



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Henri Altomaa

Korikorjaamon toiminnan kehittäminen

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Ajoneuvotekniikka

Insinöörityö

23.5.2020

Tekijä Otsikko	Henri Altomaa Korikorjaamon toiminnan kehittäminen
Sivumäärä Aika	30 sivua + 2 liitettä 23.5.2020
Tutkinto	Insinööri (AMK)
Tutkinto-ohjelma	Ajoneuvotekniikka
Ammatillinen pääaine	Jälkimarkkinointi
Ohjaajat	Tutkintovastaava Pertti Ylhäinen Huoltoneuvoja Antti Virtanen, Järvenpään Auto-Arita Oy
<p>Tämän insinööriyön tavoitteena on autotalon korikorjaamon toiminnan kehittäminen. Työ toteutettiin Järvenpään Auto-Aritan toimeksiantona. Insinööriyö koostui kolmesta osa-alueesta: vakuutusyhtiöiden ohjaustoimiin ja käytäntöihin perehtyminen, Järvenpään Auto-Aritan korikorjaamon tunnettuuden mittaus ja markkinoinnin kehittäminen sekä Järvenpään Auto-Aritan korikorjaamon prosessin tarkastelu asiakaskokemuksen parantamisen kannalta.</p> <p>Työssä selvitettiin ensin vakuutusyhtiöiden vakuutusehtoja tutkimalla sekä asiantuntijoilta tiedustelemalla, onko vakuutusyhtiöllä oikeus määrätä korikorjauksen suorittava korjaamo. Kävi ilmi, että ajoneuvon omistaja tai haltija saa päättää korikorjauksen suorittavan korjaamon. Näin ollen vakuutusyhtiöiden ohjaustoimet ovat vain suosituksia.</p> <p>Asiakkaiden tietoisuutta siitä, että Järvenpään Auto-Arita tarjoaa korikorjaamopalveluita, haluttiin mitata, jotta voitiin tarkastella markkinoinnin tarvetta. Tunnettuutta mitattiin automyyntin asiakkaille kohdennetulla kyselyllä. Tulosten perusteella lähes kolmasosa kyselyyn vastanneista ei tiennyt, että Järvenpään Auto-Arita tarjoaa korikorjauspalveluita. Tulosten pohjalta suunniteltiin markkinointia, jotta asiakkaiden tietoisuus korikorjaamopalveluista paranisi.</p> <p>Järvenpään Auto-Aritan korikorjaamoprosessia pyrittiin kehittämään asiakaskokemuksen parantamiseksi. Prosessia tarkasteltiin henkilökuntaa haastatteleamalla, korikorjausprosessia seuraamalla sekä erilaisia korjaamon raportteja tutkimalla. Tarkastelun perusteella suurimmat ongelmakohdat ovat korjausaikojen venyminen sekä työnjohdon epätietoisuus korjausprosessin etenemisestä. Korjausaikoja sekä korjausprosessin seuranta pystytään parantamaan rytmittämällä korikorjaamon työviikko eri tavalla. Korikorjaamon varaosien ennakoinnin puute on merkittävin syy korjausaikojen venymiseen. Korjausprosessin seurantaan luotiin työkaluja jo olemassa olevilla ohjelmilla. Muutosten avulla työnjohto pystyy seuraamaan korikorjauksessa olevan auton etenemistä korjausprosessissa.</p>	
Avainsanat	Korikorjaamo, vakuutusyhtiö, korjausprosessi

Author Title	Henri Altomaa Development of Body Repair Shop Operations
Number of Pages Date	30 pages + 2 appendices 23 May 2020
Degree	Bachelor of Engineering
Degree Programme	Automotive Engineering
Professional Major	After Sales Engineering
Instructors	Pertti Ylhäinen, Senior Lecturer Antti Virtanen, Service Advisor, Järvenpään Auto-Arita Oy
<p>The objective of this Bachelor's thesis was to develop the operations of a body repair shop. The thesis was commissioned by Auto-Arita Oy, Järvenpää. This thesis consists of three main topics: getting acquainted with the procedures of insurance companies, studying customers' knowledge of the body repair shop, and developing customer service during the body repair shop processes at Auto-Arita.</p> <p>Firstly, the insurance options and procedures of different insurance companies were studied. Insurance experts and authorities were interviewed to find out, if an insurance company has the right to choose the body repair shop. On the basis of these interviews it was found out that car owners themselves can choose the body repair shop that they prefer. Thus, the insurance companies give only recommendations for choosing the body repair shop.</p> <p>Secondly, the objective was to study the customers' knowledge of the body repair shop operations at Auto-Arita to find out, if additional marketing was needed. A survey was sent to Auto-Arita's customers. As a result of this survey it was found out that one-third of the customers did not know that Auto-Arita has body repair operations. Based on the results marketing of the body repair shop was discussed in order to improve marketing procedures to make sure that the customers are aware of the repair shop operations.</p> <p>Thirdly, the purpose was to develop the body repair shop process to be more customer-friendly. The process was examined by interviewing the personnel and by analyzing various reports of the body repair shop. The analysis showed that the major problem seemed to be delay of repairs. It turned out that the major reason for repair delays seemed to be the fact that spare parts were not ordered beforehand. Therefore, recommendations were given to begin to place the orders for spare parts early enough to make sure they were available when they were needed during the repair process.</p>	
Keywords	Body repair shop, development, customer-friendly

Sisällys

1	Johdanto	3
2	Vakuutusyhtiöt ja ohjaustoimet	4
2.1	Vakuutusyhtiöiden ohjaus	4
2.2	FINEn selvitys	5
2.3	Pohjola Vakuutuksen selvitys	6
2.4	Yhteenvedo ohjaustoimista	7
3	Järvenpään Auto-Aritan korikorjaamon tietoisuuden mittaus	7
3.1	Tietoisuus korikorjaamosta	7
3.2	Kyselyn suunnittelu ja toteutus	8
3.3	Kyselyn tulokset	8
3.3.1	Järvenpään Auto-Aritan korikorjaamo	8
3.3.2	Asiakas saa valita korjaamon	9
3.3.3	Toyota-vakuutuksen tarjoaminen autokaupan yhteydessä	10
3.4	Tulosten analysointi	11
3.4.1	Järvenpään Auto-Aritan korikorjaamo	12
3.4.2	Asiakaan oikeus valita korjauksen suorittava korjaamo	12
3.4.3	Toyota-vakuutuksen tarjoaminen	13
4	Mainonta	14
4.1	Mainonnan suunnittelu	14
4.1.1	Mainoksen sisältö	14
4.1.2	Missä ja miten mainostetaan	15
4.1.3	Painettu mainonta	15
4.1.4	Sähköinen mainonta	16
4.2	Mainonnan toteutus	16
5	Korikorjaamon prosessi ja asiakaskokemuksen parantaminen	17
5.1	Taustaa	17
5.2	Prosessin kulku nyt	18

5.3	Ajanvaraus	20
5.4	Auton saapuminen ja työn ohjaus	20
5.5	Korjauskustannuslaskelman tekeminen	21
5.6	Varaosien tilaus ja käsittely	22
5.7	Maalausprosessi	23
5.8	Korjauksessa olevan ajoneuvon seuranta	23
6	Prosessin kehitysehdotukset	24
6.1	Mihin pyritään ja rajoitteet	24
6.2	Ajanvaraus	25
6.3	Auton saapuminen ja työohjaus	25
6.4	Korjauskustannuslaskelman tekeminen	26
6.5	Varaosien tilaus ja käsittely	26
6.6	Maalausprosessi	27
6.7	Korjauksessa olevan auton seuranta	27
	Lähteet	30
	Liitteet	
	Liite 1. Korikorjaamon kyselylomake	
	Liite 2. Teemahaastattelun runko	

1 Johdanto

Tässä insinööriyön tavoitteena on tutkia merkkikorjaamona toimivan Järvenpään Auto-Aritan korikorjaamon kehittämismahdollisuuksia. Vauriokorjauspuolella kiristynyt kilpailu, riippumattomien vauriokorjaamoketjujen laajentuminen, vakuutusyhtiöiden ohjaustoimet omille yhteistyökumppaneille, vähäiset uusien autojen myyntiluvut ja autokannan vanheneminen ovat vaikeuttaneet autotalojen korikorjaamojen liiketoimintaa. Lisäksi ajoneuvojen entistä kehittyneemmät turvalaitteet ovat vähentäneet onnettomuuksia. Vähenevät työmäärät ovat aiheuttaneet huolta liiketoiminnan jatkuvuudesta. Työssä tarkastellaan Järvenpään Auto-Aritan korikorjaamon tulevaisuutta ja toimintaa kolmesta eri näkökulmasta.

Lähtökohtana on tarkastella eri vakuutusyhtiöiden ohjaustoimia ja mahdollisia kumppanikorjaamosopimuksia. Työssä selvitetään myös auton omistajan ja haltijan oikeudet korjauspaikkaa valittaessa. Korjauspaikan valintaan liittyen on perehdytty eri vakuutusyhtiöiden kaskovakuutusten vakuutusehtoihin ja oltu yhteydessä asiantuntijoihin. Vakuutusyhtiöiden ohjaustoimet ja asiakkaiden epätietoisuus korjauspaikkaa valittaessa on kokemuksen mukaan ollut ns. harmaata aluetta alalla. Käytännössä jopa saman vakuutusyhtiön sisällä on ollut erilaisia toimintatapoja. Tavoitteena on saada selkeä linjaus, mikä korjaamo voi esimerkiksi mainostaa korjaavansa kaikkien vakuutusyhtiöiden asiakkaiden autoja ja voiko asiakas valita autonsa korjauspaikan.

Työssä on tutkittu myös alueen potentiaalisten asiakkaiden tietoisuutta Järvenpään Auto-Aritan korikorjaamon olemassaolosta. Tarkoituksena on selvittää, kuinka hyvin alueen Toyota-ajoneuvojen omistajat tuntevat mahdollisuuden korjauttaa ajoneuvonsa valmistajan ohjeiden mukaan Järvenpäässä. Asiakkaiden tietoisuutta on mitattu teettämällä kyselyitä etenkin Järvenpään Auto-Aritan automyyntin asiakkaille. Tulosten perusteella tarkastellaan markkinoinnin tarvetta ja markkinoinnin keinoja, joilla asiakasvirtaan päästäisiin käsiksi. Tavoitteena on lisätä korikorjaamon tunnettuutta ja etenkin pitää kiinni alueen asiakaskannasta. Lisäksi perehdytään automyyntin rooliin korikorjaamon markkinoinnissa ja tunnettuuden lisäämisessä.

Vauriokorjaamonprosessia tarkastellaan asiakaskokemuksen parantamisen kannalta. Prosessin tarkastelussa keskitytään etenkin siihen, miten asiakasta pystyisi palvelemaan paremmin kiristyneessä kilpailutilanteessa. Päättävänä on lyhentää korjausai-koja sekä lisätä työnjohdon korjausprosessin tarkastelumahdollisuuksia. Tarkoituksena

on minimoida prosessin hukka- ja epäkohdat vauriokorjaamon prosessissa. Prosessia on tarkasteltu haastattelemalla vauriokorjaamon henkilökuntaa, tutkimalla korjaamon raportteja, ja tarkastelemalla vauriokorjaamon varaosaprosessia. Tarkasteluista kävi ilmi, että korikorjaamon prosessissa on epäkohtia, jotka vaikuttavat asiakaskokemukseen negatiivisesti.

2 Vakuutusyhtiöt ja ohjaustoimet

Järvenpään Auto-Aritassa on ollut huoli vauriokorjaamon työmääristä. Yhtenä merkittävimmistä syistä on pidetty vakuutusyhtiöiden ohjaustoimia omille yhteistyökumppaneilleen.

2.1 Vakuutusyhtiöiden ohjaus

Asiakkailta saatujen palautteiden perusteella sekä Auto-Aritan henkilökunnan kokemusten mukaan vakuutusyhtiöt pyrkivät ohjaamaan asiakkaansa sopimuskumppanikorjauksillaan. Lisäksi on tullut ilmi tapauksia, jossa asiakkailla on ollut epäselvyyksiä, saako hänen autoaan korjata muualla kuin vakuutusyhtiön yhteistyökumppani korjaamossa. Onko siis ajoneuvon omistajalla tai haltijalla enää oikeutta valita haluamansa korjaamo korjauksen suorittajaksi? Tätä asiaa on monesti kysytty myös Järvenpään Auto-Aritan henkilökunnalta, jonka mielestä asiaan on ollut vaikea antaa yksiselitteistä vastausta.

Eri vakuutusyhtiöiden kaskovakuutusten vakuutusehtoja tarkastellessa käy ilmi, että jokaisella vakuutusyhtiöllä on vakuutusehdoissaan maininta siitä, että sillä on oikeus määrätä korjauksen suorittava korjaamo.

IF: "Esinevahinko korvataan ensisijaisesti maksamalla korjauskustannukset. Vakuutusyhtiöllä on oikeus määrätä korjaamo tai paikka, josta osa hankitaan, ja tätä varten vakuutetun tulee ottaa ennalta yhteyttä vakuutusyhtiöön." (1)

Pohjola: "Vakuutusyhtiöllä on oikeus osoittaa tai määrätä korjaamo tai hankintapaikka ja tätä varten vakuutetun tulee ottaa yhteyttä vakuutusyhtiöön. Jos korjaus tai hankinta tehdään muussa kuin vakuutusyhtiön osoittamassa paikassa, korvaus voidaan maksaa kuitenkin enintään sen suuruisena kuin se vakuutusyhtiön osoittamassa paikassa olisi tullut

maksamaan. Vakuutusyhtiö ei vastaa korjauksen tai hankitun tuotteen laadusta vaan vastuu on ao. palvelun tuottajalla tai tavarantoimittajalla.” (2)

Lähitapiola: ”Vakuutusyhtiöllä on oikeus määrätä korjaamo tai hankintapaikka. Vakuutusyhtiö ei toimi työn tilaajana, eikä vastaa tehdyn työn tai osan laadusta.” (3)

Fennia: ” Fenniällä on oikeus valita korvaustapa sekä määrätä korjaamo, muu palveluntarjoaja tai hankintapaikka, jossa korjaus tai muu toimenpide tehdään tai josta korvaukseen liittyvä hankinta tehdään.” (4)

Turva: ”Turvalla on oikeus määrätä korjaamo tai hankintapaikka. Turva ei toimi työntilaa-jana eikä vastaa tehdyn työn tai osan laadusta.” (5)

2.2 FINEn selvitys


Vakuutus- ja rahoitusneuvonnan organisaatio FINEn verkkosivuilla julkaistussa op-paassa mainitaan seuraavaa: ”Korjaussopimuksen autokorjaamon kanssa tekee asiakas itse, ei vakuutusyhtiö. Tästä johtuen asiakkaalla on myös oikeus valita työn suorittava korjaamo. Yhtiö ei kuitenkaan välttämättä maksa auton korjauksesta kaikkein kalleimman merkkikorjaamon hinnan mukaan, jos auto voidaan korjata halvemmalla jossakin muu-alla.” (6) Asiasta lähestyttiin myös FINEn neuvontapalveluita. Ensisijaisen tarkoituksena oli selvittää, antaako pelkkä vakuutusyhtiöiden vakuutusehdoissa oleva maininta kor-jauspaikan valinnasta niille oikeuden määrätä korjauksen suorittava korjaamo.

FINEn lähetettyyn tiedusteluun vastasi Vakuutus- ja rahoitusneuvonnan johtava neu-vonantaja Ville Raulos. Hänen mukaansa FINEn linjaus on, että ajoneuvon omistaja tai haltija saa päättää ajoneuvon korjaavan korjaamon. Raulos vielä tarkensi, että jos jokin vakuutusyhtiö toisi markkinoille kaskovakuutustuotteen, josta ei korvata mitään muuta korjauspalvelua kuin korjaus vakuutusyhtiön valitsemalla korjaamolla, tulisi tästä vakuu-tussopimukslain 5 §:n perusteella kertoa selkeästi asiakkaalle vakuutusta tarjottaessa. Tällöin vakuutuksen ottajalle jää mahdollisuus vielä harkita vakuutusta, ja esimerkiksi tarkistaa lähimmät vakuutusyhtiön sopimuskorjaamot. (7)

2.3 Pohjola Vakuutuksen selvitys

Pohjola Vakuutuksen ohjaustoimia koskevaan tiedusteluun vastasi henkilöasiakkaiden ajoneuvovakuutuspalvelun palvelu päällikkö Otto Salin. Pohjola Vakuutuksen ohjaustoi-
miin haluttiin selvyyttä, koska asiakkaiden ja Järvenpään Auto-Aritan henkilökunnan mie-
lestä Pohjola-vakuutusten ohjaustoimien kanssa oli eniten epäselvyyksiä. Pohjola-auto-
vakuutus-verkkosivuilla (8) voi ohjaustoimien todeta olevan merkittävää. Esimerkkita-
pauksessa (kuva 1) on kyseessä vuosimallin 2016 Toyota-merkinen ajoneuvo. Pohjo-
lan internetsivujen korjaamo-ohjaus antaa viisi vaihtoehtoa, joissa korjauksen voisi suo-
rittaa.

Ajoneuvosi: Toyota, 2016. Voit tarvittaessa muokata yllä ehdotettua sijaintia.



Kumppani	Auki tänään	Etäisyys
1 Autoklinikka-Yhtiöt Oy - Tammisto ✓ Korjaamomestaripalvelu	7:30-19	24 km
2 Vesijärven Auto Oy - Hyvinkää Ei korjaamomestaripalvelua	7:30-17	20 km
3 Metroauto Oy - Vantaa Airport Ei korjaamomestaripalvelua		23 km
4 Incar Oy - Järvenpää Ei korjaamomestaripalvelua	8-16	2 km
5 Autoklinikka-Yhtiöt Oy - Hyvinkää Ei korjaamomestaripalvelua	8-16	21 km

Kuva 1. Pohjola vakuutuksen korjaamo-ohjaus verkkosivustolla (8)

Salin painottaa Pohjola Vakuutuksen vain ohjaavan asiakkaitaan omille yhteistyökumppaneilleen, mutta viime kädessä korjauspaikan valinnan saa suorittaa ajoneuvon omistaja tai haltija. Salin toteaa heidän korjaamokumppaniensa suorittavan työn todistetusti laadukkaasti ja oikeilla menetelmillä. Lisäksi korjattaessa ajoneuvo yrityksen korjaamomestarikorjaamoilla ei asiakkaan tarvitse olla erikseen yhteydessä vakuutusyhtiöön. (9)

2.4 Yhteenveto ohjaustoimista

Vaikka vakuutusyhtiöiden omat ohjaustoimet ja yhteistyökumppani korjaamosopimukset ovat lisääntyneet viime aikoina, voidaan todeta, että viime kädessä ajoneuvon omistaja tai haltija saa päättää korjauksen suorittavan korjaamon. Vakuutusyhtiöiden vahvojen ohjaustoimien takia, tulee ajoneuvon haltijan tai omistajan itse osata kyseenalaistaa ja vaatia autolleen haluamansa korjauspaikka. Tästä kärsivät eniten varmasti juuri autotalojen ”merkkikorjaamot”, koska ne harvoin ovat vakuutusyhtiöiden suoria sopimus Kumppaneita. Toisaalta ajoneuvojen omistajat ja haltijat varmasti haluaisivat oman autonsa olevan korjattu varmasti valmistajan ohjeiden mukaan ja varmasti sopivilla alkuperäisosilla. Tällä hetkellä näyttää siltä, etteivät kuluttajat osaa tai uskalla vaatia haluamaansa vauriokorjaamoa.

3 Järvenpään Auto-Aritan korikorjaamon tietoisuuden mittaus

3.1 Tietoisuus korikorjaamosta

Kun vakuutusyhtiöiden ohjaus oli todettu vain suositukseksi ja asiakas saa itse valita haluamansa korjaamon vahingon sattuessa, kartoitettiin potentiaalisten asiakkaiden tietoisuus Järvenpään Auto-Aritassa sijaitsevasta korikorjaamosta. Asiakkaiden tietoisuus korikorjaamosta on tärkeää, koska asiakkaan tulee itse vaatia haluamansa korjaamon käyttöä. Tietoisuutta korikorjaamosta mitattiin kyselylomakkeella (liite 1). Kysely teetettiin autokaupan asiakkaille. Samalla kyselylomakkeella kartoitettiin asiakkaiden tietoisuutta siitä, että asiakas saa valita korjauksen suorittavan korjaamon. Lisäksi kyselyssä selvitettiin, tarjotaanko autokaupan yhteydessä asiakkaille Toyota-vakuutusta. Tieto Toyota-vakuutuksen tarjoamisesta asiakkaalle kiinnosti, koska Toyota-vakuutus ohjaisi suoraan asiakkaat vahingon sattuessa Toyota merkkikorikorjaamolle.

3.2 Kyselyn suunnittelu ja toteutus

Kysely päätettiin toteuttaa automyyntin asiakkaille. Kysely toteutettiin sähköisenä Google Forms -palvelun avulla. Kyselylomake sisälsi kolme monivalintakysymystä sekä yhden tekstivastauskentän. Monivalintakysymykset oli merkitty pakollisiksi, joten ainakin niihin tuli vastata (liite 1). Kysely haluttiin pitää lyhyenä ja selkeänä, jotta mahdollisimman moni kyselylinkin avannut täyttäisi kyselyn loppuun saakka.

Kysely välitettiin asiakkaille sähköpostin välityksellä. Kysely toteutettiin maaliskuussa 2020. Asiakastiedot oli saatu Järvenpään Auto-Aritan automyyntin asiakasrekisteristä. Kysely kohdennettiin asiakkaille, jotka ovat ostaneet Järvenpään Auto-Aritasta uuden Toyota-merkkisen auton 1.1.2015–21.2.2020. Lisäksi kyselystä rajattiin pois yritysasiakkaat. Kyselyn ulkopuolelle rajattiin myös asiakkaat, joiden asiakastiedoista puuttui sähköpostiosoite tai se ei ollut toimivaa muotoa. Kyselylinkin levikiksi tuli näin 1026 kappaletta.

3.3 Kyselyn tulokset

Vastauksia kyselyyn saatiin 191 kappaletta. Vastausprosentiksi muodostui näin 18,6 %.

3.3.1 Järvenpään Auto-Aritan korikorjaamo

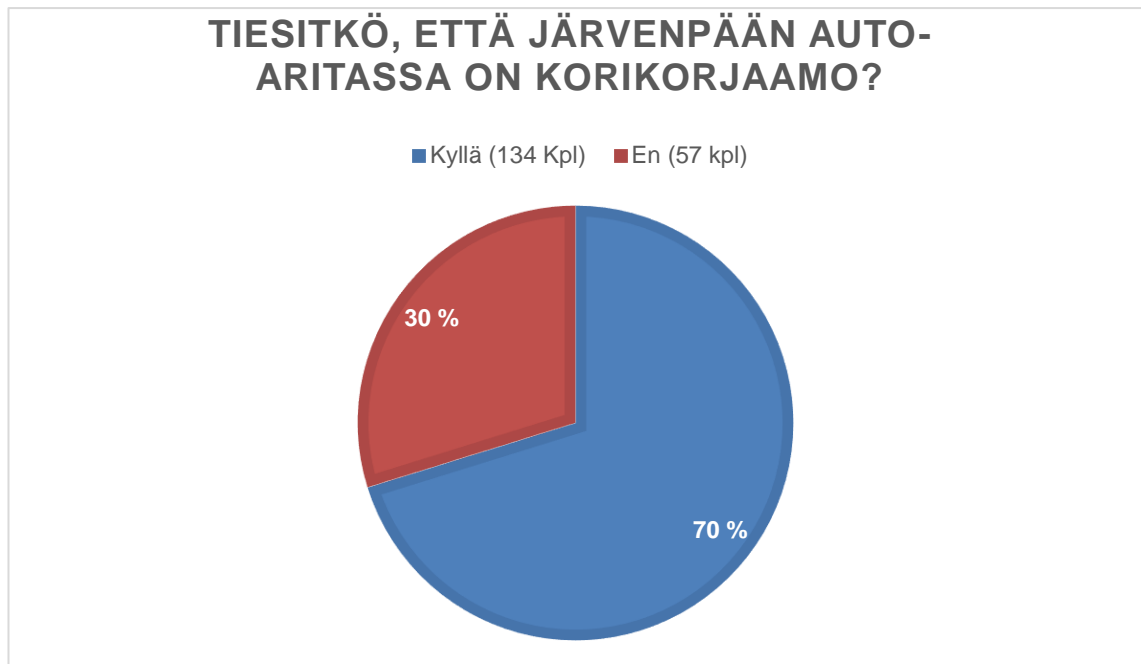
Ensimmäisessä kysymyksessä mitattiin asiakkaiden tietoisuutta siitä, sijaitseeko Järvenpään Auto-Aritassa korikorjaamo. Kysymyksellä haluttiin mitata, kuinka moni automyyntin asiakkaista tietää liikkeen tarjoavan korikorjaamopalveluita. Vastausvaihtoehtoja oli kaksi: kyllä ja en. Vastaajista 70 prosenttia eli 134 kappaletta vastasi tietävänsä Järvenpään Auto-Aritassa sijaitsevasta korikorjaamosta. 30 prosenttia eli 57 vastaajaa vastasi, ettei tiennyt korikorjaamon olemastaolosta. (Kuva 2.)

Otteita asiakkaiden vastauksista:

”Asun Helsingissä, joten Järvenpään palveluita ei tule käytetyksi eikä edes selvitetynsi.”

”käytän aina merkkikorjaamoja koska siellä on mielestäni paras asiantuntemus ja palvelu”

”Olin hiljattain Aritassa korikorjauksessa ja kaikki sujui erittäin nopeasti ja laadukkaasti. Samoin myös vakuutusyhtiön toiminta!”



Kuva 2. Tietoisuus Järvenpään Auto-Aritan korikorjaamosta.

3.3.2 Asiakas saa valita korjaamon

Toisessa kysymyksessä kysyttiin asiakkaiden tietoisuutta siitä, että hän auton omistaja tai haltijana saa päättää korjauksen suorittavan korjaamon. Vastausvaihtoehtoja oli kaksi: kyllä tai en. Kyselyyn vastaajista 70 % eli 133 kappaletta vastasi tietävänsä, että vakuutusyhtiön ohjaus on vain suositus ja asiakas saa itse valita korjauksen suorittavan korjaamon. Puolestaan 30 % eli 58 kappaletta vastaajista vastasi, ettei tiennyt vakuutusyhtiön ohjauksen olevan vain suositus. (Kuva 3.)



Kuva 3. Asiakkaiden tietoisuus siitä, että vakuutusyhtiöiden ohjaus on vain suositus.

3.3.3 Toyota-vakuutuksen tarjoaminen autokaupan yhteydessä

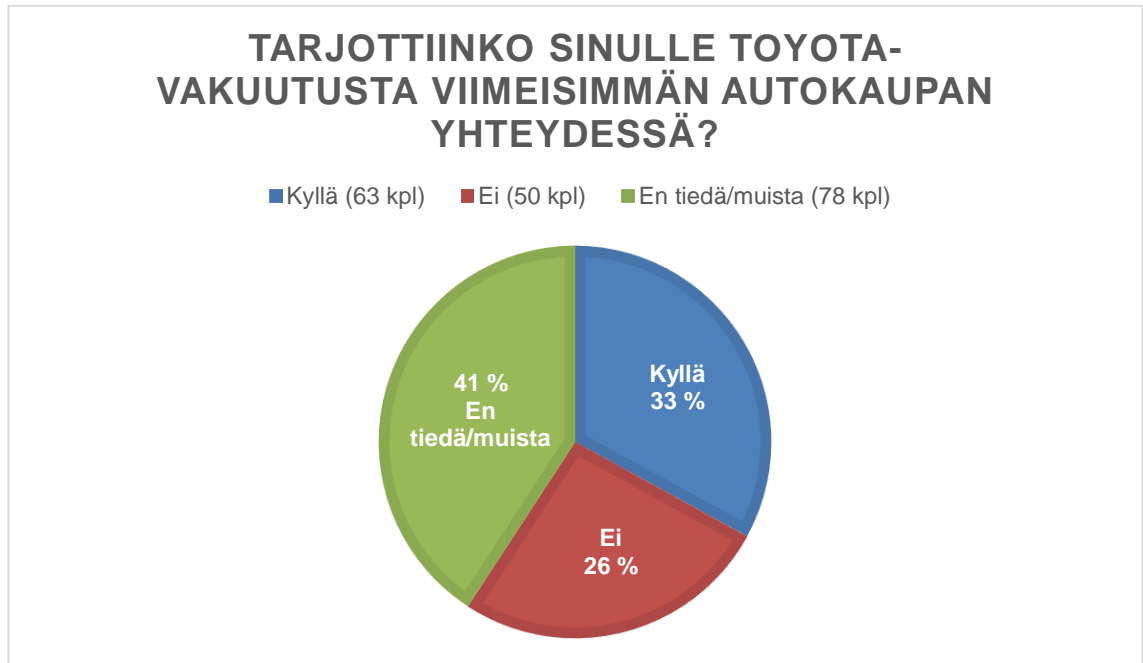
Kolmannessa kysymyksessä kysyttiin asiakkailta, onko heille tarjottu Toyota-vakuutusta viimeisimmän autokaupan yhteydessä. Kysymyksellä haluttiin selvittää automyyjien aktiivisuutta vakuutusten myynnissä. Vastausmahdollisuuksia kysymykseen oli kolme: kyllä, ei ja en tiedä/muista. Vastanneista 33 prosenttia eli 63 kappaletta vastasi, että hänelle on tarjottu Toyota-vakuutusta viimeisimmän autokaupan yhteydessä. 26 prosenttia eli 50 kappaletta vastasi, ettei hänelle tarjottu vakuutusta. Loput 41 prosenttia eli 78 kappaletta vastasi, ettei tiedä/muista, tarjottiinko kyseistä tuotetta. (Kuva 4.)

Otteita asiakkaiden vastauksista:

”Halusin vakuutuksen omaan yhtiöön, eikä myyjä ehtinyt tarjota muuta.”

”Jonkinlaista huoltosopimusta tarjottiin. Lieneekö sama kuin vakuutus.”

”Olen vakuutuksissa IFin asiakas, kaikki vakuutukset (5) sinne keskitetty parhailla bonuksilla - tämän tietävät Auto-Aritassa autokauppoja tehdessäni. Siksi ei vakuutuksia ole tarjottu viimeisen eikä viime vuosien autokauppoja siellä tehdessäni.”



Kuva 4. Autokaupan yhteydessä tarjotut Toyota-vakuutukset.

3.4 Tulosten analysointi

Kyselyyn vastasi 192 henkilöä, ja vastausprosentiksi muodostui 18,7 prosenttia. Näin ollen noin joka viidenteen lähetettyyn kyselyyn vastattiin.

Vastausprosentti olisi voinut olla hiukan suurempi, mutta noin 200 vastaajaa antaa jo riittävän kattavan kuvan tästä aiheesta. Vastaukset haluttiin pitää täysin anonyminä, joten tarkkaa tietoa ei ole, ketkä asiakkaista ovat kyselyyn vastanneet. Vastanneille ei myöskään järjestetty vastauksesta mitään arvontaa tai muuta vastaavaa palkintoa. Tämä olisi voinut nostaa kyselyyn vastaamisen aktiivisuutta.

Vastaajakuntaa on vaikea analysoida vastausten nimettömyyden takia. Vastauksista suurin osa saapui noin kahdentoista tunnin sisällä kyselyn lähettämisestä. Näin ollen

voidaan olettaa, että suurin osa vastanneista on sähköpostia aktiivisesti käyttäviä henkilöitä. Kun kyselyn yhteydessä ei vastanneille ollut mitään palkintoa tai arvontaa, voidaan olettaa vastanneiden olleen keskimääräistä kiinnostuneempia Auto-Aritan toiminnasta.

3.4.1 Järvenpään Auto-Aritan korikorjaamo

Lähes kolmasosa uuden auton ostajista ei tiennyt, että Järvenpään Auto-Aritassa sijaitsee korikorjaamo. Tällöin voidaan olettaa myös, ettei heillä ole ensimmäisenä mielessä tuoda autoa Järvenpään Auto-Aritaan korjaukseen kolarin jälkeen. Toisin sanoen potentiaalisia asiakkaita korikorjaamolta häviää noin kolmasosa. Toisaalta autoja myydään myös ”ulos” alueelta, jolloin on luonnollista, ettei näitä palveluja tunneta.

Tuloksen perusteella voidaan todeta, että liian moni Järvenpään Auto-Aritan asiakkaista ei tiedä liikkeen tarjoamista korikorjauspalveluista mitään. Kolmasosa automyyntiin asiakkaista ei tiedä, että liikkeessä onnistuu myös vaurikorjaus, mikä on liikaa. Tällöin potentiaalisia korikorjaamon asiakkaita valuu kilpailijaliikkeisiin.

Tulosten perusteella korikorjaamon mainontaa olisi syytä lisätä. Lisäksi osastojen väliseen mainontaan ja markkinointiin tulisi panostaa. Automyyjien rooli tietoisuuden levittämisessä heidän asiakkailleen on merkittävä, koska usein asiakas on aina automyyjiään ensimmäisenä yhteydessä tarvitessaan liikkeen palveluita. Valmiitten mainosten lisäksi automyyjien luovutusprosessiin olisi hyvä lisätä läpikäynti liikkeen tarjoamista palveluista. Lähtökohtaisesti jokaisen Auto-Aritasta auton ostaneen tulisi jatkossa tietää, että liikkeessä tarjotaan myös korikorjauspalveluita.

3.4.2 Asiakaan oikeus valita korjauksen suorittava korjaamo

Asiakkaan oikeutta valita korjauksen suorittava korjaamo käsittelevään kysymykseen kyllä vastanneiden (70 %) määrä yllätti suuruudellaan. Kokemuksen perusteella saatettiin olettaa lukeman oleman huomattavasti pienempi. Lähes kolmasosa asiakkaista kuitenkin vastasi, ettei tiedä, joten he eivät osaa kyseenalaistaa vakuutusyhtiön suositusta. Nämä asiakkaat ovat käytännössä automaattisesti hukattua asiakaspotentiaalia, ellei vakuutusyhtiö ohjaa tapauksia Järvenpään Auto-Aritaan. Vakuutusyhtiöt ovat alkaneet voimakkain keinoin ohjaamaan asiakkaitaan omille yhteistyökumppaneilleen, mitä siis kolmasosa ei osaa kyseenalaistaa.

Asiakas tulisi saada ottamaan yhteys ensimmäisenä Järvenpään Auto-Aritaan sattuneen vahingon jälkeen. Siinä vaiheessa, kun asiakas ensimmäisen kerran ottaa yhteyttä liikkeeseen, tulee palvelun olla ensiluokkaista ja avuliasta, jotta prosessi saadaan asiakkaan kannalta jouhevasti liikkeelle. Samalla tapahtumaan päästäisiin käsiksi, jolloin asiakas osaisi varmasti kyseenalaistaa vaatimuksen, jos vakuutusyhtiö alkaa ohjailemaan omaan yhteistyökumppaniliikkeeseen.

Mainonnan kannalta omissa mainoksissa tulisi painottaa, että Järvenpään Auto-Arita on kaikkien vakuutusyhtiöitten yhteistyökumppani. Lisäksi mahdollisesti mainokseen lisätty ”infoboksi”, jossa kerrottaisiin, että auton omistaja ja haltija saa valita korjauksen suoritavan korjaamon, voisi herättää asiakkaassa ajatuksia, kun vakuutusyhtiö alkaa ohjaamaan korjausta omalle yhteistyökumppanilleen.

3.4.3 Toyota-vakuutuksen tarjoaminen

Kolmasosalle uusien autojen ostajista on tarjottu Toyota-vakuutusta. Lukema ei sinänsä yllätä, mutta se on valitettavan pieni. Käytännössä en tiedä/muista vastanneet voi laskea ei-kategoriaan, koska ainakaan vakuutusta ei ole yritetty myydä tarpeeksi selkeästi, jos se ei ole ollenkaan jäänyt asiakkaan mieleen.

Vakuutuksen myynnistä myös automyyjä hyötyy pienen bonuksen muodossa, joten olisi oletettavissa, että vakuutuksia yritettäisiin myydä enemmän. Vakuutuksen myynti voi tosin olla haastavaa, koska esimerkiksi monella asiakkaalla on kaikki vakuutukset keskitettyinä yhteen vakuutusyhtiöön.

Toyota-vakuutusten myynti on merkittävää korikorjaamotoiminnan kannalta. Kuten aikaisemmin mainittiin, Toyota-vakuutuksen alla olevat ajoneuvot ohjataan suoraan Toyota-merkkiliikkeeseen korikorjaukseen vahingon sattuessa.

Automyyjien tulisi olla aktiivisempia autokaupan yhteydessä tarjoamaan myös vakuutusta. Kuitenkin 67 prosentille asiakkaista ei käytännössä ollut tarjottu ainakaan tarpeeksi selkeästi Toyota-vakuutusta. Tässä prosentiosuudessa varmasti olisi ollut potentiaalisia asiakkaita ottamaan Toyota-vakuutuksen.

Myös mainontaa voisi Toyota-vakuutuksen kohdalla lisätä; automyyntiin asiakastiloista ei löytynyt ainuttakaan esitettä tai mainosta, jossa olisi mainittu Toyota-vakuutuksesta mitään.

4 Mainonta

4.1 Mainonnan suunnittelu

Järvenpään Auto-Aritassa korikorjaamon mainonta on ollut käytännössä lähes olematonta. Mainontaa lähdettiin suunnittelemaan aivan nollapisteestä. Mainonnan suunnittelun pohjana käytettiin luvun 3 kyselyn tuloksia. Seuraavassa pohditaan, mitkä mainonnan muodot olisivat kannattavia ja millä tavoin mainontaa lähdetään mahdollisesti toteuttamaan. Mainontaa alettiin suunnittelemaan korikorjaamon työnjohdon sekä mainostoitumisen kesken. Mainosta suunniteltaessa oli tarkoituksena saada mainos, joka toimisi sekä paperisena että sähköisenä versiona.

4.1.1 Mainoksen sisältö

Mainokseen haluttiin sisällyttää ainakin seuraavat asiat:

- Järvenpään Auto-Arita on kaikkien vakuutusyhtiöiden sopimuskumppani.
- Halutessaan asiakas saa itse valita korjauksen suorittavan korjaamon.
- Korikorjauksen laadusta ei kannata tinkiä.
- Nykyaikaisten autojen turvalaitteet ja -rakenteet edellyttävät, että korikorjaus tehdään ammattitaidolla ja oikeilla välineillä.
 - Korjaukseen käytetään Toyotan alkuperäisiä varaosia.
 - Työn tekee koulutettu Toyota Korimekaanikko.
- Jälleenmyyntiarvo ja turvallisuus säilyvät.

Lisäksi mainokseen halutaan sisällyttää jonkunlainen maininta tuulilasien vaihdosta. Tällä halutaan varmistaa asiakkaan mielikuva siitä, että korikorjaamon toimenkuvaan kuuluu myös tuulilasien vaihdot.

4.1.2 Missä ja miten mainostetaan

Markkinoinnin tyyliä ja paikkaa lähdettiin miettimään siltä kantilta, mikä olisi kaikista tehokkainta ja tavoittaisi mahdollisimman suuren asiakaskannan. Kuitenkin markkinointibudjetti olisi rajallinen, jolloin tulisi miettiä, millä tavoin mainonta olisi myös kustannustehokasta.

4.1.3 Painettu mainonta

Mainoksesta haluttiin tehdä fyysinen paperinen versio. Ajatuksena olisi saada paperisella mainonnalla tavoitettua myös niitä, jotka eivät käytä niin ahkerasti esimerkiksi sosiaalista mediaa.

Printtimainontaa on tarkoituksena kohdistaa etenkin jo liikkeessä asioiville asiakkaille. Jälkimarkkinoinnin asiakkaille on mainontaa tarkoitus kohdistaa muutamalla eri tavalla. Mainoksia on saatavilla asiakkaiden odotustilassa sekä huoltoneuvojen tiskillä. Lisäksi huoltoneuvojat antavat asiakkaille mukaan maksutositteiden kanssa maksutapahtuman yhteydessä mainoksen. Näin jo jälkimarkkinoinnin puolella asioiville asiakkaille mainos on helposti saatavilla ja varmasti herättää huomiota.

Automyynnin puolella painettua mainosta on tarkoitus levittää lisäämällä mainos sekä uusien että käytettyjen autojen ”paperikansioon”. Lisäksi mainoksia on tarkoitus sijoittaa myös automyynnin tiloihin asiakkaiden saataville.

Talon sisäisen mainonnan lisäksi mietinnässä on painetun mainonnan toteuttaminen myös talon ulkopuolella. Painetun mainonnan lähettäminen postitse asiakkaille sekä mainonta mediassa esimerkiksi sanomalehdessä ovat potentiaalisia vaihtoehtoja.

Postimainonnan kohdalla tulisi miettiä sen tehokkuutta suhteessa kustannuksiin. Mainoksen postittaminen maksaisi noin 1 € per lähetetty mainos. Lisäksi tulisi miettiä kirjepostituksen tehokkuutta tänä päivänä. Avaavatko ihmiset edes mainoskirjeitä? Lisäksi

olisi syytä tarkastella, kenelle postimainonta suunnattaisiin ja miten se rajattaisiin. Postimainonta olisi hyvä suunnata vanhemmalle autokannalle, varsinkin ei-takuukäisten autojen omistajille. He ovat niitä asiakkaita, joita liikkeen sisällä jaettavat mainokset eivät tavoita, koska usein ei-takuukäinen auto saatetaan huoltaa harvemmin. Lisäksi nämä autot saattavat käydä todennäköisemmin huollossa muussa kuin merkkikorjaamossa, jolloin kontaktit merkkiliikkeeseen katoavat.

Yhtä lailla mainostamisen tehokkuutta painetussa mediassa, kuten paikallislehdessä, olisi hyvä suhteuttaa mainonnan aiheuttamiin kustannuksiin. Uudenmaan alueella julkaistava Keski-Uusimaa-lehti kohdistaisi mainonnan oikealle alueelle ja potentiaalisille asiakkaille. Lehden levikki on 12 732 kappaletta. Puolen sivun mainos lehden sivulle arkipäivänä maksaisi noin 2500 €. (10) Lehtimainonta voisi tavoittaa potentiaalista asiakaskantaa, jota on vaikea tavoittaa sähköisellä mainonnalla. Lehtimainonta on suhteessa hintavaa, ja yrityksen mainos hukkuu helposti massaan, etenkin jos mainoksen koko on liian pieni. Lisäksi mainos ei kohdistu pelkästään potentiaaliin Toyota-asiakkaisiin.

4.1.4 Sähköinen mainonta

Sähköisessä mainonnassa haluttaisiin keskittyä tänä päivänä merkittävässä roolissa olevaan sosiaaliseen mediaan. Sosiaalisen median palvelut tavoittavat nykyään paljon eri ikäisiä ihmisiä, jolloin mainostaminen siellä voisi olla tehokasta. Sosiaalisessa mediassa mainoksen tulisi olla heti mielenkiintoa herättävä ja ytimekäs.

4.2 Mainonnan toteutus

Paperisena versiona painettiin A5-kokoinen mainos. Painettu mainos laitetaan jokaisen myydyn auton paperikansion väliin. Toteutetun kyselyn perusteella todettiin, että automyyjien tulee muuttaa auton luovutusprosessia siten, että jokainen auton ostaja tietää Järvenpään Auto-Aritan tarjoavan korikorjaamopalveluita. Tästä johtuen automyyjien kanssa pidetään koulutushetki, jotta he osaavat markkinoida ja muistuttaa asiakkaitaan korikorjaamon toiminnasta ja sijainnista.

Huoltoneuvojat tarjoavat mainosta huollon asiakkailleen maksutositteita antaessaan maksutapahtuman yhteydessä. Mainoksen antamisen maksun jälkeen todettiin olevan

helpoin paikka mainostaa jälkimarkkinoinnin puolella. Kokemuksesta todettiin, että maksutapahtuman jälkeen asiakkaalle on helpompi ojentaa mainos kuin ennen maksutapahtumaa.

Painettuja mainoksia sijoitettiin niin jälkimarkkinoinnin kuin automyynnin odotustiloihin. Lisäksi automyynnin tiloihin teetettiin mainoksesta suurempi mainos mainostelineeseen.



Kuva 5. Korikorjaamon mainostaulu automyynnin tiloissa.

Toteutetun kyselyn perusteella päätettiin, ettei mainoksia aleta postittamaan vaan keskitytään jo liikkeessä asioiviin asiakkaisiin. Myös mainonta painetussa mediassa koettiin hinta-laatusuhteeltaan kalliiksi. Mainontaa sosiaalisessa mediassa on tarkoitus kehittää tulevaisuudessa myös jälkimarkkinoinnin osalta, mutta tällä hetkellä sosiaalisen median mainostila on automyynnin käytössä.

5 Korikorjaamon prosessi ja asiakaskokemuksen parantaminen

5.1 Taustaa

Järvenpään Auto-Aritan korikorjaamolla työskentelee kaksi korimekaanikkoa. Korikorjaamon toimintaan osallistuu myös kolme huoltoneuvojaa. Samat huoltoneuvojat suorittavat myös yleiskorjaamon työnjohdon, eli korikorjaamolla ei ole omia työnjohtajia. Myös varaosamyjät toimivat ristiin korikorjaamon ja yleiskorjaamon välillä. Rakennuksessa

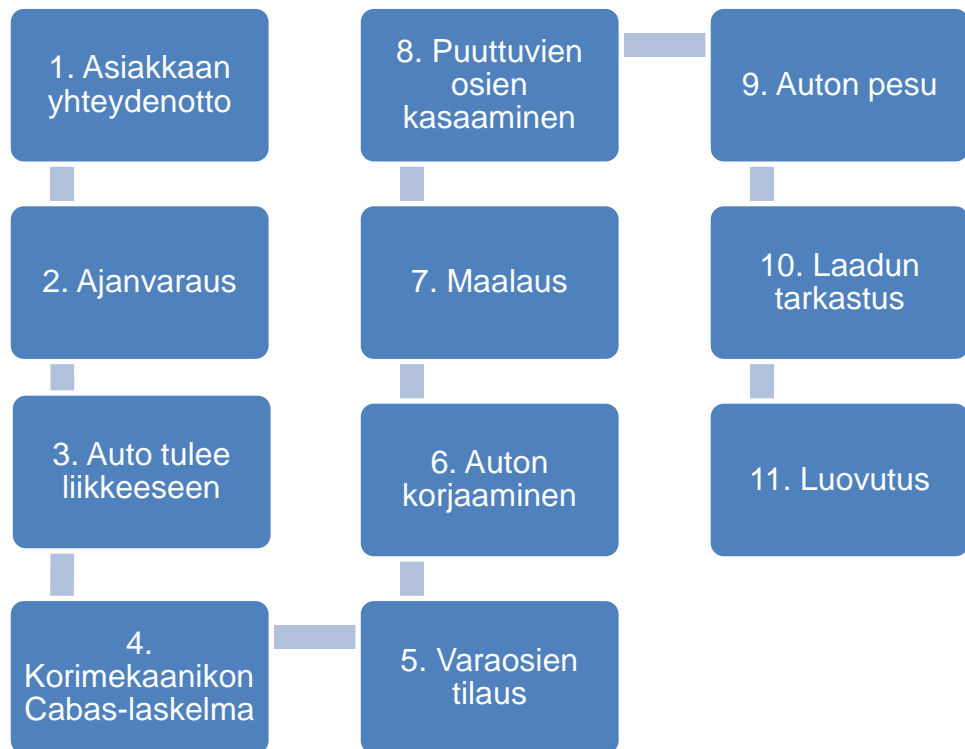
korikorjaamo sijaitsee kerroksen alempana kuin työnjohtajien ja varaosamyijien työpisteet. Järvenpään Auto-Aritassa ei ole omaa maalaamo, vaan maalaukset teetetään alihankintana.

Korikorjaamon prosessia halutaan kehittää etenkin asiakaskokemuksen näkökulmasta. Kiristyvässä kilpailutilanteessa olisi tärkeää löytää keinoja, jolla asiakkaalle jäisi erinomainen kokemus auton korikorjauksesta.

Korikorjaamon prosessin epäkohtia lähdettiin selvittämään henkilökuntaa haastattelella. Haastattelut toteutettiin teemahaastatteluna. Teemahaastattelu kohdennettiin korikorjaamon prosessin ongelmakohtiin. Haastattelua varten ei laadittu yksityiskohtaista kysymysluetteloa, vaan kysely toteutettiin teemakeskeisesti aiheilistan pohjalta (liite 2). Haastattelut toteutettiin maaliskuun 2020 aikana. Haastateltavina olivat korimekaanikot sekä työnjohto (11). Henkilökunnan mielestä suurimpana ongelmana prosessissa nousi esiin korjausaikojen venyminen. Lisäksi merkittävänä epäkohtana nousi vahvasti esiin varaosien ennakoimattomuus pienissäkin korikorjaustapahtumissa. Lisäksi ongelmia koettiin korikorjauksessa olevan auton seurantaprosessi. Käytännössä kukaan työnjohtajista ei tiedä, missä vaiheessa tietyn auton korjausprosessi on. Tämän puutteen on huomattu vaikuttavan merkittävästi palvelusta jäävään laatuvaikutelmaan.

5.2 Prosessin kulku nyt

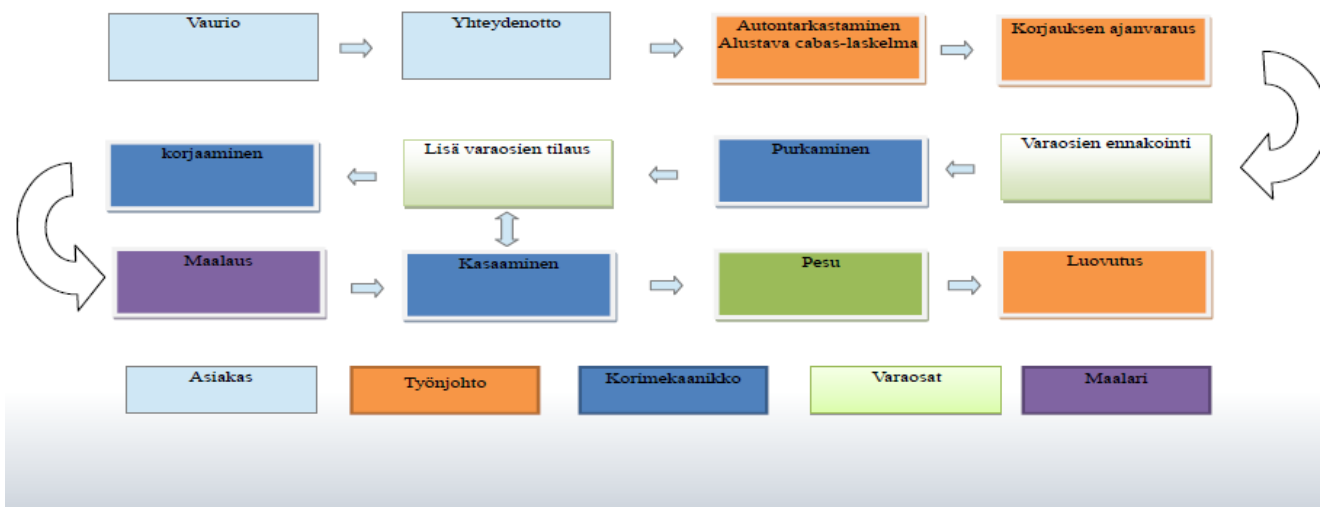
Kuvassa 6 on kuvattu korikorjaamon prosessin kulkua Järvenpään Auto-Aritassa. Prosessi koostuu 11 kohdasta. Prosessissa kohdat 4, 6 ja 8 kuuluvat työn suorittavalle korimekaanikolle. Työnjohdolle prosessissa kuuluvat kohdat 1,2,3,10 ja 11. Varaosat hoidavat varaosien tilaamisen (kohta 5). Maalaus ja pesu tapahtuvat alihankintana muilla toimijoilla.



Kuva 6. Korikorjaamon prosessin kulku Järvenpään Auto-Aritassa.

Järvenpään Auto-Aritan prosessi poikkeaa merkittävästi AKL:n teknisen johtajan Jouko Sohlbergin esittämästä prosessikaaviosta (kuva 7) (12). Eroavaisuuksia löytyy etenkin työnjohtajan toiminnasta ennen itse korjauksen aloittamista. Järvenpään Auto-Aritan korikorjauksen prosessista puuttuu lähes pääsääntöisesti työnjohtajan alustavan Cabas-laskelman tekeminen. Tämän johdosta varaosien ennakointi on lähtökohtaisesti olematonta ja vaikeaa. Varaosien ennakoimattomuus puolestaan aiheuttaa sen, että korjattavalle ajoneuvolle syntyy pahimmillaan turhaa varaosien odottelua kaksi–kolme päivää, ja korjausaika venyy saman verran.

Vauriokorjausprosessi



Kuva 7. Korikorjaamon prosessi yleisesti korikorjaamolla. (12)

5.3 Ajanvaraus

Järvenpään Auto-Aritassa korikorjaamon ajanvarausprosessi toimii pääsääntöisesti puhelimitse. Asiakas on vahingon sattumisen jälkeen puhelinyhteydessä korjaamon työnjohtoon. Työnjohtaja varaa korjausajan lähes poikkeuksetta näkemättä autoa, ja työn laajuutta arvioidaan asiakkaan puheiden perusteella. Harvoissa tapauksissa auto nähdään ennen sen saapumista korikorjaukseen. Lähes kaikki työt varataan maanantaiaamupäiviksi työn laajuudesta riippumatta. Näin ollen maanantaipäivät ovat hyvin kiireisiä niin työnjohdon kuin korimekaanikkojen osalta.

5.4 Auton saapuminen ja työn ohjaus

Korjaukseen tuleva ajoneuvo saapuu korjaukseen varattuna ajankohtana. Työnjohtaja ottaa työnvastaan ja toimittaa kyseisen auton työmääräimen korimekaanikkojen työohjaustauluun (kuva 8) Työohjaustaulussa on kolme eri riviä: työt, tuulilasit, maalaamossa. Työt-riville laitetaan korikorjausta vaativat työt. Tuulilasit-riville laitetaan tuulilasinvaihtotyöt. Maalaamossa-riville korimekaanikot laittavat työmääräykset, joissa auto on maalaamossa.

Työnjohtaja siis vie vastaanottamansa työn työt- tai tuulilasit-lokeroon. Tämän enempää työnjohtaja ei osallistu työnohjaukseen vaan korimekaanikot ottavat itsenäisesti töitä lokeroista. Kyseiset töissä olevat korimekaanikot ovat olleet pitkään alalla ja toimineet tämän prosessin mukaan. Tämän johdosta heillä on pääsääntöisesti harjaantunut silmä sille, että pienemmät, nopeasti valmistuvat työt otetaan ensin työn alle. Välillä kuitenkin korimekaanikkojen itsenäinen työnohjaus ei toimi ja työt otetaan työn alle väärässä järjestyksessä. Esimerkkinä pienen puskurivaurion saanut auto saattaa odottaa tiistai-aamuun.



Kuva 8. Korikorjaamon työnohjaustaulu.

5.5 Korjauskustannuslaskelman tekeminen

Auton saavuttua korikorjaamolle tekee korimekaanikko korjauslaskelman Cabas-ohjelmalla. Cabas-ohjelmisto on vakuutusyhtiöiden hyväksymä korjauslaskelmaohjelma, josta vahinkolaskelmat lähetetään sähköisenä vakuutusyhtiön käsiteltäväksi.

Suurin osa korikorjaustöistä on siis varattu maanantaiaamuun. Korimekaanikon maanantai aamupäivä koostuu siis lähinnä korjauslaskelmien tekemisestä sekä tilattavien varaosien listauksesta.

Vakuutusyhtiöt eivät anna laskuttaa vahinkolaskelmaan käytettyä aikaa. Korimekaanikon käyttämä aika vahinkolaskelman suorittamiseen on siis täysin tuottamatonta työtä

korjaamolle. Vahinkolaskelmiin käytettyä aikaa tutkittiin mekaanikkokohtaisesti asentajaraporttia tutkimalla. Tarkasteluun otettiin korimekaanikkojen asentajaraportit aikaväliltä 3.1.2020–28.2.2020. Korimekaanikkojen vahinkolaskelmiin käyttämää aikaa tutkimalla kävi ilmi, että yhdellä korimekaanikolla menee noin 15 tuntia kuukaudessa aikaa vahinkolaskelmien tekemiseen.

Henkilökunnan teemahaastattelussa (11) kävi ilmi, että vahinkolaskelmien tekemiseen kuluva aika on kasvanut merkittävästi viime vuosien aikana. Muun muassa ajoneuvojen lisääntyneet turvalaitteet ja erilaiset törmäyksenestolaitteet ovat vaikeuttaneet vahinkolaskelmien suorittamista.

Lisäksi provisiopalkalla työskentelevät korimekaanikot pyrkivät tekemään vahinkolaskelman mahdollisimman nopeasti, koska se ei tuota euroja heidän palkkapussiinsa. Tarkan vahinkolaskelman tekeminen olisi tärkeää, koska vakuutusyhtiöt hyväksyvät korjauslaskut vahinkolaskelmien mukaan.

5.6 Varaosien tilaus ja käsittely

Järvenpään Auto-Aritassa korikorjaukseen saapuvien autojen varaosia ei siis pääsääntöisesti ennakoida. Suoritettuaan korjauskustannuslaskelman korimekaanikko toimittaa listan tarvittavista osista varaosahenkilökunnalle. Varaosamyyjät suorittavat varaosien tilauksen pääsääntöisesti siis maanantaiaamupäivän aikana.

Varaosia voi tilata kahdella eri tilaustyyppillä: ar-tilaus eli normaalitilaus ja IO-tilaus eli pikatilaus. Ar-tilauksissa toimitus aika on kaksi arkipäivää. Maanantai aamupäivällä tilattu osa saapuu siis keskiviikko aamuna. IO-tilauksissa toimitusaika on lyhyempi. Ennen kello 9.45 tilatut osat toimitetaan saman päivän aikana. Kello 9.45–14.45 tilatut osat saapuvat seuraavana aamuna. IO-tilauksien lukumäärää on rajoitettu Toyota-maahantuonnin toimesta, joten läheskään kaikkia osia ei voi tilata pikatilauksena.

Käytännössä siis maanantaina tilatut osat saapuvat perille keskiviikko aamuna. Näin ollen korjauksessa syntyy heti vähintään kahden päivän viive. Varaosien toimitus voi viivästyä myös, jos tarvittavia varaosia ei ole Suomen keskusvarastossa. Tällöin tilauksen toimitus viivästyy ainakin yhdellä arkipäivällä. Saapuneet varaosat kerätään pieniin laatikoihin korikorjaamon ennakoitihyllylle.

5.7 Maalausprosessi

Järvenpään Auto-Aritassa ei sijaitse omaa maalaamoja, vaan maalaustyöt teetetään alihankintana. Käytännössä alihankintamaalaamoja on kaksi. Näistä valittavaan maalaamoon vaikuttaa asiakkaan vakuutusyhtiö.

Maalausprosessi alkaa, kun vauriokorjauksen suorittava korimekaanikko on puhelimitse yhteydessä maalaamoon, kun korjattava auto on korimekaanikon puolesta valmiina maalaukseen. Maalaamon henkilökunta noutaa auton korikorjaamolta. Auto-Aritan henkilökunnan teemahaastattelussa (11) kävi ilmi, että maalaamo noutaa auton pääsääntöisesti tunnin sisällä puhelusta. Auton nouto-aikaan vaikuttaa kuitenkin maalaamon oma työtilanne, soiton kellonaika ja maalaamon käytössä oleva henkilökunnan määrä. Kiireisinä aikoina auton hakeminen maalaukseen saattaa venähtää kuitenkin useammalla tunnilla.

Maalauksen jälkeen maalaamon henkilökunta toimittaa auton takaisin Auto-Aritaan. Maalauksen kestoon vaikuttavat luonnollisesti samat asiat, kuin auton noutamiseenkin: maalaamon oma työtilanne ja maalaamon käytössä oleva henkilökunnan määrä. Auto-Aritan korimekaanikkoja haastatellessa ei maalauksen kesto-aikaa koettu prosessissa ongelmalliseksi.

5.8 Korjauksessa olevan ajoneuvon seuranta

Kiristyvässä kilpailutilanteessa asiakaspalvelun tulisi olla erimaista. Ensiluokkaiseen vauriokorjaamon asiakaspalveluun kuuluu vahvasti asiakkaan tiedottaminen korjauksen etenemisestä ja valmistumisesta, etenkin asiakkaan itse sitä kysyessä. Asiakkaan soittaessa tiedon pitäisi olla helposti saatavilla, ilman että asiakas joutuu odottamaan puhelimesta useamman minuutin, kun asiaa selvitetään, tai hänelle soitetaan takaisin, kun kyseisen korjauksen tilanne on selvinnyt.

Järvenpään Auto-Aritassa, asiakkaan tuodessa auton korikorjaukseen hänelle annetaan usein arvio, milloin korjattava auto on valmis ja noudettavissa. Asiakkaalle myös kerrotaan samalla, että työnjohtaja soittaa vielä, kun auto on noudettavissa. Siitä huolimatta useat asiakkaat soittavat korjauksen aikana korjaamolle ja kysyvät korjauksen etene- mistä ja mahdollista auton valmistumispäivämäärää. Asiakkaan soittaessa puhelimeen

vastaava työnjohtaja ei välttämättä ole nähnyt tai edes kuullut kyseisen auton olevan vauriokorjauksessa. Myöskään työn vastaanottanut työnjohtaja ei tiedä auton korjausprosessin etenemisestä, kun korimekaanikot ohjaavat omaa työskentelyään lähes oma-toimisesti. Kaikkien töiden tullessa työn alle maanantaina on työnjohdon vaikeaa seurata töiden etenemistä, koska on lähes mahdotonta tietää, missä vaiheessa korimekaanikko on ottamassa minkäkin auton työn alle. Myös työskentely eri rakennuksen eri kerroksissa vaikeuttaa havainnointia, koska näköyhteyttä korikorjaamoon ja sen tapahtumiin ei ole.

Tällä hetkellä korjauksessa olevan ajoneuvon seuranta ei ole työnjohdon puolesta, ellei asiakas itse soita ja kysy auton tilannetta. Asiakkaan tiedustellessa ajoneuvonsa korjauksen etenemistä on työnjohtajalla käytännössä kaksi vaihtoehtoa selvittää auton tilanne.

Työnjohtaja voi avata sähköisen työmääräyksen Automaster-ohjelmistosta ja pyrkiä päättelemään korimekaanikon leimauksista, onko auto otettu työn alle, onko se maalauksessa vai mahdollisesti tullut jo maalauksesta takaisin. Korimekaanikon leimauksista asian selvittäminen on hyvin summittaista ja perustuu siis työnjohtajan arvaukseen.

Työnjohtajan toinen vaihtoehto selvittää työn eteneminen on kävellä alakertaan korikorjaamolle ja pyrkiä tutkimaan työnohjaustaulusta (kuva 8), missä vaiheessa työ etenee. Usein pelkkä työnohjaustaulun tutkiminen ei riitä, vaan työnjohtajan on mentävä kysymään henkilökohtaisesti korjausta suorittavalta korimekaanikolta, mikä on korjauksen tilanne. Tällä tavalla saadaan tarkempi kuva työn etenemisestä, mutta tapa on koettu epämiellyttäväksi sekä työnjohdon ja korimekaanikkojen mielestä.

6 Prosessin kehitysehdotukset

6.1 Mihin pyritään ja rajoitteet

Prosessin kehitysehdotuksissa pyritään siihen, että korikorjaamon asiakaskokemus olisi parempi. Järvenpään Auto-Arita haluaa erottua alueen kilpailijoistaan työnlaadulla ja palvelulla. Kehitysehdotuksissa pyritään siihen, että kustannuksia ei kuitenkaan tulisi kohuttomasti ja ne olisivat toteutettavissa nykyisellä henkilömäärällä.

6.2 Ajanvaraus

Töiden varaaminen näkemättä autoa tuottaa ongelmia korikorjaamon töiden määrän optimoinnissa. Lisäksi vaurioitunut ajoneuvo olisi hyvin tärkeä saada paikanpäälle alustavaa vahinkolaskelmaa varten. Asiakkaan tuodessa vaurioituneen autonsa nähtäville on myös työnjohtajan helpompi tarkistaa ajoneuvo kokonaisuudessaan, joka tuo lisämyynnin mahdollisuutta. Vauriokohtaa tutkittaessa ja kuvattaessa on luonnollista tarkistaa esimerkiksi renkaiden kunto sekä huollon tarve. Lisäksi näiden kauppaaminen asiakkaalle on kasvatusten mukavampaa ja tarpeen perustelu helpompaa kuin puhelimesta.

Töiden varausaikataulua tulisi miettiä uudelleen. Tällä hetkellä lähes kaikki korikorjaamon työt varataan siis maanantaipäivälle. Töiden varaaminen maanantaille aiheuttaa turhaa ruuhkaa niin työnjohdolle kuin korimekaanikoille. Työt on varattu maanantai-aamulle, jotta kaikkiin korjattaviin autoihin saataisiin ennakoitua varaosat ja ne valmistuisivat vielä saman viikon aikana. Varaosien ennakoitua uudistamalla voidaan kaikkien töiden varaamisesta maanantaille luopua.

Töiden varaamista hajautetaan siten, että isoimmat ja mahdollisesti lisää varaosia tarvitsevat työt otetaan vastaan maanantaina. Pienemmät työt varataan tiistai- tai keskiviikokopäivälle. Samoin tuulilasin vaihdot ja kiveniskemän korjaukset pyritään varaamaan johonkin muuhun ajankohtaan kuin maanantaipäivälle.

6.3 Auton saapuminen ja työnohjaus

Korikorjaamolle saapuvien töiden hajautuminen useammalle päivälle helpottaa työnjohtajien ruuhkaa maanantai-aamulta. Myös työnohjaus ja töiden seuraaminen on helpompaa töiden hajautuessa. Jotta korikorjaamon työt saadaan suoritettua sovituksessa aikataulussa, tulee työnjohtajien osallistua korikorjaamon työnohjaamiseen enemmän. On tärkeää, että oikeat työt otetaan oikeaan aikaan työn alle.

6.4 Korjauskustannuslaskelman tekeminen

Korjauskustannuslaskelman tekeminen vasta sovittuna korjausaikana aiheuttaa prosessin suurimmat ongelmat. Töiden laajuus on epäselvä, varaosia ei voi ennakoida, ja korimekaniikoilta menee arvokasta työaikaa hukkaan. Alustavan korjauskustannuslaskelman puutteesta johtuva varaosien ennakoimattomuus aiheuttaa korjausprosessissa vähintään päivän viiveen. Pahimmassa tapauksessa tarvittavia osia ei ole saatavilla keskusvarastolta, jolloin korjattava auto saattaa seistä odottamassa osia esimerkiksi viikkoja. Lähtökohtaisesti mitä nopeammin auto valmistuu, sitä tyytyväisempiä asiakkaat ovat palveluun.

Työnjohtajien tulisi nähdä korjaukseen saapuva auto jo ajanvarauksen yhteydessä. Samalla kertaa työnjohtaja tekee alustavan korjauskustannuslaskelman korjattavasta autosta. Laskelman ei tarvitse tässä kohti olla täydellinen vaan alustava laskelma riittää. Näkemällä auton ja tekemällä alustavan korjauskustannuslaskelman ammattitaitoinen työnjohtaja saa tehtyä kriittisistä tarvittavista varaosista listan ja siirtää sen varaosahenkilökunnalle ennakoitavaksi.

Auton saapuessa korjaukseen voi korimekaniikko tarvittaessa muokata korjauskustannuslaskelmaa. Tarvittavat varaosat ovat kuitenkin tilattu ja toimitettu, jolloin korimekaniikko pääsee heti aloittamaan korjausta. Samalla korimekaniikkojen käyttämä aika vähinkolaskelmien tekemiseen vähenee ja vapautuva aika saadaan käytettyä tuottavaan työhön.

6.5 Varaosien tilaus ja käsittely

Korikorjaamon varaosia ei ennakoida pääsääntöisesti vaan osat tilataan, kun auto saapuu korjattavaksi korikorjaamolle. Varaosahenkilökunta tilaa osat maanataisin, kun korimekaniikko on saanut tehtyä korjauskustannuslaskelman.

Kun työnjohtajat tekevät alustavan korjauskustannuslaskelman, saadaan varaosat ennakoitua korikorjaamolle. Varaosahenkilökunta tekee tilauksen tarvittavista osista ja muuttaa toimituspäiväksi korjausta edeltävän päivän. Kun varaosien toimituspäiväksi valitaan korjauksen aloitusta edeltävä päivämäärä, niin vältytään varaosien ennakointitilan liialliselta täyttymiseltä. Varaosien ennakoinnin takia tarvittavat varaosat ovat jo valmiina

korjausta aloitettaessa. Varaosia ennakoimalla vähenee myös IO-tilausten tarve ja IO-tilauksia vapautuu muuhun tarpeeseen.

Varaosa tilatessa on ehdottoman tärkeää, että tarkistetaan tilattavien varaosien saataavuus. Jos jokin osa jää jälkitoimitukseen on syytä toimituspäivämäärää tarkistaa, jotta tarvittava osa saapuu ajoissa.

Korjausta edellisena päivänä varaosien saapuessa varaosahenkilökunta suorittaa varaosien keräyksen. Samalla he tarkistavat, että varmasti kaikki tilatut osat ovat saapuneet tai saapumassa. Varaosat kerätään korjattavan auton rekisterinumerolla varustettuun häkkirullakkoon tai ennakointihyllylle rekisterinumerolla varustettuun laatikkoon. Rullakkojen hankkiminen selkeyttää varaosaennakointihyllyä ja vähentää korimekaanikkojen osien etsimisaikaa.

6.6 Maalausprosessi

Maalausprosessissa ei suuria ongelmia lähtökohtaisesti ole. Maalaamon kanssa on syytä keskustella Järvenpään Auto-Aritan korikorjaamon prosessin muutoksista. Jos korikorjaamon korjausten aikataulutuspöytämuoto muuttuu, on maalamojen syytä olla tietoisia asiasta ja sitoutua toimimaan sen mukaan. Esimerkiksi keskiviikkona saapuva puskurinvaihtotyö on syytä hakea heti maalaukseen, kun auto on korimekaanikon puolesta valmis.

6.7 Korjauksessa olevan auton seuranta

Korikorjauksessa olevan auton seurantaprosessiin tarvittiin muutoksia, jotta työnjohtajat pysyisivät paremmin tilanteen tasalla korikorjauksessa olevan auton prosessin etenemisestä. Myös tiedonkulkua mahdollisissa ongelma- ja viivästystilanteissa haluttiin kehittää. Prosesseja haluttiin toimivammaksi nykyisellä henkilökuntamäärällä ilman työnkuvan muutoksia.

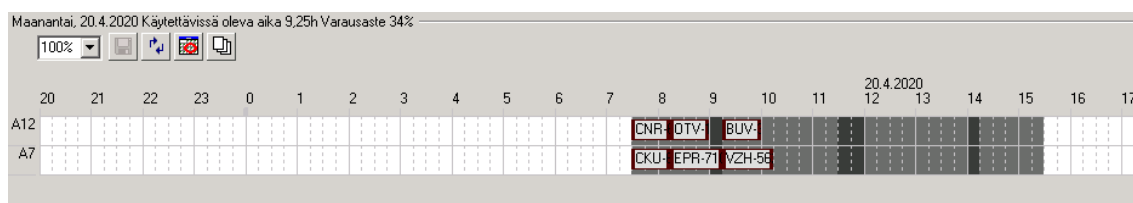
Suurimmaksi ongelmaksi koettiin työnjohdon epätietoisuus siitä, missä vaiheessa korjausta edetään. Korimekaanikot ja työnjohtajat kokivat tilanteen, jossa työnjohtaja tulee

keskeyttämään korimekaanikon työnteon ja kysymään toisen auton korjauksen etenemisestä, epäammattimaiseksi ja toimimattomaksi systeemiksi. Lisäksi Automaster-ohjelmasta työnjohtajan päätelmä korjauksen etenemisestä pelkän korimekaanikon leimauksen tarkastelun perusteella koettiin liian epätarkaksi.

Korikorjauksessa olevan auton korjauksen etenemisen seuraamisen helpottamiseksi jatkossa työnjohtajat kirjaavat listan vastaanottamistaan autoista, jotka saapuvat korikorjaukseen. Tätä varten luotiin erillinen seuraamislomake, johon kirjataan vastaan otetun auton rekisterinumero ja yhteystiedot sekä sovittu valmistumispäivä. Työnjohtajat sitoutuvat seuraamaan vastaanottamiaan töitä päivittäin, jolloin myös saavat tiedon korjauksen etenemisestä vähintään päivittäin. Myös kun töiden saapumista on hajautettu useammalle päivälle, on töiden etenemistä helpompi seurata. Tärkeää on myös korimekaanikkojen työnohjauksen tehostaminen, jolloin oikeat työt menevät työn alle oikeaan aikaan.

Lisäksi haluttiin vaihtoehtoinen suuntaa-antava seurantatapa, joka olisi toteutettavissa sähköisesti olemassa olevilla sovelluksilla. Tämä toteutetaan jatkossa Automaster-ohjelmiston ajanvarauskalenterin avulla. Ajanvarauskalenteriin pääsevät tekemään muutoksia niin työnjohtajat kuin korimekaanikotkin. Valinta kohdistui Automaster-ohjelmiston ajanvarauskalenteriin, koska ei mukaan ei haluttu mitään uusia ohjelmia ja kalenteri koettiin helppokäyttöiseksi ja nopeaksi. Ajanvarauskalenteri on työnjohtajilla avattuna ja aktiivisessa käytössä muutenkin koko työpäivän ajan. Korimekaanikoille ohjelma on uusi mutta helppo koulutettava.

Ennen muutosta ajanvarauskalenterissa (kuva 9) näkyy kaksi erillistä riviä A12 ja A7. Rivit tarkoittavat työskenteleviä korimekaanikkoja. Harmaa alue kalenterissa on työaika, ja tummemmalla sävyllä merkityt kohdat tarkoittavat työpäivän aikana olevia taukoja. Vaalea laatikko, jonka sisällä on rekisterinumero, tarkoittaa, että autolle on varattu korjausaika kyseiselle viikolle korikorjaamolle.



Kuva 9. Automaster-ohjelmiston ajanvarauskalenteri ennen muutosta.

Muutoksena tulevaisuudessa kaikki työt varataan siten, että niiden ajanvarauslaatikko sijoittautuu ajanvarauskalenterissa ennen kellon 11:30 kohtaa. Lisäksi ajanvarauskalenteriin lisätään yksi rivi ja se nimetään maalaamossa nimellä, lyhenteenä maalaamo rivillä on A30. Kun ajoneuvon korjaus on siinä vaiheessa, että se lähtee korikorjaamolta maalaamoon, siirtää korimekaanikko ajanvarauslaatikon riville maalaamossa. Kun korjattava ajoneuvo palaa maalaamosta takaisin korjaamolle, siirtää korimekaanikko kyseisen ajoneuvon ajanvarauslaatikon kalenterissa omalle rivilleen, mutta kello 12:n jälkeiselle ajalle.

Kuvan 10 tapauksessa autot XOC- ja XMK-83 ovat kalenterissa kohdassa ennen kello 12. Nämä autot ovat siis vielä työn alla eivätkä ole vielä lähteneet maalaamoon. Autot JJE- ja RTZ- ovat rivillä A30 eli maalaamossa-rivillä. Nämä autot ovat siis maalaamossa tällä hetkellä. Autot SZZ- ja JLH- ovat kalenterissa kello 12 jälkeisellä osuudella. Nämä autot ovat tulleet takaisin maalaamosta ja odottavat puuttuvien osien kokoonpanoa.

	20	21	22	23	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	
A12													XOC-					SZZ-				
A30													JJE-		RTZ-							
A7													XMK-83					JLH-				


Kuva 10. Automaster-ohjelmiston ajanvarauskalenteri muutoksen jälkeen.

Näillä pienillä muutoksilla helpottuu korikorjaamolla olevan auton korjauksen suuntaantava seuranta. Työnjohtajat näkevät kalenterista nopeasti, onko auto lähtenyt vielä korikorjaamolta maalaamoon tai kenties tullut sieltä jo takaisin. Näin ollen työnjohtajat pystyvät seuraamaan kaikkia korikorjauksessa olevia autoja sekä tarvittaessa informoimaan asiakasta esimerkiksi hänen soittaessaan ja kysyessään korjauksen etenemisestä.

Lähteet

- 1 Kaskovakuutusehdot. 2020. Verkkoaineisto. IF-vakuutusyhtiö. <<https://www.if.fi/globalassets/fi/pdf/ehdot/kaskovakuutusehdot.pdf>>.1.1.2020. Luettu 30.1.2020.
- 2 Autoturvan autovakuutusehdot. 2020. Verkkoaineisto. OP Pohjola Vakuutus. <<https://www.pohjola.fi/loso/332505f.pdf>>. 1.4.2020. Luettu 13.4.2020.
- 3 Kaskovakuutus henkilöasiakkaille. 2019. Verkkoaineisto. Lähitapiola. <<https://public.brandgate.fi/lahitapiola/lahitapiola/fi/tiedostot/131074/>>.1.1.2019. Luettu 30.1.2020.
- 4 Fennia ajoneuvovakuutukset. 2019. Verkkoaineisto. Fennia. <<https://cs.fennia.fi/lo-makepalvelu/tiedostot/PRDLE000000016206>>. 1.1.2019. Luettu 30.1.2020.
- 5 Kaskovakuutus yksityisasiakkaille. 2019. Verkkoaineisto. Turva. <https://www.turva.fi/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadervalue1=inline%3B+filename%3DKaskovakuutus_yksityisille_vakuutusehdot_1.1.2019.pdf%3Bfilename*%3DUTF-8%27%27Kaskovakuutus_yksityisille_vakuutusehdot_1.1.2019.pdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1509627543097&ssbinary=true>. 1.1.2019. Luettu 30.1.2020.
- 6 Tuomas Siirala. 2018. Perustietoa vapaaehtoisista autovakuutuksista. Verkkoaineisto. <<https://www.fine.fi/media/julkaisut-2018/perustietoa-vapaaehtoisista-autovakuutuksista.pdf>>. Luettu 30.1.2020.
- 7 Raulos, Ville. 2020. Johtava neuvonantaja, FINE vakuutus- ja rahoitusneuvonta. Sähköposti keskustelu. 30.1.2020.
- 8 Ajoin kolarin – mitä teen?. 2020. Verkkoaineisto. Pohjola Vakuutus. <<https://vahinkoapu.pohjola.fi/henkiloasiakkaat/auto/ajoin-kolarin>>. Luettu 10.2.2020.
- 9 Salin, Otto. 2020. Palvelupäällikkö, henkilöasiakkaiden ajoneuvovakuutuspalvelut Pohjola Vakuutus. Sähköpostikeskustelu. 6.2.2020.
- 10 Mediatiedot 2020. 2020. Verkkoaineisto. Keski-Uusimaa. <<https://etelasuomen-media.fi/wp-content/uploads/Keski-Uusimaa.pdf> >. Luettu 30.1.2020.
- 11 Eerola, Janne; Kerola, Juha; Mäkinen, Tomi & Virtanen, Antti 2020. Järvenpään Auto-Arita. Teemahaastattelu. 24.3.2020.
- 12 Sohlberg, Jouko. 2017. Korikorjaamoprosessi ja korjaamo-vakuutusyhtiöyhteistyö. Luentomateriaali. 3.10.2017.

Korikorjaamon kyselylomake



Järvenpään Auto-Arita Korikorjaamo tutkimus

Tässä kyselyssä on tarkoitus kartoittaa Järvenpään Auto-Aritan asiakkaiden tietoisuutta korikorjaamosta ja vakuutusyhtiön käytännöistä. Vastaamiseen menee muutama minuutti. Tiedot kerätään nimettömänä, ja niitä käytetään vain kyseiseen opinnäytetyöhön. Asiakastiedot ovat Järvenpään Auto-Aritan asiakasrekisteristä.

***Pakollinen**

Tiesitkö, että Järvenpään Auto-Aritassa on korikorjaamo? *

Kyllä

En

Tiesitkö, että vahingon/kolarin sattuessa, voit korjauttaa autosi missä haluat, vaikka vakuutusyhtiö suosittelisi omaa yhteistyökumppaniaan? *

Kyllä

En

Tarjottiinko sinulle Toyota-vakuutusta viimeisimmän autokaupan yhteydessä? *

Kyllä

Ei

En muista/tiedä

Vapaa sana

Teemahaastattelun runko

- Korikorjausprosessin epäkohdat
- Varaosaproessi korikorjaamolla
- Cabas-laskelmien tekeminen
- Alihankintamaalaamojen toiminta
- Korjauksessa olevan auton seuranta
- Muut kehityskohteet.