

ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

Kemin Satama Oy

Morottaja Jonna

Opinnäytetyö

Liiketalouden koulutus
Tradenomi

2022

Liiketalouden koulutus
Tradenomi

Tekijä	Jonna Morottaja	Vuosi	2022
Ohjaaja(t)	Satu Valli		
Toimeksiantaja	Kemin Satama Oy		
Työn nimi	Asiakastyytyväisyyskysely – Kemin Satama Oy		
Sivu- ja liitesivumäärä	30 + 6		

Opinnäytetyössä tutkittiin, kuinka tyytyväisiä Kemin sataman asiakkaat olivat sataman tarjoamiin palveluihin. Toimeksiantajana oli Kemin Satama Oy, joka valikoi keskeisimpiä asiakkaitaan tutkimukseen. Teoriaosuudessa keskityttiin käsittelemään, mitä on palvelun laatu ja miten asiakas sen kokee. Lisäksi perehdyttiin asiakastyytyväisyyteen ja siihen, miksi se on tärkeää yritykselle, sekä miksi asiakastyytyväisyyttä pitäisi säännöllisesti seurata.

Tutkimusmenetelmä oli osittain kvalitatiivinen ja osittain kvantitatiivinen. Aineiston keräys tehtiin Webropolilla ja asiakkaille annettiin mahdollisuus myös vastata kyselyyn puhelinhaastatteluna. Sataman asiakkailta ja yhteistyökumppaneilta selvitettiin sähköpostitse lähetetyn asiakastyytyväisyyskyselyn avulla palvelun laadun lisäksi näkemystä ympäristön huolehtimisesta, turvallisuudesta sekä sosiaalisen median näkyvyydestä. Kyselyn vastauksista poimittiin kehitysehdotuksia.

Tutkimustuloksista ilmeni, että Kemin sataman asiakaspalvelu ja palvelun laatu oli hyvällä mallilla. Sataman asiakaspalvelun koettiin olevan pääsääntöisesti positiivinen. Keskeisimpiä kehitysehdotuksia olivat kunnossapito sekä asioista vastaavien henkilöiden parempi tavoitettavuus.

Avainsanat

asiakaspalvelu, palvelun laatu, asiakastyytyväisyys, palvelu, palvelukokemus

Name of Degree Programme
Degree

Author	Jonna Morottaja	Year	2022
Supervisor	Satu Valli		
Commissioned by	Port of Kemi		
Subject of thesis	Customer Service Survey – Port of Kemi		
Number of pages	30 + 6		

The main goal of the thesis was to examine how satisfied the customers were with the services provided by Port of Kemi. The commissioner was Port of Kemi which selected key customers and partners for the survey. The theoretical part focused on the quality of service and how the customers and partners experienced it. In addition, customer satisfaction was introduced and why it is important to the company and why should it be monitored regularly.

The research method was partly qualitative and partly quantitative. The study material was collected by Webropol. The customers were also given the opportunity to respond to the survey via telephone. The customers and partners of Port of Kemi were asked about the quality of services. They were also asked about their experience of caring about the environment, safety and social media visibility of Port of Kemi. Development suggestions were selected from the responses of the survey.

The results of the survey showed that the customer service and quality of service at the Port of Kemi was generally considered to be positive. The most important development proposals were maintenance, better reachability to the persons in charge and speeds of obligation to give away of the work machines in the port area.

Key words customer service, quality of services, customer satisfaction, service, experience of service

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
1.1	Tutkimusongelma ja sen rajaus	5
1.2	Tutkimusmenetelmä	6
1.3	Asiakastyytyväisyystutkimuksen toteutus	6
2	KEMIN SATAMA OY	8
2.1	Ympäristön tärkeys sataman toiminnalle	8
2.2	Kemin Satama Oy:n palvelut	9
3	PALVELUN LAATU	10
3.1	Laatuajattelu ja sen historia	10
3.2	Palvelu ja palveluprosessi	10
3.3	Palvelun laatu yrityksen toiminnassa	11
4	ASIAKASTYYTYVÄISYYS	13
4.1	Asiakastyytyväisyys yrityksen toiminnassa	13
4.2	Erilaisia tapoja mitata asiakkaiden tyytyväisyyttä	13
4.3	Asiakastyytyväisyyden mittaamisen hyödyt yrityksen toiminnassa	14
4.4	Net Promoter Score	14
5	KEMIN SATAMA OY:N ASIAKASTYYTYVÄISYYS	16
5.1	Ympäristöasiat	16
5.3	Asiakkaiden tarpeiden huomioiminen	17
5.4	Turvallisuus	18
5.5	Asiakaspalvelu	19
5.6	Saavutettavuus, liikkuminen ja kunnossapito	20
5.7	Internet- sivut sekä sosiaalinen media	21
5.8	Esille nousseita kehityskohteita	23
5.9	Net Promoter Score (NPS)	24
6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	25
	LÄHTEET	27
	LIITTEET	30

1 JOHDANTO

Suomi on suurelta osin veden ympäröimää, joten on luonnollista, että satamaverkosto on laaja. Satamien kautta kulkee niin matkustaja- alukset kuin rahtialuksetkin. Jopa 90 % Suomen ja ulkomaiden välisistä kuljetuksista tapahtuu meriteitse, joten satamat ovat logistisesti tärkeässä asemassa. (Itämeri.fi 2022.)

Vienti on Suomen talouden kannalta merkittävää. Lähes 90% viennistä sekä 70 % tuonnista kulkee satamien kautta. Satamat ovat tärkeitä niin arjen sujuvuuden kuin talouden toiminnankin kannalta. (Satamaliitto 2018, 2.) Pelkästään Kemin satamassa vuonna 2020 vientiä on ollut 1,107 miljoonaa tonnia ja tuonti on ollut 0,761 miljoonaa tonnia. (Vuosikertomus 2020, 13.)

Satamat ovat osa kuljetusketjua ja näin ollen ne yhdistävät maa- ja meriliikenteen. Satamien tärkeimpiä tehtäviä on rakentaa infrastruktuuria satama-alueille, jotta satamassa toimivat yritykset voivat luoda hyvät edellytykset tarjota laadukkaita palveluita asiakkaille. (Logistiikan maailma 2022b.)

1.1 Tutkimusongelma ja sen rajaus

Kemin Satama Oy tarjoaa korkealuokkaisia palveluita asiakkailleen. Kemin Satama Oy:lle onkin tärkeää seurata ja kehittää toiminnan laatua niin, että se tarjoaa asiakkaalle parasta mahdollista palvelua ja hyvän kokemuksen. Kemin Satama Oy tarjoaa asiakkailleen laadukkaita palveluita samalla ottaen huomioon ympäristön. Sataman yksi keskeisiä asioita on seurata ja kehittää toimintaansa. Lain-säädännön ja viranomais määräysten noudattaminen on tärkeää sataman toiminnassa. (Kemin Satama 2022b.)

Opinnäytetyössä tutkitaan Kemin Satama Oy:n asiakkaiden tyytyväisyyttä tekemällä asiakastyytyväisyyskysely, jonka perusteella osataan kehittää palveluita paremmin vastaamaan asiakkaiden tarpeita. Tutkimus on tehty kaksi kertaa aikaisemmin. Aino Kalliainen (2013) on tutkinut sataman palveluiden laatua. Tämän tutkimuksen mukaan 80 % vastanneista asiakkaista ja yhteistyökumppaneista oli tyytyväisiä palveluiden laatuun. Ulla-Maija Sääsکیlahti (2020) toteutti tutkimuksen vuonna 2020, jolloin 85 % vastaajista oli sitä mieltä, että palvelun laatu on hyvää. Molemmissa tutkimuksissa mukana oli myös Kemi Shipping Oy,

joten pelkästään Kemin Sataman osuutta ei saatu selville, eikä tutkimustuloksia näin ollen voida täysin verrata toisiinsa.

1.2 Tutkimusmenetelmä

Määrällisessä eli kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään tavallisesti kyselylomaketta, jonka etuna on se, että asiakkaat pysyvät anonyymeina. Tutkimus soveltuu silloin, kun kyselyyn on vastaamassa iso joukko asiakkaita. Määrällisen tutkimuksen ongelmana on se, että vastausprosentti voi jäädä alhaiseksi. (Vilka 2021, 76.) Kemin Satama Oy:n asiakkaille tehtävässä kyselyssä määrällisen tutkimuksen piirteitä ovat kyselylomake sekä asiakkaiden nimettömänä pysyminen.

Laadullisessa eli kvalitatiivisessa tutkimuksessa asiakaskunta on pieni, ja tutkimuksen tavoitteena on saada laajasti tietoa. Tutkimus voidaan tehdä haastatteluna tai lomakkeella. Lomake on hyvä silloin, jos tutkimusongelma on pieni. Laadullisen tutkimuksen kysymyksissä tulisi välttää kyllä- tai ei- kysymyksiä vähäisen informaation vuoksi. (Vilka 2021, 100, 103–104.) Laadullisen tutkimuksen piirteinä opinnäytetyössä on se, että tutkimusongelma on pieni sekä asiakaskunta, jolle kysely tehdään, on pieni.

Toteutettava kysely on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, jossa valikoiduilta asiakkailta kysytään joukko avoimia kysymyksiä. Asiakas voi tällöin vastata muutenkin kuin kyllä- tai ei- vastausvaihtoehdoilla. Näin saadaan muutakin kuin pelkästään numeerista tietoa. Lisäksi jokaisen kysymyksen aiheeseen asiakkaalla on mahdollisuus antaa arvosana asteikolla 1–10. Näin saadaan myös numeraalista tietoa, jonka avulla tulevaisuudessa voidaan vertailla tuloksia.

1.3 Asiakastyytyväisyystutkimuksen toteutus

Kemin Satama Oy valitsee asiakkaat, joille kysely tehdään. Näille asiakkaille lähetetään ensin sähköpostilla kysymykset, ja pyyntö haastatella heitä puhelimitse. Heille annetaan mahdollisuus vastata kyselyyn myös verkossa. Kyselyt kirjataan ylös ja tulokset analysoidaan.

Kysely on toteutettu kaksi kertaa aikaisemmin (ks. Kalliainen 2013 ja Sämskilähti 2020) sillä erotuksella, että aikaisemmissa kyselyissä on ollut mukana myös Kemi

Shipping Oy. Haasteena tuleekin olemaan se, erottavatko asiakkaat ja yhteistyökumppanit Kemin Satama Oy:n toiminnan ja Kemi Shipping Oy:n toiminnan erot. Siinä missä Kemin Satama Oy huolehtii infrastruktuurista, kunnossapitopalveluista sekä turvallisuudesta Kemi Shipping Oy:n palveluita ovat ahtaus, huolinta, laivanselvitys, varastointi ja kuljetus sekä tullauspalvelut (Kemi Shipping 2022).

2 KEMIN SATAMA OY

Kemin sataman toiminta on alkanut jo vuonna 1869 nykyisen sisäsataman paikalla ja se on perustettu yhtä aikaa Kemin kaupungin kanssa. Syväsataman rakentamista Ajokseen suunniteltiin jo 1900-luvun alussa, mutta rakentamaan sitä päästiin vasta vuonna 1939. Sodan vaikuttaessa rakentamiseen ensimmäinen laituri syväsatamaan valmistui vuonna 1946. Pohjoisessa vallitsevat jääolosuhteet vaikuttivat sataman käyttöön, joten ympärivuotisesti satamassa alettiin liikennöimään vasta 1971. (Kemin Satama 2022h.) Kemin Satama yhtiöitettiin vuonna 2012 (Kemin Satama 2022e.)

Kemin Satama Oy sijaitsee keskeisellä paikalla Kemin Ajoksessa. Satama on Suomen pohjoisin yleissatama, jonne on hyvät yhteydet meritse, maitse ja rautateitse. Kemin Satama Oy tarjoaa monipuolisia palveluja ja ne pyritään tekemään asiakaslähtöisesti. (Kemin Satama 2022a.) Kemin Satama Oy:n hallinnoimiin alueisiin kuuluvat Ajos, Veitsiluodon satama sekä Ajoksen satamaan kuuluva Öljysatama. (Kemin Satama 2022i.) Kemin Satama Oy:n toimikuvaan kuuluvat maa- ja vesialueiden hallinnoiminen, infran huolehtiminen alueella, alus- ja kunnossapitopalveluiden tarjoaminen, viranomaisasioiden hoitaminen sekä kulunvalvonta ja turvallisuusasioista huolehtiminen (Kemin Satama 2022j)

2.1 Ympäristön tärkeys sataman toiminnalle

Kestävä kehitys on Kemin sataman toiminnassa tärkeää. Ympäristövaatimukset otetaan huomioon sataman infrastruktuurin suunnittelussa ja toteutuksessa. Ympäristöhaittoja pyritään ennaltaehkäisemään, sekä sataman toiminnan vaikutuksia esimerkiksi vesistöön seurataan aktiivisesti. (Vuosikertomus 2020, 9.) Energiaa pyritään käyttämään tehokkaasti, sekä heidän omasta toiminnasta tulevat jätteet pyritään lajittelemaan ja kierrättämään (Logistiikan Maailma 2022a).

Vuonna 2013 myönnetty ympäristölupa velvoittaa Kemin sataman tarkkailemaan ympäristöä, joka käytännössä tarkoittaa sitä, että jätteiden kertymistä sekä päästöjä ilmaan ja mereen tarkkaillaan. Pyrkimyksenä on haitallisten ympäristövaikutusten minimoiminen sekä työntekijöiden ja eri sidosryhmien tietoisuuden kasvattaminen. (Logistiikan Maailma 2022a.)

2.2 Kemin Satama Oy:n palvelut

Kemin Satama Oy:llä on erilaisia palveluita. Aluspalvelut eli alusten kiinnitys-, irtotus ja siirtopalvelut toimivat vuorokauden ympäri. Lisäksi aluspalveluihin kuuluu vedenanto aluksille. Aluksilla on mahdollisuus käyttää maasähköliitintä. Lisäksi alusten jätehuolto kuuluu aluspalveluihin. (Kemin Satama 2022c.) Käytännössä aluspalvelut edesauttavat sitä, että laivat pystyvät liikkumaan.

Sataman alueella liikuttaessa tarvitaan Kemin Sataman Oy:n myöntämä kulkulupa, joten kulunvalvonta on yksi tarjottavista palveluista. Satamavalvojat myöntävät kulkuluvat ja valvovat niitä. (Kemin Satama 2022d.)

Kemin Satama Oy:n kunnossapidon piiriin kuuluvat satama-altaat, sataman alueella sijaitsevien merimerkkien huolto, satama-alueiden kentät, tiet, raiteet, ja valaistus sekä sataman omistamien rakennusten ylläpito. (Kemin Satama 2022e). Ajoksen ja Veitsiluodon satama-alueiden kunnossapito kuuluu Kemin Satama Oy:lle. (Logistiikan Maailma 2022a).

Lisäksi Kemin Satama Oy ostaa joitain palveluita ulkopuolisilta palveluntuottajilta. Satamajäänmurto- ja hinauspalvelut hankitaan Arctia Karhu Oy:ltä, joka hoitaa Kemin Satama Oy:n hallinnoimat vesialueet (Kemin Satama 2022f). Finnpiilot huolehtii luotsipalveluista, joita on saatavilla ympäri vuorokauden vuoden jokaisena päivänä (Kemin Satama 2022g).

3 PALVELUN LAATU

3.1 Laatuajattelu ja sen historia

Laatujohtamistyön juuret ovat 1900-luvulla. Palvelun laatu on ollut kiinnostuksen kohteena 1970-luvulta lähtien. Vuonna 1982 Grönroos esitteli koetun palvelun laadun käsitteen ja mallin, jonka seurauksena palvelukeskeisyys on ollut osa laatuajattelua. Palvelun laatu perustuu siihen, miten asiakas kokee palvelun verrattuna siihen, mitä odotuksia hänellä oli palvelun suhteen. (Grönroos 2020, 77.)

1990-luvulla keskityttiin pelkästään laatujohtamiseen ja laatusertifikaatteihin. Huomio kiinnittyi tuotteiden laatuun, mutta koska palvelut ovat ominaisuuksiltaan erilaisia, laatumietämystä ei voida suoraan soveltaa palveluyrityksiin. (Grönroos 2020, 77–78.)

3.2 Palvelu ja palveluprosessi

Yritys voi myydä tuotteita tai palveluita. Tuote on fyysinen, jolloin sitä voidaan katsoa ja koskea. Palvelu taas ei ole nähtävissä eikä käsin koskettavissa. Palvelu on tapahtuma, jossa tuotanto ja kulutus tapahtuvat yhtä aikaa. Asiakkaan ja palvelun tuottajan välille kehittyy vuorovaikutustilanteita, joiden tapahtumat vaikuttavat palvelukokemukseen. (Grönroos 2020, 78.)

Palvelu terminä on vaikea määritellä. Palveluprosessi on vuorovaikutusta, jossa palveluntarjoaja tuottaa palvelua ja asiakas kuluttaa sitä samanaikaisesti. Tämän vuoksi palvelun tuotantoa ja kulutusta on hankala erottaa toisistaan (Grönroos 2020, 76–78.)

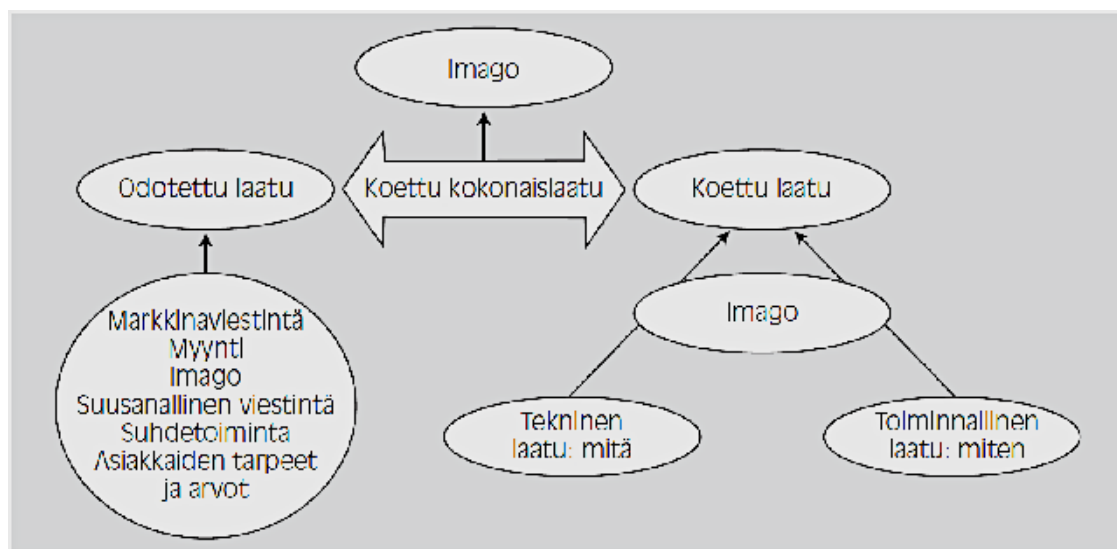
Palvelut ovat pääosin aineettomia prosesseja tai toimintasarjoja, joita kulutetaan ja tuotetaan samanaikaisesti ja jossa asiakkaalla on keskeinen rooli palvelun tuottamisessa (Valvio 2010, 46-47). Grönroosin (2020) mukaan palveluntarjoajan ja asiakkaan välinen vuorovaikutus voi olla epäsuoraa, jolloin palveluntarjoajan resurssit ja toimintajärjestelmät eivät ole vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa.

3.3 Palvelun laatu yrityksen toiminnassa

Kaikki yritykset haluavat, että liiketoiminta kannattaa ja jotta tähän päästään, tarvitaan siihen tyytyväisiä asiakkaita. Palvelun laadun on oltava odotusten mukaista, jotta saadaan pitkäaikaisia sekä tyytyväisiä asiakkaita yritykselle. (Logistiikanmaailma 2022.)

Palvelun laatu käsitteenä on hankala määritellä, koska sitä ei voi suoranaisesti verrata tuotteen laatuun. Sitä ei voida koskea, vaan se pitää kokea. Jotta palvelun laatua voidaan lähteä kehittämään, palveluntarjoajan tulee määritellä, miten he käsittävät palvelun laadun. Heidän tulee ymmärtää, minkälaisia odotuksia asiakkailla on palvelun suhteen. Vasta tämän jälkeen palveluntarjoaja voi asettaa tavoitteita palvelun laadun kehittämiseksi ja alkaa toimenpiteisiin tavoitteiden saavuttamiseksi. (Grönroos 2020, 78.)

Palvelun laatu voidaan määritellä monin eri tavoin (kuvio 1). Yksi niistä on kova ja pehmeä palvelun laatu. Kovasta palvelun laadusta puhutaan silloin, jos sitä voidaan mitata jollain mittarilla, koskea tai se voidaan määritellä selkeästi. Pehmeään laadun määrittelemiseen taas on monimutkaisempaa kuin kovan laadun. Laskennallisesti mitattavat asiat kuuluvat kovaan laatuun. Näitä ovat esimerkiksi aika, määrä, voittoprosentti, prosessi sekä koneet. Pehmeään laatuun sisältyy ihmisiin kohdistuvat asiat, joita ovat esimerkiksi sitoutuneisuus, huomio, arvot, sopiminen, asenteet sekä ihmiset kokonaisuudessaan. (Valvio 2010, 79.)



Kuvio 1. Koettu kokonaislaatu (Grönroos 2015, 82.)

Palvelun laatuun voidaan katsoa lukeutuvan kaksi eri elementtiä, toiminnallinen ja tekninen laatu. Toiminnallisella laadulla tarkoitetaan sitä, miten asiakas saa palvelua. Tekninen elementti taas tarkoittaa, että mitä yritys tekee asiakkaan eteen. (Logistiikanmaailma 2022b.)

Yleisesti ottaen asiakkaalla on aina palvelua kohtaan tiettyjä odotuksia. Odotuksiin voivat vaikuttaa aiemmat kokemukset, yrityksen maine, toisten asiakkaiden suositukset ja kokemukset sekä hinta. Jos asiakkaalla ei ole isoja odotuksia ja palvelu ylittää odotukset, voidaan puhua positiivisesta asiakaskokemuksesta. Kuitenkaan tätä ei voida pitää luotettavana, koska se ei objektiivisesti tarkasteltuna ole laadukasta. (Tirkkonen 2014.) Asiakkaan odotukset vaikuttavat merkittävästi siihen, miten he kokevat palvelun laadun. Palveluntarjoajan liian lupaukset ja asiakkaan liian suuret odotukset verrattuna koettuun palvelun laatuun aiheuttavat asiakkaalle heikon palvelukokemuksen. (Grönroos 2015, 82.)

Valvio (2010, 63) kirjoittaa, että hyvää palvelua saatuaan asiakas kertoo siitä perheelleen, ystävilleen sekä työtovereilleen. Jos asiakas taas saa huonoa palvelua, hän kertoo siitä huomattavasti isommalle ihmisjoukolla, johon sisältyy myös täysin vieraita ihmisiä.

Usein laadun parantaminen on yrityksen tavoitteena, mutta palvelun laatu jää asiakkaalla määrittelemättä. Laatu määritellään yrityksissä usein kapeammaksi kuin asiakkaiden todellinen käsitys laadusta on. Palvelun laatua tutkittaessa ja kehitettäessä tulisikin muistaa, että laatu on sitä, miten asiakas laadun kokee. (Grönroos 2020, 78.)

4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

4.1 Asiakastyytyväisyys yrityksen toiminnassa

Tyytyväinen asiakas on uskollinen asiakas. Jotta yritys voi kasvaa ja menestyä, on sillä oltava tyytyväisiä asiakkaita, jotka ovat valmiita käyttämään yrityksen palveluita. Saarijärvi ja Puustinen (2020) toteavat, että asiakastyytyväisyys on sama asia kuin asiakaskokemuksen jälkeen vallitseva tila, joka kertoo, miten hyvin yritys on täyttänyt asiakkaan tarpeet ja odotukset.

Kun asiakas on tyytyväinen yritykseen, silloin hän myös haluaa käyttää palveluita uudelleen. Positiivinen asiakaskokemus lähtee asiakkaan toiveista ja siitä, miten asiakkaan tarpeet otetaan palvelua tuottaessa huomioon. Palveluntarjoajan on tehtävä työtä sen eteen, että asiakas saa hyvän asiakaskokemuksen. (Kauppa-lehti 2015.)

Yritysten välinen B2B-asiakaskokemus ei ole samanlainen kuin kuluttajien B2C-asiakaskokemus. B2C asiakaskokemuksen määrittelee asiakas, kun taas yritysten välisestä kaupankäynnistä ei ole varmuutta, kuka asiakaskokemuksen määrittelee positiiviseksi tai negatiiviseksi. Lisäksi yritysten välisessä kaupankäynnissä palveluntarjoajan on tunnistettava se, mikä osaaminen on asiakasyritykselle hyödyksi. (Saarijärvi & Puustinen, 54, 56.)

Saarijärven ja Puustisen (2020) mukaan yrityksen kasvu ja kannattavuus kulkevat käsi kädessä asiakastyytyväisyyden, -uskollisuuden sekä -suosittelevien kanssa. Jotta yrityksen toiminta kannattaa, on palvelukokemuksen ja asiakastyytyväisyyden oltava hyvä, ellei jopa suurenmoinen.

4.2 Erilaisia tapoja mitata asiakkaiden tyytyväisyyttä

Asiakastyytyväisyys ja yrityksen kasvu kulkevat käsi kädessä, joten asiakastyytyväisyyskyselyistä saatuja lukuja voidaan käyttää ennustamaan yrityksen mahdollista kasvusuuntaa (Huttunen 2020). Asiakastyytyväisyyden mittaaminen antaa tärkeää tietoa yritykselle. Sen avulla voidaan suunnitella strategiaa, johtamista sekä motivoida yrityksen työntekijöitä. Jokaisen organisaation tarpeisiin tai-

puvaa mittaristoa on hankala suunnitella, joten asiakastyytyväisyyden mittaaminen on hankalaa. (Saarijärvi & Puustinen 2020.) Jotta asiakastyytyväisyyttä voitaisiin mitata niin, että se palvelee yritystä mahdollisimman hyvin, on tietoa kerättävä riittävästi ja niin, että tieto on oleellista (Huttunen 2020).

4.3 Asiakastyytyväisyyden mittaamisen hyödyt yrityksen toiminnassa

Asiakastyytyväisyyttä kannattaa mitata aina aika ajoin, jotta nähdään palveluiden hyvät puolet, mutta toisaalta voidaan myös selvittää palveluissa ja yrityksen toiminnassa olevia mahdollisia ongelmakohtia sekä myös korjata niitä. Varsinkin kun ajatellaan sitä, että nykypäivän sosiaalinen media voi olla iso voimavara, se voi olla yritykselle myös haaste siinä suhteessa, että tyytymätön asiakas voi kertoa huonosta palvelusta verkossa, ja yleensä negatiivinen kokemus saakin isompaa huomiota kuin positiivinen. Tämä taas tarkoittaa sitä, että huonoa palvelua saanut asiakas voi viedä mennessään ison joukon muita asiakkaita. (Huttunen 2020).

Asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata erilaisilla tavoilla, mutta silti yritysten tulisi osata hyödyntää tutkimuksista saatuja tuloksia. Hyvä tai huono asiakastyytyväisyyden lukema ei ole itsessään tehokas keino, jos asiakastyytyväisyyskyselystä saatu tieto ei ole tarpeeksi tarkkaa tai sitä ei ole saatu tarpeeksi. (Huttunen 2020).

4.4 Net Promoter Score

Asiakastyytyväisyys on tärkeä suorituskykymittari (KPI, key performance indicator). Kun nämä lukemat ovat hyvät, myös yrityksellä menee hyvin. KPI-mittari muodostuu monesta eri mittarista, joista kuusi keskeistä mittaria ovat Net Promoter Score (NPS), asiakaskokemuksen helppous, äärimmäisen tyytyväinen vai hyvin tyytyväinen, yleinen tyytyväisyys, oman toiminnan vertailutiedot sekä brändiattribuutit. (Surveymonkey 2022.)

Net Promoter Score (NPS) on Fred Reichheldin ja Bain&Company:n vuonna 2013 kehittämä suosittu käyttäjäkokemuksen ja asiakasuskollisuuden mittari. NPS vastaa kysymykseen, kuinka todennäköisesti asiakas suosittelisi palvelua. Kysy-

mykseen vastataan asteikolla 1-10. Asiakkaat, jotka vastaavat 9-10, ovat positii-visia suosittelijoita. Arvosanan 7-8 antaneet ovat neutraaleja, kun taas asteikolla 0-6 vastanneet ovat negatiivisia arvostelijoita. (Tuurala 2022.)

NPS luku saadaan siten, että vähennetään 9-10 vastanneiden prosenttiosuuden määrästä 0-6 vastanneiden prosenttiosuus. Kokonaistulos on välillä -100-100. -100-0 välille osuva NPS- luku tarkoittaa sitä, että toimintaa tulee parantaa. 0-50 välille asettuva luku on hyvä, 50-70 välille asettuva luku on erinomainen ja 70-100 välille asettuva luku on maailmanluokkaa. (Tuurala 2022.)

Yksinään NPS- mittari ei välttämättä kerro sitä, onko asiakas tyytymätön vai ei. Vaikka asiakas olisikin negatiivinen arvostelija, se ei välttämättä tarkoita sitä, etteikö asiakas silti voisi olla tyytyväinen saamaansa palveluun. Jotta NPS- luvusta saa enemmän hyötyä, kannattaa kyselyssä antaa asiakkaalle mahdollisuus vastata siihen, miksi asiakas suosittelisi tai ei suosittelisi palvelua. (Martikainen 2018.)

NPS-luvun luotettavuudesta ollaan montaa mieltä. Digipalvelut ovat jänniä-blogia pitävä Timo Kataja (2019) kirjoittaa, että NPS-lukua käytettäessä asiakkaat eivät vastaa siihen, onko palvelun käyttö mielekästä tai helppoa. Vain suosittelualttiudesta kysytään. On myös muistettava, että NPS- lukuja ei voida verrata muiden toimialojen NPS- lukuihin.

5 KEMIN SATAMA OY:N ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Kemin Satama Oy valikoi 43 asiakasta, jolle lähetettiin sähköpostilla saateviesti (liite 1), sekä linkki Webropol- kyselyyn (liite 2). Saateviestissä kerrottiin, kenen toimesta asiakastyytyväisyyskysely tehdään, miten se on mahdollista toteuttaa sekä milloin kysely on auki. Lisäksi heitä informoitiin siitä, mihin Kemin Satama Oy:n liiketoiminta perustuu ja että vastaukset ovat täysin anonyymejä, eikä vastauksia voida yhdistää vastaajiin.

Asiakkaille annettiin mahdollisuus vastata joko nettilinkin kautta tai puhelimitse. Kuitenkin asiakkaille vaikutti olevan mieluisampaa vastata netin kautta kuin puhelimen välityksellä. Ensimmäisestä lähetetyn viestin jälkeen lähetettiin viikon päästä asiakkaille muistutusviesti, jossa heitä pyydettiin käyttämään muutama minuutti aikaa vastata kyselyyn.

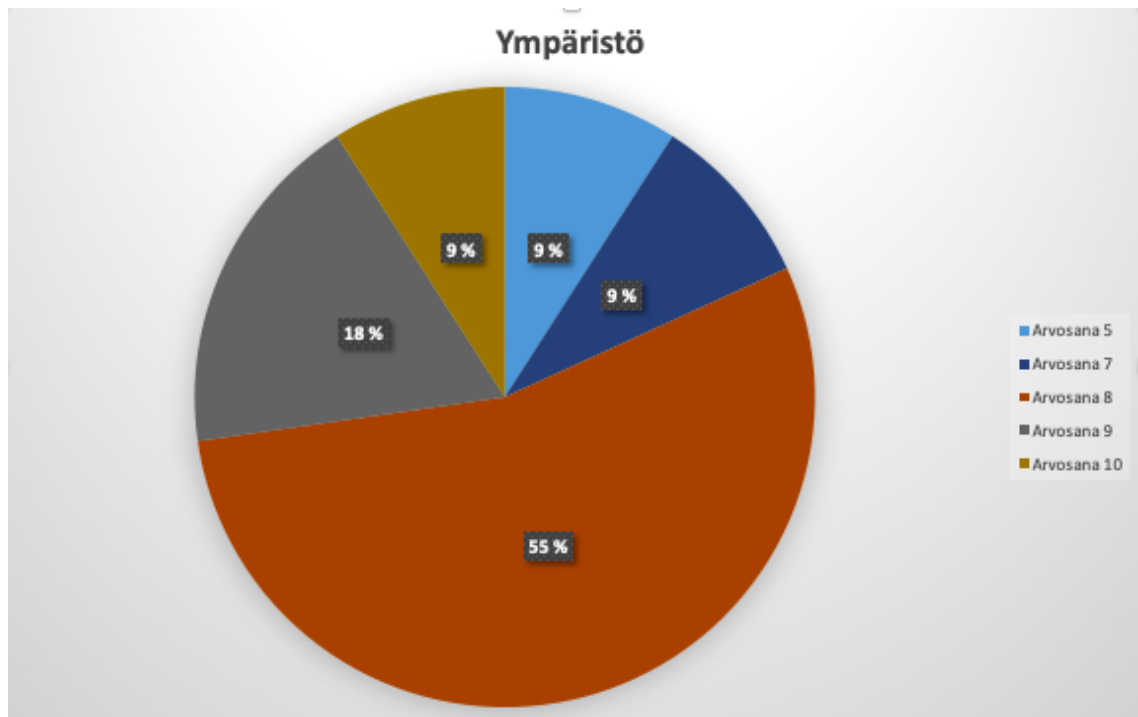
Viimeisenä kyselyn aukiolopäivänä asiakkaille lähetettiin vielä kolmas muistutusviesti, jossa kiitettiin heitä, jotka olivat vastanneet kyselyyn. Lisäksi vielä pyydettiin heitä vastaamaan kyselyyn, jotka eivät olleet vielä vastanneet kyselyyn.

Tutkimuksessa lähetettiin sähköposti yhteensä 43:lle Kemin Satama Oy:n valitsemalle asiakkaalle. Vastauksia tuli yhteensä 12, jolloin vastausprosentiksi muodostui 28 %. Vastaajat suosivat netissä tehtävää kyselyä, koska vastaajista kaikki osallistuvat kyselyyn Webropolin kautta. Puhelinhaastatteluun osallistuvia asiakkaita ei ollut kyseisten vastaajien joukossa.

5.1 Ympäristöasiat

Kemin Satama Oy haluaa ennaltaehkäistä ympäristöhaittoja (Vuosikertomus 2020). Kuvioista 2 nähdään, että 55 % vastaajista on sitä mieltä, että ympäristöasiat näkyvät sataman toiminnassa kiitettävästi ja 27 % vastaajista on erittäin tyytyväisiä sataman ympäristöasioihin.

Positiivisina asioina nähdään selkeät ohjeet operaattoreille sekä niiden säännöllinen valvominen. Hankkeiden ympäristöasioita käydään läpi työmaakokouksissa ja tämä onkin keskeinen huomio hankkeiden suunnittelussa.



Kuvio 2. Kemin Satama Oy:n ympäristön huomioonottaminen vastaajien näkökulmasta.

5.3 Asiakkaiden tarpeiden huomioiminen

Vastaajista 73 % oli tyytyväisiä asiakkaiden tarpeiden huomioimiseen. Kuviosta 3 nähdään, että heistä 46 % antoi arvosanaksi kiitettävän ja 27 % hyvän. Valtaosa vastaajista oli sitä mieltä, että palveluntuottaja reagoi muutoksiin nopeasti ja tehokkaasti.

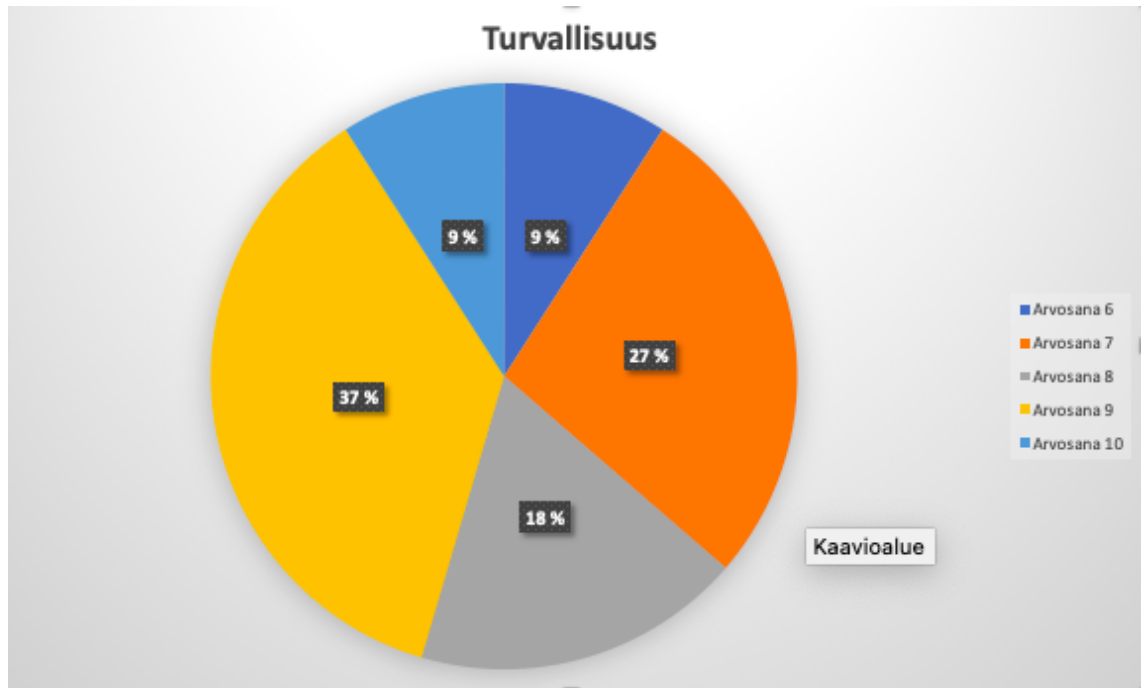
Asiakkaan näkökulmasta Kemin Sataman palvelut ovat helposti saatavilla. Yksi vastaajista on sitä mieltä, että joissain asioissa yhteistyö on sujuvaa, mutta kaupallisissa asioissa intressit eivät ole kohdanneet.



Kuvio 3. Asiakkaiden tarpeiden huomiointi Kemijoki Satama Oy:n toiminnassa.

5.4 Turvallisuus

Kemijoki Sataman turvallisuuteen tyytyväisiä asiakkaita oli 64 % vastanneista. Kuviossa 4 nähdään, että 46 % vastanneista antoi turvallisuusasioille kiitettävän arvosanan ja 18 % hyvän. Valtaosa on sitä mieltä, että turvallisuuteen on panostettu ja satamassa liikkumiseen on selkeät ohjeet sekä niiden noudattamista valvotaan.



Kuvio 4. Asiakkaiden näkemys turvallisuusasioista

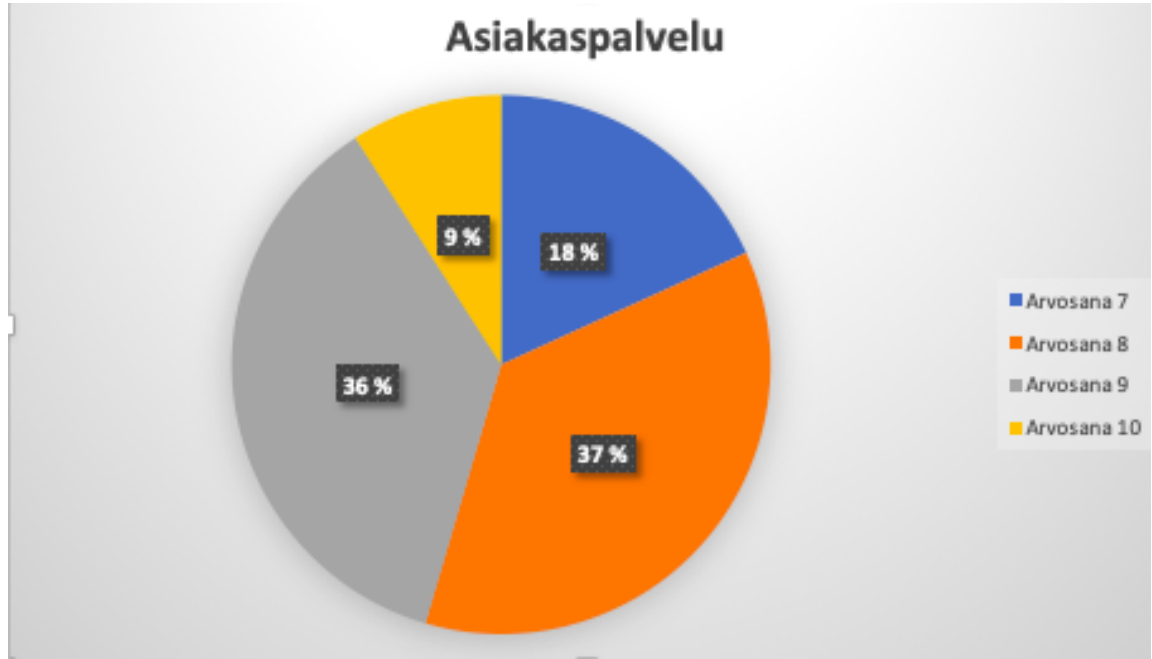
Yhdellä vastaajista oli huolenaiheena työkoneiden vauhti satamassa, kun alueella liikutaan autoilla. Toinen asiakas oli sitä mieltä, että Kemin satamassa tehdään asioita oikein, mutta yleisellä tasolla tulisi ohjata satamassa toimijoita enemmän ja kokonaisvaltaisesti. Tämä koskee yleisesti lähes kaikkia satamatoimijoita. Myös Sääskilahden (2020) tekemässä kyselyssä nousi esille väistämisvelvollisuudet sekä satamassa käytettävät ajonopeudet.

Kemin sataman vuosikertomuksessa (2020) kerrotaan sataman paneutuneen työturvallisuuteen, jota on lähdetty toteuttamaan esimerkiksi turvakävelyinä. Nämä turvakävelyt mainittiin vastauksissa pariin otteeseen ja ne nähtiin positiivisena turvallisuuden kannalta.

5.5 Asiakaspalvelu

Asiakaspalvelu on tärkeä osa yrityksen toimintaa. Palveluiden joustavuus sekä asiakkaiden toiveiden huomiointi on osa hyvää asiakaspalvelua. Vastaajista 82 % oli sitä mieltä, että asiakaspalvelu on hyvällä tasolla. 45 % antoi asiakaspalvelusta arvosanaksi kiitettävän ja 37 % hyvän, joka ilmenee kuviosta 5. Sääskilah-

den (2020) tekemässä kyselyssä 85 % kyselyyn vastanneista olivat olleet tyytyväisiä palvelun kokonaislaatuun. Nämä luvut eivät ole ihan suoraan verrattavissa toisiinsa, koska Sääskilahdella on ollut kaksi eri toimeksiantajaa.



Kuvio 5. Asiakaspalvelun kokonaislaatu prosentteina

Suurin osa vastaajista on sitä mieltä, että palvelutuottaja reagoi nopeasti ongelmatilanteisiin. Satamalta toivottaisiin aktiivista kommunikointia toimintaympäristön muuttuessa. Tutkimukseen vastaajat toivoivat myös palvelutuottajalta aloitteellisempaa toimintojen kehittämistä.

5.6 Saavutettavuus, liikkuminen ja kunnossapito

Vastaajista 80 % oli sitä mieltä, että saavutettavuus, liikkuminen, sekä kunnossapito ovat hyvällä tasolla. Kuvioista 6 nähdään, että 40 % antoi arvosanaksi kiihtävän ja 40 % hyvän. Opasteet, tiet ja valaistus oli erään vastaajan mielestä juuri niin kuin pitääkin. Yhden vastaajan mielestä liikkumisen kannalta olisi kehitettävää, opasteiden vähäisen määrän vuoksi, kun taas toisen vastaajan mielestä satamassa on hyvät merkit.

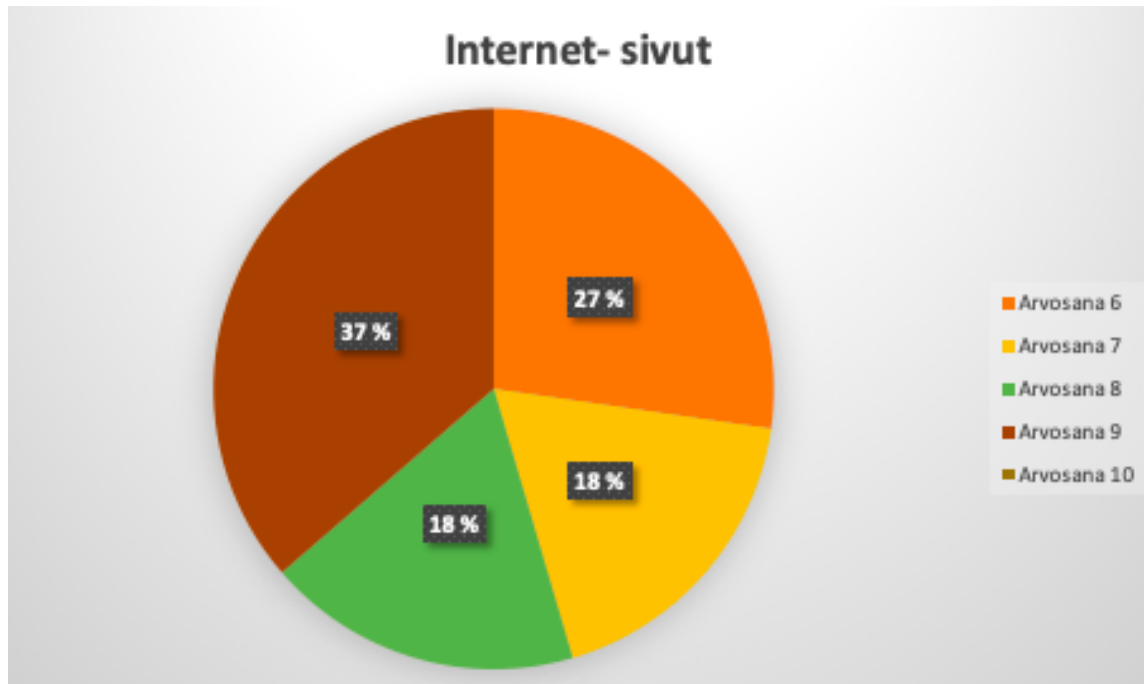


Kuvio 6. Saavutettavuus, liikkuminen ja kunnossapito prosentteina

Eräs vastaajista mainitsee satamaan johtavan kadun huonon kunnan. Öljysatamaan vievä tie pitäisi yhden vastaajan mukaan höylätä. Johtopäätöksenä voi todeta, että teiden ja katujen kunnossapitoon palveluntuottajan olisi hyvä kiinnittää huomiota.

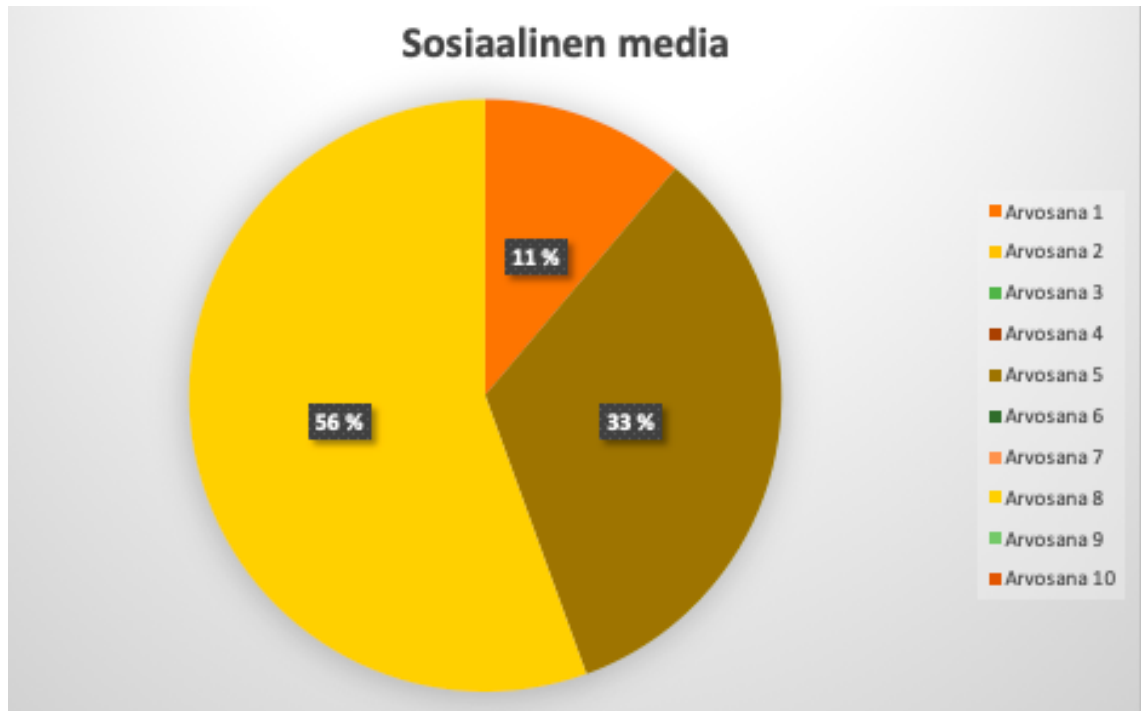
5.7 Internet- sivut sekä sosiaalinen media

Kuviosta 7 nähdään, että Kemin Satama Oy:n internetsivuihin tyytyväisiä vastaajia oli 55 %. 37 % antoi arvosanaksi kiitettävän ja 18 % hyvän. Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että internet- sivuilta löytyy tarvittava tieto, ja että tieto on saatavilla helposti. Vain pari vastaajaa ei osannut vastata edellä mainittuun kysymykseen, koska he eivät käyttäneet aktiivisesti Kemin Sataman nettisivuja. Vastaajista suurin osanettisivuista oli sitä mieltä, että tarvittava tieto löytyy hyvin. Kehityskohteenä nähtiin olevan sataman kartta, joka voisi olla monikäyttöisempi.



Kuvio 7. Kemin Satama Oy:n internet- sivujen hyödyllisyys

Kuvion 8 mukaan 56 % vastaajista on sitä mieltä, että näkyvyys on hyvä. Sääskilahden (2020) tutkimuksessa näkyvyys oli vastaajien mukaan kohtalainen. Yksi vastaajista kertoo huomanneensa, että toimitusjohtaja on aktiivinen viestijä. Toinen vastaaja kertoi, ettei käytä sosiaalista mediaa ja kolmas ei ole nähnyt ollenkaan Kemin satamaa sosiaalisessa mediassa. Eräs kyselyyn vastannut kertoi, että satama on kohtuullisen näkyvästi esillä, mutta kritisoi sitä, että ovatko julkaisut liian viihteellisiä ja antavatko julkaisut asianmukaista kuvaa sataman toiminnasta.



Kuvio 8. Kemin Satama Oy:n sosiaalisen median näkyvyys

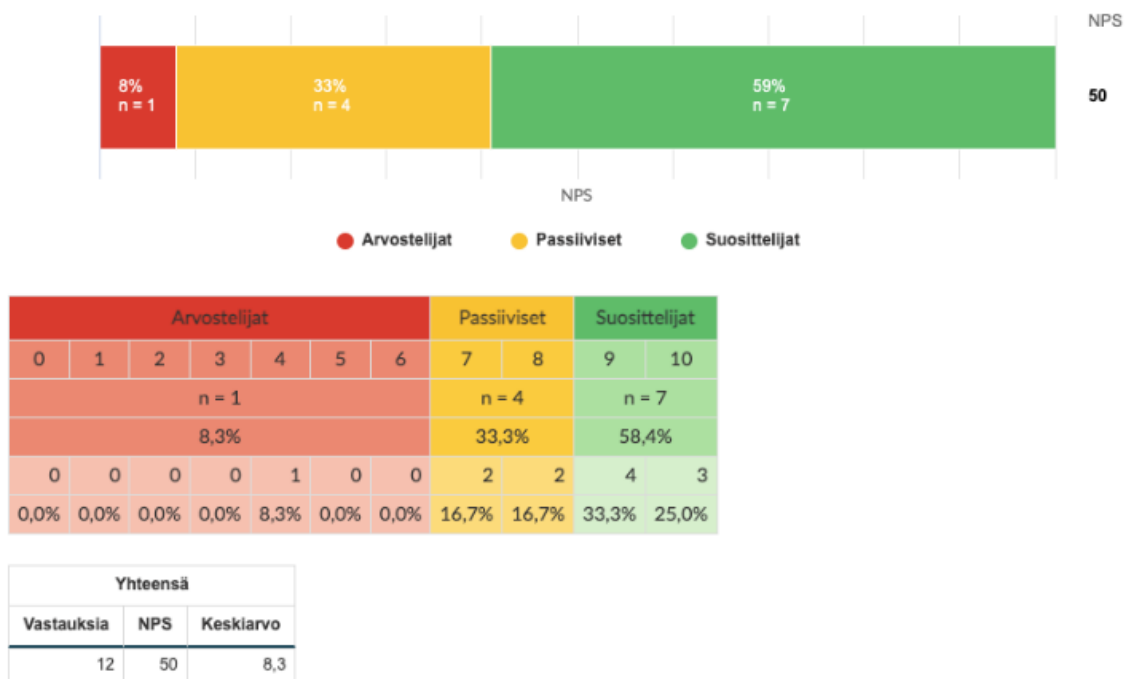
5.8 Esille nousseita kehityskohteita

Kehityskohteita kysyttäessä nousi esille seuraavia asioita. Yhtenä kehittämiskohdeena toivottiin vastaavien henkilöiden saavutettavuuden parantamista. Toisena eräs vastaajista toivoi, että työkoneiden väistämisvelvollisuuksien sekä niiden nopeuksien valvontaan kiinnitettäisiin huomiota. Tämä sama asia nousi esiin pariin otteeseen sekä tässä kyselyssä, että Sääskilahden (2020) tekemässä kyselyssä.

Kolmantena toivottiin ammattimaisempaa ja myyntihenkisempää lähestymistapaa sataman kehittämiseen eri sidosryhmien, kuten varustamojen, laivaajien sekä teollisuuden kanssa. Vastaajan mielestä olisi tärkeää, että Kemin Sataman kautta reitittyisi kaikki mahdollinen ja potentiaalinen liikenne, kuten esimerkiksi tuulimyllyt, projektit sekä pysyvämpi volyyymi väheksymättä myöskään pieniä asiakkaita.

5.9 Net Promoter Score (NPS)

Net Promoter Score eli NPS luku Kemin Satamalla on 50, joka tarkoittaa, että se on hyvällä tasolla. Kuvion 9 mukaan vastaajista 58,4% on suosittelijoita ja arvostelijoita on 8,3%. Sääskilahden (2020) tekemässä kyselyssä vastaava luku on ollut 47, eli luku on parantunut aikaisemmasta tutkimuksesta. On otettava kuitenkin huomioon, että Sääskilahden tekemässä tutkimuksessa on mukana myös Kemi Shipping Oy, joten tulokset eivät täysin ole vertailukelpoisia. Helsingin sataman NPS luku vuonna 2021 on ollut 48 (Port of Helsinki 2021).



Kuvio 9. Kemin Satama Oy:n NPS- luku

Koska kyselyn vastausprosentti on melko alhainen, NPS-luku ei ole niin luotettava kuin se olisi isommalla vastausprosentilla. Kuitenkin luku antaa näkemystä siihen, että Kemin Sataman toiminnassa on tapahtunut positiivista kehittymistä asiakaskokemuksessa.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Yritysten on hankala seurata palvelun laadun kehittymistä, jos ei se ole määritellyt etukäteen omien palveluidensa laatua. Palvelun laatu on hankalampi määrittellä kuin tuotteen laatu, koska sitä ei voi käsin koskettaa, eikä asiakas voi sitä nähdä toisin kuin tuotteen. Palvelutapahtuma on prosessi, jossa asiakas ja palveluntarjoaja ovat vuorovaikutuksessa ja palvelu tuotetaan samaan aikaan kuin sitä kulutetaan. (Grönroos 2020, 78.)

Opinnäytetyön tavoite oli selvittää, miten asiakkaat kokevat Kemin sataman tuottamat palvelut. Asiakastyytyväisyyskyselyssä tutkittiin, mikä asiakkaiden näkemys on ympäristöasioista, turvallisuudesta, asiakaspalvelusta sekä infrastruktuurista.

Suurimmaksi osaksi asiakkaat ovat tyytyväisiä sataman tarjoamiin palveluihin. Ympäristön huomioiminen koettiin pääosin hyväksi, joskin osa asiakkaista ei ole kiinnittänyt huomiota ympäristöseikkoihin. Asiakkaiden tarpeiden huomioiminen palveluntarjoajan puolelta koettiin positiivisena ja joustavuus, tehokkuus sekä nopea reagoiminen nousivat esille valtaosalla asiakkaista. Asiakkaiden arvioinnit ovat suurimmaksi osaksi hyvää tai erittäin hyvää, joten tästä voi päätellä, että asiakkaat ovat pääosin tyytyväisiä satamasta saamiinsa palveluihin.

Yli puolet vastanneista oli sitä mieltä, että turvallisuusasiat on otettu hyvin huomioon sataman jokapäiväisessä toiminnassa. Päällimmäiseksi huolenaiheeksi nousi työkoneiden vauhti satama- alueella, joka olikin ainoa negatiivinen asia turvallisuusasioita tarkasteltaessa. Asiakkaiden vastauksista ja arvosanoista voidaan päätellä, että turvallisuus satamassa on hyvällä mallilla.

Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että Kemin sataman näkyvyys sosiaalisessa mediassa on hyvää ja osa taas oli sitä mieltä, että se on heikkoa. Pientä ristiriitaa tulee siitä, että vähän yli puolet vastaajista antoi arvosanaksi hyvän, mutta kuitenkin avoimissa vastauksissa ilmenee, että sosiaalisen median näkyvyys on vain osittain näkyvää tai Kemin satama ei näy sosiaalisessa mediassa ollenkaan. Sosiaalisen median näkyvyydestä voidaan tehdä johtopäätös, että viestintään ja

sosiaalisen mediaan voisi kiinnittää huomiota. Sosiaalista mediaa voisi hyödyntää imagon rakentamisessa, joka vaikuttaa osaltaan asiakkaiden odotuksiin palveluiden suhteen.

Kemin satama sai hyvää palautetta siinä, että aina löytyy henkilö vastaamaan, jos tulee ongelmia. Sama asia nähtiin myös negatiivisena. Tästä voisi päätellä, että asiakkaat kokevat palvelun eri tavoin, eli heillä on erilaiset odotukset palvelua kohtaan, ja se mistä toinen kehuu palveluntarjoajaa, voi olla toiselle asiakkaalle huono palvelukokemus.

Kemin sataman asiakaspalvelu sekä asiakkaiden tarpeiden huomioon ottaminen koettiin pääosin positiivisesti. Sataman väen todettiin olevan palvelualttiita ja iloisia. Lisäksi annettiin positiivista palautetta sitä, miten satamasta aina löytyy joku, joka on valmis auttamaan, jos ongelmia ilmenee. Ehkä tästä juuri johtuukin se, että mahdollisiin ongelmiin reagoidaan vastaajien mukaan nopeasti ja tehokkaasti.

Tämä asiakastyytyväisyyskysely oli vain pintaraapaisu siitä, ovatko asiakkaat tyytyväisiä kokemaansa palveluun. Vaikka vastaajia olikin vähän, niin vastaukset antavat silti kallisarvoista tietoa niin positiivisista asioista kuin kehittämistarpeistakin. Vaikka NPS ei täysin kerrokaan asiakkaiden tyytyväisyydestä, voidaan lukea verrata edelliseen saatuun lukuun ja tätä kautta voidaan nähdä, onko kehitystä tapahtunut.

Jatkossa voisi ajatella sitä, että syvennyttäisiin johonkin tiettyyn osa-alueeseen, esimerkiksi pelkästään palveluprosessiin ja siihen minkälaisia odotuksia asiakkaalla on ja miten odotukset täyttyvät palveluprosessissa. NPS-luvun avulla kannattaa jatkossakin seurata asiakastyytyväisyyttä ja ehkä mahdollisesti vastaisuudessa selvittää myös se, millä kriteereillä asiakas on suosittelija, passiivinen tai arvostelija.

LÄHTEET

Grönroos, C. 2020. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 5. painos. Helsinki. Alma Talent. E-kirja. Viitattu 31.5.2022 <https://luc.finna.fi/lapinamk/>, Ellibs.

Huttunen, K. 2020. Asiakastyytyväisyys ja sen mittaaminen. Zoner 13.6.2020. Viitattu 29.1.2022 <https://www.zoner.fi/digitaalinen-markkinointi/asiakastyytyvaisyys/>.

Itämeri.fi. 2022. Satamatoiminta on Suomelle elintärkeä toimiala. Viitattu 30.1.2022 https://www.ostersjon.fi/fi-FI/Ihminen_ ja_ Itameri/Merelliset_ elinkeinot/Satamatoiminta.

Kalliainen, A. 2013. Kemin sataman palveluiden asiakaslähtöinen kehittäminen. Kemin Satama Oy & Kemi Shipping Oy. Kemi- Tornion ammattikorkeakoulu. Viitattu 16.5.2022 <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2013052310402>.

Kataja, T. 2019. NPS ei ole asiakaskokemuksen mittari. Timo Kataja 23.10.2019. Viitattu 13.5. 2022 <https://timokataja.fi/nps-ei-ole-asiakaskokemuksen-mittari/>.

Kauppalehti. 2015. Asiakastyytyväisyys on tie menestykseen. Kauppalehti 20.1.2015. Viitattu 2.6.2022 <https://www.kauppalehti.fi/kumppanisaltoa/dna/asiakastyytyvaisyys-on-tie-menestykseen/09e03457-5b97-5f7e-8559-f313fe73ae20>.

Kemin Satama. 2022a. Pohjoisen väylä maailmalle. Viitattu 29.1.2022 <https://www.portofkemi.fi/>.

Kemin Satama. 2022b. Laatu ja ympäristö. Viitattu 10.3.2022 <https://www.portofkemi.fi/satama/laatu-ja-ymparisto/>.

Kemin Satama. 2022c. Sataman aluspalvelut. Viitattu 10.3.2022 <https://www.portofkemi.fi/palvelut/aluspalvelut/>.

Kemin Satama. 2022d. Kulunvalvonta. Viitattu 10.3.2022 <https://www.portofkemi.fi/palvelut/satama-alue-ja-kulunvalvonta/>.

Kemin Satama. 2022e. Kunnossapito. Viitattu 10.3.2022 <https://www.portofkemi.fi/palvelut/kunnossapitopalvelut/>.

Kemin Satama. 2022f. Satamajäänmurto- ja hinauspalvelut. Viitattu 10.3.2022 <https://www.portofkemi.fi/palvelut/satamajaanmurto-ja-hinauspalvelut/>.

Kemin Satama. 2022g. Luotsipalvelut. Viitattu 10.3.2022 <https://www.portofkemi.fi/palvelut/luotsipalvelut/>.

Kemin Satama. 2022h. Historia Viitattu 10.3.2022. <https://www.portofkemi.fi/satama/historia/>.

Kemin Satama. 2022i. Satama. Viitattu 10.3.2022. <https://www.portofkemi.fi/satama/>

- Kemin Satama. 2022j. Palvelut. Viitattu 1.6.2022. <https://www.portofkemi.fi/palvelut/>
- Kemi Shipping 2022. Palvelut Viitattu 10.3.2022. <https://www.kemishipping.fi/palvelut/>.
- Logistiikan Maailma 2022a. Laatu yrityksissä. Viitattu 15.5.2022 <https://www.logistiikanmaailma.fi/logistiikka/laatu/laatu-yrityksissa/>.
- Logistiikan Maailma. 2022b. Satama. Viitattu 1.2.2022 <https://www.logistiikanmaailma.fi/logistiikan-toimijat/satama/>.
- Martikainen, T. 2018. Onko Net Promoter Score eli NPS hyvä mittari asiakaskokemuksen seurantaan? Zef.fi. 27.9.2018. Viitattu 13.5.2022 <https://www.zef.fi/fi/blogi/onko-nps-hyva-mittari-asiakaskokemuksen-seurantaan>.
- Port of Helsinki. 2022. Yhteydenpito ja reagointi saivat Helsingin Sataman asiakkailta kiitosta. Helsingin satama. 10.11.2021. Viitattu 3.6.2022 <https://portofhelsinki.fi/verkkolehti/yhteydenpito-ja-reagointi-saivat-helsingin-sataman-asiakkailta-kiitosta>
- Saarijärvi, H & Puustinen, P. 2020. Strategiana asiakaskokemus. 1.painos. Jyväskylä. Docendo Oy. E-kirja. Viitattu 31.5.2022 <https://luc.finna.fi/lapinamk/>, Ellibs.
- Satamaliitto. 2018. Toimivat satamat, sujuva arki. Viitattu 30.1.2022 https://www.satamaliitto.fi/document/1/538/fed4084/da8d_upload_12652d6_satamaliiton_esite_2018.pdf.
- Surveymonkey. 2022. 6 tapaa tehokkaaseen asiakaskokemuksen mittaamiseen. Viitattu 3.2.2022 <https://fi.surveymonkey.com/mp/5-customer-satisfaction-kpis-you-need-to-use/>.
- Sääskilahti, U-M. 2020. Arvopohjainen palvelun laadun kehittäminen. Kemin Satama Oy & Kemi Shipping Oy. Lapin ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Viitattu 16.5.2022 <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020061518800>.
- Tirkkonen, T. 2014. Palvelun laatu- määritelmä, mittaaminen ja kehittäminen. Terho Tirkkonen. 29.4.2014. Viitattu 13.3.2022 <https://terhotirkkonen.com/2014/04/29/palvelun-laatu-maaritelma-mittaaminen-ja-kehittaminen/>.
- Tuurala, T. 2022. NPS- suosittelukysymys asiakaskokemuksen mittaamisen välineenä. Tampereen kaupunki. Viitattu 13.5.2022 <https://www.tampere.fi/tampereen-kaupunki/organisaatio/sosiaali-ja-terveyspalvelujen-palvelualue/asiakastytyvaisuus/tietoa-nps-kyselysta.html>.
- Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Helsinki. Kaupakamari. E-kirja. Viitattu 31.5.2022 <https://luc.finna.fi/lapinamk/>, Ellibs.
- Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä. 5 päivitetty painos. Jyväskylä PS- kustannus. E-kirja. Viitattu 31.5.2022 <https://luc.finna.fi/lapinamk/>, Ellibs.

Vuosikertomus 2020. Kemin Satama Oy. Organisaation sisäinen dokumentti.

LIITTEET

Liite 1. Saatekirje

Liite 2. Asiakastyytyväisyyskysely

Liite 1. Saatekirje

Hei!

Opiskelen Lapin ammattikorkeakoulussa (AMK) liiketalouden tradenomiksi. Tämä kysely on osa opinnäytetyötäni, jossa tutkitaan Kemlin Satama Oy:n asiakastytyvyyttä. Toimeksiantajana toimii Kemlin Satama Oy.

Kemlin Satama Oy:n toimikuvaan kuuluvat sataman maa- ja vesialueiden hallinnoiminen, satama- alueen infrastruktuuri huolehtiminen, alus- ja kunnossapitopalveluiden tarjoaminen, viranomaisasioiden hoitaminen sekä sataman kulunvalvonta- ja turvallisuusasiat.

Kyselyyn voitte vastata joko alla olevan **linkin kautta** tai kysely voidaan tehdä **puhelinhaastatteluna**. Puhelinhaastattelua varten pyydän teitä ilmoittamaan päivän ja kellonajan sekä puhelinnumeronne. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti eikä vastauksia yhdistetä vastaajiin. Aineisto tuhoetaan analysoinnin jälkeen.

Kyselyn tavoitteena on kartoittaa, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat Kemlin Satama Oy:n toimintaan, jotta asiakaspalvelukokemusta ja palveluiden tarjoamista voidaan jatkossa ylläpitää sekä kehittää.

Haastattelut tehdään viikoilla 18 ja 19 (2.-13.5.2022) klo 10-15 välisenä aikana.

Kyselyyn vastaamiseen menee korkeintaan 10 minuuttia. Kysely on avoinna 27.4.2022 klo 8.00 – 13.5.2022 klo 16.00.

Linkki kyselyyn:

<https://link.webpolsurveys.com/S/BAD63B7C7A5433D8>

Kiitän etukäteen ajastanne!


Ystävällisin terveisin:

Jonna Morottaja
jonna.morottaja@edu.lapinamk.fi

Liite 2. Asiakastyytyväisyyskysely



Kemin Satama Oy

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Kemin Satama Oy tarjoaa erilaisia palveluita asiakkailleen. Kemin Satama Oy:n toimikuvaan kuuluvat sataman maa- ja vesialueiden hallinnoiminen, satama-alueen infrasta huolehtiminen, alus- ja kunnossapitopalveluiden tarjoaminen, viranomaisasioiden hoitaminen sekä sataman kulunvalvonta- ja turvallisuusasiat.

1. Kemin Satama Oy pyrkii ottamaan ympäristön huomioon toiminnassaan käyttämällä energiaa tehokkaasti sekä kierrättämällä jätteet. Miten tämä mielestäsi näkyy sataman toiminnassa?

2. Minkä arvosanan antaisit Kemin Satama Oy:lle ympäristöasioissa?



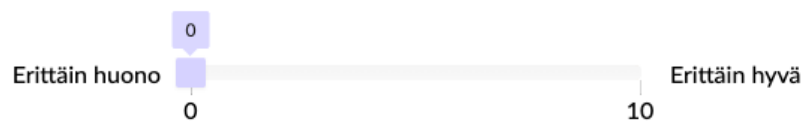
3. Kemin Satama Oy ottaa asiakkaan tarpeet huomioon palveluita tuottaessaan. Miten tämä mielestäsi näkyy esimerkiksi toiminnan tehokkuudessa, asiointissa sekä palveluiden saatavuudessa? Miten mahdollisiin muutoksiin mielestäsi reagoidaan?

4. Minkä arvosanan antaisit asiakkaiden tarpeiden huomioon ottamisessa?



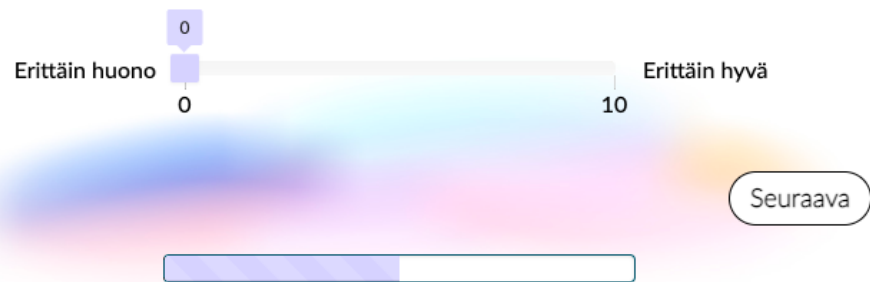
5. Kemin Satama Oy:lle turvallisuus on tärkeää. Miten mielestäsi turvallisuus näkyy sataman toiminnassa (liikkuminen, turvallisuusohjeistus, työturvallisuus)?

6. Minkä arvosanan antaisit Kemin Satama Oy:n turvallisuusasioissa?



7. Asiakaspalvelu on tärkeä osa yrityksen toimintaa. Palveluiden joustavuus sekä asiakkaan toiveiden huomiointi on osa hyvää asiakaspalvelua. Miten nämä mielestäsi näkyy Kemin Satama Oy:n toiminnassa? Miten mahdollisiin ongelmiin reagoidaan?

8. Minkä arvosanan antaisit Kemin Satama Oy:n asiakaspalvelusta?



9. Mitä mieltä olet

a. Sataman saavutettavuudesta?

b. Satama- alueella liikkumisesta? (opasteet, merkinnät)

c. Sataman kunnossapidosta (valaistus, tiet, rakennukset)?

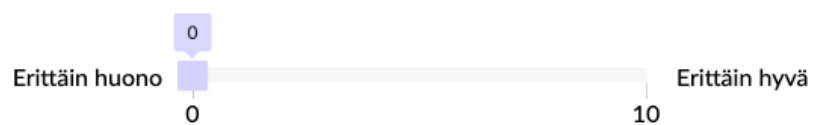
d. Aluspalveluista (esim. alusten kiinnitys ja irrotus, vedenanto aluksille, alusten jätehuolto)?

10. Minkä arvosanan antaisit saavutettavuudesta, liikkumisesta sekä kunnossapidosta?



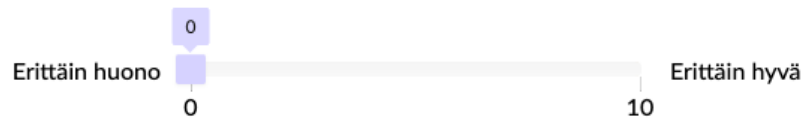
11. Kemlin Satama Oy:llä on internetsivut (www.portofkemi.fi). Oletko vierailut kyseisillä sivuilla? Löytyykö tarvittava tieto helposti?

12. Minkä arvosanan antaisit sataman nettisivuista?



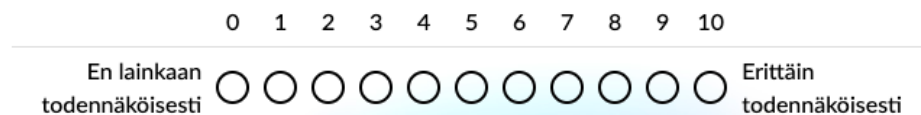
13. Millainen näkyvyys Kemin Satama Oy:llä on mielestäsi sosiaalisessa mediassa?

14. Minkä arvosanan antaisit Kemin Satama Oy:n näkyvyydestä sosiaalisessa mediassa?



15. Onko sinulla ehdotuksia satamapalveluiden kehittämiseksi? Kerro tähän ruusut ja risut.

16. Kuinka todennäköisesti suosittelisit Kemin Satama Oy:n palveluita?



Edellinen

Lähetä