



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU

*Uuden edellä*

# Asiakastyytyväisyys työtapaturmavakuutuksen korvauspalvelussa

---

Louhivaara, Reetta

**Laurea-ammattikorkeakoulu**  
Laurea Leppävaara

## **Asiakastyytyväisyys työtapaturmavakuutuksen korvauspalvelussa**

Louhivaara, Reetta  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Opinnäytetyö  
Toukokuu 2011

Louhivaara, Reetta

### Asiakastyytyväisyys työtaturmavakuutuksen korvauspalvelussa

Vuosi	2011	Sivujen lukumäärä	62
-------	------	-------------------	----

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää keskinäinen vakuutusyhtiö Fennian työtaturmavakuutuksen korvauspalvelun asiakkaiden tyytyväisyyttä. Tutkittavana joukkona oli työtaturmakorvaukset-osaston päivärahatiimin asiakkaat. Asiakastyytyväisyyskyselyllä haluttiin kartoittaa asiakkaiden tyytyväisyyttä korvausprosessiin, asiakaspalveluun ja korvauspäätöksen sisältöön. Tavoitteena oli tulosten perusteella myös pohtia kehittämistoimenpiteitä asiakastyytyväisyyden parantamiseksi.

Kysely toteutettiin alkuvuodesta 2010 kvantitatiivisena eli määrällisenä survey-tutkimuksena, joka toteutettiin kirjekyselynä sekä vastausvaihtoehtona oli myös e-lomake Internetissä. Kysely lähetettiin korvauspäätösten mukana 800 asiakkaalle, puolet lähetettiin vakuutusnottajille ja puolet vakuutetuille. Vastauksia saatiin 85 kappaletta. Näin ollen vastausprosentiksi saatiin noin 11 %. Tutkimustulosten analysointimenetelmänä käytettiin ristiintaulukointia.

Tutkimuksen teoreettisessa osuudessa keskitytään asiakastyytyväisyyteen, palveluun ja palvelun laatuun eritoten finanssipalveluiden näkökulmasta.

Tutkimustulosten perusteella Fennian työtaturmavakuutuksen korvauspalvelun asiakkaista suurin osa on vastannut kyselyssä esitettyihin positiivisiin väitteisiin olevansa samaa mieltä tai melko samaa mieltä väitteiden kanssa eli asiakkaat ovat melko tyytyväisiä korvauspalveluun. Vastajien antama yleisarvosana tyytyväisyydestä korvauspalvelun toimintaan kokonaisuutena keskiarvoksi saatiin 9. Vastausten vähäisestä määrästä johtuen ei kuitenkaan voida tilastollisesti tehdä kovinkaan merkitseviä johtopäätöksiä tutkimusaineiston perusteella.

Tehty tutkimus luo pohjaa asiakastyytyväisyyden tutkimiselle korvauspalveluissa jatkossa. Tutkimuksen lopussa on kehitysehdotuksia, joita Fennian korvauspalvelun olisi hyvä ottaa huomioon asiakastyytyväisyyden kehittämisessä.

Louhivaara, Reetta

**Customer satisfaction in an insurance company's Employee Accident claims service**

Year	2011	Pages	62
------	------	-------	----

---

The goal of this thesis was to assess the level of customer satisfaction with the work-related accidents claim service of the Fennia Mutual Insurance Company. The research was focused on the work done by the accident daily allowance team. The main purpose of this survey was to find out how satisfied the customers are with regard to the claims process, customer service and compensation. The intention was also to use the results to improve customer satisfaction.

The inquiry was carried out via a quantitative survey research questionnaire sent by post at the start of 2010. There was also an option to respond via the internet. The questionnaire was sent out to 800 customers along with decisions regarding compensation, with half sent to policy holders and half to the insured. The survey received 85 responses, so the response rate is approximately 11 %. The research results were analyzed using crosstabs.

The theoretical framework is based on a discussion of customer satisfaction, service and quality of service especially from finance service point of view.

According to the results of the research, the majority of the customers at Fennia's work-related accidents claim service answered to the positive arguments I agree or I partly agree so the customers are quite satisfied with the claim service. For the overall rating of the satisfaction of the performance of the claims service the respondents gave a mean value of 9. Due to the small number of responses the results are somewhat tentative and no specific conclusions about the data can be made.

This research creates a good base for further research into the customer satisfaction of the claim service. At the end of this thesis some proposals for development are given, which Fennia's claim service should consider in the future while developing customer satisfaction.

Key words    customer satisfaction, service, quality, finance service

## Sisällys

1	Johdanto.....	7
1.1	Työn taustaa, tavoite ja tarkoitus .....	7
1.2	Tutkimusongelma ja aiheen rajaus.....	8
1.3	Tutkimuksen teoreettinen osa .....	8
2	Vakuuttaminen Suomessa.....	9
2.1	Tapaturmavakuutusten sisältö .....	9
2.2	Keskinäinen vakuutusyhtiö Fennia .....	10
2.3	Työtapaturmakorvaukset osasto.....	11
3	Palveluiden ominaispiirteitä .....	12
3.1	Palvelun laatu.....	14
3.2	Asiakkaan palveluodotukset .....	16
3.3	Asiantuntijapalvelut .....	17
3.4	Totuuden hetket vakuuttamisen palveluissa .....	17
3.5	Korvauspalvelu.....	18
4	Asiakastyytyväisyys finanssialalla .....	20
4.1	Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät.....	20
4.1.1	Asiakaspalvelun merkitys finanssipalveluissa .....	22
4.1.2	Tyytyväisyys ja tyytymättömyystekijät .....	24
4.1.3	Asiakkaan saama arvo.....	25
4.1.4	Tunteet ja aiemmat kokemukset .....	25
4.2	Asiakastyytyväisyyden merkitys .....	26
4.3	Asiakastyytyväisyyden mittaamisen menetelmät.....	28
5	Työtapaturmavakuutuksen korvauspalvelun asiakastyytyväisyystutkimus .....	30
5.1	Kvantitatiivinen surveytutkimus.....	30
5.2	Otanta.....	31
5.3	Kato.....	32
5.4	Kyselylomake.....	33
5.5	Ristiintaulukointi .....	35
5.6	Sisällön analyysi kvalitatiivisten vastausten osalta .....	35
5.7	Reliabiliteetti .....	36
5.8	Validiteetti .....	36
6	Tutkimustulokset.....	36
6.1	Tutkimuksen kato .....	37
6.2	Tutkimuksen reliabiliteetti.....	37
6.3	Vastaajien taustatiedot .....	37
6.3.1	Asiakassuhteen luonne - asiakkaan rooli.....	38
6.3.2	Vastaajien sukupuolijakauma ja ikäjakauma .....	38

6.3.3	Korvauspäätöksen sisältö - myönteinen vai kielteinen.....	38
6.4	Monivalintakysymykset .....	39
6.4.1	Vahinkotapahtumasta ilmoittamisen helppous .....	39
6.4.2	Palvelun ammattitaitoisuus.....	40
6.4.3	Palvelun nopeus.....	41
6.4.4	Palvelun ystävällisyys .....	43
6.4.5	Asiakkaan käsitys vakuutuksen korvausehdoista suhteessa saatuun korvauspäätökseen.....	44
6.4.6	Korvauspäätöksen perustelujen ymmärrettävyys .....	46
6.5	Asiakkaan mielestä vahinkoasian hoidossa erittäin hyvin toimineet asiat .....	47
6.6	Asiat, jotka olisi voinut toimia paremmin vahinkoasian hoidossa asiakkaan mielestä.....	48
6.7	Asiakkaiden tyytyväisyys korvauskäsittelyn toimintaan kokonaisuutena .....	48
6.8	Sanalliset vastaukset .....	49
7	Johtopäätökset .....	51
7.1	Reliabiliteetin ja validiteetin arviointia tässä tutkimuksessa .....	55
7.2	Kehitysideat.....	56
	Lähteet.....	59
	Kuvioluettelo.....	61
	Taulukot .....	61
	Liitteet.....	62

## 1 Johdanto

Riippumatta yrityksestä kaikilla on aina sama tavoite; pitää asiakas tyytyväisenä. Sillä jos asiakas ei ole tyytyväinen saamaansa palveluun tai tuotteeseen, hän helposti vaihtaa yritystä. Tänä päivänä kilpailu asiakkaista on kovaa alasta riippumatta; jokainen asiakas on kullannarvoinen ja yritykset panostavat asiakkaiden hankintaan ja säilyttämiseen paljon aikaa ja resursseja.

Keskinäinen vakuutusyhtiö Fennialla on jatkuva pyrkimys kehittää korvauspalveluaan paremmaksi, etenkin asiakastyytyväisyyden osalta. Vakuutusala on todella haastava ala asiakastyytyväisyyttä ajatellen ja etenkin vahingon korvaustilanne on kriittinen paikka asiakkaan tyytyväisyyden sekä asiakassuhteen jatkumisen kannalta, sillä korvauspalvelussa vakuutusyhtiö lunastaa palvelulupauksensa asiakkaalle (Ylikoski, Järvinen & Rosti 2006, 86). Tässä opinnäytetyössä onkin tarkoitus selvittää, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat korvauspalveluun ja miltä osin sitä voisi tulevaisuudessa kehittää.

Fennian strategiassa vuosille 2011-2015 lähdetään siitä, että Fennia hakee kannattavaa kasvua tyytyväisten asiakkaiden kautta. Fennia pyrkii alan suositelluimmaksi vakuutusyhtiöksi vuoteen 2015 mennessä. ( Kilpinen, 2011). Vuosittain toteutettava EPSI, Extended Performance Satisfaction Index, Rating - asiakastyytyväisyystutkimus (2010) on hyvä mittari kertomaan, miten lähellä Fennia on tavoitettaan olla alan suositelluin vahinkovakuutusyhtiö. Vuoden 2010 tulosten mukaan Fennia on kärjessä yritysasiakkaiden asiakastyytyväisyydessä. Tällä hetkellä edellä suosittelussa on Lähivakuutus ja A-vakuutus. Sen sijaan kotitalousasiakkaiden tyytyväisyys on laskenut kautta kaikkien yhtiöiden osalta. Asiakastyytyväisyystutkimuksen toteuttaminen on siis hyvin ajankohtainen asia yritystä ajatellen.

### 1.1 Työn taustaa, tavoite ja tarkoitus

Tämä opinnäytetyö on asiakastyytyväisyystutkimus Fennian työtaturmavakuutuksen korvauspalvelussa, jossa tutkimuksen tekijä on työskennellyt muutaman vuoden ajan. Työtaturmavakuutuksen korvauspalvelu on asiakaslähtöistä työtä ja asiakkaiden tyytyväisyyttä pyritään seuraamaan jatkuvasti asiakaspalautteiden kautta. Usein asiakkailta saatu palaute tulee suorana palautteena puhelimitse korvausasian yhteydessä. Työtaturmavakuutuksen korvauspalvelussa on lisäksi ollut jo pitkään käytössä sähköinen asiakaspalauttejärjestelmä, josta asiakasta informoidaan jokaisen kirjallisen päätöksen mukana. Käytännössä siis asiakkaalla on mahdollisuus antaa helposti palautetta Internetin kautta jokaisen kirjallisen päätöksen saatuaan. Tätä kautta saatu palaute on kuitenkin melko vähäistä. Niinpä osaston esimiestaso katsoi tarpeelliseksi toteuttaa erillisen

asiakastyytyväisyyskyselyn, jotta saataisiin selville asiakkaiden yleinen tyytyväisyyden taso. Fennian työtaturmakorvaukset-osastolla oli siis käytössä jo suoran palautteen järjestelmä mutta ei erillistä asiakastyytyväisyyskyselyä. Selvittämällä asiakkaiden näkemyksiä korvauspalvelun toimivuudesta ja epäkohdista on yrityksellä hyvät eväät kehittää palveluaan paremmaksi.

## 1.2 Tutkimusongelma ja aiheen rajaus

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää tutkimusongelma kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat työtaturmavakuutuksen korvauspalveluun. Lisäksi tutkimuksen osaongelmina pyritään selvittämään tarkemmin mitkä osat korvausprosessista toimivat ja mitkä eivät asiakkaan näkökulmasta sekä onko vakuutusnottajan ja vakuutetun tyytyväisyydessä eroa.

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää kvantitatiiviseen eli määrälliseen surveytutkimuksen avulla asiakastyytyväisyyttä korvauspalvelussa; kuinka hyvin korvauskäsittely toimii asiakkaan näkökulmasta. Tutkimuksen kohteena on Työtaturmakorvaukset-osaston päivärahatiimin asiakkaat. Tutkimuksessa selvitetään asiakastyytyväisyyttä sekä vakuutusnottajan että vakuutetun, vahingoittuneen, näkökulmasta. Tutkimuksessa kartoitetaan miltä osin asiakkaat ovat tyytyväisiä korvauspalveluun ja miltä osin korvauspalvelua pitäisi kehittää. Lisäksi tulosten perusteella tavoitteena on pohtia jatkotoimenpiteitä osaston asiakastyytyväisyyden parantamiseksi. Tutkimuksen tavoitteena on luoda pohjaa asiakastyytyväisyyden tutkimiselle Fennian korvauspalveluissa myös tulevaisuudessa.

## 1.3 Tutkimuksen teoreettinen osa

Opinnäytetyön teoreettinen osa sisältää tutkimusongelman kannalta oleelliset käsitteet ja kokonaisuudet. Teoreettisessa osassa kerrotaan asiakastyytyväisyydestä, siihen vaikuttavista tekijöistä sekä sen merkityksestä. Asiakkaan tyytyväisyys korvauspalveluun muodostuu pitkälti palveluodotuksista ja näin ollen palveluun, palvelun laatuun, asiakkaan odotuksiin sekä näkemyksiin laadusta perehdytään myös. Koska tutkimuksen kohteena on vakuutusyhtiön korvauspalvelu, on syytä myös hieman perehtyä finanssipalveluihin, työtaturmavakuutukseen sekä korvauspalveluun. Pääpaino teoriaosuudessa on kuitenkin asiakastyytyväisyyden rakentumisessa. Asiakastyytyväisyyden teorian runkoina on Ropen sekä Ylikosken, Järvisen ja Rostin käsityksiä asiakastyytyväisyydestä. Teoreettisen osan jälkeen kerrotaan asiakastyytyväisyystutkimuksesta ja sen tuloksista.



## 2 Vakuuttaminen Suomessa

Finanssipalvelut, joihin vakuutusyhtiöiden tarjoamat palvelutkin kuuluvat, ovat asiantuntijapalveluita, joiden tuottamiseen liittyy erikoisosaamista. Palveluiden kehittäminen on suunnitelmallinen ja pitkäjänteinen prosessi, jonka lopputuloksena asiakkaan talouden hoitoon on tarjolla konkreettisia ratkaisuja ja neuvoja. (Ylikoski, Järvinen & Rosti 2006, 9).

Vakuutus on vakuutuksenantajan eli vakuutusyhtiön ja vakuutuksenottajan välinen juridinen sopimus, jossa vakuutusyhtiö sitoutuu suorittamaan vakuutusmaksua vastaan korvaamaan vakuutuksenottajalle tai tämän määräämälle edunsaajalle tai vahingon kärsineelle eli vakuutetulle ehdoissa määritellyin perustein korvauksia vahingon sattuessa. Vahingon lisäksi vakuutustapahtumaan liittyy aina sattumanvaraisuus. Vakuutukset koskevat aina tapahtumia, joita ei voida ennalta arvata ja joihin monesti liittyy yllätyksellisyys. Tällaisen vahingon sattuessa vakuutuksenottajalla on määriteltujen ehtojen mukaan oikeus saada korvausta aiheutuneesta vahingosta. (Ylikoski ym. 2006, 9- 10).

Vakuutukset jaetaan yksityisvakuutuksiin ja sosiaalivakuutuksiin. Yksityisvakuutukset ovat vapaaehtoisia vakuutuksia, joille tunnusomaista on vakuutuksen hinnan määräytyminen riskiarvioiden perusteella. Yksityisvakuutukset jaotellaan edelleen henkilövakuutuksiin ja vahinkovakuutuksiin. Henkilövakuutuksia ovat esimerkiksi sairauskuluvakuutus ja tapaturmavakuutus. Sosiaalivakuutukset ovat vakuutuksia, jotka on järjestetty julkisen vallan toimenpitein turvaamaan sosiaalisia henkilöriskejä. Niille tunnusomaista on se, etteivät yksittäiset kuluttajat voi ottaa itselleen näitä vakuutuksia vaan vakuutus on joko työnantajan tai yhteiskunnan lakisääteinen velvollisuus. Tavallisimpia sosiaalivakuutuksia ovat esimerkiksi työeläkevakuutukset, työtapaturmavakuutukset ja työttömyysvakuutukset. (Ylikoski ym. 2006, 10).

### 2.1 Tapaturmavakuutusten sisältö

Tapaturmavakuutuslain mukaan työnantaja on velvollinen vakuuttamaan työntekijänsä työtapaturmien varalta. Työntekijä on henkilö, joka tekee sopimuksen perusteella työtä toiselle tämän johdon ja valvonnan alaisena ja saa työstään vastiketta. Lakisääteinen tapaturmavakuutus kattaa työ- ja virkasuhteissa olevien työtapaturmat ja ammattitaudit ja eräät opiskelu- ja hoitolaitoksissa sattuneet vakuutustapahtumat. (Kukkonen & Karmavalo 2006, 14). Yrityksessä työskentelevät yrittäjät ja itsenäiset ammatinharjoittajat voivat vakuuttaa itsensä vapaaehtoisilla vakuutuksilla. Vapaaehtoisia tapaturmavakuutuslain mukaisia vakuutuksia ovat yrittäjän henkilöturva -vakuutus, työ- ja vapaa-ajan vakuutus yrittäjälle ja hänen perheenjäsenilleen, jotka eivät kuulu lakisääteiseen tapaturmavakuutukseen, vapaaehtoinen työajan tapaturmavakuutus yrittäjälle ja hänen

perheenjäsenilleen, jotka eivät kuulu lakisääteiseen tapaturmavakuutukseen, vapaa-ajan tapaturmavakuutus yksilöllisenä nimetyille henkilöille tai ryhmävakuutuksena koko henkilöstölle tai tietyille ryhmälle sekä vapaa-ajan urheiluvakuutus ryhmävakuutuksena koko henkilöstölle. (Lakisääteiset ja vapaaehtoiset tapaturmavakuutukset, Fennia 2011)

Vuosittain Suomessa korvataan noin 120 000 työtapaturmaa ja ammattitautia ja näistä syntyvä korvauskulu on lähes 600 miljoona euroa vuodessa. Lakisääteinen tapaturmavakuutus on Suomen vanhin sosiaalivakuutus. Vakuutuksella taataan hyvä sosiaaliturva työtapaturman tai ammattitaudin jälkeen. Pääosan korvauksista muodostavat ansionmenetyksen korvaaminen työkyvyttömyysajalta sekä sairaanhoidon korvaaminen. (Kukkonen & Karmavalo 2006, 12-13).

Lakisääteinen tapaturmavakuutus on niin sanottu ensisijainen vakuutus. Ensisijaisuus tarkoittaa sitä, että muut vakuutus- ja sosiaaliturvan muodot, kuten sairausvakuutus eli Kela, odottavat ensin tapaturmayhtiön selvitystä siitä, onko kyseessä tapaturmavakuutuslain perusteella korvattava tapaturma tai ammattitauti. Jos kyseessä on tapaturma, asia käsitellään vakuutusyhtiössä. Mikäli kyseessä ei ole tällainen tapaturma tai sairaus vaan muissa olosuhteissa sattunut tapaturma tai työstä riippumaton sairaus, korvaajana on silloin Kela. (Kukkonen & Karmavalo 2006, 16).

Koska lakisääteinen tapaturmavakuutus perustuu tapaturmavakuutuslakiin sekä korvaus että vakuutusasioiden osalta, ei vakuutuksen sisällöstä tai korvauksista voida sopia millään tavoin vakuutusyhtiön ja työnantajan välillä. (Kukkonen & Karmavalo 2006, 16). Vakuutus ja sen korvaukset ovat siis vakuutusyhtiöstä täysin riippumattomia.

## 2.2 Keskinäinen vakuutusyhtiö Fennia

Fennia-ryhmä on vakuutusten ja niihin liittyvien palveluiden asiantuntija. Ryhmä tarjoaa yrityksille, yrittäjille ja kotitalouksille niiden tarvitsemat vakuutuspalvelut. Ryhmään kuuluu kolme suomalaista, keskinäisesti omistettua yhtiötä: vahinkovakuutusyhtiö Fennia, työeläkeyhtiö Eläke-Fennia ja henkivakuutusyhtiö Henki-Fennia. Fennia-ryhmä syntyi vakuutusalan uudelleenjärjestelyjen yhteydessä vuonna 1998. Sen juuret ulottuvat kuitenkin yli 120 vuoden taakse vuoteen 1882, jolloin perustettiin ensimmäinen suomalainen vahinkovakuutusyhtiö, Palovakuutusosakeyhtiö Fennia. (Fennia 2011).

Fennia-ryhmällä on pitkä historia pienten ja keskiuurten yritysten sekä yrittäjien palvelussa, johon yhtiön aikaisempi nimikin, Yrittäjien Fennia, viittaa. Fennialla on kuitenkin asiakkaina niin yksityishenkilöitä, kotitalouksia kuin kaiken kokoisia yrityksiäkin. Asiakkaita palvelee yli 60 konttoria ympäri Suomen. Tämän lisäksi asiakkaille on tarjolla puhelinpalvelu sekä verkkopalvelu.

Fennia-ryhmän yhtiöt ovat menestyneet melko hyvin varsinkin lähivuosina ja kasvattaneet kaikki markkinaosuuttaan. Tällä hetkellä Fennia vahinkovakuutusyhtiö on Suomen neljänneksi suurin vahinkovakuutusyhtiö. Fennian pahimmat kilpailijat ovat Tapiola, Pohjola sekä IF-vahinkovakuutusyhtiö. (Fennia 2011).

### 2.3 Työtaturmakorvaukset osasto

Työtaturmakorvaukset osaston toiminta keskittyy lakisääteisen tapaturmavakuutuksen sekä tapaturmavakuutuslain 57§ 1 ja 2 momentin mukaisten vapaaehtoisten vakuutuksien vahinkotapauksien korvauksiin. Korvauspalvelun toimintaa hoidetaan puhelimitse, kirjallisesti kirjeiden välityksellä sekä tänä päivänä kasvavissa määrin myös sähköpostilla. Osasto on jaettu kahteen eri käsittelypuoleen; päivärahakäsittelyyn sekä eläkekäsittelyyn. Päivärahatiimeissä käsitellään tapaturmia, jotka ovat lyhyiden, alle vuoden, työkyvyttömyyksien tai pelkkien hoitokulujen käsittelyä, joita suurin osa sattuvista tapaturmista aiheuttaa. Päivärahapuoli on jaettu pienempiin tiimeihin, jotka hoitavat erilaisia asiakasvahinkoja; erityisasiakkaat ja vapaaehtoisten vakuutusten korvaukset käsitellään omissa tiimeissä, kuten myös työkyvyttömyyden kestosta riippuen hoidetaan korvaukset kahdessa erikoistuneessa tiimissä. Työtaturmakorvaukset osastolla työskentelee yhteensä noin 50 henkilöä, joista päivärahatiimissä työskentelee noin 30 henkilöä. Eläketiimi käsittelee pitkien, yli vuoden tapaturman sattumisen jälkeen syntyviä työkyvyttömyyksiä ja hoitokuluja. Näiden määrä kaikista vahinkotapahtumista on vain noin prosentin luokkaa. Lisäksi eläketiimi käsittelee kuolemantapauksiin johtavat tapaturmat. Tällä hetkellä tapaturmaeläketiimissä työskentelee noin 15 henkilöä. Lisäksi osastolla on korvausratkaisijoiden apuna lakimiehiä sekä asiantuntijoita. ( Työtaturmakorvausosaston työnjako, Fennia 2011).

Alkuvuoden 2011 tilastojen mukaan osastolla on käsitelty yhteensä noin 5000 vahinkoa kuukaudessa. Luku sisältää myös sen, että vahinkoa on käsitelty useampaan kertaan kuukauden aikana. Hylkääviä korvauspäätöksiä annetaan noin 220 kappaletta kuukaudessa, joista suurin osa on päivärahapuolella annettuja. Päivärahapuolella hylkäävien korvauspäätösten määrä on noin 10 % luokkaa kaikista lähtevistä korvauspäätöksistä. Palautetta työtaturmavakuutuksen korvauspalveluun sähköisen palautejärjestelmän kautta tulee noin 10 kappaletta kuukaudessa. (Grönberg 2011).

### 3 Palveluiden ominaispiirteitä

Sanaa palvelu ei ole yksinkertaista määritellä koska se ei ole konkreettinen asia kuten jokin tuote vaan se sisältää monenlaisia ominaisuuksia. Ominaista palveluille on, että asiakas saa palvelusta jonkinlaista hyötyä itselleen. Palvelulla yritykset voivat erottua kilpailijoistaan ja tehdä tarjonnan asiakkaan kannalta houkuttelevammaksi. (Ylikoski 2000, 18).

Grönroos, joka on tutkinut paljon palveluja ja palvelun laatua, on määritellyt palvelun näin: ”Palvelu on ainakin jossain määrin aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa toiminnot tarjotaan ratkaisuna asiakkaan ongelmiin ja toimitetaan yleensä, muttei välttämättä, asiakkaan, palvelutyöntekijöiden ja/tai fyysisten resurssien tai tuotteiden ja/tai palveluntarjoajan järjestelmien välisessä vuorovaikutuksessa.” (Grönroos 2009, 77).

Palveluilla on tiettyjä ominaispiirteitä. Palvelut ovat aina aineettomia; palvelu syntyy vasta asiakkaan käyttäessä sitä. Näin ollen asiakkaan on vaikea arvioida saamaansa palvelua etukäteen, koska hän ei voi tarkkaan tietää palvelun sisältöä toisin kun tuotteissa. ( Ylikoski 2000, 21). Finanssipalveluiden kohdalla palvelun aineettomuus tarkoittaa sitä, ettei palvelu ole käsin kosketeltava ja konkreettinen tavara. Asiakas ostaa vakuutuksen turvaamaan mahdolliset äkilliset, ennalta-arvaamattomat tapahtumat. Vakuutusta pidetään yhtenä kaikkein aineettomimmista palveluista. Palvelu myös tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti, palvelu syntyy vasta itse palvelutapahtumassa. Usein tähän liittyy myös se, että asiakas on paikalla palvelun kulutuksen ajan. Finanssipalveluissa tämä ei kuitenkaan pidä täysin paikkaansa. Kun asiakas asioi vakuutusyhtiössä ja ostaa vakuutuksen, vakuutusturvan kulutus alkaa välittömästi. Turvaa kulutetaan kaikki ne vuodet, jolloin sopimus on voimassa. Kulutus, ja samalla myös tuotanto, jatkuu siis silloin vaikka asiakas on poistunut yhtiön toimitiloista. Kuitenkin asiakaspalvelu tuotetaan ja kulutetaan aina samanaikaisesti. ( Ylikoski ym. 2006, 14). Asiakas kuitenkin mieltää tuotantotoimenpiteiden näkyvän osan. Muista osista asiakas voi kokea vain tuloksen, mutta näkyvät toimenpiteet asiakas kokee ja arvioi pienintäkin yksityiskohtaa myöten. Laadunvalvonnan ja markkinoinnin täytyykin siis tapahtua samanaikaisesti ja samassa paikassa kun palvelun samanaikaisen tuottamisen ja kulutuksen. (Grönroos 2000, 54).

Usein palvelu sisältää usean palvelutapahtuman eli puhutaan palveluprosesseista, asiakkaan ja tarjoajan välisestä vuorovaikutuksesta. Vuorovaikutus on yleensä ihmisten välistä mutta asiakas voi olla myös vuorovaikutuksessa laitteiden ja järjestelmien kanssa. (Ylikoski 2000, 25). Grönroos (2000, 123) jakaa asiakkaan ja palveluorganisaation välisen vuorovaikutuksen neljään luokkaan: vuorovaikutusviestintä työntekijöiden ja asiakkaan kesken, vuorovaikutus erilaisten fyysisten ja teknisten resurssien kanssa kuten asiakirjojen ja automaattien, vuorovaikutus järjestelmien kanssa kuten toimitus- ja ajanvarausjärjestelmät ja

vuorovaikutus prosessissa samaan aikaan mukana olevien muiden asiakkaiden kanssa. Asiakkaan ja työntekijöiden välisissä vuorovaikutustilanteissa työntekijöiden käyttäytyminen, heidän asennoitumisensa ja sanomisensa sekä tekemisensä vaikuttavat asiakkaan saamaan palveluun. Myös asiakkaalla itsellään on vaikutusta saamaansa palveluun. Usein asiakkaan odotetaan antavan tietoja, täyttävän asiakirjoja, käyttävän automaatteja jne. Sen mukaan kuinka halukas ja valmistautunut asiakas on tekemään niin, hän parantaa tai heikentää palvelua. (Grönroos 2000, 124). Palvelun heikko laatu saattaa siis johtua myös asiakkaan ominaisuuksista. (Lillrank 2009).

Palvelutilanteet ovat myös vaihtelevia eli heterogeenisiä. Jokainen palvelutilanne on erilainen etenkin silloin, kun palvelun tuottaminen liittyy ihmisiin. Kuluttaja ei voi tietää etukäteen missä määrin inhimilliset tekijät vaikuttavat hänen sillä kertaa saamaansa palveluun tai arvioon palvelusta. Palvelujen tuottaminen ja asiakkaan tyytyväisyys riippuvat pitkälti henkilöstön toiminnasta. (Ylikoski 2000, 25). Finanssipalveluissa heterogeenisyys ei asiakaspalvelun lisäksi koske paljolti muuta; useimmat finanssipalvelut ovat pitkälle standardoituja tai ainakin ne kootaan standardoiduista elementeistä. Myös yhä useampi finanssiyhtiö on standardoimassa asiakaspalveluaan, sekä puhelimitse että kasvotusten tapahtuvaa, ja näin ollen heterogeenisyys vähenee myös asiakaspalvelussa. (Ylikoski ym. 2006, 15). Kuitenkaan yhden asiakkaan saama palvelu ei ole koskaan sama kuin seuraavan asiakkaan saama ”sama” palvelu. (Grönroos 2000, 55).

Lisäksi palvelut ovat katoavia; itse palvelutapahtuman ulkopuolella niitä ei ole olemassa. Koska palvelu syntyy vasta palvelutapahtumassa, on vaikea ennakoida kysyntää. Kysynnän ja tarjonnan yhteensovittaminen on hankalaa ja tästä johtuen asiakas voi joskus joutua odottamaan palvelua pitkäänkin. (Ylikoski 2000, 21-26). Finanssipalveluissa tämä palvelujen ominaispiirre näkyy asiakaspalvelussa, jossa asiakas voi joutua tavallisesti odottamaan palveluvuoroaan. Palvelua ei voida siis varastoida ruuhkahuippujen varalle ja näin ollen tärkeää on kapasiteetin hallinta. Vakuutus käsittelyn ruuhkat on perinteisesti hoidettu esimerkiksi käsittelyaikoja pidentämällä. (Ylikoski ym. 2006, 15).

Osa palveluista on sellaisia, että niiden ominaisuuksia on vaikea arvioida edes palvelutilanteen tai prosessin jälkeen. Grönroos (2000, 54) esittää asian hyvin: Kuinka asiakas voisi antaa selvän arvon luottamukselle tai tunteelle? Palvelun arvioinnin vaikeus koskee yleensä etenkin asiantuntijapalveluja ja yleensä sellaisia palveluja, joissa kuluttajan oma asiantuntemus on vähäinen. Tällöin kuluttaja joutuu usein tekemään arviointinsa ns. uskomusominaisuuksien perusteella. Tällä tarkoitetaan sitä, että kuluttaja vain luottaa siihen, että palvelu on oikeaa ja tarkoituksenmukaista. Uskomusominaisuudet ovat siis sellaisia ominaisuuksia, joita kuluttaja ei pysty varmuudella arvioimaan edes kokemuksen jälkeen. (Ylikoski 2000, 85-86).

### 3.1 Palvelun laatu

Palvelun merkitys suhteessa itse tuotteeseen on kasvanut voimakkaasti viime vuosina. Kun tuotteilla on yhä vaikeampaa erottua kilpailijoista, voidaan palvelulla erilaistaa tarjontaa. Kuitenkin myös palvelualoilla ydinpalveluilla erottautuminen alkaa olla vaikeaa ja näin ollen palvelun laadusta onkin tullut merkittävä kilpailukeino. Laadukkaalla palvelulla voidaan houkutella uusia asiakkaita sekä pitää nykyiset asiakkaat tyytyväisinä. (Ylikoski 2000, 117).

Puhuttaessa palvelun laadusta olisi hyvä ensin määritellä mitä laatu on. Laatu tarkoittaa yleisesti ottaen sitä, miten hyvin tuote tai palvelu vastaa asiakkaan odotuksia tai vaatimuksia eli miten hyvin asiakkaan toiveet ja tarpeet tyydyttyvät. Laatu on siis asiakkaan muodostama näkemys tuotteen tai palvelun onnistuneisuudesta. Asiakas on laadun tulkitsija ja laatua pitäisikin aina tarkastella asiakkaan näkökulmasta. (Ylikoski 2000, 118).

Laatuun liittyy myös pyrkimys ja tarve suoritustason jatkuvaan parantamiseen. Ymmärtämällä asiakasta ja markkinoita voidaan suunnitella ja kehittää toimintaa sellaiseksi, että vastaavuuksien saavutetaan. Vaatimukset laadun tasosta siis nousevat kehityksen mukana. Kehittämisimpulsseja saadaan yrityksen sisäisestä laatutyöstä sekä siihen vaikuttavat myös kilpailijoiden toiminta, innovaatiot sekä markkinoiden ja yhteiskunnan muutokset. (Lecklin 2006, 18).

Lillrankin (2009) mukaan laatu konseptina on silta ihmisten tarpeiden, halujen ja kokemusten maailman, ja toisaalta tekniikan ja talouden antamien mahdollisuuksien välillä. ”Jos estetiikka erottaa kauniin rumasta ja etiikka oikean väärästä, niin laatu erottaa hyvän huonosta”. (Lillrank 2009).

Grönroosin (2009, 121) mukaan asiakas havaitsee ensin palvelun ulottuvuuksien laadun ja tyytyväisyys tai tyytymättömyys laatuun syntyy sen jälkeen. Asiakkaan kokemaan palvelun laatuun vaikuttaa oleellisesti palveluprosessin kaikki vaiheet sekä erityisesti asiakkaan ja palveluntarjoajan väliset vuorovaikutustilanteet, joihin sisältyy totuuden hetkiä. Asiakkaan kokema palvelun laatu voidaan jakaa kahteen ulottuvuuteen, toiminnalliseen eli prosessiulottuvuuteen ja tekniseen eli lopputulosulottuvuuteen. Asiakkaan näkökulmasta sillä, mitä hän saa vuorovaikutuksen seurauksena yritykseltä, on suuri merkitys koettuun palvelun laatuun. Tämä palvelutuotantoprosessin lopputuloksen tekninen laatu ei kuitenkaan ole ainoa asiakkaan laatuikäilykseen kriittisesti vaikuttava ulottuvuus. Sen lisäksi asiakkaan laatuikäilykseen vaikuttaa vahvasti koko palveluprosessi, se millä tavalla prosessin lopputulos on hänelle toimitettu. Palveluntarjoajan kanssa koetut vuorovaikutustilanteet vaikuttavat asiakkaan muodostamaan käsitykseen palvelun laadusta. Tätä prosessin vaikutusta laatuun kutsutaan prosessin toiminnalliseksi laaduksi. Näiden kahden ulottuvuuden lisäksi

asiakkaan näkemykseen laadusta voi vaikuttaa yrityksen tai tietyn toimipisteen imago. (Grönroos 2009, 100-102).

Vakuutusten kohdalla tekninen laatu tarkoittaa sitä, mitä asiakas vakuutuksen ottaessaan saa. Tähän kuuluu vakuutusturva ja sen ylläpitäminen, turvallisuuden edistäminen sekä korvaus vahinkotapahtumasta. Asiakas kokee teknisen laadun hyväksi, mikäli vakuutusturva vastaa asiakkaan tarpeita. Toiminnallinen laatu koostuu taas kaikkea vakuutusturvan ja sen ylläpitämiseen liittyvistä asioista kuten korvaustoiminnasta ja lisäetuihin liittyvästä asiakaspalvelusta. Toiminnalliseen laatuun kuuluu myös kaikki yhteydenpito asiakkaaseen vakuutusturvan voimassaoloaikana. (Ylikoski 2000, 118-119).

Palvelun toiminnallisessa laadussa on havaittavissa erinäisiä laatutekijöitä, joista Ylikoski (2000, 126) käyttää nimeä palvelun laadun ulottuvuudet. Palvelun laatua arvioidessaan asiakas muodostaa käsityksen laadun ulottuvuustekijöiden perusteella. Palvelun täytyy olla luotettavaa, joka tarkoittaa palvelusuorituksen johdonmukaisuutta ja virheettömyyttä. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakaspalvelija suorittaa palvelun oikein heti ensimmäisellä kerralla ja pitää lupauksensa. Luotettavuus on tärkein kriteeri asiakkaan arvioidessa palvelun laatua. Luotettavuuteen liittyvänä asiana myös uskottavuus, pätevyys ja turvallisuus ovat tärkeitä tekijöitä. Saavutettavuus eli helppo yhteydenotto on tärkeä tekijä kuin myös sitä seuraava reagointialttius ja viestintä. Asiakkaalle täytyy puhua sellaista kieltä, jota nämä ymmärtävät. Lisäksi on tärkeää kuunnella ja ymmärtää asiakasta sekä olla kohtelias. Myös palveluympäristö vaikuttaa asiakkaan arvioon palvelun laadusta. Konkreettisten tilojen sekä henkilöstön olemuksen lisäksi asiakas arvioi myös palvelun fyysisiä tunnuksia kuten tiliotetta tai muuta asiakirjaa (Ylikoski 2000, 126-129).

Yrityksen järjestelmät ja rutiinit vaikuttavat palvelun kulutukseen ja tehtävien suorittamiseen ja näin ollen myös palvelun laatuun. Järjestelmien ja rutiinien palvelukeskeisyydessä voi olla suuriakin eroja. Asiakkaan täytettäväksi tuleva monimutkainen lomake muodostaa järjestelmän, joka ei ole palvelukeskeinen. Tämä voi taas johtaa siihen, että palvelun laatu koetaan huonommaksi. Eri järjestelmillä ja rutiineilla on kaksijakoinen vaikutus palvelun laatuun. Ne vaikuttavat suoraan asiakkaiden kokemaan laatuun, koska asiakkaiden täytyy olla vuorovaikutuksessa järjestelmien kanssa. Jos järjestelmä koetaan miellyttäväksi, se ovat luultavasti palvelukeskeinen. Lisäksi järjestelmillä ja rutiineilla on sisäinen vaikutus työntekijöihin. Jos jotain järjestelmää pidetään vanhentuneena tai ei-palveluhenkisenä, järjestelmää käyttävät työntekijät turhautuvat, joka taas heikentää motivaatiota. (Grönroos 2000, 269).

### 3.2 Asiakkaan palveluodotukset

Asiakkaan laatukokemuksessa odotuksilla on suuri merkitys. Peilaamalla odotuksia ja kokemusta keskenään asiakkaalle muodostuu käsitys siitä, millaista laatua hän on saanut. Asiakas arvioi palvelua koko palveluprosessin ajan sekä sen jälkeen. Jos odotukset täyttyvät, laatu on asiakkaan mielestä hyvää tai hyväksyttävää. Jos taas odotukset alitetaan, koetaan laatu huonoksi. Asiakkaan odotukset saattavat myös olla epärealistisen korkealla, jolloin laatu koetaan alhaiseksi, vaikka laadussa ei objektiivisesti arvioiden olisi vikaa. Asiakkaan näkökulmasta palvelu on ihanteellista silloin, kun se ylittää odotukset. (Ylikoski 2000, 120).

Asiakkaan odotuksiin vaikuttavat ainakin aiemmat kokemukset, asiakkaan tarpeet, yrityksen imago, kilpailevat palveluntarjoajat sekä muiden ihmisten suositukset tai moitteet. Myös tilannetekijät vaikuttavat asiakkaan odotuksiin. Poikkeukselliset tilanteet voivat joko nostaa tai laskea palveluodotuksia. Ikävät tapahtumat herkistävät kuluttajaa odottamaan huomaavaisempaa ja nopeampaa palvelua. Myös mikäli asiakas kokee, ettei hänellä ole muita vaihtoehtoja käytettävissä, määrittelee tilanne hänen palveluodotuksiaan. (Ylikoski 2000, 123-125). Odotukset liittyvät yleensä palvelun laatuun, ratkaisujen toimivuuteen, ammattimaisuuteen ja asiantuntemukseen, uskottavuuteen, osaamiseen ja yhteistyökykyyn. (Lecklin 2006, 91).

Grönroosin (2009, 105-106) mukaan laatu on hyvä, kun koettu palvelun laatu vastaa asiakkaan odotuksia. Grönroos käyttää tästä käsitettä koettu kokonaislaatu, joka sisältää odotetun laadun sekä koetun laadun. Koettu kokonaislaatu ei sisällä ainoastaan laadun teknistä ja toiminnallista ulottuvuutta vaan pikemminkin odotetun ja koetun laadun välisen kuilun. Mitä lähempänä toisiaan asiakkaan odotukset ja kokemukset ovat, sen pienempi kuilu näiden välillä on.

Asiakkaan odotukset ovat Ylikosken ym. (2006, 66-67) mukaan kaksitasoisia. Riittävä taso on taso, jonka asiakas hyväksyy. Toivottu taso taas on yhdistelmä siitä, mitä palvelun pitäisi asiakkaan mielestä olla ja minkä asiakas uskoo olevan mahdollista. Näiden kahden tason väliin jäävää aluetta kutsutaan hyväksyttävän laadun alueeksi. Tällä alueella asiakas kokee laadun hyväksi. Kun palvelu pysyy asiakkaan mielestä riittävän ja toivotun tason välisellä alueella, asiakas on tyytyväinen palvelun laatuun. Ihanteellista asiakkaalle on, jos palvelu on asiakkaan toivomaa tasoa parempaa. Yrityksen kannalta on kuitenkin taloudellisesti kannattavampaa, ettei asiakkaan odotuksia ylitetäkään vaan pysytään asiakkaan hyväksymän laadun alueella. Lisäksi asiakas voi kokea laadun tarpeettoman hyväksi ja tuntea maksavansa liiallisesta laadusta, jos odotukset ylittyvät suuresti.



Keskinäinen vakuutusyhtiö Fennian toimitusjohtaja Kuljukka (2011) on kuvannut hyvin vakuutuksen hankaluutta palveluna ja asiakkaan odotuksiin nähden: ”Usein palvelun laatu on arvioijan mielestä hyvää vasta silloin, kun koettu laatu vastaa odotuksia. Vakuutusta ottaessaan ihminen ei kuitenkaan toivo, että hänelle tapahtuu jotain epämiellyttävää. Odotuksiin vastataan päivittäin palvelutilanteissa, joissa on hyvin paljon erilaisia inhimillisiä asioita mukana. Toisesta totuuden hetkestä, korvauspalvelusta ei anneta rasti ruutuun - menetelmällä arvosanoja sen mukaan, oliko ruoka kylmää vai lämmintä. Kun talo palaa, on kyseessä iso inhimillinen hätä. Tähän hätään pitää myös palvelussa osata antaa turvaa.” (Kuljukka 2011).

### 3.3 Asiantuntijapalvelut

Vakuutuspalvelut ovat asiantuntijapalveluja. Asiantuntijapalvelut ovat sellaisen työn suorittamista asiakkaan puolesta, joita hän ei itse osaa tai pysty tekemään. Asiantuntijapalvelut ovat poikkeuksellisen tiedon, taidon ja tunteiden käsittelyä. Ne ovat vaativia palveluja ja asiantuntijoilta vaaditaan yleensä pitkää ammatillista koulutusta, laajaa kokemusta ja paneutumista asiakkaiden ongelmiin. (Järvinen & Heino 2004, 9). Yleensä palveluun liittyy neuvojen antaminen ja siinä keskitytään asiakkaan jonkin ongelman ratkaisuun. (Ylikoski 2000, 27).

Asiantuntijapalvelut ovat hyödyn maksimointia tai riskin minimointia. Asiakkaan ja asiantuntijan välinen luottamus on tällöin erityisen tärkeää, koska puhutaan asiakkaalle elintärkeistä asioista kuten varallisuudesta, terveydestä tai taloudellisesti tulosta. Asiakkaan täytyy saada asiantuntijasta tunne, että hänen asiaansa hoidetaan parhaalla mahdollisella tavalla ja asiaosaaminen on korkeaa. Joskus asiakkaan ja asiantuntijan välinen osaamisero voi olla niin suuri, että asiakas voi olla jopa täysin asiantuntijan osaamisen varassa. Tällöin tärkeää on asiakkaan informointi, huomaavaisuus sekä asiakaslähtöinen kieli. (Sipilä 1998, 12-17). Asiantuntijan täytyy siis osata kertoa asioista asiakkaan ymmärtämällä tavalla, jotta luottamus on korkealla ja asiakas on tyytyväinen ostamaansa asiantuntijuuteen.

### 3.4 Totuuden hetket vakuuttamisen palveluissa

Tilanteet, joissa asiakas ja palveluntarjoaja ovat vuorovaikutuksessa, kutsutaan totuuden hetkiksi. Totuuden hetken käsite tarkoittaa sananmukaisesti sitä, että palveluntarjoajalla on tässä ja nyt mahdollisuus osoittaa asiakkaalleen palvelun laatu. Asiakas kokee monia totuuden hetkiä palveluprosessin tai asiakassuhteen aikana ja nämä ovat laatukokemuksen kannalta ratkaisevia. (Grönroos 2009, 111). Jos asiakas on kokenut saamansa palvelun laadun huonoksi, on liian myöhäistä ryhtyä korjaustoimenpiteisiin. Sitä varten on luotava uusi totuuden hetki. Palvelun tarjoaja voi esimerkiksi ottaa yhteyttä asiakkaaseen korjatakseen

virheen tai selittääkseen, miksi asiat eivät sujuneet niin kuin olisi pitänyt. Luultavasti tehokkaampaa kuitenkin on hyvin hoidettu totuuden hetki. (Grönroos 2000, 68-69).

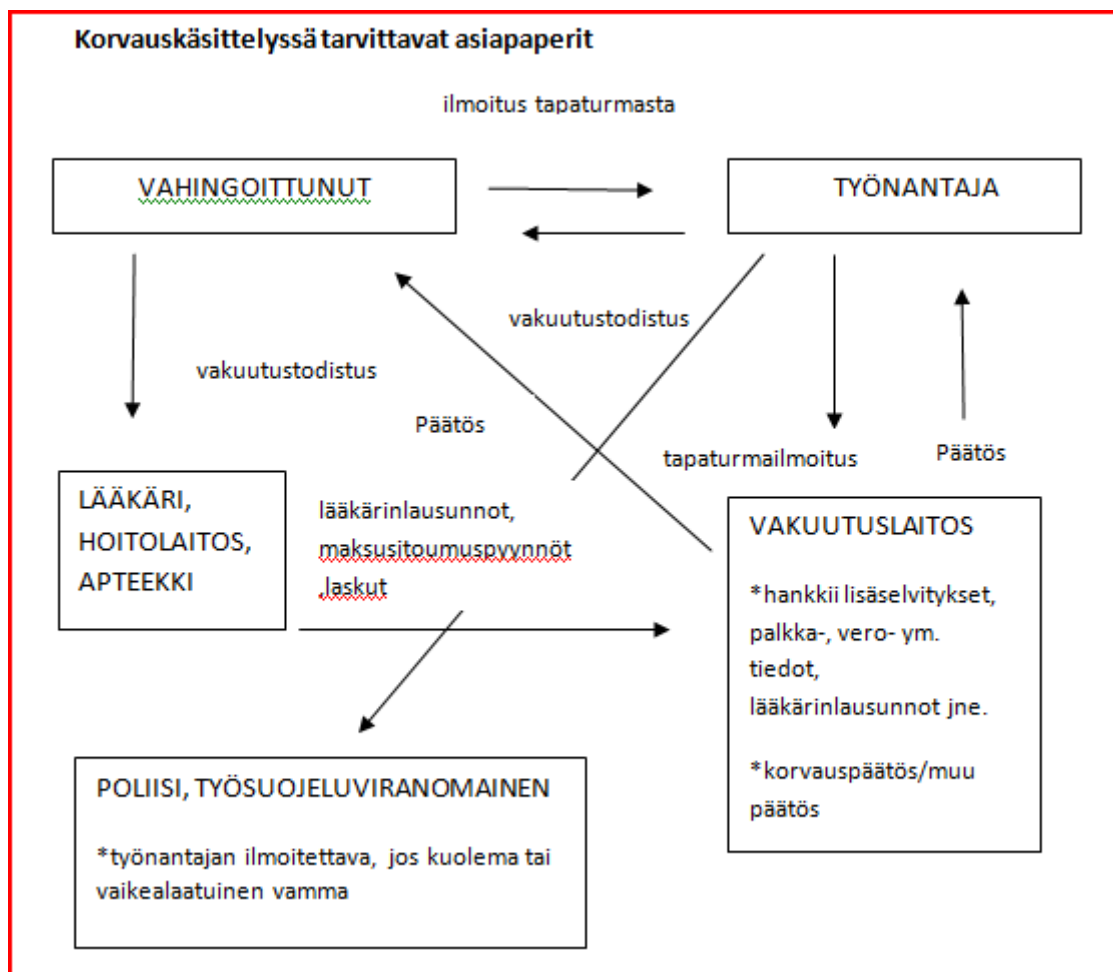
Vakuuttamisen liiketoiminnassa on palvelun kannalta kaksi totuuden hetkeä. Ensimmäinen on se, kun asiakas kertoo tarpeistaan ja pyytää tarjouksen vakuutusturvalleen. Tähän ensimmäiseen hetkeen on syytä käyttää aikaa ja asiantuntemusta jotta vakuuttaja osaa tarjota asiakkaalle oikean laajuista ja kattavaa turvaa. Asiakas voi siten itse päättää, mikä riskin ja vastuun hän haluaa itse kantaa. Toinen totuuden hetki on korvauspalvelu. (Kuljukka 2011).

### 3.5 Korvauspalvelu

Työtapaturmakorvauksia haettaessa ja käsiteltäessä on mukana tämän vakuutusjärjestelmän kolme osapuolta eli työnantaja, työntekijä ja vakuutuslaitos. Ylikosken ym. (2006, 86) mukaan korvauspalvelu käynnistyy, kun asiakas ilmoittaa sattuneesta vahinkotapahtumasta vakuutusyhtiölle. Yleisemmin tämä tapahtuu täyttämällä vahinkoilmoitus ja toimittamalla se vakuutusyhtiöön. Korvauspalvelu voidaan jakaa kahteen eri vaiheeseen, selvitysvaiheeseen ja suoritusvaiheeseen. Selvitysvaiheeseen kuuluu mm. vahingon tarkastus ja korvausmäärän määrittely sekä viranomaistodistuksen hankinta, jonka perusteella vakuutusehtojen mukainen korvaus suoritetaan asiakkaalle. Suoritusvaiheessa asiakasta informoidaan korvauspäätöksestä sekä annetaan ohjeet, miten asiakas voi valittaa, mikäli on tyytymätön saamaansa päätökseen. Korvaus kuuluu myös suoritusvaiheeseen. Korvauspalvelu on vakuutuksen elinkaaren kriittisin vaihe, koska siinä vakuutusyhtiö lunastaa palvelulupauksensa asiakkaalle. (Ylikoski ym. 2006, 86). Ottaen huomioon tämän sekä Kuljukan (2011) väitteen vakuuttamisen liiketoiminnan totuuden hetkistä voidaan sanoa korvauspalvelun olevan yksi tärkeimmistä totuuden hetkistä vakuutuksen ja asiakkaan elinkaareissa.

Korvauskäsittelyssä tarvitaan erilaisia asiapapereita ja selvityksiä ja kaikilla osapuolilla on omat velvollisuudet tiedon saannin ja luovuttamisen suhteen (kuvio 1). Tapaturman satuttua työntekijä ilmoittaa siitä työnantajalle. Työnantaja antaa vahingoittuneelle vakuutustodistuksen, josta ilmenee työnantajan tapaturmavakuutusyhtiö. Todistuksella vahingoittunut saa hoidon ja lääkkeen maksutta hoitolaitoksesta ja apteekista. Jotta korvausasia vakuutusyhtiössä käynnistyy, tekee työnantaja vakuutusyhtiölle työtapaturmailmoituksen. Pienissä tapaturmissa, joissa maksetaan vain sairaanhoitokuluja, riittää korvauksen selvitykseksi pelkkä vakuutustodistus. Tapaturmailmoituksen ja vakuutustodistuksen tekoon on nykyisin monia tapoja, paperilomakkeen täyttämisestä sähköisiin ilmoituksiin. Asian korvattavuuden ratkaisemista varten vakuutusyhtiö tarvitsee lisäksi myös vahinkoasiasta riippuen erilaisia asiakirjoja viranomaistahoilta tai hoitolaitoksilta. Vakuutusyhtiöllä on lakiin perustuva oikeus saada näiltä tahoilta selvitykset suoraan.

Korvattavuuden ratkaisemiseksi pyydetään usein myös lisäselvityksiä vahingoittuneelta sekä työnantajalta. (Kukkonen & Karmavalo 2006, 135-136). Korvauskäsittelyssä on monta eri tahoja vuorovaikutuksessa keskenään erilaisten rutiinien ja järjestelmien kautta ja näiden kaikkien osapuolien osallistuminen vaikuttaa palvelun laatuun. (Grönroos 2000, 269).



Kuvio 1. Korvauskäsittelyssä tarvittavat asiapaperit. (Kukkonen & Karmavalo 2006, 135).

Korvauspalveluiden tavoitteena on

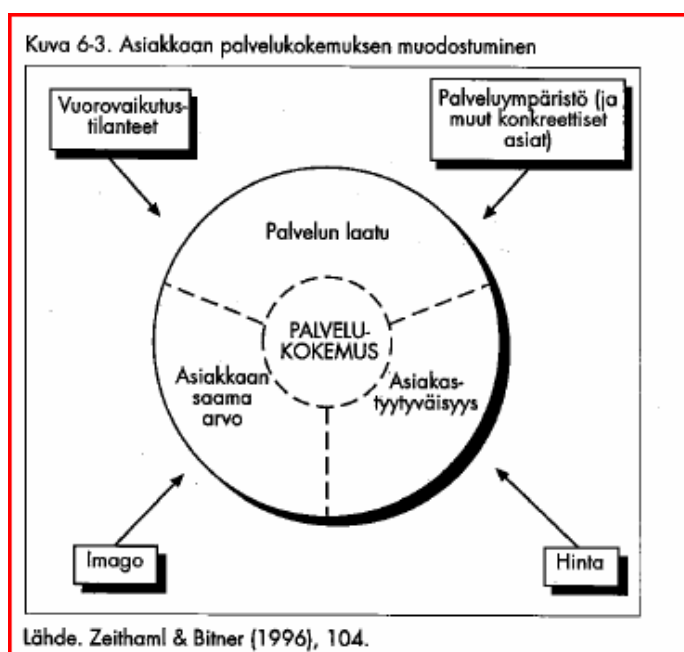
- Tehdä oikeita, lainmukaisia, oikeudenmukaisia ja perusteltuja päätöksiä
- Antaa korvauspäätös viipymättä
- Maksaa riidattomat korvaukset heti
- Hoitaa korvauskäsittely ymmärrettävästi, nopeasti ja vaivattomasti
- Olla aktiivisesti yhteydessä asiakkaaseen
- Noudattaa sovittuja korvauskäsittely- ja tiimipolisääntöjä (Fennia, 2011)

Espi Ratingin asiakastytyväisyystutkimuksen (2010) mukaan korvauspalveluun tyytyväisimmät yritysasiakkaat ovat Lähivakuutuksessa sekä heti toiseksi tyytyväisemmät ovat Fenniassa sekä A-vakuutuksessa. Kuitenkin yksityisasiakkaiden tyytyväisyydessä korvauspalveluun Fennia on

tällä hetkellä häntäpäässä vertailtaessa muihin alan yrityksiin. Fennia on ollut vahvasti yrityskeskeinen yhtiö alun alkaen (Fennia 2011) ja saattaaahan olla, että tällä on oma vaikutuksensa yritysten asiakassuhteeseen suhteessa yksityisasiakkaisiin.

#### 4 Asiakastyytyväisyys finanssialalla

Asiakastyytyväisyys on keskeinen mittari selvittäessä yrityksen menestymahdollisuuksia nyt ja tulevaisuudessa. (Rope & Pöllänen 1998, 58). Käytettyään palvelua asiakas on joko tyytyväinen tai tyytymätön. Jos laatu on hyvää, on asiakas yleensä tyytyväinen. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttaa kuitenkin palvelun laadun lisäksi muut palvelukokemukseen liittyvät asiat. (Ylikoski 2000, 149). Jokaisessa vuorovaikutustilanteessa asiakas kohtaa kaikki kuviossa (2) esitetyt laatutekijät, jotka Zeithaml ja Bitner (1996, 104) ovat määritelleet. Vuorovaikutustilanteet, palveluympäristö, organisaation imago ja palvelusta peritty hinta vaikuttavat palvelukokemukseen. Ne vaikuttavat laatuun, tuottavat asiakkaalle lisäarvoa ja luovat asiakastyytyväisyyttä. Palvelusta riippuen laatutekijät vaikuttavat eri painoarvoin asiakkaan arvioon palvelukokemuksesta. (Ylikoski 2000, 153).



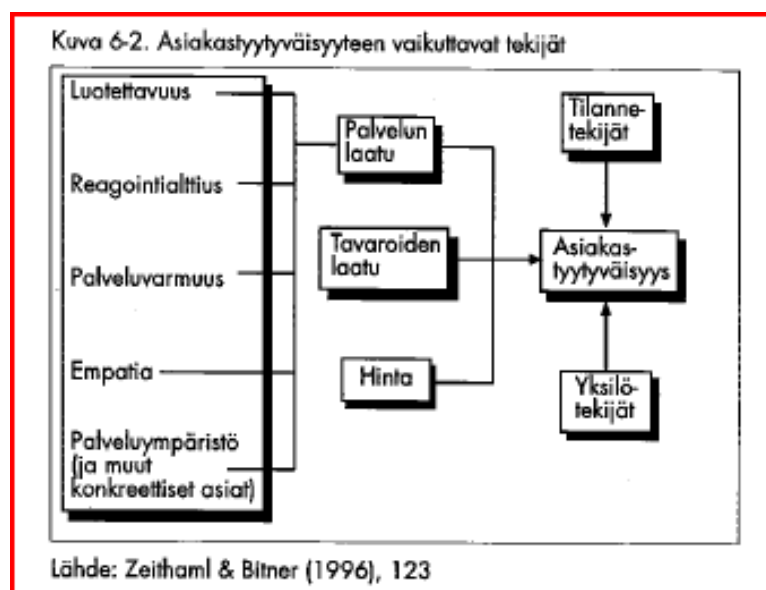
Kuvio 2. Asiakkaan palvelukokemuksen muodostuminen (Zeithaml & Bitner 1996, 104).

##### 4.1 Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät

Kun halutaan vaikuttaa asiakkaan tyytyväisyyteen, etsitään sellaisia konkreettisia ja abstrakteja palvelun ominaisuuksia, jotka tuottavat asiakkaalle tyytyväisyyttä.

Palveluorganisaatio pyrkii vaikuttamaan palvelun laatutekijöihin, koska juuri ne luovat asiakastyytyväisyyttä. (Ylikoski 2000, 152). Palvelun laadun vaikutusta asiakastyytyväisyyteen

käsiteltiin jo aikaisemmin. Sen lisäksi asiakastytyväisyyteen vaikuttaa myös moni muu asia (kuvio 3), jotka Zeithaml & Bitner (1996, 123) ovat alun perin määritelleet. Tilannetekijät, kuten asiakaan kiire, sekä asiakkaan yksilölliset tekijät, kuten kuluttajan taloudellinen tilanne, jäävät palveluorganisaation vaikutusmahdollisuuksien ulkopuolelle. Palveluun mahdollisesti liittyvien tavaroiden laatu sekä hinta vaikuttavat myös asiakastytyväisyyteen. (Ylikoski 2000, 152-153).



Kuvio 3. Asiakastytyväisyyteen vaikuttavat tekijät (Zeithaml & Bitner 1996, 123).

Tarkasteltaessa finanssialan asiakkaiden tyytyväisyyttä se perustuu finanssipalveluihin sekä niiden käyttöön liittyviin sopimuksiin ja palveluprosessissa koettuun asiakaspalveluun. Myös hyväksi koettu asiakassuhde lisää asiakastytyväisyyttä. Finanssipalveluissa olisikin syytä tarkastella erikseen kaikkia tyytyväisyyden osatekijöitä; asiakassuhdetta, varsinaisia finanssipalveluita ja asiakaspalvelutilanteita. Asiakaan käyttämien finanssipalveluiden ominaisuudet, asiakaspalvelutilanteet sekä asiakassuhteen tuomat lisäedut vaikuttavat siihen, onko asiakas tyytyväinen. Asiakas voi olla tyytyväinen asiakassuhteeseen ja asiakaspalveluun vaikka jokin yksittäinen palvelutapahtuma ei olisikaan odotusten mukainen. Myös palvelun käyttämiseen liittyvät olosuhteet, kuten toimintatavat ja itsepalveluautomaatit, vaikuttavat palvelukokemukseen. (Ylikoski ym. 2006, 55-56).

EPSI Rating -asiakastytyväisyystutkimukseen (2010) vastanneiden mukaan asiakastytyväisyyden avaimet ovat läheisyydessä asiakkaisiin, asiakasymmärryksessä ja kommunikoinnissa. Erittäin iso vaikutus asiakkaaseen voidaan tehdä kommunikoimalla hyvin ja ymmärrettävästi erityisesti vaikeissa tilanteissa. Valitusten käsittely yhdistettynä valittajien lukumäärään on tärkeä seikka, joka näkyy heti asiakasuskollisuudessa.

#### 4.1.1 Asiakaspalvelun merkitys finanssipalveluissa

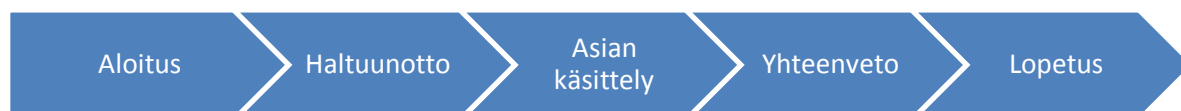
Asiakaspalvelu on suppeasti määriteltynä palvelua, jota asiakas saa palvelutilanteessa. Asiakaspalvelua voidaan kuitenkin tarkastella myös laajemmasta näkökulmasta, jolloin se kattaa asiakkaan kokonaisvaltaisen huolenpidon, niin yksittäisissä palvelutilanteissa kun myös kokonaisuudessaan asiakassuhteen hoitamista parhaalla mahdollisella tavalla. (Ylikoski ym. 2006, 14).

Ylikoski ym. (2006, 56) ovat listanneet asiat, jotka vaikuttavat finanssialalla asiakaspalvelutilanteessa asiakkaan tyytyväisyyteen. Näitä ovat tyytyväisyys finanssipalveluun, jota asiakas on käyttämässä tai hankkimassa, tyytyväisyys lisäpalveluihin ja erilaisiin asiakassuhteen tuomiin etuihin, tyytyväisyys palveluympäristöön sekä tyytyväisyys siihen, miten asiakkaasta pidetään huolta (tunnetyytyväisyys).

Usein finanssiyhtiössä huolenpidon alue jää heikoimmalle huomiolle, vaikka se tarjoaisi eniten mahdollisuuksia erottautua kilpailijoista ja sitouttaa asiakkaat. Asiakas kokee yhtiön huolenpidon erityisesti asiakkaan ja asiakaspalvelijan vuorovaikutustilanteiden kautta. Asiakkaan palvelun laadusta saaman kokonaiskuvan muodostumisessa huolenpidon tunteella on keskeinen vaikutus. Vaikka itse palvelu sinänsä on aineetonta, asiakas voi havaita asiakkaasta välittämisen. (Ylikoski ym. 2006, 57). Empatia ja kyky asettua asiakkaan tilanteeseen ovat siis tärkeitä ominaisuuksia asiakaspalvelussa.

Asiakaskohtaukset ovat finanssiyhtiön totuuden hetkiä. Asiakaspalvelun rooli korostuu finanssialalla, koska palvelut saattavat olla asiakkaalle monimutkaisia tai vaikeaselkoisia. Asiakaspalvelutilanteissa, totuuden hetkissä, asiakas luo kuvaa yrityksestä asiakaspalvelijan kautta sekä tyytyväisyys palvelun laatuun muodostuu osittain tyytyväisyydestä asiakaspalvelijan toimintaan. Asiakkaalle yhtiö on yhtä kuin häntä palveleva asiakaspalvelija. (Ylikoski ym. 2006, 96). Asiakaspalvelun roolia asiakkaan tyytyväisyyden tekijänä ei voida siis väheksyä. Asiakaspalvelijoilla on tärkeä tehtävä asiakkaan tyytyväisyyden muodostumisessa ja tähän yrityksen olisikin tärkeää panostaa.

Ylikoski ym. (2006, 105) ovat kuvanneet ammattimaisen ja tehokkaan asiakaspalvelutilanteen eli prosessin vaiheet. Palveluprosessissa palvelun tavoitteet ja toimenpiteet ovat erilaisia prosessin eri vaiheissa. Palveluprosessi voidaan erotella viiteen erilaiseen vaiheeseen, jotka kaikki vaikuttavat palvelun kokonaisuuden onnistumisessa (kuviokuva 4). Yhtä lailla korvauspalvelussa on erotettavissa nämä palveluprosessin vaiheet.



Kuvio 4. Palveluprosessi. (Ylikoski ym. 2006, 105)

Aloituksessa ratkaisevaa on myönteisen tunnetilan syntyminen. Tähän asiakaspalvelija voi vaikuttaa ystävällisyydellä ja palveluhalukkuudella. Myös prosessin aloituksen helpous vaikuttaa asiakkaan arvioon palveluprosessissa. Haltuunotossa asiakaspalvelija tiedustelee asiakkaan asiaa ja viestii olevansa asiakasta varten. (Ylikoski ym. 2006, 105)

Tärkeää korvauspalvelussa on sujuvan aloituksen jälkeen viestiä asiakkaalle, että asia on otettu haltuun asiantuntevasti ja asiakkaan asia koetaan tärkeäksi.

Varsinaisessa asian käsittelyssä esitetään tarkentavia kysymyksiä, tehdään ratkaisuehdotus ja perustellaan se asiakkaalle ja vastataan asiakkaan esittämiin vastaväitteisiin ja kysymyksiin. Tämän jälkeen tehdään yhteenveto sovitusta asioista. (Ylikoski ym. 2006, 105).

Korvauskäsittelyssä asian käsittelyvaiheessa pyydetään yleensä asiakkaalta sekä hoitolaitokselta ja työnantajilta lisäselvityksiä sekä mahdollisesti selvitetään asiaa lisätutkimusten kautta. Yhteenvetovaiheessa asia ratkaistaan ja lähetetään varsinainen korvauspäätös asiakkaalle. Asiakkaan on tärkeä jo yrityksenkin kannalta ymmärtää ratkaisun perustelut, jotta asiakas kielteisenkin korvauspäätöksen saatuaan tietää ja ymmärtää syyt siihen. Haastavinta asiakaspalvelussa ovatkin nämä tilanteet, joissa asiakas ei ole ymmärtänyt saamansa päätöksen perusteluita ja asiakaspalvelijan täytyy kaikin keinoin pyrkiä selventämään päätöksen perustelut, jotta asiakas käsittää ja hyväksyy päätöksen.

Palvelu päättyy lopetukseen, jossa asiakaspalvelija tilanteen mukaan esimerkiksi kiittää asiakasta vaivannäöstä tai yhteydenotosta. (Ylikoski ym. 2006, 106). Korvauskäsittelyssä asiakasta informoidaan korvauspäätöksen lähettämisen yhteydessä sekä asiakkaan yhteydenottotilanteissa muutoksenhausta sekä muista mahdollisista jatkotoimenpiteistä.

Aina palvelutilanteet eivät onnistu halutulla tavalla ja tämä aikaansaa asiakkaan tyytymättömyyttä. Syytä asiakaspalvelun tyytymättömyyteen voi olla esimerkiksi juuri tilanteet, joissa asiakas ei ymmärrä termejä, joita asiakaspalvelija käyttää tai asiakkaan palveleminen robottimaisesti. Epäonnistuneissa asiakaspalvelutilanteissa asiakkaan tyytyväisyyden kannalta kriittisiä tilanteita ovat asiakaspalvelijan suhtautuminen tapahtuneeseen virheeseen, palvelun hitauteen ja asiakkaan erityistoivomuksiin. Jos tällaiset ongelmatilanteet hoidetaan hyvin, asiakkaan tyytyväisyyttä ei vaaranneta. (Ylikoski ym. 2006, 58).

#### 4.1.2 Tyytyväisyys ja tyytymättömyystekijät

Ropen ja Pöllänen (1998, 29) mukaan sana tyytyväisyys viittaa tyytyväisyysasteeseen ulottuvuudella tyytyväinen-tyytymätön. Tyytyväisyyden vastaparina ovat aina henkilön odotukset ja henkilöstö-, tuote-, tukijärjestelmä- ja/tai miljöökontaktissa syntyvät kokemukset. Tarkasteltaessa tyytyväisyyden ja tyytymättömyyden aiheuttajia, voidaan huomata, ettei tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä eivät aina tuota samat toiminnot. Samoin erilaiset tilanteet ja erilaiset asiakkaat vaikuttavat siihen, mitkä tekijät aiheuttavat tyytyväisyyttä ja mitkä tyytymättömyyttä. Näistä erilaisista tekijöistä Rope & Pöllänen (1998, 166) ovat tehneet karkean kahtiajaon (kuvio 5).

Tyytyväisyystekijä	Tyytymättömyystekijät
<ul style="list-style-type: none"> <li>Poikkeuksellisen hyvä henkilökohtainen asiakaspalvelu</li> <li>Tilannekohtainen asiakkaan ongelmatilanteen mallikas hoitaminen</li> <li>Yllättävän, ylimääräisen positiivisen elementin antaminen tuotteen mukana</li> <li>Poikkeuksellisen hyvin hoidettu valitus</li> <li>Neuvon antaminen asiakkaan ongelmatilanteen kuntoon saamiseksi</li> <li>Asiakkaan pyytämä ratkaisua positiivisemmän (=edullisemmän/laadukkaamman) ratkaisun tarjoaminen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sovittujen asioiden pettäminen esimerkiksi aikataulu, tuoteominaisuudet, toimitusvarmuus</li> <li>Epätasainen toimintataso/ alle imagon-odotusten jäävä toiminta</li> <li>Hintaan laitettavat lisukkeet (pienlaskutuslisä yms.), joista asiakas ei ollut etukäteen tietoinen</li> <li>Asiakkaalle maksun yhteydessä ilmitulleet suuret hintojen nousut</li> <li>Valitusten käsittelemättä jättäminen/ niistä tiedottamattomuus</li> <li>Asiakkaan pyyntöihin (esim. soittopyyntö) reagoimattomuus</li> </ul>

Kuvio 5. Tyytyväisyyden ja tyytymättömyyden aiheet (Rope & Pöllänen 1998, 166).

Tarkastelemalla tyytyväisyyden ja tyytymättömyyden aiheita voidaan huomata, että ne eivät ole toistensa vastakohtia. Ei siis ole niin, että jonkin tekijän aiheuttaessa tyytymättömyyttä vastaavasti saman tekijän toimivuus tuottaisi tyytyväisyyttä. (Rope & Pyykkö 2003, 360). Esimerkiksi asiakkaan tekee tyytyväiseksi yllättävä, ylimääräinen elementti tuotteen mukana mutta tyytymättömyyttä taas saa aikaiseksi se, jos hintaan laitetaan lisukkeita, joista asiakas ei ollut etukäteen tietoinen. Asiakkaan kokema tyytyväisyys tarkoittaa aina odotusten



ylittymistä eikä vain odotusten täyttymistä. Tyytymättömyys puolestaan on seurausta ennakko-odotusten alittumisesta tai lupausten pitämättömyydestä. Kokonaistyytyväisyys muodostuu aina odotustason tekijöiden täyttymisasteesta sekä tyytyväisyys- ja tyytymättömyystekijöiden keskinäisestä suhteesta. (Rope & Pyykkö 2003, 360).

#### 4.1.3 Asiakkaan saama arvo

Asiakkaan palvelukokemukseen vaikuttaa myös asiakkaan saama arvo. Tällä tarkoitetaan sitä lisäarvoa, jonka asiakas kokee saavansa käyttämästään palvelusta. Palvelukokemukseen vaikuttaa se, paljonko asiakas kokee panostavansa palvelun saamiseen verrattuna siitä saamaansa hyötyyn. Vertaillessa hyötyjä ja kustannuksia kuluttajalle syntyy mielikuva siitä, mikä palvelun hänelle tuottama arvo on. (Ylikoski 2000, 153-154). Hyvä esimerkki asiakkaan saamasta lisäarvosta voisi olla työtaturmavakuutuksen korvauspalvelussa asiakkaalle tarjottava laaja yhteistyökumppaniverkko, jolloin asiakas voi valita käyttämänsä hoitolaitoksen itse, esimerkiksi sen sijainnin tai kokemuksiensa perusteella.

Finanssiyhtiöt pyrkivät käyttämään teknologiaa hyväkseen palveluiden kehittämisessä kasvavassa määrin. Usein parempi teknologia takaa paremman laatuista palveluita. Monissa finanssipalveluissa tarvitaan teknologian lisäksi myös usein henkilökohtaisia kontakteja asiakkaisiin. Tärkeää on kehittää asiakkaiden tarpeisiin ja tilanteisiin sopivat menettelytavat. Näin asiakas kokee, että hänestä pidetään huolta. Erilaiset yhteydenpitotavat ja menettelyt nostavat siis palvelukokemuksen arvoa asiakkaan silmissä. (Ylikoski ym. 2006, 57).

Grönroosin mukaan (2009, 101) mitä useammin asiakkaat hyväksyvät itsepalvelutehtäviä tai yhdessä tuottamiseen liittyviä tehtäviä, jotka heidän odotetaan hoitavan itse, sitä parempana he luultavasti pitävät palvelua. Lisäarvon tuottamisen kannalta teknologian hyödyntäminen ja itsepalvelutehtävien lisääminen on siis hyödyllistä yritykselle taloudellisen hyödyn lisäksi.

#### 4.1.4 Tunteet ja aiemmat kokemukset

Tunteet ja mieliala vaikuttavat myös asiakkaan tyytyväisyyteen. On selvää, että erinäiset tunteet kuten viha, masennus tai ilo, vaikuttavat tavalla tai toisella palveluprosessin tiedolliseen kokemukseen. Tunteet onkin tärkeä ottaa huomioon palvelun laadun johtamisessa. Tunteiden ja mielialan vaikutuksesta koettuun palvelun laatuun ei ole paljon tutkittu mutta eräässä tutkimuksessa osoitettiin, että kielteisillä tunteilla voi olla myönteisiä suurempi vaikutus tyytyväisyyteen. Tehtyjen tutkimusten pohjalta kuitenkin vaikuttaa siltä, ettei mielialalla ole kovin suurta vaikutusta palvelukokemukseen. (Grönroos 2009, 111-112).

Asiakkaan aikaisemmat kokemukset ja tapahtumat vaikuttavat tunnetilojen lisäksi myös asiakkaan muodostamaan mielipiteeseen. Ihmismielelle on tyypillistä uskoa aikaisemman tapahtuneen asian vaikuttavan myös seuraavaksi tapahtuvaan, vaikka tapahtumilla ei olisi mitään tekemistä keskenään. Ihmisillä on tapana niputtaa yhteen hyviä ja huonoja ominaisuuksia. Kun jokin asia menee hyvin, pyrimme muodostamaan kokonaiskäsityksen hyväksi. Kun taas tiettyyn asiaan liittyy huono kokemus tai ominaisuus, miellämme sen helposti huonoksi muiltakin osin. (Havunen 2000, 125). Näin ollen sanonta asiakas on aina oikeassa ei välttämättä pidä aina paikkaansa. Tunteiden vaikutuksesta asiakas voi arvioida tuotteen tai palvelun kaikki yksityiskohdat negatiivisiksi, vaikka taustalla vaikuttaisi vain yksi negatiivinen asia. Tällaiset yleistykset voivat myös tuottaa ongelmia positiivisten asioiden parissa. Jos asiakas yleistää positiivisen kokemuksen kautta kaiken menevän erinomaisesti jatkossakin, voivat odotukset nousta epärealistisiksi. Tällaisen välttämiseksi olisi tärkeää kertoa asiakkaalle mahdollisista ongelmakohtista myös etukäteen. (Havunen 2000, 39-40).

#### 4.2 Asiakastyytyväisyyden merkitys

Laadunkehittämisessä asiakastyytyväisyys on ehdoton painopistealue (Lecklin 2006, 105). Mikäli yritys pyrkii kehittämään toimintaansa paremmaksi; laadukkaammaksi, on asiakastyytyväisyyden seuraaminen siis oleellista. Ilman tietoa asiakkaiden laatuäkemyksistä, ei laatua voida arvioida eikä kehittää.

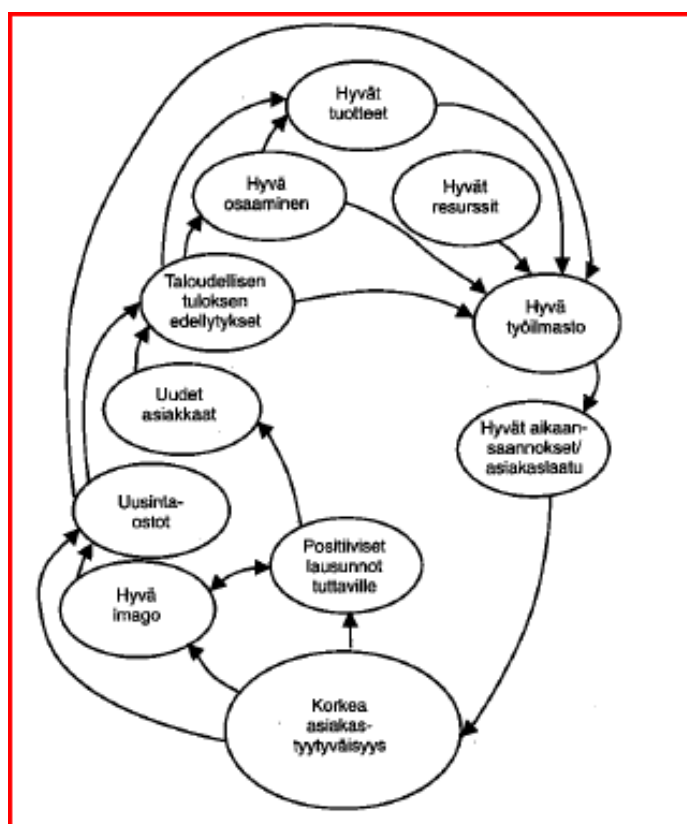
Tyytyväiset asiakkaat ovat yleensä ostouskollisia ja valmiita jatkamaan jo syntynyttä asiakassuhdetta. Tämä ei kuitenkaan aina pidä paikkaansa. Asiakas voi vaihtaa yritystä hinnan tai esimerkiksi hitaan tuotekehityksen takia. Kuitenkin inhimillistä on säilyttää tuttu ja turvallinen liikesuhde mieluummin kuin vaihtaa tuntemattomaan yritykseen. Uskollisuus vaihtelee suuresti toimialasta riippuen. (Lecklin 2006, 113-114). Asiakastyytyväisyydellä pyritään siis asiakassuhteen jatkumiseen, asiakasuskollisuuteen. Kun yrityksen asiakkaat ovat tyytyväisiä, kehittyy yrityksen imago positiivisemmaksi tätä kautta. Tällöin uusien asiakkaiden hankinta on myös helpompaa.

Lisäksi tyytyväiset asiakkaat suosittelevat palvelua myös muille. Kun kyseessä on asiantuntijapalvelut, joissa kuluttaja on melko riippuvainen palveluntuottajan avusta, palvelun arviointi on näin ollen hankalaa. Tämän vuoksi kuluttaja haluaa panostaa informaation etsimiseen. Tässä vaiheessa ystävien ja tuttujen suositukset ovat tärkeitä. (Järvinen & Heino 2004, 9).

Ylikosken ym. (2006, 58-60) mukaan Finanssiyhtiössä asiakasuskollisuus vaikuttaa merkittävästi yhtiön kannattavuuteen. Asiakas on kannattava kun asiakkaan yhtiöön tuomat tuotot ylittävät asiakassuhteen aikaansaamiseen ja ylläpitoon menevät kustannukset.

Asiakassuhteen kannattavuus riippuu monesta tekijästä kuten asiakassuhteen pituudesta ja asiakkaan keskittämissuhteesta. Keskittämissuhde tarkoittaa asiakkaan palvelukäytön kohdistumista tietyn yhtiön palveluihin eli sitä, miten suuri osuus esimerkiksi asiakkaan lainoista tai vakuutuksista sijoittuu yhteen yhtiöön. Finanssiyhtiölle asiakkaan korkea keskittämissuhde nostaa kannattavuutta pitkällä aikavälillä. Lisäksi asiakkaan näkökulmasta keskittämisen kautta asioiden hoitaminen on usein helpompaa. Lisäksi finanssiyhtiöt usein kiittävät asiakasta palveluiden keskittämisestä ja kanta-asiakkuudesta taloudellisen edun kautta. Mikäli asiakas on tyytymätön johonkin yhtiön palveluun, voi se tarkoittaa asiakkaan siirtymistä toiseen yhtiöön myös muiden palveluiden osalta. (Ylikoski ym. 2006, 58-60).

Ylikosken ym. (2006, 59) mukaan hyvästä laadusta ja asiakastyytyväisyydestä seuraa menestyksen kehä. Menestyksen kehällä tarkoitetaan sitä, että myönteiset asiat vahvistavat toinen toisiaan. Tämä pätee myös yhtiön henkilöstöön: asiakkaiden tyytyväisyys vahvistaa henkilöstön palveluhalukkuutta sekä tyytyväisyyttä työhön ja näin henkilöstön vaihtuvuus vähenee. Tyytyväinen henkilöstö taas tuottaa parempaa laatua kuin tyytymätön. Positiiviset vaikutukset synnyttävät siis lisää positiivisia tuloksia. Samasta asiasta Rope & Pöllänen (1998, 164-165) käyttävät nimeä positiivinen laatukehä (kuvio 6). Kuvion perusteella voidaan sanoa, että asiakastyytyväisyyslaadun aikaansaaminen kuuluu olennaisesti liiketoiminnan menestystekijöihin.



Kuvio 6. Asiakastyytyväisyyslaatu menestyskierteen osana. (Rope & Pöllänen 1998, 164).

Asiakkaan tyytymättömyydellä puolestaan on negatiivisia vaikutuksia finanssiyhtiön toimintaan ja tästä voi seurata negatiivinen kierre, jossa huonot asiat saavat aikaan lisää negatiivisia vaikutuksia (Ylikoski ym. 2006, 60).

Tyytymättömät asiakkaat ovat yritykselle riskiryhmä. Usein he ovat jo valmiita vaihtamaan kilpailijayritykseen. Lisäksi heillä on taipumus kertoa negatiivisista kokemuksistaan eteenpäin ja kylvää epävarmuutta myös tyytyväisten asiakkaiden keskuuteen. (Lecklin 2006, 113). Usein tyytymättömyystekijät vaikuttavat markkinoinnilliseen menestykseen enemmän kuin tyytyväisyystekijät. Markkinoinnillisen menestymisen kannalta parempi lopputulos on usein yrityksellä, joka pystyy minimoimaan tyytymättömyystekijät ja aikaansaa vain pienet tyytyväisyystekijät verrattuna yritykseen, jonka toiminnassa on merkittäviä tyytymättömyystekijöitä sekä myös merkittäviä tyytyväisyystekijöitä. Olisi siis tärkeää minimoida tyytymättömyystekijät ja tämä onnistuu tasalaatuisuuden varmistamisella. (Rope 2005, 559-560).

#### 4.3 Asiakastyytyväisyyden mittaamisen menetelmät

Jokaisella yrityksellä sekä sen työntekijöillä on varmasti jonkinlainen käsitys asiakkaidensa tyytyväisyydestä. Käsitykset voivat kuitenkin olla hyvin eriäviä yrityksen henkilöstön ja johdonkin kesken ja asiakkaiden oikea tyytyväisyyden taso voi olla täysin muuta kuin mitä heitä palveleva henkilöstö arvioi asiakaskontaktien kautta. Onkin todella tärkeää tutkia tarkemmin asiakastyytyväisyyttä, jotta yritys saa selville oikeasti asiakkaidensa todelliset mielipiteet ja tyytyväisyyden tason sekä syyt. Rope & Pöllänen (1998, 56) ovat selvittäneet asiakastyytyväisyyden tutkimisen tarkoittavan markkinointitutkimusta, joka on tehty tutkimusmenetelmin ja koskee asiakastyytyväisyyttä ja siihen kytkeytyviä seikkoja.

Asiakastyytyväisyyden selvittäminen edellyttää jatkuvaa ja systemaattista mittaamista. Asiakastyytyväisyyden mittaamisessa onkin kyse jatkuvasta palautteen hankkimisesta asiakkaalta hänen kokemuksistaan asiakaskontaktitilanteista. Asiakastyytyväisyyden tutkimiseen sisältyvät sekä asiakastyytyväisyystutkimukset että suoran palautteen järjestelmä. Näistä molemmat ovat olennaisia elementtejä asiakastyytyväisyyden selvittämisessä. Kumpikaan yksinään ei riitä selvittämään asiakastyytyväisyyttä kokonaisuudessaan. (Rope 2005, 576).

Koska asiakastyytyväisyys muodostuu pitkälti asiakkaan palvelukokemuksista, on asiakastyytyväisyys aina suurelta osin sidottu nykyhetkeen. Asiakastyytyväisyys onkin lunastettava aina uudelleen ja uudelleen kontakteissa asiakkaan kanssa. Asiakastyytyväisyystutkimus selvittääkin juuri asiakkaan kokemuksia palvelutilanteista ja

asiakastyytyväisyystutkimuksen onnistumiselle onkin tärkeää se, että tieto voidaan kerätä palveluprosessin yhteydessä. (Rope 2005, 577).

Ylikoski (2000, 156) on jaotellut asiakastyytyväisyystutkimuksen tavoitteet neljään päätavoitteeseen, joita ovat asiakastyytyväisyyteen vaikuttavien keskeisten tekijöiden selvittäminen, tämänhetkisen asiakastyytyväisyyden selvittäminen, toimenpide-ehdotusten tuottaminen sekä asiakastyytyväisyyden kehittämisen seuranta.

Selvittämällä asiakastyytyväisyyden koostumusta ja nykytilannetta voidaan näiden tulosten avulla kehittää konkreettisia parannusehdotuksia, millä keinoin tyytymättömyyttä voidaan karsia ja palvelua kehittää paremmaksi asiakkaan näkökulmasta. Jotta taas voidaan seurata kehitystä, olisi tärkeää suorittaa mittaamista säännöllisesti. ( Ylikoski 2000, 156).

Kaikissa asiakastyytyväisyystutkimuksen vaiheissa on keskeisessä asemassa asiakastyytyväisyyttä tuottavat tekijät. Ensiksi on tärkeää selvittää kyseisen organisaation asiakkaiden tyytyväisyyden muodostumiseen vaikuttavat tekijät. Näistä käytetään usein termiä kriittiset tekijät. Kriittiset tekijät ovat ehdottoman tärkeitä asiakkaille ja jos palvelu epäonnistuu näissä kriittisissä tekijöissä, johtaa se asiakkaan tyytymättömyyteen. Asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttavien tekijöiden kartoittamiseen soveltuu hyvin kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, jossa esimerkiksi ryhmäkeskustelulla selvitetään laatukriteerejä tai asetetaan henkilöstö asiakkaan asemaan ja kuvailemaan kriittisiä palvelutapahtumia. (Ylikoski 2000, 158-160).

Kun asiakkaalle tärkeät tyytyväisyystekijät on kartoitettu, laaditaan kyselylomake. Kyselylomaketta käytetään asiakastyytyväisyyden kvantitatiiviseen mittaamiseen, eli saamalla käsitys asiakastyytyväisyyden määrästä. Kyselylomakkeen sisältö koostuu tyypillisesti taustatietojen lisäksi kysymyksistä, jotka mittaavat organisaation suoriutumista asiakastyytyväisyystekijöistä ja palvelun käyttöä. Kun on valittu mitä kysytään ja lomake on tehty, toteutetaan tietojen keruu. Asiakastyytyväisyystutkimus voidaan kohdistaa vaikka uusiin asiakkaisiin, kanta-asiakkaisiin tai menetettyihin asiakkaisiin. (Ylikoski 2000, 160-165).

Kerätty aineisto analysoidaan tilastollisin menetelmin. Tulokset esitetään taulukoiden ja kuvioiden avulla sekä havainnollistaan prosenttilukujen ja keskiarvojen avulla. Tutkimustulosten analysoinnin perusteella päätetään millaisia toimenpiteistä tarvitaan ja laaditaan toimenpidesuunnitelma. Mikäli tyytyväisyyden taso on jo hyvä, tulee tasoa pitää yllä. Tällöinkin asiakastyytyväisyyden tason jatkuva seuraaminen on tärkeää. Asiakastyytyväisyyden parantaminen vaatii organisaatiolta panostuksia, joista aiheutuu kustannuksia. Onkin tärkeää pohtia, miten paljon asiakastyytyväisyyttä on syytä parantaa, etteivät kustannukset ole suuremmat kuin tuotot. Tällöin tärkeää olisi arvioida asiakastyytyväisyyden ja myynnin suhdetta pitkällä aikavälillä. (Ylikoski 2000, 165-167).

## 5 Työtaturmavakuutuksen korvauspalvelun asiakastyytyväisyystutkimus

Tutkimuksen toimeksiantajana oli Keskinäinen vakuutusyhtiö Fennian työtaturmien korvausosasto. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää kvantitatiivisen eli määrällisen survey-tutkimuksen avulla työtaturmavakuutuksen korvauspalvelun asiakkaiden tyytyväisyyttä saamaansa palveluun.

### 5.1 Kvantitatiivinen surveytutkimus

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus on tilastollinen tutkimus. Sen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä, asioiden välisiä riippuvuuksia tai mahdollisesti tutkittavassa ilmiössä tapahtuneita muutoksia. Yleensä aineiston keruuseen käytetään tutkimuslomakkeita valmiine vastausvaihtoehtoineen. Yleensä tällaisella tutkimuksella saadaan kartoitettua olemassa oleva tilanne, mutta asioiden syitä ei pystytä riittävästi selvittämään. Kvantitatiivista tutkimusta pidetään usein pinnallisena, koska tutkija ei pääse riittävän syvälle tutkittavien maailmaan ja tästä voi seurata vääriä tulkintoja tuloksista varsinkin jos tutkimuskohde on tutkijalle outo. (Heikkilä 2004, 16).

Suunnitelmallista kyselytutkimusta kutsutaan survey-tutkimukseksi. Survey-tutkimus tarkoittaa selvitystä tai kartoitusta ja sen tarkoitus on antaa käytännöllistä tietoa. Survey-tutkimuksen aineisto kerätään tutkimuslomakkeen avulla. Tällainen tutkimus on tehokas ja taloudellinen keino kerätä tietoa silloin, kun tutkittavien määrä on suuri. (Heikkilä 2004, 19). Kyselytutkimuksen etuna voidaan pitää sitä, että sillä voidaan helposti tavoittaa suuri joukko ja näin ollen saada laaja tutkimusaineisto.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on mahdollista hankkia tarvittavat tiedot joko erilaisista muiden keräämistä tilastoista, rekistereistä tai tietokannoista tai vaihtoehtona on kerätä tiedot itse. Jos aineiston kerää itse, on tutkimusongelman perusteella päätettävä kohderyhmä sekä tiedonkeruumenetelmä. Tiedonkeruumenetelmiä ovat posti-, puhelin- ja käyntihaastattelu, informoitu kysely ja www-kysely. Kullakin menetelmällä on omat hyvät ja huonot puolensa ja tiedonkeruumenetelmän valinnassa on hyvä ottaa huomioon nämä. (Heikkilä 2004, 18-19).

Kirjekyselyn hyvät ja huonot puolet:

- Helppo ja edullinen tapa kerätä tietoa suurelta joukolta
- Arkaluontoisten kysymysten käyttömahdollisuus
- Vastausprosentti usein alhainen
- Vastausten tarkkuus on kyseenalainen

- Väärinkäsitysmahdollisuus
- Pitkän kyselylomakkeen käyttömahdollisuus (mutta kato lisääntyä pituuden kasvaessa) (Heikkilä 2004, 20)

## 5.2 Otanta

Otantatutkimus on syytä tehdä, mikäli perusjoukko on hyvin suuri. Otos on edustava pienoiskuva perusjoukosta. Otoksen on siis vastattava perusjoukkoa tutkittavien ominaisuuksien suhteen, jotta tutkimustulokset olisivat luotettavia. Tärkeää otannassa on sattumanvaraisuus; otokseen tulevien yksiköiden täytyy määräytyä sattumanvaraisesti. Otantamenetelmiä on monia ja menetelmän valintaan vaikuttaa moni tekijä, kuten perusjoukon maantieteellinen sijainti, budjetti ja tutkimuksen tavoitteet. (Heikkilä 2004, 33-35).

Otoskoon valintaan vaikuttaa moni asia, kuten se, että vertailuja varten on oltava riittävästi aineistoa ja jos havaintoaineisto joudutaan ryhmittelemään, täytyy otoksen olla riittävä kaikkien ryhmien osalta. Esimerkiksi jos jokin tietty vastaajaa kuvaava taustamuuttuja jakaa havaintoaineiston kolmeen ryhmään, tulisi aineiston olla riittävä jokaisen ryhmän osalta. Heikkilän mukaan (2004, 45) otoskoon, käsiteltävien tapausten määrän, tulisi olla vähintään 200-300, jos perusjoukossa on ryhmiä, joiden välisiin vertailuihin tutkimus keskittyy ja jokaisessa ryhmässä tulisi olla vähintään 30 tilastoyksikköä. Usein otoskoon määrittelyyn vaikuttaa myös se, kuinka paljon rahaa ja aikaa on käytettävissä aineiston keräämiseen. Tutkimuksen tulosten tarkkuus ei kuitenkaan kasva tietyn rajan jälkeen otoskoon kasvattamisen suhteessa. Tutkija joutuukin päättämään, miten hän painottaa otoksen keräämisestä aiheutuvia kustannuksia ja otoskokoa keskenään. (Mäntyneva, Heinonen ja Wrange 2008, 39-40).

Tähän tutkimukseen valittiin otantamenetelmäksi kiintiöpoiminta. Kiintiöpoiminnassa tutkija valitsee haastateltavat henkilöt tietyn kiintiön mukaan. Tutkija on ennakkoon päättänyt, millaisia henkilöitä tutkimukseen valitaan mukaan. Kiintiöpoimintaa käytetään silloin, kun perusjoukosta ei ole tarkkoja tietoja tai rekistereitä tai kun tutkimus kohdistuu tietyn tuotteen tai palvelun käyttäjiin. (Mäntyneva ym. 2008, 45).

Kiintiöpoiminta kuuluu harkintaan perustuviin otantamenetelmiin, koska tutkija valitsee vastaajat, vaikkakin annettujen ohjeiden mukaisesti. Etukäteen päätetään esimerkiksi, kuinka paljon henkilöitä eri ikäryhmistä otetaan mukaan otokseen ja haastatteluja jatketaan kunnes kiintiöt tulevat täyteen. (Heikkilä 2004, 40).

Perusjoukkona, eli tutkittavana joukkona, oli työtaturmakorvaukset-osaston päivärahatiimin asiakkaat; vakuutusnottajat sekä vakuutetut (vahingoittuneet).

Perusjoukon tarkkaa määrää ei voida sanoa, mutta koko osastolta keskimäärin kuukauden aikana käsiteltävien vahinkojen määrä 5000 kappaletta antaa suuntaa.

Tutkimuksen otannan muodostivat kyselylomakkeen lähettämisaikana korvauspäätöksen saavat asiakkaat. Näin saatiin tuoretta korvaustilanteesta syntyvää tietoa asiakastytyväisyydestä. Otantamenetelmänä käytettiin kiintiöpoimintaa, jolloin kysely päätettiin lähettää korvauspäätösten saaville päivärahatiimin asiakkaille. Kysely lähetettiin korvauspäätösten mukana tammi-helmikuun 2010 aikana 800 kappaleen verran. Puolet kiintiöstä koostui vakuutusnottajista ja puolet vakuutetuista. Joissakin tapauksissa vakuutusnottaja on myös itse vakuutettu. Kyselyjä lähetettiin siis niin kauan päivittäin korvauspäätösten mukana, kunnes 400 kpl molemmista kiintiöstä täyttyi.

Tämän otantakoon katsottiin olevan sopiva kattamaan perusjoukon ottaen huomioon kyselylomakkeen lähettämiseen menevät kustannukset. Realistisena tavoitteena oli saada vastauksia Heikkilän (2004, 45) suosittelema vähintään 200 kappaleen verran eli noin 25 % lähetetystä määrästä. Otoskoossa pyrittiin siis ottamaan huomioon todennäköinen kato.

### 5.3 Kato

Otoskokoa määriteltäessä on otettava huomioon kadon vaikutus. Ihanteellista olisi saada vastausprosentti 100, mutta se harvoin kuitenkaan toteutuu Heikkilän (2004, 43) mukaan. Kaikki eivät kuitenkaan palauta lomaketta ja sen lisäksi palautettujen lomakkeiden joukossa saattaa olla sellaisia lomakkeita, jotka joudutaan hylkäämään otoksesta puutteellisten tai virheellisten tietojen takia. Kato aiheuttaa aina harhaa tuloksiin, sillä vastaamatta jättäneet ovat joltakin osin ominaisuuksiltaan erilaisia kun kyselyyn vastanneiden joukko. (Heikkilä 2004, 43). Vähäinen vastaajamäärä laskee siis tutkimuksen luotettavuutta. Kirjekyselyissä kato on tiedettävästi suurin. Keinoja, jolla katoa voidaan pyrkiä saamaan pienemmäksi, on ainakin motivoiva saatekirje, vastaamaan houkutteleva kyselylomake, vastaajalle helppo kyselyn palauttamistapa, uusintakyselyn suorittaminen. (Heikkilä 2004, 44).

Kadon välttämiseksi päädyttiin rakentamaan kyselylomake melko lyhyeksi sekä pyrittiin tekemään mahdollisimman helpoksi kyselyn palauttamisen. Asiakkaille annettiin myös mahdollisuus vastata sähköisesti e-lomakkeella, mikä on nopea ja helppo tapa vastata kyselyyn. Vaihtoehtojen uskottiin lisäävän mahdollisesti vastausprosenttia sekä näin annettiin myös nykyaikainen kuva yhtiöstä sekä asiakkaalle mahdollisuus vaihtoehtoiseen vastausmuotoon. Ajatuksena oli ensin myös käyttää kannustimena jonkinlaista palkintoarvontaa, mutta tähän ei yritykseltä resursseja riittänyt.



## 5.4 Kyselylomake

Tutkimuksen tavoite täytyy olla selvä ennen kuin kyselylomake laaditaan. On varmistettava, että tutkittava asia saadaan selvitettyä kyselylomakkeen avulla. Heikkilä (2004, 48) on listannut hyvän tutkimuslomakkeen tunnusmerkkejä: se on selkeä, siisti ja houkuttelevan näköinen. Vastausohjeet ovat selkeät, kysytään vain yhtä asiaa kerrallaan ja kysymykset etenevät loogisesti ja on numeroitu juoksevasti. Tämä voidaan todeta lomakkeen esitestauksen kautta. Lisäksi samaa aihetta koskevat kysymykset on ryhmitelty kokonaisuuksiksi. Lomake ei myöskään saa olla liian pitkä.

Tyytyväisyyden selvittämiseksi toimiva ratkaisu on kysyä tyytyväisyyttä erikseen yrityksen keskeisistä toimintaloikoista ja pyrkiä kysymään yksityiskohtaisesti toimintaloikojen sisällöstä. Lisäksi avoimilla kysymyksillä saadaan selville keskeisimmät tyytymättömyystekijät ilman, että tutkimusmittaristo laajenee merkittävästi. (Rope & Pöllänen 1998, 99-100).

Kyselylomakkeen (Liite 1) kysymykset sovittiin yhdessä työtaturmien korvausosaston esimiesten kanssa ja ne liittyivät korvausprosessiin, asiakaspalveluun ja korvauspäätöksen sisältöön. Asiakastyytyväisyyttä tuottavia tekijöitä kerättiin mitattaviksi asioiksi asiakkaiden aikaisemman palautteen pohjalta sekä henkilöstön saamien kokemusten perusteella selvitettiin asiakkaiden kriittisiä tekijöitä. Kyselykaavake valmisteltiin toimeksiantajan toiveita mukaillen. Lisäksi lomake testattiin viidellä yksityishenkilöllä ennen sen lähettämistä, jotta saatiin varmuus kysymysten selkeydestä ja ymmärrettävyydestä.

Kyselylomaketta suunniteltaessa pyrittiin saamaan aikaan helposti ja nopeasti vastattava selkeä lomake. Kyselylomake sisälsi saateen, kyselylomakkeen sekä maksuttomana palautuskuorena toimi paperin toinen puoli; näin syntyi kustannustehokas sekä asiakkaalle vaivaton vastausmuoto. Kyselylomake haluttiin pitää melko suppeana, jotta kynnyks vastata ei olisi asiakkaalle suuri. Kysely on suurimmaksi osaksi strukturoitu ja sisältää asteikkoon perustuvan kysymystyyppin. Vastauksissa käytettiin likertin 4-portaista järjestysasteikkoa, jossa toisena ääripäänä on 1=samaa mieltä ja toisena ääripäänä 4= eri mieltä. Asteikko jätettiin neliportaiseksi, jotta asiakkaan täytyi ottaa kantaa suuntaan tai toiseen, vaihtoehto ”en osaa sanoa” tai ”ei samaa eikä eri mieltä” on usein liian houkutteleva vastausvaihtoehto. (Heikkilä 2004,53). Lähes kaikissa kysymyksissä oli lisäksi mahdollisuus perustella vastaustaan kvalitatiivisesti, mikäli mielipide väitteeseen oli eriävä. Seuraavassa esitellään kysymyslomakkeen (Liite 1) kysymysten tarkoitus sekä kysymysten yhteys pääkysymykseen.

Kyselylomakkeen alussa tiedusteltiin vastaajien taustatietoja. Kysymykset koskivat asiakassuhteen luonnetta eli asiakkaan roolia vakuutuksenottajana/vakuutettuna, sukupuolta, ikää, yrityksen henkilömäärää sekä saadun korvauspäätöksen sisältöä - oliko se myönteinen

vai kielteinen. Taustatietojen tarkoituksena oli kartoittaa yrityksen tyypillistä asiakaskuntaa. Tärkeimmät taustatiedot kyselyssä oli saada tietoon vastaajien jakaantuminen vakuutuksenottajiin ja vakuutettuihin sekä korvauspäätöksen sisältö; myönteinen/kielteinen, jotta jälkikäteen voitaisiin tutkia näiden mahdollista vaikutusta tyytyväisyyteen. Lisäksi Fennian intressin takia tiedusteltiin kyseisen vahinkoasian vahinkonumeroa, jotta mahdollisen negatiivisen palautteen kohdalla saataisiin tarkemmin selville, mistä vahinkoasiasta oli kyse. Tähän henkilökohtaisempaan kysymykseen vahinkonumerosta kaikki eivät olleet vastanneet eikä vahinkonumeroita käsitellä tässä tutkimuksessa.

Kyselyn toinen osa koski itse asiakastyytyväisyyttä. Monivalintakysymyksissä selvitettiin asiakkaiden mielipiteitä korvauspalvelun kriittisiin tekijöihin: korvausprosessiin, asiakaspalveluun ja korvauspäätöksen sisältöön. Kysymykset esitettiin väitteiden muodossa ja ne koskivat laadun ulottuvuuksia, joiden perusteella asiakas arvioi palvelun laatua. (Ylikoski 2000, 126). Tarkoituksena oli selvittää mihin asioihin asiakkaat ovat tyytyväisiä ja mihin taas ei, syitä tyytymättömyyteen ja yleinen tyytyväisyyden taso. Monivalintakysymyksien lisäksi kaikissa väittämässä oli mahdollisuus sanallisesti kertoa tarkemmin, mikä meni vikaan palvelussa, mikäli vastaaja oli väitteen kanssa eri mieltä.

Korvauspalvelun aloituksen helppous antaa asiakkaalle ensivaikutelman palveluprosessista ja sen sujuvuudesta sekä vaikuttaa asiakkaan arvioon palveluprosessissa. (Ylikoski ym. 2009, 105). Näin ollen haluttiin tietää miten helppona asiakkaat kokevat tapaturmasta ilmoittamisen ja tätä selvitetään väitteellä ”tapaturmasta ilmoittaminen oli helppoa”.

Väitteellä ”Saamani palvelu oli ammattitaitoista” haluttiin selvittää asiakkaiden arviota palvelun pätevyydestä eli siitä, kokeeko asiakas palvelun tuottajalla olevan tarvittavat tiedot ja taidot asian hoitamiseksi. Ammattitaitoon voidaan myös kytkeä luotettavuuteen, mikä asiakkaalle tarkoittaa palvelusuorituksen johdonmukaisuutta ja virheettömyyttä. (Ylikoski 2000, 127). Palvelun ammattitaitoisuus luo kuvaa asiakkaalle myös uskottavuudesta.

Korvauspalvelussa, jossa kyseessä on asiakkaan terveydenhoito ja raha-asiat, asiakas arvostaa ja pitää välttämättömänä nopeaa palvelua. Reagointialttius on tärkeä kriteeri asiakkaan arvioon palvelun laadusta (Ylikoski 2000, 127) ja näin ollen väitteen ”saamani palvelu oli nopeaa” muodossa haluttiin selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä tähän.

Väitteellä ”saamani palvelu oli ystävällistä” on pyritty kartoittamaan asiakkaan tyytyväisyyttä kohteliaisuustekijöihin; onko asiakkaalle oltu ystävällisiä ja huomaavaisia. Asiakkaan odotuksia ja käsitystä palvelun sisällöstä pyrittiin taas selvittämään väitteellä ”korvausratkaisu vastasi käsitystäni siitä, mitä vakuutuksen perusteella korvataan”. Lisäksi väitteellä ”korvauspäätöksen perustelut olivat ymmärrettävissä” haluttiin selvittää onko

korvausratkaisu selkeäkielinen ja helposti ymmärrettävissä, koska kyseessä on palvelu, jossa termit ja vakuutuksen sisältö saattavat olla täysin vierasta asiakkaalle. Viestintä on yksi palvelun laatutekijä, asiakkaan arvio siitä puhutaanko (ja kirjoitetaanko) hänelle sellaista kieltä jota hän ymmärtää (Ylikoski 2000, 128).

Kysymällä asiakkaiden mielipidettä siitä, mikä asia vahinkoasian hoidossa toimi erittäin hyvin sekä mikä asia vahinkoasian hoidossa olisi voinut toimia paremmin, haluttiin selvittää tutkimuksen osaongelma eli mitkä asiat korvausprosessissa toimivat ja mitkä eivät. Kysymyksellä ”kuinka tyytyväinen olet korvauskäsittelymme toimintaan kokonaisuutena? Anna arvosana asteikolla 4-10.” haluttiin saada kiteytetty vastaus tutkimuksen pääongelmaan eli siihen, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat työtaturmavakuutuksen korvauspalveluun. Lopussa asiakkaille jätettiin vielä mahdollisuus antaa vapaata palautetta; mikä oli asiakkaan mielestä hyvää, mikä huonoa hänen saamassaan palvelussa ja oliko asiakkaalla mahdollisesti ehdotuksia, miten parantaa palvelua paremmaksi.

## 5.5 Ristiintaulukointi

Tavallisin menetelmä markkinointitutkimusten tulosten käsittelyssä on ristiintaulukointi. Ristiintaulukoimalla pyritään selvittämään kahden muuttujan välistä suhdetta, millä tavalla ne vaikuttavat toisiinsa. Ristiintaulukoinnin avulla pyritään markkinointitutkimuksessa selittämään kulutusta tai kuluttajakäyttäytymistä tietyillä tekijöillä. Taulukointia suunniteltaessa määritellään alkuun, mitkä tekijät voisivat vaikuttaa tutkittavaan ilmiöön. Aineiston koko täytyy olla riittävä ristiintaulukointia varten. Analysoitavan ryhmänvähimmäiskoko on 30 tapausta, mutta olisi parempi luotettavuuden kannalta, jos analysoitavassa ryhmässä olisi yli 50 tapausta. (Lotti 1998, 126-127). Tutkimuksessa oli tarkoitus selvittää onko vakuutuksenottajan ja vakuutetun tyytyväisyydessä eroa. Ristiintaulukoimalla nämä kaksi eri taustatekijää ja vertaamalla vastauksia saadaan vastaus mahdollisista eroista vakuutuksenottajan ja vakuutetun tyytyväisyyden välillä.

## 5.6 Sisällön analyysi kvalitatiivisten vastausten osalta

Kvalitatiivisten tulosten perusanalyysimenetelmänä on sisällön analyysi. Analyysistä Mäntyneva ym. (2008, 76) esittävät yhden mahdollisen vaiheistetun rungon, jonka mukaan analyysi voi edetä: ensin päätetään, mikä aineistossa kiinnostaa ja keskitytään siihen. Sen jälkeen käydään aineisto läpi ja erotellaan ne asiat, jotka liittyvät kiinnostuksen kohteeseen, kaikki muu jätetään pois tutkimuksesta ja kerätään merkityt asiat yhteen. Jäänyt aineisto luokitellaan, teemoitetaan tai tyypitetään. Teemoittelussa luokitellun tavoin määritellään aineisto eri luokkiin, teemoihin, ja määrän sijaan siinä painottuu, mitä kustakin teemasta on

sanottu. Lukumäärällä ei aina ole merkitystä. Ja lopuksi kirjoitetaan yhteenveto. (Mäntyneva ym. 2008, 76-77).

Tutkimuksessa sanallista palautetta tuli myös melko paljon ja näitä kvalitatiivisia tuloksia esitellään kvantitatiivisen osion jälkeen sisällön analyysin keinoin. Kuitenkin tutkimuksen pääpaino on määrällisessä aineistossa.

## 5.7 Reliabiliteetti

Tutkimuksen reliabiliteetilla eli luotettavuudella tarkoitetaan mittaustulosten toistettavuutta eli sitä, että saadut tutkimustulokset eivät ole sattumanvaraisia. Toisin sanoen reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimusmenetelmän ja käytettyjen mittareiden kykyä saavuttaa luotettavia tuloksia. (Mäntyneva ym. 2008, 34).

Tutkimuksen reliabiliteetin mittaamiseen käytettiin Cronbachin alfaa. Cronbachin alfa perustuu väittämien välisiin korrelaatioihin eli se kertoo miten yhtenäinen tutkimusaineisto on. Reliabiliteettikerroin on välillä (0,1) ja suuren kertoimen arvo kertoo korkeasta reliabiliteetista, joka tarkoittaa että mittarin osiot mittaavat samantyyppistä asiaa. Hyvän reliabiliteetin tapauksessa luku tulisi olla yli 0,6. Puutteellinen reliabiliteetti johtuu usein satunnaisvirheistä, joita aiheuttavat otanta sekä erilaiset mittaus- ja käsittelyvirheet. Tulosten tarkkuus riippuu tiettyyn pisteeseen asti otoksen koosta. Mitä pienempi otos on, sitä sattumanvaraisempia tulokset ovat. (Heikkilä 2004, 187).

## 5.8 Validiteetti

Tutkimuksen validiteetilla eli pätevyydellä tarkoitetaan tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä, mitä sen on tarkoituskin mitata. Mikäli tutkija ei ole asettanut täsmällisiä tavoitteita tutkimukselleen, tutkii hän helposti vääriä asioita. Jos mitattavia käsitteitä ja muuttuja ei ole määritelty tarkoin, eivät mittaustuloksetkaan voi olla valideja. (Heikkilä 2004, 29).

Validiteetin arvioinnissa huomion kohteena on se, kuinka hyvin tutkimusmenetelmä ja siinä käytetyt mittarit vastaavat ilmiötä, jota halutaan tutkia. Korkeaan validiteettiin pyritään kuvailemalla tutkimuksen raportoinnin yhteydessä mahdollisimman tarkasti koko tutkimusprosessi, perustelemalla tehdyt valinnat sekä liittämällä tulosten tulkinnan ja ymmärtämisen teoreettiseen viitekehykseen. (Mäntyneva ym. 2008, 34).

## 6 Tutkimustulokset

Vastaukset käsiteltiin manuaalisesti siltä osin, kun ne olivat postitse tulleet. Yllättävää oli, että suurin osa vastauksista tuli postitse, vain 14 asiakasta vastasi kyselyyn sähköisesti. Tiedot siirrettiin webropol-ohjelmaan, jota kautta sähköisetkin vastaukset tallentuivat. Näin saatiin kaikki vastaukset helposti koottua yhteen Excel-tiedostoon. Tulokset esittelen osittain

Excelin graafisten kuvaajien avulla havainnollisuuden lisäämiseksi. Lisäksi SPSS-tilasto-ohjelman avulla ristiintaulukointia käyttäen voidaan selvittää, onko vakuutusnottajan ja vakuutetun eli vahingoittuneen tyytyväisyydessä eroa. Osa tuloksista käsitellään sekä kokonaisuutena kaikkien vastaajien näkökulmasta että jaoteltuina vakuutusnottajiin, vahingoittuneisiin ja molempiin. Kyselyyn vastanneet, jotka ovat olleet yhtäaikaaisesti sekä vakuutusnottajan eli työnantajan asemassa sekä ovat itse myös vahingoittuneita eli molempia rooleja, ei analysoida omana ryhmänä sen tarkemmin, vaikka tulokset ristiintaulukoinnista näkyvät myös tämän ryhmän osalta. Syy tähän on ryhmän pieni koko, 10 vastaajaa.

### 6.1 Tutkimuksen kato

Kyselyyn vastasi 93 asiakasta. Saaduista lomakkeista 3 kappaletta oli vain osittain täytetty, joten päädyin hylkäämään ne aineistosta. Käsiteltäviä lomakkeita on siis 90 kappaletta. Näistä 90 vastanneista pieni osa oli jättänyt johonkin kysymykseen vastaamatta mutta koska muuten lomake oli täytetty huolellisesti päädyin käsittelemään myös nämä. Lomakkeista 85 kappaletta oli täysin täytettyjä. Eli kato tutkimuksessa oli noin 89 %.

### 6.2 Tutkimuksen reliabiliteetti

Cronbachin alfan tulos on 0,460. Reliabiliteetti saadaan tasolle 0,584 mikä on jo parempi, kun aineistosta jätettiin pois tyytyväisyyden yleisarvosana (taulukko 7).

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,584	,653	12

Taulukko 7. Tutkimuksen reliabiliteetti.

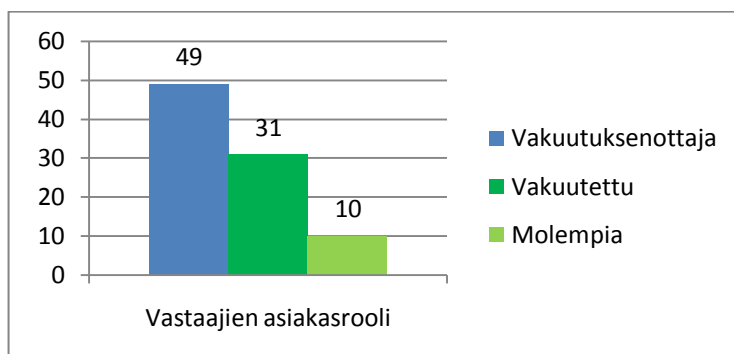
### 6.3 Vastaajien taustatiedot

Kyselyn alussa tiedusteltiin vastaajien taustatietoja, joista tärkein taustatieto tulosten analysointia ajatellen oli vastaajien asiakasrooli. Kyselyyn vastanneiden arviot yritysten henkilömäärästä vaihtelivat 1-3000 henkilön välillä. Suurin osa vastaajista työskenteli pienissä, alle 100 henkilön yrityksissä.

### 6.3.1 Asiakassuhteen luonne - asiakkaan rooli

Vastaajista 49/90 eli 55 % oli vakuutuksenottajia eli työnantajia, 31/90 eli 34 % vakuutettuja eli vahingoittuneita työntekijöitä ja 10/90 eli 11 % molempia edustavia (kuvio 7).

Vakuutuksenottajana ja samanaikaisesti vakuutettuna olevat ovat vapaaehtoisen henkilövakuutuksen piirissä olevia henkilöitä; heillä ei ole siis lakisääteistä velvoitetta vakuuttaa itseään työtaturmien varalta.

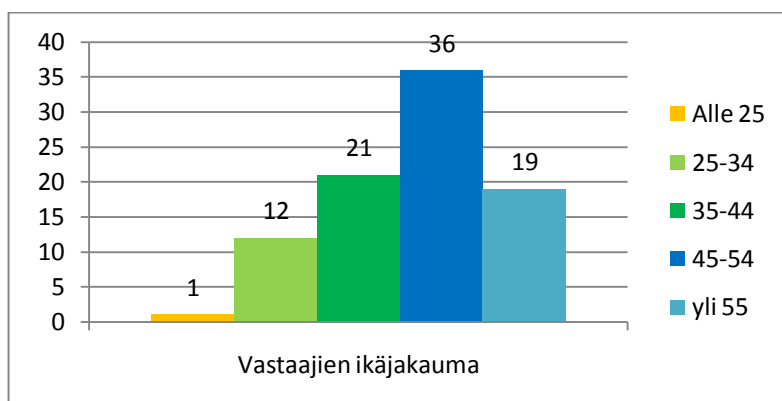


Kuvio 7. Vastaajien asiakasrooli. (N=90)

### 6.3.2 Vastaajien sukupuolijakauma ja ikäjakauma

Vastaajista 62/90 eli 69 % oli naisia ja 28/90 eli 31 % miehiä.

Vastaajista eniten 36/89 eli 40 % oli 45-54 -vuotiaita ja kaiken kaikkiaan ikähaarukasta 35-44 ja sitä vanhemmat muodostivat 85 % vastaajamäärästä (kuvio 8).

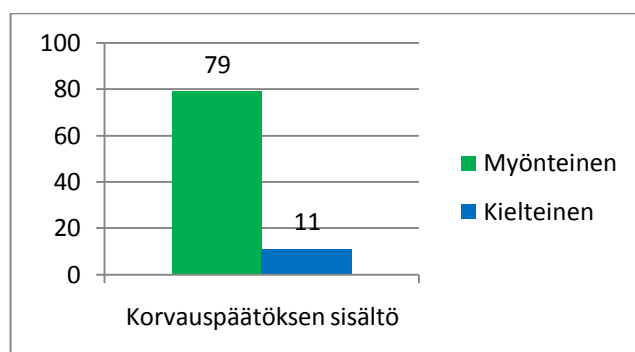


Kuvio 8. Vastaajien ikäjakauma. (N= 89)

### 6.3.3 Korvauspäätöksen sisältö - myönteinen vai kielteinen

Mielestään myönteisen korvauspäätöksen oli vastanneista saanut 79/90 eli 88 % ja hylkäävän korvauspäätöksen 11/90 eli 12 % vastanneista (kuvio 9). Tämä taas on suhteessa samaa luokkaa korvauspalveluista lähetettävien hylkäävien (kielteisten) korvauspäätösten määrään

joka on noin 10 %. (Grönberg 2011). Eli prosentuaalisesti myönteisen päätösten saaneiden määrä tutkimuksessa on samaa luokkaa kun mitä todellisessa elämässä tilanne.



Kuvio 9. Korvauspäätöksen sisältö. (N=90)

#### 6.4 Monivalintakysymykset

Monivalintakysymyksissä selvitettiin asiakkaiden mielipiteitä korvauspalvelun kriittisiin tekijöihin: korvausprosessiin, asiakaspalveluun ja korvauspäätöksen sisältöön. Näiden kuuden läpikäydyn väitteen keskiarvoksi saadaan 1,4 mikä on asteikolla samaa mieltä - jonkin verran samaa mieltä.

##### 6.4.1 Vahinkotapahtumasta ilmoittamisen helppous

Tämän tutkimuksen mukaan kaikista kyselyyn vastanneista, 90 henkilöstä 68 vastaajaa eli 75,6 % oli samaa mieltä väitteen ”tapaturmasta ilmoittaminen oli helppoa” kanssa. Jonkin verran samaa mieltä väitteen kanssa oli 16,7 %. Vastaajista suurin osa koki vahinkotapahtumasta ilmoittamisen siis helpoksi.

Suurin osa asiakasrooliltaan vakuutusnottaja eli 49 vastaajasta 37 vastaajaa eli 75,5 % oli täysin samaa mieltä tapaturmasta ilmoittamisen helppoudesta. Jonkin verran samaa mieltä väitteen kanssa vakuutusnottajista oli 9 vastaajaa eli 18,4 % työnantajista. Jonkin verran eri mieltä asiasta olivat 3 vakuutusnottajaa eli 6,1 % vakuutusnottajista. Kukaan vakuutusnottaja ei ollut täysin eri mieltä väitteen kanssa. Myös suurin osa asiakasroolilla vakuutettu eli 31 vastaajasta 23 vastaajaa eli 74,2 % oli täysin samaa mieltä tapaturmasta ilmoittamisen helppoudesta. 12,9% eli 4 vakuutettua oli väitteen kanssa jonkin verran samaa mieltä. Vakuutetuista 2 vastaajaa oli tapaturmasta ilmoittamisen helppoudesta osittain eri mieltä sekä 2 vastaajaa oli täysin eri mieltä väitteen kanssa. (Taulukko 1.)

## Asiakasrooli \* Tapaturmasta ilmoittaminen oli helppoa. Crosstabulation

		Tapaturmasta ilmoittaminen oli helppoa.				Total	
		Samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Eri mieltä		
Asiakasrooli	Vakuutusnottaja	Count	37	9	3	0	49
		% within Asiakasrooli	75,5%	18,4%	6,1%	,0%	100,0%
		% within helppoa.	54,4%	60,0%	60,0%	,0%	54,4%
		% of Total	41,1%	10,0%	3,3%	,0%	54,4%
Vakuutettu		Count	23	4	2	2	31
		% within Asiakasrooli	74,2%	12,9%	6,5%	6,5%	100,0%
		% within helppoa.	33,8%	26,7%	40,0%	100,0%	34,4%
		% of Total	25,6%	4,4%	2,2%	2,2%	34,4%
molempia		Count	8	2	0	0	10
		% within Asiakasrooli	80,0%	20,0%	,0%	,0%	100,0%
		% within helppoa.	11,8%	13,3%	,0%	,0%	11,1%
		% of Total	8,9%	2,2%	,0%	,0%	11,1%
Total		Count	68	15	5	2	90
		% within Asiakasrooli	75,6%	16,7%	5,6%	2,2%	100,0%
		% within helppoa.	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	75,6%	16,7%	5,6%	2,2%	100,0%

Taulukko 1. Ristiintaulukoinnin tulokset asiakasroolin sekä väitteen ”tapaturmasta ilmoittaminen oli helppoa” perusteella (n=90).

## 6.4.2 Palvelun ammattitaitoisuus

Väitteen ”saamani palvelu oli ammattitaitoista” kanssa kaikista vastanneista, 89 henkilöstä, 60 vastaajaa eli 67,4 % oli täysin samaa mieltä. 24 vastaajaa eli 27 % oli osittain samaa mieltä saamansa palvelun ammattitaitoisuudesta. Kaikista vastanneista 5 eli 5,6 % oli osittain tai täysin eri mieltä palvelun ammattitaitoisuudesta.

Asiakasroolilla Vakuutusnottaja 48 vastaajasta palvelua ammattitaitoisena piti 33 vastaajaa mikä on 68,8 % vakuutusnottajien määrästä. Loput 15 vakuutusnottajaa olivat jonkin verran samaa mieltä saamansa palvelun ammattitaitoisuudesta. Asiakasroolilla vakuutettu 31 vastaajasta 21 eli 67,7% piti saamansa palvelua ammattitaitoisena. Jonkin verran väitteen



kanssa samaa mieltä oli 5 vakuutettua. Osittain tai täysin eri mieltä saamansa palvelun ammattitaitoisuudesta oli 5 vakuutettua eli 16,2 % vakuutetuista. (Taulukko 2.)

**Asiakasrooli \* Saamani palvelu oli ammattitaitoista. Crosstabulation**

		Saamani palvelu oli ammattitaitoista.					
		Samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Eri mieltä	Total	
Asiakasrooli	Vakuutusnottaja	Count	33	15	0	0	48
		% within Asiakasrooli	68,8%	31,2%	,0%	,0%	100,0%
		% within ammattitaito	55,0%	62,5%	,0%	,0%	53,9%
		% of Total	37,1%	16,9%	,0%	,0%	53,9%
Vakuutettu		Count	21	5	2	3	31
		% within Asiakasrooli	67,7%	16,1%	6,5%	9,7%	100,0%
		% within ammattitaito	35,0%	20,8%	100,0%	100,0%	34,8%
		% of Total	23,6%	5,6%	2,2%	3,4%	34,8%
molempia		Count	6	4	0	0	10
		% within Asiakasrooli	60,0%	40,0%	,0%	,0%	100,0%
		% within ammattitaito	10,0%	16,7%	,0%	,0%	11,2%
		% of Total	6,7%	4,5%	,0%	,0%	11,2%
Total		Count	60	24	2	3	89
		% within Asiakasrooli	67,4%	27,0%	2,2%	3,4%	100,0%
		% within ammattitaito	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	67,4%	27,0%	2,2%	3,4%	100,0%

Taulukko 2. Ristiintaulukoinnin tulokset asiakasroolin sekä väitteen ”saamani palvelu oli ammattitaitoista” perusteella (n=89).

#### 6.4.3 Palvelun nopeus

Kysymykseen vastanneista 88 henkilöstä 55 vastaajaa eli 62,5 % oli sitä mieltä, että heidän saamansa palvelu oli nopeaa. Vastaajista 22 eli 25 % oli jonkin verran samaa mieltä palvelun nopeudesta. Palvelun nopeuden kanssa jonkin verran eri mieltä oli 5 vastaajaa eli 5,7 % ja täysin eri mieltä palvelun nopeudesta oli 6 vastaajaa eli 6,8 %.

Asiakasroolilla vakuutuksenottaja 48 kysymykseen vastanneista 44 eli 91,6 % oli täysin tai osittain sama mieltä väitteen ”saamani palvelu on nopeaa” kanssa. Asiakasroolilla vakuutettu 30 kysymykseen vastanneista 23 vastaajaa eli 76,7 % oli täysin tai osittain samaa mieltä väitteen kanssa. 7 vakuutettua eli 23,3 % vakuutetuista oli osittain tai täysin eri mieltä palvelun nopeuden suhteen. (Taulukko 3.)

**Asiakasrooli \* Saamani palvelu oli nopeaa. Crosstabulation**

		Saamani palvelu oli nopeaa.					
		Samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Eri mieltä	Total	
Asiakasrooli	Vakuutuksenottaja	Count	29	15	2	2	48
		% within Asiakasrooli	60,4%	31,2%	4,2%	4,2%	100,0%
		% within nopeaa.	52,7%	68,2%	40,0%	33,3%	54,5%
		% of Total	33,0%	17,0%	2,3%	2,3%	54,5%
Vakuutettu		Count	18	5	3	4	30
		% within Asiakasrooli	60,0%	16,7%	10,0%	13,3%	100,0%
		% within nopeaa.	32,7%	22,7%	60,0%	66,7%	34,1%
		% of Total	20,5%	5,7%	3,4%	4,5%	34,1%
molempia		Count	8	2	0	0	10
		% within Asiakasrooli	80,0%	20,0%	,0%	,0%	100,0%
		% within nopeaa.	14,5%	9,1%	,0%	,0%	11,4%
		% of Total	9,1%	2,3%	,0%	,0%	11,4%
Total		Count	55	22	5	6	88
		% within Asiakasrooli	62,5%	25,0%	5,7%	6,8%	100,0%
		% within nopeaa.	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	62,5%	25,0%	5,7%	6,8%	100,0%

Taulukko 3. Ristiintaulukoinnin tulokset asiakasroolin sekä väitteen ”saamani palvelu oli nopeaa” perusteella (n=88).’

## 6.4.4 Palvelun ystävällisyys

Palvelun ystävälliseksi koki kaikista 85 vastaajasta 60 vastaajaa eli 70,6 %. Jonkin verran samaa mieltä oli kaikista vastaajista 21 henkilöä eli 24,7 % vastaajista. Vastaajista 3 eli 3,5 % oli täysin eri mieltä palvelun ystävällisyydestä.

Suurin osa asiakasroolilla vakuutuksenottaja, joita vastasi tähän kysymykseen 47, näistä 37 henkilöä eli 78,7 % piti saamaansa palvelua ystävällisenä. Loput 10 vakuutuksenottajaa olivat asiasta osittain samaa mieltä. Asiakasroolilla vakuutettu 28 vastaajasta 18 eli 64,3 % piti saamaansa palvelua ystävällisenä ja 6 vakuutettua eli 21,4 % oli jonkin verran samaa mieltä palvelun ystävällisyydestä. Vakuutetuista 4 eli 14,3 % oli asiasta osittain tai täysin eri mieltä. 5 kyselyyn vastanneista ei ollut vastannut kysymykseen palvelun ystävällisyydestä ollenkaan. (taulukko 4.)

Asiakasrooli \* Saamani palvelu oli ystävällistä. Crosstabulation

		Saamani palvelu oli ystävällistä.					
		Samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Eri mieltä	Total	
Asiakasrooli	Vakuutuksenottaja	Count	37	10	0	0	47
		% within Asiakasrooli	78,7%	21,3%	,0%	,0%	100,0%
		% within ystävällistä	61,7%	47,6%	,0%	,0%	55,3%
		% of Total	43,5%	11,8%	,0%	,0%	55,3%
Vakuutettu		Count	18	6	1	3	28
		% within Asiakasrooli	64,3%	21,4%	3,6%	10,7%	100,0%
		% within ystävällistä	30,0%	28,6%	100,0%	100,0%	32,9%
		% of Total	21,2%	7,1%	1,2%	3,5%	32,9%
molempia		Count	5	5	0	0	10
		% within Asiakasrooli	50,0%	50,0%	,0%	,0%	100,0%
		% within ystävällistä	8,3%	23,8%	,0%	,0%	11,8%
		% of Total	5,9%	5,9%	,0%	,0%	11,8%
Total		Count	60	21	1	3	85
		% within Asiakasrooli	70,6%	24,7%	1,2%	3,5%	100,0%
		% within ystävällistä	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	70,6%	24,7%	1,2%	3,5%	100,0%

Taulukko 4. Ristiintaulukoinnin tulokset asiakasroolin sekä väitteen ”saamani palvelu oli ystävällistä” perusteella (n=85).

#### 6.4.5 Asiakkaan käsitys vakuutuksen korvausehdoista suhteessa saatuun korvauspäätökseen

Kyselyyn vastanneista 90 henkilöstä 69 eli 76,7 % koki korvausratkaisun vastanneen täysin omaa käsitystä siitä, mitä vakuutuksen perusteella korvataan. Kuitenkin 10 eli 11,1 % vastanneista oli osittain tai täysin eri mieltä väitteen kanssa, näistä 6 vastaajaa oli täysin eri mieltä. Vastanneista 49 asiakasrooliltaan vakuutuksenottaja 44 vastaajaa eli 89,8 % koki korvausratkaisun vastanneen täysin omaa käsitystä siitä, mitä vakuutuksen perusteella korvataan. Ainoastaan 1 vakuutuksenottaja oli väitteen kanssa täysin eri mieltä.

Asiakasroolilla vakuutettu 31 vastanneen määrästä 19 henkilöä eli 61,3 % oli täysin samaa mieltä väitteen kanssa. 4 vakuutettua eli 12,9 % oli täysin sitä mieltä, ettei korvausratkaisu vastannut heidän käsitystä siitä, mitä vakuutuksen perusteella korvataan. (Taulukko 5.)

## Asiakasrooli \* Korvausratkaisu vastasi käsitystäni siitä, mitä vakuutuksen perusteella korvataan.

## Crosstabulation

		Korvausratkaisu vastasi käsitystäni siitä, mitä vakuutuksen perusteella korvataan.					
		Samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Eri mieltä	Total	
Asiakasrooli	Vakuutusnottaja	Count	44	3	1	1	49
		% within Asiakasrooli	89,8%	6,1%	2,0%	2,0%	100,0%
		% within vastasi käsitystäni	63,8%	27,3%	25,0%	16,7%	54,4%
		% of Total	48,9%	3,3%	1,1%	1,1%	54,4%
Vakuutettu		Count	19	7	1	4	31
		% within Asiakasrooli	61,3%	22,6%	3,2%	12,9%	100,0%
		% within vastasi käsitystäni	27,5%	63,6%	25,0%	66,7%	34,4%
		% of Total	21,1%	7,8%	1,1%	4,4%	34,4%
molempia		Count	6	1	2	1	10
		% within Asiakasrooli	60,0%	10,0%	20,0%	10,0%	100,0%
		% within vastasi käsitystäni	8,7%	9,1%	50,0%	16,7%	11,1%
		% of Total	6,7%	1,1%	2,2%	1,1%	11,1%
Total		Count	69	11	4	6	90
		% within Asiakasrooli	76,7%	12,2%	4,4%	6,7%	100,0%
		% within vastasi käsitystäni	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	76,7%	12,2%	4,4%	6,7%	100,0%

Taulukko 5. Ristiintaulukoinnin tulokset asiakasroolin sekä väitteen ”korvausratkaisu vastasi käsitystäni siitä, mitä vakuutuksen perusteella korvataan” perusteella (n=90).

#### 6.4.6 Korvauspäätöksen perustelujen ymmärrettävyys

Kaikista 89 vastaajasta 65 eli 73 % koki korvauspäätöksen perustelut täysin ymmärrettävinä. Jonkin verran samaa mieltä väitteen kanssa oli 16 vastaajaa eli 18 %. Korvauspäätöksen perusteluja jonkin verran tai täysin epäselvinä piti 8 vastaajaa. Vastanneista 48 asiakasrooliltaan vakuutusnottaja suurin osa, 41 henkilöä eli 85,4 % piti korvauspäätöksen perusteluja täysin ymmärrettävinä. Lopuista vakuutusnottajasta 6 vastaajaa oli väitteen kanssa jonkin verran samaa mieltä ja 1 vakuutusnottaja oli väitteen kanssa jonkin verran eri mieltä. Asiakasrooliltaan Vakuutettu 31 vastanneesta 19 eli 61,3 % piti korvauspäätöksen perusteluja täysin ymmärrettävinä ja 8 vastaajaa eli 25,8 % oli jonkin verran samaa mieltä asiasta. 4 vakuutettua eli 13 % piti korvauspäätöksen perusteluja jonkin verran tai täysin epäselvinä (Taulukko 6).

**Asiakasrooli \* Korvauspäätöksen perustelut olivat ymmärrettävissä. Crosstabulation**

			Korvauspäätöksen perustelut olivat ymmärrettävissä.				Total
			Samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	Jonkin verran eri mieltä	Eri mieltä	
Asia kasr ooli	Vakuutusnottaja	Count	41	6	1	0	48
		% within Asiakasrooli	85,4%	12,5%	2,1%	,0%	100,0%
		% within perustelut ymmärrettävissä	63,1%	37,5%	20,0%	,0%	53,9%
		% of Total	46,1%	6,7%	1,1%	,0%	53,9%
Vakuutettu		Count	19	8	2	2	31
		% within Asiakasrooli	61,3%	25,8%	6,5%	6,5%	100,0%
		% within perustelut ymmärrettävissä	29,2%	50,0%	40,0%	66,7%	34,8%
		% of Total	21,3%	9,0%	2,2%	2,2%	34,8%
molempia		Count	5	2	2	1	10
		% within Asiakasrooli	50,0%	20,0%	20,0%	10,0%	100,0%
		% within perustelut ymmärrettävissä.	7,7%	12,5%	40,0%	33,3%	11,2%
		% of Total	5,6%	2,2%	2,2%	1,1%	11,2%
Total		Count	65	16	5	3	89
		% within Asiakasrooli	73,0%	18,0%	5,6%	3,4%	100,0%
		% within perustelut ymmärrettävissä	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	73,0%	18,0%	5,6%	3,4%	100,0%

Taulukko 6. Ristiintaulukoinnin tulokset asiakasroolin sekä väitteen ”korvauspäätöksen perustelut olivat ymmärrettävissä” perusteella (n= 89).

#### 6.5 Asiakkaan mielestä vahinkoasian hoidossa erittäin hyvin toimineet asiat

Kyselyyn vastaajia pyydettiin valitsemaan mielestään erittäin hyvin toimintu asia vahinkoasian hoidossa. Vastausvaihtoehtoina oli puhelinpalvelu, tavoitettavuus, korvausasian käsittelyaika, tiedon saanti käsittelyn aikana sekä yleinen neuvonta. Kysymyksellä pyrittiin saamaan tarkempi tieto siitä, mikä todella toimi asiakkaan mielestä hyvin. Kysymykseen vastasi 76

henkilöä. Osa vastaajista oli vastannut kysymykseen enemmän kuin yhden vaihtoehdon, joten tulokset tämän kysymyksen osalta eivät ole tarkemmin määrällisesti analysoitavissa.

Jakaumaa vastausvaihtoehtojen kesken ei voida siis tietää mutta vastausten perusteella voidaan todeta, että tyytyväisimpiä vastaajat olivat korvausasian käsittelyaikaan, jonka 54 vastaajaa kaikista 76 vastaajasta eli 75 % oli valinnut erittäin hyvin toimineeksi. Toiseksi eniten valittu vaihtoehto oli puhelinpalvelu, jonka 76 vastaajasta 22 henkilöä eli 29 % oli valinnut hyvin toimivaksi asiakksi. Tavoitettavuuden oli 17 vastaajaa valinnut 76 vastaajasta, yleisen neuvonnan 12/76 vastaajaa ja tiedon saannin käsittelyn aikana oli valinnut 10/76 vastaajaa.

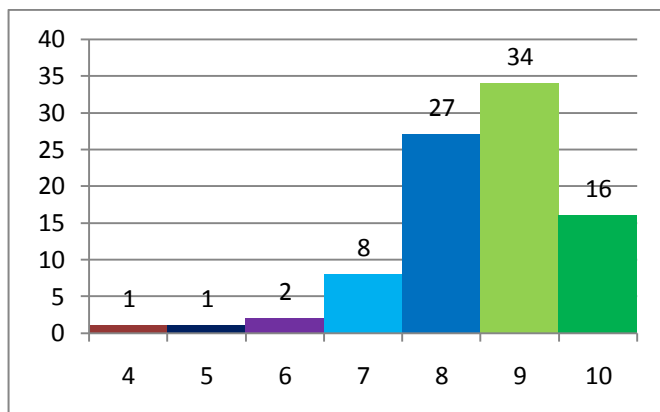
#### 6.6 Asiat, jotka olisi voinut toimia paremmin vahinkoasian hoidossa asiakkaan mielestä

Kyselyyn vastaajia pyydettiin myös valitsemaan asia, mikä olisi voinut toimia paremmin vahinkoasian hoidossa. Vastausvaihtoehdot olivat samat kuin aikaisempaankin kysymykseen. Kysymyksellä pyrittiin saamaan tarkempi tieto siitä, missä asiassa asiakkaan mielestä todella olisi parannettavaa. Osa vastaajista oli vastannut tähänkin kysymykseen enemmän kuin yhden vaihtoehdon, joten tulokset tämän kysymyksen osalta eivät ole tarkemmin määrällisesti analysoitavissa. Lisäksi kysymykseen oli vastannut vain 37 henkilöä. Eniten vastausvalinnat kohdistuivat korvausasian käsittelyaikaan, jonka 15 vastaajaa 37 vastaajasta koki asiakksi, joka olisi voinut toimia paremmin vahinkoasian hoidossa. Tiedon saannin käsittelyn aikana oli vastannut 14/37 vastaajaa ja 7/37 oli vastannut yleisen neuvonnan. 5 vastaajaa oli sitä mieltä, että puhelinpalvelu olisi voinut toimia paremmin, 4 mielestä tavoitettavuus. Jakaumaa vastausvaihtoehtojen kesken ei voida siis tietää näidenkään tulosten perusteella mutta voidaan sanoa, että vastaajat kokivat huonoimmin toimiviksi osa-alueiksi eli alueiksi joissa olisi parantamisen varaa, korvausasian käsittelyajan sekä tiedon saannin käsittelyaikana.

#### 6.7 Asiakkaiden tyytyväisyys korvauskäsittelyn toimintaan kokonaisuutena

Lopuksi ennen sanallisia kommentteja vastaajia pyydettiin arvioimaan tyytyväisyyttään korvauskäsittelyn toimintaa kokonaisuutena kouluarvosanoin 4-10. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat korvauspalveluun. Tätä kysymystä voidaankin näin ollen sanoa kyselylomakkeen pääkysymykseksi.





Kuvio 10. Tyytyväisyys korvauskäsittelyn toimintaan kokonaisuutena (n=89).

Suurin osa vastaajista oli hyvin tyytyväisiä, eli antoivat arvosanaksi hyvän tai kiitettävän, korvauskäsittelyn toimintaan kokonaisuudessaan (kuviot 11 ja 12); vastaajista 77/89 eli 86,5 % antoi arvosanan 8 tai enemmän ja vastaajista jopa 50/89 eli 56,2 % antoi kiitettävän arvosanan 9 tai 10. Vastauksien keskiarvo on 9, joka on todella hyvä tulos.

#### 6.8 Sanalliset vastaukset

Kyselyn monivalintakysymyksissä oli mahdollisuus antaa sanallista palautetta, mikäli vastaaja oli jostakin väitteestä jonkin verran tai täysin eri mieltä. Lisäksi kyselyn lopussa haluttiin antaa vastaajille vielä mahdollisuus arvioida vapaasti omin sanoin vahinkoasiassa saamaansa palvelua ja pyrkimyksenä oli myös saada asiakkaiden mielipiteitä siitä, millä tavoin palvelu voisi parantaa heidän mielestään. Sanallisia vastauksia saatiin 16 kpl monivalintakysymykseen ja 42 kpl viimeiseen avoimeen kysymykseen. Lomakkeet sisälsivät sekä positiivista että negatiivista palautetta erinäisistä asioista. Yleisemmistä aihe-alueista saadut kommentit jaoteltiin aihealueittain, teemoittain. Eniten sanallisia kommentteja tuli koskien palvelun nopeutta, epäselvyyttä korvattavuudessa ja vakuutuksen sisällössä, päätöksen perusteluiden ymmärrettävyydestä, ammattitaitoisuudesta sekä yleisarvostelua palvelusta.

##### Asian nopea käsittely

”Oma yhteyshenkilö Fenniassa - asian nopea käsittely- kokonaistoiminta hyvä ja nopea.”

”Hyvää ja nopeaa palvelua. Asiakasta ei rasiteta turhilla lisäselvityspyynnöillä.”

”Maksusitoumusten nopea käsittely”

”Online-palvelu hyvää ja nopeaa - käsittelyaika erittäin nopeata.”

##### Asian hidas käsittely

”Vakavimmissa työtapaturmissa asian käsittely ja korvauspäätökset viipyvät liian pitkään.”

”Ensimmäinen korvauspäätös tuli suhteellisen nopeasti. Seuraavista samaa asiaa käsiteltäessä palvelu viivästy suhteettoman pitkään.”

”Korvauksen maksaminen on pahasti takkuavaa. Luvataan, luvataan, päivämääristä ei pidetä kiinni, otettava vakuutusyhtiönkin huomioon, että sairausloman aikana on pakolliset menot; lainat/laskut, mukava soitella eräpäivien siirtoja kun ei rahat riitä. Iso miinus siitä asiasta.”  
 ”Tataturmahinkojen käsittely on yleensä työntekijän kannalta hidasta ja jouduimme tässä tapauksessa lainaamaan rahaa työntekijälle, että hän pärjäisi ennen kuin korvauspäätös tuli.”

Epäselvyys korvattavuudesta/vakuutuksen sisällöstä

”Kielteisen päätöksen perustelujen mukaan koen maksavani tätä vakuutusta aivan turhaan, koska aina löytyy jokin tekijä mikä aiheuttaa sen, ettei korvausta kuitenkaan makseta.

Harkitsen kyseisen vakuutuksen lopettamista täysin turhana.”

”Hyvin tähän saakka on toiminut ja ystävällisesti neuvottu kysyttäessä jotakin asiaa. Ainut mitä voisi ajatella miinukseksi on se, että kun ei tiedä mitä kaikkea vakuutus koskee, onko hakenut kaikkea mihinkä olisi oikeutettu.”

Kun ei tiedä, mitä vakuutukseen kuuluu, ei voi tietää onko ammattitaitoista yms. Kielteinen vastaus on aina epäystävällinen. ”

Päätöksen perustelut

”Kyseisessä tapauksessa perustelut olivat ymmärrettävissä, mutta joissakin aikaisemmin lähettämissäni korvaushakemuksissa päätökset eivät ole vastanneet käsitystäni siitä, miksi vakuutus on ylipäänsä olemassa.”

”Palvelu pelasi, mutta päätöksen perustelut eivät ensiksi kielteisessä päätöksessä olleet minulle ymmärrettäviä. Valituksen jälkeen päätös kyllä muuttuikin myönteiseksi.”

Kiitettävää palvelua

”Palvelu on ollut kiitettävää.”

”Minun asiani vakuutusyhtiössä on hoitunut mielestäni mallikkaasti.”

”Olen saanut aina hyvää palvelua.”

”Kaikki toimi hyvin. Kun oli kysyttävää, asiaani sain vastauksen ja minulle asia selitettiin kärsivällisesti. Vaikka puhelimitse en tavoittanut henkilöä, joka oli nimetty, hänen kollegansa auttoi sujuvasti. Kiitos!”

Tyytymättömyys palvelun ammattitaitoisuuteen

”Pahoja asiavirheitä, esim. väärään käteen myönnettyjä hoitoja.”

”Alun perin hain korvausta sairauskuluista (lääkärilasku) mutta korvauspäätöksessä kuluja ei maksettu. Soitin Fenniaan ja nuo kulut oli jäänyt epähuomiossa käsittelemättä. Näin käy aina kun Fennia Online-palvelussa lisää kuitteja.”

”Toinen virkailija lupaa erikoislääkärille menon ja sitten tuleekin päätös postitse, että ei olisi saanut mennäkään.”

Sanalliset vastaukset olivat hyvin heterogeenisiä sisältäen samoistakin aihealueista positiivisia ja negatiivisia palautteita. Ainut sanallinen vastaus koskien tapaturmasta ilmoittamista oli vakuutusnottajalta, joka oli ollut jonkin verran samaa mieltä ilmoittamisen helppoudesta. Vastaaaja toivoi, että tapaturmailmoituksen voisi laittaa Internetiin ja jakelu voisi toimia sitä kautta myös. Sanalliset vastaukset koskien palvelun nopeutta koskivat asian käsittelyaikaa ja sen hitautta. Palvelun ammattitaitoisuuteen sanallisesti vastanneet asiakkaat kritisivat sattuneita asiavirheitä sekä korvauskulujen käsittelemättä jättämistä epähuomiossa. Eräs vastaaaja kertoi saaneensa ensin virkailijalta luvan mennä erikoislääkärille ja saaneensa kuitenkin jälkikäteen päätöksen postitse, ettei erikoislääkärikäyntiä korvatakaan. Sanallisista palautteista kävi myös ilmi, että muutama vastaaajista oli asioinut vain sähköisen palvelun kautta ja mahdollisesti kirjeitse ja tämän vuoksi he eivät olleet ottaneet kantaa palvelun ystävällisyyteen.

## 7 Johtopäätökset

Tutkimusongelmaan *kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat työtapaturmavakuutuksen korvauspalveluun?* saatiin selkeä vastaus kyselyn perusteella. Vastajien antama yleisarvosana tyytyväisyydestä korvauskäsittelyn toimintaan kokonaisuutena keskiarvoksi saatiin 9 (kuvio 10). Lisäksi esitettyjen kuuden (6) väitteen, jotka sisälsivät tärkeitä kriteerejä asiakkaan arvioidessa palvelun laatua, paikkaansa pitävyydestä, eli tyytyväisyydestä, vastajat vastasivat keskiarvoisesti samaa mieltä - jonkin verran samaa mieltä vastausvaihtoehtoihin, mikä voidaan katsoa hyväksi tulokseksi. Ottaen huomioon nämä tulokset aineiston perusteella voidaan siis sanoa asiakkaiden tyytyväisyyden tason olevan melko korkealla.

Tutkimuksen osaongelmana oli *onko vakuutusnottajan ja vakuutetun tyytyväisyydessä eroa?* Ristiintaulukoinnilla saatiin melko selvä vastaus tähän eri osa-alueiden osalta ja tämän voisi kiteyttää lauseeseen; vakuutusnottajan ja vakuutetun tyytyväisyyden tasossa ei ole huomattavia eroja tämän aineiston perusteella mutta voidaan sanoa vakuutusnottajien olevan hieman enemmän väitteiden kanssa samaa mieltä kuin vakuutettujen (Taulukot 1-6.) Tämä tutkimustulos tukee EPSI Ratingin (2011) tekemää asiakastyytyväisyystutkimusta, jonka mukaan yksityisasiakkaat eivät ole Fennian korvauspalveluihin yhtä tyytyväisiä kuin yritysasiakkaat. Seuraavaksi käydään kaikki nämä osa-alueet erikseen läpi.

Korvauspalvelun aloituksen helppous antaa asiakkaalle ensivaikutelman palveluprosessista ja sen sujuvuudesta (Ylikoski ym. 2006, 105). Korvauspalvelu käynnistyy, kun asiakas ilmoittaa sattuneesta vahinkotapahtumasta vakuutusyhtiölle (Ylikoski ym. 2006, 86) ja näin ollen haluttiinkin selvittää kokevatko asiakkaat korvausasian alun eli tapaturmasta ilmoittamisen helpoksi. Palvelun aloituksen helppouden lisäksi väite ”tapaturmasta ilmoittaminen oli helppoa” koskee arviota tapaturmailmoituksen täyttämisestä. Vakuutusyhtiölle

työtapaturmasta ilmoittaminen tapahtuu aina vakuutusnottajan toimesta, joka taas on saanut tiedon sattuneesta tapaturmasta vakuutetulta. (Kukkonen & Karmavalo 2006, 135). Tapaturmailmoituksen täyttäminen, kuten yrityksen järjestelmät ja rutiinit yleensäkin, vaikuttavat palvelun kulutukseen ja tehtävien suorittamiseen ja mikäli asiakas ei koe näitä palvelukeskeisiksi voi se johtaa myös siihen, että palvelun laatu koetaan huonommaksi. (Grönroos 2000, 269). Tässä tutkimuksessa 68/90 vastaajaa (75,6%) piti tapaturmasta ilmoittamista helppona ja jonkin verran samaa mieltä asiasta oli 15/90 (16,7%). Vastaajista suurin osa koki vahinkotapahtumasta ilmoittamisen siis helpoksi tai melko helpoksi. Vakuutusnottajan ja vakuutetun mielipiteissä ei ole juurikaan eroa, ainoastaan vakuutetuista 2 oli täysin eri mieltä ilmoittamisen helppouden suhteen kun taas vakuutusnottajista kukaan ei vastannut näin. (Taulukko 1.) Vakuutusnottajalla ja vakuutetulla on erilaiset käytännöt ja väylät tapaturmasta ilmoittamiseen ja kenties tämä on ollut syynä pieneen eroavaisuuteen tyytyväisyydessä.

Ainut sanallinen vastaus koskien tapaturmasta ilmoittamista oli vakuutusnottajalta, joka oli ollut jonkin verran samaa mieltä ilmoittamisen helppoudesta. Vastaja toivoi, että tapaturmailmoituksen voisi laittaa Internetiin ja jakelu voisi toimia sitä kautta myös. Vastaja oli siis epätietoinen olemassa olevasta sähköisestä järjestelmästä. Tämän asiakkaan arvioon tapaturmasta ilmoittamiseen oli siis todennäköisesti vaikuttanut hänen arvionsa järjestelmän palvelukeskeisyydestä ja mahdollisesti tämän takia asiakkaan arvio palvelun laadusta oli huonompi kuten Grönroos (2009,269) asiasta esittää.

Kun kyseessä on asiantuntijapalvelut, olisi erittäin tärkeää, että asiakkaat kokevat palvelun asiantuntevaksi ja ammattitaitoiseksi. Asiakkaan täytyisi saada tunne, että hänen asiaansa hoidetaan parhaalla mahdollisella tavalla ja asiaosaaminen on korkeaa. (Sipilä 1998,12). Ammattitaitoon voidaan myös liittää Ylikosken (2000, 127-138) palvelun laadun ulottuvuuksista luotettavuus, mikä asiakkaan näkökulmasta tarkoittaa palvelun johdonmukaisuutta ja virheettömyyttä, pätevyys sekä uskottavuus. Väitteellä ”saamani palvelu oli ammattitaitoista” pyrittiin selvittämään asiakkaan arviota näiden ominaisuuksien osalta. Tässä tutkimuksessa väitteen kanssa täysin samaa mieltä oli 60/89 vastaajaa (67,4 %), jota ei voida pitää riittävänä tyytyväisyyden tasona kun kyseessä on asiantuntijapalvelut. Vastanneista 24/8 (27 %) oli osittain samaa mieltä saamansa palvelun ammattitaitoisuudesta. Kaikki vakuutusnottajat olivat samaa tai jonkin verran samaa mieltä palvelun ammattitaitoisuudesta. Vakuutetuista 5 eli 5,6 % kaikista vastanneista oli osittain tai täysin eri mieltä palvelun ammattitaitoisuudesta. (Taulukko 2.)

Palvelun ammattitaitoisuuteen tyytymättömät sanallisesti vastanneet asiakkaat kritisoivat sattuneita asiavirheitä sekä korvauskulujen käsittelyä jättämistä epähuomioissa. Tällaisia inhimillisistä syistä sattuneita virheitä varmasti tapahtuu aina kun ihmiset ovat palvelun tuottajina, mutta olisi tärkeää minimoida sattuvat virheet huolellisen käsittelyn kautta. Jos

asiakas ei koe saamaansa palvelua ammattitaitoiseksi, luottamus koko yritykseen vähenee tätä kautta.

Reagointialttius on tärkeä kriteeri asiakkaan arvioon palvelun laadusta (Ylikoski 2000, 127) ja näin ollen väitteen ”saamani palvelu oli nopeaa” muodossa haluttiin selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä tähän. Tutkimuksen tuloksien perusteella 77/88 eli 87,5 % vastanneista piti saamaansa palvelua nopeana tai oli asiasta ainakin jonkin verran samaa mieltä. Jonkin verran tai täysin eri mieltä väitteen kanssa oli vastaajista 11/88 (12,5%). Vakuutusentottajista 91,6 % oli vähintään jonkin verran samaa mieltä palvelun nopeudesta kun vakuutetuista 76,7 % oli tätä mieltä. Vakuutetuista 23,3 % oli osittain tai täysin eri mieltä palvelun nopeuden suhteen kun vakuutusentottajista määrä oli vain 8,4 % (Taulukko 3.) Ikävät tapahtumat herkistävät kuluttajaa odottamaan nopeampaa palvelua (Ylikoski 2000, 125) ja mahdollisesti tämä selittäisi vakuutettujen, vahingon kärsineiden, kriittisemmät arviot palvelun nopeudesta. Sanallisista palautteista voidaan tulkita, että arvio palvelun nopeudesta on koskenut ainakin näiden sanallisesti vastanneiden kohdalla lähinnä käsittelyaikaa. Kun kyseessä on vahingoittuneen kannalta kaksi tärkeimmistä asioista eli elanto ja terveys, on asian toimiminen todella kriittinen asia asiakkaan kannalta. Siihen, kokeeko asiakas hänen asiansa käsittelyn nopeaksi vaikuttaa moni tekijä kuten asiakkaan odotukset palvelun nopeudesta sekä asiakkaan asian hoitamisen sujuvuus vakuutusyhtiön päässä. Joskus asiakkaan asian hoitaminen voi esimerkiksi hidasta kolmannelta taholta odotettavan lisäselvityksen takia. Asiakkaalla, vakuutusyhtiöllä ja muilla asian käsittelyyn vaikuttavilla tahoilla on siis kaikilla vaikutusta asian käsittelyprosessiin sekä sen sujuvuuteen.

Asiakkaan ja työntekijän välisissä vuorovaikutustilanteissa työntekijän käyttäytyminen, heidän asennoitumisensa ja sanomisensa vaikuttavat asiakkaan arvioon saamastaan palvelusta (Grönroos 2000, 124). Asiakkaan tyytyväisyys palvelun laatuun muodostuu siis osittain tyytyväisyydestä asiakaspalvelijan toimintaan (Ylikoski ym. 2006, 96). Väitteellä ”saamani palvelu oli ystävällistä” on pyritty kartoittamaan asiakkaan tyytyväisyyttä asiakaspalveluun ja sen ystävällisyyteen. Tutkimustulosten perusteella palvelun koki ystävälliseksi 60/85 vastaajaa (70,6 %). Jonkin verran samaa mieltä oli kaikista vastaajista 21/85 vastaajaa (24,7 %). Ainoastaan 4/85 vastaajaa oli väitteen kanssa jonkin verran tai täysin eri mieltä. Voidaan siis sanoa tämän tutkimuksen tulosten perusteella asiakkaiden kokevan palvelun melko ystävälliseksi. Vakuutusentottajista 78,7 % oli palvelun ystävällisyydestä täysin samaa mieltä ja loput olivat jonkin verran samaa mieltä. Tutkimuksen tulosten perusteella vakuutusentottajat pitävät siis palvelua hyvinkin ystävällisenä. Vakuutetuista 4 (14,3 %) oli jonkin verran tai täysin eri mieltä palvelun ystävällisyydestä. Jostain syystä nämä 4 olivat siis kokeneet saamansa palvelun epäystävälliseksi. (Taulukko 4.)

Sanallisista palautteista kävi ilmi, että muutama vastaajista oli asioinut vain sähköisen palvelun kautta ja mahdollisesti kirjeitse ja tämän vuoksi arvioon palvelun ystävällisyydestä ei

ollut otettu kantaa. Näillä asiakkailla ei ole ollut tarvetta olla yhteydessä puhelimitse tai konttorilla käyntiin. Se, että asiakas on voinut hoitaa korvausasiaansa ilman puhelimitse tapahtuvia yhteydenottoa, voidaan nähdä hyvänä asiana. Grönroosin (2009,101) mukaan nimittäin teknologian hyödyntäminen ja itsepalvelutehtävien lisääminen nostavat todennäköisesti asiakkaan arviota palvelun laadusta.

Tutkimuksessa haluttiin saada selville se, kokevatko asiakkaat korvausratkaisun vastanneen omaa käsitystä siitä, mitä vakuutuksen perusteella korvataan. Tällä kysymyksellä pyrittiin selvittämään asiakkaan odotuksia ja käsitystä palvelun sisällöstä ja miten tämä kohtaa kokemuksen kanssa. Sillä jos odotukset täyttyvät, laatu on asiakkaan mielestä hyvää tai hyväksyttävää (Ylikoski 2000,120). Kyselyyn vastanneista 69/90 (76,7 %) koki korvausratkaisun vastanneen täysin omaa käsitystä siitä, mitä vakuutuksen perusteella korvataan. Voidaan siis sanoa tämän aineiston perusteella koetun palvelun laadun vastanneen melko hyvin asiakkaiden odotuksia korvausratkaisun osalta. Vakuutuksenottajista 44/49 (89,8%) koki korvausratkaisun vastanneen täysin omaa käsitystä siitä, mitä vakuutuksen perusteella korvataan kun vastaava luku vakuutetuilla oli 19/31 (61,3%). Ainoastaan 1/49 vakuutuksenottaja oli väitteen kanssa täysin eri mieltä kun vakuutetuista luku oli 4/31. (Taulukko 5.) Vakuutuksenottajilla voidaan siis tämän tutkimuksen tulosten perusteella olevan hieman selkeämpi kuva siitä, mitä vakuutuksen perusteella korvataan kuin mitä vakuutetuilla on. Asiakkaan odotuksiin vaikuttavat aiemmat kokemukset (Ylikoski 2000, 124) ja usein vakuutuksenottajalla on jo paljon kokemusta korvauspalvelusta toisin kuin vakuutetulla, jolle sattunut tapaturma voi olla ainutkertainen kokemus. Vakuutuksenottajien korkeampi tietämys vakuutuksen korvattavuudesta voi selittyä myös sillä, että he ovat kuitenkin vakuutuksen ostajataho ja näin ollen tietoisempia ostetun tuotteen sisällöstä.

Väitteellä ”korvauspäätöksen perustelut olivat ymmärrettävissä” haluttiin selvittää onko korvausratkaisu selkeäkielinen ja helposti ymmärrettävissä, koska kyseessä on palvelu, jossa termit ja vakuutuksen sisältö saattavat olla täysin vierasta asiakkaalle. Viestintä on yksi palvelun laatutekijä, asiakkaan arvio siitä puhutaanko (ja kirjoitetaanko) hänelle sellaista kieltä jota hän ymmärtää. (Ylikoski 2000, 128). Tutkimuksen aineiston perusteella myös korvauspäätöksen perustelut olivat vastanneiden vakuutuksenottajien mielestä paremmin ymmärrettävissä kuin vastanneiden vakuutettujen. Kyselyyn vastanneista 48 vakuutuksenottajasta 41 eli 85,4 % piti korvauspäätöksen perusteluja täysin ymmärrettävissä kun taas 31 vakuutetuista tämän tulos oli 19 eli 61,3 %. Syynä tähän voi olla, yhtä lailla kun korvausratkaisun odotuksiinkin, se että vakuutuksenottajalla on enemmän kokemusta kyseisestä tuotteesta. Kaikista kysymykseen vastanneista (73%) oli täysin samaa mieltä perustelujen ymmärrettävyydestä ja (18%)jonkin verran samaa mieltä. Voidaan todeta, että tämän tutkimuksen perusteella suurin osa asiakkaista pitää korvauspäätöksen perusteluja hyvin tai melko hyvin ymmärrettävissä (taulukko 6.)

Tutkimuksessa pyrittiin myös selvittämään toinen osaongelmista eli *mitkä osat korvausprosessista toimivat ja mitkä eivät asiakkaan näkökulmasta?* Kyselyyn vastanneiden mielestä parhaiten toimiva asia vahinkoasian hoidossa on korvausasian käsittelyaika. Yllättäen korvausasian käsittelyaika oli myös vastanneiden mielestä asia, jossa olisi parantamisen varaa. Osa oli siis hyvinkin tyytyväinen korvausasiensa käsittelyaikaan ja osa taas koki käsittelyajan pitkäksi. Suhteessa korvausasian käsittelyaikaan tyytyväisiä (54 kpl) on merkittävästi enemmän kuin käsittelyaikaan tyytymättömien määrä (15 kpl). Tästä voidaan päätellä, että asiakkaalle korvausasian käsittelyaika arvioitavana osa-alueena on melko tärkeä ominaisuus; joka siihen ollaan tyytyväisiä tai sitten ei. Tätä tukevat myös vastaajien arviot palvelun nopeudesta (Taulukko 3.), vastaajien arviot jakautuivat väitteessä ”saamani palvelu oli nopeaa” eniten kaikkien vastausvaihtoehtojen välillä. Tulosten perusteella voidaan todeta korvausasian käsittelyajan olevan tärkeä tekijä asiakkaiden tyytyväisyyden tasoon. Aineiston perusteella asiakkaiden mielestä korvausasian käsittelyajan lisäksi parhaiten toimivat asiat vahinkoasian hoidossa olivat puhelinpalvelu, jonka 22/67 vastaajaa oli valinnut ja tavoitettavuus 17/76 vastaajan valinta. Tiedon saanti käsittelyn aikana koettiin korvausasian käsittelyajan lisäksi parannettavaksi asiaksi 14/37 vastaajan mielestä.

Sanallisten vastausten perusteella korvauspalvelun toiminta on ollut hyvin heterogeenistä; osa kokee saaneensa todella nopeaa palvelua, osa taas oli tyytymätön asian käsittelyaikaan, osa vastaajista oli todella tyytyväinen saamaansa palveluun, osa on tyytymätön palvelun ammattitaitoisuuteen. Kuten Ylikoski (2000, 84) on todennut; kun ihminen tuottaa palvelua toiselle, jokainen palvelutapahtuma on yksilöllinen. Samoin erilaiset tilanteet ja erilaiset asiakkaat vaikuttavat siihen, mitkä tekijät aiheuttavat tyytyväisyyttä ja tyytymättömyyttä. (Rope & Pöllänen 1998, 166). Sanallisten vastausten kirjo kuvaa siis hyvin sitä, miten yksilöllinen jokainen palvelutapahtuma on.

#### 7.1 Reliabiliteetin ja validiteetin arviointia tässä tutkimuksessa

Cronbachin alfan tulos on 0,460, joka tarkoittaa, ettei tutkimuksen tulos ole kovin luotettava. Reliabiliteetti saadaan tasolle 0,584 mikä on jo parempi, kun aineistosta jätettiin pois tyytyväisyyden yleisarvosana (taulukko 7). Kysymys oli eri asteikkoa kun muut kyselyn kohdat ja tämä selittää reliabiliteetin nousun kun kysymys jätetään huomioimatta. Tutkimuksen reliabiliteetti ei ole paras mahdollinen myöskään vastaajamäärän vuoksi. Vastaajakadoksi tuli 89 %, mikä on todella suuri. Toisaalta kato oli pyritty ottamaan huomioon jo otoskokoa määriteltäessä, joten ennakoidusta tavoitevastausmäärästä (200 kpl) jäätii reilulla puolella. Tutkimuksessa tarkkailtavien ryhmien; vakuutusosastajien sekä vakuutettujen määrä on mielestäni melko pieni luotettavien tulosten aikaansaamiseksi. Huomioon ottaen nämä seikat voidaan sanoa, että tutkimuksen tulokset ovat suuntaa-antavia eikä sattumanvaraisuudesta

voida olla varmoja. Toisaalta kyselyyn vastanneissa oli sekä naisia että miehiä, vastanneiden ikä vaihteli, yritysten henkilömäärät olivat erilaisia sekä vastaajien joukossa oli sekä myönteisen että kielteisen korvauspäätöksen saaneita. Kyselyyn vastanneet olivat siis hyvinkin erilaisia keskenään.

Huomioitavaa on, että kysymykseen parhaiten toimivasta asiasta vahinkoasian hoidossa sekä missä asiassa vahinkoasian hoidossa on asiakkaan mielestä parantamisen varaa, läheskään kaikki kyselyyn vastanneet eivät olleet ottaneet kantaa näihin. Sen lisäksi osa vastaajista oli valinnut enemmän kuin yhden asian esitetyistä vaihtoehdoista. Näiden osalta ei siis voida tehdä suuriakaan johtopäätöksiä mutta varmasti annetut vastaukset antavat suuntaa asiakkaiden mielipiteistä. Tämä seikka on huonontanut tutkimuksen reliabiliteettia.

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää Fennian työtaturmavakuutuksen korvauspalvelun asiakkaiden tyytyväisyyttä sekä saada tietoa siitä, miltä osin korvauspalvelu toimii asiakkaiden näkökulmasta ja mitä pitäisi kehittää. Lisäksi tarkoituksena oli selvittää, onko vakuutusnottajan ja vakuutetun tyytyväisyydessä eroa. Tutkimus vastasi mielestäni melko hyvin esitettyihin tutkimusongelmaan ja osa-ongelmiin vaikkakin tutkimuksen reliabiliteetti ei tätä kovin hyvin osoita. Tutkimuksen avulla saatiin kuitenkin tärkeää tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä sekä parannettavista osa-alueista. Lisäksi teoreettinen viitekehys on rakennettu vastaamaan tutkittavaa ongelmaa ja johtopäätöksiä.

## 7.2 Kehitysideat

Koska työtaturmavakuutuksen, (tuotteen) sisältö on kaikissa yhtiössä sama, kilpailijoista erottautuminen täytyy tehdä palvelun avulla. Yhtiön olisi siis tärkeä kehittää kaikkea palveluun liittyvää toimintaansa yhä paremmaksi. Tässä tutkimuksessa tuli esille joitakin asioita, joita Fennian työtaturmavakuutuksen korvauspalvelun olisi syytä kehittää pysyäkseen alan kehityksessä mukana sekä saavuttaakseen vielä paremman asiakastyytyväisyyden.

Tällä hetkellä Fennian työtaturmien korvauspalveluissa asiakaspalautetta kerätään vain suoran palautejärjestelmän kautta ja tätä kautta saatujen palautteiden määrä on noin 10 kpl kuukaudessa (Grönberg, 2011) eli todella vähän. Tärkeää olisi, että jatkossa asiakkaiden tyytyväisyyttä seurattaisiin säännöllisin väliajoin myös asiakastyytyväisyystutkimuksella, jotta palvelun laatua voidaan kehittää. Sillä mikäli yritys pyrkii kehittämään toimintaansa paremmaksi; laadukkaammaksi, on asiakastyytyväisyyden seuraaminen siis oleellista. (Lecklin 2006, 105). Lisäksi Fennian tavoite olla alan suosittu vakuutusyhtiö vuonna 2015 (Kilpinen, 2011) tarkoittaa myös sitä, että asiakastyytyväisyyden täytyy olla korkealla. Vaikka tämän tutkimuksen mukaan työtaturmavakuutuksen korvauspalvelun asiakkaat ovat melko tyytyväisiä, on tyytyväisyys aina suurelta osin sidottu nykyhetkeen (Rope 2005, 577) ja



tämänkin vuoksi jatkuva seuraaminen olisi tärkeää. Lisäksi tyytymättömillä asiakkailla on taipumus kertoa negatiivisista kokemuksistaan eteenpäin (Lecklin 2006, 113), joten yrityksen tulisi pyrkiä parempaan asiakastyytyväisyyteen ja minimoida tyytymättömyys vaikka asiakastyytyväisyys olisikin jo hyväksyttävällä tasolla.

Tulevaisuudessa korvauspalvelun toteuttaessa asiakastyytyväisyyskyselyn tästä tutkimuksesta oppineena sanoisin, että olisi hyvä laatia kyselylomake tarkemmin ja kattavamaksi sisältäen tietoa enemmän asiakkaiden odotuksista sekä selvittämällä lisää korvauspalvelun osa-alueiden tärkeyttä asiakkaille sekä asiakkaiden arvostamia ominaisuuksia näissä. Selvittämällä tarkemmin asiakkaan odotuksia sekä vertaamalla näitä kokemuksiin saataisiin tarkempi kuva siitä, miten asiakas kokee laadun (Ylikoski 2000, 120). Lisäksi selvittämällä kattavammin asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä, joita Zeithaml & Bitner ovat listanneet (kuvio 3), saadaan tarkempia tuloksia asiakastyytyväisyyden tasosta. Mitä tarkempaa tietoa asiakkaiden mielipiteistä saadaan, sen vähemmän tulkinnanvaraista tietoa jää. Lisäksi vastaajakadon välttämiseksi tulevaisuudessa yrityksen kannattaisi pohtia jonkinlaista palkintoa kyselyyn vastanneille. Myös laadullisen tutkimuksen toteuttaminen voisi tuoda yritykselle enemmän tarkempaa tietoa asiakkaiden näkemyksistä.

Tutkimuksessa kävi ilmi jonkin verran avoimien vastausten kautta sekä monivalintakysymyksestä koskien korvausratkaisua asiakkaiden epätietoisuus vakuutuksen korvattavuudesta (taulukko 5.) sekä menettelytavoista. Koska vakuutus on työnantajan ostama ja vakuutuksen sisältö esitetään myynnin yhteydessä työnantajan edustajalle, jää vakuutuksen sisältö, ehdot ja käytännöt usein varmasti tiedottomatta työntekijöille sen tarkemmin. Korvaustilanteiden selkeyttämiseksi olisikin Fennian etu laatia yrityksille jonkinlaiset ohjekirjat korvaustilanteita ajatellen. Ohjekirja sisältäisi tietoa siitä, minkälaisia tilanteita vakuutus yleisesti korvaa, mitä vahingon sattuessa tulisi ottaa huomioon vakuutusyhtiön kannalta ja miten käsittely vakuutusyhtiössä toimii. Tällainen ohjeistus toisi lisäarvoa palveluun sekä edesauttaisi myös minimoimaan asiakkaiden epätietoisuutta sekä epärealistisia, väriä odotuksia. Lisäksi on hyvin tärkeää, että korvausratkaisijat työssään informoivat vakuutuksen korvaussisällöstä asiakkaita koska nyt tutkimuksen tulosten perusteella (taulukko 6) varsinkin kaikki vakuutetuista eivät ole täysin samaa mieltä korvauspäätöksen perustelujen ymmärtämisestä.

Tutkimustulosten perusteella vakuutetut ovat hieman enemmän eri mieltä tai jonkin verran eri mieltä palvelun nopeudesta suhteessa vakuutuksenottajiin (taulukko 3) ja sanallisista vastauksista selvisi, että korvausasian käsittelyaikaan muutama oli tyytymätön. Vakuutusyhtiön kannalta korvausasian ratkaisemiseen menevä aika riippuu paljolti asian ratkaisemiseen tarvittavien asiakirjojen saamisen nopeudesta. Joissakin tapauksissa tarvitaan lisäselvityksiä niin työnantajalta, vahingoittuneelta kun esimerkiksi hoitolaitokseltakin, ennen kuin vahingon korvattavuus voidaan ratkaista. (Kukkonen & Karmavalo 2006, 135). Näin ollen

usein käsittelyn hitaus johtuu vakuutusyhtiöstä riippumattomista syistä. Tällaisissa tilanteissa korvauspalvelussa olisikin syytä informoida aina asiakasta puhelimitse asian viivästymiseen johtuvista syistä, jotta asiakas tietää mistä käsittelyn viivästyminen johtuu. Asia ei kuitenkaan muuta sitä, että asiakas olisi tällaisessa tilanteessa tyytyväinen, mutta kenties arvio palvelun hitaudesta ei silloin kohdistuisi vakuutusyhtiöön, kuten se tämän tutkimuksen vastauksissa oli kohdistunut.

Eräästä palautteesta kävi ilmi, että asiakas koki saavansa korvauskäsittelijästä riippuen erilaisen ohjeistuksen asiassaan. Näin ollen asiakas on kokenut luotettavuuden huonoksi. Tähän on vaikea ottaa kantaa, onko asia todella näin vai onko asiakas voinut ymmärtää neuvot väärin tai korvauskäsittelijä ymmärtänyt asiakkaan asian väärin, mikä sekään ei saisi olla mahdollista. Luotettavuus on tärkein kriteeri asiakkaan arvioon palvelun laadusta (Ylikoski 2000, 127) ja näin ollen on erityisen tärkeää yritykselle panostaa tähän. Korvauskäsittelyssä pyritään yhtenäiseen toimintatapaan sekä asiat olisi tärkeä hoitaa samojen sääntöjen mukaisesti. Lisäksi jos asiakkaalle luvataan jotain puhelimitse, tulisi tästä aina kirjata ylös luvattu asia, jotta vakuutusyhtiö voi olla varma lupaamistaan asioista.

Tutkittavassa aineistossa kielteisen korvauspäätöksen saaneiden määrä oli niin pieni, 10 kpl, (kuvio 9.) ettei analysointia vastaajien saaman korvauspäätöksen sisällön ja tyytyväisyyden yhteydestä voitu tehdä. Olisi kuitenkin mielenkiintoista tutkia myönteisen ja kielteisen korvauspäätöksen saaneiden asiakkaiden tyytyväisyyden eroja - vaikuttaako korvauspäätöksen sisältö asiakkaan arvioon korvauspalvelun laadusta. Tämä olisi siis hyvä jatkotutkimuksen aihe.

## Lähteet

### Painetut lähteet

Grönroos, C. 2000. Nyt kilpaillaan palveluilla. 5.painos. Porvoo: WSOY.

Grönroos, C. 2009. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. 3., uudistettu painos. Juva: WSOY.

Havunen, R. 2000. Uusi näkökulma asiakkaaseen - oivaltamisen kautta tuloksiin. Helsinki: Edita.

Heikkilä, T. 2004. Tilastollinen tutkimus. 5., uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Järvinen, R. & Heino, H. 2004. Kuluttajien palvelukokemuksia vakuutus- ja pankkisektorilta. Savion kirjapaino Oy.

Kukkonen, S. & Karmavalo, T. 2006. Työtaturmakirja. 10., uudistettu painos. Vammala: Finanssi- ja vakuutuskustannus.

Lakisääteinen tapaturmavakuutus työtaturmien ja ammattitautien varalta. Keskinäinen vakuutusyhtiö Fennia. 2011. Tuote-esite.

Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. 5., uudistettu painos. Helsinki: Talentum.

Lotti, L. 1998. Markkinointitutkimuksen käsikirja. 4. painos. Porvoo: WSOY.

Mäntyneva, M., Heinonen, J. & Wrangle, K. 2008. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY.

Rope, T. 2005. Suuri markkinointikirja. 2. painos. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Rope, T. & Pyykkö, M. 2003. Markkinointipsykologia Väylä asiakasmieleiseen markkinointiin. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Rope, T. & Pöllänen, J. 1998. Asiakastytyväisyysjohtaminen. 4.painos. Juva: WSOY.

Sipilä, J. 1998. Asiantuntija ja asiakas. Porvoo: WSOY.

Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko asiakas? 2. uudistettu painos. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Ylikoski, T., Järvinen, R. & Rosti, P. 2006. Hyvä asiakaspalvelu- menestystekijä finanssialalla. 2.uudistettu painos. Vammala: Finanssi- ja vakuutuskustannus.

Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J. 1996. Services Marketing. Singapore: McGraw-Hill.

#### Internet-lähteet

Epsi Rating asiakastyytyväisyys 2010/ Suomen vahinkovakuutusyhtiöt. Epsi Rating Ltd 2010. Viitattu 22.4.2010.

[http://www.epsi-finland.org/images/stories/Reports/Insurance/Vahinkovakuutus\\_Gen\\_Insurance\\_Finland\\_press\\_release\\_2010.pdf](http://www.epsi-finland.org/images/stories/Reports/Insurance/Vahinkovakuutus_Gen_Insurance_Finland_press_release_2010.pdf)

Keskinäinen vakuutusyhtiö Fennia. Työtaturmakorvausosaston työnjako, Fennia 2011. Viitattu 9.5.2011.

<https://www.fennia.fi/Korvaukset/Henkilökorvaukset/Työnjako>

Keskinäinen vakuutusyhtiö Fennia. Yritysesittely; Fennia-ryhmä, Fennia. Viitattu 15.3.2011.

<http://www.fennia.fi/FenniaRyhma/Fennia/>

Lillrank, P. 2009. Laatu? Viitattu 7.5.2011.

<http://www.fennia.fi/FenniaRyhma/Asiakaslehti/Henkilokuvia/PaulLillrankLaatu.htm>

Kuljukka, A. 2011. Kaksi totuuden hetkeä. Viitattu 17.4.2011.

<http://laatukeskus.blogit.kauppalehti.fi/blog/21751>

#### Julkaisemattomat lähteet

Kilpinen, K. 2011. Fennia on alan suositelluin vakuutusyhtiö vuonna 2015. FenniaSpirit-Fennian henkilöstölehti 1/2011. Keskinäinen Vakuutusyhtiö Fennia, Vakuutusosakeyhtiö Henki-Fennia.

Grönberg, T. 2011. Työtaturmakorvaukset-osaston tilastoja. Email reetta.louhivaara@fennia.fi 2.5.2011. Tulostettu 5.5.2011.

## Kuvioluettelo

Kuvio 1: Korvauskäsittelyssä tarvittavat asiakirjat .....	19
Kuvio 2: Asiakkaan palvelukokemuksen muodostuminen .....	20
Kuvio 3: Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät .....	21
Kuvio 4: Palveluprosessi.....	23
Kuvio 5: Tyytyväisyyden ja tyytymättömyyden aiheet.....	24
Kuvio 6: Asiakastyytyväisyyslaatu menestyskierteen osana.....	27
Kuvio 7: Vastaajien asiakasrooli.....	38
Kuvio 8: Vastaajien ikäjakauma.....	38
Kuvio 9: Korvauspäätöksen sisältö.....	39
Kuvio 10: Tyytyväisyys korvauskäsittelyn toimintaan kokonaisuutena .....	49

## Taulukot

Taulukko1: Ristiintaulukoinnin tulokset asiakasroolin sekä väitteen ”tapaturmasta ilmoittaminen oli helppoa” perusteella.....	40
Taulukko 2: Ristiintaulukoinnin tulokset asiakasroolin sekä väitteen ”saamani palvelu oli ammattitaitoista” perusteella.....	41
Taulukko 3: Ristiintaulukoinnin tulokset asiakasroolin sekä väitteen ”saamani palvelu oli nopeaa” perusteella .....	42
Taulukko 4: Ristiintaulukoinnin tulokset asiakasroolin sekä väitteen ”saamani palvelu oli ystävällistä” perusteella .....	43
Taulukko 5: Ristiintaulukoinnin tulokset asiakasroolin sekä väitteen ” korvausratkaisu vastasi käsitystäni siitä, mitä vakuutuksen perusteella korvataan” perusteella .....	45
Taulukko 6: Ristiintaulukoinnin tulokset asiakasroolin sekä väitteen ”korvauspäätöksen perustelut olivat ymmärrettävissä” perusteella .....	47
Taulukko 7: Tutkimuksen reliabiliteetti .....	37

## Liitteet

Liite 1: Kyselylomake .....	64
-----------------------------	----



## ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

Fennia haluaa jatkuvasti kehittää toimintaansa. Yksi tärkeimmistä asioista meille on asiakkaidemme tyytyväisyys. Pystyäksemme edelleen kehittämään asiakaspalveluamme, tarvitsemme Sinun apuasi. Kerrothan meille mielipiteesi vastaamalla tähän kyselyyn. Kysely on osa Laurea-ammattikorkeakouluun tehtävää opinnäytetyötä. Kiitos arvokkaasta palautteestasi!

Lisätietoja kyselystä: reetta.louhivaara@fennia.fi

---

Ole hyvä ja valitse vastausvaihtoehdoista sopivin vaihtoehto ja ympyröi sitä vastaava kirjain. Vapaissa tekstikysymyksissä pyydämme täyttämään tiedon sille tarkoitetulle riville. Lopuissa kysymyksissä ympyröi mielipidettäsi vastaava vaihtoehto. Palauta kysely taittamalla paperi niin, että toisella puolella oleva osoite jää näkyviin ja nido paperit yhteen. Postimaksu on maksettu valmiiksi. Voit vastata kyselyyn myös Internetissä: [www.webropol.com/fennia.net](http://www.webropol.com/fennia.net). Salasana on LSTkorvaus.

1. Vahinkonumero \_\_\_\_\_
  2. Olen
    - (a) työnantaja (vakuutuksenottaja)
    - (b) työntekijä (vakuutettu)
    - (c) molempia.
  3. Olen
    - (a) mies
    - (b) nainen.
  4. Ikäni
    - (a) alle 25 v
    - (b) 25-34 v
    - (c) 35-44 v
    - (d) 45-54 v
    - (e) yli 55 v
  5. Yrityksen henkilömäärä \_\_\_\_\_
  6. Saamani päätös oli
    - (a) myönteinen (korvauksia maksettiin)
    - (b) kielteinen.
-



1=samaa mieltä, 2= jonkin verran samaa mieltä 3= jonkin verran eri mieltä 4=eri mieltä

- |     |  |         |
|-----|--|---------|
| 7.  | Tapaturmasta ilmoittaminen oli helppoa.  | 1 2 3 4 |
| 8.  | Saamani palvelu oli ammattitaitoista.  | 1 2 3 4 |
| 9.  | Saamani palvelu oli nopeaa.  | 1 2 3 4 |
| 10. | Saamani palvelu oli ystävällistä.  | 1 2 3 4 |
| 11. | Korvausratkaisu vastasi käsitystäni siitä, mitä vakuutuksen perusteella korvataan.   | 1 2 3 4 |
| 12. | Korvauspäätöksen perustelut olivat ymmärrettävissä.  | 1 2 3 4 |
| 13. | Jos valitsit johonkin näistä kysymyksistä vastausvaihtoehdon 3 tai 4, pyydämme kertomaan, mikä saamassanne palvelussa meni vikaan? |         |

---



---



---



---

14. Mikä asia tämän vahinkoasian hoidossa toimi mielestäsi erittäin hyvin?

- (a) puhelinpalvelu
- (b) tavoitettavuus
- (c) korvausasian käsittelyaika
- (d) tiedon saanti käsittelyn aikana
- (e) yleinen neuvonta

15. Mikä asia tämän vahinkoasian hoidossa olisi voinut toimia paremmin?

- (a) puhelinpalvelu
- (b) tavoitettavuus
- (c) korvausasian käsittelyaika
- (d) tiedon saanti käsittelyn aikana
- (e) yleinen neuvonta

16. Kuinka tyytyväinen olet korvauskäsittelymme toimintaan kokonaisuutena? Anna arvosana asteikolla 4-10: \_\_\_\_

17. Arvioi omin sanoin Fennialta saamaasi palvelua vahinkoasiasi hoidossa. Mikä oli hyvää, mikä oli huonoa? Jäikö joku asia erityisesti mieleen? Halutessasi voit antaa myös ehdotuksia, miten voisimme parantaa palveluamme.

---



---



---



---



---

Fennia kiittää vaivannäöstäsi ja toivottaa Sinulle turvallisia talvihetkiä!