



Palvelukokemuksen kehittäminen

Case: Framery Core

Anttu Puutio

Opinnäytetyö, AMK

Toukokuu 2023

Palveluliiketoiminta, restonomi (AMK)

Puutio, Anttu

Palvelukokemuksen kehittäminen – Case: Framery Core

Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. **Toukokuu 2023**, 49 sivua

Palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma. Opinnäytetyö AMK

Julkaisun kieli: suomi

Julkaisulupa avoimessa verkossa: kyllä

Tiivistelmä

Opinnäytetyö toteutettiin Framery Oy:n toimeksiantona.

Opinnäytetyössä selvitettiin Frameryn sisäisen henkilöstöbistron Coren palvelun laadun tasoa ja palvelukokemuksen muodostumista. Tutkimustehtävänä oli mitata miten Frameryn henkilökunta kokee palvelunlaadun toteutuvan tällä hetkellä ja löytää laadun kehittämisen kannalta tärkeimmät kohteet.

Työ toteutettiin SERVQUAL-malliin pohjautuvalla kvantitatiivisella tutkimuslomakkeella. Toimeksiantajan toiveesta kvantitatiiviseen lomakkeeseen lisättiin vastausvaihtoehtoja myös sanallisille vastauksille. Lomakkeen laatimisen jälkeen se lähetettiin Frameryn henkilöstölle vastattavaksi. SERVQUAL mallilla mitattiin yrityksen henkilöstön odotusten ja kokemusten välistä eroa Coren palvelun laadussa.

Tutkimuksen tulokset analysoitiin laatukuiluanalyysilla verraten odotusten ja kokemusten välistä numeerista eroa. Negatiiviset tulokset kirjattiin laatuongelmiksi, joita olisi syytä kehittää palvelukokemuksen parantamiseksi. Sanalliset vastaukset luokiteltiin teemoittain ja järjestettiin esiintyvien teemojen mukaan. Viimeisen vapaan palautteen vastauksista tehtiin lisäksi sanapilvianalyysi.

Tuloksista esille nousi kuinka hyvällä tasolla Coren palvelu on jo tällä hetkellä. Empatia, vuorovaikutus ja vakuuttavuus osioissa ei esiintynyt yhtään laatuongelmaa. Fyysisessä palveluympäristössä ongelmia esiintyi kaksi ja luotettavuudessa kolme. Merkittävimmät laatuongelmat liittyivät tilojen siisteyteen, tuotteiden riittävyyteen sekä tilojen järjestelyyn. Sanapilvianalyysista esille nousi Frameryn henkilökunnan arvostus Coren palvelua kohtaan isoimpien sanojen ollessa ”kiitos” ja ”Core”.

Tutkimuksen tulosten perusteella Framerylle laadittiin kehityssuunnitelma ehdotuksista, miten laatuongelmia voidaan lähteä ratkaisemaan Coressa. Kehityssuunnitelmassa esille nousseita ehdotuksia olivat ruokamenekin tilastointi, siivoussuunnitelman päivittäminen sekä henkilökunnan roolien selkeytys kirjallisella roolikuvauksella. Myös tilojen järjestelyyn ehdotettiin uutta mallia ehkäisemään lounasajan jonon muodostumista yleisesti käytetyille reiteille. Yritys voi hyödyntää kehityssuunnitelmaa palvelukokemuksen parantamisessa ja palveluiden kehittämisessä.

Avainsanat (asiasanat)

palvelukokemus, palvelu, bistro, servqual, kehityssuunnitelma

Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)

Puutio, Anttu

Development of the service experience – Case: Framery Core

Jyväskylä: JAMK University of Applied Sciences, May 2023, 49 pages

Degree Programme in Hospitality Management. Bachelor's thesis.

Permission for open access publication: Yes

Language of publication: Finnish

Abstract

The thesis was commissioned by Framery Acoustics.

The thesis investigated the level of service quality and the elements of the service experience of Framery's internal personnel bistro Core. The research task was to measure how Framery's staff feels that service quality is being realized now and to find the most important factors in terms of quality development.

The work was carried out using a quantitative research form based on the SERVQUAL model. At Framery's request, verbal answer options were also added to the quantitative form. After the form was completed, it was sent to Framery's staff to answer. The SERVQUAL model was used to measure the difference between the expectations and experiences of the company's personnel in Core's service quality.

The results of the study were analyzed using quality gap analysis, comparing the numerical difference between expectations and experiences. Negative results were recorded as quality problems that should be developed to improve the service experience. The verbal answers were organized by theme and arranged according to the occurring themes. A word cloud analysis was also performed on the answers to the last free feedback question.

The results showed how good Core's service is at the moment. There were no quality problems in the sections empathy, interaction and persuasiveness. There were two problems in the physical service environment and three in reliability. The most significant quality problems were related to the cleanliness of the restaurant, the adequacy of the products and the arrangement of the premises. The word cloud analysis revealed the appreciation of Framery's staff towards Core's service, with the biggest words being "thank you" and "Core".

Based on the results of the research, a development plan was drawn up for Framery with suggestions on how to solve quality problems in Core. The proposals that came up in the development plan were statistics on food consumption, updating the cleaning plan and clarifying the roles of the staff with a written role description. A new model was also proposed for the arrangement of the premises to prevent the formation of a lunchtime queue on commonly used routes. The company can use the development plan to further improve the service experience.

Keywords/tags (subjects)

service experience, service, bistro, servqual, development plan

Miscellaneous (Confidential information)

Sisältö

1	Johdanto	3
1.1	Kartoitus palvelun laadusta	3
1.2	Yritysesittely	4
2	Palvelukokemus	5
2.1	Työntekijöiden sitouttaminen palveluilla	5
2.2	Palveluiden erityispiirteet	6
2.3	Palvelukokemuksen muodostuminen	8
2.3.1	Palvelun ulottuvuudet.....	8
2.3.2	Asiakaskokemuksen kolme tasoa.....	10
2.3.3	SERVQUAL-työkalu palvelun laadun mittarina.....	10
2.3.4	Kuiluanalyysimalli.....	11
3	Tutkimuksen toteuttaminen	13
3.1	Kehittämistyön lähtökohdat.....	13
3.2	Kehittämistyön menetelmä.....	13
3.3	Kyselylomakkeen rakenne.....	15
3.4	Aineiston analyysi.....	15
4	Tulokset	16
4.1	Taustatiedot ja otoskoko	16
4.2	Fyysinen palveluympäristö	20
4.3	Luotettavuus.....	21
4.4	Vuorovaikutus	23
4.5	Vakuuttavuus.....	24
4.6	Empatia.....	26
4.7	Tärkeimmät kehittämiskohteet ja vapaa sana	27
5	Pohdinta	30
5.1	Johtopäätökset ja kehittämissuunnitelma	30
5.1.1	Tuotteiden saatavuuden varmistaminen	31
5.1.2	Siisteyden ylläpito	32
5.1.3	Järjestelyn muuttaminen palvelun nopeuttamiseksi	33
5.2	Tutkimuksen luotettavuus ja osuvuus teoreettiseen viitekehykseen	35
	Lähteet	37
	Liitteet	39
	Liite 1. Kyselytutkimuksen vastauslomake.....	39

Kuviot

Kuvio 1. Palvelun laadun kuiluanalyysimalli (Grönroos 2015, 144.).....	12
Kuvio 2. Sukupuolijakauma	17
Kuvio 3. Ikäjakauma	17
Kuvio 4. Työntekijäryhmät	18
Kuvio 5. Työsuhteen pituus.....	19
Kuvio 6. Sanapilvianalyysi.....	28
Kuvio 7. 3 tärkeintä asiaa palvelukokemuksen kehittämisen kannalta.....	29

Taulukot

Taulukko 1. Fyysinen palveluympäristö	20
Taulukko 2. Luotettavuus.....	21
Taulukko 3. Vuorovaikutus.....	23
Taulukko 4. Vakuuttavuus.....	25
Taulukko 5. Empatia	26

1 Johdanto

1.1 Kartoitus palvelun laadusta

Kilpailu osaavasta työvoimasta on kiristynyt merkittävästi ja monet yritykset kokevat pulaa osaavista henkilöistä. Työvoiman vaikea saatavuus voi johtaa myös ongelmiin yrityksen kasvussa. Työntekijöiden sitouttaminen yritykseen on haastavaa ja yritysten tuleekin panostaa työnantajamielikuvan luomiseen uusilla tavoilla. Sitoutuneet työntekijät lisäävät yritysten tuottavuutta ja mahdollistavat liiketoiminnan kehittämisen. (Vistiaho 2021.)

Yritykset luovat työnantajamielikuvaa usein eri keinoin. Yrityksen arvot, kasvu, henkilöstöedut ja kilpailukykyinen palkkaus ovat tärkeitä tekijöitä työnantajamielikuvan luomisessa. Työn ja arjen rajan hämärtyessä pelkkä taloudellinen etu ei riitä hyvän työnantajamielikuvan luomiseen, työntekijät kaipaavat myös henkisen ja käytännöntason etuja (Matikka 2021). Yritysten fyysiset toimitilat, tarjottavat työvälineet ja aktiviteetit työajan ulkopuolella ovat keinoja tarjota lisää sisältöä henkilökunnalle.

Tämä opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Framery Oy:lle. Framery Oy on lähtenyt ratkomaan työnantajamielikuvan rakentamista ja työntekijäkokemuksen kehittämistä yrityksen sisäisillä tukipalveluilla. Perinteisten henkilöstöetujen, kuten liikunta- ja kulttuurisetelit, lisäksi yritys tarjoaa tuottamana palveluna henkilökunnalle yrityksen sisäisen henkilöstöbistron, Coren.

Opinnäytetyön aiheena oli Frameryn bistro Coren palvelukokemuksen mittaaminen ja kehittäminen. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää miten Frameryn henkilöstö kokee Coren palvelun laadun toteutuvan ja tutkimuksen perusteella tehdä kehityssuunnitelma palvelukokemuksen parantamiseksi. Palvelukokemukseen sisältyi useita eri palvelupolkuja, joita kuvattiin ja pyrittiin tunnistamaan kriittiset pisteet.

Bistro Core ei ole Frameryllä taloudellisesti tuottavaa liiketoimintaa. Frameryn henkilökunta maksaa Coressa vain raaka-aineiden hankintakustannusten suuruisen summan. Tämä tarkoittaa, että Framery tukee Coren toimintaa maksamalla bistron henkilökunnan palkat sekä fyysiseen palveluympäristöön liittyvät kustannukset. Kyseessä on siis Frameryn vahvasti tukema henkilöstöetu.

Jotta Framery saa tarjoamastaan edusta mahdollisimman suuren hyödyn myös yritykselle itselleen, tulee Coren palveluiden laadun olla ensiluokkaista.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa tarkasteltiin asiakkaan palvelukokemuksen muodostumista eri lähteisiin perustuen. Ensimmäisessä teoriaosuudessa eriteltiin palvelun erityispiirteet verraten fyysisiin tuotteisiin. Palvelukokemuksen muodostumista määriteltiin Tuulaniemen (2011) asiakaskokemuksen kolmen tason sekä Bitnerin, Gremlerin, Wilsonin ja Zeithamlin (2016) palvelun ulottuvuuksien kautta. (Tuulaniemi 2011, 72; Bitner, Gremler, Wilson & Zeithaml 2016, 77.)

Opinnäytetyön tavoitteena oli saada laaja käsitys Frameryn henkilökunnan palvelukokemuksesta Coressa. Tärkeää oli saada yrityksen eri henkilöstöryhmät osallistumaan tutkimukseen tasavertaisesti, jotta tutkimuksen tulos oli mahdollisimman kuvaava ja sitä voitiin hyödyntää palvelun kehittämiseen. Bistro Coren palveluiden tuli vastata kaikkien eri henkilöstöryhmien tarpeisiin tasavertaisesti.

Toimialan näkökulmasta Frameryn henkilöstöbistrosta tekee mielenkiintoisen sen ainutlaatuisuus. Usein yritykset lähtevät tuottamaan sisäisiä palveluitaan kahdella eri mallilla, ulkoistamalla palveluiden tuottamisen täysin toiselle yritykselle tai tuottamalla palvelut henkilökunnalleen bulkkina panostaen kustannustehokkuuteen. Frameryn esimerkki palveluiden tuottamisesta oman yrityksen sisällä laatu edellä voi luoda koko toimialalle uusia mahdollisuuksia tarjota vastuullisesti tuotettua laadukasta palvelua eri yritysten henkilökunnille.

1.2 Yritysesittely

Framery on tamperelainen nykyaikaisten akustoitujen työtilojen valmistaja. Yritys työllistää tällä hetkellä yli 400 työntekijää. Frameryn liikevaihto on kasvanut vuoden 2018 63 miljoonasta eurosta 93 miljoonaan euroon vuonna 2021. Framery toimii globaalisti vieden tuotteitaan ympäri maailmaa. (Framery Oy n.d.)

Yrityksen arvoissa näyttäytyy vahvasti onnellisuus, Frameryn tehtävä on luoda onnellisempia työntekijöitä maailmanlaajuisesti tarjoamalla toimistoille akustoituja äänieristettyjä työtiloja. Onnellisuus näkyy yrityksen arvoissa myös sisäisesti ja henkilökunnan hyvinvointia halutaan tukea laajalti. (We are serious about happiness, it's the reason we exist 2023.)

Yrityksen kasvuvauhti ja työmarkkinoiden kiristynyt kilpailu luovat kuitenkin sekä odotuksia, että haasteita yrityksen sisäisille palveluille. Kasvanut henkilöstömäärä lisää bistron tuotteiden menekkiä huomattavasti ja tilojen käyttöasteen noustessa myös siivous vaatii jatkuvasti lisää resursseja. Samalla tavoitteena on kuitenkin palvelujen osalta jatkuvasti luoda uutta ja uusia kokemuksia henkilökunnalle sitouttaen heitä näin yritykseen paremmin.

2 Palvelukokemus

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostuu asiakaskokemukseen, henkilöstökokemukseen, työpaikkakokemukseen ja palvelun laadun tekijöihin liittyvästä kirjallisuudesta. Kirjalähteiden lisäksi opinnäytetyössä hyödynnetään kansainvälisiä vertaisarvioituja tutkimuksia. Lähteet teoreettiseen viitekehykseen haettiin Jyväskylän ammattikorkeakoulun verkkokirjasto Janet Finnasta (Jyväskylän ammattikorkeakoulun verkkokirjasto n.d.) Käytettyjä hakusanoja olivat palvelukokemus, asiakaskokemus, palvelu, palveluympäristö, hospitality AND services, workplace sekä workplace AND services. Ei-akateemisten lähteiden haussa hyödynnettiin myös googlen hakukonepalvelua.

Opinnäytetyön näkökulmana on työntekijöiden sitouttaminen työnantajaan työympäristön tarjoamalla palveluilla. Palvelut, joita työpaikalla tarjotaan tulevat olla laadukkaita ja hyvin tuotettuja. Merkittävää lisäarvoa palveluihin saadaan, kun ne kohdistetaan juuri työpaikan henkilöstölle. Tästä syystä asiakaslähtöinen ja analyttinen palveluiden suunnittelu nousee tärkeään rooliin. Kommunikaatio asiakkaiden kanssa ja palautteen kerääminen asiakkailta tulee olla jatkuvaa ja reaktiivista, jotta palvelu voidaan suunnitella sopivaksi juuri tälle kohderyhmälle.

Palvelut eroavat piirteiltään fyysisistä tuotteista monilla tavoin. Palvelut usein tuotetaan samalla kuin ne kulutetaan ja asiakkaalle ei jää käteen fyysistä lopputulosta. Tästä syystä myös palveluiden laadun mittaamiseen käytetään eri työkaluja kuin fyysisten tuotteiden laadun mittaamiseen. Tämän lisäksi palveluiden laatu on aina asiakkaan subjektiivinen kokemus laadusta, tämän muodostumiseen taas vaikuttaa odotettu ja koettu laatu.

2.1 Työntekijöiden sitouttaminen palveluilla

Tutkimusten mukaan onnelliset työntekijät ovat tuottavampia työntekijöitä. Pelkkä henkilöstön vaihtuvuus kustantaa työnantajille 100 %–300 % entisen työntekijän peruspalkasta. Henkilöstön

sitouttaminen ja onnellisuus ovatkin yrityksille tärkeitä teemoja, joskin jäävät monesti analyyttisen johtamisen sekä suoritusperusteisten kannusteiden taakse. (Manning 2016.)

Työntekijöiden odotukset ovat nykypäivänä kasvaneet työnantajia kohtaan. Työntekijät haluavat, että heihin panostetaan muutenkin kuin palkan osalta. Yritystason jaetut kokemukset toimivat hyvänä sitouttajana henkilöstölle. Työntekijät haluavat myös, että heidän työympäristöönsä panostetaan tavalla, jolloin rajojen rikkominen eri henkilöstöryhmien välillä on helpompaa (Manning 2016). Aidon välittävä asenne työntajalta henkilöstöä sekä työympäristöä kohtaan tuottaa lisää arvoa työntekijöiden kokemukseen työpaikastaan.

Tutkimukset osoittavat työpaikalla työhön liittymättömän toiminnan myös kasvattavan työntekijöiden epämuodollista oppimista. Miellyttävien aktiviteettien ja palveluiden tarjoaminen työntekijöille edistää positiivisia ajattelumalleja ja madaltaa eri tiimien välistä kynnystä toimia keskenään. Työpaikan sisällä tapahtuva hauskuus jaetaan kolmeen eri kategoriaan: hauskoihin tapahtumiin, yrityksen johdon tukemaan hauskuuteen sekä työntekijöiden sosialisoitumiseen. Jokaista eri kategoriaa voidaan tutkia omina ilmiöinä. Kokonaisuutena jokaisen kategorian toimiessa työpaikalle muodostuu kuitenkin orgaanisen hauskuuden kulttuuri, jossa työntekijät kehittävät itse hauskaa sosiaalista työympäristöä yrityksen johdon tuen avulla. (Chang, Chang & Lee 2022, 871–874.) Frameryn esimerkissä Coren toiminnan voidaan katsoa toteuttavan jokaista kolmea kategoriaa. Coren toiminta on yrityksen johdon vahvasti tukemaa, Coressa henkilökunta järjestää säännöllisesti hauskoja tapahtumia koko yrityksen henkilöstölle, monet tapahtumat toteutetaan yhteistyössä yrityksen muun henkilöstön kanssa ilman johdon suoraa ohjausta.

2.2 Palveluiden erityispiirteet

Palvelun laadun määrittäminen on hankalampaa verrattuna perinteisen tuotteen laadun määrittämiseen. Missä tuotteen laatua määrittävät tuotteen tekniset seikat palvelun laatu on abstraktimpi asia. Palvelut tuotetaan samalla, kun ne kulutetaan eikä palveluista jää välttämättä fyysistä tuotetta asiakkaalle, jonka perusteella laatua voisi arvioida. (Grönroos 2015, 98.)

Ymmärtääkseen palvelun laatua on tärkeää keskittyä asiakkaan kokemukseen palvelusta. Palveluprosessin jälkeen asiakkaan kokemusta tulee verrata asiakkaan odotuksiin ennen palvelun tuottamista. Puhuttaessa palvelun laadun parantamisesta on tärkeä määrittää mitä laatu on. Palvelun

laatua ei voi kuitenkaan määritellä yrityksen sisäisesti vaan näkökulmaksi pitää valita asiakkaan kokema palvelu. Laatu onkin mitä tahansa, mitä asiakkaat kokevat sen olevan. (Grönroos 2015, 99–100.)

Palvelut tuotetaan monesti yhdessä asiakkaan kanssa ja tällöin asiakkaan ja palveluntarjoajan välille muodostuu vuorovaikutusta. Vuorovaikutus palveluntarjoajan ja asiakkaan välillä sisältää totuuden hetkiä, joiden onnistuminen vaikuttaa koettuun palvelun laatuun (Grönroos 2015, 101). Esimerkkinä totuuden hetkestä voi toimia lounaan tilaaminen ravintolasta. Asiakas on katsonut ravintolan ruokalistaa etukäteen ja päättänyt annoksensa. Tilatessa annosta tarjoilija toteaa, että kyseinen annos on lopussa eikä sitä voida myydä asiakkaalle. Esimerkissä totuudenhetki on asiakkaan näkökulmasta epäonnistunut ja vaikuttaa koettuun palvelun laatuun.

Tuotetun palvelun lopputulos on tärkeää asiakkaalle, putkimiehen onnistuneesti korjaama hana palvelee asiakasta. Yritysten ei pidä kuitenkaan tyytyä mittaamaan palvelun laatua pelkän lopputuloksen perusteella. Koska palvelut sisältävät vuorovaikutusta asiakkaan kanssa koettu laatu rakentuu monista tekijöistä. Tärkeää onkin millä tavalla prosessin lopputulos on toimitettu asiakkaalle. (Grönroos 2015, 101.) Asiakaspalvelijan ulkoasu, sosiaaliset taidot sekä käyttäytyminen ovat esimerkkejä asiakkaan palvelukokemukseen vaikuttavista tekijöistä.

Palvelun laadusta puhuttaessa voidaankin jakaa laatu kahteen osa-alueeseen, palvelun tekniseen laatuun sekä toiminnalliseen laatuun. Tekninen laatu tarkoittaa palveluprosessista saatua lopputulosta, korjattua hanaa tai syötyä lounasta. Toiminnallinen laatu pitää taas sisällään, miten palveluprosessi tapahtuu, tämän mittaaminen objektiivisesti on hankalaa sillä koetut asiat ovat aina henkilökohtaisia. (Grönroos 2015, 102.)

Palvelun laadun kokemiseen vaikuttaa myös yrityksen imago. Mikäli asiakkaan mielikuva valitusta palveluntarjoajasta on myönteinen pienet virheet ovat helpommin anteeksi annettavissa. Toistuvat virheet vaikuttavat kuitenkin mielikuvaan negatiivisesti ja voivat vaihtaa koko mielikuvan negatiiviseksi. Tällöin tapahtuvat virheet vaikuttavat koettuun palvelun laatuun suhteellisesti enemmän kuin positiivisen mielikuvan omaavalla palveluntarjoajalla. (Grönroos 2015, 102).

2.3 Palvelukokemuksen muodostuminen

Palvelut vaativat asiakkaita ollakseen olemassa. Palvelukokemuksen muodostavat yhdessä asiakaspalvelija ja asiakas (Tuulaniemi 2011, 72). Digitalisoituneessa palveluympäristössä asiakaspalvelijan voi korvata tekoälyyn perustuva ohjelmakin mutta ilman asiakasta palvelua ei tapahdu. Asiakkaan ollessa palvelun ja palvelukokemuksen tärkein rakennuspalikka on palveluntuottajien ymmärrettävä sitä todellisuutta missä heidän asiakkaansa elävät (Tuulaniemi 2011, 72).

Tuulaniemen (2011) mukaan asiakkaiden kokema arvo koostuu eri elementeistä. Näitä elementtejä ovat tarpeet, odotukset, tottumukset, tavat, arvot, muiden ihmisten mielipiteet, palvelun hinta, palvelun ominaisuudet sekä muiden vastaavien palveluiden hinta. Asiakasymmäryksen lisääminen näiden elementtien pohjalle mahdollistaa asiakaskokemuksen jäsentämisen ja myös uusien palvelukonseptien kehittämisen. (Tuulaniemi 2011, 72.)

Grönroos (2015) kirjoittaa teoksessaan palveluiden laadun mittaukseen käytettävän kahdenlaisia mittausvälineitä, attribuuttipohjaisia sekä kvalitatiivisia. Näistä attribuuttipohjaiset mittausvälineet ovat käytetympiä akateemisessa tutkimuksessa sekä yrityksissä (Grönroos 2015, 113–114). Tässä opinnäytetyössä tulemme käyttämään attributtipohjaisia työkaluja palvelukokemuksen laadun määrittämiseksi. Seuraava luku käsittelee palvelun laadun mittaamisen teoriaa johtaen opinnäytetyössä käytetyn SERVQUAL työkalun esittelyyn.

2.3.1 Palvelun ulottuvuudet

Bitner ja muut (2016) esittävät asiakkaan kokeman palvelun laadun muodostuvan palvelun teknisestä lopputuloksesta, palveluprosessista sekä fyysisestä palveluympäristöstä. Esimerkiksi ravintolassa asioidessa palvelun teknisen lopputuloksen määrittelee syöty annos, palveluprosessiin sisältyy koko asiakkaan palvelupolku ravintolassa ollessaan ja ravintolan sisustus, ulkoasu ja taustamusiikki ovat taas osa fyysistä palveluympäristöä. (Bitner ym. 2016, 77.)

Tutkimusten mukaan asiakkaat muodostavat mielipiteen palvelun laadusta perustuen useaan eri tekijään. Palvelun laatu rakentuu Parasuramanin, Zeithamlin ja Berryn tutkimuksen mukaan vii-

destä eri ulottuvuudesta, luotettavuudesta, reagoitakyvystä, vakuuttavuudesta, empatiasta ja ai-neellisista tekijöistä. Nämä tekijät ovat myös palvelun laadun mittaamisessa käytetyn SERVQUAL menetelmän taustalla. (Bitner ym. 2016, 78.)

Palvelun luotettavuudella tarkoitetaan palveluntuottajan kykyä toteuttaa palvelua luotettavasti ja tarkasti. Luotettavuuteen sisältyy vahvasti käsite tehdä asia oikein ensimmäisellä kerralla, ensimmäisen kerran kokemukset määrittelevät vahvasti asiakkaan suhtautumista palveluntuottajaan tulevaisuudessa. Tärkeää luotettavuuden kannalta on pitää asiakkaiden odotukset realistisina lupaa-matta liikoja. Palvelua tulee toteuttaa virheettömästi kerta toisensa jälkeen ja epärealistiset odotukset saattavat vaikuttaa negatiivisesti koettuun palvelun laatuun. (Kandampully, Mok & Sparks 2001, 54.)

Kandampully ja muut (2001) määrittelevät reagoitakyvykkyyden tarkoittavan palveluntuottajan kykyä tarjota palvelua oikea aikaisesti. Reagoitakykyyn sisältyy myös palveluntuottajan oikea tah-totila tarjota palvelua asiakkaalle. (Kandampully ym. 2001, 55.)

Hankkiessaan palvelua asiakkaat haluavat tuntea olonsa turvalliseksi. Vakuuttava palvelu muodos-tuu palveluntuottajan kyvystä tuottaa luottamuksen ja varmuuden tunteita asiakkaalle. Esimerkiksi henkilökunnan esittely asiakaskohtauksissa ja jaetun tiedon oikeellisuus rakentavat luottamusta palveluntuottajan ja asiakkaan välille. (Kandampully ym. 2001, 55.)

Empatia palvelun laadun ulottuvuutena tarkoittaa palveluntuottajan välittävää ja yksilöllistä palve-lua asiakkailleen. Empatiaa pidetään yhtenä tärkeimpänä tekijänä puhuttaessa palvelun laadusta, monet menestyvät yritykset ovat tunnettuja kyvystään asettua asiakkaan rooliin ja tuottaa yksilöl-listä palvelua. (Kandampully ym. 2001, 55.)

Kandampullyn ja muiden (2001) mukaan fyysiset tekijät ovat arvoltaan vähäisimpiä puhuttaessa palvelun laadusta, vaikka ne lasketaankin yhdeksi viidestä ulottuvuudesta. Fyysisistä tekijöistä pu-huttaessa tarkoitetaan fyysistä ympäristöä missä palvelu tuotetaan, henkilökunnan ulkoasua sekä käytettäviä materiaaleja. Fyysinen ympäristö tulee kuitenkin pitää hyvässä kunnossa ja ajanmukai-sena laadun varmistamiseksi. (Kandampully ym. 2001, 55.)

2.3.2 Asiakaskokemuksen kolme tasoa

Kuten aiemmin opinnäytetyössä jo esitettiin palvelun laadun määrittää asiakkaan subjektiivinen kokemus palvelusta. Tuulaniemi (2011) esittää teoksessaan tämän kokemuksen kattavan koko yrityksen tarjoaman ja palvelukokemusta suunniteltaessa tulee ottaa huomioon kaikki tilanteet, joissa asiakas kohtaa tämän tarjoaman. (Tuulaniemi 2011, 75.)

Tuulaniemi (2011) jakaa asiakaskokemuksen kolmeen tasoon, toimintaan, tunteisiin ja merkityksiin. Toiminnallinen taso tarkoittaa kykyä vastata asiakkaan tarpeeseen mahdollisimman vaivattomasti ja sujuvasti. Toiminnallinen taso luo palvelulle pohjan, jonka on oltava kunnossa selvitäkseen markkinoilla. Tunnetasolle vastataan asiakkaan henkilökohtaisiin odotuksiin ja mielikuviin ja pyritään toteuttamaan nämä virheettömästi. Merkitystaso on tasoista syvin ja pyrkii täyttämään asiat, joita asiakas haluaa oppia, oivaltaa ja saavuttaa. (Tuulaniemi 2011, 75–76.)

Vastatakseen asiakkaan tarpeisiin kaikilla kolmella tasolla, on palveluntuottajan tunnettava asiakkaansa. On oltava asiakasymmärrystä. Kaiken keskellä on oltava ihminen, jolle palvelu suunnitellaan. Epäonnistumisen riskit tulee minimoida, sillä huonon palvelukokemuksen saanutta asiakasta on vaikea voittaa takaisin. (Tuulaniemi 2011, 72–73.)

2.3.3 SERVQUAL-työkalu palvelun laadun mittarina

SERVQUAL-työkalu on asiakkaiden kokemaan palvelun laadun mittaamiseen luotu työkalu. Menetelmässä asiakkaat arvioivat palvelun laadun viittä osa-aluetta: fyysistä palveluympäristöä, luotettavuutta, reagointikyvykkyyttä, vakuuttavuutta sekä empatiaa. Näitä alkuperäisiä osa-alueita voidaan tarpeen mukaan muokata mitattavan palvelun luonnetta vastaavaksi, joitain attribuutteja voidaan lisätä ja joitain poistaa. (Grönroos 2015, 114–117.) Tässä opinnäytetyössä SERVQUAL työkalua on käytetty pohjana henkilöstölle tehdyssä kyselytutkimuksessa lisäten pääkategorioiden alle tarkentavia kysymyksiä aina kyseiseen osa-alueeseen liittyen.

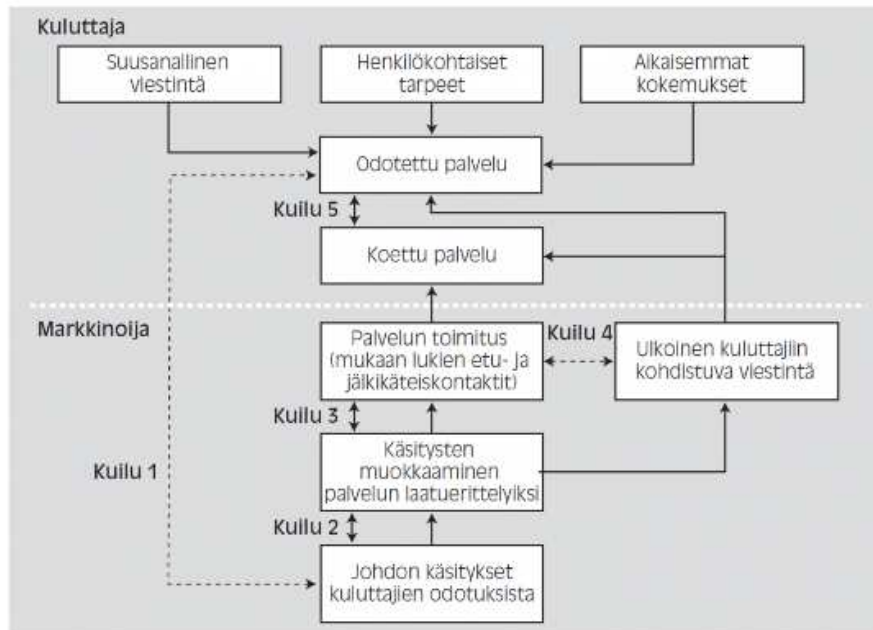
Tärkeää SERVQUAL menetelmässä on odotetun ja koetun palvelun laadun välisen eron mittaaminen. Koettu palvelun laatu perustuu aina asiakkaan odotuksiin palvelusta ja jotta päästään kuvaamaan palvelun todellinen laatu on selvitettävä pohjalle asiakkaan tai asiakasryhmän odotukset laadukkaasta palvelusta. Mikäli suoritettu palvelu ylittää asiakkaan odotukset koetaan palvelu

laadukkaana ja mikäli taas odotukset alittuvat palvelu koetaan heikkolaatuisena. (Aktarsha, Husain, Nair & Rodrigues 2013, 10.)

SERVQUAL menetelmää on kritisoitu myös osittain. Asiakkaiden odotetun palvelun ja koetun palvelun välisen eron mittaamisen menetelmällä on haastavaa. Tuloksia analysoitaessa tämä ero tulee ottaa huomioon johtopäätöksissä. Menetelmää on kritisoitu myös sen kompleksisuudesta, joskin tämä oli ajankohtaisempaa ennen vuotta 1988, kun SERVQUAL piti sisällään kymmenen arvioitavaa osa-aluetta nykyisen viiden sijaan. Työkalussa tärkeää on se, miten tutkija työkalua käyttää ja miten saatuja tuloksia analysoidaan. (Aktarsha ym. 2013, 2–7.)

2.3.4 Kuiluanalyysimalli

Kuiluanalyysimalli on kehitetty laatuongelmien lähteiden selvittämiseen ja palvelun laadun parantamiskeinojen löytämiseen. Mallissa osoitetaan kuinka palvelun laatu muodostaa ja mitkä ovat siihen vaikuttavia tekijöitä. Odotettu palvelun laatu riippuu asiakkaiden menneistä kokemuksista, omista tarpeista sekä viestinnästä. Koettu palvelun laatu taas syntyy erinäisten päätösten ja toimenpiteiden seurauksena. Palveluja johdetaan aina jollain oletuksella asiakkaiden vaatimasta tasosta ja johdolta tulevat laatuvaatimuksia koskevat määräykset määrittävät organisaation toimintaa palvelutilanteissa. Asiakkaalle laatu näkyy kahtena eri osatekijänä – toiminnallisena laatuna palveluprosessin aikana ja teknisenä laatuna palvelun lopputuloksena. (Grönroos 2015, 143.)



Kuvio 1. Palvelun laadun kuiluanalysimalli (Grönroos 2015, 144.)

Framery Coren tapauksessa esimerkiksi lounaan osalta palvelun tekninen lopputulos on tarjoiltu lounasannos ja toiminnallinen laatu taas palveluprosessin muut osa-alueet. Huomioon kaikessa analysissa on otettava, että Coren asiakkaita ovat pääsääntöisesti yrityksen omat työntekijät, jolloin perinteistä asiakas-asiakaspalvelija roolitusta ei välttämättä synny. Asiakaskunnan ollessa sama joka päivä asiakkaan odotukset palvelusta muodostuvat ja kehittyvät pidemmältä aikajaksolta kuin tavallisessa yksittäisessä kaupallisuuteen perustuvassa palvelutilanteessa.

Hankalaa palvelun laadun varmistamisesta Coren tapauksessa tekee asiakassuhteiden pituus ja palveluprosessin toistuvuus. Mikäli asiakkaan odotukset täyttyvät tai ylittyvät joka palvelukerralla on luonnollista, että asiakkaan odotukset kasvavat ajan myötä. Sitouttaakseen asiakkaat ei riitä, että palvelun taso on hyvää vaan odotukset tulisi myös ylittää. (Tuulaniemi 2011, 30–33.) Frameryn kohdalla tämä tarkoittaa toiminnan jatkuvaa kehittämistä ja päivittämistä, jotta vakiintuneelle asiakaskunnalle pystytään tarjoamaan riittävästi uutta sisältöä.

3 Tutkimuksen toteuttaminen

3.1 Kehittämistyön lähtökohdat

Frameryn hospitality palveluiden kehittäminen nousi ajankohtaiseksi teemaksi Covid-19 pandemian akuutin vaiheen väistyttyä sivuun. Yritys on pandemian aiheuttamien sulkujen jälkeen jatkanut kovaa kasvuvauhtiaan, ja tämä on näkynyt myös henkilökunnan määrässä. Enemmän henkilökuntaa yrityksen kirjoilla korreloi suoraan hospitality palveluiden ja Bistro Coren työmäärään. Kerrannaisvaikutukset ovat suuria aina annosten esivalmistelusta lähtien tiskien tiskaamiseen asti.

Koska Core on Framery Oy:n tarjoama henkilöstöetu on tärkeää, että Core palvelee koko henkilöstöä mahdollisimman tasapuolisesti ja laadukkaasti. Asiakastuntemus tässä tapauksessa nousee isoon rooliin. Asiakastuntemuksen lisäksi toimintaa täytyy johtaa ammattitaitoisesti, jotta resurssit osataan ohjata oikein ja ylimääräisiltä kustannuksilta vältytään.

Kehittämistyössä tavoitteina on löytää vastaus kysymykseen mistä palvelukokemus rakentuu Framery Coressa ja miten yrityksen henkilökunta kokee sen toteutuvan tällä hetkellä. Tärkeä osa työtä on määritellä pohjataso odotetulle palvelun tasolle, jotta toteutumaa voidaan verrata johonkin konkreettiseen. Koska palvelu koetaan aina subjektiivisesti voi toisistaan erillään olevien joukkojen määritelmä laadukkaasta palvelusta poiketa suurestikin toisistaan.

Lopputuloksena tutkimuksessa luodaan kehityssuunnitelma hospitality palveluiden tulevaisuudelle sekä päivitetty palvelupolku eri palvelutilanteista Bistro Coressa. Kehityssuunnitelma perustuu Frameryn työntekijöiltä kerättyyn tutkimusaineistoon. Kehityssuunnitelmaa voidaan hyödyntää Frameryllä jatkossa toiminnan laadun varmistamiseksi ja toiminnan jatkuvuuden takaamiseksi.

3.2 Kehittämistyön menetelmä

Tutkimuksen ydin opinnäytetyössä on selvittää Frameryn henkilöstön odotukset hyvästä palvelusta ja miten nämä odotukset toteutuvat Framery Coressa tällä hetkellä. Palvelun laadun mittaamisessa attribuuttipohjaiset työkalut ovat kvantitatiivisia menetelmiä käytetympiä. Tutkimuksessa

selvitetään asiakkaiden odotukset ja kokemukset palvelun tasosta sekä tarjotaan mahdollisuus syventää omia näkemyksiään vapaamuotoisilla vastauksilla.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetyin tiedonkeruumenetelmä on kyselylomake. Määrällisessä tutkimuksessa ei mennä syvälle jokaisen asiakkaan henkilökohtaisiin näkemyksiin vaan pyritään luomaan yleistyksiä perustuen teorioihin ja malleihin. Opinnäytetyön tutkimuskohteen ollessa Coren asiakkaat tutkimuksen tulee keskittyä nimenomaan asiakkaiden odotuksiin ja kokemuksiin, siksi johdon näkökulma on jätetty tutkimuksen ulkopuolelle. Kvantitatiivinen tutkimus tukee tutkimuksen tulosten analysointia ja eri tekijöiden vertailua keskenään. (Kananen 2011, 14.)

Opinnäytetyössä käytetään kvantitatiivista tutkimusta tiedonkeruuta varten. Määrällisessä tutkimuksessa hyödynnetään SERVQUAL menetelmän teoriaa taustaksi kyselyn laatimiseen. Kyselytutkimus on kattava käsitellen palvelun viittä eri osa-aluetta pääteemoina ja syventäen näitä lisäkysymyksillä. Opinnäytetyön toimeksiantajan toiveesta perinteiseen SERVQUAL-malliin lisättiin mukaan myös kommenttikentät vapaille vastauksille. Toimeksiantajan näkemys on, että näin saadaan syväluotaavampaa tietoa kehityskohteista.

Määrällisessä tutkimuksessa tärkeää on, että kysymykset kysytään jokaiselta vastaajalta samalla tavalla. Käyttämällä luotua kyselylomaketta aineiston keräämiseen jokainen vastaaja saa lukea itse kysymykset omaan tahtiinsa. Tärkeää on, että kysymykset asetellaan niin, että ne eivät ole monitulkintaisia. Kyselylomakkeeseen vastataan ilman henkilötietoja, jolloin tutkimusaineiston anonymiteetti säilyy, näin vastaajat voivat antaa myös rehellistä palautetta ilman pelkoa, että palautetta voidaan yksilöidä juuri häneen. Tutkimuksen havaintoyksikkönä toimii kaikki Framery Coren asiakkaat eli käytännössä koko Frameryn henkilöstö. Otantamenetelmä aineistonkeruulle on taas yksinkertainen satunnaisotanta, kyselylomake jaetaan Frameryn Slack-viestintäsovelluksessa koko henkilöstölle, jota kautta he pääsevät vastaamaan siihen (Vilkka 2014, 94–99).

Määrällisen tutkimuksen keinoja hyödyntäen opinnäytetyön tyyppi on tutkimuksellista kehittämistoimintaa. Työn lopputuloksena on käytäntöön sovellettava kehittämissuunnitelma, joka pohjautuu tutkittuun tietoon.

3.3 Kyselylomakkeen rakenne

Kyselylomakkeen laatimisessa tärkeää oli, että lomake on pituudeltaan lyhyt ja siihen vastaaminen helppoa. Liian pitkä kyselylomake ei ruoki vastaajan motivaatiota ja saattaa johtaa pienempään otantaan ja näin negatiivisesti tutkimuksen reliabiliteettiin. Tutkimuksessa haluttiin kuitenkin päästä syvälle asiakkaiden odotusten ja kokemusten mittaamisessa. Kysely jaettiin selkeästi kahteen eri osaan, joissa toisessa käsiteltiin asiakkaan odotuksia palvelun viideltä eri osa-alueelta ja toisessa taas asiakkaan kokemuksia palvelun laadusta Framery Coressa. Odotukset osiossa kysymykset muotoiltiin niin, että asiakas ajattelee odotuksiansa palvelun suhteen yleisellä tasolla eikä kohdista niitä Framery Coreen. Kokemukset osiossa tarjottiin mahdollisuus syventää omia vastauksiaan sanallisella vastauksella jokaisen palvelun osa-alueen jälkeen. (Liite 1.)

Tutkimuksessa on tärkeää olla puolueeton ja välttää johdattelevia kysymyksiä. Erityisen tärkeää tämä on silloin, kun tutkijalla on suhde tutkittavaan ilmiöön. Framery Coren tapauksessa tutkija on töissä tutkimuksen kohteessa. Kysymykset tuleekin asettaa niin, että ne ovat persoonattomia ja objektiivisia. Kyselylomake pyrittiin pitämään tasapainossa jakamalla se kahteen eri osioon ja osioiden sisällä jakamalla kysymykset teemoittain. Määrällisessä tutkimuksessa yleisesti käytetään strukturoituja kysymyksiä eli kysymyksissä on annettu valmiit vastausvaihtoehdot. Vastausvaihtoehdot voidaan asettaa numeeriseen järjestykseen, jolloin niiden käsittely ja analysointi on helppoa (Kananen 2015, 74).

Kyselylomake rakennettiin SERVQUAL menetelmän pohjalta. Arvioitavia attribuutteja viidellä eri osa-alueella oli yhteensä 23. Kyselyn lopussa vastaajia pyydettiin valitsemaan itselleen kolme tärkeintä väittämää Framery Coren palvelun laadusta. Vastauksia voidaan analyysin myötä hyödyntää kehityssuunnitelmassa priorisoimaan ensimmäisiä kehitettäviä kohteita.

3.4 Aineiston analyysi

Kyselytutkimuksen aineisto analysoitiin EXCEL-taulukkolaskennalla. Vastaukset analysoitiin graafisesti kuvaajien avulla sekä ristiintaulukoinnilla, jolloin tulosten käsittely on visuaalisesti helppoa. Ristiintaulukoinnilla pystyttiin mittaamaan eri muuttujien välisiä eroja tuloksissa eli ehdollisia jakaumia. (Ristiintaulukointi 2004). Aineiston analysointi toteutettiin laatuksiluanalyysina mitaten

odotusten ja kokemusten välistä eroa. Nämä erot muodostavat numeerisen tuloksen, jonka perusteella kehityssuunnitelma voidaan luoda. Mikäli odotuksen ja toteuman välinen suhdeluku on negatiivinen, puhutaan laatuongelmasta.

Kyselylomakkeella kerätyt sanalliset vastaukset luettiin läpi ja luokiteltiin teemoittain. SERVQUAL dimensioihin liittyvät kommentit jätettiin huomiotta ja analyysiin otettiin mukaan ne aiheet, jotka asiakkaiden mielestä olivat selkeitä kehityskohteita. Viimeisen vapaan kysymyksen vastaukset analysoitiin sanapilvianalyysilla.

4 Tulokset

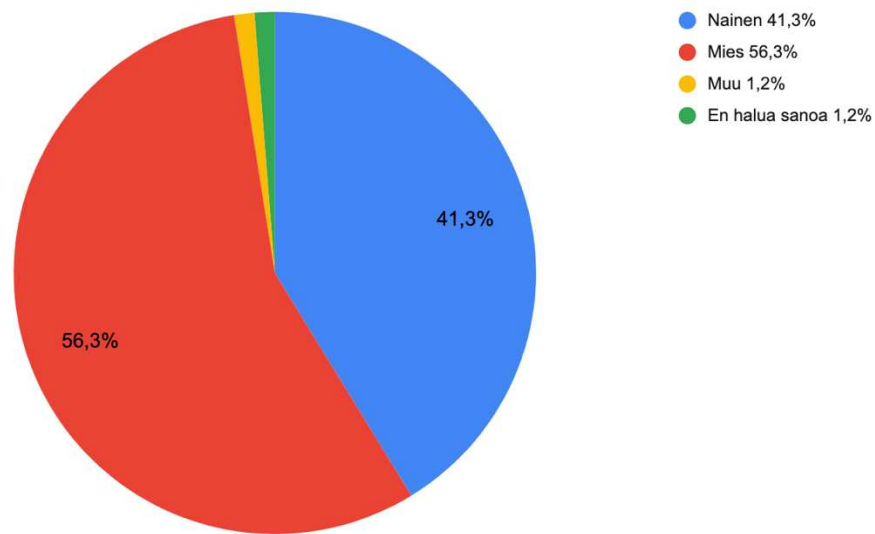
4.1 Taustatiedot ja otoskoko

Kyselylomake oli auki 2.–8.3.2023 välisen ajan. Vastaajia muistutettiin vastaamaan kyselyyn muutamia kertoja. Vastauksia kyselyyn saatiin tasaisesti koko kyselyn aukioloajan. Kyselyyn saatiin vastauksia yhteensä 80 kappaletta. Frameryn henkilöstön koon ollessa 514 henkilöä kyselyn vastausprosentiksi saadaan 15,56 % ($n/N \cdot 100$) (KvantiMOTV 2010).

Kyselyn vastaajilta kysyttiin taustatietoina heidän sukupuoltansa, ikää, asemaa yrityksessä ja aikaa yrityksen työntekijänä. Tietojen avulla tuloksista voidaan suodattaa eri henkilöstöryhmien kokemaa eroa Coren palvelussa.

Vastaajista 41,3 % oli naisia ja 56,3 % miehiä. Loput vastanneet ilmoittivat sukupuolekseen 'muu' tai 'en halua sanoa'.

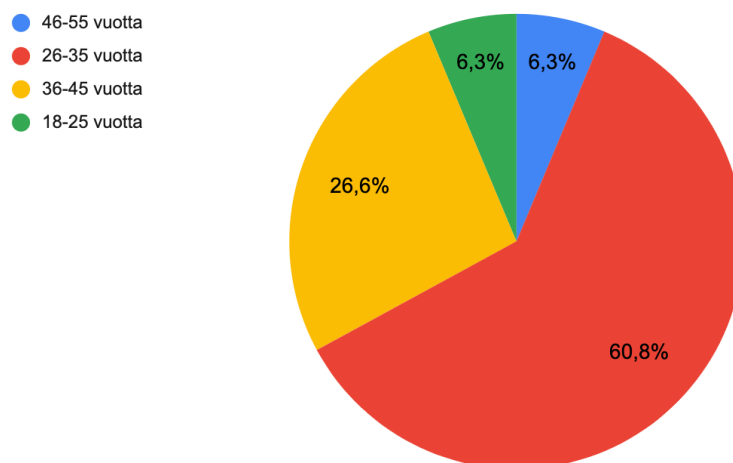
Sukupuoli n=80



Kuvio 2. Sukupuolijakauma

Aineiston ikäjakaumaa tarkasteltaessa on selvää, että 26–35-vuotiaat ovat edustetuim ryhmä 60,8 %:n osuudellaan. Kaksi suurinta ikäryhmää 26–35-vuotiaat ja 36–45-vuotiaat muodostavat yhdessä 87,4 % kyselyn vastaajista.

Ikäjakauma

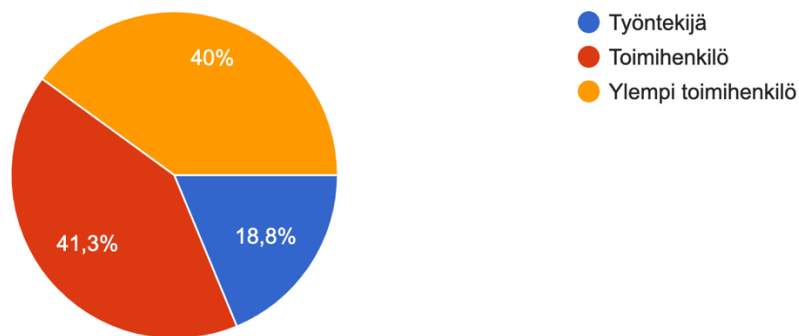


Kuvio 3. Ikäjakauma

Työntekijäryhmittäin tuloksissa esille nousee työntekijöiden pienempi edustus verrattuna toimihenkilöihin ja ylempiin toimihenkilöihin. Frameryn henkilöstöjakauman mukaan tulos noudattaa kuitenkin yrityksen työntekijämääriä henkilöstöryhmittäin työntekijöiden osuuden ollessa noin 20 % yrityksen työntekijöistä.

Työntekijäryhmä

80 vastausta



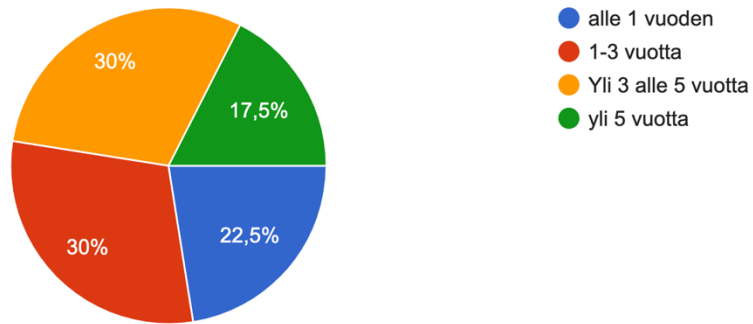
Kuvio 4. Työntekijäryhmät

Kysyttäessä työsuhteen pituutta Framerylla esille nousee yrityksen nuori ikä. Yli 5 vuotta yrityksessä työskennelleitä on vain 17,5 % vastaajista. Tämä tukee myös kyselyn ikäjakaumaa 26–35-vuotiaiden ollessa suurin ikäryhmä vastaajista. Näiden kahden tuloksen perusteella voisi sanoa,

että Frameryllä on töissä nuorehkoa henkilöstöä, jotka eivät välttämättä tee kovin pitkää uraa yrityksessä.

Kauanko olet työskennellyt Frameryllä?

80 vastausta



Kuvio 5. Työsuhteen pituus

4.2 Fyysinen palveluympäristö

Fyysisen palveluympäristön osalta mitattavia attribuutteja oli 5 kappaletta. Mitattavat attribuutit olivat seuraavat: K1 Kahvilan/Bistron sisustus on moderni ja nykyaikainen, K2 Kahvilan/Bistron yleisilme on visuaalisesti miellyttävä, K3 Kahvila/Bistro on puhdas ja siisti, K4 Kahvilan/Bistron henkilökunta on pukeutunut asiallisesti ja siististi, K5 Kahvila/Bistro on järjestelty niin, että asiakkaan on helppo asioida siellä.

Taulukko 1. Fyysinen palveluympäristö

Fyysinen palveluympäristö					
	K1	K2	K3	K4	K5
Toimihenkilö - odotukset	5,48	5,97	6,73	5,33	6,39
Työntekijä - odotukset	5,60	5,80	6,53	5,47	6,40
Ylempi toimihenkilö - odotukset	4,94	5,91	6,59	4,88	6,19
N	80	80	80	80	80
Keskiarvo - odotukset	5,29	5,91	6,64	5,18	6,31
Toimihenkilö - toteuma	6,18	6,21	6,15	6,48	5,70
Työntekijä - toteuma	6,47	6,53	6,27	6,73	6,33
Ylempi toimihenkilö - toteuma	5,94	6,06	5,63	6,41	5,34
N	80	80	80	80	80
Keskiarvo - toteuma	6,14	6,21	5,96	6,50	5,68
Laatukuilu	0,85	0,30	-0,68	1,33	-0,64

Tarkasteltaessa kyselyn tuloksia fyysisen palveluympäristön osalta muutama seikka nousee esille. Kolmella viidestä osa-alueesta Coren fyysinen palveluympäristö näyttää olevan keskiarvojen perusteella hyvällä tasolla. Positiivinen laatukuilu syntyy väittämiin K1, K2 ja erityisesti K4. Negatiivinen laatukuilu taas muodostuu väittämiin K3 ja K5. Laatukuilu molemmissa väittämissä on yli -0,6 pistettä. Huomioitavaa on, että molempien väittämien osalta asiakkaiden odotukset ovat myös korkealla tasolla väittämän K3 odotuksen ollessa 6,64 ja väittämän K5 6,31. Kyselyn tuloksen mukaan fyysisestä palveluympäristöstä asiakkailta korkeimmat odotukset liittyvät tilan puhtauteen sekä järjestelyyn niin, että siellä asioiminen on helppoa.

Taulukkoon on taustamuuttujaksi valittu henkilön työntekijäryhmä. Kyselyn tuloksilla haluttiin toimeksiantajan puolesta selvittää eri työntekijäryhmien välisiä eroja odotuksissa ja kokemuksissa palvelun laadusta. Tuloksista voidaan päätellä työntekijäryhmittäin, että mitä korkeammat odotukset ovat sitä korkeampi on myös toteutuma. Isoin väittämäkohtainen ero on K5 toteutumassa

ylempien toimihenkilöiden ja työntekijöiden välillä. Työntekijät pisteyttivät keskiarvoltaan väittämän K5 lähes yhden pisteen korkeammalle kuin ylemmät toimihenkilöt.

Avoimia vastauksia fyysiseen palveluympäristöön kertyi 25 kappaletta. Suodattamalla selkeästi attribuutteihin liittyvät vastaukset sekä ainoastaan positiiviset vastaukset pois jäljelle jäi 19 vastausta, jotka sisälsivät kehitysehdotuksen jossain muodossa. Kommenteista seitsemässä käsiteltiin jonojen muodostumista lounasaikaan ja niiden järjestelyä layoutia muuttamalla virtauksen nopeuttamiseksi. Viidessä kommentissa käsiteltiin siisteyden ylläpitämistä päivän läpi. Toiveena oli siivousvälineitä asiakkaiden käyttöön, jotta oman pöydän voisi pyyhkiä itse ruokailun päätteeksi. Siisteyden osalta huomautuksia tuli myös nykyisen astianpalautuspisteen pienuudesta. Vapaat kommentit tukevat laatukuiluissa ilmi tulleita laatuongelmia kommenttien sisällön keskittyessä juuri laatuongelmien ympärille.

4.3 Luotettavuus

Luotettavuuden osalta mitattavia attribuutteja oli kuusi. K6 kahvila/bistro palvelee asiakkaita odotusten mukaisesti heti ensimmäisellä kerralla, K7 tuotteita on saatavilla riittävästi silloin, kun asiakas niitä itse haluaa, K8 kahvila/bistro pyrkii virheettömään asiakaspalveluun, K9 palvelu on nopeaa, K10 kahvila/bistro myy laadukkaita tuotteita ja K11 kahvilan/bistron ilmoitettuihin aukioloaikoihin voi luottaa.

Taulukko 2. Luotettavuus

Luotettavuus						
	K6	K7	K8	K9	K10	K11
Toimihenkilö - odotukset	6,06	6,00	5,73	5,79	6,58	6,61
Työntekijä - odotukset	6,53	6,27	6,13	6,27	6,53	6,73
Ylempi toimihenkilö - odotukset	6,00	5,72	5,53	5,63	6,47	6,22
N	80	80	80	80	80	80
Keskiarvo - odotukset	6,13	5,94	5,73	5,81	6,53	6,48
Toimihenkilö - toteuma	6,21	5,12	6,42	5,82	6,58	6,33
Työntekijä - toteuma	6,73	5,40	6,80	6,27	6,80	6,60
Ylempi toimihenkilö - toteuma	6,28	5,06	6,50	5,50	6,53	6,09
N	80	80	80	80	80	80
Keskiarvo - toteuma	6,34	5,15	6,53	5,78	6,60	6,29
Laatukuilu	0,21	-0,79	0,80	-0,04	0,07	-0,19

Coren luotettavuudessa negatiivinen laatuakuilu syntyy selvimmin väittämässä K7. Tulos väittämässä K7 poikkeaa muista väittämistä kaikissa henkilöstöryhmissä ja laatuongelma voidaan kokonaisuudessaan katsoa merkittäväksi. Ongelman esiintyessä kaikissa henkilöstöryhmissä selvästi voidaan päätellä, että Coren asiakkaat eivät koe tuotteita olevan riittävästi tarjolla, kun he niitä itse haluavat.

Toinen esille nouseva laatuongelma esiintyy väittämässä K9 palvelun nopeudesta. Laatuongelma ei tässä väittämässä ole merkittävä mutta kategoria itsessään korreloi edellisen osion fyysisen palveluympäristön esille nousseiden ongelmien kanssa. Etenkin avoimissa kommentteissa mainitut ongelmat jonottamisen ja virtaamisnopeuden suhteen vaikuttavat suoraan myös palvelun nopeuteen. Ongelman voidaankin katsoa olevan merkittävä, vaikka pelkän laatuakuilun suuruuden perusteella näin ei välttämättä pääteltäisikään.

Kolmas laatuongelma luotettavuudessa syntyy väittämään K11. Väittämän K11 ongelman voi Coren tapauksessa nähdä kahdella eri tavalla. Toinen näkemys liittyy suoraan ilmoitettuihin aukioloaikoihin. Aukioloajat ilmoitetaan aina viikko kerrallaan ja näissä pyritään huomioimaan kaikki poikkeuspäivät ja tapahtumat. Aukioloaikoihin voi joutua tekemään muutoksia, mikäli esimerkiksi henkilökuntaa on paljon sairaslomilla. Toinen puoli aukioloaikojen ongelmista liittyy aamiais- ja lounasajan ruuan riittävyteen, mikäli ruoka loppuu lounaalla ennen ilmoitetun lounasajan päättymistä, voidaan tämä tulkita myös ilmoitetun aukioloajan paikkansa pitämättömyytenä.

Muilta osin Coren luotettavuuden voidaan katsoa olevan korkealla tasolla. Asiakkaat selvästi arvostavat Coren asiakaspalvelua ja pyrkimyksiä virheettömään palveluun. Huomionarvoista on myös korkeiden odotusten täytyminen laadukkaiden tuotteiden suhteen. Yksittäisistä työntekijäryhmistä etenkin työntekijät-ryhmä pitää Coren tuotteita laadukkaina tuloksella 6,8 mikä on jo huomattavan hyvä arvo.

Vapaita kommentteja Coren luotettavuuteen liittyen kertyi 24 kappaletta. Suodattamisen jälkeen jäljelle jäi 18 vastausta, jotka sisälsivät kehitysehdotuksia. Näistä 18 vastauksesta 13 sisältö liittyy suoraan ruuan riittävyteen. Kommenteista nousi esille ongelmia sekä lounas- että aamiaistarjoilun puutteista. Monet kommentoijista kokivat, että ellei lounasjonoon tule heti kello 11 lounasajan alussa ei voi olla varma riittääkö ruokaa syötäväksi. Myös lounasleipien ja salaattien riittävyttä

kommentoitiin negatiivisesti. Osassa ruuan riittävyyteen liittyvistä kommentteista nostettiin esille viestinnän epäselvyys ruokailuajoista ja päivän tarjonnasta. Selvää on, että aihe kaipaa kehittämistä ja selkeämpää viestintää asiakkaille. Muita kommentteista esille nousseita kehityskohteita olivat ruuan kotimaisuusasteen kasvattaminen, satunnaisten lounasbuffetien palvelukonseptin uudelleenmuotoilu sekä tarjottavien hedelmien tuoreuden varmistaminen päivittäin.

4.4 Vuorovaikutus

Vuorovaikutus-osiossa mitattiin Coren henkilökunnan osaamista reagoida erilaisissa asiakaspalvelutilanteissa. Mitattavia attribuutteja oli 4, K12 henkilökunta ehtii aina vastaamaan asiakkaiden pyyntöihin, K13 ongelmatilanteessa henkilökunta osoittaa aitoa mielenkiintoa tilanteen ratkaisemiseksi, K14 henkilökunta pystyy käsittelemään palautteet välittömästi ja suoraan asiakkaan kanssa, K15 henkilökunta palvelee asiakasta ystävällisesti.

Taulukko 3. Vuorovaikutus

Vuorovaikutus				
	K12	K13	K14	K15
Toimihenkilö - odotukset	5,55	6,21	5,70	6,73
Työntekijä - odotukset	5,47	6,53	6,20	6,93
Ylempi toimihenkilö - odotukset	5,28	6,19	5,13	6,50
N	80	80	80	80
Keskiarvo - odotukset	5,43	6,26	5,56	6,68
Toimihenkilö - toteuma	6,09	6,64	6,30	6,88
Työntekijä - toteuma	6,13	6,93	6,53	7,00
Ylempi toimihenkilö - toteuma	6,38	6,69	6,38	6,84
N	80	80	80	80
Keskiarvo - toteuma	6,21	6,71	6,38	6,89
Laatukuilu	0,79	0,45	0,81	0,21

Vuorovaikutuksen osalta Coren tulokset tutkimuksessa näyttävät erinomaisilta. Laatukuilu on jokaisen attribuutin kohdalla positiivinen ja tulokset edustavat itsessään myös korkeaa tasoa jokaisen ylittäessä 6 pisteen rajan. Tarkasteltaessa tuloksia henkilöstöryhmien mukaan havainnot pysyvät samana, laatukuilu on positiivinen jokaisen attribuutin kohdalla myös henkilöstöryhmäkohtaisessa vertailussa.

Erityisen huomion voi nostaa esille väittämästä K15 henkilökunta palvelee asiakasta ystävällisesti. Asiakkaiden odotukset attribuutille ovat korkeat 6,68 keskiarvolla mutta laatukuilu säilyy silti positiivisena. Työntekijöiden kohdalla toteuman arvosanana on 7,00 eli jokainen vastaaja on antanut täydet pisteet attribuutille. Coren palveluympäristön ollessa ei-kaupallinen ja asiakkaat ainoastaan yrityksen omia työntekijöitä attribuutin arvo nousee korkealle. Coren palvelun ytimessä on henkilökunnan työpäivän piristäminen ja parantaminen. Ystävällinen palvelu on perusedellytys hyvän hengen luomiseksi yrityksen sisällä. Täysin kaupallisessa ravintolatoiminnassa missä asiakkaat vaihtuvat päivittäin saman tuloksen saavuttaminen voi olla haastavampaa.

Vuorovaikutus osio keräsi 13 kappaletta vapaita kommentteja. Kommenttien vähäisyys heijastelee myös kategoriasta saatuja hyviä tuloksia laatukuiluihin liittyen. Kehitysehdotuksia on vähemmän, mikäli odotukset palvelun laadusta täyttyvät monilla jo valmiiksi. Vastausten suodattamisen jälkeen varsinaisia kehitysehdotuksia sisältäviä kommentteja jäi kaksi kappaletta. Molemmat kommentteista liittyivät erityisruokavalioiden huomioimiseen. Toisessa kommentissa nostettiin esille kasvisvaihtoehtojen parempi esille tuominen viikon ruokalistassa niin, että kasvisvaihtoehtojen proteiininlähteet ilmoitettaisiin aina viikon ruokalistan yhteydessä.

4.5 Vakuuttavuus

Kyselytutkimuksen vakuuttavuus -osiossa mitattiin Coren henkilökunnan toimintaa ammattimaisesta näkökulmasta. Vakuuttavuuden kannalta tärkeää on saada asiakkaalle turvallinen olo ravintolassa asioidessaan. Mitattavia attribuutteja oli 4, K16 henkilökunta osaa vastata asiakkaiden kysymyksiin, K17 henkilökunnan käytös luo asiakkaissa luottamusta, K18 henkilökunta saa asiakkaan viihtymään ja K19 henkilökunta käyttäytyy jatkuvasti kohteliaasti ja avuliaasti asiakasta kohtaan.

Taulukko 4. Vakuuttavuus

Vakuuttavuus				
	K16	K17	K18	K19
Toimihenkilö - odotukset	6,00	6,15	6,03	6,15
Työntekijä - odotukset	6,33	6,73	6,20	6,53
Ylempi toimihenkilö - odotukset	5,44	6,06	5,81	5,97
N	80	80	80	80
Keskiarvo - odotukset	5,84	6,23	5,98	6,15
Toimihenkilö - toteuma	6,61	6,70	6,82	6,73
Työntekijä - toteuma	6,73	6,73	6,87	6,80
Ylempi toimihenkilö - toteuma	6,53	6,72	6,81	6,88
N	80	80	80	80
Keskiarvo - toteuma	6,60	6,71	6,83	6,80
Laatukuilu	0,76	0,49	0,85	0,65

Vakuuttavuuden osalta tutkimuksen tulokset näyttävät rohkaisevilta. Laatuongelmia ei synny yhdenkään väittämän kohdalla. Huomionarvoista on, että jokaisen väittämän tulokset toteuman osalta ylittävät jälleen yli 6 pisteen rajan.

Laatuongelmia ei synny myöskään minkään työntekijäryhmän kohdalla. Väittämässä K17 henkilökunnan käytös luo asiakkaisissa luottamusta työntekijöiden odotukset ja toteuma ovat täsmälleen samat. Tässä odotusten taso on korkea mutta Coren henkilökunta on toiminnallaan pystynyt vastaamaan näihin odotuksiin.

Tulokset väittämissä K18 ja K19 ovat loistavalla tasolla. Näiden väittämien tulokset sopivat jälleen hyvin yhteen Coren toiminnan luonteen kanssa ravintolan palvelun yrityksen omia työntekijöitä. Voidaan tulkita, että Coren henkilökunta näiden perusteella toteuttaa jälleen tehtävänsä työntekijöiden piristämiseksi ja jokaisen työpäivän parantamiseksi.

Vapaita kommentteja Coren vakuuttavuuteen liittyen kertyi 8. Tulosten suodattamisella ei tässä osiossa saatu mainittavaa hyötyä toiminnan kehittämisen kannalta, sillä kaikki kommentit olivat linjastaan positiivisia. Coren henkilökuntaa keuhuttiin ”hyviksi tyypeiksi” kolmessa kommentissa ja henkilökunnan ammattitaitoa keuhuttiin neljässä kommentissa. Kommenttien perusteella voikin vetää johtopäätöksen, että Coren työntekijät luovat aidosti ympärilleen hyvää tunnelmaa ja saavat henkilökunnan viihtymään päivittäin työpaikalla.

4.6 Empatia

Empatian mittaamisessa korostuu henkilökunnan kyky ymmärtää asiakasta ja asettua asiakkaan asemaan. Mitattavia attribuutteja oli 4, K20 kahvilan/bistron aukioloajat ovat asiakkaan tarpeisiin sopivia, K21 kahvilassa/bistrossa asiakkaan tarpeet ovat etusijalla, K22 asiakkaita palvellaan yksilöinä, K23 kaiken kaikkiaan kahvilasta/bistrosta saa hyvää palvelua.

Taulukko 5. Empatia

Empatia				
	K20	K21	K22	K23
Toimihenkilö - odotukset	6,24	6,03	5,67	6,52
Työntekijä - odotukset	6,27	6,47	5,87	6,87
Ylempi toimihenkilö - odotukset	5,97	5,75	5,13	6,41
N	80	80	80	80
Keskiarvo - odotukset	6,14	6,00	5,49	6,54
Toimihenkilö - toteuma	6,42	6,45	6,36	6,76
Työntekijä - toteuma	6,60	6,80	6,27	6,87
Ylempi toimihenkilö - toteuma	6,06	6,00	6,28	6,66
N	80	80	80	80
Keskiarvo - toteuma	6,31	6,34	6,31	6,74
Laatukuilu	0,18	0,34	0,83	0,20

Empatian tulokset ovat pitkälti linjassa tutkimuksen muidenkin suoraan Coren henkilökunnan toimintaan liittyvien attribuuttien kanssa. Asiakkaiden odotusten suhteen väittämä K22 poikkeaa matalammalla keskiarvolla muista väittämistä. Tutkimuksen mukaan asiakkaan odotukset yksilölliselle palvelulle ovat muita attribuutteja matalammalla. Väittämän K23 korkea pistemäärä odotusten suhteen korreloikin niin, että asiakkaiden mielestä hyvä palvelun ei välttämättä tarvitse olla yksilöllistä. Coren tapauksessa positiivinen laatukuilu väittämässä K22 on kuitenkin melko iso.

Väittämän K23 laatukuilu ei taas ole suhteessa yhtä iso kuin väittämässä K22, joten tulevaisuudessa yksilöllistä palvelua voisikin jättää vähemmälle huomiolle ja keskittyä enemmän kehitystä vaativiin kohteisiin, mikäli tarvetta priorisoinnille ilmenee.

Vapaita kommentteja empatiaan liittyen kertyi 10. Suodattamalla kommentteista vain kehitysehdotukset saatiin tulokseksi 3 kommenttia. Yksi kommentteista liittyi aukioloaikoihin, toiveena oli, että aamiainen olisi nykyistä pidempään tarjolla ja työpäivän ensimmäisellä tauolla pääsisi syömään vielä aamiaisen. Muut kaksi kommenttia liittyivät kasvisruokailijoiden huomioimiseen niin, että joka päivä olisi myös kasvisvaihtoehto tarjolla.

Empatia osion tulosten perusteella voidaan sanoa, että ammattimaisen osaamisen lisäksi Coren henkilökunnalla on myös empatiataidot työssä hallussaan. Tutkimuksen mukaan Coren työntekijät ovat palvelualttiita ja haluavat luoda asiakkaalle parhaan mahdollisen lopputuloksen palveluprosesseissa. Toiminnan jatkuvuuden kannalta onkin tärkeää löytää myös jatkossa työntekijöiksi henkilöitä, jotka omaavat saman ammattiympäryksen ja taidot asiakaspalvelijoina.

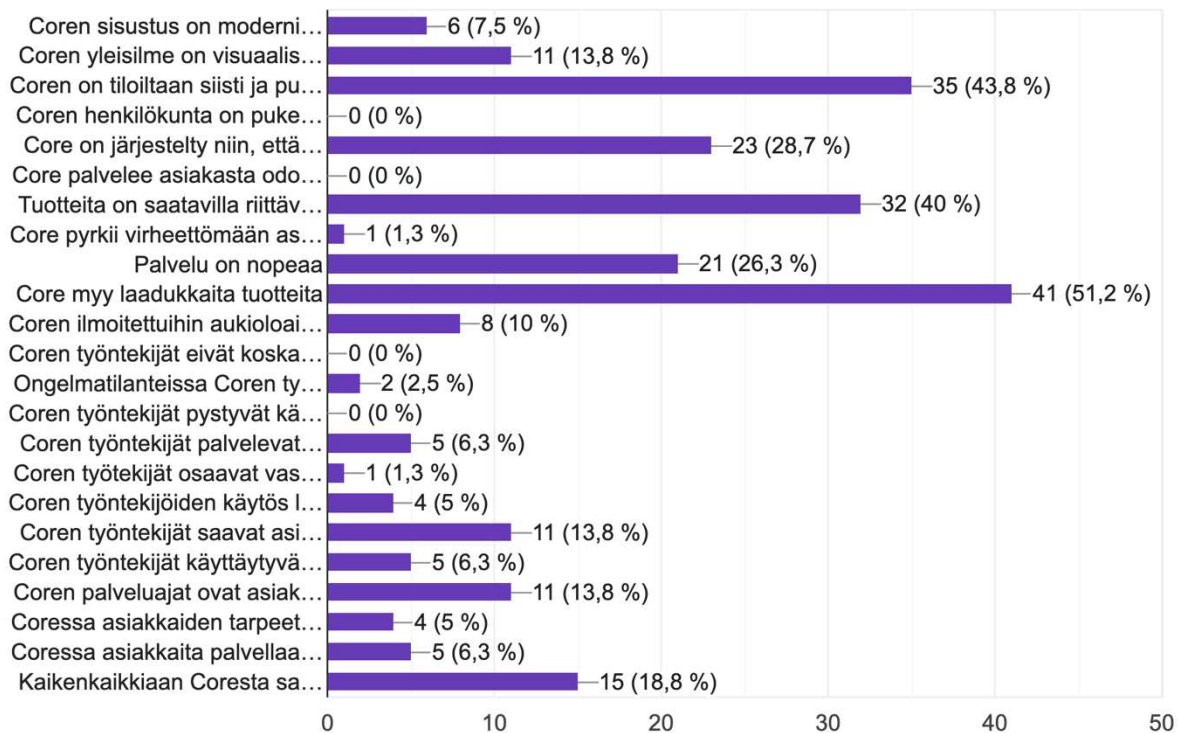
4.7 Tärkeimmät kehittämiskohteet ja vapaa sana

Kyselyn lopussa toimeksiantajan toiveesta tarjottiin asiakkailla vielä mahdollisuus antaa vapaasti palautetta Coren toiminnasta. Kokonaisuudessaan kommentteja kertyi 28 kappaletta. Kaikki avoimet vastaukset yhdistettiin sanapilvianalyysiin. Toistuvimmat sanat analyysissä ovat: Core, kiitos, olisi, voisi. Kehittämiseen liittyviä usein toistuvia sanoja sanapilvessä ovat: voisi, toivoisin, koko ja lisää. Kyselytutkimuksessakin esille nousseet positiiviset laatukuilut korostuvat kahden useimmin toistuneen sanan ollessa kiitos ja Core.

Kyselyn lopussa vastaajilta kysyttiin myös heille kolmea tärkeintä asiaa Coren palvelukokemuksen kehittämisen kannalta. Valittavat kategoriat kysymyksessä olivat samat kuin aiemmin kyselyssä arvioitavat attribuutit. Tulokset kysymykseen olivat seuraavat:

Valitse 3 itsellesi tärkeintä asiaa Coren palvelukokemuksen kehittämisen kannalta

80 vastausta



Kuvio 7. 3 tärkeintä asiaa palvelukokemuksen kehittämisen kannalta

Tärkeimmäksi asiaksi taulukosta nousee ”Core myy laadukkaita tuotteita”, toiseksi tärkein on ”Core on tiloiltaan siisti ja puhdas” ja kolmanneksi tärkein ”tuotteita on saatavilla riittävästi silloin, kun asiakas niitä itse haluaa”. Vertaamalla kolmea tärkeimmäksi nousutta attribuuttia kyselyn aiemmassa osiossa selville saatuihin laatuongelmiin voidaan tehdä prioriteettijärjestys, miten laatuongelmia lähdetään ratkomaan.

Attribuutti K10, Core myy laadukkaita tuotteita, sai laatuksiluanalysissa tulokseksi 0,07. Voidaan siis katsoa, että koettu laatu ylittää odotukset jo tällä hetkellä eikä varsinaisia laatuongelmia

esiinny. Korkea taso on edelleen tärkeä säilyttää, sillä väittämä on arvotettu kyselyssä korkeimmalle, mutta kehityssuunnitelmassa sitä ei kannata arvottaa korkeimmalle.

Attribuutin K3, Core on tiloiltaan siisti ja puhdas, laatukuiluanalyysin tulos on -0,68. Jo pelkän laatukuiluanalyysin kautta nähdään, että kyseessä on selvä laatuongelma. Asiakkaiden arvottaessa attribuutin korkealle myös tärkeimpien kehityskohteiden listalla, voidaankin tämä attribuutti nostaa kehityssuunnitelman prioriteeteissa korkealle.

Kolmanneksi tärkeimmäksi kehityskohteeksi vastauksissa on K7, tuotteita on saatavilla riittävästi silloin, kun asiakas niitä itse haluaa. Laatukuiluanalyysissa attribuutin laatukuilu on -0,78 eli jälleen voidaan puhua selvästä laatuongelmasta. Huomioitavaa on, että attribuutin K7 laatukuilu on -0,1 yksikköä isompi kuin attribuutin K3. Kysyttäessä tärkeimpiä kehityskohteita K7 ja K3 välinen ero on vain 3,8 %, joten nämä kaksi attribuuttia voidaankin arvottaa lähes samaan järjestykseen kehityssuunnitelman prioriteeteissa muodostaen kehityssuunnitelman ytimen.

5 Pohdinta

5.1 Johtopäätökset ja kehittämissuunnitelma

Opinnäytetyössä lähdettiin selvittämään Frameryn hospitality palveluiden palvelukokemusta asiakkaan näkökulmasta. Tutkimuskysymyksenä oli miten Frameryn Coren asiakkaat kokevat palvelun laadun toteutuvan tällä hetkellä, ja mitkä ovat kriittiset pisteet, jotka huomioimalla palvelua voidaan parantaa niin, että palvelukokemus muuttuu positiivisemmaksi.

Kokonaisuudessaan Coren palvelun laadun voidaan todeta nykyisellään olevan jo hyvällä tasolla. Tutkimuksen 23 mitattavasta attribuutista laatuongelma ilmeni 5 väittämässä. Tutkimuksen tuloksista käy selväksi, että Coren henkilökunnan empatia, vuorovaikutus ja vakuuttavuus ovat hyvällä tasolla ja asiakkaat arvostavat näitä suuresti. Näiden kolmen osa-alueen kaikki attribuutit ylittivät laatukuiluanalyysissa asiakkaiden odotukset. Tulosta voidaan pitää poikkeuksellisen hyvänä. Täysin kaupallisessa kahvila tai ravintolaympäristössä ei samaan tulokseen välttämättä päästä koskaan. Coren tapauksessa on huomioitavaa, että asiakassuhteet rakentuvat pitkäaikaisen kanssakäymisen kautta ja sekä Coren henkilökunta, että asiakkaat oppivat tuntemaan toisensa ja näin hakemaan oikeat toimintamallit palvelun laadun varmistamiseksi.

Ongelmat Coren palvelussa eivät siis liity Coren henkilökunnan käytökseen asiakkaita kohtaan vaan bistron käytännön toimintoihin. Laatuongelmat laatukuilun arvon mukaisessa suuruusjärjestyksessä suurimmasta pienimpään olivat väittämät K7, K3, K5, K11 ja K9. Lähdetessä kehittämään Coren toimintaa käytännössä kehitystyö on hyvä aloittaa kyseissä järjestyksessä. Väittämissä K11 ja K9 laatukuilun arvo ei ole huomattavan iso, joten näiden kehittämistä voidaan miettiä, kun selvemmat ongelmat on ratkaistu

5.1.1 Tuotteiden saatavuuden varmistaminen

Väittäjä K7 sisältää väitteen ”tuotteita on saatavilla riittävästi silloin, kun asiakas niitä itse haluaa”. Vapaista vastauksista nousi esille erityisesti se, että lounasaikaan ruoka on loppunut kesken, eikä sitä ole ollut loppu lounasajasta enää saatavilla. Coren henkilökunnan kertomuksen mukaan todellisuudessa ruoka on loppunut vain harvoin kesken. Jossain kohdassa prosessissa tapahtuu siis väärinkäsitys henkilökunnan ja asiakkaan välillä. Tilannetta auttaisi tilaston ylläpitäminen Coren henkilökunnan toimesta ruokien menekistä päivittäin. Tilastoimalla jokaisen päivän lounasannoksen, esivalmistellun annosmäärän, menekin ja ruoan riittävyyden saadaan toiminnan varmistamiseksi tärkeää dataa, minkä avulla taas voi suunnitella tulevia lounaita tarkemmin. Samaa tilastoa voi hyödyntää myös asiakkaiden suuntaan viestimällä esimerkiksi kerran kuukaudessa lounasruokien menekin ja ruoan riittävyyden. Mikäli ruoka ei todellisuudessa lopu kesken asiakkaiden on tärkeä huomata tämä viestinnän kautta.

Tuotteiden saatavuuden varmistaminen vaikuttaa palveluprosessiin sekä palvelun tekniseen lopputulokseen. Ilman saatua ruoka-annosta ei päästä tekniseen lopputulokseen asti. Tuulaniemen (2011) asiakaskokemuksen tasoista saatavuuden varmistaminen liittyy etenkin tunnetasoon missä palvelun laadun on vastattava asiakkaiden luomia mielikuvia. Väärien mielikuvien oikaisua on tehtävä, jotta tunnetason tarpeet voivat täytyä jatkossa. (Tuulaniemi 2011, 75–76.)

Asiakkaiden luulo ruoan loppumisesta myös hyvä saada korjattua. Nykymallissa lounas on tarjolla kello 11–13. Coren henkilökunta aloittaa itse lounastauon noin kello 12.15 ja siirtyy ruokailemaan salin puolelle. Keittiöön ei jää tällöin henkilökuntaa valmistamaan ruokaa sillä lounasruokailijoita käy enää satunnaisia asiakkaita tähän aikaan. Satunnaisille myöhäisemmille lounastajille joku Coren keittiöhenkilökunnasta keskeyttää lounastaukonsa ja palaa keittiöön valmistamaan annoksen.

Tämä saattaa aiheuttaa asiakkaissa hämmennystä ja ristiriitaisia tunteita siitä, että Coren työntekijä joutuu keskeyttämään oman lounastaukonsa valmistaakseen ruokaa asiakkaalle. Parempi toimintamalli olisikin, että keittiössä on aina yksi työntekijä töissä koko lounasajan ja Coren henkilökunnan lounastauko olisi jaksotettu niin, että kaikki eivät ruokaile samaan aikaan. Asiakkaan kynnyksellä tilata ruokaa on pienempi, mikäli henkilökuntaa on keittiössä heti häntä vastassa. Tyhjä keittiö saattaa vaikuttaa siltä, että lounas on ohi ja ruoka on loppunut.

Mikäli lounasruoan menekkiä ja riittävyyttä seuraamalla paljastuu, että ruoka loppuu todellisuudessa kesken useammin kuin Coren henkilökunta luulee, on tilanne tietenkin korjattava. Ruoan menekkiä tilastoimalla saadaan tietenkin hyvää tietoa myös tilattavista raaka-ainemääristä. Mitä pidemmältä ajalta tilastoa on käytettävissä sitä paremmin, voidaan varautua sesonkien vaihteluihin, yksittäisiin erikoispäiviin ja loma-aikojen järjestelyihin. Alussa tilastotietoa ei kuitenkaan ole käytössä. Tällöin voitaisiinkin ajatella, että nykyisestä mallista missä ruokahävikki on pyritty minimoimaan, siirryttäisiin malliin, jossa pieni määrä hävikkiä on hyväksyttävää, mikäli sillä varmistetaan ruoan päivittäinen riittävyys. Tässä ajatuksessa hävikin hyötykäyttö nouseekin avainasemaan. Vaikka ruokaa jäisi lounasajalta yli sitä ei kannata heittää roskiin. Hävikin hyödyntäminen hyväntekeväisyyteen voisi olla hyvä vaihtoehto, millä valmistettu ruoka päätyy kuitenkin ruokailijan lautaselle.

5.1.2 Siisteyden ylläpito

Väittämässä K3 esitettiin ”Core on tiloiltaan siisti ja puhdas”. Vapaiden kommenttien perusteella väittämän laatuongelma liittyy ruokasalin pöytien siistinä pysymiseen kautta päivän. Nykyisessä mallissa Coren henkilökunta on pyyhkinnyt pöydät aamuisin puhtaaksi, ennen lounasta ja Frameryn siivooja iltapäivisin. Tämä siivousfrekvenssi ei selvästikään ole riittävä tutkimuksen perusteella. Lounasajalla ruokasali on käytännössä täynnä vähintään kaksi kertaa eli jokainen pöytä on käytössä kahdella eri seurueella yhdellä lounaalla.

Ruokasalissa tulisikin suorittaa ylläpitosiivousta selkeämmin päivän mittaan ja erityisesti lounasajaksi. Ylläpitosiivouksen toteuttamisessa voisi auttaa kirjattu siivoussuunnitelma mitä töitä tehdään mihin aikaan ja mitä kuuluu salin siivouksen juokseviin töihin. Ongelmaksi tässä mallissa muodostuu henkilökunnan resurssien riittävyys. Coressa työskentelee normaalisti 4 henkilöä,

joista kolme työskentelee keittiössä ja yksi kahvilassa. Lounasaika keittiössä on kiireistä eikä keittiöhenkilökunnan ole mahdollista siivota salia kesken lounaan. Avainasemaan nouseekin kahvila-työntekijän rooli lounaalla. Mikäli kahvilan tarjonnan riittävyyden voisi varmistaa etukäteen ennen lounasajan alkua kahvilatyöntekijällä voisi olla aikaa suorittaa siivousta salissa kesken lounaan. Tässäkin hyvänä vaihtoehtona voisi olla kirjattu työntekijän roolin kuvaus. Mitkä ovat kyseisen roolin tehtävät, mikä on niiden suorittamisjärjestys ja mitkä ovat vakioituja päivittäin tai viikoittain suoritettavia tehtäviä. Esimerkiksi kiireisimpänä lounasaikana salin siivous voisi tärkeysjärjestyksessä mennä erikoiskahvien valmistamisen edelle.

Vapaissa vastauksissa ehdotettiin myös siivousliinojen lisäämistä saliin asiakkaiden käyttöön, jotta asiakas voi itse pyyhkiä pöytänsä ruokailtuaan siinä. Tämä ratkaisu on kuitenkin hieman ongelmallinen. Kaikki asiakkaat eivät välttämättä ole samaa mieltä, että pöytien siivous kuuluu heille ja eivät näin suorittaisi työtä. Tässä mallissa siivousliinojen tulisi olla myös kertakäyttöisiä varmistaakseen niiden hygieenisyyden mikä taas ei ole ekologinen vaihtoehto. Palvelukokemuksen parantamisen kannaltakaan siivouksen vastuuttaminen asiakkaalle ei välttämättä ole hyvä ratkaisu.

Vaikka siisteyden ylläpito liittyykin selvästi palvelun fyysisiin ominaisuuksiin, joita Kandampully ja muut (2001) pitävät palvelun ulottuvuuksista vähäisimpänä merkitykseltään ei laatuongelmaa voida Coren tapauksessa sivuuttaa (Kandampully ym. 2001, 56). Tutkimuksessa esille nousseen top 3 tärkeimpien asioiden palvelukokemuksen kehittämisen kannalta fyysisiin ominaisuuksiin liittyvä Core on tiloiltaan siisti ja puhdas nouseekin toiseksi tärkeimmäksi asiaksi kehittämisen kannalta.

5.1.3 Järjestelyn muuttaminen palvelun nopeuttamiseksi

Väittämässä K5 esitettiin ”Core on järjestelty niin, että asiakkaan on helppo asioida siellä”. Vapaiden kommenttien perusteella väittämän laatuongelmat liittyvät lounasajan ruuhkaisuuteen ja tilojen pienuuteen. Kokonaisuudessaan laatuongelman ratkaiseminen väittämän suhteen voi olla haastavaa sillä tilan fyysiset rajoitukset ovat hankalasti muutettavissa ilman isoja remontteja. Väittämän laatuongelma liittyy myös väittämän K9 ”palvelu on nopeaa” ongelmaan.

Pieniä muutoksia tilan toiminnallisuuteen on silti tehtävissä nykyisissäkin tiloissa. Vapaista kommenteista nousi esille etenkin lounasajan jonot ja näiden sijoittelu. Nykyisessä mallissa lounas tarjoillaan suoraan keittiön tarjoilutiskiltä ja tiskille jonotetaan samasta suunnasta missä kahvila ja yrityksen sisäänkäynti sijaitsevat. Jonot lounasajalla voivat olla pitkiäkin ja pahimmillaan jonotus estää pääsyn kahvipisteelle ja lounasaikana saapuvien vieraiden liikkumisen sisäänkäynniltä sisäänkirjautumistableteille. Ratkaisuna voisikin kokeilla lounasjonon kääntämistä päinvastaiseen suuntaan. Nykyinen layout mahdollistaisi jonottamisen myös toimistoilta Coreen johtavalta käytävältä. Tällöin ongelmaa kahvinhakemisessa ja vieraiden liikkumisessa ei muodostuisi. Jono saattaisi olla toimiston sisäänkäynnin edessä mutta ongelma oman henkilökunnan kanssa ei olisi yhtä merkittävä kuin vieraiden liikkuvuuden kanssa. Samalla lounasjonon virtaus tulee miettiä niin, että eri toimintojen pisteet on sijoiteltu järkevästi: itsepalvelumaksupäätteen pitää olla asiakkaiden käytössä ennen lounastiskille siirtymistä, vesipisteellä lasit tulee olla asiakkaiden saatavilla lounasannoksen noudon jälkeen, leipäpöytä voidaan järjestellä kokonaan irralleen lounasjonosta, jolloin leivän ottaminen ei hidasta lounasjonoa.

Lounasjonon syntymistä ei nykyisellään voida täysin estää mutta virtausta voidaan edellä mainituilla keinoilla yrittää parantaa. Mikäli jonon syntymistä haluttaisiin estää, se vaatisi lounasajan selkeää porrastusta henkilöstöryhmittäin. Tuotannon työntekijöiden suhteen porrastusmalli voisi toimiakin mutta etenkin ylempien toimihenkilöiden kanssa tämä on hankalaa sillä työpäivän runko ja lounastauko määräytyvät sovittujen palaverien mukaan, eikä lounastauko välttämättä osu aina porrastuksen mukaan määrätyle ajalle. Lounasaikojen määrittäminen yrityksen johdon toimesta ei myöskään tue Frameryn yrityskulttuuriin kuuluvaa vapauden toteutumista.

Järjestelyjen muuttaminen palvelun nopeuttamiseksi liittyy etenkin palveluprosessin kehittämiseen. Palveluprosessin hiominen mahdollisimman sujuvaksi mahdollistaa asiakkaiden odotusten muuttamisen palvelukokemuksen suhteen (Tuulaniemi 2011, 75–76). Poistamalla palveluprosessista huonoja kokemuksia ja stressiä aiheuttavat tekijät myös organisaation hauskuuden luominen ja työntekijöiden sosiaalinen kanssakäyminen toteutuu paremmin (Chang ym. 2022 871–874).

5.2 Tutkimuksen luotettavuus ja osuvuus teoreettiseen viitekehukseen

Tutkimuksen luotettavuutta tukee kvantitatiiviseen tutkimukseen vastanneiden henkilöiden määrä. 82 vastausta edustaa hyvin Frameryn henkilöstöä. Vastauksia saatiin jokaisesta työntekijäryhmästä ja vastaukset jakaantuivat myös sukupuolien ja työsuhteen pituuden perusteella tasaisesti.

Luotettavuutta parantaa myös anonymina tehty kvantitatiivinen kyselylomake, jossa vastaukset annettiin nettilomakkeella. Vastauksia ei voida henkilöidä kehenkään tiettyyn henkilöön, jolloin myös palautteen antaminen on helppoa. Tutkimuksen kohderyhmää ei painostettu vastaamaan tutkimukseen vaan motivaatio vastaamiseen luotiin kannustamalla ja kertomalla mahdollisuudesta vaikuttaa oman työympäristön palveluihin. Ylimääräisiä aineellisia kannustimia ei tarvittu vastausten saamiseksi vaikka tätäkin vaihtoehtoa mietittiin toimeksiantajan kanssa, mikäli tarve olisi ilmennyt.

Kyselytutkimuksen suunnitteluun varattiin riittävästi aikaa. Tutkimuslomake saatiin pidettyä selkeänä ja yksitulkintaisena. Tutkimuslomake arvioitettiin opinnäytetyön ohjaajalla sekä toimeksiantajalla, jonka jälkeen toivotut muokkaukset toteutettiin ennen lomakkeen julkaisemista tutkittavalle kohderyhmälle.

Teoriapohjan rajaaminen koskemaan mitattavaa asiaa osoittautui yllättävän hankalaksi. Tutkija olisi teoriapohjassa halunnut tuoda paremmin esille suljetun palveluympäristön erityispiirteitä verrattuna kaupalliseen ympäristöön mutta lähteiden löytäminen osoittautui haastavaksi. Nyt teoreettinen viitekehys käsittelee palvelua ja palvelukokemuksen muodostumista yleisemmällä tasolla ja kovin syväälle Frameryn kaltaiseen erityistapaukseen ei päästy. Tutkimuksen tulokset tosin osuvat taas hyvin teoreettiseen viitekehukseen ja tulosten avulla pystytään muodostamaan selkeä kuva palvelukokemuksen rakentumisesta ja sen kehitystarpeista.

Tutkimustulosten analysointi kvantitatiivisessa tutkimuksessa on luotettavaa. Numeeristen arvojen mittaaminen on tarkkaa, kunhan huolehtii, että mitattavat arvot ovat toisissaan oikeassa suhteessa ja laskukaavat ovat oikeat. Vapaiden vastausten kvalitatiivinen arviointi on luotettavuudeltaan epävarmempaa, sillä sanallisessa vastauksessa on aina enemmän tilaa tulkinnalle. Siksi

sanalliset vastaukset pyrittiinkin analysoimaan mahdollisimman numeerisin perustein suodattamalla ja kategorisoimalla vastauksia teemoittain.

Tulevaisuudessa tutkimusta voidaan jatkaa seurantatutkimuksella. Paras ajankohta seurantatutkimukselle on kehityssuunnitelmassa ehdotettujen kehityskohteiden toteuttamisen jälkeen, kun asiakkaat ovat tottuneet uusiin toimintamalleihin. Jotta seurantatutkimuksesta saatava tieto on vertailukelpoista tutkimuksessa tulisi käyttää samaa kyselylomaketta kuin alkuperäisessä tutkimuksessa. Coren tapauksessa mielenkiintoinen tutkimuskohde jatkon kannalta on myös Coren palveluiden vaikutus henkilökunnan sitoutumiseen työnantajalle. Tutkimuksen tulos on yrityksen johdolle arvokasta tietoa ja auttaa johtoa harkitsemaan kuinka paljon yrityksen resursseja palveluihin tulee kohdistaa. Tästä tutkimuksesta saatu tieto voi auttaa myös ravintola-alaa luomaan uusia toimintamahdollisuuksia yritysten sisäisten palveluiden toteuttamisessa.

Lähteet

- Aktarsha, U., Hussain, A., Nair, G. & Rodrigues, L. 2013. Service Quality Measurement: Issues and Perspectives. Hampuri: Anchor Academic Publishing. Viitattu 4.3.2022. <https://janet.finna.fi/>. ProQuest Central.
- Bitner, M., Gremler, D., Wilson, A. & Zeithaml, V. 2016. Services marketing: integrating customer focus across the firm. London: McGraw-Hill Education. Viitattu 26.10.2022. <https://janet.finna.fi/>. EBSCOhost Ebooks.
- Chang, H., Chang, P., Lee, A. 2022. How workplace fun promotes informal learning among team members: a cross-level study of the relationship between workplace fun, team climate, workplace friendship, and informal learning. Julkaisussa Emerald Insight, 44, 4, 870-889. Viitattu 1.4.2023. <https://janet.finna.fi/>. Emerald eJournals Premier.
- Framery Oy. N.d. Framery Oy taloustiedot asiakastieto sivustolla. Viitattu 28.2.2023. <https://www.asiakastieto.fi/yritykset/fi/framery-oy/23527139/taloustiedot>.
- Grönroos, C. 2015. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. 5. p. Helsinki: Talentum.
- Jyväskylän ammattikorkeakoulun verkkokirjasto. N.d. Etusivu. Viitattu 23.4.2023. <https://janet.finna.fi/>
- Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas: Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kandampully, J., Mok, C., & Sparks, B. 2001. Service quality management in hospitality, tourism and leisure. New York: Haworth Hospitality Press 2001. Viitattu 3.11.2022. <https://janet.finna.fi/>. EBSCOhost Hospitality & Tourism Complete.
- KvantiMOTV. 2004. Ristiintaulukointi. Artikkelit Yhteiskuntatieteellisen tietoaarkiston menetelmäopetuksen tietovarannon sivuilla. Viitattu 23.4. 2023. <https://www.fsd.tuni.fi/metelmaopeus/ristiintaulukointi/ristiintaulukointi.html>
- KvantiMOTV. 2010. Tulosten raportointi. Artikkelit Yhteiskuntatieteellisen tietoaarkiston menetelmäopetuksen tietovarannon sivuilla. Viitattu 7.4.2023. <https://www.fsd.tuni.fi/metelmaopeus/raportointi/raportointi.html>
- Manning, A. 2016. Unloncking the power of employee happiness: what top employees seek from the workplace today. Julkaisussa Strategic HR review, 15, 4, 191–192. Viitattu 3.3.2022. <https://janet.finna.fi/>. ProQuest Central.
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum. Viitattu 11.11.2022. <https://janet.finna.fi/>. Alma Talent Pro.
- Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. 4p. Jyväskylä: PS-Kustannus. Viitattu 7.4.2023. <http://hanna.vilka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf>

Vistiaho, M. 2021. Kilpailu osaavasta työvoimasta kiristyy – mitä asialle voidaan tehdä. Artikkelit SeAMKin verkkolehdestä. Viitattu 28.2.2022.

<https://lehti.seamk.fi/muut-artikkelit/kilpailu-osaavasta-tyovoimasta-kiristyy-mita-asialle-voidaan-tehda/>.

We are serious about happiness, it's the reason we exist. 2023. Artikkelit Frameryn kotisivuilla. Viitattu 28.2.2023. <https://www.frameryacoustics.com/en/company/our-story/>

Liitteet

Liite 1. Kyselytutkimuksen vastauslomake

Palvelukokemuksen kehittäminen - Framery Core

Tervetuloa vastaamaan asiakastutkimukseen Framery Coren palvelukokemuksesta. Tutkimus on osa opinnäytetyötäni Jyväskylän ammattikorkeakouluun. Tutkimuksen tulosten avulla luodaan kehityssuunnitelma ja raamit Coren tulevaisuutta varten, jotta voimme palvella teitä vielä paremmin.

Tutkimukseen vastaaminen on täysin vapaaehtoista. Kerättyjä tietoja käsitellään luottamuksellisesti eikä niitä luovuteta kolmansille osapuolille. Kyselyyn vastaaminen tehdään anonyymisti eli vastaajan henkilöllisyys pysyy salassa.

Kyselyssä käsitellään palvelukokemusta viidellä eri osa-alueella. Kysely on kaksiosainen. Kyselyn ensimmäinen osa käsittelee omia odotuksia palvelusta yleisellä kahviloissa ja bistroissa. Kyselyn toinen osa toistaa samat teemat mutta tässä tarkoituksena miettiä palvelun toteutumista nimenomaan Coressa.

Kysely on auki 02.03-08.03.2023

Taustatiedot

Työntekijäryhmä *

- Työntekijä
- Toimihenkilö
- Ylempi toimihenkilö

Ikä *

- 18-25 vuotta
- 26-35 vuotta
- 36-45 vuotta
- 46-55 vuotta
- 56-65 vuotta
- Yli 65 vuotta

Sukupuoli *

- Nainen
- Mies
- Muu
- En halua sanoa

Kauanko olet työskennellyt Frameryllä? *

- alle 1 vuoden
- 1-3 vuotta
- Yli 3 alle 5 vuotta
- yli 5 vuotta

Kahvilan/Bistron
henkilökunta on
pukeutunut
asiallisesti ja
siististi

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Kahvila/Bistro
on järjestelty
niin, että
asiakkaiden on
helppo asioida
siellä

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Luotettavuus *

1 = ei lainkaan tärkeä

4 = neutraali

7 = erittäin tärkeä

	1	2	3	4	5	6	7
--	---	---	---	---	---	---	---

Kahvila/Bistro
palvelee
asiakasta
odotusten
mukaisesti heti
ensimmäisellä
kerralla

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Tuotteita on
saatavilla
riittävästi silloin,
kun asiakas itse
niitä haluaa

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Kahvila/Bistro
pyrkii
virheettömään
palveluun

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Palvelu on
nopeaa

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Kahvila/Bistro
myy laadukkaita
tuotteita

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Kahvilan/Bistron
ilmoitettuihin
aukioloaikoihin
voi luottaa

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Vuorovaikutus *

1 = ei lainkaan tärkeä

4 = neutraali

7 = erittäin tärkeä

Empatia *

1 = ei lainkaan tärkeä

4 = neutraali

7 = erittäin tärkeä

	1	2	3	4	5	6	7
Kahvilan/Bistron aukioloajat ovat asiakkaan tarpeisiin sopivat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kahvilassa/Bistrossa asiakkaan tarpeet ovat etusijalla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakkaita palvellaan yksilöinä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaikenkaikkiaan kahvilasta/bistrosta saa hyvää palvelua	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Osio 2 - kokemukset

Kyselyn toinen osio koskee kokemaasi palvelua Framery Coressa. Vastatessasi väittämiin keskity miettimään nimenomaan saamaasi palvelua Coressa. Kyselyn tässä osiossa on jokaisen teeman jälkeen myös kenttä vapaille kommenteille, tähän voit halutessasi antaa palautetta tai kehitysehdotuksia sanallisesti.

Arviointiasteikko kysymyksissä on 1-7

1 = täysin eri mieltä

4 = neutraali

7 = täysin samaa mieltä

Coren ilmoitettuihin aukioloaikoihin voi luottaa

Coren luotettavuus - palaute ja kehitysehdotukset

Oma vastauksesi

Vuorovaikutus Coressa *

1 = täysin eri mieltä

4 = neutraali

7 = täysin samaa mieltä

1 2 3 4 5 6 7

Coren työntekijät eivät koskaan ole liian kiireisiä vastaamaan asiakkaiden pyyntöihin

Ongelmatilanteissa Coren työntekijät osoittavat aitoa kiinnostusta sen ratkaisemiseen

Coren työntekijät pystyvät käsittelemään palautteet välittömästi ja suoraan asiakkaan kanssa

Coren työntekijät palvelevat asiakasta ystävällisesti

Coren vuorovaikutus - palaute ja kehitysehdotukset

Oma vastauksesi

Coren empatia - palaute ja kehitysehdotukset

Oma vastauksesi

Valitse 3 itsellesi tärkeintä asiaa Coren palvelukokemuksen kehittämisen kannalta *

- Coren työntekijät pystyvät käsittelemään palautteet välittömästi ja suoraan asiakkaan kanssa
- Coren työntekijät saavat asiakkaan viihtymään
- Coren ilmoitettuihin aukioloaikoihin voi luottaa
- Tuotteita on saatavilla riittävästi silloin kun asiakas haluaa
- Coren on tiloiltaan siisti ja puhdas
- Coressa asiakkaiden tarpeet ovat etusijalla
- Core on järjestelty niin, että asiakkaiden on helppo asioida siellä
- Coren työntekijät käyttäytyvät jatkuvasti kohteliaasti ja avuliaasti asiakkaita kohtaan
- Coren työntekijät eivät koskaan ole liian kiireisiä vastaamaan asiakkaiden pyyntöihin
- Coren henkilökunta on pukeutunut asiallisesti ja siististi
- Palvelu on nopeaa
- Coressa asiakkaita palvellaan yksilönä
- Coren työntekijöiden käytös luo asiakkaissa luottamusta
- Ongelmatilanteissa Coren työntekijät osoittavat aitoa kiinnostusta sen ratkaisemiseen

- Coren sisustus on moderni & nykyaikainen
- Coren palveluajat ovat asiakkaiden tarpeisiin sopivia
- Kaikenkaikkiaan Coresta saa hyvää palvelua
- Coren yleisilme on visuaalisesti miellyttävä
- Core palvelee asiakasta odotusten mukaisesti heti ensimmäisellä kerralla
- Core myy laadukkaita tuotteita
- Coren työntekijät palvelevat asiakasta ystävällisesti
- Core pyrkii virheettömään asiakaspalveluun
- Coren työntekijät osaavat vastata asiakkaiden kysymyksiin

Vapaa sana - tähän voit tehdä ehdotuksia tai muita huomioita halutessasi koskien Coren palveluita

Oma vastauksesi

Takaisin

Lähetä

Tyhjennä lomake