



Niko Ylén

Yrityspalveluiden kehittäminen merkkiriippumattomalle autokorjaamoketjulle

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Ylempi AMK-tutkinto

Ajoneuvotekniikka

Opinnäytetyö

30.3.2023

Tiivistelmä

Tekijä:	Niko Ylén
Otsikko:	Yrityspalveluiden kehittäminen merkkiriippumattomalle autokorjaamoketjulle
Sivumäärä:	26 sivua
Aika:	30.3.2023
Tutkinto:	Ylempi AMK-tutkinto
Tutkinto-ohjelma:	Ajoneuvotekniikka
Ohjaajat:	Tutkintovastaava Juho Vallivaara County Sales Manager Timo Espo, Robert Bosch Oy

Opinnäytetyön tavoitteena oli tehdä esiselvitys kohdeyrityksen tulevasta palvelukonseptista yritysasiakkaille. Kohdeyritys Robert Bosch Oy ja sen Automotive Aftermarket -liiketoimintayksikkö toimii autoalan jälkimarkkinoilla myyden Boschin autovaraosia tukkureiden ja jälleenmyyjien kautta autokorjaamoille ja kuluttajille. Robert Bosch Oy vastaa myös Bosch Car Service -korjaamoketjusta Suomessa. Bosch Car Service-korjaamoketju koostuu yksityisistä autokorjaamoista, jotka ovat keskittyneet henkilö- ja pakettiautojen huoltoihin ja korjauksiin. Huolto- ja korjaustoiminnan ohella Bosch Car Service-korjaamon erityisosaamista on erityisesti vaativa vikadiagnoosi.

Työssä kuvataan Boschia yrityksenä, tutkitaan Suomen autokantaa ja sitä, miten autokannan ennustetaan kehittyvän tulevina vuosina. Lisäksi tarkastellaan asiakaskokemusta ja miten se on otettava huomioon yrityspalveluita kehitettäessä. Esiselvityksen lisäksi opinnäytetyössä luotiin toimintamalli yritysasiakashankintaa varten kohdeyrityksen tarpeet huomioiden. Toimintamallin oheen rakennettiin lisäksi Excel-taulukkopohjainen työkalu tukemaan asiakashankinnan eri vaiheita.

Työn tuloksena saatiin hyvä yleiskäsitys Suomen autokannan nykytilasta ja lähivuosien kehitysaskelista. Lisäksi luotiin onnistuneesti toimintamalli ja työkalu, joiden avulla yritysmyyntityötä tekevä myyjä pystyy tehokkaasti ja systemaattisesti tekemään asiakashankintaa ensimmäisestä asiakaskontaktista aina jälkihoitoon ja asiakastyytyväisyyden varmistamiseen asti.

Avainsanat:	Asiakashankinta, asiakaskokemus, yritysmyynti, palvelukonsepti
-------------	--

Abstract

Author: Niko Ylén
Title: Development of business services for a multi brand car repair workshop chain
Number of Pages: 26 pages
Date: 30 March 2023

Degree: Master of Engineering
Degree Programme: Automotive Engineering
Supervisors: Timo Espo, County Sales Manager, Robert Bosch Oy
Juho Vallivaara, Senior Lecturer, Metropolia

The purpose of this Master's thesis was to make a pre-investigation on the target company's upcoming service concept for account customers. The target company is Robert Bosch Oy and its business unit called Automotive Aftermarket, which is selling Bosch parts through wholesalers and retailers. Bosch has its own workshop chain concept called Bosch Car Service. Bosch Car Service workshop chain consists of privately owned workshops that are focused not only for car maintenance and repairs but also for demanding diagnosis.

At first, Bosch was introduced as a company. The Finnish car fleet and its predicted development in the coming years was investigated. Also the customer experience and how it must be taken into account while developing business services will be reviewed. In addition to the pre-investigation of the service concept, the operating model and related tool for customer acquisition was created for the specific need of Bosch.

As a result of the thesis, the operating model and the customer acquisition tool were successfully created with which the sales person can easily, efficiently and systematically perform account acquisitions from the very first customer contact all the way to the aftercare and ensuring customer satisfaction.

Keywords: Customer acquisition, customer experience, B2B-sales, service concept

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Robert Bosch GmbH	2
2.1	Robert Bosch Oy	2
2.2	Bosch Car Service	3
3	Autokanta Suomessa	4
3.1	Yritysausot	4
3.2	Ennuste autokannan kehityksestä vuosina 2022–2040	5
3.3	Autokannan käyttövoimamurros	9
3.4	Autokannan huoltokustannukset	10
4	Asiakaskokemus	11
4.1	Asiakkaan odotukset	12
4.2	Asiakaskokemuksen johtaminen	12
5	Bosch Fleet	13
5.1	Edut	14
5.2	Kohderyhmä	14
5.3	Asiakashankinta	14
5.4	Sopimus	15
5.5	Digitaalinen ajanvarausportaali MyBCS	15
5.6	Kumppanikorjaamot	15
5.7	Laskutus	16
5.8	Bosch Fleet -ohjelmisto	16
5.8.1	Ominaisuudet	16
5.8.2	Huolto- ja korjausajan varaaminen	17
6	Työkalu yritysasiakashankintaan	19
7	Yritysasiakashankinta	21
7.1	Vaihe 1	22
7.2	Vaihe 2	23
7.3	Vaihe 3	23
7.4	Vaihe 4	23

8 Yhteenveto ja tulokset

24

Lähteet

26

1 Johdanto

Bosch lanseeraa vuoden 2023 aikana yrityksille suunnatun palvelukonseptin nimeltään Bosch Fleet, jolla yritys kykenee hallinnoimaan autokantansa huoltoja ja korjauksia keskitetysti Bosch Car Service (BCS) -huoltoverkoston kanssa. Samalla konsepti tukee BCS-korjaamoja yritysliiketoiminnan kehittämisessä ja kasvattamisessa. Konseptin on tarkoitus olla läpinäkyvä, helppohoitoinen sekä kustannustehokas toimintamalli yritysasiakkaiden ja BCS-verkoston välillä. Palvelukonsepti paketoidaan myöhemmin kaupalliseksi tuotteeksi, jolla Bosch myy korjaamoketjun palveluita yrityksille helposti ja yksinkertaisesti. Palvelukonsepti nivoutuu yhteen Boschin tulevan Bosch Fleet -ohjelmiston kanssa

Opinnäytetyö toimii esiselvityksenä Bosch Fleet -konseptille, ja tavoitteena on luoda toimintamalli sekä projektinhallintatyökalu Bosch Fleet -ohjelman ympärille tukemaan Bosch Fleet -konseptia ja asiakashankintaa. Opinnäytetyön alussa perehdytään Boschiin yrityksenä sekä BCS:n historiaan Suomessa. Tutustutaan Suomen ajoneuvokantaan ja tarkastellaan asiakaskokemusta. Lisäksi kuvataan projektityökalun rakentaminen asiakashankintaa varten. Tarvittavaa projektinhallintatyökalua lähdettiin miettimään siltä pohjalta, että asiakashankinta ja prospektointi on hyvin monitahoista ja lopulta vaativaa työtä, joka sisältää paljon vaiheita, joiden kanssa myyntihenkilön tulee olla systemaattinen hyvien myyntituloksien saavuttamiseksi. Työkalun tulee siis olla johdonmukainen ja samalla yksinkertainen, jotta se on myyntityötä helpottava työkalu. Työkalua lähdettiin rakentamaan Excel-pohjalle sen helpon muokattavuuden johdosta. Työkaluun pyrittiin saamaan selkeä ulkoasu sekä tarvittavat ominaisuudet siten, että se palvelee johdonmukaisesti asiakashankinnan eri vaiheissa.

Asiakashankinnan vaiheet käydään läpi sekä esimerkkien kautta esitellään Bosch Fleet -ohjelmiston ominaisuuksia. Opinnäytetyön tuloksena saadaan toimintamalli asiakashankintatyökaluineen Bosch Fleet -palvelukonseptin tueksi.

2 Robert Bosch GmbH

Bosch on saksalainen monialainen konserni, jonka päätoimialat ovat autoteollisuuden alihankinta, käyttöhyödykkeiden valmistaminen sekä teollisuus-, rakennus- ja pakkaustekniikka. Yrityksen perusti Robert Bosch Saksan Stuttgartissa vuonna 1886. Yrityksen liikevaihto vuonna 2022 oli 88 miljardia euroa ja liikevoittoprosentti 4. Yhtiö työllistää nykyään yli 400 000 ihmistä yli 60 maassa.

Konserni koostuu neljästä liiketoiminta-alueesta, jotka ovat Mobility Solutions, Industrial Technology, Consumer Goods sekä Energy and Building Technology. Bosch on johtava IoT-palveluita tuottava yritys, joka tarjoaa ratkaisuja verkottuneeseen liikkumiseen, älykoiteihin ja teollisuuteen. Boschin strateginen tavoite on helpottaa elämää älyllisillä tuotteilla ja palveluilla, jotka sisältävät tekoälyä tai on kehitetty sen avulla. Siitä juontaa Boschin tunnettu iskulause, ”Invented for life”. [1.]

2.1 Robert Bosch Oy

Robert Bosch Oy on Robert Bosch GmbH:n tytäryhtiö ja osa Bosch Nordicia. Yritys on perustettu vuonna 1911. Yritys tekee 90 miljoonan euron liikevaihtoa, josta yli 60 prosenttia tulee sen päätoimialasta, autotarvikkeista ja autovarusteista. Autoalan lisäksi Bosch toimii Suomessa myös lämmitysjärjestelmien, lämmityslaitteiden, puutarhatarvikkeiden, puutarhakoneiden, sähkölaitteiden ja -koneiden sekä turvajärjestelmien parissa. Useimmille kuluttajille Bosch onkin tuttu kodinkoneistaan sekä työkaluistaan.

Bosch Automotive Aftermarket toimii laajasti autoalan jälkimarkkinoilla tarjoten varaosien ja autotuotteiden lisäksi myös korjaamolaitteita sekä autoteknistä palvelua ja koulutusta. Korjaamolaitteet kattavat laajan valikoiman Bosch-diagnosiratkaisuja. Autojen järjestelmät ja komponentit lisääntyvät ja kehittyvät kaiken aikaa, ja sen myötä ECU:n eli moottorin ohjausyksikön kautta tehtävät vianhaut

vaativat enenevissä määrin ammattitaitoa ja oikeita laitteistoja. Bosch on autoalan edelläkävijä ECU-diagnostiikassa ja tarjoaa korjaamoille alalla yleisesti tunnettuja KTS-sarjan diagnostiikkatyökaluja. Yhdessä ESI[tronic]-diagnostiikkaohjelmiston kanssa korjaamot kykenevät tarkkailemaan, diagnosoimaan, korjaamaan sekä huoltamaan kaikkia automerkkejä. Korjaamolaitevalikoima sisältää lisäksi laajan valikoiman testauslaitteistoja aina pakokaasuanalysaattoreista ilmastointihuoltolaitteistoihin ja akunhuolto-ohjelmiin. [2.]

Bosch tarjoaa laitteiden lisäksi myös autoteknistä palvelua ja koulutusta. Boschilla on Suomessa oma huoltokoulu, jossa järjestetään Boschin tarjoamia teknisiä koulutuksia, kuten EV-kursseja sähköautoihin liittyen. Koulutusvalikoimaan kuuluu myös erityisasiantuntijakoulutuksia, joiden avulla korjaamo pystyy valmistautumaan jatkuvasti muuttuvan ajoneuvoteollisuuden haasteisiin. Tekninen palvelu sisältää Hotline-palvelun, jossa Boschin asiantuntija auttaa korjaamoapäivittäisten ongelmien ratkaisemisessa. Teknisen palvelun piiriin kuuluu nykyään myös etädiagnoosipalvelu, jonka avulla korjaamot voivat tehdä autolle etähuoltotoimenpiteitä suoraan ajoneuvossa. Etädiagnoosipalvelussa Boschin asiantuntija ottaa etäyhteyden autoon ja voi suorittaa diagnoositehtäviä tai vaihdettujen komponenttien, kuten ohjainlaitteiden sopeutuksia ajoneuvoon. Ennen etädiagnoosimahdollisuutta korjaamon piti viedä auto merkkikorjaamolle näitä töitä varten. Nykyään nämä tehtävät voi antaa Boschin hoidettavaksi. [3.]

2.2 Bosch Car Service

1900-luvun alussa autoja oli maailmanlaajuisesti vasta noin 10 000, mutta 1910-luvulla jo 250 000. 1920-luvulle tultaessa autoja oli maailmalla jo lähes 2,5 miljoonaa. Autokannan kasvaessa sekä tekniikan kehittyessä syntyi kysyntää ammattimaiselle autojen huollolle ja korjaukselle. Tällöin Bosch perusti ensimmäisen autokorjaamonsa.

Ensimmäinen Bosch Service avattiin Saksan Hampuriin 1.1.1921. Sadan vuoden olemassaolonsa aikana Bosch Service on laajentunut globaaliksi korjaamoketjuksi. Nykyisin Bosch Car Service -nimellä toimivia BCS-korjaamoja on maailmalla yli 15 000 kappaletta. Suomessa korjaamoja oli 77 kpl vuoden 2022 lopussa.

Verkosto koostuu itsenäisistä korjaamoista, jotka täyttävät Boschin määrittelemät pätevyysvaatimukset. Lisäksi BCS-korjaamolta edellytetään tiettyjä palveluita sekä intoa kehittää omaa liiketoimintaa. BCS-korjaamon toimintaa ohjaavat ketjun laatu- sekä asiakaslähtöisyysperiaatteet, joita auditoidaan säännöllisesti.

BCS-korjaamoiden palveluvalikoima kattaa auton ”puskurista puskuriin” eli kaiken tarvittavan katsastuksesta, huollosta ja korjauksista aina vaativimpiin viaremontointeihin sekä jälkiasennuksiin ja kalibrointeihin. Osa korjaamoista suorittaa lisäksi myös vauriokorjauksia. Bosch on maailman suurin alkuperäisosien toimittaja autoteollisuuteen, ja siten myös varaosasaatavuus jälkimarkkinoille etenkin huolto-osissa on kattava ja laaja. Bosch-korjaamo suorittaa huollot autovalmistajan ohjeita noudattaen, jolloin automerkkien takuut säilyvät voimassa. [4.]

3 Autokanta Suomessa

Suomen autokanta vuonna 2022 oli Autoalan Tiedotuskeskuksen mukaan noin 3,18 miljoonaa autoa. Niistä 2 740 000 oli henkilöautoja ja 344 000 pakettiautoja. Loput noin 104 000 olivat kuorma- ja linja-autoja. Liikennekäytössä olleiden henkilöautojen määrä väheni 0,5 prosentilla vuoteen 2021 verrattuna. Autokanta kokonaisuutena on kasvanut Suomessa noin yhden prosentin vuosivauhtia viimeiset kymmenen vuotta. [5.]

3.1 Yritysaivot

AKL:n eli Autoalan Keskusliiton mukaan vuonna 2022 Suomen henkilöautokannasta 7 prosenttia ja pakettiautokannasta 53 prosenttia oli yritysomistuksessa.

Yhteenlaskettuna yrityksiä omistamia autoja oli Suomessa noin 374 000 kappaletta, mikä on noin 12 prosenttia koko henkilö- ja pakettiautokannasta. Taulukossa 1 on esitetty Suomen henkilö- ja pakettiautokannan koko sekä omistajuussuhde. [6.]

Taulukko 1. Yritysaotokanta Suomessa vuonna 2022

2022	Lukumäärä [kpl]	Yrityksien omistuksessa	Yritysaotujen osuus autokannasta
Henkilöautot	2 740 000	191 800	7 %
Pakettiautot	344 000	182 320	53 %
Yhteensä	3 084 000	374 120	12 %

3.2 Ennuste autokannan kehityksestä vuosina 2022–2040

Autoala seuraa tarkasti autokannan kehitystä. Etenkin merkkiriippumattomille korjaamoille Suomen verraten vanha autokanta on tärkeä tulonlähde, sillä kuluttaja suuntautuu näille korjaamoille yleensä vasta, kun auton takuuikä on ohitettu. Näin ollen merkkiriippumattomilla korjaamoilla käy keskimäärin vanhempiä autokalustoa kuin merkkikorjaamoilla. Tähän kuluttajan valintaan vaikuttaa muun muassa merkkiriippumattomien korjaamoiden yleisesti halvempi hintataso merkkikorjaamoihin nähden.

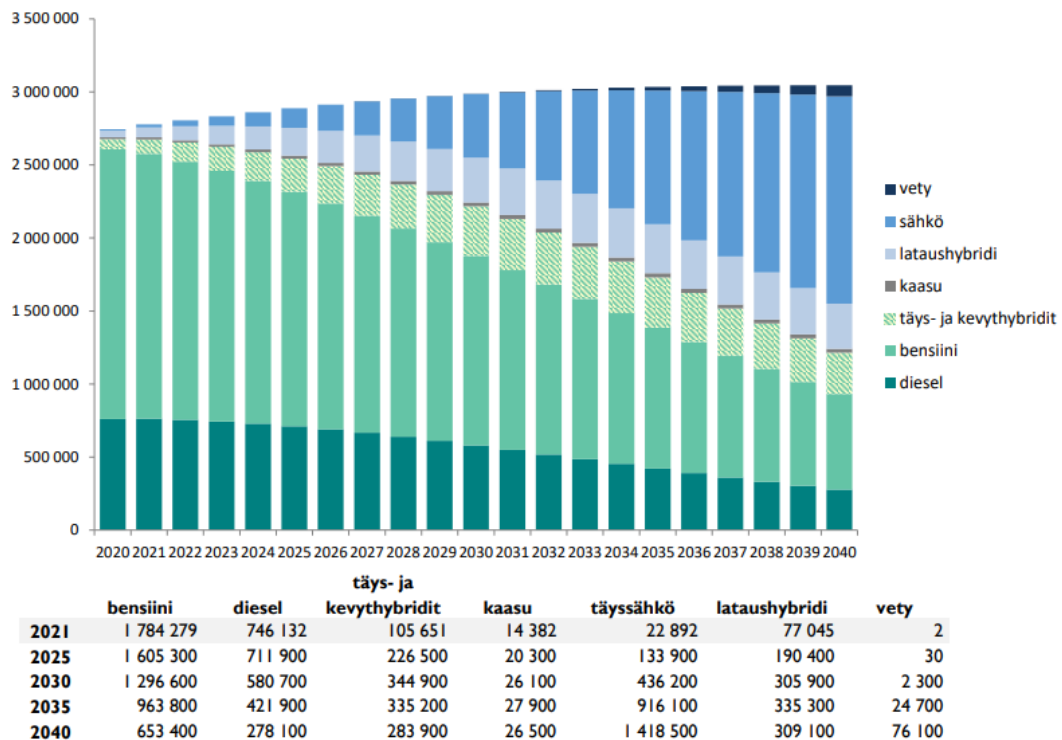
Traficomien mukaan Suomen autokannan keski-ikä on kuluneen kahdenkymmenen vuoden aikana noussut lähes kahdella vuodella. Vuoden 2022 aikana uusia autoja rekisteröitiin ennätysellisen vähän, vain noin 82 000 kappaletta. Samaan aikaan autoja myös romutettiin harvinaisen vähän, mikä johti autojen

keski-ikä nousemiseen 0,3 vuodella edellisvuoteen verrattuna. Autojen keski-ikä Suomessa on nyt 12,9 vuotta [6]. Autokannan kiertonopeus on hidastunut Suomessa viime vuosina ja romutusikä on noussut 22 ikävuoteen [7].

Ensirekisteröintien myötä autokanta uudistuu teknisesti. Perinteiset bensiini- ja dieselautot sisältävät enenevässä määrin hybriditekniikkaa ja muita esimerkiksi polttoainetalouteen liittyviä teknologioita. Vuodesta 2019 alkaen Autoalan Tiedotuskeskus on laatinut autoalan käyttövoimatiekarttaa ennustaakseen ajoneuvojen käyttövoimien kehitystä ja vihreää siirtymää. Lainsäädäntö sekä Suomen ja Euroopan unionin ohjaustoimet ja ilmastotavoitteet ohjaavat kuluttajia ja yrityksiä valitsemaan ympäristöystävällisempiä autoja. Ennustamisen haasteena ovat uudet teknologiat, kuten sähköautojen akkuteknologiat ja niiden hintakehityksen epävarmuus. Myös latausinfrastruktuurin rakentamisen hidas tahti luo haastetta ennustamiselle. Käyttövoimatiekarttaa laadittaessa on otettu huomioon toimenpiteitä, joita on oletettu toteutuvan. Näitä ovat ajoneuvojen päästöihin liittyvä lainsäädäntö, kansalliset toimet eli autoveron mahdollinen poistaminen nollapäästöisiltä autoilta, työsuhdeautojen kannustimet ja kuluttajille suunnatut hankintatuet. [8.]

Kuvasta 1 nähdään, että henkilöautokanta sähköistyy vuosi vuodelta mutta suuri osa henkilöautoista on vielä pitkään polttomoottoriautoja. Ennusteen mukaan vuonna 2033 alitettaisiin 2 miljoonan polttomoottoriauton raja. Erityisesti ladattavien hybridiautojen yleistymisen vie koko ajan markkinaosuutta bensiini- ja dieselautoilta, ja niiden kehityksen on jo nyt havaittu olevan jyrkästi nousujohteista ja trendin ennustetaan jatkuvan osaltaan siksi, että monet automerkit pian myyvät pelkästään joko ladattavia hybridiautoja tai täyssähköautoja. Erilaisilla kuluttajille ja yritysautoilijoille suunnatuilla hankintatuilla valtio pyrkii vauhdittamaan ladattavien- ja täyssähköautojen ensirekisteröintejä.

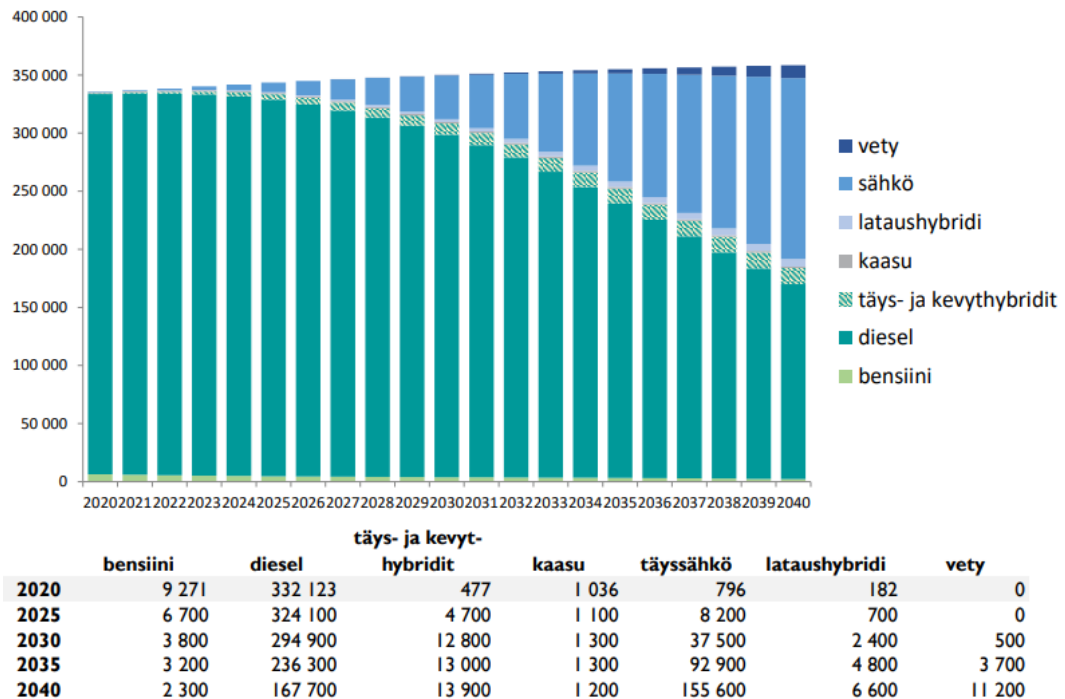
Henkilöautot - ennuste autokannan kehityksestä



Kuva 1. Autoalan käyttövoimaennuste vuosille 2022–2040 (henkilöautokanta) [8.]

Kuvassa 2 on havainnollistettu pakettiautokannan vastaavaa käyttövoimien kehitystä aina 2040-luvulle asti. Pakettiautokannassa erityisesti diesel pitää ennusteen mukaan pintansa pidempään kuin henkilöautokannassa. Tämä johtuu osaltaan diesel-pakettiauton sähköautoon verrattuna selkeästi pidemmästä toimintamatkasta, joka palvelee pakettiautojen pitkiä päivittäisiä ajomääriä. Pakettiautot ovat pääasiassa yrityksen tuotantoautoja, joilla myös kuljetetaan kuormaa. Sähköauton vaatima raskas akkupaketti vie suuren osan pakettiauton tärkeästä ominaisuudesta eli kantavuudesta. Nykyisillä akkutekniikoilla akun tulisi olla suuri, jotta toimintamatka olisi tuotantoautokäyttöön riittävä. Kaiken kaikkiaan painava, pienen kantavuuden ja suuren ilmanvastuskertoimen omaava sähköpakettiauto ei ole vielä pitkään aikaan ideaali vaihtoehto tuotantoautoksi.

Pakettiautot - autokannan kehitys



Kuva 2. Autoalan käyttövoimaennuste vuosille 2022–2040 (pakettiautokanta) [8.]

Autokannan kehityksen tiedostaminen ja sen arviointi on tärkeää etenkin merkiriippumattomille korjaamoille, joiden asiakaskunnan autokalusto on iältään pääosin yli 3-vuotiaita autoja. Uudempia ja takuukäisiäkin autoja käy mutta vähemmän. Ilmiötä selittää muun muassa kuluttajan epävarmuus takuun säilymisestä, jos auton vie muualle kuin merkkikorjaamolle. Toisaalta takuuajana autoihin tulee monia kampanjoita ja ohjelmistopäivityksiä, jotka merkkikorjaamo suorittaa asiakkaalle ilmaiseksi. Merkkiriippumattomilla korjaamoilla on selkeänä etunaan merkkikorjaamo halvempi hinta ja lisäksi joillain on lisäksi vankka erikoisosaaminen esimerkiksi sähköautojen korjaamiseen tai vikadiagnostiikkaan. Tällainen korjaamo kykenee yleensä myös komponenttien korjaamiseen, kun taas vastaava korjaus suoritettaisiin merkkikorjaamolla yleensä kalilla komponentin vaihtamisella.

3.3 Autokannan käyttövoimamurros

Suomen autokannan käyttövoimamurros näkyy ensirekisteröinneissä ladattavien autojen yleistymisenä. Traficomien tilastojen mukaan vuonna 2022 jo 38 prosenttia ensirekisteröidyistä autoista oli ladattavia hybridejä tai täyssähköautoja [3]. Toisaalta koko autokantaa tarkastellessa Suomen autokannan sähköistyminen on hyvin verkkaista, sillä ensirekisteröityjen autojen osuus koko autokannasta oli viime vuonna vain noin kolmen prosentin luokkaa. Vuonna 2022 ladattavia henkilöautoja oli Suomessa noin 150 000 kappaletta eli noin 5,6 prosenttia koko henkilöautokannasta. Jotta autokannan keski-ikä saataisiin alenemaan, tulisi autokannan uudistua 5–6 prosenttia vuosittain. Tämä tarkoittaisi noin 140 000 ensirekisteröintiä vuosittain.

Suomen autokannan käyttövoimamurros on jäljessä muita Pohjoismaita. Norja on ollut jo vuosia edellä käyttövoimamurroksen suhteen. Norjan tilastokeskuksen mukaan maassa on henkilöautoja melko sama määrä kuin Suomessa, 2,9 miljoonaa, joista sähköautoja on peräti 20 prosenttia, 600 000 kpl. Sähköautojen määrä on noussut vuosien 2021–2022 aikana 30 prosenttia. [9.]

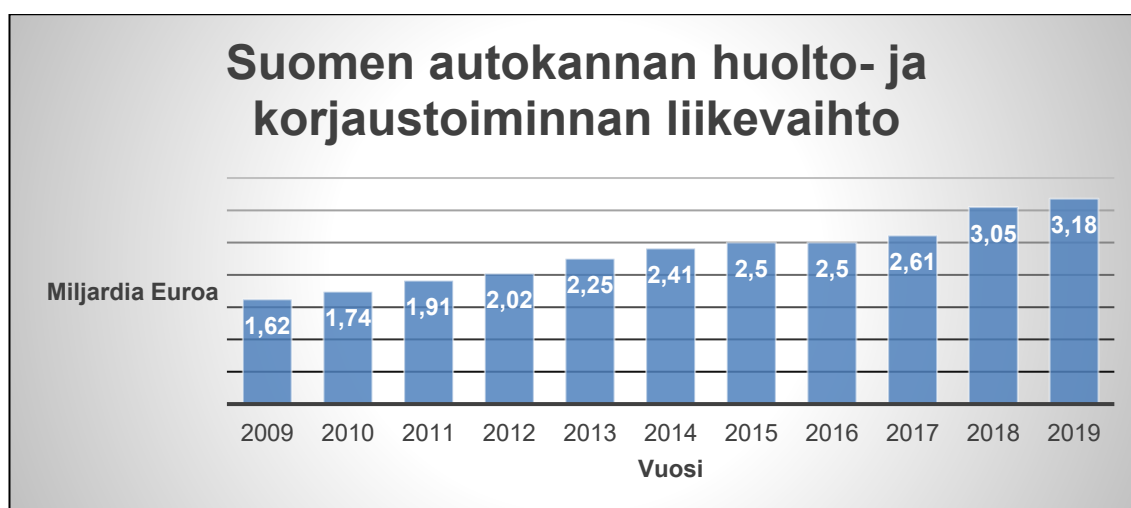
Norjan sähköautotiheys on yksi Euroopan suurimmista, koska sähköauton ostamisesta on tehty edullista ja haluttavaa. Sähköautosta ei tarvitse maksaa lainkaan auto- tai arvonlisäveroa. Sähköautoilija on niin ikään vapautettu Norjan tietullimaksuista. Useissa paikoissa pysäköintikin on ilmaista, ja sähköautolla saa ajaa pitkin joukkoliikennekaistoja. [10.]

Vaikka Suomen autokanta sähköistyy vuosi vuodelta, tulee autokannassa olemaan vielä pitkään niin bensiini- kuin dieselautojakin. Tätä ennustetta tukee autojen korkea romutusikä sekä muihin Pohjoismaihin verrattuna melko hidas sähköautojen yleistyminen. Sähköautojen yleistyminen Suomessa nykyistä tahtia nopeammin edellyttäisi vielä paljon kehitystä niin latausverkostoon kuin sähköautojen latausnopeuksiin sekä akkutekniikan kehittymiseen. Tällä hetkellä säh-

köautojen korkeampi hinta jarruttaa kuluttajien taloudellista kykyä vaihtaa polttomoottoriauto sähköautoon. Suomi on pitkien etäisyyksien maa ja etenkin pk-seudun ulkopuolella autoilla ajetaan pitkiä matkoja, jolloin bensiini- tai diesel-auto on kuluttajalle yhä järkevin vaihtoehto.

3.4 Autokannan huoltokustannukset

Autoalan Tiedotuskeskuksen viimeisin tilasto Suomen autokannan huolto- ja korjaustoiminnasta on vuodelta 2019. Sen mukaan huolto- ja korjaustoimintojen liikevaihto oli noin 3,18 miljardia euroa [11]. Liikevaihto on ollut nousussa pitkään, kuten kuva 3 osoittaa. Liikevaihto on lähes tuplaantunut kymmenessä vuodessa.



Kuva 3. Huolto- ja korjaustoiminnan liikevaihto vuosina 2009–2019 [11].

Tarkkaa tilastoa huoltokustannusten jakautumisesta eri autotyypeille ei ole saatavilla, sillä huolto- ja korjaustarpeet riippuvat hyvin paljon esimerkiksi ajomäärästä. Jotain autoa huolletaan kerran vuodessa, jolloin kustannukset voivat olla keskimääräisen määräaikaishuollon verran eli noin 200–350 euroa. Jotain toista autoa taas saatetaan huoltaa kolmekin kertaa vuodessa, jolloin vuoden huoltokustannukset ylittävät äkkiä 1000 euron rajan. Huoltojen lisäksi autoihin tulee

korjattavaa, mikä voi lisätä vuosittaisia kuluja sadoilla ja joskus tuhansillakin euroilla.

Suomen autokannan vuosittaisten huolto- ja korjauskulujen keskiarvoksi saadaan 943,40 euroa per auto, kun koko huolto- ja korjaustoiminnan kolmen miljardin euron liikevaihto jaetaan Suomen 3,18 miljoonan auton kesken. Keskiarvon perusteella Suomen yritysautokannan huoltojen ja korjausten liikevaihto on noin 324 miljoonaa euroa. Suomessa on noin 500 merkkikorjaamoja sekä noin 3500 merkkiriippumatonta korjaamoja [10]. Jos em. yritysautojen liikevaihto jakautuisi tasaisesti kaikille korjaamoille, saisivat kaikki korjaamot 81 000 euron liikevaihdon pelkästään yritysasiakkaista. Todellisten lukujen voidaan olettaa olevan näitä arvioita suuremmat, sillä etenkin tuotantoautoilla ajetaan huomattavan paljon enemmän kuin autoilla keskimäärin.

4 Asiakaskokemus

Asiakaskokemus on hyvin kokonaisvaltainen kokonaisuus. Se muodostuu asiakkaan mielikuvista, ajatuksista ja tunteista, joita asiakas ostopolun aikana kokee [13]. Kun asiakkaan odotusarvo täyttyy, kokemus on neutraali eikä herätä sen enempää negatiivisia kuin positiivisiaakaan mielipiteitä. Näin ollen asiakkaan odotusarvo halutaan aina ylittää, koska vain silloin asiakas arvostaa kokemuksensa korkealle [14.] Vaikka asiakaskokemus syntyy pääosin tunteiden pohjalta, yrityksen tulee muistaa, että ne voivat kuitenkin itse päättää, millaisia asiakaskokemuksia pyritään luomaan ja millä keinoilla [15]. Asiakaskokemuksen kehittämiseen ei ole oikotietä tai yhtä ainoaa oikeaa tapaa vaan jokaisen yrityksen tulee lähestyä asiaa omasta lähtökohdastaan. Suunnitelma asiakaskokemuksen kehittämiseksi tulee kunkin yrityksen luoda itse, sillä jokaisella yrityksellä on erilaiset resurssit, asiakaskunta ja yrityskulttuuri, jotka ohjaavat asiakaskokemuksen kehittämisen suuntaa.

4.1 Asiakkaan odotukset

Odotusten ylittäminen koostuu monesti pienistä asioista, jotka on oikeasti helppo toteuttaa. Hyvä myyjä kuuntelee asiakasta herkillä korvalla tarjoten ratkaisuja asiakkaan ongelmiin. Tämä edellyttää valppautta ja asiantuntijuutta myyntitilanteissa.

Jo yksistään asiakkaan kuuntelemisella luodaan parempaa asiakaskokemusta. palvelutilanteissa asiakas kertoo itsestään asioita, joihin hyvällä kuuntelemisella ja myyntityöllä on mahdollista tarjota asiakkaan kaipaamia ratkaisuja. Kun asiakkaan tarpeista pidetään huolta, asiakas saa tunteen, että hänen asiansa otetaan todesta. Gerdt ja Korhikoski muistuttavat, että asiakaskokemuksesta 70 prosenttia on tunneperäistä ja vain 30 prosenttia teknisiä faktoja ja asioiden toimivuutta. [16.]

Asiakasta voi nykyään kuunnella eri tavoin ja monissa eri kanavissa. Yritykset pystyvät keräämään asiakastietoa muun muassa ostohistorian, yrityksen kotisivuilla tehtyjen hakujen tai sosiaalisen median avulla. Tärkeintä yrityksille on valjastaa käyttöönsä kaikki saatavilla oleva tieto ja käyttää sitä apunaan asiakkaiden kanssa.

4.2 Asiakaskokemuksen johtaminen

Asiakaskokemuksen johtamisella tarkoitetaan toimia, joilla asiakaskokemusta kehitetään niin, että siitä saadaan liiketoiminnallista hyötyä. Tarkoitus ei ole, että jokainen yksityiskohta on hiottu äärimmilleen, vaan keskitytään tiettyihin peruspilareihin, joiden avulla asiakasuskollisuutta saadaan ylläpidettyä ja nostettua. Onnistunut asiakaskokemus näkyy tuloksina ja asiakasuskollisuuden lisääntymisenä muun muassa niin, että asiakas suosittelee yrityksen palveluita muillekin. Tämänkaltaisen asiakkaan oma aktiivisuus alkaa vasta, kun oma kokemus on myönteinen eli asiakkaan odotusarvot ovat ylittyneet. Asiakaskokemuksen merkitys kasvaa globalisaation ja sosiaalisen median vaikutuksen kautta. [15.]

Ennen kuin asiakaskokemusta voidaan johtaa, täytyy ymmärtää asiakaskokemuksen kokonaisuuden merkitys. Yrityksen tulee hahmottaa asiakkaan kulkema ns. palvelupolku, jotta on mahdollista tunnistaa ne tilanteet, joissa syntyy vuorovaikutusta. Nykyään palvelupolkuun liittyy enenevässä määrin myös digitaalisia kohtaamisia eikä aina välttämättä toisen ihmisen kanssa. Asiakas on voinut kulkea palvelupolkua hyvinkin pitkälle, ennen kuin kohtaa ensimmäisen kerran toisen ihmisen. Ennen ihmisen kohtaamista asiakkaalle on jo muodostunut vahva käsitys yrityksestä ja palvelusta ja siksi myös digitaaliset kohtaamiset tulee ottaa tarkasti huomioon palvelupolkua ja asiakaskokemusta suunniteltaessa. [17.]

Futurelabin asiakaskokemuksen johtamisen pikaoppaan mukaan Suomen yrityksistä useimmat eivät johda asiakaskokemusta. Palvelutilanteita on yleensä suunniteltu etukäteen niissä yrityksissä, joissa asiakaskokemusta pyritään johtamaan. Kun palvelutilanteita on suunniteltu etukäteen, asiakas pystyy ennalta tietämään, millaisen kokemuksen todennäköisesti on saamassa. Johdettu asiakaskokemus on suunniteltu ja paikasta tai ajasta riippumaton. Tärkein tavoite sillä on tuottaa lisäarvoa ja helppoutta asiakkaalle. Asiakkaalle enemmän arvoa tuottava yritys pääsääntöisesti tuottaa myös enemmän tulosta. [18.]

5 Bosch Fleet

Bosch panostaa asiakaskokemukseen ja yritysasiakkaisiin vuoden 2023 aikana lanseerattavan Bosch Fleet -konseptin avulla. Konsepti sisältää asiakasuskollisuutta ja asiakaskokemusta nostattavia elementtejä, joiden avulla pyritään luomaan uusia ja pitkäaikaisia yritysasiakassuhteita.

Konsepti on luotu osaksi BCS-korjaamokonseptia. Yksityisen korjaamon, joka on liittynyt osaksi BCS-ketjua, on jatkossa mahdollista saada yritysasiakkaita BCS-ketjun avulla käyttämättä itse aikaa asiakashankintaan sekä sopimusneuvotteluihin. Käytännössä BCS-korjaamo valtuuttaa Boschin neuvottelemaan yritysasiakkaiden kanssa sekä solmimaan huoltosopimuksia.

5.1 Edut

Monesti korjaamo on saattanut tehdä jonkin huoltosopimuksen paikallisen yrityksen kanssa. Bosch Fleet -konseptin avulla yksittäisen korjaamon on jatkossa mahdollista saada sopimus myös isompiin ja valtakunnallisempiin yrityksiin, koska neuvottelut on käynyt ja sopimuksen on tehnyt Bosch. Korjaamoilla on hyvin rajalliset omat resurssit käydä aikaa vieviä neuvotteluja isojen yritysten kanssa varsinkin, jos yritys toimii laaja-alaisesti ympäri Suomen. Neuvottelemalla vain yhden sopimuksen, yrityksen on mahdollista saada laaja kumppanikorjaamoverkosto käytettäväkseen.

5.2 Kohderyhmä

Bosch Fleet -konseptin kohderyhmää ovat autokannaltaan keskisuuret sekä pienet yritykset. Pieninä yrityksinä pidetään noin kymmenen auton yrityksiä. Keskisuurten yritysten joukko on melko laaja – noin viidestäkymmenestä autosta useisiin satoihin autoihin. Tuhansien autojen leasing-yritykset ja vastaavat asiakkaat hoidetaan erikseen ja ne eivät varsinkaan projektin alkuvaiheessa ole potentiaalisinta kohderyhmää Bosch Fleet -konseptille.

5.3 Asiakashankinta

Pirkanmaan Uusyrityskeskus Ensimetrin yrittäjyysasiantuntija Anu Lehtola kiteyttää asiakashankinnan kolmeen tärkeään vaiheeseen, joita ovat kohderyhmän määrittely, kilpailuetujen tiedostaminen sekä varsinainen myyntityö, joka on asiakkaaseen vaikuttamista [19]. Bosch Fleet -konsepti pureutuu näihin vaiheisiin, jotka ovat monesti erittäin työntäyteisiä silloin, kun asiakashankintaa tehdään systemaattisesti ja tavoitteellisesti.

BCS-verkoston korjaamot ovat velvoittaneet Robert Boschin tekemään niiden puolesta asiakashankintaa sekä sopimuksia yritysten kanssa. Robert Bosch neuvottelee yritysten kanssa sopimuksista ja niihin sisältyvistä palveluehdoista.

Tarvittaessa Bosch konsultoi BCS-verkoston ohjausryhmää tai yksittäisiä korjaamoja, joita kyseinen käsillä oleva sopimus koskettaisi.

5.4 Sopimus

Sopimuksella Bosch sekä yritysasiakas sopivat hinnoittelun lisäksi muista palveluehdoista. Mukaan lähtevät kumppanikorjaamot sitoutuvat huoltamaan ja korjaamaan yrityksen autoja Boschin ja yrityksen sopimien ehtojen mukaisesti. Korjaamoiden kanssa sovitaan pelisäännöistä yritysasiakkaiden hoidossa, jotta yritysasiakkaille varmistetaan yhdenmukainen ja samansisältöinen palvelu kaikilta kumppanikorjaamoilta.

5.5 Digitaalinen ajanvarausportaali MyBCS

Yritys saa sopimuksen myötä käyttöönsä Boschin digitaalisen ajanvarausportaalin MyBCS:n. MyBCS tarjoaa sijainnin sekä varattavan huolto- tai korjaustyön perusteella lähimmät sopivat korjaamot. Jos auto on esimerkiksi täyssähköauto ja vain osa kumppanikorjaamoista kykenee niitä korjaamaan, käyttäjä näkee ajanvarausportaalissa vain nämä kyseiset korjaamot.

5.6 Kumppanikorjaamot

Kun Bosch on neuvottelemassa yrityksen kanssa, sovitaan myös tulevista BCS-kumppanikorjaamoista. Yrityksen tarpeet ja autokanta huomioiden tehdään yhteinen valinta, mille korjaamoille sopimusta tulnaisiin tarjoamaan. Esimerkiksi jos yrityksen autokanta koostuu pääasiassa extrapitkistä Mercedes-Benz Sprinter-pakettiautoista, korjaamoilla tulee olla riittävät tilat sekä nostinkapasiteettia korjata niitä. Tai jos autokannassa on EV-eli täyssähköautoja, korjaamolla tulee olla niihin liittyvät tiedot, taidot, laitteet ja luvat kunnossa. Bosch tarjoaa korjaamoille erillistä EV-konseptia koulutuksineen ja työkaluineen tukemaan korjaamoita sähköistyvän ajoneuvokannan huoltamisessa.

5.7 Laskutus

Laskutukselle on kaksi vaihtoehtoa. Ensimmäisen vaihtoehdon mukaan yritysasiakas voi saada laskut suoraan korjaamoilta. Tässä tapauksessa Robert Bosch Oy pyytää kvartaaleittain raportteja yritysasiakkaisiin liittyvästä liikevaihdosta. Toinen vaihtoehto on keskitetty laskutus, jossa laskut kiertävät Robert Bosch Oy:n kautta ja yritysasiakas saa koontilaskun kuukausittain. Tällöin erillistä raportointia ei tarvita.

5.8 Bosch Fleet -ohjelmisto

Bosch Fleet -konseptiin kuuluu oleellisena osana Bosch Fleet -ohjelmisto, joka tarjotaan yritysasiakkaalle käyttöön. Ohjelmisto kokoaa yhteen yrityksen autokannan huoltoineen, korjauksineen ja kuluineen, mikä tekee ajoneuvokannan elinkaaren seurannasta helppoa ja läpinäkyvää. Ohjelmisto tulee myös korjaamoiden käyttöön.

5.8.1 Ominaisuudet

Ohjelmiston avulla yritys pystyy hallinnoimaan ajoneuvokalustonsa huoltoja, korjauksia ja kuluja. Ohjelmisto on integroitu MyBCS:n kanssa, joten kun käyttäjä tekee varauksen MyBCS:n kautta korjaamolle, työ siirtyy ohjelmistoon, joka luo korjaamolle työmääräyksen. Ohjelmisto tuntee automerkki ja -mallikohtaiset huolto-ohjelmat sekä ohjeajat huolloille ja korjauksille. Kun ohjelmistossa on vielä lisäksi sekä OE- eli autovalmistajien alkuperäiset varaosat että Bosch-varaosat, korjaamo saa käytännössä valmiin pohjan työn suorittamiseksi. Ohjelmisto tallentaa kaikki työt ja laskut autokohtaisesti, mikä vähentää manuaalisen laskujen ja töiden dokumentoinnin minimiin.

Yritysasiakas voi määritellä Bosch Fleet -ohjelmistoon automaattisia hyväksyntäparametreja eli sääntöjä, miltä osin huolto- ja korjaustöitä on luvallista suorittaa erikseen laskutuslupia kyselemättä. Näin yritys voi automatisoida haluamiinsa töitä. Tarkoituksena olisi, että mahdollisimman moniin töihin olisi etukäteen

määritelty hyväksyntäsäännöt ja -rajat. Tämä suoraviivaistaa ja nopeuttaa huoltoprosessia.

Esimerkiksi jarrupalojen vaihdon voi määritellä niin, että ohjelmisto antaa työlle automaattisesti luvan. Luvalla voi määrittää esiintymistiheyden, esimerkiksi 60 000 km / 24 kk. Tämä tarkoittaa, että jos tänään vaihdetaan jarrupalat niin seuraavan kerran ne ovat automaattisesti hyväksyttävissä 60 000 kilometrin tai kahden vuoden päästä. Jos näillä lupakäytännöillä jarrupalojen vaihto tulisi eteen jo 40 000 kilometrin ajon jälkeen, ohjelma ei antaisi lupaa automaattisesti vaan ilmoittaisi, miltä osin ja miksi työ edellyttäisi manuaalista lupakäsittelyä. Tässä tapauksessa yrityksen nimetty yhteyshenkilö saisi sähköpostiinsa viestin, jossa on viesti asiasta sekä linkki Bosch Fleet -ohjelmiston työhön. Halutessaan yritys voi milloin vain muuttaa automaattisten lupien frekvenssejä tarpeisiinsa sopivaksi ja näin optimoida ohjelmiston toimintaa.

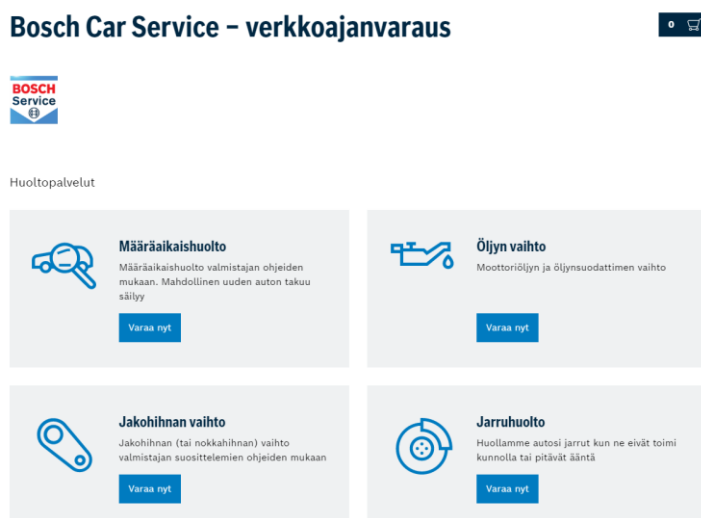
Myös automaattirivien luonti on mahdollista. Jos yritys haluaa, että jokainen auto pestään jokaisella huoltokäynnillä, ohjelmistoon voi luoda säännön, joka luo jokaisen varauksen yhteydessä autopesu-työrivin automaattisesti. Näin auton käyttäjän tai korjaamonkaan ei tarvitse erikseen muistaa, pitikö jokin palvelu suorittaa jokaisen huoltokäynnin yhteydessä.

Järjestelmä tallentaa työkohtaisesti kaiken, mitä työmääräyksellä tehdään. Jälkeenpäin on siis selvitettävissä, kuka käyttäjä on muutoksia tehnyt, hyväksynyt tai hylännyt. Järjestelmä sisältää chat-toiminnon, jota kannustetaan käyttämään aina kun muutoksia tehdään tai asioista sovitaan niin muutoksista jää myös sanallinen jälki työmääräykseen. Myös kuvien lisääminen on mahdollista perustelujen tueksi.

5.8.2 Huolto- ja korjausajan varaaminen

MyBCS:ssä huolto- tai korjausaika varataan käyttäen auton rekisterinumeroa. Varauksessa ilmoitetaan auton mittarilukema sekä valitaan toivottuja huolto-

ja/tai korjaustöitä. Halutut työt siirtyvät ostoskoriin, minkä jälkeen varataan kalenterista toivottu korjauspäivä ja -aika. Lopuksi varaus lähetetään korjaamolle. Kuvassa 4 on esitetty ajanvarausnäkyvän ulkoasu.



Kuva 4. Verkkoajanvarauksen näkymä

Korjaamo saa määrittelemäänsä sähköpostiin viestin saapuneesta yritysasiakasvarauksesta ja työ löytyy myös MyBCS:n korjaamoportaalista. Sähköpostissa sekä MyBCS:ssä on suora linkki Bosch Fleet -ohjelmiston työhön, jossa odottaa valmis työmääräys ohjeaikoineen ja hintoineen. Korjaamon tehtäväksi jää tarkistaa työ, tehdä muutoksia jos tarpeellista ja anoa laskutuslupaa. Töiden ollessa yritysasiakkaan määrittämien automaattisten hyväksyntäsääntöjen mukaisia, korjaamo saa laskutusluvan saman tien.

Mikäli käyttäjä tekee varauksen jostain syystä perinteisin menetelmin eli vaikkapa puhelimitse tai käymällä korjaamolla, tällöin korjaamon huoltoneuvoja kirjaa työn ohjelmistoon. Työt valitaan kuten verkkoajanvarauksessakin ja ohjelmisto luo työmääräyksen.

6 Työkalu yritysasiakashankintaan

Bosch Fleet -konsepti on Boschin työntekijälle mitä suurimmassa määrin B2B- eli yritysmyyntityötä, joka noudattaa tiettyä kaavaa. Tähän liittyen luotiin projektityökalu tukemaan asiakashankinnan eri vaiheita. Työkalu palvelee ja helpottaa päivittäistä työtä sekä pitää asiakashankintaprojekteja kasassa asiakashankinnan alkuvaiheista aina jälkihoitoon saakka.

Tulevan asiakashankinnan toiminnan tueksi luotiin oma tähän käyttöön sopiva projektityökalu (kuva 5). Työkalun tuli olla tarpeeksi laaja mutta yksikertainen, jotta mahdollisimman paljon tietoa on yhdessä paikassa.

	A	B	C	D	E	F
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7		Fleet name	START DATE			
8			28.12.2022			
9		Contact Person	END DATE			
10			1.2.2023			
11		Phone	# of Days			
12			26			
13		Email	STATUS			
14			In Progress			
15						
16			STATUS	date	info	what
17		Research and potential	In Progress	9.1.2023		
18		Fleet ownership	Complete	9.1.2023		
19		Fleet size	Complete	9.1.2023		
20		Annual maintenance costs	Complete	9.1.2023		
21		Potential savings for the fleet	Complete	9.1.2023		
22		Current state of doing	Complete	9.1.2023		
23		Discussion with potential workshops	In Progress	28.12.2023		
24					CHECKPOINT I	
25		Contract negotiations	In Progress			
26		Discount Groups (BoschOE)	In Progress			
27		Fixed Price Positions	In Progress			
28		Conditions	In Progress			
29		Workshop selection	Complete			
30		Fleet Solution terms decided	Not started			
31		Fleet Contract signed	Not started			
32		Fleet Contract into Fleet Solution	Not started			
33		Workshop contract signed	Not started			
34		Service Price list	Complete			
35					CHECKPOINT II	
36		Implementation	Not started			
37		Setting up the system for fleet	Not started			
38		Setting up the system for workshops	Not started			
39					CHECKPOINT III	
40		Training and aftercare	Not started			
41		Fleet Solution Training	Not started			
42		Aftercare	Not started			
43		Feedback meetings 1	Not started			
44		ROAD-MAP	explanations	CHECKLISTS	Fleet car's info	FLEET CUSTOMER DATA
					country check-list	Fleet's E ...

Kuva 5. Projektityökalu

Alustaksi valikoitui Microsoft Excel, sillä Excel-tiedosto on joustava, helppokäyttöinen ja tarpeen tullen yksinkertaisesti laajennettavissa työskentelytapojen kehittyessä. Jakaminen tiimin sisällä käy Microsoft Teamsissa, jossa on oma ryhmänsä Bosch Fleet -toiminnoille. Eri osa-alueita on jaettu välilehdille, kuten kuvassa 6 on esitetty.

ROAD-MAP	explanations	CHECKLISTS	Fleet car's info	Fleet Costumer Data	country check-list	Fleet expectations & Questions
----------	--------------	------------	------------------	---------------------	--------------------	--------------------------------

Kuva 6. Välilehdet

Road map -osiossa on määritelty tarvittavia ja hyväksi havaittuja asiakashankinnan tehtäviä jaettuna neljään vaiheeseen, jotka eritellään luvussa 6. Tehtävät ohjaavat asiakashankintaa ja pitävät yllä työskentelyn laatua. Myyjän on helppo pitää asiakashankinta tehokkaana seuraamalla näitä vaiheita.

Tehtäville voidaan asettaa statuksia eli tiloja sen mukaan, missä vaiheessa mikäkin tehtävä kulloinkin on. Tilojen erilaiset värikoodit luovat visuaalista ilmettä ja helpottavat projektin tilanteen hahmottamista (kuva 7). Tehtäville voi lisäksi asettaa tavoitepäivämääriä. Tehtävien delegointi tiimin sisällä ja vastuuhenkilön nimeäminen on myös mahdollista.

		STATUS
Phase 1	Research and potential	In Progress
	Fleet ownership	Complete
	Fleet size	Complete
	Annual maintenance costs	Scheduled
	Potential savings for the fleet	Complete
	Current state of doing	Complete
	Discussion with potential workshops	In Progress
	Phase 2	Contract negotiations
	Discount Groups (Bosch/OE)	In Progress
	Fixed Price Positions	In Progress
	Conditions	Needs Review
	Workshop selection	Complete
	Fleet Solution terms decided	On Hold
	Fleet Contract signed	Not started
	Fleet Contract into Fleet Solution	Not started
	Workshop contract signed	Not started
	Service Price list	Complete
Phase 3	Implementation	Not started
	Setting up the system for fleet	Not started
	Setting up the system for workshops	Not started
Phase 4	Training and aftercare	Not started
	Fleet Solution Training	Not started
	Aftercare	Not started
	Feedback meeting 1	Not started
	Feedback meeting 2	Not started

Kuva 7. Tehtävien tilat

Jokaisen ryhmän välissä on ns. checkpoint, jonka kohdalla on tarkoitus tarkistaa, onhan kaikki edellisen vaiheen tehtävät suoritettu ja asiat selvitetty ennen siirtymistä eteenpäin. Checkpointien selitykset ovat omalla välilehdellään, ja sinne on tarkoitus kirjoittaa tarkempia muistiinpanoja, muistioita ja tietoja kustakin tehtävästä.

Fleet Customer Data -välilehdeltä löytyy ne tarvittavat tiedot, joista sopimusneuvottelujen aikana keskustellaan asiakkaan kanssa Fleet Solution -ohjelman käynnistämiseksi yrityksen käyttöön. Viimeisellä välilehdellä on vielä ns. country check-list, joka toimii periaatteessa konsernin ohjenuorana Bosch Fleet -konseptille.

7 Yritysasiakashankinta

Yritysasiakashankinta alkaa kartoittamalla potentiaalisia yrityksiä. Yrityksien potentiaalia asiakkaaksi kartoitetaan sekä alueellisesti ja valtakunnallisesti. Boschilla on työkalu ajoneuvojen ja yritysten hakemiseen ajoneuvorekisteristä. Ensin valitaan alue, jolta hakuja tehdään. Hakukriteereinä voidaan käyttää maakuntaa tai jopa yksittäistä kaupunkia tai kuntaa tai mitä tahansa siltä väliltä. Sitten valitaan ajoneuvokantaan liittyviä tietoja, joita voivat olla

- ajoneuvolaji
- merkki
- vuosimalli
- käyttövoima
- korimalli
- omistajuussuhde
- vakuutusyhtiö
- yrityksen yhtiömuoto
- yrityksen henkilömäärä
- liikevaihto
- riskiryhmä
- toimiala.

Voidaan esimerkiksi etsiä Varsinais-Suomen alueelta tietyn merkkisiä 5–10-vuotiaita dieselkäyttöisiä pakettiautoja, jotka ovat yrityksen itsensä omistamia. Hakutuloksena saadaan autojen lukumäärä sekä autojen jakaumat hakukriteerien mukaisesti. Lisäksi saadaan lista yrityksistä, joiden autokanta kuuluu hakukriteerien piiriin. Hakutuloksista voidaan löytää yksittäisen yrityksen ajoneuvokannan koko ja jakaumat hakukriteerein.

7.1 Vaihe 1

Asiakashankinnan tärkein vaihe, jossa asiakkaan mielenkiinto on jo herätettävä, on vaihe 1 eli ns. Research and Potential, jolla on tarkoitus selvittää yrityksen potentiaalia asiakkaaksi, tehdä taustatyöt kunnolla perehtyen asiakkaan tietoihin sekä autokantaan ja peilata sitä BCS-korjaamoverkostoon. Vaihe sisältää myös tärkeimmän eli ensimmäisen yhteydenoton asiakkaaseen ja tapaamisen sopimisen.

Hyvä taustatyö on erittäin tärkeää tehdä kunnolla, ennen kuin asiakasta ensimmäisen kerran kontaktoidaan. Perusteellinen taustatyö auttaa myyjää argumentoimaan heti oikein ja myymään korjaamoketjua kohdistettuna juuri kyseisen yrityksen tarpeisiin. Myyjän tulee miettiä etukäteen, mihin kontaktoinnilla halutaan pyrkiä ja miten saada asiakkaan huomio ja kiinnostus heräämään. Kun argumentit ovat kunnossa, saa asiakkaan parhaiten vakuutettua. Ensivaikutelma on tärkeä, ja myyjän tulee vakuuttaa asiakas heti ensimmäisestä yhteydenotosta alkaen. Siksi vaihe 1 (kuva 8) on onnistumisen kannalta ensiarvoisen tärkeää tehdä perusteellisesti.

		STATUS	date	info
Phase 1	Research and potential	Scheduled		
	Fleet ownership	In Progress		
	Fleet size	Complete		
	Annual maintenance costs	Complete		
	Potential savings for the fleet	Complete		
	Current state of doing	Complete		
	Discussion with potential workshops	In Progress		
	CHECKPOINT I			

Kuva 8. Vaihe 1

7.2 Vaihe 2

Vaiheessa kaksi (kuva 9) asiakas on saatu kiinnostumaan ja vähintäänkin päästään tekemään huoltosopimustarjous. Sopimussyksityiskohdista neuvotellaan ja käydään läpi erilaisia hintoihin liittyviä asioita sekä muita sopimukseen liittyviä ehtoja. Myös kumppanikorjaamot käydään läpi ja valitaan tässä vaiheessa. Jos yhteistyöstä päästään sopuun, niin sopimus allekirjoitetaan.

	Contract negotiations	In Progress		
Phase 2	Discount Groups (Bosch/OE)	In Progress		
	Fixed Price Positions	In Progress		
	Conditions	In Progress		
	Workshop selection	Complete		
	Fleet Solution terms decided	Not started		
	Fleet Contract signed	Not started		
	Fleet Contract into Fleet Solution	Not started		
	Workshop contract signed	Not started		
	Service Price list	Complete		
	CHECKPOINT II			

Kuva 9. Vaihe 2

7.3 Vaihe 3

Vaiheessa kolme (kuva 10), kun sopimus on allekirjoitettu ja myös kumppanikorjaamot valittu mukaan, järjestelmää ryhdytään implementoimaan käyttöön. Vaihe sisältää käyttäjäprofiilien luontia ja koulutuksien pitämistä niin yrityksen kuin korjaamonkin henkilöstölle.

	Implementation	Not started		
Phase 3	Setting up the system for fleet	Not started		
	Setting up the system for workshops	Not started		
CHECKPOINT III				

Kuva 10. Vaihe 3

7.4 Vaihe 4

Vaiheessa neljä (kuva 11) Bosch Fleet -ohjelmisto on täydessä käytössä ja yritys pystyy tekemään huolto- ja korjausvarauksia. Tässä vaiheessa on kriittiset hetket olla läsnä niin yritysasiakkaalle kuin korjaamollekin, jotta osapuolet saavat tarvittaessa teknistä tukea tai neuvontaa ennen kuin Bosch Fleet -ohjelmisto kuin koko palvelukonsepti alkaa olemaan osa arkea.

Palvelun laadun ja asiakastyytyväisyyden nimissä saavutettavuus sekä tuen antaminen on ensiarvoisen tärkeää. Sovitun ajanjakson jälkeen käydään palautekeskusteluja ja kerätään käyttäjäkokemuksia sekä yritykseltä että korjaamoilta. Aikataulut palautteelle sovitaan kussakin tapauksessa erikseen.

	Training and aftercare	Not started		
Phase 4	Fleet Solution Training	Not started		
	Aftercare	Not started		
	Feedback meeting 1	Not started		
	Feedback meeting 2	Not started		

Kuva 11. Vaihe 4

8 Yhteenveto ja tulokset

Opinnäytetyössä tehtiin esiselvitys Boschin tulevaa yritysasiakaskonseptia varten. Esiselvityksen lisäksi luotiin toimintamalli yritysasiakashankinnasta sekä työkalu asiakashankintatyöhön. Lopputuloksesta saatiin eheä ja selkeä toimintamalli räätälöitynä Boschin tarpeisiin. Toimintamallia seuraamalla ja asiakashankintatyökalua käyttämällä myyntihenkilön on helppo lähteä tekemään asiakashankintaa sekä BCS-verkoston palveluiden myyntiä yrityksille. Asiakashankintatyökalu ohjeistaa myyntihenkilöä asiakashankinnan eri vaiheissa tarjoten kuhunkin työvaiheeseen selkeät ohjeet, jotta asiakashankinnan resurssit suunnataan oikein ja oikeasti ajoneuvokannaltaan potentiaalisiin asiakkaisiin.

Opinnäytetyön hyödyt nähdään käytännössä, kun Bosch Fleet -konsepti julkaistaan myöhemmin keväällä 2023. Kun myyjä tekee asiakashankintaa ja myyntityötä näillä ohjeilla saadaan myös selville, onko toimintamalli hyvä sellaisenaan kaikenkokoisille yrityksille vai tulisiko toimintamallia sopeuttaa yrityksen koon mukaan.

Kun Bosch Fleet -konsepti ohjelmistoinen on ollut käytössä jonkin aikaa, tulee ajankohtaiseksi kerätä käyttäjäkokemuksia, ideoita ja ajatuksia sekä asiakkailta että korjaamoilta. Palautteiden perusteella toimintamallia, palvelukonseptia ja ohjelmiston käyttöä pystyy jatkokehittämään eteenpäin.

Erityisen kiinnostavaa on myöhemmin selvittää, kuinka paljon korjaamot ovat saaneet hyötyjä konseptista. Myös mahdolliset haitat on syytä selvittää yhtä lailla eli esimerkiksi, kuinka työllistävänä tekijänä esimerkiksi Bosch Fleet -ohjelmiston käyttö koetaan suhteessa saatuihin hyötyihin. Korjaamoilla on jo nyt valmiiksi useita järjestelmiä, joita on käytettävä päivittäin. Myöhemmässä kehitysvaiheessa tulevat integraatiot muun muassa korjaamoiden omiin toiminnanohjausjärjestelmiin ovat varmasti ylimääräistä vaivaa vähentäviä ja hyvän vastaanoton saavia päivityksiä.

Lähteet

- 1 The Bosch Group at a glance. 2023. Verkkoaineisto. Robert Bosch GmbH. <<https://www.bosch.com/company/our-figures/#publications>>. Luettu 6.2.2023.
- 2 Korjaamolaitteet. 2023. Verkkoaineisto. Bosch Automotive Aftermarket Suomi. <<https://www.boschaftermarket.com/fi/fi/korjaamolaitteet>>. Luettu 30.3.2023.
- 3 Autotekninen palvelu. 2023. Verkkoaineisto. Bosch Automotive Aftermarket Suomi. <<https://www.boschaftermarket.com/fi/fi/autotekninen-palvelu>>. Luettu 30.3.2023.
- 4 Bosch Car Service. 2023. Verkkoaineisto. Robert Bosch GmbH. <<https://www.bosch.com/stories/history-of-bosch-car-service-network/>>. Luettu 6.2.2023.
- 5 Rissa, Pekka; Kallio, Tero & Kalenoja, Hannu. 2023. Automarkkinoiden vuosikatsaus 2023. Verkkoaineisto. <https://www.aut.fi/files/2658/Autoala_Suomessa_2022_vuositilasto_1601_2023.pdf>. 16.1.2023. Luettu 24.2.2023.
- 6 Henkilöautojen keski-ian kehitys. 2023. Verkkoaineisto. Tilastokeskus. <https://www.aut.fi/tilastot/autokannan_kehitys/autokannan_ikatilastoja/henkiloautokannan_ikakehitys>. 17.1.2023. Luettu 3.3.2023.
- 7 Henkilöautojen keskimääräinen romutusikä. 2023. Verkkoaineisto. Tilastokeskus <https://www.aut.fi/tilastot/romutustilastoja/henkiloautojen_keskimaarainen_romutusika>. 17.2.2023. Luettu 3.3.2023.
- 8 Autoalan käyttövoimaennusteet. 2022. Verkkoaineisto. Autoalan Tiedotuskeskus. <https://www.aut.fi/files/2551/Kayttovoimaennusteet_17_02_2022.pdf>. 17.2.2022. Luettu 3.3.2023.
- 9 Bilparken. 2023. Verkkoaineisto. Statistisk sentralbyrå. <<https://www.ssb.no/en/transport-og-reiseliv/landtransport/statistikk/bilparken>>. 24.3.2023. Luettu 26.3.2023.
- 10 Miksi Norjassa on eniten sähköautoja asukasta kohden maailmassa? 2023. Verkkoaineisto. <<https://rechargeinfra.com/fi/sahkoautot-norjassa/>>. Luettu 26.3.2023.
- 11 Autoalan liikevaihto. 2023. Verkkoaineisto. Autoalan Tiedotuskeskus. <https://www.aut.fi/autoala/autoalan_liikevaihto>. Luettu 3.3.2023
- 12 Jouko Sohlberg. 2023. Tekninen johtaja, AKL. Haastattelu. 24.3.2023.

- 13 Ahvenainen, Perttu; Gylling, Janne & Leino, Sani. 2017. Viiden tähden asiakaskokemus – Tee asiakkaistasi faneja. 1. painos. Helsinki: Kauppakamari. Luettu 29.3.2022.
- 14 Fischer, Merja & Vainio, Satu. 2014. Potkua palvelubisnekseen – Asiakaskokemus luodaan yhdessä. Helsinki: Talentum Media Oy. Luettu 28.3.2023.
- 15 Löytänä, Janne & Korteso, Katleena. 2011. Asiakaskokemus – Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum Media Oy. Luettu 30.3.2023.
- 16 Gerdt, Belinda & Korhonen, Kari. 2016. Ylivoimainen Asiakaskokemus – työkalupakki. Luettu 29.3.2023.
- 17 Jääskeläinen, Heidi & Kallioniemi, Kirsi. Verkkoaineisto. <<https://www.labopen.fi/lab-pro/asiakaskokemusta-johtamalla-menestykseen/>> 15.12.2022. Luettu 29.3.2023.
- 18 Asiakaskokemuksen johtamisen pikaopas. 2013. Verkkoaineisto. Futurelab. <<https://futurelab.fi/wp-content/uploads/2021/02/Futurelabin-Asiakaskokemuksen-johtamisen-opas.pdf>>. Luettu 28.3.2023.
- 19 Lehtola Anu. 2022. Verkkoaineisto. <<https://uusyrityskeskus.fi/blogi/yritysneuvojan-top-3-vinkit-asiakashankintaan/>> 31.3.2022. Luettu 29.2023.