
---------------------	-----------

<b>LÄHTEET</b>	<b>35</b>
----------------	-----------

## **LIITTEET**

Liite 1. Asiakastyytyväisyyskyselyn lomake.

## **KUVAT**

Kuva 1. Kokkolan toimipiste.	7
Kuva 2. Asiakastyytyväisyysmittauksen toteuttamisvaiheet.	17
Kuva 3. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät.	19
Kuva 4. Tyypillisiä aineistonkeruumenetelmiä.	21
Kuva 5. Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksien erot.	23

## **KUVIOT**

Kuvio 1. Henkilökohtainen palvelu	27
Kuvio 2. Tapahtuman sujuvuus	28
Kuvio 3. Työn laatu	29
Kuvio 4. Kokonaistyytyväisyys	30
Kuvio 5. Vaikuttiko hinta kokonaistyytyväisyyteen?	31
Kuvio 6. Vaikuttiko palvelun kieli kokonaistyytyväisyyteen?	31

# 1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö on tehty Pörhön Autoliike Oy Kokkolan toimipisteelle, jossa kirjoittaja toimii työnjohtajana. Kiinnostus Kokkolan Pörhön korjaamon asiakastyytyväisyyden tutkimisesta syntyi siitä, että toimipistessään haluttiin parantaa huollon asiakastyytyväisyyttä.

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää Kokkolan Pörhön korjaamon nykyinen asiakastyytyväisyys. Työssä keskityään löytämään asiakastyytyväisyyden juurisyyt, eli yritetään saada selville eniten asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat asiat Kokkolan toimipisteessä.

Tutkimustuloksia kerättiin huollon asiakkailta kolmella eri keruumenetelmällä: puhelimitse, Webropol-kyselyllä ja perinteisellä kyselylomakkeella.

Työn alussa esitellään Pörhön Autoliike ja sen huollon prosessit. Työssä käydään myös läpi mitä asiakastyytyväisyys on ja mistä se muodostuu. Tulosten avulla voidaan parantaa liikkeen toimintatapoja ja sitä kautta asiakastyytyväisyyttä. Opinnäytetyön lopussa esitetään muutamia kehitysehdotuksia.

## 2 PÖRHÖN AUTOLIIKE OY

Pörhön Autoliike Oy on vuonna 1956 Tornioon perustettu autoliike Aino ja Esko Pörhön toimesta. Yritys myy ja huoltaa uusia ja käytettyjä autoja. Myös varaosia ja muita autoiluun liittyviä oheistarvikkeita myydään. Pörhön autoliikkeellä on 9 toimipistettä, jotka sijaitsevat pääosin Pohjois-Suomessa. Eteläisin toimipiste sijaitsee Iisalmissa ja pohjoisin Rovaniemellä. Päätoimipisteenä toimii Oulun toimipiste. Yrityksen toimitusjohtajana toimii kauppaneuvos Matti Pörhö. Yrityksen palkkalistoilla on yli 300 henkilöä ja vuoden aikana noin 10 000 autoa myydään yrityksen kautta. (Pörhö 2019.)

Liikeideana ja tavoitteena toimii Pörhön Autoliikkeen virallinen laadullinen visio: ”Pohjois-Suomen halutuin ostopaikka autoille ja niihin liittyville palveluille. Toimia luontoa ja ympäristöä huomivoivalla tavalla käyttämällä kierrätykseen soveltuvia tuotteita” (Nykänen 2016).

Kokkolan toimipisteessä (kuva 1) myydään ja huolletaan Volkswagen-, Audi- ja Seat-merkkisiä autoja. Tällä hetkellä korjaamolla työskentelee jälkimarkkinointipäällikkö, kaksi huoltoneuvojaa, kaksi varaosamyymyjää ja yhdeksän asentajaa, joista kaksi on peltiseppiä.



Kuva 1. Kokkolan toimipiste. (Pörhö 2019.)

## 3 HUOLLON PROSESSI

Huollon prosessi kuvaa korjaamon jokapäiväistä työtilannetta. Prosessin tarkoituksena on varmistaa työn ja palvelun laatu jokaisessa tilanteessa. Monille asiakkaille huollon laatu on yhtä tärkeää kuin tuotteen laatu. Huollon laadulla on siis suuri vaikutus asiakkaan auton ostopäätökseen. Jälkimarkkinoinnin tekemä tulos on iso osa yrityksen tuloista. Jälkimarkkinointiin kuuluu kaikki auton oston jälkeiset toimenpiteet kuten varusteet, huollot, korjaukset ja varaosamyynti.

### 3.1 Huollon ajanvaraus

Huoltoprosessin ensimmäinen vaihe ja kosketus asiakkaan kanssa on huollon ajanvaraus. Siinä luodaan pohja koko huollon prosessille sekä hyvälle asiakastyytyvyydelle. Hyvin ja huolellisesti suoritettu prosessin ensimmäinen vaihe auttaa viemään koko huollon prosessin läpi ongelmitta ja hyvällä asiakastyytyvyydellä.

Asiakas ottaa yhteyttä huoltoon, kun hänen autonsa sitä tarvitsee jonkin vian tai huollon tarpeen takia. Huollon ajanvarauksen voi tehdä henkilökohtaisesti asioimalla huoltotiskillä kasvojen huoltoneuvojan kanssa tai puhelimitse. Pörhön autoliikkeessä huollon ajanvaraus onnistuu myös sähköpostitse, Pörhön nettisivujen kautta sekä Audin, Volkswagenin tai Seatin omien nettisivujen kautta.

#### 3.1.1 Asiakaskontakti

Ajanvaraus alkaa asiakaskontaktilla, jossa asiakas ottaa yhteyttä huoltoon. Kun asiakas on kertonut tarvitsevänsä autollensa huoltoa, perustetaan työmääräys. Työmääräyksen perustamisen jälkeen määritetään auton huoltotarve, jossa huoltoneuvoja tarkistaa ja selvittää, mitkä toimenpiteet ovat kyseiseen autoon ajankohtaisia. Kun autoon tehtävät toimenpiteet ovat selvillä, kysytään asiakkaalta lisätiedot huoltoa varten, esimerkiksi onko tarvetta sijaisajoneuvolle tai saako lasinpesunestettä lisätä. Tämän jälkeen etsitään asiakkaalle ja korjaamolle sopiva aika töiden toteuttamiseen.



Perinteisin tapa asioimiseen on huollon tiskillä asioiminen kasvotusten huoltoneuvojan kanssa. Tässä menettelytavassa asiakasta pystytään palvelemaan kaikista tehokkaimmin. Asiakas ja huoltoneuvoja ovat parhaiten yhteisymmäryksessä keskenään. Asiakkaalta on helppo kysyä lisäkysymyksiä huoltoon liittyen. Myös elekielen lukeminen auttaa ymmärtämään paremmin mitä asiakas haluaa. Asiakkaan kannalta tämä on myös hyvä tapa huollon ajanvaraukseen, mutta hieman työläs.

Puhelimitse ajanvaraus onnistuu myös helposti. Puhelimen kautta ajanvaraus on asiakkaalle vaivatonta, mutta välillä yhteyttä voi olla vaikea saada. Jos jokaisella huoltoneuvojalla on juuri yhteydenottohetkellä asiakas palveltavana, ei puhelimella yhteyttä saa kuin keskukseen. Keskukseen voi jättää soittopyynnön, jonka huoltoneuvoja hoitaa mahdollisimman nopeasti. Puhelimitse ajanvarauksen tekevältä asiakkaalta on myös helppo kysyä tarkentavia lisätietoja, joka edesauttaa koko huollonprosessin läpivientiä mutkattomasti.

Nettivaraus toimii parhaiten uusien autojen kanssa, joita on huollatettu aina merkkiliikkeessä. Myös jos huollon tarpeena on vain määräaikaishuollon suorittaminen, eikä muita lisätöitä tarvita, sujuu ajanvaraus mutkattomasti sekä asiakkaan että huollon kannalta. Nettivaraus on asiakkaan kannalta kaikista vaivattomimmin, mutta siinä tulee useasti väärymmäryksiä.

Esimerkkinä kuvataan Audin nettisivujen kautta varattava huolto. Ensimmäisenä ohjelma kysyy auton rekisterinumeron ja ajettuja kilometrejä. Auton tietojen syöttämisen jälkeen ohjelma ehdottaa vapaana olevia aikoja, mitkä voivat olla aivan liian lyhyitä tarvittavalle huollolle. Ohjelma ei ota huomioon asiakkaan käsin kirjoittamaa vian kuvausta. (K-Auto 2019.)

Seuraavaksi ohjelma ehdottaa huolto-ohjelmaan kuuluvia toimenpiteitä. Ohjelma valitsee huoltohistorian perusteella oikeat huollon. Aina automaattisesti valitut huoltotoimenpiteet eivät pidä paikkaansa, jos autoa on käytetty merkkiorganisaation ulkopuolisessa huollossa. Esimerkiksi jos automaattivaihteiston öljyt olisi vaihdettu juuri ennen huoltoa toisella yleiskorjaamolla, ei Audin ohjelma sitä ymmärrä ja ehdottaa sitä silti huolto-ohjelmaan. Tämä lisää väärikärsityksiä, koska kaikki autonomistajat eivät tiedä autonsa eri huoltotoimenpiteidensä huoltoväliä. Lopuksi annetaan henkilötiedot ja lähetetään varaus. (K-Auto 2019.)

Lähetetty varaus tulee näkymään huoltoneuvojan kalenteriin nettivarauksena. Nettivaraus käydään läpi huoltoneuvojan toimesta, jossa tarkistetaan huoltojen oikea tarpeellisuus ja vaadittavat toimenpiteet. Jos aika ei riitä kaikkien toimenpiteiden toteuttamiseen tai varauksessa on jotain muuta huomautettavaa, otetaan asiakkaaseen yhteyttä puhelimitse tai sähköpostilla. Asiakkaan kanssa käydään läpi huollonajanvaraus toistamiseen ja sovitaan uudet toimenpiteet tai sopivampi aika.

### 3.1.2 Työmääräyksen perustaminen

Asiakaan yhteydenoton jälkeen asiakkaalle perustetaan työmääräys. Valmis työmääräys sisältää kaiken tarvittavan tiedon asiakkaasta, ajoneuvosta ja suoritettavista huoltotoimenpiteistä sekä muista sovitusta asioista esimerkiksi kustannusarviosta. Työmääräyksen perustaminen aloitetaan kysymällä huollontarpeessa olevan auton rekisterinumeroa tai alustanumeroa. Jos asiakaskontakti on tullut jotain muuta kautta, kuin henkilökohtaisesti tai puhelimitse, on yleensä auto- ja henkilötiedot jo tiedossa. Auton rekisterinumeron kautta päästään käsiksi auton tietoihin ja huoltohistoriaan eli nähdään auton merkki, malli, vuosimalli, mottorikoodi, vaihteistokoodi ja lukuisia muita ominaisuuksia, joita huoltoneuvoja tarvitsee huoltotarvetta määrittäessään.

Ajoneuvotietojen kysymisen jälkeen kysytään asiakkaan tiedot. Osa asiakastiedoista tulee Trafín tai yrityksen omasta tietokannasta rekisterinumeroa syötettäessä. Asiakastiedot tulee kuitenkin aina tarkistaa. Asiakkaalta pitäisi kysyä ainakin seuraavat tiedot: nimi, osoitetiedot, puhelinnumero sekä sähköpostiosoite.

### 3.1.3 Huoltotarpeen määrittäminen

Huoltotarpeen määrittämisessä kuunnellaan asiakasta minkälaista huoltoa hän autollensa haluaisi tehtävän. Jos kyseessä on määräaikaishuolto, täytyy huoltoneuvojan tarkistaa ajoneuvon huoltohistoria ja tämän perusteella valita autolle oikeat huoltotoimenpiteet. Huoltoneuvoja kertoo asiakkaalle mahdollisesti suoritettavat huoltotoimenpiteet ja kertoo niiden kustannusarvion sekä arvioitun työnkeston. Asiakkaan ei ole pakko teettää huoltoneuvojan tarjoamia toimenpiteitä, vaan lopullinen päätös on aina asiakkaan. Huoltoneuvojan täytyy toki osata ohjeistaa asiakasta kertomalla, että jos tiettyjä toimenpiteitä ei suoriteta vaaditulla huoltovälillä, maahantuoja ei vastaa edes takuun alaisessa autossa ilmenevistä vioista, jotka ovat johtuneet huoltotoimenpiteen laiminlyönnistä.

Jos asiakas on tuonut auton korjaamolle vian takia, täytyy huoltoneuvojan kuunnella asiakasta tarkasti ja kirjata työmääräykseen asiakkaan kuvaus viasta. Huoltoneuvojan tulisi osata kysyä myös tarkentavia tietoja viasta asiakkaalta. Vian kuvailun jälkeen huoltoneuvoja voi kertoa oman näkemyksensä viasta ja sen korjauksesta, sekä siihen kuuluvista kustannuksista, mutta erityisesti painottaen, että ne eivät ole lopullisia.

Aina kun auto tuodaan merkkihuoltoon, täytyy autoon kohdistuvat valmistajan kampanjat tarkistaa ja suorittaa mahdollisuuksien mukaan samalla huoltokerralla.

#### 3.1.4 Lisätiedot ja ajanvaraus

Huoltotarpeiden määrittämisen jälkeen kysytään asiakkaalta lisätietoja. Asiakkaalta kysytään, haluaisiko hän, että samalla huollossa vaihdettaisiin rikkiäisiä polttimoita, tuulilasin pyyhkijöitä tai lisättäisiin lasinpesunestettä. Myös eri merkkien pakolliset kysymykset on tässä vaiheessa kysyttävä. Esimerkiksi Audin puolelta on kysyttävä haluaako asiakas autoonsa tehtävän saapumistarkastuksen, myls sijaisajoneuvoa on tarjottava. Asiakkaalta on myös hyvä tiedustella, jääkö hän odottamaan huollon valmistumista. Odottavien asiakkaiden työt ovat etusijalla ja ne pyritään saamaan mahdollisimman nopeasti työn alle.

Sopivan ajan määrittäminen selvitetään tarkistamalla ensin huoltoon kuluva arvoitu aika ja etsimällä kalenterista sopiva vapaa aika. Oikeanlaiset työt pitää myös varata oikeille asentajille. Huollot varataan huoltoja tekeville asentajille ja vaikeat vianmääritykset erikoisosaaville asentajille. Kun kalenterista löytyy sopiva ensimmäinen vapaa aika tehtävään sopivalta asentajalta, tarjotaan sitä asiakkaalle. Asiakas voi ottaa ajan tai kertoa oman toiveensa ajalle. Jos asiakkaan haluama aika on saatavilla, varataan työ asiakkaan halumalle ajankohdalle.

#### 3.2 Huollon ennakointi

Ajanvarauksen jälkeen siirrytään huolto prosessin toiseen vaiheeseen, huollon ennakointiin ja valmistautumiseen. Asiakaan odotus on, että hänen autonsa huoltoon on valmistauduttu asianmukaisesti. Tarkoituksena on, että auto saataisiin yhdellä huoltokerralla kuntoon, eikä asiakkaan tarvitsisi saapua myöhemmin uudestaan huoltoon.

Kun huoltoneuvoja on saanut ajanvarauksen loppuun, hän vie työmääräyksen varaosamyylle tai telineeseen, jossa on jokaiselle kuukauden päivälle oma lokeronsa. Työmääräys viedään oikeaan lokeroon huollon päivämäärän mukaan, jos työhön kuuluu vain normaalit huoltotoimenpiteet ja kampanjat. Työmääräys viedään varaosamyylle, jos autoon pitää tilata jotain muuta kuin huollon osia. Myös vianetsintätapauksissa on hyvä tarkistaa, löytyykö epäilty vian aiheuttava komponentti varastosta vai pitäisikö se tilata jo valmiiksi varastoon. Harvinaisempien automallien kohdalla on hyvä käydä tarkistamassa varaosien tilanne, vaikka auto olisikin tulossa normaaliin vuosihuoltoon. Varaosien tilauksen jälkeen varaosamyylä vie työmääräyksen oikean päivämäärän lokeroon. Erikoistyökalujen kunto ja saatavuus pitäisi myös tarkistaa, että työn suorittaminen olisi mahdollista.

Varaosamyylät pyrkivät käymään läpi kaikki kalenterissa olevat työmääräykset keräämällä niihin osat valmiiksi esikeräyshyllyyn ja tarkistamalla, että varaosat löytyvät varastosta ennen kuin auto saapuu huoltoon. Esikeräyshyllyyn kerätään kaikki autoon tarvittavat varaosat, mikä nopeuttaa asentajan työskentelyä huomattavasti kun hänen ei tarvitse kuin noutaa laatikko, missä on kaikki tarvittavat varaosat. Suurin osa perushuolto-osista pitäisi löytyä varastosta, mutta joitakin osia joudutaan tilaamaan. Volkswagenilla, Audilla ja Seatilla varaosatilaukset kestävät päivästä noin viikkoon, riippuen tuleeko osa Ruotsin keskusvarastolta vai Saksasta asti.

Ennen auton saapumista on hyvä tarkistaa vikatapauksissa tehtaan tiedotteet vastaavanlaisista vioista. Jos vian kuvaus on haasteellinen, voidaan olla jo valmiiksi yhteydessä maahantuontiin, josta voidaan saada vianetsintään liittyviä vinkkejä. Vianselvitys on helppoa, jos on saatu hyvin tietoa mahdollisesta viasta. Työn suorittavaa asentajaa on myös hyvä tiedottaa tulevasta vikatapauksesta, jolloin myös asentaja osallistuu ennakkoivaan vikadiagnoosiin. Nämä kaikki yhdessä tehostavat korjaamon toimintaa tehokkaammaksi.

### 3.3 Työn vastaanottaminen

Asiakkaan saapuessa huoltoon tulee asiakasta tervehtiä iloisesti ja näin vietstittää asiakkaalle, että huoltoneuvoja on vapaa palvelemaan asiakasta. Kaikkia asiakkaita tulee kohdella aina asiallisesti ja kohteliaasti. Kaikille asiakkaile ajoneuvotekniikka ei ole niin

tuttua kuin toisille, joten huoltoneuvoja ei saa olettaa tiettyjen asioiden olevan itsestäänselvyyksiä asiakkaille. Huoltoneuvojan tulee olla siistisi ja asianmukaisesti pukeutunut, mikä viestittää asiakalle huoltoneuvojan kuuluvan henkilökuntaan.

Työn vastaanotossa huoltoneuvoja tiedustelee asiakalta auton rekisterinumeron tai asiakkaan nimen. Ajanvarauksen yhteydessä tehty työmääräys löytyy tietokonejärjestelmästä asiakkaan tai ajoneuvon tiedoilla. Työmääräys kuuluu olla tulostettu jo ajanvarauksen yhteydessä ja näin ollen sen pitäisi olla kerättynä huollon päivämäärän lokeroista. Jos työmääräystä ei löydy, se tulostetaan.

Työmääräys käydään läpi asiakkaan kanssa ja selvitetään asiakkaalle, mitä toimenpiteitä huollossa tullaan tekemään. Tarvittaessa toimenpiteitä voidaan lisätä asiakkaan halutessa. Lisäkysymyksiä esimerkiksi vioista voidaan kysyä ja tarkentavat vian kuvaukset voidaan kirjata työmääräykseen käsin. Jos vian kuvaus kuulostaa oudolta voi asiakasta pyytää koeajolle, joka auttaa vianmäärityksessä. Monesti asiakas voi tuoda auton huoltoon auton ominaisuuden takia, jota asiakas luulee viaksi. Koeajot asiakkaan kanssa ehkäisevät näitä turhia korjaamokäyntejä. Vianetsintätapauksissa kannattaa asiakkaan kanssa sopia jokin maksimiaika, jotta vältetään yllättäviä kustannuksilta.

Asiakkaalle tulee kertoa auton arvioitu valmistumisajankohta, sekä kustannusarvio. Asiakkaan tiedot tarkistetaan vielä kertaalleen ja varsinkin puhelinnumero on kysyttävä joka kerta, jotta asiakkaaseen saadaan tarvittaessa yhteys. Kun työmääräys on käyty läpi asiakkaan kanssa ja kaikki on selvää asiakkaan ja huoltoneuvojan välillä, pyydetään asiakkaalta allekirjoitus työmääräykseen. Allekirjoituksella asiakas hyväksyy suoritettavat toimenpiteet ja ne saadaan asiakkaan luvalla suorittaa. Työmääräyksestä tulee tarjota asiakkaalle kopio. Lopuksi asiakkaalta pyydetään ajoneuvon avaimet ja kysytään auton sijainti, joka merkitään avaimen perään kiinnitettävään korttiin.

### 3.4 Työn suoritus

Työn vastaanoton jälkeen huoltoneuvoja laittaa työmääräyksen avaimien kera työlle varatun asentajan lokeroon, josta asentaja noutaa työn. Ennen auton noutamista asentaja ja huoltoneuvoja käyvät yhdessä työmääräyksen ja aikataulutuksen läpi. Mikäli kyseessä on määräaikaishuolto, täytyy asentajalle antaa mukaan huoltoseloste, jonka mukaan huolto suoritetaan. Jos autolle suoritetaan tehtaan huoltotiedotteen mukainen korjaus tai tehdaskampanja, tulee myös työohjeet antaa asentajalle.

Kun suoritettavat toimenpiteet ovat mekaanikolle selvillä, hän noutaa auton korjaamon sisälle omalle työpisteelleen. Ennen työpisteelle ajoa autolla olisi hyvä käydä pienellä koeajolla. Kun auto on työpisteellä, tulee sen ulkoinen kunto ja vauriot tarkistaa, sekä merkitä naarmuraporttiin. Asentaja noutaa autolle esikerätyt osat työpisteelleen ja tarkistaa, että osat ovat oikeat ja sopivat autoon. Jos kyseessä on määräaikaishuolto, asentaja etenee työskentelyssään huoltoselosteen mukaisesti ja täyttää sen asianmukaisesti. Jokainen huomio koskien autoa tulee kirjata ylös ja siitä pitää tiedottaa huoltoneuvojaa sekä asiakasta.

Asentajan täytyy suorittaa työ korkealaatuisesti ja noudattaen valmistajan korjausohjeita. Valmistajan määrittämiä työmenetelmiä ja erikoistyökaluja tulee käyttää. Kaikki suoritettut työt ja puutteet kirjataan ylös työmääräykseen. Aikataulumuutoksista ja uusista vioista täytyy tiedottaa huoltoneuvojaa välittömästi. Huoltoneuvoja on yhteydessä asiakkaaseen ja mahdollisuuksien mukaan lisätöistä sovitaan asiakkaan kanssa. Asiakkaan kanssa sovitut päätökset ja lisätyöt merkitään työmääräykseen, jotta eri huoltoneuvojien käsitellessä työmääräystä ei tulisi väärinkäsityksiä. Myös lisätöiden kustannusarvio tulee kirjata ylös, jos se on asiakkaalle kerrottu.

Kun asentaja on saanut työnsä valmiiksi, tulee autolla ajaa riittävän pitkä koeajo ennen auton pysäköimistä valmiiden autojen paikalle. Jos ajoneuvolle on tehty isompi remontti, täytyy auto ajaa koeajon jälkeen ilman moottorisuojia ja alustasuojia vielä kertaalleen nosturille ja käydä läpi koko auto mahdollisten vuotojen ja virheiden tarkistamiseksi. Myös auton siisteys ja suojien poistaminen tulee tehdä tarkasti ennen auton pysäköimistä. Pysäköinnin jälkeen asentaja vie työmääräyksen takaisin huoltoneuvojalle ja käy huoltoneuvojan kanssa läpi tehdyt toimenpiteet ja havainnot. Nämä toimenpiteet ovat todella tärkeitä korkean laadun ja asiakastyytyväisyyden ylläpitämiseksi.

### 3.5 Auton luovutus

Työn valmistuttua huoltoneuvoja käy läpi työmääräyksen ja valmistele sen asianmukaisesti. Kaikki tehdyt työvaiheet pitää kirjata työmääräykseen valmistajan oikeilla työvaihenumeroilla. Myös huollossa käytetyt varaosat täytyy tarkistaa, että ne löytyvät työmääräyksestä ja tarvittaessa lisätä. Työvaiheiden ja varaosien lisäämisen ja tarkistamisen jälkeen asetetaan huollon hinta kohdalleen. Hinta on yrityksen ohjeiden mukainen, jos muusta ei ole sovittu. Jos huollon aikana on tullut ongelmia ja työn pituus on kasvanut merkittävästi, voidaan työaikaa kasvattaa. Päinvastaisessa tapauksessa, jos asiakkaalle

on luvattu kiinteä hinta tai alennus, voidaan työaikaa ja tuntihintaa pienentää. Myös varaosista voidaan antaa alennusta.

Kun työmääräys on valmis ja lopullinen hinta on oikea, huoltoneuvoja ilmoittaa työn valmistumisesta asiakkaalle puhelimitse tai tekstiviestillä. Ilmoittamisen jälkeen valmis työmääräys laitetaan luovutettavien autojen lokeroon. Asiakaan saapuessa huoltoneuvoja kysyy asiakkaan nimeä tai ajoneuvon rekisterinumeroa. Nimen tai rekisterinumeron avulla huoltoneuvoja löytää oikean työmääräyksen luovutettavien autojen lokerosta.

Työmääräys käydään vaihe vaiheelta läpi asiakkaan kanssa ja tehdyt toimenpiteet selitetään asiakkaalle mahdollisimman selvästi. Näin asiakkaalle muodostuu selvä kuva, mistä hinta muodostuu. Mikäli autolle on tehty määräaikaishuolto, käydään myös huoltoseloste asiakkaan kanssa läpi. Luovutustilanteessa on hyvä tarkastella asiakkaan kiireisyyttä. Jos asiakas tuntuu kiireiseltä voi asiakkaalta kysyä, että haluaako hän käydä läpi huoltoselosteen ja huoltotapahtumat. Luovutuksen yhteydessä täytyy myös kertoa seuraavan huollon ajankohta sekä kysyä asiakkaan tyytyväisyyttä tämänkertaisesta käynnistä.

## 4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Asiakastyytyväisyys on asiakkaan kokema tyytyväisyyttä tuotteeseen, palvelun laatuun tai hinta - laatu - suhteeseen. Asiakastyytyväisyys muodostuu asiakkaan kokemuksen ja odotuksen vertailusta. Odotuksen asiakas muodostaa itse mielessään yritystä tai tuotetta kohtaan. Mielikuvaa muokkaavaat useat eri tekijät, kuten yrityksen markkinointi, maine, toimiala, muiden ihmisten kokemukset sekä asiakkaan aikaisemmat kokemukset yrityksestä tai tuotteesta. (Viitala & Jylhä 2013.)

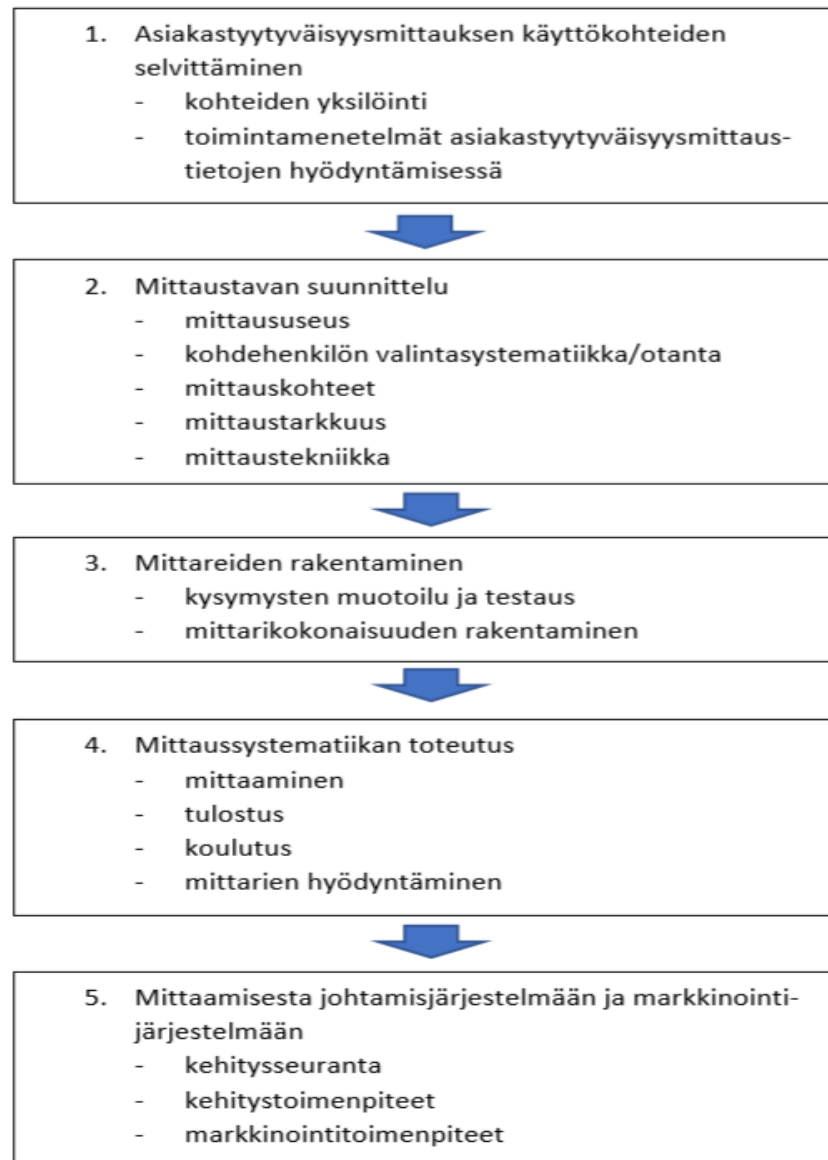
### 4.1 Asiakastyytyväisyyden selvittäminen

Asiakastyytyväisyys on tärkeä mittari, kun tarkkaillaan yrityksen tulevaisuuden mahdollisuuksia sekä tämän hetken mahdollisuuksia. Vaikka yrityksen taloudellinen tulos olisikin hyvällä tasolla, ei yrityksen menestymiseen tulevaisuudessa voida luottaa, ellei asiakastyytyväisyys ole vähintäänkin hyvällä tasolla. Asiakastyytyväisyys on aina suhteellinen, subjektiivinen ja yksilöllinen näkemys, johtuen asiakkaan odotuksista yritystä tai tuotetta kohtaan. Myyntineuvottelijan ja yritysjohton käsitys asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä voi erota asiakkaan käsityksestä. Tämän takia yrityksellä ei voi olla täyttä tietoa asiakastyytyväisyydestä ilman sen selvittämistä. (Rope & Pöllänen 1994, 58-59.)

Koska asiakastyytyväisyys syntyy asiakkaan subjektiivisista kokemuksista yrityksen kontaktipinnalla, on asiakastyytyväisyys sidottu nykyhetkeen. Sen vuoksi asiakastyytyväisyys on lunastettava jokapäiväisessä toiminnassa asiakaskontaktissa yhä uudelleen. Asiakastyytyväisyystutkimus selvittää pelkästään asiakkaan kokemusta, eikä yleistä mielikuvaa yrityksestä tai tuotteesta. (Rope & Pöllänen 1994, 58-59.)

Selvittääkseen asiakastyytyväisyyttä täytyy sen mittaaminen olla jatkuvaa ja systemaattista. Tyytyväisyyden mittaamisessa kyse onkin jatkuvan palautteen saannista asiakkaalta hänen asiakaskontaktitilanteistaan. Asiakastyytyväisyyden selvittämiseen käytettävä mittari voidaan rakentaa alla olevan kuvan 2 mukaisesti. (Rope & Pöllänen 1994, 58-59.)





Kuva 2. Asiakastytyväisyysmittauksen toteuttamisvaiheet. (Rope & Pöllänen 1994, 60.)

Asiakastytyväisyysmittausta aloitettaessa ensiksi mietitään, mitä tutkimuksella halutaan selvittää ja miten sitä voidaan hyödyntää. Seuraavaksi suunnitellaan, kuinka isosta mittauksesta on kyse ja kuinka laaja mittaustapa ja mittaususeus on järkevää tulosten kannalta. Mittareita rakennettaessa on syytä pohtia tarkasti mittauksessa käytettävät kysymykset ja testata niitä. Testien jälkeen voidaan mittaus toteuttaa suunnitelman mukaan. Kun mittaustulokset ovat saatavilla, niiden avulla mudostetaan toimenpiteitä, joilla voidaan kehittää toimintaa parempaan suuntaan.

## 4.2 Suoran palautteen järjestelmä

Asiakaspalautetta voidaan kerätä myös muilla tavoilla kuin pelkillä mittauksilla. Suora palaute asiakkaalta tulee, kun asiakkaan kanssa ollaan suorassa kontaktissa. Tämä on todella tärkeä palautetietokanava. Ongelmana yleensä on, että palautetieto jää pelkästään vastaanottajan tietoon, eikä silloin tieto välity muualle organisaatioon. Tämän takia yrityksen pitäisi luoda järjestelmä, mikä kerää suoran palautteen ja kohdistaa sen oikeaan paikkaan organisaatiossa. (Ylikoski 2001, 170-172.)

Erilaiset suoran palautteen kanavat, esimerkiksi asiakaspalautepuhelimet, palautekaavakkeet, sähköpostit ja niin edelleen, pitäisi tehdä sellaisiksi, että palautteen antaminen olisi mahdollisimman helppoa asiakkaan kannalta. Erilaisia palautekanavia olisi hyvä olla useampi. Myös asiakkaan kanssa keskusteleminen on hyvä tapa kerätä palautetta asiakkaan näkökulmasta. (Ylikoski 2001, 170-172.)

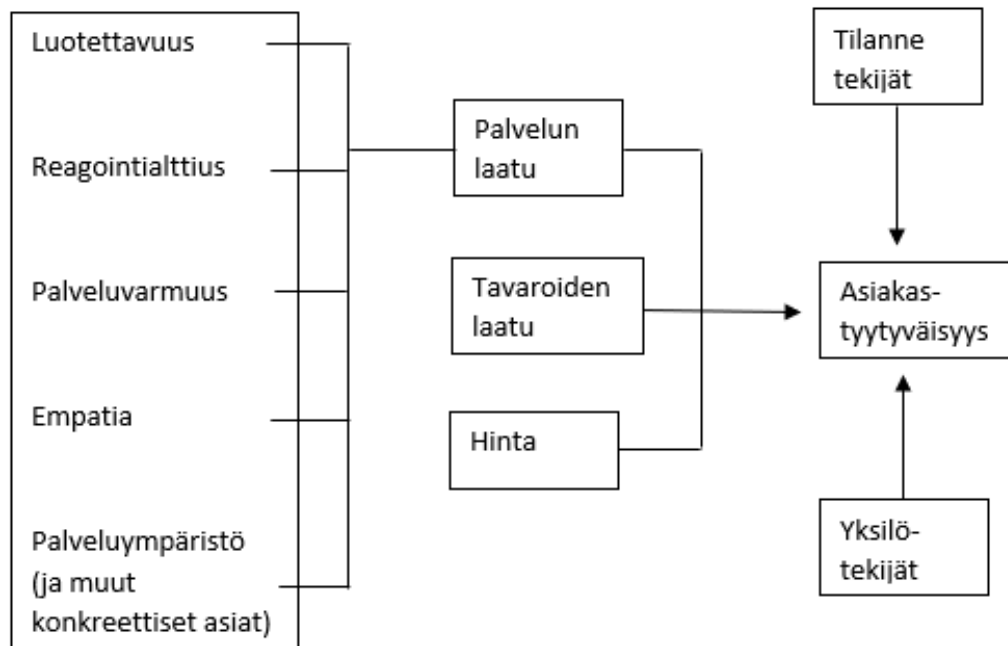
Asiakkaita voidaan ottaa mukaan myös tuotekehitysprojekteihin, jolloin jo aikaisessa vaiheessa saadaan asiakkaan näkemys uusista ideoista ja sen tarjoamista hyödyistä asiakkaalle. Asiakkaan mielipidettä voidaan kysyä vaikkapa hotellihuoneen sisustuksessa, jolloin huoneen sisustuksesta saadaan mahdollisimman hyvin asiakkaan tarpeita tyydyttävä. (Ylikoski 2001, 170-172.)

## 4.3 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät

Palveluita käytetään, koska asiakas haluaa tyydyttää jonkin tarpeensa. Asiakkaan kokemus tyytyväisyyden tunne liittyy siihen minkälaisen ”hyötykimpun” asiakas saa ostamastaan palveluksesta. Palvelun ominaisuudet ja palvelun käytön seuraukset tuottavat tyytyväisyyttä. (Ylikoski 2001, 151-152.)

Esimerkiksi viiden tähden hotellissa tyytyväisyyttä asiakkaalle tuottaa sen yllellinen varustetaso tai korkeatasoinen asiakaspalvelu. Palvelun käytön seuraukset voivat olla joko toiminnallisia tai psykologisia. Hotellin keskeinen sijainti tuottaa nähtävyyksistä kiinnostuneille asiakkaille tyytyväisyyttä. Keskeisen sijainnin toiminnallinen seuraus on se, että nähtävyydet ovat lähellä hotellia. Psykologinen seuraus on taas sitä, että asiakas haluaa viiden tähden hotellin sen statuksen takia. Viiden tähden hotellin käytössä on pohjimmiltaan kyse itsensä arvostamisen tarpeen tyydyttämisestä. (Ylikoski 2001, 151-152.)

Asiakastyytyväisyyttä kehitettäessä keskitytään palveluiden abstrakteihin ja konkreettisiin ominaisuuksiin, joista asiakas kokee tyytyväisyyden tunnetta (kuva 3). Mainonnassa taas kerrotaan palvelun toiminnallisista ja psykologisista seurauksista. Palveluihin keskittyvät organisaatiot keskittyvät yleensä vaikuttamaan palvelun laatuun, koska se parantaa asiakastyytyväisyyttä. (Ylikoski 2001, 151-152.)



Kuva 3. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät. (Ylikoski 2001, 152.)

#### 4.4 Asiakastyytyväisyyden merkitys

Asiakastyytyväisyys ja sen mittaaminen on todella tärkeää uskollisten asiakkaiden pysymisen takia. Jopa 90 % tyytymättömistä asiakkaista vaihtaa palvelun tai tuotteen tuottajaa. Uuden asiakkaan hankinta vaatii jopa viisi kertaa enemmän resursseja kuin vanhan asiakkaan säilyttäminen. (Laukkanen 2014.)

Asiakastutkimukset ovat myös tärkeitä kehitystyön kannalta, koska yrityksen täytyy keskittyä kehittämään asiakkaitten kannalta tärkeimpiä toimintoja. Ilman tutkimuksia vain 4 % asiakkaista kertoisi tuotteeseen tai palveluun liittyvistä puutteista. Tulevat asiakastarpeet pitäisi kyetä ennustamaan, eikä sekään onnistu ilman tutkimuksia. (Laukkanen 2014.)

Asiakastyytyväisyys luo pohjaa asiakauuskollisuudelle. Asiakasuskollisuus on taas puolestaan edellytys pitkäaikaiselle asiakasuhteelle. Asiakas pysyy uskollisena, jos hän kokee saavansa parempaa lisäarvoa kuin kilpailijalta sekä hän on tyytyväinen saamansa palveluun. Uskollisista asiakkaista on taloudellista hyötyä palveluorganisaatioille. Erään tutkimuksen mukaan autojen huoltotoiminnassa asiakaspysyvyyden parantuminen 5 %:lla kasvatti asiakaskohtaista voittoa yli 80 %. (Ylikoski 2001, 180-181.)

## 5 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS

Tässä asiakastyytyväisyystutkimuksessa tutkittiin Pörhön Autoliike Oy:n Kokkolan toimipisteen korjaamon asiakastyytyväisyyttä. Tutkimuksessa käytettiin hyväksi kvantitatiivisia ja kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Näiden tutkimusmenetelmien avulla saatiin selville määrällinen asiakastyytyväisyys, sekä mistä asiakastyytyväisyys koostuu. Tutkimuksen kyselylomakkeen (liite 1) pohjana on käytetty jo olemassa olevaa CEM-asiakastyytyväisyystutkimusta, johon tehtiin lisää tarkentavia kysymyksiä.

### 5.1 Kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimus

Tutkimuksen aineistoa kerätessä voidaan käyttää kahta eri tutkimusmenetelmää. Määrällistä sekä laadullista tutkimusmenetelmää. Määrällistä tutkimusmenetelmää kutsutaan kvantitatiiviseksi ja laadullista tutkimusmenetelmää kvalitatiiviseksi. Tutkimusmenetelmiä voidaan yhdistää ja ne tukevat toisiaan hyvin, mutta yleensä tutkimus painottuu selvästi toiselle menetelmälle. (Vilpas 2019.)

Alapuolella olevassa kuvassa 4 on kuvattu tyypillisesti käytettyjä aineiston keruumenetelmiä kvantitatiivisessä sekä kvalitatiivisessä tutkimuksessa.



Kuva 4. Tyypillisiä aineistonkeruumenetelmiä. (Heikkilä 2014.)

Kvalitatiivisessä eli laadullista tutkimusmenetelmää käyttävässä tutkimuksessa selvitetään esimerkiksi, miten tapahtumaan tai prosessiin osallistuva henkilö kokee ja mieltää

kokemuksensa. Laadullista tutkimusmenetelmää kannattaakin käyttää usein silloin, kun tutkittava kohde on vielä niin epäselvä, että määrällistä tutkimusta ei ole mielekästä suorittaa. Laadullista menetelmää käytettävässä haastattelussa ei voida kysyä sellaisia haastattelukysymyksiä, jotka edellyttävät vastaajaan valitsemaan jonkin valmiiksi annetuista vastauksista. Kysymyksiä pitäisi olla sellaisia, jossa vastaaja pystyisi muodostamaan vastauksiaan mahdollisimman omaehtoisesti. Tutkijan tehtävänä on koota näistä vastauksista yhteinen selitys kohteesta. (Vilpas 2019.)

Heikkilän (2014) mukaan laadullinen tutkimus auttaa ymmärtämään tutkimuskohdetta ja sen käyttäytymisen ja päätösten syitä. Laadullinen tutkimus on yleensä pienikokoinen tutkimus. Laadullisen tutkimuksen tarkoituksena on siis ymmärtäminen, eikä lukumäärien selvittäminen. Tämä tutkimusmenetelmä sopii hyvin vaihtoehtojen etsimiseen, toiminnan kehittämiseen ja sosiaalisten ongelmien kehittämiseen. Kvalitatiivisen tutkimuksen aineisto kerätään yleensä haastatteluilla tai ryhmäkeskusteluilla. (Heikkilä 2014.)

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus kuvaa ja tulkitsee ilmiötä mittausmenetelmillä, joissa kerätään tietoa numeerisesti. Lomakekyselyissä aineistoa kerätessä käytetään yleensä suljettuja kysymyksiä. Kvantitatiivinen tutkimus siis tuottaa selviä lukuarvoja sisältäviä tutkimustuloksia, joita voidaan analysoida erilaisilla tilastotieteen menetelmillä. Tilastotieteen avulla pyritään esittämään tutkimuksen tuloksia tunnuslukujen avulla. Analyysin tavoitteita voivat olla myös muuttujien välisten riippuvuuksien etsiminen, ilmiöiden selittäminen ja kehityksen ennustaminen. Määrällisen tutkimuksen aineiston täytyy olla riittävän suuri, jotta tuloksia voidaan pitää luotettavina. Tutkimuksen laajuudesta johtuen tuloksia analysoidaan eri tietokoneohjelmien avulla. (Vilpas 2019.)

Heikkilän (2014) mukaan kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saadaan yleensä kartoitettua olemassa oleva tilanne, mutta ei pystytä riittävästi selvittämään asioiden syitä. Alla olevassa kuvassa 5 on kerrottu kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen oleelliset erot.

<b>KVANTITATIIVINEN</b> (määrällinen)	<b>KVALITATIIVINEN</b> (laadullinen)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• vastaa kysymyksiin: Mikä? Missä? Paljonko? Kuinka usein?</li> <li>• numeerisesti suuri, edustava otos</li> <li>• ilmiön kuvaus numeerisen tiedon pohjalta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vastaa kysymyksiin: Miksi? Miten? Millainen?</li> <li>• suppea, harkinnanvaraisesti koottu näyte</li> <li>• ilmiön ymmärtäminen ns. pehmeän tiedon pohjalta</li> </ul>

Kuva 5. Kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksien erot. (Heikkilä 2014.)

## 5.2 CEM-Asiakastytyväisyystutkimus

CEM-asiakastytyväisyyskysely on Audin, Volkswagenin ja Seatin oma asiakastytyväisyysjärjestelmä. CEM-kysely lähetetään huollon asiakkaille satunnaisesti niille, jotka ovat jättäneet yhteystietojen yhteydessä sähköpostiosoitteensa. Järjestelmä on erillinen Volkswagenin, Audin ja Seatin puolella. Toimipisteen asiakastytyväisyyttä vertaillaan koko Suomen toimipisteitten asiakastytyväisyyksien keskiarvoon. Maahantuonti tarkkailee toimipisteitten asiakastytyväisyyttä. Jos korjaamo saa liian kauan huonoa palautetta, maahantuonti antaa korjaamolle palautetta, että muutosta on tapahduttava ylöspäin.

Kyselyssä kysytään neljä eri kysymystä, joista jokaiseen voi vastata tähtien määrällä 1-5 tähteen.

- Henkilökohtainen palvelu
- Tapahtuman sujuvuus
- Suoritetun työn laatu
- Kokonaistyytyväisyys

Kyselyn lopuksi on myös mahdollista antaa avoin kommentti huoltotapahtumasta. Yhden vastaajan kokonaistyytyväisyyden ollessa kolme tai alle kolme tähteä, lähettää järjestelmä hot alertin, jossa jälkimarkkinointipäällikkö ottaa tapauksen käsiteltäväksi ja selvittää tapausta hoitaneen huoltoneuvojan kanssa, minkä takia tyytyväisyys on ollut huonoa. Huoltoneuvoja tai jälkimarkkinointipäällikkö ottaa yhteyttä asiakkaaseen ja kysyy vielä asiakkaan näkökulman, mikä huollossa oli mennyt pieleen. Tapahtumalle yritetään löytää ratkaisu, joka tyydyttää molempia osapuolia. Monessa tapauksessa pienikin ele riittää tyydyttämään pettyneen asiakkaan. Sellainen voi olla esimerkiksi pieni tuotelahja, pesulipuke tai pieni alennus seuraavasta huollosta. Perimmäisenä tarkoituksena on saada asiakas niin tyytyväiseksi, että hän tulee vielä uudestaan asioimaan yrityksessä. Asiakkaan yhteydenoton jälkeen hot alert voidaan kuitata suoritetuksi.

### 5.3 Tutkimusprosessi

Tässä opinnäytetyössä oli tarkoituksena selvittää Pörhön Autoliikkeen Kokkolan toimipisteen huollon tämänhetkinen asiakastyytyväisyys sekä mistä asiakastyytyväisyys muodostuu. Asiakastyytyväisyyskyselyiden vastauksia kerättiin kolmella eri tavalla: puhelinhaastatteluilla, kyselylomakkeilla ja webropol-kyselyllä.

Pääkysymyksinä olivat samat kysymykset kuin CEM-asiakastyytyväisyyskyselyssä, jotta saataisiin selville arvosanoihin vaikuttaneet asiat. Kyselyssä pyydettiin antamaan arvosana neljään eri pääkysymykseen. Jokaiseen vastaukseen haluttiin myös perustelut annetulle arvosanalle. Pääkysymyksiä jälkeen kysyttiin myös muutama lisäkysymys ja kehitysideoita.

CEM-kyselyssä saadaan selville asiakastyytyväisyys vain lukuarvona 1 – 5, joista arvosanat 1 – 3 käsitellään hot alertin avulla. Hot alertin avulla saadaan selville arvosanaan 1 - 3 vaikuttaneet asiat. Arvosanoihin 3 – 5 vaikuttaneita tekijöitä ei saada CEM-kyselyn avulla selville. Tämän tutkimuksen tehtävä oli selvittää arvosanojen 3 – 5 vaikuttaneet tekijät.

Neljä pääkysymystä olivat:

- Arvosana henkilökohtaiselle palvelulle
- Arvosana tapahtuman sujuvuudelle
- Arvosana työnlaadulle
- Arvosana kokonaistyytyväisyydelle



Pääkysymyksen arvosana asteikko oli 1 – 5, joissa arvosana 1 tarkoittaa tyytymätöntä ja arvosana 5 täysin tyytyväistä.

Jokaisen pääkysymyksen vastaukseen pyydettiin antamaan perustelut seuraavien kysymyksen avulla:

- Mitkä asiat vaikuttivat antamaasi arvosanaan?
- Jos annoit arvosanaksi alle 5, mitä olisi pitänyt tehdä, että arvosana olisi ollut 5?

Pääkysymyksen jälkeen kysyttiin myös muutama lisäkysymys:

- Vaikuttiko hinta kokonaistyytyväisyyteen?
- Vaikuttiko palvelun kieli kokonaistyytyväisyyteen?
- Kehitysideoita tai muuta huomioitavaa?

Ensimmäisenä tutkimustulosten keruumenetelmänä oli tarkoitus saada asiakkaisiin yhteys puhelimitse. Huollossa asioivien asiakkaiden autoihin jätettiin lappu, jossa heitä pyydettiin osallistumaan asiakastyytyväisyystutkimukseen. Tutkimukseen suostuneille asiakkaille soitettiin ja suoritettiin haastattelu. Tämän keruumenetelmän hyvänä puolena oli se, että keskustelua syntyi hyvin ja asiakas osasi paremmin kertoa asiat, mitkä häntä haittasivat tai mitkä asiat hän on kokenut hyvänä. Keruumenetelmän huonona puolena oli se, että kovin moni asiakas ei suotunut haastatteluun. Kuukauden aikana saatiin suostumus haastatteluun vain kuudelta eri asiakkaalta.

Toisena keruumenetelmänä oli perinteinen lomakekysely. Täytettävät asiakastyytyväisyyslomakkeet sijoitettiin autoliikkeen odotustilaan. Myös huollon tiskiltä jaettiin muutamia kyselylomakkeita. Tämä menetelmä antoi eniten vastauksia, mutta vastauksia kerättiin myös yli kahden kuukauden ajan. Kyselyn hyvinä puolina olivat sen helppous ja se, että odottavilla asiakkailla oli hyvin aikaa täyttää lomake. Huonoina puolina olivat se, että asiakkaalle ei oltu vielä luovutettu autoa kyselyn vastaushetkellä, joka saattoi vääristää vastaustuloksia. Myös perusteluita annetuille arvosanoille tuli huomattavasti vähemmän kuin muilla keruumenetelmillä.

Viimeisenä keruumenetelmänä oli sähköpostin kautta asiakkaille lähetetty webropol-kysely. Tällä keruumenetelmällä saatiin hyvin vastauksia verrattuna lähetettyihin sähköposteihin. Myös perusteluita annetuille arvosanoille tuli hyvin. Lähetettyjä sähköposteja ei saatu lähetettyä kovin monta, koska hyvin harva asiakas oli antanut luvan sähköpos-

timarkkinointiin. Webropol-kyselyn linkki lähetettiin sähköpostilla kaikille helmi- ja maaliskuussa 2020 huollossa asioineille asiakkaille, jotka olivat antaneet luvan sähköpostimarkkinointiin.

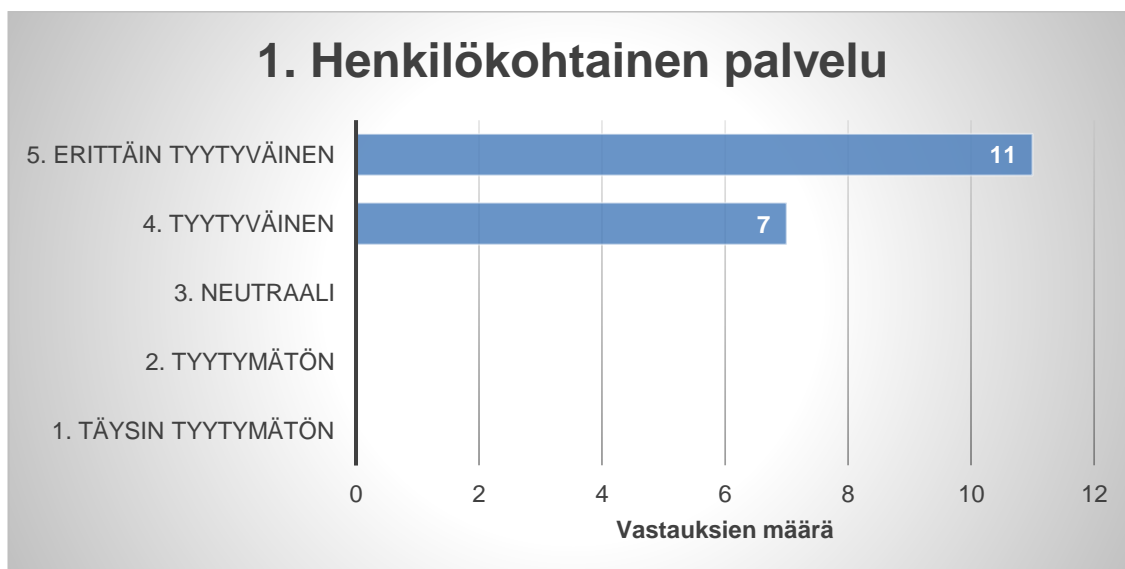
## 6 TULOKSET

Asiakastyytyväisyyskyselyn vastauksia saatiin kerättyä yhteensä 18 kappaletta, joista 6 oli puhelinhaastatteluita, 5 webropol-kyselyitä ja loput 7 lomakekyselyitä. Kaikkien eri keruumenetelmien vastaukset on koottu yhteen. Tuloksien mukaan Kokkolan Pörhön toimipisteen huollon asiakastyytyväisyys on todella hyvällä tasolla. Tutkimuksessa ei esiintynyt yhtään alle 3 arvosanaa. Nykyistä toimintaa kehitettiin paljon ja kehitysideoita tuli moneen eri kysymykseen hyvin. Kyselyssä tuli esiin vain muutama negatiivinen palaute.

Seuraavaksi esitellään pääkysymyksen tulokset, joissa näkyy annetut arvosanat (1 – 5) palkkikaaviona. Jokaisen palkkikaavion jälkeen esitellään useimmiten esiin tulleet arvosanaan vaikuttaneet tekijät sekä kehitysehdotukset. Hinnan ja palvelun kielen vaikutukset asiakastyytyväisyyteen esitellään piirakkakuvioiden avulla.

### 6.1 Henkilökohtainen palvelu

Henkilökohtaisen palvelun vastauksien keskiarvo oli 4,61. Vastaajista 39 % oli tyytyväisiä ja loput 61 % vastaajista olivat erittäin tyytyväisiä saamaansa palveluun (kuvio 1).

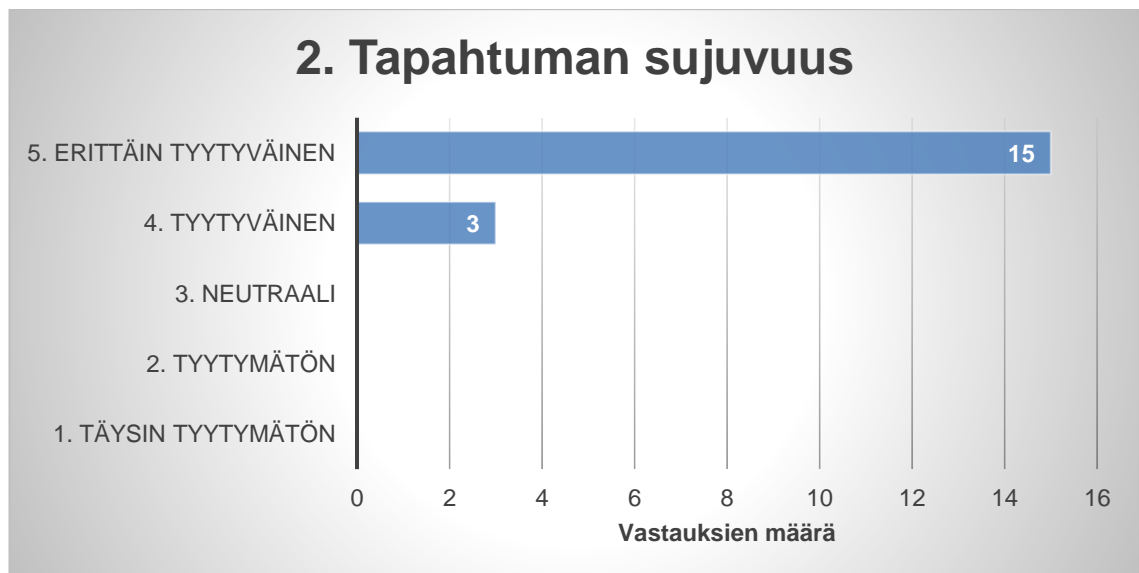


Kuvio 1. Henkilökohtainen palvelu

Henkilökohtaisen palvelun arvosanan nostaneita asioita olivat useasti joustavuus, ystävällisyys, hyvä asiakaspalvelu ja korkea tekninen tietotaso. Useat asiakkaat arvostivat myös sitä kuinka tarkasti heille kerrottiin, mitä heidän autolleen oli tehty. Asentajan kertomana tehdyt työt vaikuttivat myös arvosanaan positiivisesti. Kehitettävänä osa-alueina esiin nousivat ystävällisempi palvelu ja hieman enemmän toivottiin ”small-talkia”. Jotkut asiakkaat pitivät huollon vastaanottoa turhan virkamiesmaisena.

## 6.2 Tapahtuman sujuvuus

Tapahtuman sujuvuuden arvosanojen keskiarvo oli 4,83. Vastaajista 17 % oli tyytyväisiä ja loput 83 % olivat erittäin tyytyväisiä tapahtuman sujuvuuteen (kuvio 2).

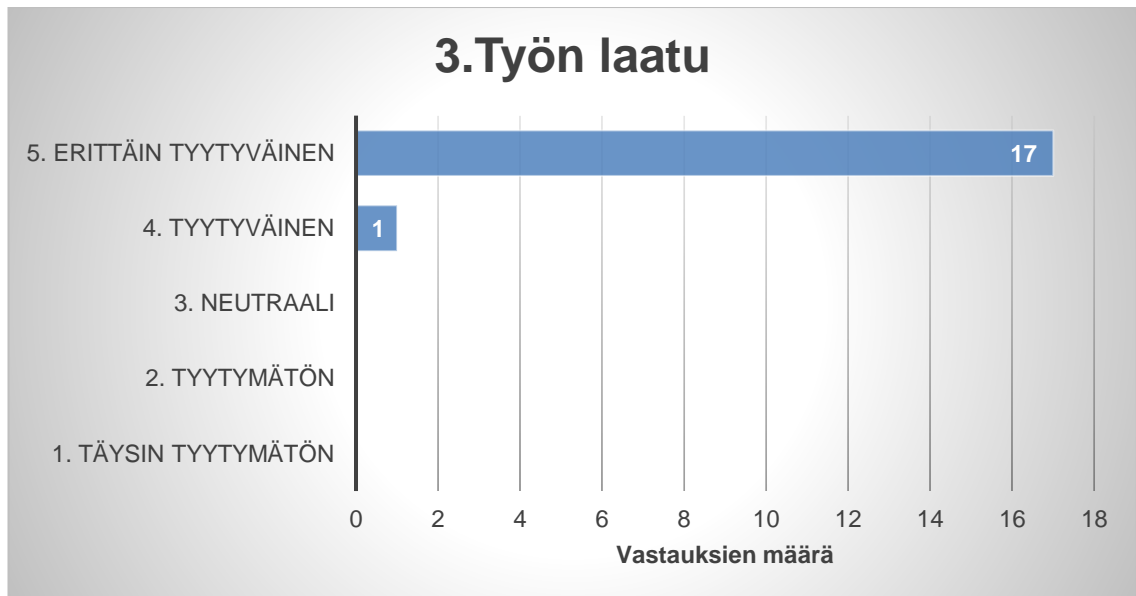


Kuvio 2. Tapahtuman sujuvuus

Asiakkaat arvostivat nopeaa palvelua ja nopeaa yhteydenottoa huollon kustannuksista sekä tehtävistä toimenpiteistä. Arvosanaan vaikutti myös se, että etukäteen ilmoitetut aikataulut pitivät paikkaansa, autot otettiin työn alle, kuten oli sovittu ja ilmoitus työn valmistumisesta tuli välittömästi auton valmistuttua. Kommenttia tuli myös, kuinka odottaminen käy pitkäksi liikkeen tiloissa.

### 6.3 Työn laatu

Työn laatu sai selvästi parhaimman arvosanan, sen keskiarvo oli 4,94. Vastanneista vain yksi eli 6 % oli tyytyväinen työnlaatuun kun taas loput 94 % olivat erittäin tyytyväisiä työnlaatuun (kuvio 3).



Kuvio 3. Työn laatu

Työn laadun arvioiminen asiakkaan näkökulmasta on hieman erilaista kuin asentajan näkökulmasta. Asentaja saattaa arvioida työn laatua sillä, mitä pultteja uusitaan, käytetäänkö laadukkaita osia, kuinka tarkasti osia putsataan ja kiristetäänkö pultteja käsin vai oikeaan kiristysmomenttiin. Asiakkalle näkyy vain työn lopputulos eli se, että toimiiko auto korjauksen jälkeen. Työn laatuun vaikuttaneiden kommenttien joukosta esiin nousi eniten se, että auto tuli kuntoon ja asiakkaalla oli varmuus siitä, että Kokkolan Pörhällä työ tehdään aina laadukkaasti. Myös korjauksen nopeutta arvostettiin.

## 6.4 Kokonaistyytyväisyys

Kokonaistyytyväisyyden keskiarvoksi tutkimuksessa saatiin 4,61. Vastaajista 39 % oli tyytyväisiä kokonaisuuteen ja loput 61 % olivat erittäin tyytyväisiä. Kokonaistyytyväisyydellä ja henkilökohtaisella palvelulla oli samat keskiarvot, joista voi hyvin päätellä, että henkilökohtainen palvelu vaikuttaa paljon kokonaistyytyväisyyteen (kuvio 4).



Kuvio 4. Kokonaistyytyväisyys

Kokonaistyytyväisyyteen vaikuttavat kaikki asiakkaan kokemukset, joten siihen vaikuttaneiden kommenttien sisältö oli hyvin samankaltaista kuin aikaisempien pääkysymyksiä vastauksissa. Usein, jos asiakas oli antanut henkilökohtaiselle palvelulle arvosanaksi 4 ja perusteluna oli, että hän olisi halunnut lisää ystävällisyyttä, myös kokonaistyytyväisyyden arvosanaksi annettiin 4, vaikka kaikkiin muihin kysymyksiin oli annettu arvosanaksi 5.

Kokonaistyytyväisyyden arvosanalle annettu perustelu oli myös usein sama kuin henkilökohtaisen palvelun arvosanalle. Tästä voimme päätellä, että jos yksikin huollon prosessin osa-alueista menee pieleen, se vaikuttaa ratkaisevasti kokonaistyytyväisyyteen. Kehitysideoita kokonaistyytyväisyyden parantamiseksi mainittiin pienen extran lisääminen tiskille, esimerkiksi karkkia ja täsmällisempiä selityksiä autojen vioista. Arvosanaa laskevat kommentit koskivat merkiliikkeen liian korkeaa hinnoittelua.

## 6.5 Palvelun kielen ja hinnan vaikutus tyytyväisyyteen

Suurimalla osalla eli 56 %:lla ei hinta vaikuttanut tyytyväisyyteen ja heidän mielestään hinta-/laatusuhde oli kohdallaan ja merkiliikkeelle sopiva. Jopa 33 % vastaajan mielestä hinta vaikutti positiivisesti kokonaistyytyväisyyteen. Vain 11 %:lla asiakkaista hinta vaikutti negatiivisesti kokonaistyytyväisyyteen (kuvio 5).



Kuvio 5. Vaikuttiko hinta kokonaistyytyväisyyteen?

Koska Kokkola on kaksikielinen kaupunki, tutkimuksessa haluttiin selvittää, onko palvelun kielellä vaikutusta kokonaistyytyväisyyteen. Palvelun kielellä ei ollut vaikutusta tyytyväisyyteen 72 %:lla vastaajista. Vastaajista 28 % oli sitä mieltä, että palvelun kielellä oli positiivinen vaikutus kokonaistyytyväisyyteen. Kukaan ei kokenut (0 %) palvelun kielellä olevan negatiivista vaikutusta kokonaistyytyväisyyteen. Puhelinhaastatteluissa tuli kuitenkin ilmi, että moni asiakas odottaa saavansa palvelua omalla äidinkielellään (kuvio 6).



Kuvio 6. Vaikuttiko palvelun kieli kokonaistyytyväisyyteen?

## 7 TULOKSIEN ANALYSOINTI JA KEHITYSIDEAT

Pörhön Kokkolan toimipisteen asiakastyytyväisyys on tutkimuksen mukaan selvästi hyvällä tasolla. Suurimpana kokonaistyytyväisyyteen vaikuttavana tekijänä tässä tutkimuksessa nousi henkilökohtainen palvelu. Henkilökohtaisen palvelun arvosanojen keskiarvo oli sama kuin kokonaistyytyväisyyden eli tutkimuksen heikoin. Muiden pääkysymyksien arvosanojen keskiarvot olivat suuremmat kuin kokonaistyytyväisyyden arvosanojen keskiarvo. Tästä voimme päätellä, että henkilökohtainen palvelu vaikuttaa eniten kokonaistyytyväisyyteen. Siksi huollon tiskillä työskentelevät työntekijät ovat avainasemassa asiakastyytyväisyyden kannalta.

Asiakaspalvelun pitää olla aina ystävällistä, asiallista ja huoltoneuvojan pitää pyrkiä myös välttämään turhan virkamiesmaista palvelua. Myös Ylikosken (2001, 151-152) mukaan mm. palvelun laatu ja empatiakyky parantavat asiakastyytyväisyyttä. Tähän Pörhön Autoliikkeen olisi syytä kiinnittää huomiota. Huoltoneuvojat voisivat keskustella asiakkaiden kanssa myös muistakin kuin huoltoon liittyvistä asioista.

Tapahtuman sujuvuuteen oltiin yleisesti ottaen tyytyväisiä. Aikataulut ja niissä pysyminen olivat suuressa osassa tapahtuman sujuvuuden arvosanaa annettaessa. Ylikosken (2001, 152) mukaan luotettavuus ja palveluvarmuus ovat asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä. Eräs konkreettinen asia, jonka myös Ylikoski (2001, 152) mainitsee, on palveluympäristö. Tutkimuksessa yhdessä vastauksessa tuli ilmi, kuinka odottaminen käy pitkäksi huollon aikana. Pörhön liikkeessä odotustila on tehty viihtyisäksi. Tarjolla on juotavaa, aikakausilehtiä sekä televisio. Odotustilaan voisi lisätä kausittaisia karkkeja tai jotain muuta pientä purtavaa. Kehittää voisi myös veloitusettomien sijaispyörien mainontaa, esimerkiksi iso kyltti missä maintaan selvästi sijaispyörän olevan maksuton. Näin asiakas voisi käyttää pitkän odotusaikansa kaupungilla asioimiseen.

Moni asiakas arvosti sitä, kuinka asentaja oli tietyissä tilanteissa kertonut, mitä heidän autollensa oli tehty. Tämän perusteella hyvä kehityskohde asiakastyytyväisyyden kannalta on korjaamolle tuleva service-cam palvelu, missä asentaja voi itse kuvata vian, selostaa videolla ja lähettää sen asiakkaalle. Tämä lisää huollon läpinäkyvyyttä ja auttaa asiakasta ymmärtämään mistä lasku koostuu.

Viitalan ja Jylhän (2013) mukaan asiakastyytyväisyys on asiakkaan kokemaa tyytyväisyyttä mm. hinta-laatu -suhteeseen. Suurin osa tutkimukseen vastanneista ei kokenut



hintatason olevan liian korkea. Merkkiliikkeessä asioivat asiakkaat yleensä tietävät hintojen olevan korkeammat kuin merkkiriippumattomalla korjaamoilla, eivätkä he sen takia odota saavansa edullisinta mahdollista huoltoa. Asiakkaat kokivat saavansa laadukasta työtä, joka on hyvää vastinetta rahoille.

Tämän tutkimuksen mukaan palvelun kielellä ei ollut suurta merkitystä asiakastyytyväisyyteen. Kuitenkin moni asiakas odotti saavansa palvelua omalla äidinkielellään. Tähän on syytä varautua rekrytointivaiheessa, jotta huollon tiskille saadaan mahdollisimman kielitaitoista henkilöstöä.

## 8 YHTEENVETO

Opinnäytetyön tarkoituksen oli selvittää Pörhön Autoliike Oy Kokkolan toimipisteen asiakastyytyväisyys ja löytää tekijät, jotka vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen. Opinnäytetyössä käsiteltiin huollon prosessia, asiakastyytyväisyyttä ja erilaisten tutkimusmenetelmien käyttöä asiakastyytyväisyyttä tutkittaessa.

Asiakastyytyväisyyttä selvittäessä käytettiin yhtä kyselylomaketta, mutta vastauksia kerättiin kolmella eri menetelmällä: puhelinhaastatteluiden avulla, perinteisellä kyselylomakkeella ja webropol-kyselyllä. Vastauksia kerätessä havaittiin, kuinka vaikeaa vastauksien kerääminen oli. Vastauksien keruumenetelmiä jouduttiin vaihtamaan, koska yhdellä keruumenetelmällä ei saatu tarpeeksi vastauksia. Asiakkaat eivät olleet kovin innokkaita käyttämään aikaansa kyselyiden vastaamiseen. Vastauksia saatiin kuitenkin riittävän paljon, jotta Kokkolan Pörhön huollon asiakastyytyväisyys saatiin selville. Myös perusteluita annetuille vastauksille saatiin sen verran, että pystyttiin hyvin havaitsemaan mitkä asiat vaikuttavat eniten asiakastyytyväisyyteen.

Tutkimuksen odotusarvona oli, että asiakastyytyväisyys on jo todella korkealla tasolla ja se ilmeni hyvin tuloksista. Toiminnan kehittäminen on vaikeaa korkean asiakastyytyväisyyden tason takia. Selviä puutteita toiminnan kannalta ei havaittu, mutta pieniä asioita, joita olisi hyvä tarkkailla tulevassa toiminassa, löytyi muutamia.

Huoltoneuvojen asiakaspalvelu nousi merkittävimmäksi tekijäksi. Myös akatauluissa pysyminen ja joustavuus lisäsivät asiakastyytyväisyyttä. Asentajien ammattitaito ja työnlaatu olivat erinomaisella tasolla. Jatkoa ajatellen korjaamon pitäisi kiinnittää huomioita näihin tekijöihin ja keskittyä pitämään ne riittävän korkealla tasolla. Service-cam:in (videointi) käyttöön ottaminen saattaisi lisätä asiakastyytyväisyyttä hieman, koska sen avulla lisättäisiin huollon luotettavuutta ja läpinäkyvyyttä.

Opinnäytetyön suorittaminen onnistui hyvin ja lopputulos saatiin selville. Jälkikäteen ajateltuna vastauksien kerääminen olisi pitänyt aloittaa aikasemmin, jotta vastauksia olisi saatu enemmän. Työtä tehdessään opinnäytetyön tekijä oppi paljon uusia asioita kyselyiden suorittamisesta ja asiakastyytyväisyydestä. Toimeksiantaja voi käyttää työn tuloksia apunaan parantamaan yrityksen asiakastyytyväisyyttä. Opinnäytetyön tuloksien vaikutus asiakastyytyväisyyteen nähdään vasta myöhemmässä vaiheessa.

## LÄHTEET

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Viitattu 30.10.2019  
<http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>

K-Auto 2019. Huollon ajanvaraus. Viitattu 23.10.2019  
<https://huolto.audi.fi/>

Laukkanen, S. 2004. Asiakastytyväisyys. Viitattu 30.10.2019  
<http://butler.cc.tut.fi/~jan/laatujohtaminen/2004/Asiakastytyvaisuus220904.pdf>

Nykänen, H. 2016. Routatie. Pörhön autoliikkeen 60 vuotta.

Pörhö 2019. Pörhö yrityksenä. Viitattu 6.11.2019  
<https://www.porho.fi/yritys/porho-yrityksena/>

Rope, T. & Pöllänen, J. 1994. Asiakastytyväisyysjohtaminen. 3. painos. Juva: WSOY.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen. Menestyvän yritystoiminnan perusta. 6. painos. Porvoo: Edita publishing.

Vilpas, P. 2019. Kvantitatiivinen tutkimus. Viitattu 30.10.2019  
<https://users.metropolia.fi/~pervil/kvantsu/Moniste.pdf>

Ylikoski, T. 2001. Unohtuiko asiakas? 2. painos. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

## Asiakastyytyväisyyskyselyn lomake

Kiitos että asioit meillä! Vastamalla asiakastyytyväisyyskyselyyn, autat meitä kehittämään palveluitamme entistäkin paremmaksi! Yritä kertoa mahdollisimman paljon kokemuksestasi kirjoittamalla. Voit kertoa myös edellisestä vierailustasi. Täytetyn lomakkeen voit pudottaa palautuslaatikkoon. Tulokset esitetään nimettöminä.

Tervetuloa uudelleen!

Ympyröi antamasi arvosana

1. Arvosana henkilökohtaiselle palvelulle:

1. 2. 3. 4. 5.  
(Tyytymätön) (Erittäin tyytyväinen)

Mitkä asiat vaikuttivat antamaasi arvosanaan? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Jos annoit arvosanaksi alle 5, mitä olisi pitänyt tehdä, että arvosana olisi ollut 5? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Ympyröi antamasi arvosana

2. Arvosana tapahtuman sujuvuudelle:

1. 2. 3. 4. 5.  
(Tyytymätön) (Erittäin tyytyväinen)

Mitkä asiat vaikuttivat antamaasi arvosanaan? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Jos annoit arvosanaksi alle 5, mitä olisi pitänyt tehdä, että arvosana olisi ollut 5? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Ympyröi antamasi arvosana

3. Arvosana suoritetun työn laadulle:

1. 2. 3. 4. 5.  
(Tyytymätön) (Erittäin tyytyväinen)

Mitkä asiat vaikuttivat antamaasi arvosanaan? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Jos annoit arvosanaksi alle 5, mitä olisi pitänyt tehdä, että arvosana olisi ollut 5? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. Arvosana kokonaistyytyväisyydelle: Ympyröi antamasi arvosana  
1. 2. 3. 4. 5.  
(Tyytymätön) (Erittäin tyytyväinen)

Mitkä asiat vaikuttivat antamaasi arvosanaan? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Jos annoit arvosanaksi alle 5, mitä olisi pitänyt tehdä, että arvosana olisi ollut 5? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5. Vaikuttiko hinta kokonaistyytyväisyyteen? Ympyröi antamasi arvosana  
1. 2. 3.  
(Negatiivisesti) (Ei vaikutusta) (Positiivisesti)

6. Vaikuttiko palvelun kieli kokonaistyytyväisyyteen? Ympyröi antamasi arvosana  
1. 2. 3.  
(Negatiivisesti) (Ei vaikutusta) (Positiivisesti)

8. Kehitys ideoita / Muuta huomioitavaa? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_