

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma

Heikki Harinen
Asiakastyytyväisyystutkimus asunnonhakijoille

Opinnäytetyö
Maaliskuu 2015



OPINNÄYTETYÖ
Helmikuu 2015
Liiketalouden koulutusohjelma

Karjalankatu 3
80200 JOENSUU
p.013 260 600

Tekijä
Heikki Harinen

Nimeke
Asiakastyytyväisyystutkimus asunnonhakijoille

Toimeksiantaja
OVV Asuntopalvelut Joensuu

Tiivistelmä

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää asunnonhakijoiden tyytyväisyyttä Joensuun OVV Asuntopalveluiden vuokranvälitysprosessiin ja verrata tutkimustuloksia aiemmin tehtyyn tutkimukseen. Tutkimustuloksien perusteella yritys pystyy kehittämään toimintaansa ja saa tiedon tämän hetkisestä tilanteesta. Tutkimuksessa keskityttiin rekisteröityneisiin asunnonhakijoihin. Asiakastyytyväisyystutkimus toteutettiin kvantitatiivisena internetkyselynä postittamalla kysely 940 asunnonhakijalle marraskuussa 2014. Kyselyyn vastasi 109 asunnonhakijaa.

Opinnäytetyö rakentui kolmesta eri osiosta, joita olivat teoria, tulokset sekä pohdinta. Teoriapuolella kerrottiin tutkimusongelmaan liittyvää teoriaa aiheeseen liittyvien lähteiden pohjalta. Tulospuolella esiteltiin tulokset ja pohdinnassa analysoitiin ja mietittiin kehitysideoita saatuihin tuloksiin perustaen.

Tutkimustuloksien perusteella asunnonhakijat ovat tyytyväisiä Joensuun OVV Asuntopalveluiden toimintaan vuokranvälitysprosessin eri vaiheissa, eikä palvelusta löytynyt täten selviä kehityskohteita. Osa asunnonhakijoista kaipasi asunnoista kuvia, osa oli tyytymätön välityspalkkioon sekä osa kaipasi asunnon välittäjän parempaa perehtymistä vuokrattavaan kohteeseen. Joensuun OVV Asuntopalveluiden tulee jatkossakin tutkia asiakastyytyväisyyttä, uutena näkökulmana voisi olla palvelua hyödyntävät ulkomaalaiset asiakkaat.

Kieli
suomi

Sivuja 52
Liitteet 4
Liitesivumäärä 23

Asiasanat
asiakastyytyväisyys, kvantitatiivinen tutkimus, laatu, palveluala



THESIS
February 2015
Degree Programme in Business Economics

Karjalankatu 3
80200 JOENSUU
FINLAND
Tel. 358-13-260-6800

Author(s)
Heikki Harinen

Title
Customer Satisfaction Survey among applicants to Rental Dwelling
Commissioned by
OVV Asuntopalvelut Joensuu

Abstract

The purpose of this thesis was to survey applicants' satisfaction with the rental process of Joensuu OVV Asuntopalvelut and to compare the findings to a former survey. With the help of the results, the company is able to improve their services and to find out their current stat of customer satisfaction. The survey was carried out in November 2014 as quantitative research. A web-based questionnaire was sent out to 940 applicants, of whom 109 replied.

The thesis report contains three sections; theoretical framework, results and reflection. The theoretically part was based on relevant sources of literature. The results of the customer satisfaction survey are presented in the following section. Lastly, the reflection section discusses some improvement ideas, which are based on the analysis of the results.

The results reveal that the applicants to rental housing are satisfied with the different stages of the rental process. That is why no definite improvement needs were identified. Some of the applicants wanted to have pictures of the apartments, some were not satisfied with the commission fee and some expressed their dissatisfaction with the suppliers' unfamiliarity with the rental dwelling. Joensuu OVV Asuntopalvelut should conduct customer satisfaction surveys in the future. New perspectives could be derived from foreign applicants to rental housing.

Language
Finnish

Pages 52
Appendices 4
Pages of Appendices 23

Keywords
customer satisfaction, quantitative survey, quality, service sector

Sisältö

1	Johdanto.....	5
1.1	Tausta ja tavoite.....	5
1.2	Työn rakenne.....	6
1.3	Yritysesittely.....	6
1.4	Markkinatilanne.....	7
1.5	Aiemmat opinnäytetyöt.....	9
2	Palvelujen markkinointi.....	13
2.1	Palvelu ja sen laadun määrittely.....	13
2.2	Palvelumuotoilun keskeisiä elementtejä.....	15
2.3	Palveluprosessi.....	16
2.4	OVV Asuntopalveluiden vuokranvälityksen palveluprosessi.....	16
3	Asiakastyytyväisyys.....	19
3.1	Asiakastyytyväisyyden muodostuminen ja tyytyväisyysaste.....	19
3.2	Asiakaskeskeisyys.....	22
3.3	Kuluttajajymmärrys.....	23
3.4	Asiakaspalaute.....	24
3.5	Asiakastyytyväisyyden johtaminen.....	24
4	Asiakastyytyväisyystutkimus.....	26
4.1	Asiakastyytyväisyystutkimus käsitteenä.....	26
4.2	Määrällisen Internetkyselyn toteuttaminen.....	27
4.3	Asiakastyytyväisyystutkimus OVV Asuntopalveluille.....	30
5	Tutkimustulokset.....	33
5.1	Taustatiedot.....	33
5.2	Markkinointi.....	34
5.3	Tiedot asunnoista ja asunnon näyttö.....	35
5.4	Vuokrasopimus ja jälkihoito.....	37
5.5	Tyytyväisyys asiakaspalveluun.....	38
5.6	Vapaa kommentointi.....	41
6	Pohdinta.....	43
6.1	Tuloksien yhteenveto ja vertailu aiempaan tutkimukseen.....	43
6.2	Tutkimuksen luetettavuus, objektiivisuus sekä eettisyys.....	45
6.3	Johtopäätökset ja kehitysideoita.....	46
6.4	Opinnäytetyön teko ja tutkimuksen jatko.....	48
	Lähteet.....	50

Liitteet

Liite 1. Saate asunnonhakijoille

Liite 2. Kysely asunnonhakijoille

Liite 3. Terhi Tolvasen kysely asunnonhakijoille

Liite 4. Vapaat kommentit

1 Johdanto

1.1 Tausta ja tavoite

Opinnäytetyöni päätarkoitus on selvittää OVV asuntopalveluiden Joensuun toimipisteen vuokraustoimintaa hyödyntäneiden asiakkaiden tyytyväisyyttä palveluun palveluprosessin eri vaiheissa. Suoritin Karelia ammattikorkeakouluun tradenomiopintoihin sisältyvän 100 päivän työharjoittelujakson Joensuun OVV asuntopalveluilla tammi-toukokuussa 2014, ja tämän jälkeen jäin yritykseen töihin kesä- elokuun ajaksi, jonka jälkeen olen työskennellyt yrityksessä kiireapulaisena. Toimeksianto oli ajankohtainen, sillä viimeksi vuokranhakijoiden tyytyväisyyttä palveluun oli tutkittu vuonna 2008, joten yrittäjä Satu Lukinin mielestä nyt olisi hyvä aika selvittää, kuinka tilanne on kehittynyt vuosien saatossa. Suunnittelimme yhdessä yrittäjän ja vastuuopettajan kanssa opinnäytetyön rajauksesta syyskuussa 2014, tässä yhteydessä päätettiin, että tutkimukseen osallistuvat vain rekisteröityneet asunnonhakijat ja teoriapuolella käsiteltävien asioiden rajaukset.

Tutkimus tuo ilmi kuinka asiakkaat ovat ottaneet vastaan OVV:n tarjoaman palvelun. Sen avulla saadaan esimerkiksi selville mahdolliset kehityskohteet ja tiedetään mitkä asiat tehdään jo tällä hetkellä asiakkaiden mielestä asianmukaisesti. Tekemääni tutkimusta peilataan Terhi Toivasen vuonna 2008 tekemään tutkimukseen: Opiskelijoiden vuokranvälityksen asunnonhakijoiden tyytyväisyys palveluprosessiin. Vertailun avulla saadaan suuntaviivoja, mihin suuntaan toiminta on kehittynyt vuosien saatossa. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus toteutetaan verkkopohjaisen kyselylomakkeen avulla Typala ohjelmistossa.

”Vuokrahuoneiston välityksellä tarkoitetaan toimintaa, jossa tulon tai muun taloudellisen hyödyn saamiseksi saatetaan sopijaosapuolet kosketuksiin toistensa kanssa”

1. *”asuinhuoneistonvuokrauksesta annetussa laissa määritellyn asuinhuoneiston huoneen vuokrasopimuksen aikaansaamiseksi”*
2. *”liikehuoneiston vuokrauksesta annetussa laissa määritellyn liikehuoneiston huoneenvuokrasopimuksen aikaansaamiseksi”*

(Nevala; Palo; Siren & Haulos 2010, 29.)

Välitysliikkeen toimintaa harjoittavan tulee rekisteröidä välitysliikkeensä ennen toiminnan aloittamista, jotta liike pystytään rekisteröimään, tulee sillä olla vaatimukset täyttävä vastaava hoitaja, joka toimii päätoimisesti yrityksessä. Kiinteistönvälityskokeen suorittanut tai vuokravälittäjäkokeen suorittanut henkilö voi käyttää nimikettä LVV eli laillistettu vuokranvälittäjä. (Nevala; Palo; Siren & Haulos 2010, 31–36.) Välitysliikkeen toimintaa säätelee myös Uuden Kiinteistönvälitys Keskusliiton perustamisen myötä laadittu hyvän välitystavan ohjeisto, tämä ohjeisto kertoo mitä hyvä välitystapa tarkoittaa vuokranvälityksessä. Ohjeen tarkoituksena on luoda vuokramarkkinoille yhteiset pelisäännöt. Ohje täytäntöön pantiin 7.11.2008 ja samalla se korvasi aiemmin 25.1.2002 laki- ja lausuntovaliokunnan ohjeiston hyvän välitystavan suhteen. (KVKL 2015). AHVL eli laki asuinhuoneistojen vuokrauksesta (31.3.1995/481) määrittää vuokraukseen liittyviä säännöksiä. AHVL määrittää muun muassa, sen kuinka määräaikainen vuokrasuhde voidaan purkaa, mikä on toistaiseksi voimassaolevan vuokrasuhteen irtisanomisaika ja vuokranantajan oikeuden tarkastaa asunnon kunnan vuokrasuhteen aikana. (Finlex 2015).

1.2 Työn rakenne

Tämä opinnäytetyö sisältää kolme erillistä osiota. Ensimmäisessä osiossa tuodaan ilmi palvelun laatuun, asiakastyytyväisyyteen sekä asiakastyytyväisyystutkimukseen liittyvää teoriaa. Toisessa osiossa esitellään tutkimuksen tulokset ja kolmannessa opinnäytetyön päättävässä osiossa esitellään tuloksien pohjalta laadittu yhteenveto, sekä niiden tulkinta ja omat ajatukset opinnäytetyöprosessin etenemisestä.

1.3 Yritysesittely

OVV Asuntopalvelut on toiminut asuntojen vuokrauksen parissa jo vuodesta 1994, toiminta alkoi Opiskelijoiden vuokranvälitys nimellä, mutta franchise- pohjainen ketju päätti vaihtaa nimeään hiljattain OVV asuntopalveluiksi, jotta tuotetta voidaan markkinoida paremmin kaikenikäisille ja eri elämäntilanteissa oleville potentiaalisille asiakkaille. Opiskelijoiden vuokranvälitysnimikkeen vuoksi moni luuli, että palvelu on nimenomaan personoitu vain opiskelijoille. OVV on myös viimeaikoina pyrkinyt laajentamaan toimintaansa asuntojen myynnin saralle, sillä vuokraustoiminnan kautta yritys omaa loistavat kontaktit asunnon omistajiin. Asunnonhakijalla on mahdollista hakea asuntoja joissa vuokranantaja maksaa välityspalkkion, tällöin asunnon hakijalle ei tule kuluja palvelun

käytöstä ja asuntoja, joissa välityspalkkio maksetaan itse, näistä asunnoista saa tiedon täyttämällä toimeksiannon. (OVV Asuntopalvelut 2015.)

OVV Asuntopalveluiden yhtenä keskeisimpänä periaatteena on tarjota opiskelijoille ja nuorille aikuisille asuntoja vapailta markkinoilta edullisella välityspalkkiolla. Asiakasta palvellaan henkilökohtaisesti ja tasavertaisesti. Toiminnassa pyritään hyvään palveluun koulutetun, innostuneen ja motivoituneen henkilökunnan johdolla. Myynti keskittyy vielä toistaiseksi puhtaasti osakehuoneistoihin. OVV Asuntopalvelut tarjoaa vuokraus ja myyntipalveluiden lisäksi oheispalveluina yhteistyökumppaniensa tuotteita. Vuokralainen voi solmia OVV:n kautta sähkösopimuksen Fortumin kanssa ja vakuutusopimuksen Fennian kanssa, tämän lisäksi OVV tarjoaa omia räätälöityjä palvelujaan vuokranantajille. (OVV Asuntopalvelut 2015.)

OVV Asuntopalveluiden päävetäjänä toimii yrittäjä Mika Tilli. OVV Asuntopalvelut toimii 13 paikkakunnalla: Helsinki, Hyvinkää, Joensuu, Jyväskylä, Kuopio, Lahti, Oulu, Pieksämäki, Pori, Rauma, Tampere, Turku ja Vantaa. Joensuun OVV Asuntopalveluiden yrittäjänä on toiminut vuodesta 2005 alkaen Satu Lukin. Joensuun toimipiste sijaitsee ydinkeskustassa osoitteessa Kirkkokatu 25 A ja se työllistää tällä hetkellä yrittäjän lisäksi kaksi kokoaikaista työntekijää, harjoittelijan sekä osa-aikaisen työntekijän. (OVV Asuntopalvelut 2015.)

1.4 Markkinatilanne

Joensuun seudun vuokramarkkinoiden rakenne on muuttumassa. Taloustilanteeseen peilaten Joensuussa uudisrakennetaan paljon. Uusimpana asuinalueena voi mainita keskustan välittömästä läheisyydestä löytyvän Penttilän rannan, joka on jo lähes täytetty uusilla rivi- ja kerrostaloilla. Rantakylästä sijaitsevalle Patapuronkadulle on rakennettu useita korkeita kerrostaloja. Näiden alueiden lisäksi ydinkeskustaan on rakennettu monta uutta kerrostaloa ja useampi on vielä rakenteilla. (Lukin 2014.)

Uusista kerrostaloista löytyy paljon sijoituskäyttöön sopivia asuntoja, näitä ovat pienet yksiöt ja kaksiot. Yksiöiden koko on pienentynyt alle 30 neliometriin. Yleisimmin tupa-keittiöllinen yksiö on kokoluokaltaan 28–29 neliometriä. Kaksiöiden koko liikkuu 39–45 neliömetrin tietämissä. Harkitut neliöt laskevat hintaa, ja tuovat näin ollen paremman tuoton sijoitukselle. Kehityssuunta näyttää jatkuvan samana ja tulevaisuudessa kohteet ovat

entistäkin pienempiä. Yksiön koko voi olla 20 neliömetrin luokkaa, vastaava on jo tapahtunut Etelä-Suomessa. (Lukin 2014.)

Nopea rakentaminen ja sijoitusasuntojen määrän kasvaminen markkinoilla on lisännyt asuntovolyymia merkittävästi Joensuun seudulla. Aiemmin kaupunkia vaivannut asuntopula on poistunut, tämä hyödyttää asuntojen vuokraajia, sillä asuntoja on reilusti tarjolla. Aloitetun rakennushankkeiden valmistuttua keväällä 2015, on odotettavissa entistä vuosia voimakkaampi ylitarjonta sijoitusasunnoista. (Lukin 2014.)

Vuositasolla tarkasteltaessa vuokrannousu on ollut Joensuun seudulla muiden seutujen tapaan useiden prosenttien luokkaa. Uudiskohteiden korkea vuokrataso on vaikuttanut vanhojen asuntojen vuokratason, kallistamalla myös näiden vuokria. Tilanne tulee taasoittumaan tulevaisuudessa. Vuokramarkkinoille tulevien asuntojen määrän kasvu tulee hillitsemään vuokratason nousua, mikäli asunto on hinnoiteltu liian korkeaksi tai hinta- ja laatusuhde on vääristynyt, ei asuntoa ole helppo vuokrata. Laadusta halutaan maksaa oikeaa hintaa. (Lukin 2014.)

Vuonna 2008 Suomesta löytyi 57 vuokrahuoneiden välittämiseen erikoistunutta yritystä. Vuokramarkkinoilla toimii myös monia kiinteistönvälitysliikkeitä, jotka tarjoavat vuokrauspalveluja muun toimintansa ohessa. Vuokranvälityspalvelu on entistä merkittävämpi osa alan yritysten toimintaa. (KVKL 2015.) Joensuussa vuokranvälitysmarkkinoista kilpailevat OVV:n lisäksi muun muassa Vuokramestarit sekä Huoneistokeskus. (Pohjois-Karjala 2015) Joensuun asuntokuntien lukumäärä on 37 857 (31.12.2013), näistä asuin-kunnista vuokralla asui 37,9 % (31.12.2013) (Tilastokeskus 2013)

Vuokralaisten tukipuhelimeen on tullut reilusti soittoja syksyn aikana. Vuokrat nousevat muita hintoja nopeammin. Muiden kuluttajahintojen noustessa noin prosentin verran vuoden aikana ovat vuokrat nousseet vastaavassa ajassa 3,4 prosenttia. Itse asuntojen hinnat ovat nousseet muita hintoja hitaammin. Asuntojen hinnat reagoivat Suomessa suhteessa suhdanteisiin, kun taas vuokrat nousevat vauhdilla ylöspäin. Vuokrat eivät laske vaikka taloustilanne kuvastaisi muuta, syynä tähän on muun muassa vuokrasopimuksista löytyvä indeksiehto, sekä vuokrien toimiminen peilikuvana asuntojen hinnalle. (Kainulainen, M 2014.)

1.5 Aiemmat opinnäytetyöt

Asiakastyytyväisyyden tutkiminen on suosittu opinnäytetyön aihe, sillä tyytyväiset asiakkaat ovat yrityksille elintärkeitä ja mahdollistavat yrityksen toiminnan. Theseuksesta löytyy monia asiakastyytyväisyystutkimuksia. Roope Holopainen tutki vuonna 2014 Joensuun Gigantin asiakkaiden tyytyväisyyttä Gigantin henkilökunnan myyntityöhön, sekä heidän tarjoamaansa asiakaspalveluun. Samalla Holopainen selvitti millaiseksi asiakkaat mieltävät Joensuun Gigantin imagon. Holopainen suoritti tutkimuksen määrällisenä eli kvantitatiivisena tutkimuksena. Asiakkaat täyttivät tutkimusta varten laaditun lomakkeen liikkeen sisällä. Tutkimustulokset kertoivat asiakkaiden olevan tyytyväisiä myyntityöhön sekä saatuun palveluun erityisiä heikkouksia ei noussut esiin. Yrityksen imago on vahvalla pohjalla ja se erottuu kilpailijoista. (Holopainen 2014. 27;30;44; 46.)

Camilla Hurula tutki opinnäytetyössään Liigaseura Espoon Bluesin ottelutapahtumissa vierailevien satunnaiskatsojien mielipidettä sen järjestämistä ottelutapahtumista. Hurula rajasi työstään pois kausikorttilaiset. Työn tarkoituksena oli auttaa Espoon Bluesia pääsemään noin 5000 katsojan ottelukohtaiseen keskiarvoon. Liigan yleisökatsoja-arvot ovat tipahtaneet heikon taloustilanteen johdosta. Kehittämiskohteina katsojat näkivät muun muassa lippuhinnoittelun, erätauko-ohjelmiston lisäämisen, pysäköinnin uudelleenjärjestämisen sekä mainospintojen uusimisen viihtyvyyden parantamiseksi. Katsojat olivat tyytyväisiä aktiiviseen fanikatsomotoimintaan. (Hurula 2014. Johdanto; 24; 26; 27.)

OVV Asuntopalvelut on tarjonnut valtakunnallisesti useita opinnäytetyön aiheita. Ella Haapaniemi sai opinnäytetyönsä aiheen Jyväskylän OVV Asuntopalveluilta. Haapaniemi tutki työssään vuokranantajien mielipidettä Jyväskylän OVV:n nykyisiin palveluihin. Haapaniemi toteutti tutkimuksensa Kvalitatiivisena tutkimuksena. Haapaniemi puhelin haastatteli tutkimukseen valittuja henkilöitä kyselyrunгон avulla. Kysymyksiä jouduttiin muokkaamaan hieman ensimmäisen soiton jälkeen. Apukysymyksien avulla vastaajilta saatiin laajempia vastauksia. Haastattelun neljänä pääteemana toimivat: henkilökohtainen vuokraushistoria, asiantuntijuus ja palvelun laatu, palkkio ja sillä saatavat palvelut sekä palvelun toimivuus. Tutkimustulokset ja pohdinta on salattu 5.5.2019 saakka. (Haapaniemi 2014. 6; 10; 26; Liite 1. Haastattelurunko; Liite 2; Tutkimustulokset, Liite 3; Pohdinta.)

Elina Kaakkolammi tutki opinnäytetyönään Markkinointikanavavia Tampereen OVV asuntopalveluille. Pk-yritykset eivät pysty panostamaan kaikkiin mahdollisiin markkina-kanaviin niiden runsaan määrän vuoksi. Kaakkolammi toteutti tutkimuksensa yrityksen pyynnöstä sähköisenä kyselynä. Kyselyllä tavoiteltiin OVV Asuntopalveluiden kautta 1.1.2007–31.7.2009 välisenä ajanjaksona vuokrasopimuksen solmineita henkilöitä. Pääosa vastaajista oli naisia 63 % ja vastaajajoukko oli iältään pääosin 18–25 vuotiaita 69 %. Kyselyyn vastasi 244 vuokrasopimuksen solminutta henkilöä. Vastausprosentiksi muodostui 36 %. Kaakkolammi selvitti lisäksi kyselyssään vuokralaisten tyytyväisyyttä saatun palveluun. Saatujen vastausten pohjalta asiakkaat tavoittavat parhaiten internetmainonnalla, yrityksen kannattaisi panostaa erityisesti asunnonhakupalvelu sivustoihin, välittäjien kotisivuihin sekä Googleen. Erityismaininnan sai Aamulehti. 89 % mielsi saadun palvelun erinomaiseksi tai hyväksi. (Kaakkolammi 2009. 5; 25; 26; 27; 45;46.)

Joensuun OVV Asuntopalvelut on tarjonnut vuosien saatossa usealle opiskelijalle mahdollisuuden opinnäytetyön tekemiseen muiden paikkakuntien tavoin. Anna-Sofia Saastamoinen tutki opinnäytetyössään vuonna 2006 Joensuun Opiskelijoiden Vuokranvälityksen toimipisteen palvelun laatua. Opinnäytetyölle oli kysyntää, sillä edeltävän yrittäjän toimesta oli tehty yksi kysely, mutta aineisto ei ollut enää saatavana, joten uusi yrittäjä Satu Lukin oli halukas tietämään, kuinka tarjottu palvelu otetaan vastaan, jonka myötä toimintaa voidaan kehittää entistä asiakasläheisemmäksi. Saastamoinen toteutti kvantitatiivisen tutkimuksen, jonka otos muodostui viimeisimmän vuoden aikana Opiskelijoiden Vuokranvälityksen kautta asunnon saaneista vuokralaisista, sekä vuokranantajista joiden asuntoon oli löydetty vuokralainen OVV asuntopalveluiden kautta. Teoriapuolelle Saastamoinen kirjoitti muun muassa palvelusta ja sen erityispiirteistä, laadun ulottuuksista sekä asiakastyytyväisyydestä. Kyselylomake lähti kirjeen välityksellä 263 vuokranantajalle sekä 265 vuokralaiselle. Vastaajia tuli 159 eli vastausprosentiksi muodostui 30.1 %. Kyselyn tulokset ovat toimeksiantajan toiveesta salattu. (Saastamoinen 2006. 3-4; 32–34; 39.)

Marjut Kukkonen ja Mari Rätty analysoivat vuonna 2007 opinnäytetyönään Joensuun Opiskelijoiden Vuokranvälityksen kilpailijoita. Kukkonen ja Rätty vertasivat opinnäytetyössään Opiskelijoiden vuokranvälityksen ja kilpailevien yritysten keskeisiä tunnuslukuja toisiinsa. Kukkonen ja Rätty haastattelivat kilpailijoita yrittäjän kanssa laaditun ky-

selyrungan avulla, koska kilpailevia yrityksiä oli kaupungissa suhteellisen vähän, toteutettiin haastattelut kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena puhelimitse. Kukkonen ja Rättyö kirjoittavat teoriapuolelle muun muassa markkinoinnin analysoinnista, kilpailuympäristöstä, palveluyrityksen markkinointikeinoista sekä taloudellisista luvuista. Tutkimustulokset on salattu yrittäjän toivomuksesta. (Kukkonen & Rättyö 2007. 3-4, 31.)

Anna Laitinen tutki Opinnäytetyönään vuokranantajien tyytyväisyyttä Opiskelijoiden Vuokranvälityksen palveluprosessiin vuonna 2008. Laitinen toteutti asiakastyytyväisyystutkimuksensa palveluprosessien näkökulmasta, sillä tätä ei ollut aiemmin tehty. Kysely toteutettiin kirjekyselynä. Kirje lähetettiin 857 vuokranantajalle, joista kyselyyn vastasi 158 kappaletta eli 19,2 % Opiskelijoiden Vuokranvälitys sai yleisesti tarkasteltuna hyvän arvosan palvelustaan. Laitinen keskittyi opinnäytetyönsä teoriaosiossa muun muassa kirjoittamaan palveluprosesseista, palvelusta sekä tutkimuksen suorittamisesta. (Laitinen 2008. 3-4, 26, 38.)

Terhi Toivanen tutki vuonna 2008 opinnäytetyössään Joensuun Opiskelijoiden vuokranvälityksen toimipisteen asunnonhakijoiden tyytyväisyyttä palveluprosessiin. Toivanen suoritti kyselyn Internetkyselynä hyödyntäen Webropol- ohjelmistoa. Toivanen käsitteli työssään aihetta prosessiajattelun kautta, tällä mahdollistettiin palveluprosessin onnistumisen ja epäonnistumisen hetkien selvittäminen. Opinnäytetyön tarkoituksena oli antaa kuva palveluprosessin toimivuudesta, sekä antaa keinoja toiminnan konkreettiseen kehittämiseen, samalla työn oli määrä tutustuttaa yritys Webropolin käyttöön. Toivanen käsitteli opinnäytetyön teoriapuolella palveluiden markkinointia, markkinatilannetta, prosessiajattelua sekä markkinointitutkimusta. Toivanen lähetti kyselyn 1188 vuokralaiselle ja vastaajia kertyi 397 kappaletta, eli vastausprosentiksi muodostui 33 %. Terhi Toivasen opinnäytetyötä käsitellään lisää, kun Toivasen tutkimustuloksia verrataan tämän tutkimuksen tuloksiin myöhemmässä luvussa. (Toivanen 2008. Tiivistelmä; 4-5; 19.)

Veera Leppä teki opinnäytetyökseen vuonna 2012 perehdyttämisoppaan OVV Asuntopalveluille, kyseessä oli toiminnallinen opinnäytetyö. Aihe oli ajankohtainen, sillä OVV Asuntopalveluilla ei ollut ollut aikaisemmin yhtenäistä perehdyttämisopasta. Perehdyttämisoppaan päällimmäisenä tarkoituksena on opettaa uudelle työntekijälle vuokrauksen liittyviä yleisiä toimitapoja, sekä yrityksen työtehtäviä. Oppaassa käydään läpi koko vä-

litysprosessi. Perehdyttämisopas on osin salattu toimeksiantajan pyynnöstä. Leppä kirjoittaa teoriapuolelle muun muassa vuokraukseen liittyvistä käytännöistä ja lainsäädännöstä, perehdyttämisestä sekä toiminnallisesta opinnäytetyöstä. (Leppä 2012. 5-6.)

Raisa Korhonen tutki vuonna 2014 vuokranantajien tyytyväisyyttä OVV Asuntopalveluiden Joensuun toimipisteen tuottamiin palveluihin ja saatuun asiakaspalveluun. Aihe oli ajankohtainen, sillä viimeisimmästä vastaavanlaisista tutkimuksista oli kulunut jo kuusi vuotta. Korhonen vertasi tutkimustuloksiaan Anna Laitisen ja Anna-Sofia Saastamoisen tutkimuksiin. Keskeisin tutkimuskysymys Korhosen työssä oli kuinka tyytyväisiä OVV:n asiakkaat ovat yrityksen tuottamiin palveluihin sekä saamaansa asiakaspalveluun. Tarkentavina kysymyksinä tiedusteltiin palveluprosessin ongelmakohtia ja kuinka näitä voitaisiin korjata, kuinka asiakkaat kehittäisivät yrityksen toimintaa sekä kuinka asiakkaat mieltävät tulevan markkinatilanteen. Korhonen suoritti tutkimuksen kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Kyselylomake postitettiin 1000 vuokranantajalle, joista 239 vastasi kyselyyn eli vastausprosentiksi muotoutui 23,9 % (Korhonen 2014. 7; 9; 33; 36.)

2 Palvelujen markkinointi

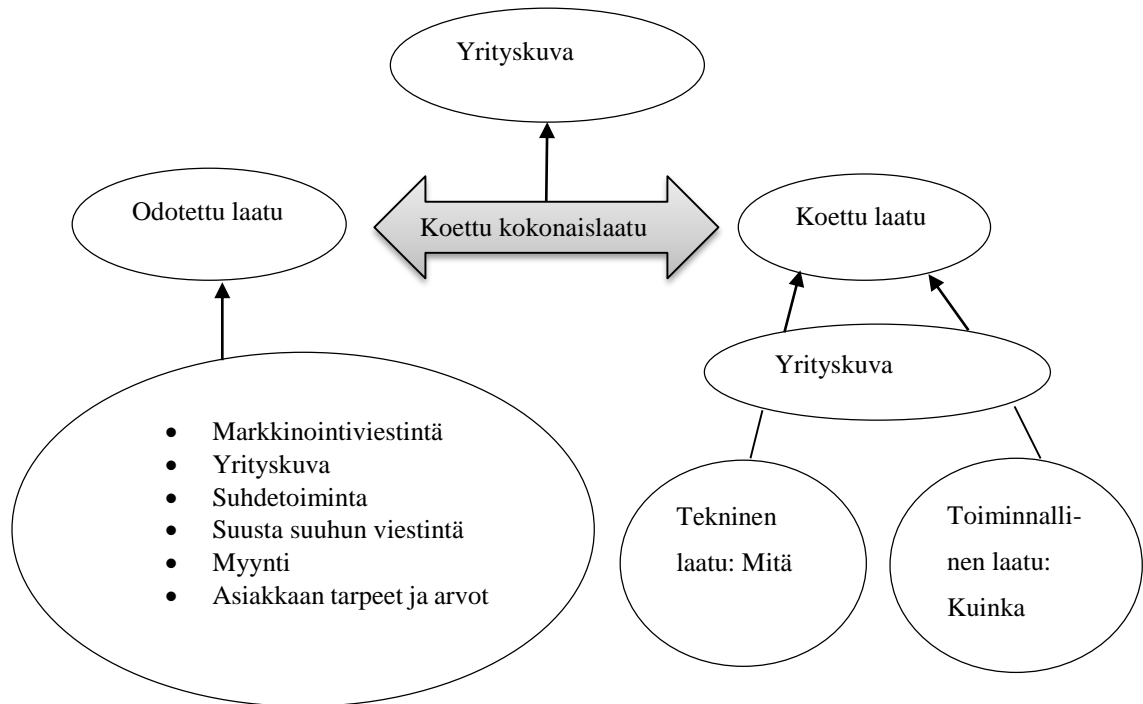
2.1 Palvelu ja sen laadun määrittely

Palvelun määrittelyyn liittyy keskeisesti seuraavat neljä ominaisuutta. Palvelu auttaa asiakasta ongelmanratkaisussa, se on prosessi, palvelun voi kokea, muttei sitä voi omistaa lisäksi palvelussa on keskeistä ihmisten välinen kanssakäyminen. Edellä mainittujen lisäksi palvelua voidaan määrittää myös seuraavin keinoin:

- Se ei lopu, vaikka se on hyödynnetty
- Sen arvo muotoutuu ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa
- Siihen linkittyy kanssakäymistä, eri ympäristöjä sekä esineitä
- Se on kanssakäymistä, teko, tapaus, suoritus tai toiminta

(Tuulaniemi 2011. 59.)

Useimmiten palvelu jaetaan sisällöllisesti ydinpalveluun sekä tuki- ja lisäpalveluihin. Ydinpalvelulla tarkoitetaan palvelun keskeisintä ominaisuutta, jonka vuoksi kuluttaja päätyy kyseiseen palveluun. Vuokranvälitysyhtiön kohdalla tämä tarkoittaa asuntojen tarjoamista ja välitystä. Tukipalvelut mahdollistavat ydinpalvelun käytettävyyden. Vuokranvälitys liikkeessä tämä tarkoittaa esimerkiksi puhelin- ja sähköpostipalvelua. Lisäpalveluiksi luetaan rahanarvoiset asiakkaalle myytävät tai annetut edut. Vuokravanvälitys yhtiössä tämä tarkoittaa esimerkiksi sähkö- ja vakuutuspalvelujen kauppaamista. Palvelupaketiksi kutsutaan edellä mainittujen palvelujen yhdistelmää. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009. 11–12.)



Kuva 1. Palvelun koettu kokonaislaatu. (Mukaiillen. Grönroos 2007. 77.)

Palvelun kokonaislaatu kattaa teknillisen ja toiminnallisen laadun lisäksi asiakkaan koke-
man palvelukokonaisuuden sekä ennako-odotukset. Odotettu laatu muodostuu markki-
nointiviestinnän, yrityskuvan, suhdetoiminnan, suusta suuhun viestinnän, myynnin sekä
asiakkaan tarpeiden ja arvojen pohjalta. Koettu laatu eli palvelun laatu muodostuu tekni-
sen- sekä toiminnallisen laadun yhdistyessä yrityskuvaan. Koettu kokonaislaatu muodos-
taa asiakkaalle uuden yrityskuvan. (Grönroos 2007. 76.) Teknisellä laadulla tarkoitetaan
yrityksen asiakkaaseen liittyviä toimia. Toiminnallinen laatu kertoo, kuinka asiakas on
saanut haluamansa palvelun. (Logistiikan Maailma 2015.)

Kovasta ja pehmeästä palvelun laadusta puhuttaessa ajatellaan palvelun kovan laadun
olevan mittareilla mitattavaa (esimerkiksi prosessi, voittoprosentti ja aika) sekä fyysisesti
kosketeltavaa. Kova laatu pystytään profiloimaan selvästi. Pehmeään laatuun liittyy kes-
keisesti sen profiloimisen vaikeus sekä pehmeät arvot. Asenteet, sitoutuneisuus sekä su-
vaitsevaisuus ovat esimerkkejä ihmisiin fokuoituvista tekijöistä, jotka luetaan pehmeäksi
laadun käsitteeseen. Kova laatu mahdollistaa erottautumisen kilpailevista toimijoista.
Pehmeä laatu on jäljittelemätöntä, sillä sen ilmentäjiä ovat yritykseen liittyvät henkilöt.
Palvelun laadun tasapainoisuus vaatii molempien tekijöiden yhdistelyä, ilman että toinen
ilmenee liikaa. Liiallinen kovan laadun tavoittelu jättää asiakkaat sivurooliin, kun taas

päinvastaisessa tilanteessa pehmeään laatuun keskittyessä tulokset voivat olla kärsijän roolissa. (Valvio 2010. 79–81.)

2.2 Palvelumuotoilun keskeisiä elementtejä

Palvelut syntyvät asiakkaiden tarpeista ja asiakkaat ovatkin palveluiden ytimessä. Paras elämän ja tekojen asiantuntija on ihminen itse. Asiakkaiden kanssa vuorovaikutuksessa olevat työntekijät ovat keskeinen osa palvelua. Palvelukokemukseen vaikuttavat sekä asiakkaat, että asiakaspalvelijat. Yrityksen ja asiakkaan välinen kanssakäyminen vaikuttaa selvästi palvelukokemukseen, tämän vuoksi on hyvä tiedostaa yhdessä ja erikseen tarkasteltaessa, kummankin osapuolen tarpeet, kannustavuustekijät, odotukset sekä tekijät, joita pidetään tärkeinä. (Tuulaniemi 2011. 71.)

Yritys omaa asiakasymmärrystä, mikäli se sisäistää asiakkaan arvonmuodostumista. Yrityksen antama arvolutaus voidaan toteuttaa käytännössä vain niille joiden arvonmuodostuminen ymmärretään. Arvon muodostumiseen johtavat seuraavat tekijät:

- tarve
- odotus
- käytännöt
- arvot
- asiakkaiden mielipiteet
- hintataso
- ominaisuudet
- kilpailevien yritysten hinta

(Tuulaniemi 2011. 71–72.)

Asiakaskokemuksen muotoutumiseen vaikuttavia tekijöitä voidaan erotella, mikäli yritys ymmärtää asiakkaita kyseisillä tasoilla. Uusien palvelukonseptien kehittämien ja palvelun personoiminen mahdollistuu asiakasymmärryksen kautta. Palvelut tulee suunnitella asiakkaille, jotka tulevat palvelua lopulta hyödyntämään, tällä pienennetään epäonnistumisen riskiä huomattavasti, sillä palvelun tulisi vastata asiakkaiden oikeita tarpeita. Palvelumuotoilussa pyritään ennakkointiin. Ennakoinnin lähtökohtana on tiedostaa asiakkaan todelliset sekä piilevät tarpeet, tämän johdosta yritys pystyy vastaamaan palautteeseen,

ennen kuin asiakas poistuu prosessista huonon palvelun vuoksi. (Tuulaniemi 2011. 71–73.)

2.3 Palveluprosessi

Palveluprosessi pitää sisällään sekä yrityksen sisäiset prosessit, että asiakkaan ja yrityksen välille syntyvät prosessit. Prosessin tarkoituksena on ilmaista kuinka palvelu syntyy ja kuinka palvelua käytetään. Työvaiheiden ja tarvittavien resurssien selvittämiseksi prosessikuvauksesta tulee tuoda ilmi kaikki toteutustavat palvelulle. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009. 15.)

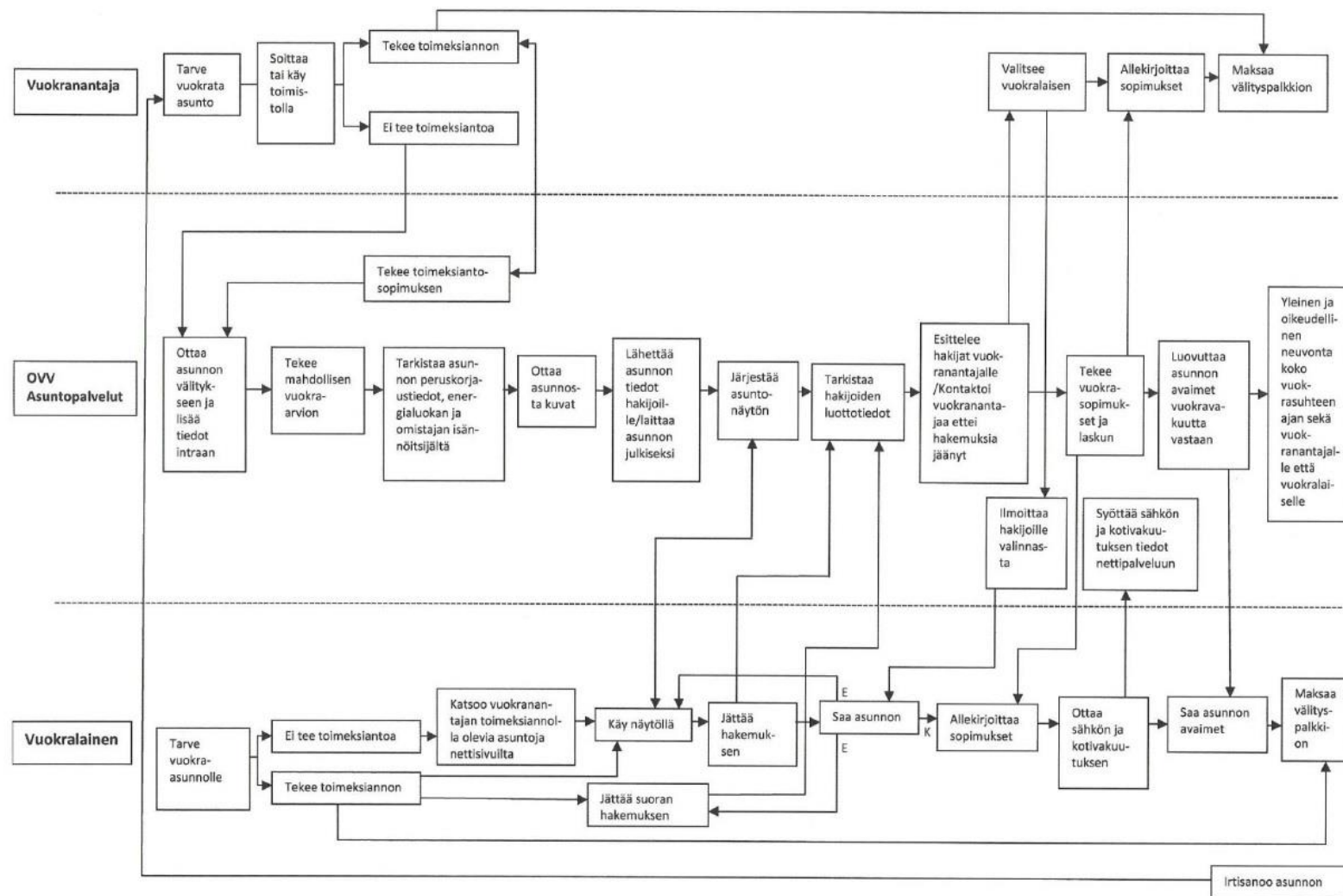
Palveluprosessin muotoutuminen vaihtelee näkökulmasta riippuen. Yritys näkee prosessin eri lailla, kuin asiakas. Asiakas kokee saamansa palvelun aikana asioita, jotka jäävät yritykseltä näkemättä tai niitä ei huomioida. Palvelun arvontuotto alkaa prosessin alusta, ja sen muotoutumiseen vaikuttavat kaikki prosessissa osallisena olevat, tämän arvoketju muotoutuu heikoimman tekijän mukaan. (Mutikainen, M. 2013.)

2.4 OVV Asuntopalveluiden vuokranvälityksen palveluprosessi

OVV asuntopalveluiden asunnonhakijan prosessi alkaa asunnon tarpeella, tämän jälkeen hakija tekee joko toimeksiannon tai jättää sen tekemättä. Toimeksiannon tehnyt hakija saa vapaista asunnoista tiedon sähköpostiinsa ja toimeksiannon hakija saa tietoa vapaista kohteista OVV:n verkkosivuilta tai muista OVV:n käyttämistä markkinointikanavista. Tämän jälkeen asunnonhakija ilmaisee mielenkiintonsa vapaana olevaa asuntoa kohtaan. OVV ilmoittaa asunnonhakijalle näyttöajan, näyttöajan saatuaan hakija joko tulee näytölle, täyttää suoranhakemuksen tai jättäytyy pois näytöltä. Näytölle tullut hakija jättää asuntohakemuksen tai jatkaa asunnonhakua. Tämän jälkeen OVV esittelee asunnonhakijat vuokranantajalle, jonka jälkeen syntynyt päätös ilmoitetaan asunnonhakijoille. (Lukin 2015.)

Asuntoon valittu hakija tulee allekirjoittamaan vuokrasopimukset toimistolle yksin tai vuokranantajan kanssa, vaihtoehtoisesti vuokrasopimukset voidaan postittaa valitulle hakijalle, mikäli tilanne tätä vaatii. Sopimuksia läpikäydessä asunnonhakija voi hyödyntää OVV:n tarjoamia lisäpalveluja ottamalla esimerkiksi sähkösopimuksen tai vakuutuksen. (Lukin 2015.)

Sopimuksia läpikäytäessä välityspalkkiolasku ohjataan joko vuokranantajalle tai vuokralaiselle. Sopimuksien teon jälkeen asunnonhakija tulee noutamaan asunnon avaimet ennalta sovittuna ajankohtana vuokravakuutta ja laajaa kotivakuutusta vastaan. Asuntoon muutettuaan asunnonhakija täyttää muuttokatselmukslomakkeen, joka palautetaan OVV:lle sovittuna ajankohtana. Hakija voi olla yhteydessä OVV:hen koko vuokrasuhteen ajan. Vuokrasuhde päättyy asukkaan tai vuokranantajan kirjalliseen irtisanomisilmoitukseen. Irtisanomisen jälkeen OVV järjestää asunnossa asuntonäyttöjä, mikäli kohde tulee OVV:n uudelleen välitettäväksi. (Lukin 2015.)



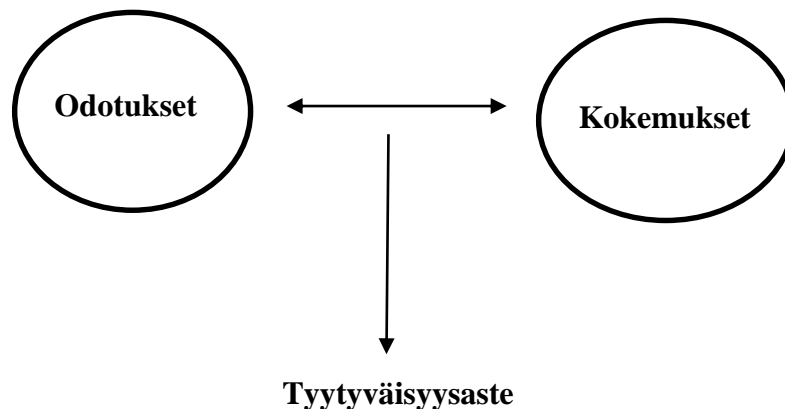
Kuvio 1. "OVV Asuntopalveluiden vuokra-asuntojen välitysprosessikaavio." (Hartikainen 2014. 20.)

3 Asiakastyytyväisyys

3.1 Asiakastyytyväisyyden muodostuminen ja tyytyväisyysaste

Asiakastyytyväisyys muodostuu kokemuksista, joita asiakkaalle on syntynyt hänen ollessaan tekemisissä yrityksen kontaktipintojen kanssa. Yrityksen ja asiakkaan välillä muotoutuneita kontaktipintoja ovat henkilöstökontaktit. Esimerkkinä henkilöstökontaktista voidaan mainita asiakaspalvelu- ja myyntihenkilöstön kohtaaminen. Tuotekontaktit, joita ovat esimerkiksi tuotteen käyttöikä ja käytettävyys. Tukijärjestelmäkontaktit, josta esimerkkinä toimii muun muassa tietokone-, sähköposti – ja maksujärjestelmät. Ympäristökontaktit, joista esimerkkinä voi mainita toimitilan ulkoasun sekä viihtyvyyden. Näihin kontakteihin pohjautuen asiakas kokee asiat suhteessa ennakko-odotuksiin joko odotuksia vastaavana tai odotuksiin nähden myönteiseen tai kielteiseen suuntaan poikkeavana. (Rope 2005, 537) Asiakastyytyväisyys on suhteellinen käsite, jonka muodostaa yksilön käsitys odotusten ja kokemusten kohtaamisesta, sillä asiakkaat odottavat palveluilta eri asioita ja he voivat myös kokea sen eri lailla. (Rope & Pöllänen 1998. 58–59.)

Asiakastyytyväisyys voidaan jakaa kahteen osaan, jotka ovat tapahtumakohtainen tyytyväisyys ja kokonaistyytyväisyys. Tapahtumakohtainen tyytyväisyys on tyytyväisyyttä, joka muodostuu yksittäisen palvelukokemuksen myötä. Palvelun käyttäjän kokonaistyytymättömyyttä- tai tyytyväisyyttä yrityksen toimintaa kohtaan kutsutaan kokonaistyytyväisyydeksi. Nämä osat vaikuttavat asiakkaiden ostokäyttäytymiseen. Kokonaistyytyväisyyden ollessa hyvällä tasolla asiakkaat palaavat yrityksen palvelujen pariin vaikka yksittäiset palvelutapahtumat eivät olisikaan välttämättä onnistuneet, mikäli kokonaistyytyväisyys ei ole hyvällä pohjalla tekevät palvelun käyttäjät mahdollisen päätöksen palaamisesta yrityksen palveluiden pariin viimeisimmän kokemuksen pohjalta. (Lahtinen & Isoviita 2004. 13.)



Kuva 2. Odotusten ja kokemuksen muodostama tyytyväisyys (Rope 2006. 538.)

Tyytyväisyys termi kuvaa tyytyväisyysastetta tyytyväinen-tyytymätön akselilta. Henkilön luomat odotukset toimivat aina tyytyväisyyden vastaparina. Odotustaso toimii alkupisteinä ja vertailtavuusperusteen kokemuksille. Esimerkiksi korkeammalle arvostettuun ravintolaan asetetaan suuremmat laatuodotukset kuin vähemmän arvostettuun ravintolaan. Yhtäläinen kokemus voi tuottaa korkealle arvostetussa paikassa negatiivisen tunteen, kun taas vähemmän arvostetussa kohteessa voi yllättyä myönteisesti saadusta palvelusta. Asiakastyytyväisyyttä luotaessa on tärkeää pystyä vaikuttamaan sekä odotuksiin, että kokemuksiin. Toisesta näkökulmasta tarkasteltaessa toiminnan tulisi kuitenkin pohjautua odotuksiin, joiden perusteella toimintaa luodaan tuottamaan yritykselle parasta mahdollista tulosta tyytyväisyyden kautta. (Rope 2005. 538.)

Odotusten ja kokemusten kohtaamista vertailtaessa, ajatellaan odotuksien olevan yleensä yhtenäinen osa-alue, vaikka todellisuudessa odotukset voidaan jakaa useiksi alalajeiksi. Esimerkiksi voidaan käyttää kolmijakoa, jonka muodostavat ihanneodotukset, ennako-odotukset ja minimiodotukset. Ihanne-odotuksilla viitataan henkilön odottamaan toimintaan yritykseltä tai tuotteelta, nämä odotukset pohjautuvat henkilön arvomaailmaan. Ihanneodotuksia voivat olla esimerkiksi: tuotelaatu, edullinen hinta sekä laadukas palvelu. Ennako-odotuksilla tarkoitetaan käsitteellisellä tasolla tarkasteltuna samaa kuin imagolla eli asiakkaan mielikuvaa tuotteesta tai yrityksestä. Ennako-odotuksien muuttamiseen vaikuttaa:

- Toimiala, sillä kuntosaliryitykseltä odotetaan erilaista asioita kuin autoliikkeeltä.
- Markkinointiviestintä, jonka pohjalta muovautuu odotuksia yrityksen tarjoamaa palvelua kohtaa.
- Yrityksen toiminta-ajatus, sillä esimerkiksi tavaratalon urheiluosastoa kohtaan on erilaiset odotukset kuin urheiluvälineliikettä kohtaan.
- Asiakassuhteessa luodut käsitykset yrityksen toiminnasta.
- Yrityksen julkisuuskuva, tästä esimerkkinä toimii median näkemys yrityksen toiminnasta.
- Suusta suuhun viestintä, jossa ihmiset jakavat positiivista tai negatiivista kuvaa yrityksen tarjoamasta palvelusta lähipiirilleen, josta tieto leviää eteenpäin.

(Rope 2005. 538- 540.)

Alinta asiakkaan hyväksymää tasoa yrityksen tuotteelle tai palvelulle kutsutaan minimiodotukseksi. Minimiodotukset voidaan jakaa seuraavin perustein: henkilökohtaiset odotukset, tilannekohtaiset odotukset, toimialakohtaiset odotukset sekä yrityskohtaisiin odotuksiin. (Rope 2005. 542- 543.) Odotuksien jälkeen kohdatut kokemukset tuottavat asiakkaalle tyytyväisyys-tyytymättömyys – reaktion. Tyytyväisyysasteet voidaan esittää kolmessa perusluokassa, joita ovat ali-odotustilanne joka luo positiivisen kokemuksen. Tasapainotilanne, jossa kokemus ja odotus kohtaavat sekä yli-odotustilanne, joka luo negatiivisen kokemuksen. Asiakastyytyväisyyttä tarkasteltaessa ääripäät kannattaa vielä puolittaa, sillä asiakastyytyväisyydestä johtuvat vaikutukset tasoissa poikkeavat. Ali-odotustilanteessa kokemustasot ovat vahvasti myönteinen sekä lievästi myönteinen. Yli-odotustilanteessa taas kokemustaso on lievästi kielteinen tai vahvasti kielteinen. (Rope 2005. 545.)

Asunnonhakijat odottavat vuokrasuhteelta muun muassa seuraavia seikkoja. Maltilliselle tasolle asetettua vuokraa. Mahdollisuutta pintaremontointiin, mikäli asunnon kunto tätä vaatii sekä vuokranantajan osallistumista remonttiin menneisiin kuluihin. Turhien remonttien välttämistä, sillä ne voivat johtaa yli vuokranmaksajan ääri-ajan menevään vuokrankorotukseen. Asunnosta olisi myös hyvä löytyä energiatehokkaita kodinkoneita sekä vuokranantajan olisi hyvä olla yhteydessä vuokralaiseen vuokrasuhteen aikana

osoittaakseen luottamusta ja arvostusta vuokralaista kohtaan, tämä tulisi kuitenkin suorittaa tungettelematta. (Laakso, L 2014.)

3.2 Asiakaskeskeisyys

Kulmakiviä asiakaslähtöiseen ajatteluun sekä asiakasnäkökulmaan ovat muun muassa: arvotuotanto eli yrityksen palvelu- ja tuotekokonaisuuden aidosti tuottama lisäarvo asiakkaalle. Tuotteen tai palvelun prosessimainen tarkastelu, tällöin näkökulmana ei toimi ainoastaan tuote tai palvelu, vaan tarkastelu käsittää kokonaisuuden asiakaskohtaamiseksi. Asiakasta voidaan sitouttaa entistä paremmin yritykseen kehittämällä jatkuvasti asiakkuutta sekä tarjoamalla asiakkaalle lisää arvoa tuottavia mahdollisuuksia. (Selin & Selin 2005, 19–20.)

Yrityksen ei kannata tarkastella asioita vain tuotenäkökulmasta, sillä asiakas ja asiakassuhtenäkökulman mukaan ottaminen antaa avaimia lisäarvon tuottamiseen asiakkaalle. Yrityksen palvelua on helpompi arvioida astumalla asiakkaan asemaan. Tämä mahdollistaa tuotekokonaisuuksien suunnittelun asiakaslähtöisesti ja vähentää oman toiminnan osuutta suunnitteluun. Valmistaminen vaihtuu asiakkaalle suunnattuihin palveluratkaisuihin. Yrityksen on hyvä miettiä asiakaslähtöisyyttä tarkastelemalla seuraavia kysymyksiä:

- Millainen asiakas on kannaltamme paras ja tuottavin?
- Kuinka hyvä kannattavuus rakentuu?
- Mitä palveluja asiakas hyödyntää ja millä lailla?
- Mitkä toimet parantaisivat asiakaskannattavuutta?

(Selin & Selin 2005. 20–21.)

Yritystä kehittäessä tulee miettiä asiakassuhdetta pelkän tuotekehittelyn sijaan, sillä se antaa avaimia kokonaisvaltaisempaan tarkasteluun. Yrityksen tulee miettiä millainen prosessi johtaa vakioasiakkuuteen ja millä keinoilla tämä suhde saadaan luotua. Asiakas hakee yritykseltä ominaisuuksien sijaan ratkaisuja ongelmiinsa, joten yrityksen ei kannata lisätä tuotteisiinsa ominaisuuksia, jotka eivät sovellu asiakkaille. Yrityksen tulee miettiä tuote-elinkaaren lisäksi asiakassuhteen elinkaarta, jonka vahvistamiseksi on tehtävä toimia jatkuvasti. Yrityksen myyntiprosessin samaistuesssa kuluttajan ostoprosessiin päästään tilanteeseen, jossa kuluttaja sisäistää paremmin tarjonnan ja voi helpommin liittää sen omaan prosessiinsa. (Selin & Selin 2005. 20–21.)

3.3 Kuluttajaymmärrys

Yritys pystyy opastamaan asiakasta ansaitsemalla paikkansa asiakkaanprosessista ja voi tätä kautta pyrkiä tekemään asiakkaan prosessista mieluisamman, edullisemman, paremman ja vaivattomamman. Asiakas johtaa normaalisti tätä prosessia. Asiakkaita yhdistäviä tekijöitä löytämällä yritys voi kehittää ratkaisuja, jotka palvelevat mahdollisimman monia asiakasta. Tämän toteuttaminen on hyvin ongelmallista liiallisesta monimutkaisuudesta johtuen. Yleisellä tasolla tarkasteltuna tuote- ja palvelutasoilla asiakaskäyttäytymiselle on tyypillistä, että asiakkaat pyrkivät etsimään itsellensä mahdollisimman hyvin sopivan ratkaisun, tähän pyritään vaivannäöllä ja ajanvarauksella, jotta eri vaihtoehtoihin pystytään paineutumaan huolella. Erilaisen käyttäytymisensä vuoksi asiakkaat voidaan jaotella esimerkiksi seuraavalla tavalla: seikkailija, seurailija ja määrätietoinen. (Keskinen & Lipiäinen 2013. 37.)

- Seikkailija ovat erittäin kiinnostuneita ja valmiita paneutumaan palveluntarjoajan tuotteisiin ja palveluihin. Perehtyminen tapahtuu lukemalla ja tiedustelemalla asiakkaiden mielipiteitä, Seikkailija pyrkii kartoittamaan kaikki vaihtoehdot ja omaksuukin tätä kautta nopeasti palveluntarjoajan vaihtoehdot ja hintatason ja lopulta hänestä tulee asiantuntija. Näille asiakkaille on tyypillistä, että valinnan teko kestää, sillä he ottavat huomioon myös vähemmän tunnetut vaihtoehdot. Seikkailijat kertovat tuotteista useimmiten eteenpäin suullisesti tai sosiaalisessa mediassa. Tätä ryhmää ei tavoiteta tarjouksilla, mikäli he eivät ole tehneet jo päätöstään.
- Seurailijat tekevät päätöksensä enemmistön tuotehyväksynnän ja arvostuksen pohjalta. Tyypillistä tälle asiakaskäyttäytymiselle on myös totutun vaihtoehdon suosiminen, etenkin halvempien tuotteiden osalla.
- Määrätietoiset asiakkaat tekevät nopeita valintoja omien tuoteodotuksien sekä muiden käyttäjien suosituksien pohjalta. Tämä ryhmä reagoi hyvin voimakkaasti tuotetunnustuksiin, joiksi luetaan esimerkiksi alan lehtien arvostelut tuotteesta.

(Keskinen & Lipiäinen 2013. 37–38.)

Asiakkaan ostopäätös syntyy ostohalun ja ostokyvyn yhteistuloksena. Ostohalu muodostuu yhdessä psykologisten, sosiaalisten ja yrityksen markkinoinnillisten tekijöiden poh-

jalta Ostokyky muovautuu käytettävissä olevasta rahamäärästä sekä lainan saanti mahdollisuudesta, myös yhteisölliset tekijät vaikuttavat ostokykyyn. (Lahtinen & Isoviita 2004. 19.)

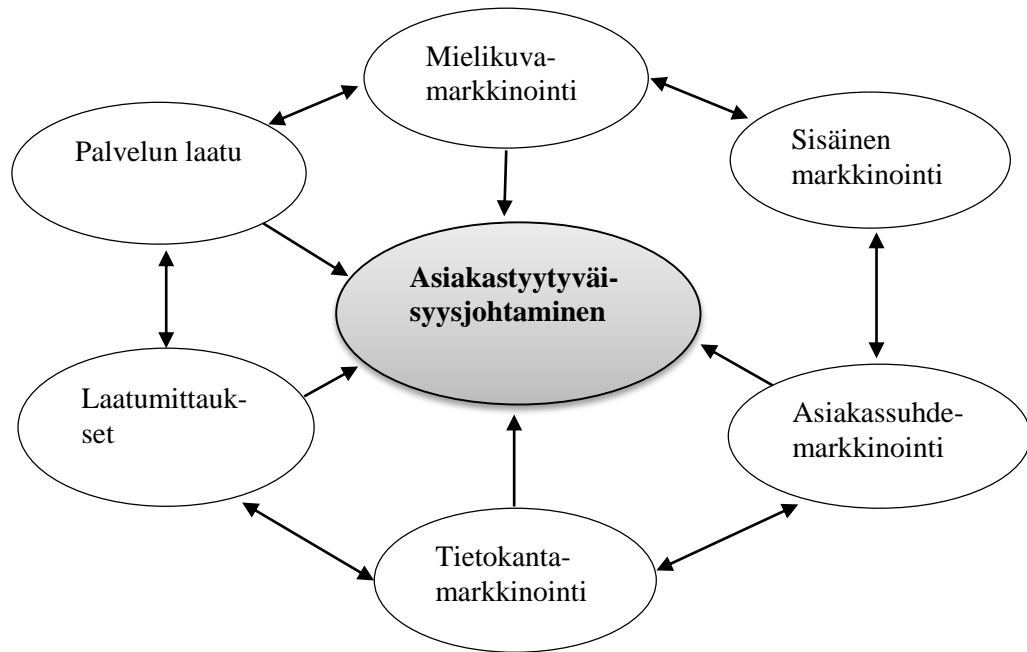
3.4 Asiakaspalaute

Yritys saa asiakaspalautetta jatkuvasti. Palautteeksi luetaan reklamaatiot, kehitysehdotukset sekä kiitossanat. Yritys ei voi muodostaa kokonaiskuvaa saadusta asiakaspalautteesta, mikäli asiakkailla ei ole viestitetty määriteltyjä palautuskanavia, koska tämän kaltaisessa tapauksessa palaute ohjautuu yksittäiselle työntekijälle. Jos palautteenantomahdollisuudet sekä palautteen käsittelyprosessi on määritelty voi yritys muodostaa palautteen perusteella yhtenäisen kuvan sekä ymmärtää näin asiakkaitaan. Tätä tietoa voidaan hyödyntää palvelukehityksessä. (Arantola, H & Simonen, K. 2009. 27.)

Yrityksen kannalta tarkasteltuna asiakaspalautteen määrän tulisi lisääntyä eikä vähentyä. Reklamaatioita pyritään karsimaan, ja näin asiakkaiden tulisi osallistua palautteen antoon eri keinoin. Hyvää asiakastietoutta saadaan, kun reklamaatiot käydään läpi asianmukaisesti, sillä tähän prosessiin sisältyy paljon kanssakäymistä asiakkaan kanssa. Asiakkaat ovat useimmiten erittäin halukkaita ratkaisemaan syntyneen ongelman, joten molemmilla osapuolilla on mahdollisuus kehittyä. (Arantola, H & Simonen, K. 2009. 27.) Asiakaspalautteen keräämiseen on useita eri keinoja, ohessa seitsemän tapaa kerätä asiakaspalautetta: sähköposti, tutkimukset, toimivuuden kokeilu, tutkiskelevat haastattelut, asiakkaan kuuntelu sekä kommenttiruudut. (Ciotti, G. 2013.)

3.5 Asiakastyytyväisyyden johtaminen

Sisällöllisesti tarkasteltuna asiakastyytyväisyysjohtamisen voi kuvata seuraavalla tavalla:



Kuva 3. Asiakastyytyväisyysjohtamisen muodostuminen (Mukaiillen. Rope & Pöllänen 1998. 23.)

Asiakastyytyväisyysjohtaminen on konsepti jonka muodostavat toisiinsa linkittyneinä: palvelumarkkinointi, sisäinen markkinointi, mielikuvamarkkinointi, laatumittaukset, asiakassuhdemarkkinointi sekä tietokantamarkkinointi. Asiakastyytyväisyysjohtamisen tehokkuus johtuu yllä mainittujen markkinoinnin alalajien fuusioitumisesta yhtenäiseksi markkinoinnilliseksi ajatukseksi. Asiakastyytyväisyysjohtamista ei pidä ajatella vain siihen sisältyvien osatekijöiden kautta, vaan keskeistä siinä on markkinoinnillinen konsepti eli markkinointi kuuluu ominaisuutena asiakastyytyväisyysjohtamiseen, johtamisjärjestelmä, jolla tarkoitetaan yrityksen pyrkimystä menestykseen asiakastyytyväisyyden avulla sekä kokonaisvaltainen toimintatapa, jossa kaikki asiakastyytyväisyyden osatekijät luovat yhtenäisen järjestelmän. (Rope & Pöllänen 1998. 23–25.)

Asiakastyytyväisyysjohtamiseen toimeenpanemiseksi tarvitaan asiakastyytyväisyyden mittaussystematiikkaa, joka tuo ilmi asiakastyytyväisyyden ja tyytyväisyyteen tai tyytymättömyyteen johtaneet tekijät. Asiakastietokantaa, joka antaa mahdollisuuden asiakastuntemuksen kehittämiseen, joka avaa yritykselle mahdollisuuden asiakassuhteen parantamiseen ja viestinnän suuntaamiseen. Kehittynyt johtamiskulttuuri taas johtaa liiketoiminnan kehittämiseen asiakaspalautteen perusteella. (Rope & Pöllänen 1998. 50–51.)

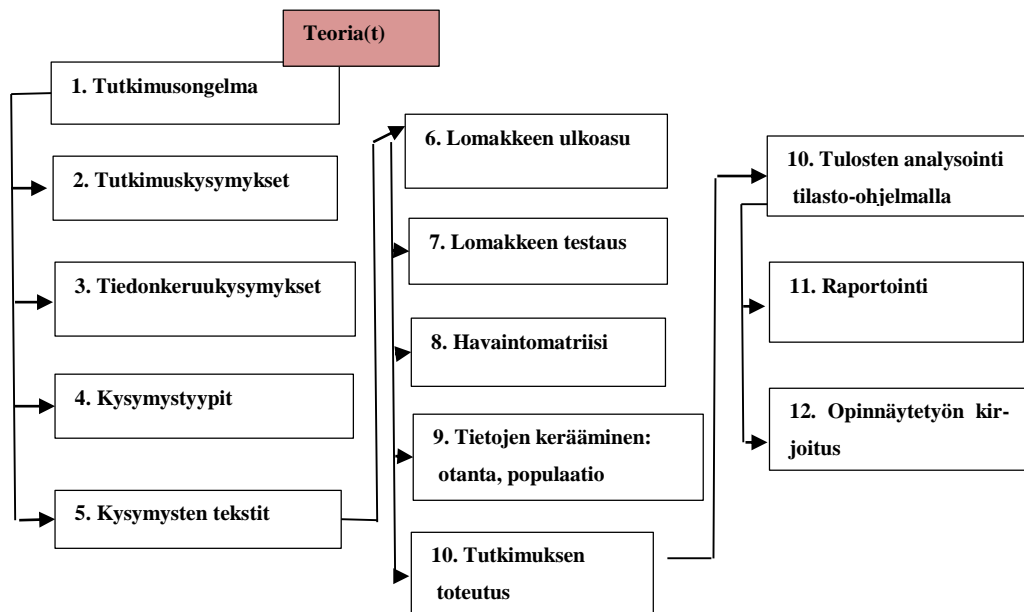
4 Asiakastyytyväisyystutkimus

4.1 Asiakastyytyväisyystutkimus käsitteenä

Asiakkaiden mielipiteet ja havainnot yrityksestä ovat sama asia, kuin yritys. Asiakkaiden ajatukset määrittelevät sen mitkä yritykset menestyvät ja mitkä eivät. Menestyksekkäässä yrityksessä asiakas on etusijalla ja hänet huomioidaan selvästi. Asiakastyytyväisyystutkimus viestittää todellisuudessa yritykselle kuinka sen toiminta kohtaa asiakkaiden odotukset. Arjen kokemusten lisäksi on myös hyvä tutkia asiakkaiden sitoutumista sekä tyytyväisyyttä säännöllisin väliajoin. Asiakastyytyväisyystutkimus antaa yritykselle työkaluja kehittää toimintaansa asiakkaiden toiveita vastaavaksi. (Informatumresearch 2015.)

Tutkimuksesta käyvät ilmi asiakkaiden ajatukset sekä omakohtaiset kokemukset yrityksestä. Asiakastyytyväisyystutkimus toteutetaan yrityksen toimialan ja sen tutkimukselle asettamien tavoitteiden pohjalta, tämä vaikuttaa muun muassa kyselyn sisältöön. (Informatumresearch 2015.) Asiakastyytyväisyystutkimuksen perusedellytyksiin kuuluu tuoda ilmi asiakastyytyväisyyteen sekä sen rakentumiseen vaikuttavat tekijät. Näiksi luetaan ennakoitu odotustaso, kokemustaso sekä toimintojen ominaisuuksien merkitys. (Rope & Pöllänen 1998. 88.)

4.2 Määrällisen Internetkyselyn toteuttaminen



Kaava 1. Kvantitatiivisen tutkimuksen vaiheet. (Kananen 2014. 133.)

”Kvantitatiivisen tutkimuksen tutkimusprosessi etenee vaihe vaiheelta kenttätutkimuksen kautta raportointiin.” (Kananen 2014. 133.) Kvalitatiivisella eli määrällisellä tutkimuksella tarkoitetaan tutkimusta, jossa suuren otoksen perusteella voidaan luoda käsitys tutkittavasta joukosta. Kvalitatiivisen tutkimuksen tulokset esitetään numeerisin menetelmin ja se voidaan toteuttaa esimerkiksi internetkyselynä. Vastaajat vastaavat kyselyyn useimmiten valmiiden vaihtoehtojen pohjalta. Kvantitatiivisessa kyselyssä kysytään useimmiten kuka? mitä? missä? paljonko? ja kuinka usein? (Rope 2005. 423–424.)

Määrällisellä tutkimuksen toteuttamisessa verkossa on sekä etuja että haittoja. Etuina voidaan mainita kohderyhmien tavoitettavuus, sillä kysely voi tavoittaa ryhmän jota ei muussa tapauksessa sijainnin vuoksi tavoitettaisi. Kysely voidaan tehdä kansainvälisesti. Kysely ei tuota suuria kustannuksia. Tiedonkeruu on nopeaa verrattaessa puhelin- ja kirjekyselyyn. Haittapuolina taas voidaan mainita mahdolliset internet-yhteyksien puutteet, tulosten luotettavuus ja edustavuus sekä vastausprosenttien taso. (Kananen 2014. 156.)

Verkkokysely voidaan toteuttaa joko verkkokyselynä, sähköpostiin upotettuna tai sähköpostin liitteenä. (Kananen 2014. 157.)

Tutkimuksessa hyödynnettävien sähköpostien käytössä on hyvä muistaa myös lainsäädäntö. Sähköpostin hyödyntämiseen tarvitaan vastaanottajan suostumus. Kuluttajan luovuttama sähköpostiosoite yritykselle, katsotaan tallaiseksi suostumukseksi. (Kananen 2014. 192–193.) Verkkokyselyn kutsua lähettäessä on hyvä huomioida seuraavat seikat. Tutkimuskutsun personointi, mikäli tämä vain on mahdollista. Lähettäjän tulee selkeästi ilmoittaa tutkimuksesta. Sähköpostista tulee löytyä lähettäjä, organisaatio sekä osoitetietokantalähde. Vastaanottajalle tulee ilmoittaa arvioitu vastausaika. Vastaanottajalla tulee olla tiedossa, mistä saa tarvittaessa lisätietoja. Vastaajalle tulee ilmoittaa kuinka kysely on avoinna. Viestissä tulee myös tuoda ilmi mahdolliset palkinnot. Vastaanottajalle on tärkeää korostaa yksityisyydensuojaa, kyselytietojen luottamuksellisuutta sekä tietoturvaa. (Kananen 2014. 196.)

Tutkimuksessa hyödynnettävä tutkimusohjelma sanelee pitkälti lomakkeen ulkoasun, sillä ohjelmistojen välillä on selkeitä eroja asetelussa ja muovausmahdollisuuksissa. Värien, fontin ja tekstityylien muovausominaisuudet löytyvät nykyään lähes jokaisen ohjelmiston valikoista. Verkkokyselyn tekstin tulisi olla muodoltaan yksinkertaista, ytimekästä ja lyhyttä, kuten internetsivuja luotaessa. Tutkimuksen ensimmäiseltä sivulta löytyy monissa tapauksissa tutkijasta tai tutkimuslaitoksesta tietoa antava kuva tai logo. Seuraavassa vaiheessa mainitaan tutkimuksen aihe, jonka jälkeen vastaaja huomioidaan tervetuloivotuksella, tässä yhteydessä voidaan myös ohjeistaa vastaajaa lyhyesti ja ytimekkäästi, sillä yleinen käytäntö on että ohjeistus on typistetty äärimmilleen, sillä harva vastaaja lukee ohjeistusta. Kysymyksien esittämistavalle on moni eri vaihtoehtoja. Ne voidaan sijoittaa niin, että koko kysely näkyy yhdellä sivulla tai kysymykset voidaan jakaa, niin että yhdeltä sivulta näkyy näytöllinen kysymyksiä. Kysymysjärjestelyssä pyritään loogisuuteen jakamalla kysymykset aihealueittain. Aihealueen alkupuolella esitetään yleisluontoisia kysymyksiä, joista edetään yksityiskohtaisempiin kysymyksiin. (Kananen 2014. 163–165.)

Kyselylomakkeen kysymystyypit voidaan jakaa yleisellä tasolla tarkasteluna kolmeen luokkaan. Näitä ovat avoimet kysymykset, valintakysymykset, joissa vastaaja vastaa val-

miiksi annettujen vaihtoehtojen pohjalta, joko valitsemalla useamman vaihtoehdon, jolloin puhutaan monivalintakysymyksestä tai poissulkevassa kysymyksessä valitsemalla yhden vaihtoehdon. Kysymykset voivat olla myös yhdistelmiä, esimerkkinä voidaan mainita vastaajan mahdollisuus tarkentaa annettua vastausta. (Ronkainen & Karjalainen 2008. 33.)

Ennen lopulliseen muotoon saattamista kyselyä testautetaan useimmiten tutkimusryhmällä tai kyselyn tekijän luottamalla henkilöillä loogisuuden ja vastattavuuden takaamiseksi. Kyselyä tarkastellaan pääasiassa vastaajan näkökulmasta. Vastattavuuden lisäksi tarkastellaan kyselyn etenemistä sekä sitä antaako se riittävästi tietoa tutkimusta varten. Vastaajan on tärkeää ymmärtää kysyttävät asiat, ja niihin tulee kyetä vastaamaan. Kysyttävät asiat tulee ymmärtää samalla lailla, joten sanamuotojen kanssa tulee olla tarkkana. Kysymysjärjestystä on myös hyvä pohtia, sillä sen tulisi olla vastaaja ajatellen looginen. Kysely ei saa olla liian pitkä. Tässä vaiheessa kannattaa myös pohtia tulisiko kyselyyn lisätä ohjeistusta, joka helpottaisi kyselyyn vastaamista. On myös tärkeää tarkastella vastaako kysely riittävästi tutkimusongelmaan. Kyselyjen alkuperäisversioissa on useimmiten liikaa kysymyksiä, kysymyksiä karsiessa on hyvä miettiä mitkä kysymykset ovat välttämättömiä tutkimusongelman kannalta. Tarpeettomat kysymykset kannattaa poistaa, vaikka niiden antamat tiedot olisivat mielenkiintoisia. Tutkijan tulee miettiä testausvaiheessa kysymyksien analysointimahdollisuuksia. Kysymyksien tulee olla linkittyneitä toisiinsa, jotta niitä pystytään analysoimaan suhteessa tutkimusongelmaan. Lopuksi on hyvä tarkastella tutkimuksen ulkoasua sekä saatekirjettä. (Ronkainen & Karjalainen 2008. 39–40.)

Määrällisessä internettutkimuksessa on tärkeä tiedostaa ketkä kyselyyn vastaavat tai kohdistetaanko se tietyille vastaajaryhmälle. Tutkimuksen toteutuksen perustana on sen kohdentaminen ilmiön kanssa tekemisissä olleille henkilöille eli populaatiolle. Populaatiosta otetaan osa jota tutkitaan eli otos, sillä muutoin tutkiminen tulisi kalliiksi ja sen tekeminen veisi huomattavasti enemmän aikaa. (Kananen 2014. 168.)

Tutkimusohjelmaan kerääntyneiden vastausten analysointi aloitetaan tarkastamalla saadut vastaukset. Hylättäväksi päätyvät ne vastaukset, joissa ei ole logiikkaa ja jotka on tehty selvästi tahallaan huolimattomasti. Aineistoa muovataan niin, että tutkimustulokset pystytään laskemaan ja analysoimaan, internetpohjaisissa kyselyissä tämä onnistuu

useimmiten ainakin osittain valmiiksi jo ohjelmiston sisällä. Eniten työtä aiheuttaakin avoimien kysymyksien luokittelu. Tutkimustuloksista pyritään löytämään tunnuslukuja, tyypillisiä arvoja sekä joissain tapauksissa yksittäisten vastaajien antamia ehdotuksia ja ideoita. Tutkimuksen loppupuolella analysointien ja johtopäätelmien pohjalta tehdään raportti, jonka pohjalta tutkimuksen toimeksiantaja voi kehittää toimintaansa. (Sintonen 2003. 16.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen objektivisuudella tarkoitetaan tutkijan roolin osuutta vastausten muodostumisessa. Objektivisuuteen pyritään välttämällä vuorovaikutusta vastaajan kanssa, tämä taataan laatimalla kysely teorian pohjalta. (Tilastokeskus 2015.) Tutkimuksen eettisyydellä tarkoitetaan tutkimustyön tekoa rehellisesti, huolellisesti ja tarkasti. Edellä mainittua tapaa tulee noudattaa tutkimuksen tulosten säilytyksessä, esittämissä ja arvioinnin teossa. (Tutkimuseettinen neuvottelulautakunta 2012. 6-7.)

Tutkimuksen validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen vastaavuutta ja pätevyyttä. Tutkimuksen tulee vastata niihin kysymyksiin, joihin on ennalta haluttu vastaus. Validiteetti on hyvällä tasolla, jos oikeita kysymyksiä kysytään oikeilta vastaajilta. Internet-pohjaisessa tutkimuksessa on hyvä muistaa verkkosivun ylläpitäjä, käyttäjät ja mihin tarkoitukseen sitä käytetään. Tutkimuksen validiteettia arvioitaessa huomioon otetaan myös tutkimukseen valikoitu kohderyhmä sekä otos. (Sintonen 2003. 13.)

Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimustuloksien luotettavuutta. Tarkoin suunniteltu ja toteutettu tutkimus johtaa luotettaviin tuloksiin. Tutkimuksen kysymyksien on oltava ymmärrettäviä ja niihin vastaamisen helppoa, jotteivät tutkimuksen tulokset vääristy ja reliabiliteetti säilyy hyvällä tasolla. (Sintonen 2003. 13.)

4.3 Asiakastyytyväisyystutkimus OVV Asuntopalveluille

Asiakastyytyväisyystutkimus asunnonhakijoille toteutettiin 3.11.2014–12.11.2014 välisenä ajanjaksona kvantitatiivisena eli määrällisenä internetkyselynä. Tähän tutkimusmenetelmään päädyttiin, koska kyselyllä pyrittiin saavuttamaan suuri vastaajajoukko sekä vastaavaa menetelmää oli hyödynnetty myös edeltävän tutkimuksen yhteydessä. Vastaajajoukoksi päädyttiin rajaamaan Joensuun OVV Asuntopalveluiden rekisteröityneet asunnonhakijat. Rekisteröityneillä asunnonhakijoilla tarkoitetaan henkilöitä, jotka ovat täyt-

täneet toimeksiannon sähköisesti yrityksen verkkosivuilla tai toimistolla lomakkeen välityksellä. Toimeksiannon tehneet asunnonhakijat saavat tiedon välityksessä olevista asunnoista suoraan sähköpostiinsa, tämä käsittää asunnot joissa vuokranantaja maksaa välityspalkkion sekä asunnot, joissa asunnonhakija maksaa välityspalkkion. Asunnonhakijaksi voi rekisteröityä myös täyttämällä hakuvahdin, tällöin asunnonhakija saa tiedon kaikista niistä välityksessä olevista kohteista, joissa välityspalkkion maksaa vuokranantaja.

Kyselyä varten poimittiin OVV:n asiakasrekisteristä yli 1100 sähköpostiosoitetta, tällä pyrittiin turvaamaan kyselyn lähetys noin 1000 henkilölle riittävän vastaajamäärän takaamiseksi. Kyselyyn vastanneiden kesken arvottiin kaksi kappaletta elokuvalippuja elokuvateatteri Tapioon elokuvaherkuilla höystettynä. Moni asiakas oli rekisteröitynyt sekä hakuvahdin käyttäjäksi, että täyttänyt toimeksiannon, tämän vuoksi osa sähköposteista esiintyi lähetettävien listauksessa useampaan kertaan. Päällekkäisyyksien lisäksi lähetysvaiheessa kävi ilmi, että osa sähköposteista oli virheellisiä, jonka vuoksi kysely lähti lopulta 974 henkilölle. Kysely ei tavoittanut varmuudella vastausajan puitteissa 34 henkilöä sähköpostiin tulleiden virheilmoitusten perusteella, jonka myötä kyselyn mahdolliseksi vastausjoukoksi muotoutui 940 henkilöä. Kyselyjoukkoa pyrittiin aktivoimaan muistutusviestillä. Muistutusviesti lähetettiin 10.11.2014. Kyselyyn vastasi lopulta 109 asunnonhakijaa, joten vastausprosentiksi muotoutui 11,6 %.

Kysely toteutettiin Karelia – ammattikorkeakoulun hallinnoimaan Typala -ohjelmistoon luodulla kyselylomakkeella. (Ks. Liite 2) Asiakastyytyväisyystutkimusta varten luotu kyselylomake pohjautui Terhi Toivasen aiemmin luomaan kyselylomakkeeseen (Ks. Liite 3), tällä pyrittiin takaamaan tuloksien vertailukelpoisuus. Terhin Toivasen luomaa kyselypohjaa uudistettiin yhdessä yrittäjän ja vastuuopettajan kanssa. Kyselyä muokattiin positiivisempaan suuntaan, tähän pyrittiin muokkaamalla kysymyksien asettelua sekä vastausvaihtoehtojen vaihdoilla, tämän lisäksi kyselystä poistettiin joitakin kysymyksiä, joiden ei arveltu tuovan lisäarvoa kyselyyn. Kyselyyn vastaamista pyrittiin helpottamaan selkeillä kysymyksillä ja lisäohjeistuksella. Aiemmasta kyselystä poiketen kyselyn loppuun lisättiin palvelun laatuun liittyvä kysymyspatteristo. Kyselyä testattiin ennen kyselyn postittamista pienen koeryhmän kanssa, jonka muodostivat yrittäjä, vastuuopettaja sekä kaksi tuttua. Kyselyä muokattiin saadun palautteen pohjalta kyselyn toimivuuden takaamiseksi. Korjaustoimenpiteitä olivat muun muassa kyselyn ohjeistuksen muovaami-

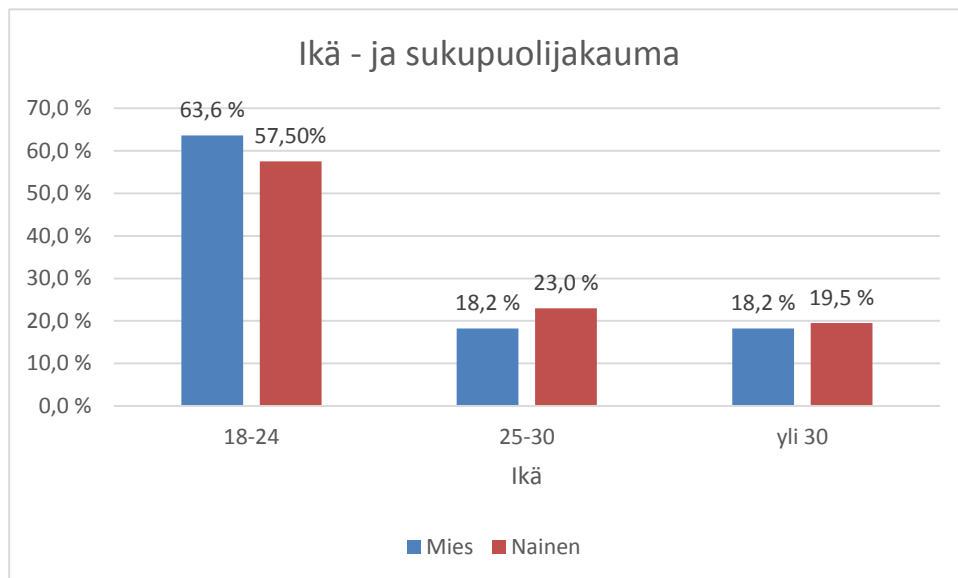
nen, kysymysten asettelu ja vastauspakon muovaaminen. Kyselyn kysymykset järjestettiin teemojen mukaan. Kysely alkoi taustatietojen kartoituksella, tämän jälkeen siirryttiin markkinoinnin kautta asunnon tietoihin. Seuraavana teemana oli asunnon näyttäminen jonka jälkeen vastaajilta kysyttiin vuokrasopimukseen liittyviä asioita. Jälkihoitoon liittyvien kysymyksien jälkeen päädyttiin kyselyn päättävään osioon, jossa kysyttiin asiakkaan tyytyväisyyttä saatuun palveluun.

Kyselyn tulokset analysoitiin tammi-helmikuun aikana. Tuloksien analysoinnissa hyödynnettiin Typala -ohjelmistoon muodostuneita valmiita raportteja sekä Exceliin luotuja taulukoita. Ensimmäisessä vaiheessa kyselyn vastaukset käytiin läpi yksitellen, jotta mahdolliset tuloksia vääristävät vastaukset saataisiin karsittua pois. Seuraavassa vaiheessa alkoi varsinainen tuloksien analysointi. Lopulliseen Wordilla kirjoitettuun raporttiin tulokset kirjattiin hyödyntämällä tuloksista muodostuneita suoria jakaumia, ristiin taulukointia sekä kaavioita.

5 Tutkimustulokset

5.1 Taustatiedot

Kyselyn vastausprosentiksi muotoutui 11,6 %. 109 kyselyyn vastanneesta henkilöstä 87 eli 79,8 % oli naisia ja 22 eli 20,2 % oli miehiä. Kyselyyn vastanneista suurin osa 58,7 % eli 64 henkilöä oli iältään 18–24 vuotiaita. 25–30 vuotiaita oli 24 eli 22 % henkilöä. Yli 30-vuotiaita vastaajia oli 21 eli 19,3 %. (ks. kuvio 1) Vastaajista 60 eli 55 % oli saanut asunnon OVV:n kautta. 33 % prosenttia vastanneista oli jäänyt ilman asuntoa ja 14,7 % vastanneista oli kyselyhetkellä asunnonhakijana.

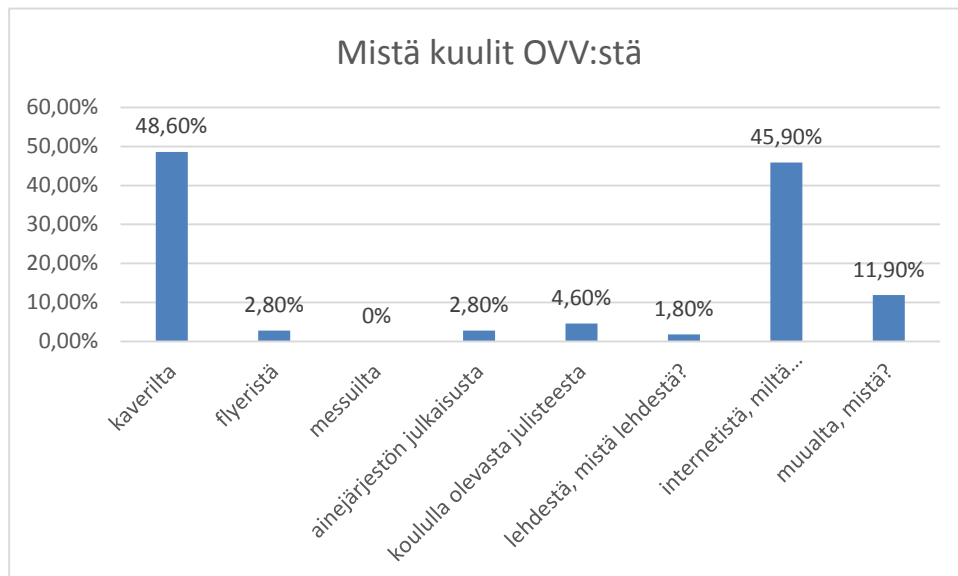


Kuvio 2. Ikä- ja sukupuolijakauma

Suurin osa eli 69,7 % vastanneista haki asuntoa yksin. Kahdestaan asuntoa hakevia oli 24,8 % ja yli kahdelle hengelle asuntoa hakevia oli 5,5 %. 71,6 % vastaajista etsi yksiötä. Kaksiota haki 48,6 %, kolmiota tai isompaa 18,7 % ja soluhuonetta 2,8 %. Vastaajista tupakoimattomien osuus oli 85,3 % ja tupakoivien osuus oli 14,7 %. 25,7 % vastaajasta löytyi lemmikki ja 74,3 % vastaajalla ei ollut lemmikkiä. Vastaajien asunnonhaku jakaantui melko tasaisesti koko vuodelle. 52,3 % haki asuntoa syksylle eli syys-marraskuulle. 42,2 % kesälle eli kesä-elokuulle. 41,3 % keväälle eli maaliskuu-toukokuulle ja talvelle eli jouluihelmikuulle 36,7 %.

5.2 Markkinointi

Kyselyyn vastanneista suurin osa oli kuullut OVV asuntopalveluista joko kavereilta 48,6 % (53) tai Internetistä 45,9 (50) %. Hakijat mainitsivat löytäneensä OVV:n internetistä pääsääntöisesti ”Googlettelemalla”. Muita sivuja, joissa OVV:hen oli törmätty, olivat muun muassa Tori.fi ja OVV:n kotisivut. Koululla olevat julisteet olivat tavoittaneet 4,6 % vastaajista (5). Flyerin osuus oli 2,8 % (3), aivan kuten ainejärjestöjen julkaisujenkin. Lehtien osuus oli 1,8 % (2), joista vastaajat mainitsivat Kalevan ja Karjalaisen. Messut eivät olleet tavoittaneet yhtäkään vastaajaa. Vastaajilla oli myös mahdollista valita, jokin muu lähde edellä mainittujen lisäksi. 11,9 % (13) oli saanut tiedon OVV:stä muun muassa vanhemmilta, näyteikkunasta, työvoimatoimistosta tai kiinteistönvälittäjältä. (ks. kuvio 2)



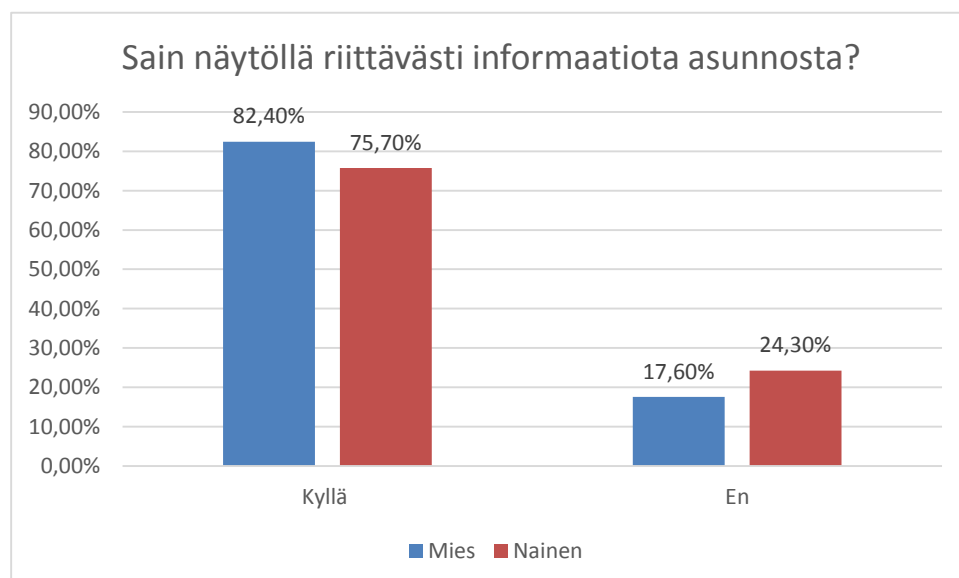
Kuvio 3. Mistä kuulit OVV:stä?

Suurin osa vastaajista 44 % (48) oli kontaktoinut OVV:hen ensimmäisen kerran täyttämällä toimeksiannon yrityksen verkkosivuilla. Yrityksen verkkosivuilla täytettävän hakuvahdin mainitsi 20,2 % (22) vastaajista. Toimistolla käynnin valitsi 16,5 % (18) vastaajaa. Puhelin edusti 11 % (12) ja sähköposti 8,3 % (9) vastaajaa. Tärkeimpänä yhteydenpitokeino OVV:hen kyselyyn vastanneet pitivät sähköpostia 44 % (48). Seuraavaksi tärkeimpänä vastaajat pitivät puhelinta, jonka osuus oli 33 % (36). Toimistolla käynti edusti 14,7 % (16) vastaajista. Tässä vaiheessa prosessista pois jättäytyneitä oli 8,3 % (9)

Kaikki kyselyyn vastanneet löysivät OVV:n yhteystiedot helposti 100 % (109). Vastaa- jista 92,7 % (101) vastasi, että heidän yhteydenottoonsa oli reagoitu nopeasti. Jäljelle jää- neet 7,3 % (8) eivät olleet tyytyväisiä reagointinopeuteen. Suurin osa vastaajista piti toi- meksiannon täyttöä helppona 82,6 % (90), ongelmia täytön kanssa oli ollut 5,5 % (6) vastaajista. Osa vastaajista vastasi, ettei ollut täyttänyt toimeksiantoa 11,9 % (13). Haku- vahdin täyttö miellettiin myös helpoksi, sillä 71,6 % (78) vastasi sen olevan helppoa, on- gelmia hakuvahdin kanssa oli ollut 2,8 % (3) vastaajalla. Vastaajista 25,7 % (28) ei ollut täyttänyt hakuvahtia.

5.3 Tiedot asunnoista ja asunnon näyttö

Suurin osa hakijoista koki saaneensa heille tulleista asuntoilmoituksista riittävästi tietoa vapaasta kohteesta 71,3 % (77)(n=108). Jäljelle jääneet 28,7 % (31) (n=108) vastaajaa olisivat halunneet asunnoista lisää tietoa, kun tulosta tarkastellaan miesten ja naisten nä- kökulmasta ei tuloksissa ole merkittävää eroa. (ks. kuvio 3) Merkittävämpänä puutteena mainittiin kuvien puute 73 % (27) (n=37). Autopaikkatietoa vailla olevia oli 27 % (10) (n=37), sama määrä vastaajia olisi halunnut tarkempaa tietoa asunnon kunnosta. Yhteis- ten tilojen kunnosta tietoa kaipasi 24,3 % (9) (n=37), taloyhtiön tulevista remonteista 21,6 % (8) (n=37), matkasta palveluihin 18,9 % (7) (n=37), taloyhtiöön tehdyistä remon- teista 16,2 % (6) (n=37) ja asuntoon tehtävistä remonteista 16,2 % (6) (n=37). Lisäksi vastaajilla oli mahdollisuus mainita jokin muu puutteellinen tieto. Tätä joukkoa edusti 10,8 % (4) (n=37) Vastaajista. He kaipaivat lisätietoa parveketupakoinnista, lemmikeistä sekä internetyhteyden tyypistä.



Kuvio 4. Asuntonäytöllä annetun informaation riittävyys.

Kyselyyn vastanneista suurin osa oli löytänyt asuntonäytöille helposti 75 % (81) (n=108), ongelmia oli ollut 3,7 % (4) (n=108) vastaajista. Ongelmia oli tuottanut ajo-ohjeiden puute, tarkka talonumeron uupuminen ja asunnon näyttäjän tuntemattomuus. Osa vastaajista ei ollut käynyt vielä OVV:n järjestämällä näytöillä 21,3 % (23) (n=108). Asuntonäytöön osallistuneista 77 % (67) (n=87) vastasi saaneensa riittävästi tietoa asunnosta näytöllä, lisätietoa jäi kaipaamaan 23 % (20) (n=87) vastaajista. Autopaikoista lisätietoa kaipasi 42,9 % (12) (n=28), taloyhtiön rauhallisuudesta 39,3 % (11) (n=28), taloyhtiön yhteisten tilojen sijainnista 35,7 % (10) (n=28), taloyhtiön tulevista remonteista 35,7 % (10) (n=28), taloyhtiön yhteisten tilojen kunto 32,1 (9) (n=28) ja taloyhtiöön tehdyistä remonteista 21,4 % (6) (n=28). Edellä mainittujen lisäksi 7,1 % (2) (n=28) olisi halunnut tiedon pesutuvan hinnasta sekä, että esittelijä olisi paneutunut asuntoon paremmin. Asuntonäytöllä käyneistä 58 % (40) (n=69) vastasi saaneensa lisäinformaatiota myöhemmin puutteellisista tiedoista, jäljelle jääneet 42 % (29) (n=69) eivät olleet saaneet haluamiansa tietoja jälkikäteen. Suurin osa asunnonhakijoista 87,4 % (76) (n=87) vastasi asunnon kunnon vastanneen etukäteisaineistoa, puutteelliseksi tiedon mielsi 12,6 % (11) (n=87) näytöllä käynyttä.

OVV:n asiantuntevuuteen näyttötilanteessa oltiin melko tyytyväisiä 61,6 % (53) (n=86). Erittäin tyytyväisiä vastaajia oli 24,4 % (21) (n=85), melko tyytymättömiä 11,6 % (10) (n=85) ja erittäin tyytymättömiä 2,3 % (2) (n=85). Näyttötilanteessa palvelun ymmärtävyyteen oltiin pääasiassa melko tyytyväisiä 52,9 % (45) (n=85) tai erittäin tyytyväisiä 41,2 % (35) (n=85). Melko tyytymättömiä oli 5,9 % (5) (n=85), erittäin tyytymättömiä ei ollut yhtään. Näyttäjän huomioonottokykyyn oltiin pääasiallisesti erittäin tyytyväisiä 47,1 % (40) (n=85) tai melko tyytyväisiä 42,4 % (36) (n=85). Melko tyytymättömiä oli 8,2 % (7) (n=85) ja erittäin tyytymättömiä 2,4 % (2) (n=85). Näytön keston oltiin pääasiassa erittäin tyytyväisiä 48,2 % (41) (n=85) tai melko tyytyväisiä 41,2 % (35) (n=85). Melko tyytymättömiä oli 9,4 % (8) (n=85) ja erittäin tyytymättömiä 1,2 % (1) (n=85). Miesten ja naisten näkökulmissa ei ollut merkittävää eroa. (ks. taulukko 1) OVV:n käyttämän hakulomakkeen täyttö miellettiin helpoksi 96,6 % (86) (n=89), ongelmia lomakkeen täytön kanssa oli 3,4 % (3) (n=89) vastaajista. Hakijat kokivat, että näyttäjä antoi hakulomakkeen täyttöön riittävästi aikaa 95,7 % (89) (n=93). Enemmän aikaa täyttämiseen olisi halunnut 4,3 % (4) (n=93) vastaajista.

	4= Erittäin tyytyväinen (Mies/Nainen)	3=Melko tyytyväinen (Mies/ nainen)	2=melko tyytymätön (Mies/nainen)	1= erittäin tyytymätön (Mies/nainen)	Vastaajien määrä (Mies/nainen)
asiantuntevuus	29,4/23,2 %	58,8/62,3 %	11,8/11,6 %	0/2,9 %	17/69
ymmärrettävyys	47,1/39,7 %	47,1/54,4 %	5,9/5,9 %	0/0 %	17/68
huomaavaisuus	47,1/47,1 %	52,9/39,7 %	0/10,3 %	0/2,9 %	17/68
näytön pituus	50 /47,8 %	37,5/42 %	12,5/8,7 %	0/1,4 %	16/69

Taulukko 1. Miesten ja naisten asiakastyytyväisyys asuntonäytöllä.

5.4 Vuokrasopimus ja jälkihoito

Vuokrasuhteen OVV:n kautta solmineet kokivat pääsääntöisesti, että vuokrasuhteen irtisanomisaika käytiin läpi riittävän tarkasti 84,1 % (53) (n=63). Tarkemmin irtisanomisaikaan olisi halunnut paneutua 15,9 % (10) (n=63) vastaajista. Ensimmäinen mahdollisen irtisanomispäivän oli sisäistänyt 66,7 % (42) (n=63) vastaajaa, kun 33,3 % (21) (n=63) olisi halunnut käydä kohdan tarkemmin läpi. Tarkka muuttopäivä oli käyty läpi enemmistön mielestä 79,4 % (50) (n=63) riittävän tarkasti. Lisää tarkkuuta vaati 20,6 % (13) (n=63) vastaajista. Tieto sallitaanko kotieläimet asunnossa, oli tuotu pääasiallisesti hyvin esiin 77,8 % (49) (n= 63). Tarkemmin kohdan olisi halunnut käydä läpi 22,2 % (14) (n=63) vastaajista. Vesimaksu oli käyty läpi riittävän tarkasti 79,4 % (50) (n=63) vastaajan mielestä. Tarkemmin asiaan olisi halunnut paneutua 20,6 % (13) (n=63) vastaajista. Vuokrasopimuksen läpikäyneet kokivat, että kotivakuutuksen edellyttäminen oli käyty läpi riittävän tarkasti 92,1 % (58) (n=63). Lisää tietoa tästä kohdasta olisi halunnut 7,9 % (5) (n=63) vastaajista. Vuokravakuuden toimittaminen oli kerrottu selkeästi 90,5 % (57) (n=63) vastaajista. Tarkempaa tietoa maksun toimittamisesta olisi halunnut 9,5 % (6) (n=63) vastaajista. Avainten nouto oli käyty läpi riittävän tarkasti 84,1 % (53) (n=63) vastaajan mielestä, tyytymättömiä kohdan läpikäymiseen oli 15,9 % (10) (n=63) vastaajista. Vastaajista 85, 5 % (53) (n=62) mielestä vuokrasopimus oli käyty kokonaisuutena

läpi riittävän tarkasti, tarkemmin sopimuksen olisi halunnut käydä läpi 14,5 % (9) (n=62) vastaajista. (ks. taulukko 2)

	Kyllä	Ei	Vastaajien määrä
irtisanomisaika	84,1 %	15,9 %	63
ensimmäinen mahdollinen irtisanomispäivä	66,7 %	33,3 %	63
tarkka muuttopäivä	79,4 %	20,6 %	63
mahdollisuus kotieläimiin	77,8 %	22,2 %	63
vesimaksun maksaminen	79,4 %	20,6 %	63
kotivakuutuksen edellyttäminen	92,1 %	7,9 %	63
vuokravakuuden maksaminen	90,5 %	9,5 %	63
avainten nouto	84,1 %	15,9 %	63
vuokrasopimus selitettiin riittävän tarkasti	85,5 %	14,5 %	62

Taulukko 2. Asiakkaiden tyytyväisyys vuokrasopimuksen läpikäyntiin.

OVV:n tarjoamista lisäpalveluista sähköpalvelun mielsi tärkeäksi 44,9 % (31) (n=69) ja erittäin tärkeäksi 30,4 % (21) (n=69). Vähän tärkeäksi tämän lisäpalvelun mielsi 14,5 % (10) (n=69) ja ei lainkaan tärkeäksi 10,1 % (7) (n=69). Vakuutustarjouksen koki tärkeäksi 43,3 % (29) (n=67) ja erittäin tärkeäksi 20,9 % (14) (n=67) vastaajista. Vähän tärkeäksi palvelun mielsi 23,9 % (16) (n=67) ja ei lainkaan tärkeäksi 11,9 % (8) (n=67) vastaajista. Kelan lomakkeiden tarjoaminen OVV:n puolesta koettiin tärkeäksi 41,2 % (28) (n=68) ja erittäin tärkeäksi 22,1 % (15) (n=68) vastaajan mielestä. Kyseinen palvelu miellettiin vähän tärkeäksi 22,1 % (15) (n=68) tai ei lainkaan tärkeäksi 14,7 % (10) (n=68) vastaajan mielestä.

5.5 Tyytyväisyys asiakaspalveluun

Kyselyyn vastanneista myöhemmin ongelmatilanteen vuoksi OVV:hen yhteydessä olleita oli 8,7 % (9) (n=104) vastaajista. Näistä tapauksista asuntoon liittyi 4,8 % (5) (n=104), sopimukseen 1,9 % (2) (n=104) ja muuhun syyhyn 3,8 % (4) (n=104). Asuntoon liittyviksi syiksi oli mainittu vesimittarin lukeminen, asuntoon ei ollut saatu näyttöä, aiemalle asukkaalle tulleet laskut, uunin korjaus, jälkisiivous ja asunnon kunto ei ollut vastannut odotuksia. Sopimukseen liittyen mainittiin väärä tilinumero ja yksityisnäyttö.

Muiksi syiksi mainittiin vuokravakuuden palauttaminen, vuokranmaksu, autopaikka ja sen avaimet sekä asuntovahdin ja toimeksiannon päättäminen. Suurimmalla osalla eli 88,5 % (92) (n=104) vastaajista ei ollut ollut tarvetta olla yhteydessä OVV:hen ongelmatilanteen vuoksi. Asianmukaista palvelua ongelmatilanteessa oli saanut 88,2 % (15) (n=17) vastaajista. Tyytymättömiä oli 11,8 % (2) (n=17) vastaajista. Syyksi tyytymättömyyteen mainittiin se, ettei OVV:lta oltu osattu neuvoa vesimittarin löytämiseen tarvittavaa tietoa. Vuokrasuhteesta irtisanoutumisen mieltä helpoksi 90,9 %:ia (30) (n=33) vastaajista, ongelmia irtisanomisen kanssa oli ollut 9,1 %:lla (3) (n=33) vastaajista. OVV:n kautta vuokrasuhteessa olleiden asuntojen uudelleen näyttämisen oli sujunut hyvin 95,2 % (20) (n=21), ongelmia oli 4,8 %:lla (1) (n=21) vastaajista. Ongelmaksi vastaaja mainitsi turhan näytön.

Kyselyn loppupuolella tiedusteltiin vastaajan tyytyväisyyttä asiakaspalveluun eri tilanteissa. Palvelun yleisarvosanaksi muotoutui melko tyytyväinen, tähän vaihtoehtoon päätyi 57,9 %:ia (62) (n=107) vastaajista. Erittäin tyytyväisiä oli 34,6 %:ia (37) (n=107), melko tyytymättömiä 5,6 %:ia (6) (n=107) ja erittäin tyytymättömiä 1,9 %:ia (2) (n=107) vastaajista. Asiakkaan huomiointiin oltiin pääosin melko tyytyväisiä 52,3 % (56) (n=107) tai erittäin tyytyväisiä 39,3 % (42) (n=107). Melko tyytymättömiä oli 4,7 %:ia (5) (n=107) ja erittäin tyytymättömiä 3,7 %:ia (4) (n=107) vastaajista. Palvelualttiuteen oltiin pääasiallisesti joko erittäin tyytyväisiä 44,9 % (48) (n=107) tai melko tyytyväisiä 44,9 % (48) (n=107). Melko tyytymättömiä oli 6,5 % (7) (n=107) ja erittäin tyytymättömiä 3,7 % (4) (n=107) vastaajista. Asiakkaalle varattuun aikaan vastaajista suurin osa oli joko melko tyytyväisiä 49,5 %:ia (52) (n=105) tai erittäin tyytyväisiä 42,9 %:ia (45) (n=105). Melko tyytymättömien osuus vastaajista oli 5,7 %:ia (6) (n=105) ja erittäin tyytymättömien 1,9 %:ia (2) (n=105). Asiantuntemukseen oltiin pääsääntöisesti melko tyytyväisiä 60 % (63) (n=105). Erittäin tyytyväisiä oli 27,6 % (29) (n=105), melko tyytymättömiä 10,5 % (11) (n=105) ja erittäin tyytymättömiä 1,9 % (2) (n=105) vastaajista. OVV:n reagointi nopeuteen oltiin joko erittäin tyytyväisiä 46,7 % (49) (n=105) tai melko tyytyväisiä 43,8 % (46) (n=105). Melko tyytymättömäksi reagointi nopeuden arvosteli 6,7 %:ia (7) (n=105) ja erittäin tyytymättömäksi 2,9 %:ia (3) (n=105) vastaajista.

OVV:n oikeudelliseen osaamiseen oltiin pääasiassa melko tyytyväisiä 56,9 % (58) (n=102). Erittäin tyytyväisten osuus vastaajista oli 30,4 %:ia, melko tyytymättömien 10,8 %:ia (11) (n=102) ja erittäin tyytymättömien 2 %:ia (2) (n=102). Yrityksen toimitiloihin

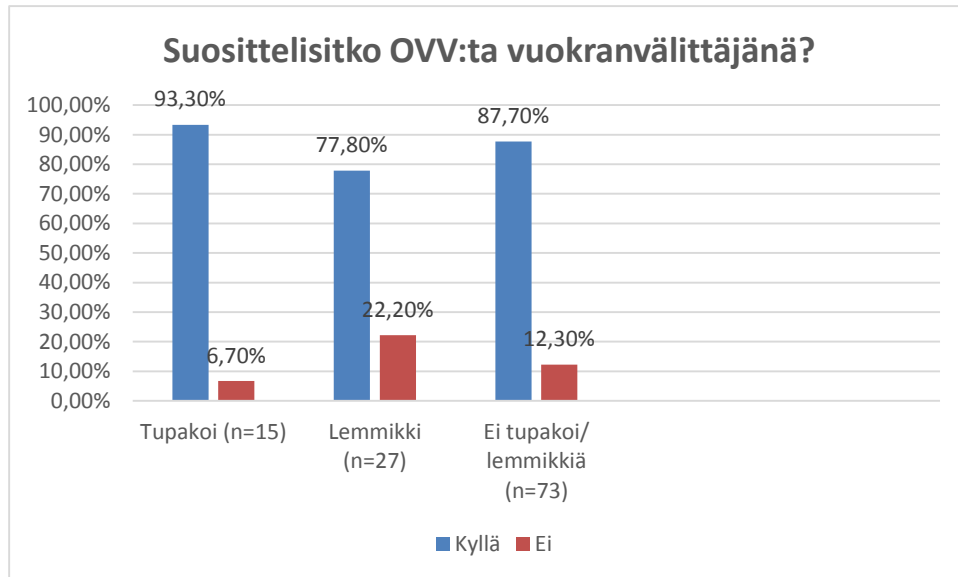
oltiin pääasiassa joko melko tyytyväisiä 58 % (58) (n=100) tai erittäin tyytyväisiä 40 % (40) (n=100). Melko tyytymättömiä oli 1 % (1) (n=100) ja erittäin tyytymättömiä 1 % (1) (n=100) vastaajista. OVV:n tarjoamaan puhelinpalveluun oltiin pääasiassa melko tyytyväisiä 55,9 % (57) (n=102). Erittäin tyytyväisten osuus vastaajista oli 40,2 %:ia (41) (n=102), melko tyytymättömien 2,9 %:ia (3) (n=102) ja erittäin tyytymättömien 1 %:ia (1) (n=102) Sähköpostipalveluun oltiin erittäin tyytyväisiä 55,8 %:ia (58) (n=104). Melko tyytyväisiä oli 35,6 % (37) (n=104) palvelua saaneista, melko tyytymättömiä 6,7 % ja erittäin tyytymättömiä 1,9 % (2) (n=104). OVV:n aukioloaikoihin vastaajat olivat pääosin joko melko tyytyväisiä 55,4 % (56) (n=101) sekä erittäin tyytyväisiä 40,6 % (41) (n=101). Melko tyytymättömiä oli 4 %: ia (4) (n=101) vastaajista. Erittäin tyytymättömiä ei ollut yhtään. Tutkimuksen perusteella miehille oli muodostunut parempi kuva, kuin naisille. (ks. taulukko 3)

	4= erittäin tyytyväinen (Mies/nainen)	3= melko tyytyväinen (Mies/nainen)	2=melko tyytymätön (Mies/nainen)	1=erittäin tyytymätön (Mies/nainen)	Vastaajien määrä (Mies/nainen)
palvelun yleisarvosana	50/30,6 %	40,9/62,4 %	9,1/4,7 %	0/2,4 %	22/85
asiakkaan huomiointi	54,5/35,3 %	40,9/55,3 %	4,5/4,7 %	0 /4,7%	22/85
palvelualttius	59,1/41,2 %	36,4/47,1 %	4,5/7,1 %	0 /4,7%	22/85
asiakkaalle varatun ajan riittävyys	59,1/38,6%	31,8/54,2 %	9,1/4,8 %	0/2,4 %	22/83
asiantuntemus	45,5/22,9 %	40,9/65,1 %	9,1/10,8 %	4,5/1,2 %	22/83
reagointinopeus	54,5/44,6 %	40,9/44,6 %	4,5/7,2 %	0/3,6%	22/83
oikeudellinen osaaminen	31,8/30 %	50/58,8 %	18,2/8,8 %	0/2,5 %	22/80
toimistotilat	59,1/34,6 %	36,4/64,1 %	4,5/0 %	0/1,3 %	22/78
puhelinpalvelu	54,5/36,2 %	40,9/60 %	4,5/2,5 %	0/1,2 %	22/80
sähköpostipalvelu	63,6/53,7 %	27,3/37,8 %	9,1/6,1 %	0/2,4 %	22/82
aukioloaika	61,9/35 %	33,3/61,3 %	4,8/3,8 %	0/0 %	21/80

Taulukko 3. Miesten ja naisten tyytyväisyys asiakaspalveluun.

Kyselyyn vastanneista saman asiakaspalvelijan kanssa halusi asioida 59,8 % (64) (n=107) ja lopuille 40,2 % (43) (n=107) tällä ei ollut väliä. Pääosa vastaajista eli 85,8 % (91) (n=106) mainitsi kyselyssä, että voisi suositella OVV:n tarjoamia vuokranvälityspalveluja muillekin. Osa vastaajista eli 14,2 % (15) (n=106) eivät kokeneet saatua palvelua sellaisena, että sitä voisi suositella eteenpäin. Positiiviseen kuvaan OVV:n tarjoamasta palvelusta johti muun muassa helppous ja nopeus, palvelun sujuvuus suhteessa muihin

kilpailijoihin, iloinen asiakaspalvelu sekä luettavuus. Kielteiseen kuvaan taas olivat johtaneet muun muassa välityspalkkioiden suuruus, palvelun tason vaihtelevuus, asuntoja tarjotaan usealle hakijalle sekä kommunikointiongelmia. Tupakoinnilla ja lemmikeillä ei ole merkittävää osuutta suositteluun. (ks. kuvio 4)



Kuvio 5. Tupakoinnin ja lemmikkien vaikutus OVV:n suositteluun.

5.6 Vapaa kommentointi

Kyselyn lopuksi vastaajilla oli mahdollisuus vapaaseen sanaan (Ks. Liite 4) 46 vastaajaa hyödynsi tämän mahdollisuuden. Vastaajat kommentoivat pääasiassa tyytyväisyyttään sekä tyytymättömyyttään OVV:n tarjoamaa palvelua kohtaan, tämän lisäksi lemmikkieläimet sekä välityspalkkion maksaminen mainittiin useamman vastaajan toimesta. Positiiviseen kokemukseen oli johtanut muun muassa nopea ja ystävällinen palvelu. Tämän lisäksi mainittiin hyvin laaditut asuntotiedot sekä asunnon saannin helppous. Eräs vastaaja oli saanut OVV:n kautta vuosien saatossa neljä eri asuntoa ja eikä hän nähnyt valittamisen tarvetta palvelun suhteen. Negatiiviseen kokemukseen vapaan kommentoinnin perusteella oli johtanut muun muassa asunnon saamismahdollisuudet, kalliit asunnot sekä välittäjän myöhästyminen näytöltä. Eräs vastaaja mainitsi palautteessaan työntekijöiden vaihtelevan ammattitaidon.

Asunnonhakijat kommentoivat palautteessaan lemmikkieläimien vaikutusta asunnonsaanti mahdollisuuksiin. Eräs vastaaja ihmetteli kuinka asuntoilmoituksissa mainittiin lä-

hes poikkeuksetta lemmikkikielto, hän kysyikin kommentissaan kannustavatko työntekijät vuokranantajaa päätymään tälle kannalle. Moni vastaaja kommentoi kokevansa OVV:n välityspalkkiot kalliiksi. Edellä mainittujen asioiden lisäksi vapaassa kommentoinnissa tuotiin ilmi OVV:n aukioloajat, jotka miellettiin hankalaksi. Liialliset asuntoilmoitukset. Pari henkeä toivotti onnea opintoihin.

6 Pohdinta

6.1 Tuloksien yhteenveto ja vertailu aiempaan tutkimukseen

Taustatietojen perusteella kyselyn yleisin täyttjä eli moodihenkilö oli naishenkilö (79,8 %) ja hän oli iältään 18–24 vuotias. Vuonna 2008 vastaajien sukupuolijakauma sekä ikäjakauma oli hyvin samankaltainen, sillä keskimääräinen vastaaja oli ollut tuolloin naishenkilö (66,2 %) ja iältään alle 25-vuotias (78,2 %). (Toivanen 2008. 19.) Yli puolet (55 %) vastaajista oli saanut asunnon OVV:n kautta, aivan kuten vuonna 2008:in (Toivanen 2008. 19) Vastaajista enemmistö haki asuntoa yksin (69,7 %), sama tilanne oli vuonna 2008 (59,3 %) (Toivanen 2008. 20) ja kohdeasuntona oli yksiö (71,6 %). Vuonna 2008 kohdeasuntona oli joko yksiö tai kaksio (Toivanen 2008. 23.) Suurin osa asunnonhakijoista ei tupakoi (85,3 %) eikä heillä ole lemmikkiä (74,3 %). Lemmikkien ja tupakoinnin suhteen tilanne oli hyvin samankaltainen vuonna 2008 (Toivanen 2008. 23) Kyselyyn vastanneet hakivat asuntoa melko tasaisesti ympäri vuoden. Vuodenajoista selvimmän erottui syksy (52,3 %), kesällä (42,2 %) ja keväällä (41,3 %) asuntoa hakevia oli lähes saman verran, talviaika on hiljaisin (36,7 %). Vuonna 2008 kesä (43,4 %) ja kevät (39,1 %) erottuivat selkeämmin syksystä (24 %) ja joulusta (21,5 %) (Toivanen 2008. 23.)

Vastaajat olivat löytäneet OVV:n tasaisesti joko kaverien kautta tai internetin välityksellä vuoden 2008 tapaan (Toivanen 2008. 24). Ensi kohtaaminen OVV:n kanssa tapahtuu enimmäkseen verkkosivuilla täytettävän toimeksiannon välityksellä, näin toimi lähes puolet vastaajista (48 %) jatkossa yhteyttä pidetään lähinnä sähköpostin tai puhelimen välityksellä OVV:n yhteystiedot ovat helposti saatavilla. OVV reagointi nopeutta pidettiin nopeana. Toimeksiannon ja hakuvahdin täyttäminen miellettiin helpoksi. Tilanne oli sama edellä mainittujen suhteen vuonna 2008. (Toivanen 2008. 24.)

OVV:n asuntoilmoituksia pidettiin enemmistön mielestä kattavina (71,3 %), puutteellisenä tiedot kokevat kaipasivat eniten asunnon kuvia (73 %). Edeltävässä tutkimuksessa lisätietoa kaipaavien (39 %) osuus suhteessa tyytyväisiin oli (37,5 %), tällöinkin lisätietoa oli kaivattu juuri kuvien muodossa. (Toivanen 2008. 29.) OVV:n järjestämille asuntonäytöille löydetään helposti ja näytöllä saadaan riittävästi tietoa asunnoista (77 %), lisätietoa

kaipaamaan jääneet olisivat halunneet tietoa tasaisesti autopaikoista, taloyhtiön rauhallisuudesta ja sen yhteistilojen sijainnista, taloyhtiön tulevista remonteista ja yhteistiljoen kunnosta sekä taloyhtiöön tehdyistä remonteista. Edeltävän tutkimukseen vastanneet eivät olleet yhtä tyytyväisiä näytöllä saatuun informaatioon, sillä tyytyväisten osuus oli tuolloin 50,1 % (Toivanen 2008. 29.) Asiakkaista enemmistö oli saanut puuttuvat tiedot myöhemmin (58 %). Suurin osa näytöllä käyneistä koki, että asunnon kunto vastasi etukäteisaineistoa. (87,4 %), aivan kuten vuonna 2008:in, jolloin ennakkotieto vastasi asunnon todellista tilannetta 81,9 %:in mielestä. (Toivanen 2008. 30.) Asuntonäyttäjän asiantuntevuuteen näyttötilanteessa oltiin pääasiassa melko tyytyväisiä (61,6 %). Yli puolet näytöllä olleista kokivat näyttäjän ymmärrettävyyden melko hyväksi (52,9 %), erittäin hyväksi ymmärrettävyyden mielsi (41,2 %) vastaajista. Näyttäjän huomioonotto-kyky miellettiin pääosin joko erittäin hyväksi (47,1 %) tai melko hyväksi (42,4 %). Edeltävän tutkimuksen yhteydessä asiakaspalvelu oli onnistunut hyvin (79,5 %) (Toivanen 2008. 31.) Näytön keston oltiin joko erittäin tyytyväisiä (48,2 %) tai melko tyytyväisiä (41,2 %). Vastaajat mielsivät hakulomakkeen täytön helpoksi ja sen täyttämiseen oli varattu riittävästi aikaa.

OVV käy vuokrasopimukset läpi asiakkaidensa kanssa enemmistön mielestä riittävän hyvin. (85,5 %). Tuloksia tarkasteltaessa seuraavat sopimuksen kohdat oli käyty läpi enemmistön mielestä hyvin: irtisanomisaika, tarkka muuttopäivä, lemmikkien sallittavuus, vesimaksu, kotivakuutus, vuokravakuuden toimittaminen ja avaimien nouto. Ensimmäisen mahdollisen irtisanomispäivä kerrottiin (66,7 %) mielestä hyvin ja lisätietoa kohdasta olisi halunnut (33,3 %) OVV:n tarjoamat lisäpalvelut miellettiin hyödyllisiksi. Sähkö- ja vakuustarjous miellettiin pääosin tärkeiksi kelalomakkeiden tapaan. Edellisessä tutkimuksessa 60,8 % vastaajista koki, että vuokrasopimus oli selitetty riittävän tarkasti, joten tällä saralla on kehitytty vuosien saatossa. Oheispalvelut miellettiin tuolloin 50,1 % mielestä erittäin tärkeiksi, 23,1 % piti tarjontaa jonkin verran tärkeänä. Tärkeimpänä pidettiin sähkö-sopimustarjoustusta (71,1 %) (Toivanen 2008. 31–32.)

Lähes kaikki vastaajat olivat välttäneet ongelmatilanteet prosessin aikana (88,5 %), sillä ongelmatilanteen vuoksi OVV:hen yhteydessä olleita oli 8,7 %:ia vastaajista ja nämä tilanteet oli hoidettu OVV:n puolelta asiallisesti. Vuonna 2008 ongelmatilanteen oli kohdannut suurempi joukko vastaajia, sillä 54,9 % oli selvinnyt läpi prosessin ilman ongelmia, tuolloinkin ongelmatilanteet oli hoidettu asianmukaisesti (88,2 %) (Toivanen 2008.

33.) OVV:n kautta irtisanominen miellettiin helpoksi ja irtisanoutuneiden asukkaiden asuntojen uudelleennäytöt oli järjestetty hyvin. OVV:n tarjoaman asiakaspalvelun yleisilmeeseen oltiin pääasiassa melko tyytyväisiä (57,9 %). Erittäin tyytyväisten tai melko tyytyväisten osuus jakaantui melko tasaisesti asiakkaan huomioinnin, asiantuntijuuden, oikeudellinen osaamisen, palvelualltiuden, asiakkaalle varatun ajan, reagointinopeuden, yrityksen toimitilojen, puhelinpalvelun, aukioloaikojen sekä sähköpostin suhteen. Yli puolet haluaa asioida saman asiakaspalvelijan kanssa (59,8 %). Enemmistö hakijoista (85,8 %) suosittelisi OVV:n tarjoamia palveluja eteenpäin. Positiiviseen kuvaan ovat joh-taneet muun muassa nopeus, helppous sekä luetettavuus. Edellisen tutkimuksen aikaan saman asiakaspalvelijan kanssa asioimista pidettiin vähemmän tärkeänä, sillä 36,8 % vas-taajista olisi halunnut asioida saman asiakaspalvelijan kanssa mahdollisimman paljon. Yleisarvosanaksi OVV sai tuolloin asteikolla yhdestä viiteen, 58 % päätyi neloseen ja viitoseen 14,8 %. Palvelun yleisilmeeseen oltiin tuolloinkin enemmistön mielestä tyyty-väisiä (82,2 %) Erityisen hyvänä tuolloin pidettiin ystävällisyyttä, nopeutta, asiantunte-vuutta, huomaavaisuutta sekä henkilökohtaista palvelua. Tyytymättömyyttä aiheutti asi-antuntemus, toimeksianto- ja asunnonhakuheitojen selvittäminen, tämän lisäksi osa vas-taajista mainitsi, ettei heitä kohdeltu tasapuolisesti suhteessa vuokranantajaan. Myös tuol-loin enemmistö olisi suositellut OVV:tä vuokranvälityspalveluja eteenpäin. (88,9 %) (Toivanen 2008. 33–35.)

Vapaan kommentoinnin puolella asiakkaat kommentoivat pääosin samoja asioita, joita oli kommentoitu edellisen tutkimuksen yhteydessä vuonna 2008. Yhtäläisyytenä voi nähdä esimerkiksi välityspalkkion mieltämisen liian suureksi. Positiivista palautetta an-nettiin samoista asioista, näitä olivat muun muassa nopeus, tehokkuus ja ystävällisyys. Eroavaisuutena vuosien välillä voi nähdä kotieläimet, sillä edeltävän tutkimuksen yhtey-dessä niitä ei mainittu niin useasti kuin kyseisessä tutkimuksessa, vaikka vapaita kom-mentteja oli annettu tuolloin huomattavasti enemmän. (Toivanen 2008. Liite 6.)

6.2 Tutkimuksen luetettavuus, objektiivisuus sekä eettisyys

Tutkimuksen vastausprosentiksi muotoutui 11,6 %, joka on internettutkimuksille tyypil-listä tasoa Paremmiin kohdentamalla tutkimuksen vastausprosentti voi nousta 30 %:in luokkaan. (Kananen 2014. 167). Pyrin takaamaan kyselyn objektivisuuden asettumalla puhtaasti tutkijan asemaan ja koinikin onnistuvani siinä hyvin, vaikka olenkin työskennel-

lyt OVV:lla useamman kuukauden ajan. En ollut missään vaiheessa työtä yhteydessä yhteenkään vastaajaan, tämän lisäksi tutkijan osuus tuloksien muovautumiseen pyrittiin minimoimaan suunnittelemalla kysely siten, ettei tutkija ohjaile vastaajaa kysymysasette- lulla tai pakota vastaajaa vastaamaan kysymyksiin, joihin hän ei pysty vastaamaan. Koen, että tutkimus on eettiseltä kantilta tarkasteltuna toteutettu hyvin, sillä säilytin vastaajien sähköpostiosoitteita huolellisesti ja ne poistettiin välittömästi tutkimuksen valmistuttua. Tutkimukseen osallistuneet henkilöt säilyttivät anonyymiutensa koko tutkimusprosessin ajan, tuloksia ei voi yhdistää yksittäisiin henkilöihin. Säilytin tutkimustulokset Typala- palvelimella salasanalla suojattuna, joten vain minä pääsin käsiksi tutkimustuloksiin prosessin aikana.

Tuloksia analysoitaessa pyrin erityiseen huolellisuuteen, tarkastamalla saadut tulokset sekä esittämäni tulokset useampaan kertaan. Tutkimustulokset onkin purettu lukijan tarkasteltavaksi sekä prosentti, että vastaajamäärällä ilmaistuna, tämän lisäksi tuloksista käy ilmi, mikä on ollut kokonaisvastaajamäärä yksittäisissä kysymyksissä. Tutkimukseen liit- tyneen arvonnin voittajalle tieto ilmoitettiin henkilökohtaisesti ja hänen nimeään ei tuotu missään vaiheessa julki. Tutkimuksen validiteettia eli vastaavuutta ja pätevyyttä arvioita- essa validiteetin voidaan ajatella olevan hyvällä tasolla, sillä kyselyyn vastanneet olivat oikeaa kohderyhmää eli asunnonhakijoita, ja he pystyivät vastaamaan kyselyssä kaikkiin kysymyksiin. Tutkimustuloksia läpikäydessä ei ollut havaittavissa, että joku vastaaja olisi vastannut tutkimukseen tahallaan väärin. Tutkimus toteutettiin puolueettomalla Typala ohjelmistolla, ja tuloksia hyödynnetään OVV:n asiakkaiden sen hetkisen näkemyksien tarkasteluun sekä mahdollisiin korjaustoimenpiteisiin. Kyselyn validiteetin takaamiseksi kyselyn kysymykset laadittiin siten, että ne vastaavat tutkimusongelmaa. Tutkimuksen reliabiliteetti eli luotettavuus oli hyvällä tasolla, sillä kyselylomake laadittiin huolellisesti ja sitä testattiin useampaan otteeseen. Ongelmallisiksi havaitut kysymyksiä muotoiltiin uusiksi siten, että vastaajan helpompi ymmärtää sekä vastata niihin. Kirjoitin tutkimuksen teoriapuolen omin sanoin luetettavien lähteiden pohjalta, viittaamalla selkeästi lähteisiin, joten oma mielipide ei näy teoriapuolella.

6.3 Johtopäätökset ja kehitysideat

Tuloksien perusteella voidaan todeta, että OVV asuntopalveluiden Joensuun toimipiste palvelee asunnonhakijoita asianmukaisesti prosessin eri vaiheissa, sillä tutkimustulokset ovat pääsääntöisesti positiivissävytteisiä ja 85,8 % suosittelisikin palvelua eteenpäin.

OVV:n välitysprosessin toimivuudesta kertoo, myös ongelmatilanteiden vähyys ja syntyneet ongelmatilanteet hoidetaan hyvin. Suosittelemme onkin tutkimuksen mukaan yksi merkittävimmistä tekijöistä uusasiakashankinnassa. OVV:n tulee jatkossakin panostaa pehmeisiin arvoihin uusia vuokralaisia tavoiteltaessa, täten on erityisen tärkeää, että jokainen asiakas huomioidaan asianmukaisella tavalla, sillä tämä kyseinen asiakas voi olla palvelun mahdollinen mainostaja niin hyvässä, kuin pahassa. Kaverien kautta kuullun palautteen ohella vastaajat löysivät OVV:n palvelut Internetin välityksellä, joka ei ole ihme tämän päivän teknologisoituvassa maailmassa. Internetin välityksellä palvelun löytäneet mainitsivat useassa tapauksessa tiedon etsintä lähteekseen hakukone Googlen. OVV:n kannattaisikin miettiä voitaisiinko potentiaalisia hakijoita tavoittaa vielä enenemissä määrin hyödyntämällä hakukone optimointia. Löytyisikö OVV:lle lisää otollisia verkkosivuja joissa olisi hyvä olla esillä uusien asiakkaiden tavoittamiseksi?

Perinteisen lehtimainonta ei tavoittanut vastaajia kovin hyvin, joka johtuu todennäköisemmin nuorehkoista asiakaskunnasta. Lehtimainontaa tehostamalla voitaisiin tavoittaa lisää asunnonhakijoita, mutta olisiko se järkevää kustannuksia ajatellen? Lehtimainonta on tänä päivänä kallista ja se ei tavoita OVV:n tapauksessa läheskään yhtä tehokkaasti asunnonhakijoita, kuin Internet mainonta, sama suuntaus oli jo nähtävissä vuonna 2008:in edeltävän tutkimuksen tuloksien perusteella. Tutkimustuloksien perusteella asunnonhakijat etsivät OVV:n kautta pääasiassa yksioita. Olisiko välitettävien yksioiden määrää mahdollista kasvattaa esimerkiksi korostamalla mainoksissa vuokranantajille yksioiden menekkiä?

OVV on parantanut vuosien saatossa tiedotustaan vapaista kohteistaan, sillä pääosa kyselyn vastaajista mielsi tiedot riittävän kattaviksi. OVV antaa asuntojen kunnosta realistisen kuvan. Suurimpana puutteena pidettiin kuvien uupumista. Kuviin panostamalla tyytyväisyysastetta saataisiin nostettua entisestään. Asuntonäytöt sujuvat vastaajien mukaan pääasiassa hyvin, joskin asiantuntevuuteen oltiin joissakin tapauksissa melko tyytyväisiä. Tätä osa-aluetta pystyttäisiin kehittämään perehtymällä kohteeseen ennakkoon paremmin. Asuntoesittelijä järjestää näyttönsä selkeästi ja näytöllä olijat huomioidaan asianmukaisesti. Tämä on hyvä merkki, sillä hyvä palvelu takaa useimmiten pidempikestoisia asiakkaita ja asiakasmäärän lisääntymistä. OVV:n käyttämät lomakkeet ovat toimivia, sillä vastaajat mielsivät niiden täyttämisen helpoksi, niin palvelunkäyttäjäksi rekisteröityessä, kuin asuntoa hakiessa. Vuokrasopimukset käydään läpi selkeästi, eikä vuokralaiselle jää

useimmiten kysyttävää, ainoastaan irtisanomisajankohtaan tulisi kiinnittää lisähuomiota. Vuokrasopimuksien läpikäynnissä on kehitytty vuosien saatossa, sillä tyytyväisyysaste oli parempi tässä tutkimuksessa, kuin edeltävän tutkimuksen yhteydessä. OVV:n kannattaa tarjota myös jatkossa oheispalveluja, sillä asiakkaat mieltävät ne tarpeellisiksi.

Tarkasteltaessa OVV:n tarjoamaa asiakaspalvelua eri tilanteissa, voidaan sen todeta vastaavan pääasiassa vastaavan asiakkaan odotuksia, aivan kuten yrityksen toimitilojen ja aukioloaikojenkin. Vapaissa kysymyksissä vastaajat toivat ilmi tyytymättömyyttään välityspalkkioihin sekä lemmikkeihin suhtautumiseen. Kilpailuedun tavoittelu välityspalkkioilla ei ole kestävä, sillä se on pois yrityksen tuloksesta. Voitaisiinko välityspalkkio tuoda esille eri lailla, jotta sitä ei mielletäisi niin kalliiksi. Tyytymättömyys pohjautuu todennäköisesti välityspalkkion lisäksi siihen yhdistyvään takuuvuokraan sekä ensimmäisen kuun vuokraan, jotka muodostavat yhdessä kalliin kokonaisuuden vuokralaisen näkökulmasta tarkasteltuna. Moni asunnonhakija ihmettelee vuokranantajien lemmikkikieltoa, voitaisiinko vuokranantajien suhtautumista lemmikkeihin muokata positiivisempaan suuntaan kertomalla heille entistä selvemmin kokemuksista lemmikkien suhteen sekä vuokralaisen vastuusta lemmikkien suhteen. Toiselta kantilta tarkasteltuna lemmikit voivat aiheuttaa allergiahaittoja ja tuhoja asunnossa, joten lemmikkikielteisyys on lopulta aina vuokranantajan valinta.

Vaikka OVV hoitaakin työnsä asunnonhakijoiden kanssa mallikkaasti, niin yrityksen ei tule jäädä hyvän olon vangiksi, vaan toimintaa tulee pyrkiä kehittämään entistä asiakaslähtöisempään suuntaan, sillä asiakkaat ovat toimivan yrityksen perusta. Työntekijöiden on hyvä sisäistää kuinka palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys muodostuvat, ja millä keinoilla näitä tekijöitä voidaan johtaa. Vertailu aiempaan tutkimukseen osoittaa, että OVV on pystynyt kehittämään palveluaan vuosien saatossa, tätä suuntausta tulisi noudattaa jatkossakin.

6.4 Opinnäytetyön teko ja tutkimuksien jatko

Omasta näkökulmasta tarkasteltuna opinnäytetyönteko sujui hyvin. Olen tyytyväinen tehtyyn työhön ja koen, että se hyödyttää yrittäjää jatkossa. Opinnäytetyön haastavimpana osuutena pidin laajan asiakokonaisuuden hallintaa ja tutkimuspuolella taulukoiden muodostamista. Aikataulullisesti tarkasteltuna tutkimuksen olisi voinut toteuttaa nopeammin.

Opinnäytetyön keskeisin opetus oli asiakastyytyväisyystutkimukseen vaadittavien työvaiheiden sisäistäminen. Teoriapuolen myötä tajuan nyt paremmin, kuinka asiakastyytyväisyys sekä palvelun laatu muodostuu ja kuinka nämä kaksi tekijää kohtaavat toisensa. Lisäksi opin uutta asiakastyytyväisyyden johtamisesta ja asiakasymmärryksestä. Olisin toivonut tutkimukseen suurempaa vastaajajoukkoa, mutta valitettavasti vastausprosentti jäi internetkyselyille tyypilliselle tasolle. Työn teon mielsin pääasiassa mukavaksi, joskin välillä motivaation kanssa oli ongelmia. Työ antoi minulle jatkoa ajatellen paljon uutta ajateltavaa sekä uudenlaisia valmiuksia omaan osaamiskenttään.

OVV asuntopalveluiden kannattaa jatkossakin toteuttaa asiakastyytyväisyystutkimuksia, sillä asiakasymmärrys on keskeinen tekijä yrityksen menestystä luotaessa. Tutkimuksia voisi suorittaa nykyistä useammin, jotta asiakkaiden ajatuksista oltaisiin paremmin perillä. Uutena tutkimuksena voitaisiin toteuttaa vuokranantajien sekä asunnonhakijoiden tyytyväisyyden mittaamisen lisäksi tiedustelemalla ulkomaalaisten asiakkaiden mielipidettä tarjottuun palveluun, sillä nykyiset tutkimukset on toteutettu puhtaasti suomen kielellä.

Lähteet

- Arantola, H & Simonen, K. 2009. Palvelemisestä palveluliiketoimintaan. Asiakasymmärrys palveluliiketoiminnan perustana. Tekes http://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelemisesta_palveluliiketoimintaan.pdf. 13.2.2015
- Ciotti, G. 2013. The 7 best ways to gather customer feedback. Help Scout. <http://www.helpscout.net/blog/customer-feedback/>. 11.3.2015
- Grönroos, C. 2007. Service management and marketing. Customer management in Service Competition. John Wiley & sons, Ltd: West Sussex England
- Haapaniemi, E.2014. Vuokranantaja-asiakkaiden mielipiteitä asuntopalvelusta. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.
- Holopainen, R.2014. Asiakastyytyväisyystutkimus Joensuun Gigantille. Karelia – ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/73534/Holopainen_Roope.pdf?sequence=1
- Hurula, C.2014. Espoo Blues Asiakastyytyväisyyskysely 2014. Laurea – ammattikorkeakoulu. Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma. Opinnäytetyö https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/84032/Hurula_Camilla.pdf?sequence=1
- Informatumresearch. 2015. Asiakastyytyväisyystutkimus – Kokenut tutkija kuuntelee asiakasta tarkalla korvalla <http://www.informatumresearch.fi/tutkimus/asiakastyytyvaisyystutkimus/>. 14.2.2015
- Jaakkola, E, Orava, M & Varjonen, V. 2009. Palvelun tuotteistamisesta kilpailuetua. Opas yrityksille. Tekes http://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelujen_tuotteistamisesta_kilpailuetua.pdf.10.2.2015
- Kaakkolampi, E.2009. Markkinointikanavatutkimus Tampereen Opiskelijoiden Vuokranvälitykselle. Tampereen ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/9007/Kaakkolampi.Elina.pdf?sequence=2>
- Kainulainen, M.2014. Kriisiraja jo puhki? ”ihmisiä rangaistaan vuokraamisesta”. Taloussanomat. <http://www.taloussanomat.fi/asuminen/2014/12/19/kriisiraja-jo-puhki-ihmisia-rangaistaan-vuokraamisesta/201417415/310>. 2.1.2015
- Kananen, J. 2014. Verkkotutkimus opinnäytetyönä. Laadullisen ja määrällisen verkkotutkimuksen opas. Jyväskylä: Suomen Yliopistopaino Oy
- Kanerva, A & Kuhanen, P. 2011. Laki asuinhuoneiston vuokrauksesta. Helsinki: Kiinteistöalan kustannus Oy
- Keskinen, K & Lipiäinen J. 2013. Asiakkaan matkassa tuotekeskeisyydestä symbioosiretegiaan. Liettua: Balto print
- Korhonen, R.2014. Asiakastyytyväisyyttä prosesseja kehittämällä – Asiakastyytyväisyystutkimus OVV Asuntopalvelut Joensuulle. Karelia -ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. <https://www.theseus.fi/handle/10024/78127>
- Kukkonen, M & Rätty, M. 2007. Opiskelijoiden Vuokravälityksen kilpailijoiden analysointi. Pohjois-Karjalan Ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

- KVKL. 2015 Hyvä vuokravälitystapa ohje
http://www.kvkl.fi/hyvavuokravälitystapa_ohje.html. 23.1.2015
- Laakso, L. 2014. Vuokranantaja: näin löydät ja pidät vuokralaisen. Kauppalehti
<http://www.kauppalehti.fi/uutiset/vuokranantaja-nain-loydat-ja-pidat-vuokralaisen/jEZ9Vqg2>. 13.2.2015
- Laitinen, A. 2008. Opiskelijoiden vuokravälityksen palveluprosessin kehittäminen. Pohjois- Karjalan ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.
- Laki asunhuoneiston vuokrauksesta 31.3.1995/481
<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1995/19950481>. 11.1.2015
- Lahtinen, J & Isoviita, A. 2004. Markkinoinnin perusteet. A 5 Reppopalvelu Oy: Tampere
- Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Kariston Kirjapaino Oy: Hämeenlinna
- Leppä, V.2012. Pehdyttämispäivä OVV Asuntopalveluille. Karelia -ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö
<https://www.theseus.fi/handle/10024/54029>
- Logistiikan Maailma. 2015. Laatu yrityksissä.
http://www.logistiikanmaailma.fi/wiki/Laatu_yrityksiss%C3%A4. 12.2.2015
- Lukin, S. 2014. Lopputyöhön. Heikki.Harinen@edu.karelia.fi.31.12.2014
- Lukin, S. 2015. Asunnonhakijoiden vuokravälityksen prosessikuvaus. 12.3.2015
- Mutikainen, M. 2013. Palveluprosessit näkyviksi: prosessikuvaukset palvelujen tuotteistamisen tukena. Ramboll.
<http://videonet.fi/tekes/2013bootcamp/6/mutikainen.pdf>. 12.2.2015
- Nevala, T., Palo, M., Siren, M. & Haulos, S. 2010. Kiinteistönvälittäjän käsikirja. Helsinki: Yliopistopaino
- OVV Asuntopalvelut 2015. Asunnonhakijalle
<https://www.ovv.com/asunnonhakijalle/>. 2.1.2015
- OVV Asuntopalvelut 2015. Joensuu
<https://www.ovv.com/toimipisteemme/joensuu/>. 2.1.2015
- OVV Asuntopalvelut.2015. OVV:n tarina
<https://www.ovv.com/ovv/>. 2.1.2015
- OVV Asuntopalvelut 2015. Toimeksiantosopimus
[https://www.ovv.com/asunnonhakijalle/toimeksiantosopimus/OVV asuntopalvelut 2015. Vuokrantajalle](https://www.ovv.com/asunnonhakijalle/toimeksiantosopimus/OVV_asuntopalvelut_2015_vuokrantajalle)
<https://www.ovv.com/vuokranantaja/>. 2.1.2015
- Pohjois-Karjala. 2015. Vuokra-asunnot Joensuu
<http://www.pohjoiskarjala.com/kunnat/joensuu/joensuun-vuokra-asunnot.5.2.2015>
- Ronkainen, S & Karjalainen, A.2008. Sähköä kyselyyn! Web-kysely tutkimuksessa ja tiedonkeruussa. Lapin yliopisto. Lapin yliopiston menetelmätieteiden laitoksen tutkimuksia 1. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino
- Rope, T. 2005. Suuri markkinointikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy
- Rope, T & Pöllänen, J.1998. Asiakastytyväisyysjohtaminen. WSOY-Kirjapainoyksikkö: Juva
- Saastamoinen, A. 2006. Palvelun laatu Opiskelijoiden Vuokravälityksessä. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö.
- Selin, E & Selin, J.2005. Kaikki on kiinni asiakkaasta, avaimia asiakasrajapintojen hallintaan. Pieksämäki: RT-Print Oy

- Sintonen, S. 2003. Onnistunut kyselytutkimus Internetissä. Tampere: Tampereen Yliopisto-paino Oy
- Tilastokeskus.2013. Joensuu
<http://www.stat.fi/tup/kunnat/kuntatiedot/167.html>. 5.2.2015
- Tilastokeskus 2015. Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot
<https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/01/07/>. 14.2.2015
- Toivanen, T. 2008. Opiskelijoiden vuokranvälityksen asunnonhakijoiden tyytyväisyys palveluprosessiin. Karelia – ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutus-ohjelma. Opinnäytetyö.
- Tutkimuseettinen neuvottelulautakunta. 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa
http://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf. 14.2.2015

Liite 1. Saate asunnonhakijoille



Asiakastyytyväisyystutkimus asunnonhakijoille

Hyvä vastaanottaja,

Opiskelen Karelia-ammattikorkeakoulussa liiketaloutta, ja teen opinnäytetyönäni asiakastyytyväisyystutkimusta Joensuun OVV Asuntopalveluiden asunnonhakijoille. Tutkimuksen on määrä selvittää asiakkaan tyytyväisyyttä tarjottuun palveluun prosessin eri vaiheissa. Tutkimustuloksien avulla OVV Asuntopalvelut pystyy kehittämään palveluprosessiaan entistä asiakaslähtöisempään suuntaan.

Kyselyyn vastataan anonyymisti. Vastajaan henkilöllisyyttä ei tuoda ilmi missään vaiheessa opinnäytetyötä tai tutkimusprosessia. Kysely on avoinna 3.11.2014-12.11.2014 välisenä ajanjaksona. Kyselyn tuloksia pääset tarkastelemaan työn valmistuttua viimeistään tammi-helmikuussa 2015. Löydät valmiin opinnäytetyön Theseuksesta nimikkeellä Asiakastyytyväisyystutkimus asunnonhakijoille.

Kyselyyn vastaaminen tapahtuu ohessa olevan linkin välityksellä, linkki ohjaa sinut Typala- kyselypalvelimelle luotuun tutkimukseen. Kyselyyn vastaaminen vie aikaasi noin viidestä kymmeneen minuuttia. Jokainen vastaus on tärkeä!

Käythän tykkäämässä Joensuun OVV Asuntopalveluiden Facebook sivuista, näin osallistut arvontaan, jossa voit voittaa kaksi kappaletta elokuvalippuja sekä elokuvaherkut Tapio elokuvateatteriin. Arvonta suoritetaan joulukuun 2014 aikana.

Mikäli sinulle heräsi kysymyksiä kyselyyn liittyen, tavoitat minut oheisesta sähköpostiosoitteesta: Heikki.Harinen@edu.karelia.fi

Linkki kyselyyn:

<http://typala.ncp.fi:80/typala/p.do?id=NdoRN0dw6u>

Linkki arvontaan (Vaatii rekisteröitymisen Facebookiin):

<https://www.facebook.com/pages/OVV-Asuntopalvelut-Joensuu/199416936788471?fref=ts>

Kiitos jo etukäteen!

Parhain terveisin,
Heikki Harinen

Liite 2. Kysely asunnonhakijoille

Hyvä vastaaja,

Huomioithan, että osaan kyselyn kysymyksistä vaaditaan vastaus. Mikäli vastaus jää uupumaan ohjelmisto huomauttaa puuttuvasta vastauksesta. Voit ohittaa kyselyssä ne kohdat, jotka eivät kosketa sinua jättämällä vastaamatta niihin.

Osasta kysymyksiä löytyy valintavalikon lisäksi myös vapaa tekstilaatikko. Rohkaisenkin sinua käyttämään tätä vapaata tilaa tarkentaaksesi vastaustasi.

Ystävällisin terveisin, Heikki Harinen

Taustatiedot

1. Olen:

mies

nainen

2. Minkä ikäinen olet?

alle 18

18-24

25-30

yli 30

3. Oletko joskus saanut asunnon OVV:n kautta?

Kyllä

En

Olen parhaillaan asunnonhakijana

4. Muuttavien henkilöiden lukumäärä:

1

2

enemmän kuin 2

5. Minkä kokoista asuntoa haet/hait? (Voit valita yhden/useamman vaihtoehdon)

- solu
- yksiö
- kaksio
- kolmio tai isompi

6. Tupakoitko?

- Kyllä
- En

7. Onko sinulla lemmikkejä?

- Kyllä
- Ei

8. Haen/hain asuntoa (Voit valita yhden/useamman vaihtoehdon):

- keväällä (maalis-toukokuussa)
- kesällä (kesä-elokuussa)
- syksyllä (syys-marraskuussa)
- talvella (joulu-helmikuussa)

Markkinointi

9. Mistä kuulit OVV:stä? (Voit valita yhden/useamman vaihtoehdon)

- kaverilta
- flyeristä
- messuilta
- ainejärjestön julkaisusta
- koululla olevasta julisteesta

lehdestä, mistä lehdestä?

internetistä, miltä verkkosivulta?

muualta, mistä?

10. Mitä kautta otit ensimmäisen kerran yhteyttä OVV:hen?

- kävin toimistolla
- puhelimitse
- sähköpostilla
- tein toimeksiannon verkkosivuilla
- tein hakuvahdin verkkosivuilla

11. Mikä oli/on tärkein keino pitää yhteyttä OVV:hen?

- käynti toimistolla
- puhelin
- sähköposti
- en ottanut uudestaan yhteyttä

12. Löysin OVV:n yhteystiedot helposti?

- Kyllä
- En

13. Yhteydenottooni reagoitiin nopeasti?

- Kyllä
- Ei

14. Toimeksianto oli helppo täyttää?

- Kyllä
- Ei
- En ole täyttänyt toimeksiantoa

15. Hakuvahti oli helppo täyttää?

- Kyllä
- Ei
- En ole täyttänyt hakuvahtia

Tiedot asunnoista

16. Oliko lähetetyistä asunnoista riittävästi tietoa?

- Kyllä (Siirry kysymyksen 17 ohi)
- Ei, seuraavat tiedot uupuivat (Vastaa kysymykseen 17)

17. Lähetetystä asunnosta uupuneet tiedot?(Voit valita yhden/useamman vaihtoehdon)

- kuvat asunnosta
- tieto vapaista autopaikoista
- taloyhtiön tehdyt remontit
- taloyhtiön tulevat remontit
- taloyhtiön yhteisten tilojen kunto
- matka palveluihin
- asunnon kunto
- asuntoon tehtävät remontit
- muuta, mitä?

Asunnon näyttö

18. Asuntonäytölle oli helppo löytää?

- Kyllä
- Ei, miksei?
- En ole vielä käynyt yhdelläkään asuntonäytöllä (Siirry kysymyksien 19-25 ohi)

19. Sain näytöllä riittävästi informaatiota asunnosta?

- Kyllä (Siirry kysymyksen 20 ohi)
- En, mitä uupui? (Vastaa kysymykseen 20)

20. Näytöllä uupuneet tiedot?(Voit valita yhden/useamman vaihtoehdon)

- tieto vapaista autopaikoista
- taloyhtiön tehdyt remontit
- taloyhtiön tulevat remontit
- taloyhtiön yhteisten tilojen kunto
- taloyhtiön yhteisten tilojen sijainti
- taloyhtiön rauhallisuus
- asunnon vapautuminen
- muuta,mitä?

21. Mikäli et saanut asunonäytöllä tarvittavaa informaatiota asunnosta, ilmoitettiinko se sinulle myöhemmin?

- Kyllä
- Ei

22. Asunnon kunto vastasi etukäteistietoa?

- Kyllä
- Ei

23. Miten tyytyväinen olit asiakaspalveluun näyttötilanteessa?

	4= Erittäin tyytyväi- nen	3=Melko tyytyväi- nen	2=melko tyytymä- tön	1= erittäin tyytymä- tön
asiantuntevuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ymmärrettä- vyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
huomaavaisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
näytön pituus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. Asunnon hakulomake oli helppo täyttää?

Kyllä

Ei

25. Asunnon hakulomakkeen täyttämiseen annettiin riittävästi aikaa?

Kyllä

Ei

Vuokrasopimus

26. Koitko, että seuraavat kohdat käytiin läpi riittävän tarkasti vuokrasopimuksia tehdessä?(Mikäli et ole käynyt läpi vuokrasopimuksia siirry kysymykseen 28)

	Kyllä	Ei
irtisanomisaika	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ensimmäinen mahdollinen irtisanomispäivä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
tarkka muuttopäivä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mahdollisuus kotieläimiin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vesimaksun maksaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kotivakuutuksen edellyttäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vuokravakuuden maksaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
avainten nouto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vuokrasopimus selitettiin riittävän tarkasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. Kuinka tärkeäksi koet seuraavat OVV:n tarjoamat lisäpalvelut?

	4=erittäin tärkeä	3=tärkeä	2=vähän tärkeä	1=ei lainkaan tärkeä
sähkötarjous	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
vakuutustarjous	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
kelan lomakkeet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jälkihoito

28. Oletko ollut yhteydessä OVV:hen myöhemmin ongelmatilanteessa?

- Kyllä, miksi?
- asuntoon liittyen
- sopimukseen liittyen
- muu syy, mikä?
- Ei ole ollut tarvetta (Siirry kysymykseen 30)

29. Sain ongelmatilanteessa asianmukaista palvelua?

- Kyllä, miksi?
- Ei, miksen?

30. Vuokrasopimuksen irtisanominen oli helppo tehdä?
(Mikäli et ole irtisanoutunut siirry kysymykseen 31)

- Kyllä
- Ei, miksei?

31. Asuntoani edelleen näyttäminen uusille vuokralaisehdokkaille sujui hyvin?(Mikäli asuntoasi ei ole näytetty siirry kysymykseen 32)

- Kyllä
- Ei, miksei?

Tyytyväisyys asiakaspalveluun

32. Kuinka tyytyväinen olit OVV: n tarjoamaan asiakaspalveluun seuraavissa tilanteissa?

	4= erittäin tyytyväinen	3= melko tyytyväinen	2=melko tyytymätön	1=erittäin tyytymätön
palvelun yleisarvosana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
asiakkaan huomiointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
palvelualttius	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
asiakkaalle varatun ajan riittävyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
asiantuntemus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
reagointinopeus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
oikeudellinen osaaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

toimistotilat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
puhelinpalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sähköpostipalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
aukioloaika	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

33. Haluatko asioida saman asiakaspalvelijan kanssa koko ajan?

Kyllä

En

34. Suositteletko OVV:ta vuokranvälittäjänä?

Kyllä, miksi?

Ei, miksen?

35. Sana on vapaa

Suuri kiitos vastauksistasi!

Muistathan osallistua elokuvalippujen arvontaan!

Liite 3. Terhi Tolvasen kysely asunnonhakijoille

Kyselylomake

Liite 1

1 (5)

Kysely asunnonhakijoille (Joensuu)**OPISKELIJOIDEN
VUOKRAVALITYS****Taustatiedot**

- 1 Oletko joskus saanut asunnon Ovv:n kautta?
 kyllä
 en (hyppää kysymysten 27–31 yli)
 olen parhaillaan asunnonhakijana (hyppää kysymysten 27–31 yli)
- 2 Olen: mies nainen
- 3 Minkä ikäinen olet? alle 18 18-24 25-30 yli 30
- 4 Muuttavien henkilöiden lukumäärä: 1 2 enemmän kuin 2
- 5 Minkä kokoista asuntoa haet/hait? solu yksiö kaksio
kolmio tai isompi
- 6 Tupakoitko? en kyllä
- 7 Onko sinulla lemmikkejä? en kyllä
- 8 Olen: opiskelija työssäkäyvä muu
- 9 Haen/hain asuntoa: keväällä (maalis-toukokuussa) kesällä (kesä-elokuussa)
syksyllä (syys-marraskuussa) talvella (joulu-helmikuussa)

Sivunvaihto**Markkinointikanavat**

- 10 Mistä kuulit Ovv:stä?
 kaverilta
 lehdestä, mistä lehdestä? _____
 netistä
 radiosta
 ainejärjestön julkaisusta
 flyerista
 koululla olevassa julisteesta
 messuilta
 muualta, mistä? _____

Kyselylomake

Liite 1 2 (5)

11 Mistä muualta olet etsinyt/etsit asuntoa?

- Internet-palvelusta (esim. Etuovi, Oikotie), mikä? _____
- lehti-ilmoituksista
- laittamalla oman ilmoituksen lehteen
- tuttujen kautta
- Joensuun Elliltä
- Joensuun kodeilta
- käyttäen muuta keinoa, mitä? _____

12 Mikä seuraavista on kiinnostavin ovv:n mainos?

- kuva 1, miksi? _____
- kuva 2, miksi? _____
- kuva 3, miksi? _____
- kuva 4, miksi? _____



13 Kaipaanko muuta informaatiota mainoksiin?

- en
- kyllä, mitä? _____

Saatavuus

14 Mitä kautta otit ensimmäisen kerran yhteyttä Ovvi:hen?

- kävin toimistolla
- puhelimitse
- sähköpostilla
- tein toimeksiannon nettisivuilla

Kyselylomake

Liite 1 3 (5)

15 Mikä on/ oli muuten **tärkein** keino pitää yhteyttä Ovv:hen?

- käynti toimistolla
- puhelin
- sähköposti
- en ottanut uudestaan yhteyttä

16 Yhteydenottooni reagoitiin tarpeeksi nopeasti

- kyllä
- ei

17 Löysin Ovv:n yhteystiedot helposti

- kyllä
- en

18 Toimeksianto oli helppo täyttää

- kyllä
- ei, mitkä olivat epäselviä kohtia? _____

19 Miten arvioisit Ovv:n nykyisiä toimistotiloja asteikolla 1-4 (1=paljon parannettavaa, 2= jotain parannettavaa, 3=melko hyvä, 4=erittäin hyvä)?

- viihtyisyys 4 3 2 1
- tilavuus 4 3 2 1
- sijainti 4 3 2 1

20 Mikä on tärkeintä Ovv:n toimiston sijainnissa? Valitse kaksi tärkeintä.

- toimiston ohi tulee kuljettua muualle mennessä
- toimiston näyteikkuna näkyy kadulle
- lähellä on tunnistettava maamerkki löytämisen helpottamiseksi
- autopaikkoja on runsaasti lähellä
- toimisto sijaitsee aivan ydinkeskustassa (torin ja kävelykadun ympäristö)
- muu, mikä? _____
- toimiston sijainnilla ei ole merkitystä

Tiedot asunnoista

21 Mitä mieltä olit/olet sähköpostiin saapuvien asuntoilmoitusten määrästä?

- liikaa
- sopivasti
- liian vähän

22 Millä perusteella haluaisit rajata saapuvia asuntoilmoituksia? (Tällä hetkellä ohjelmamme ymmärtää vain valinnan asuntotyyppistä; yksiö/kaksio/kolmio)

- vuokra
- kaupunginosa
- sauna
- parveke
- talotyyppi (rivi-, luhti-, kerros- tai omakotitalo)
- muu peruste, mikä? _____
- nykyinen rajausta riittää

Kyselylomake

Liite 1 4 (5)

23 Mitä puuttui asunnoista lähetetyistä tiedoista?

- kuvat asunnosta
- tieto vapaista autopaikoista
- taloyhtiön tulevat remontit
- taloyhtiön yhteisten tilojen kunto
- matka palveluihin (esim. kauppaan)
- asunnon kunto
- muuta, mitä? _____
- lähetetyt tiedot olivat riittävät

Asunnon näyttö

24 Mistä olisit halunnut saada enemmän tietoa näytöllä?

- tieto vapaista autopaikoista
- taloyhtiön tulevat remontit
- taloyhtiön yhteisten tilojen kunto
- taloyhtiön rauhallisuus
- muuta, mitä? _____
- näytöllä saamani tiedot olivat riittävät

25 Vastasiko etukäteistieto asunnon todellista tilannetta?

- kyllä
- ei, miten ei? _____

26 Miten arvioit asiakaspalvelun näyttötilanteessa? (1=eivät onnistunut 2=onnistui kohtalaisesti 3=onnistui hyvin 4=onnistui erinomaisesti)

asiantuntevuus	4 3 2 1
ymmärrettävyys	4 3 2 1
huomaavaisuus	4 3 2 1
viihdyttävyys	4 3 2 1

Vuokrasopimus

27 Mitä olisit halunnut tarkennettavan vuokrasopimuksesta?

- irtisanomisaika
- tarkka muuttopäivä
- mahdollisuus kotieläimeen
- vesimaksun maksaminen
- kotivakuutuksen edellyttäminen
- vuokravakuuden maksamista
- muuta, mitä? _____
- vuokrasopimus selitettiin tarpeeksi tarkasti

28 Kuinka tärkeää on, että voit vuokrasopimuksen teon yhteydessä hoitaa seuraavat muuttoon liittyvät asiat? Arvio tärkeys asteikolla 1-4 siten, että 1=eivät yhtään tärkeää ja 4=erittäin tärkeää.

sähkösovimuksen teko	4 3 2 1
vakuutussovimuksen teko	4 3 2 1
nettiliittymän avaus	4 3 2 1
Kelan vaatimien lomakkeiden täyttö	4 3 2 1

Kyselylomake

Liite 1 5 (5)

29 Haluaisitko saada samalla jotain muutakin muuttoon liittyvää hoidetuksi

- ei
 kyllä, mitä? _____

Avainten luovutus

30 Oliko avainten luovutuksessa ongelmia?

- ei
 kyllä, mitä? _____

Jälkihoito

31 Otitko Ovv:hen myöhemmin yhteyttä jossain ongelmatilanteessa?

- ongelmia ei ole tullut
 en
 kyllä

32 Vastasiko Ovv:n apu toiveitasi

- kyllä, oliko jokin erityisen hyvää Ovv:n toiminnassa? _____
 ei, mitä puuttui/ mihin olit tyytymätön? _____
 ongelmia ei ole ollut tai en ottanut yhteyttä ongelmatilanteessa

Asiakaspalvelu

33 Olitko tyytyväinen ovv:n palveluun?

- kyllä, mikä erityisen hyvää? _____
 ei, mihin olit tyytymätön? _____

34 Haluatko asioida saman asiakaspalvelijan kanssa koko ajan?

- ei ole merkitystä
 haluan mahdollisimman paljon

35 Yleisarvosana Ovv:n toiminnassa asteikolla 1-5

- 1
 2
 3
 4
 5

36 Suosittelisitko Ovv:tä?

- kyllä
 en

37 Vapaa kommentointi

Kiitos vastauksestasi!

Liite 4. Vapaat kommentit

Mistä kuulit OVV:stä:

lehdessä, mistä lehdessä?

- Kaleva
- Karjalainen

internetistä, miltä verkkosivulta?

- Google
- ovv:n omat sivut
- google
- hakusanoilla:asunto, joensuu
- google
- hain googlesta kaikkia Joensuun asunnonvälitysfirmoja
- Googlen kautta
- vuokraovi
- etsin asunnonvälityspalveluita joensuun seudulta.
- ovv.fi
- google
- google-haku vuokra-asunnot joensuu
- ovv.com
- google -hakukone, tori.fi
- googlesta
- haullla vuokra-asunnot
- googlehaku avoimet vuokra-asunnot Joensuu
- Google
- Googlesta
- Google
- google-hakuna
- Ovv
- hakusivu/vuokra-asunnot
- googlen haun kautta
- Googlen hakusivustolta
- Google
- Google
- ovv.fi
- OVV
- google
- Google-hausta
- Ovv.fi, Google
- Nettihaun seurauksena.
- En muista...
- Tori.fi
- haku OVV
- Googlasin asunnonvälitysfirmoja
- goolehaku
- googlettamalla tuli vastaan
- en muista

- www.tori.fi
- google
- google
- www.karelia.fi
- joensuun kaupungin sivut
- google
- Ovv:n omilta sivuilta
- google
- kirjoitin googleen joensuun vuokraasunnot
- Ovv:n kotisivut
- muualta, mistä?
- Näyteikkunasta
- työvoimatoimistossa
- google
- Niin pitkä aika sitten, etten muista enää
- ohi kävellessä
- kadulta
- Omalta äidiltäni
- tiesin jo itse
- Olen aiemminkin ollut asiakkaana
- näin toimiston paikkakunnalla
- isältä
- Sanomalehdestä
- kiinteistövälittäjiltä

Lähetetystä asunnosta uupuneet tiedot?

- Muuta, mitä?
- varastotilat
- Asunnon kunto ei yleensä vastannut ilmoituksessa kerrottua kuntoa
- Saako parvekkeella polttaa ja saako olla eläimiä.
- internetyhteyden tyyppi
- Ilmoituksessa oli virheellisesti laitettu että lemmikkien pito on sovittaessa mahdollista.
- Millaiset varastotilat, onko pyykkitupaa tms

Asunonäytölle oli helppo löytää?

- Ei, miksei?
- Ei kerrottu ajo-ohjeita.
- Tarkka asunnon numero puuttui
- en tuntenut esittelijää, ei ilmoitusta näytöstä esillä, ei asunnon tarkkaa osoitetta ilmoitettu
- Osoite piti tarkistaa tekstiviestillä.

Näytöllä uupuneet tiedot?

- muuta,mitä?
- pesutuvan hinta
- Esittelijä ei ole tutustunut asuntoon lainkaan

Oletko ollut yhteydessä OVV:hen myöhemmin ongelmatilanteessa?

asuntoon liittyen

- vesimittarin lukeminen ei onnistunut
- ei saatu näyttöä. yhdessä asunnossa oli sovittu yksityisnäyttö jne
- aiemmalle asukkaalle tulleet maksut saunan- ja pesukoneen käytöstä

- uuni tarvitsi korjausta.
- jälkisiivouksen vuoksi
- asunnon kunto ei vastannut odotuksia

sopimukseen liittyen

- hdessä asunnossa oli sovittu yksityisnäyttö jne
- Sopimuksessa oli väärä tilinumero

muu syy, mikä?

- vuokravakuuden palautus
- Vuokranmaksuun liittyen
- autopaikka + autopaikkalämmitin avaimet
- sain asunnon muualta joten asuntovahti ja toimeksianto piti lopettaa

Sain ongelmatilanteessa asianmukaista palvelua?

Kyllä,miksi?

- puhelimen välityksellä
- haluamani näyttö meni täyteen kun puehlin oli varattu, myöhemmin ei enää löytynyt sopivaa asuntoa
- Tiedon sai helposti
- Siksi...
- soittivat heti vuokranantajalle, joka lupasi tulla käymään.
- He selvittivät tilannetta kanssani
- asiallista ja selkeää
- puhelu + tapaaminen = homma hoidossa
- ovv lupasi ottaa yhteyttä vuokranantajaan niinkuin tekikin
- asia sujui puhelimesta sujuvasti ja hyvin

Ei, miksen?

- minulle ei osattu neuvoa mistä saan apua, kun mittaria ei löytynyt asunnosta

Vuokrasopimuksen irtisanominen oli helppo tehdä?

Ei, miksei?

- rajoitta hakua suurin osa heti tai saman kuun aikana vapaa, itse voi vasta irtisanomisen jälkeen sit

Asuntooni edelleen näyttäminen uusille vuokralaisehdokkaille sujui hyvin?

Ei, miksei?

- Asuntooni järjestettiin turhaan kaksi eri näyttöä, vaikka jo 1. näytön perusteella vuokralainen oli

Suosittelisitko OVV:ta vuokranvälittäjänä?

Kyllä,miksi?

- Toimii yhä sujuvammin kuin muut opiskelija asunto välittäjät.
- Vuokranantaja saa tarkat ennakkotiedot vuokralaisehdokkaista.
- Reilua, avuliasta ja ystävällistä palvelua
- nopea reagointi
- ystävällinen palvelu, paljon asuntoja tarjolla
- Nopea ja tehokas
- Selkeää toimintaa ja antaa ensikertalaiselle muuuttajalle tärkeää tietoa asumisesta
- Edullisempia asuntoja kuin muualla
- rento ja kiireetön ote, iloiset asiakaspalvelijat joilta kehtaa kysyä tyhmiäkin kysymyksiä.
- Kokonaisuudessaan palvelu oli hyvää ja luottamusta osoittavaa
- Asuntonäyttöjä aika paljon

- asiat toimii niinkuin pitääkin
- luotettava
- Hyvä, sujuva ja toimiva palvelu, helppo/kätevä tapa löytää itselleen asunto
- toiminta on nopeaa ja helppoa vuokranantajalle
- mukava henkilökunta, nopea tapa löytää asunto
- Helppoa ja vaivatonta
- Helppo asioida
- hyvä palvelu
- Vaivatonta
- helppoa
- Joensuussa nopein ja helpoin tie löytää asunto ja paljon valinnanvaraa.
- Jos on valmis maksamaan joissain tapauksissa välityspalkkion.
- Helppo ja selkeä systeemi.
- paljon asuntokohteita tarjolla.
- Asiakaspalvelu on hyvää ja asiakkaat otetaan yksilöinä huomioon.
- pätevä, nopea, ystävällinen
- hyvä palvelu
- Paljon vaihtoehtoja
- aktiivista asuntojen tarjontaa
- toimii sujuvasti
- Nopeasti tietoa uusista asunnoista
- Hyvää palvelua
- Nopeaa toimintaa, selkeää, luotettavaa
- Hyvä
- Heidän kautta löytää enemmän asuntoja
- nopea ja hyvä tapa
- ok asunnonvälittäjä palvelu
- sain asiantuntevaa neuvoa
- Helppo, vakuutuksen yms sai kaikki samasta paikasta.
- Mukava ja asiansa osaava henkilökunta.
- Helppo
- Vapaista asunnoista sai tietoa hyvin.
- Palvelu on ollut tähän asti hyvää
- Luotettava ja nopea
- Paljon vuokraohjeita
- vaikutti luotettavalta ja helpolta
- helppoa toimintaa opiskelijalle.
- Netissä tehdyn hakemuksen jälkeen vastauksia saa nopeasti.
- nopeus
- Helppoa ja nopeaa
- on sopiva
- tarjontaa on asunnoissa
- Luotettavaa toimintaa
- Asiantuntevaa ja huomioon ottavaa palvelua, opiskelijalle sopiva.
- nopea ja toimiva. Suht asiantunteva.
- ihan hyvä, sain asunnon
- kokemus oli melko hyvä
- asuntoja on paljon tarjolla

- Asuntoja on paljon on tarjolla, tosin tietyn asunnon saaminen ei ole välttämättä helppoa.
- Tiedot uusista vapaista asioista saa helposti ja nopeasti
- asiat sujuivat osaltani niin hyvin
- Asuntotarjoukset tulevat nopeasti
- luotettavampi monesti kuin suoraan yksityiseltä vuokraus.
- yhdestä paikasta löytyy paljon asuntoja
- paljon asuntoja, halvat vuokrat ja vuokravakuudet, näyttöjä asuntoihin saa helposti.
- helppoa

Ei, miksen?

- En tiedä.
- hinta/sitoutuminen
- Välityspalkkiot ovat liian suuret
- liikaa hakijoita joten asuntoa todella hankala saada (yksiöt)
- Ei sen kautta saa asuntoa, kun hakijoita on liikaa eikä mahdollisuutta tavata vuokranantajaa
- kommunikointiongelmia ja epäammattimaisuutta
- olen saanut huonoa palvelua
- Liian paljon tuntuu olevan harjottleijoita siellä jotka on vähän käsiä
- välityspalkkiot ovat kalliita
- Ei onnistuttu saamaan yhtäkään näyttöä.
- Asuntoja ei tarjota yksittäisille hakijoille, kuten Ovenialla, vaan asunnoista joutuu taistelemaan
- Palvelun taso erittäin vaihtelevaa
- välityspalkkio opiskelijalle maksettavana useasti
- Vuokralainen joutuu useimmissa tapauksissa maksamaan välityspalkkion

Sana on vapaa:

- -Mielestäni OVV on paras tapa hankkia asunto Joensuusta, koska sieltä saa asunnon helposti ja asiat hoituvat sujuvasti
- -Ei juuri valittamista.
- Palvelukokemus oli käsittämättömän huono. Hain asuntoja jotka ovat 1. tietyn hintaisia 2. toistaiseksi voimassaolevia 3. sellaisia joihin saan ottaa lemmikin. Sainkin sähköpostini tukkoon asunnoilla, jotka eivät välttämättä täyttäneet mitään noista ehdoista! Samasta asunnosta tuli sähköpostiin useita ilmoituksia, eikä tähän ilmeisesti voinut edes vaikuttaa. Miksi haluaisin saada ehdotuksia esimerkiksi asunnosta johon ei saa ottaa lemmikkejä? Jos näillä asuntojen vuokraamisilla on kerran niin kauhea kiire, niin miksi näisiä ehdoista ei sitten jousteta? Tämän lisäksi vuokranantajien tekemät toimeksiannot olivat poikkeuksetta vuoden mittaisia. Eipä ihme ettei niihin tuntunut löytyvän asukkaita.
- Onnistuisikohan jo nettisivuille omaksi osiokseen laittaa lemmikkiystävälliset kodit. Tuli kahlattua läpi todella, todella monta asuntoa turhaan, sillä yleensä lemmikit eivät ole sallittuja.
- Palvelu pelaa ja kiva, että asunnoista saa tietoa sähköpostilla. Harmi, että sähköposti tarjouksia tulee liikaa ja sellasia asuntoja, mitä ei missään tapauksessa halua. Voiko siis rajata asumiskohdetta paremmin?

- Vaikka kuinka nopeaa reagoisi yksiön vapautumiseen ovv nettisivuilla (merkitsee kiinnostuksen asunnosta) ei ovv:sta kuulu mitään pariin päivään ja lopulta sähköpostissa viesti: näyttö on jo valitettavasti täynnä. Olen menettänyt toivoni jo ovvn kanssa, tuntuu kuin yritys hylkisi minua. En ole vielä kertaakaan päässyt asunonäyttöön, noin viidestä pyynnöstä huolimatta. Olisi mukava jos yritys kertoisi ketkä näytöt saavat? Voiko etukäteen varata tuleviin yksioihin paikkansa vai onko "normaalisti" sivun käyttäjällä mitään mahdollisuuksia saada asuntoja. Lisäksi hakuvahtiin ei voi tarkentaa hakua esim alueellisesti.
- Asuntotiedot ovat olleet selkeitä ja asunnot hyväkuntoisia.Sen takia uskalsin vuokrata Ovv:n kautta nyt viimeisimmän asuntoni ilman näyttöä tai kuvia.
- Kaukomatkalaisia huomioiden olisi hyvä jos asuntoesittelyihin olisi järjestään enemmän viikonloppuisin sillä he hyvin harvoin pääsevät viikolla osallistumaan. Tästä syystä jos esittelyjen ajankohtaa ei saa kiinnostuneelle asiakkaalle muutettua niin ainakin hänelle tulisi näytöstä lähettää kaikkia tiloja koskevia kuvia esim. panoraamakuvia. Kokonaisuudessaan jos halutaan profiloitua erityisesti opiskelija-asuntojen välittämiseen niin silloin pitää pystyä vielä paremmin asettumaan heidän elämäntilanteeseena
- Asunonäytöt ovat yleensä aamupäivän aikaan ennen klo: 16:00. Työssäkäyvän/opiskelijan on vaikea päästä näyttöihin tuohon aikaan. Parannusehdotuksena näytöt klo 16:00 jälkeen.
- Ongelmaksi muodostui irtisanomisaika edellisestä asunnosta, osa hyvistä vaihtoehtoista meni odottaessa, siihen asuntoon jolla olisi ollut sopiva aika, ei saatu näyttöä kun puhelimeen tunnin soittamisesta huolimatta ei vastattu vaikka asunto tuli listalle edellisenä iltana sulkemisajan jälkeen, oli jättänyt sekä sivuston kautta viestin ja sähköpostia ja olimme sopimusasiakkaita. Asunnonvaihto on edelleen tekemättä. Toisaalta usein kuvaus ei vastannut asuntoa kooltaan tai kunnoltaan joten toki kävimme useissa näytöissä firman kannalta turhaan.
- Näyttäisi siltä että tätä kautta vaikea löytää opiskelijan asuntoa verrattuna suoraan yksityiseltä haettaessa.
- Vuokravälitysmaksu on todella suuri, ja voi olla mahdoton maksaa oikeasti pientuloisille opiskelijoille. Toinen vaihtoehto on sitten tuo vuodeksi sitoutuminen, mikä ei sekään ole hyvä vaihtoehto kaikkiin tilanteisiin. Kaupungin huono asunotilanne mahdollistaa tämänkaltaisten firmojen toiminnan.
- Olen erittäin tyytyväinen OVV:hen. Aion käyttää heidän palvelujaa jatkossakin.
- Joulukuun alussa muutto neljättä kertaa OVV:n kautta löytyneeseen asuntoon. Ei valittamista.
- iso kiitos ja tsemppiä työhönne
- Pidän tavasta kohdella minua. Välittäjä soitti heti kun selvisi oliko vapaita auto-paikkoja. Osasi esittää kielteisen vastaanoton hienotunteisesti. Vuokranantaja ei hyväksynyt meitä vuokralaisiksi, koska olimme muuttamassa asunnosta, jossa oli sisäilmaongelma.
- miinusta siitä, että asiakkaan tarve ja kuinka pitkään on hakenut asuntoa ei vaikuta asunnon saamiseen. Olisin myös kaivannut lisätietoa kuinka minut esitellään mahdolliselle vuokranantajalle, koska asiaan en pysty itse vaikuttamaan. Työpaikka, tupakoimattomuus ja lemmikittömät nousevat ilmeisesti muiden yläpuolelle esitellessä vuokranantajalle.
- Onnea opintoihin!
- Ainoa miinus on suuret välityspalkkiot, varsinkin isoimmissa asunnoissa tulee erittäin kalliiksi ja siksi ei tee mieli etsiä tätä kautta kaksiota suurempaa asuntoa.

Plussaa kuitenkin siitä, että välityspalkkio on opiskelijoille hieman pienempi. Toisin voisi olla pienempikin. Mielestäni myös työttömillä pitäisi olla oikeus pienempään välityspalkkioon.

- Aluksi luulin, että Ovv:n palvelut on suunnattu asuntoa etsiville opiskelijoille. Ovv:n (eli opiskelijoiden vuokravälitys) välityspalkkiot ovat aivan liian suuret opiskelijalle. Ehkäpä nimi tuleekin siitä, että työntekijät ovat opiskelijoita? Lisäksi asunnosta sanotaan usein ilmoituksessa, että se on "siisti", mutta todellisuudessa lattialla on 40 vuotta vanhat muovimatot ja kylpyhuoneessa on pinttynyt kylpyamme. Lisäksi olen alkanut ihmettelemään sitä, että jokaisessa ilmoituksessa on poikkeuksetta "ei lemmikkejä", kannustavatkohan Ovv:n työntekijät vuokranantajia lemmikittömyyteen?
- Aivan helvetin kalliit asunnot, kuka täysjärkinen maksaa jostain koppelosta 500€/kk? Opiskelijalla ei käytännössä mitään mahdollisuutta vuokrata yli 400€ asuntoa, ja jos vahingossa sellainen vuokrattavaksi tulee, on jo asuntonäyttö tupaten täynnä. Mahdollisuus saada halpa asunto on sama kuin yrittäisi Päivi Räsäselä argumentoida, että Jeesus on mielikuvitusolento. Ei tule onnistumaan, ellet oikeasti ole joku lestadiolainen, jonka harrastuksiin kuuluu diabetes ja virkkaus.
- Hankaluuksia saada johtuu hintainen asunto, jossa voi pitää eläimiä ja on parveke jossa saa polttaa. Muta näin varmaan kaikkialla.
- Olen muuten ihan tyytyväinen, mutta koin että OVV piti enemmän vuokranantaja-asiakkaansa puolia ja katsoi hänen etuaan. Se tuli esiin aika selvästi ja yllätti, odotin tasapuolisuutta. Plussana kuitenkin se, että asuntoja tarjottiin aktiivisesti ja asiakaspalvelu oli pääsääntöisesti ystävällistä. Asiakkaan tilanne ja tarpeet asunnon suhteen oivallettiin nopeasti.
- Hyvä ja asiantunteva palvelu muuten, mutta asunnon saaminen epätodennäköistä ainakin ruuhkaisena aikana, jolloin hakijoita on paljon. Tapaisin mielelläni myös vuokranantajan henkilökohtaisesti. En tiedä saako näytöissä käymällä varmemmin asunnon, mutta jos näin on, niin se eriarvoistaa voimakkaasti kaukaa paikkakunnalle muuttavia henkilöitä, jotka eivät näyttöihin pääse ja joilla usein se asunnon tarve on suurempi kuin jo paikkakunnalla asuvilla asunnonhakijoilla, jotka taas pystyvät juoksemaan joka näytössä.
- Oli vaikea saada käsitys miten asunnon hakuprosessi toimii. Käsitys muodostui useamman virkailijan selityksistä. Puhelintilanteet hätäisiä.
- Tiedän ettei vuokravälittäjät voi siihen vaikuttaa, mutta niille asunnon omistajille (niille jotka ovat liian "varovaisia ja tarkkoja" asunnonsa suhteen) olisi ihan hyvä antaa ymmärtää ettei ihmisillä ole varaa maksaa 2 kk vuokravakuutta + ensimmäinen kk.. se on jo 3 kk vuokra.. ne jotka tienaa niin paljon, ostaa omia asuntoja.. sitten se henkilötakaus? kuka on niin tyhmä että lähtis kenellekkään takamaan yhtään mitään..! Ja sitten se yleistynyt kielto lemmikeistä, kellä niitä ei olis? ei kai sitä ruveta lopettamaan kun ei asuntoon kelpaa kun joku karvaton rotta..Jestas. Mutta OVV on ihan jees, paitsi se palkkio..ei muuta :D
- Kun vain olisi tapa jolla löytäisi vielä tarkemmin hakemaansa asuntoa/asuntomallia. s-posti täytyy turhasta söplästä.
- Minulla on puolisoni kanssa ollut jo toistamiseen toimeksianto OVV:n kautta. Kaikki hyvät asunnot joita meille on tarjottu ovat olleet joko liian kalliita välityspalkkioiltaan tai vuokranantaja ei ole sallinut lemmikkejä. Emme ole päässeet yhteenkään näyttöön, sillä näytöt ovat yleensä päiväsaikaan (jolloin työssäkäyvinä olemme töissä) ja kutsu näyttöihin tulee hyvinkin lyhyellä varoitusajalla. Siirryimme etsimään asuntoa muuta kautta.

- Ainoa ongelma on, etten ole saanut selville miten hakuvahdin saa pois. Minulle tulee edelleenkin viestejä vapaista asunnoista, vaikka olen asunut jo useamman kuukauden OVV:n välittämässä asunnossa ja laittanut viestiä OVV:lle asiasta.
- Kiitos joustavasti sujuneesta asunnon saamisesta ja luovuttamisesta
- Onnea opinnäytetyöhön.
- Yhden koiran kanssa ei onnistuttu saamaan ovv:ltä yhtäkään näyttöä, vaikkei koiran kanssa koskaan ongelmia. Muutimme myös 600km päästä hyvin perustein uuteen kaupunkiin ja itse hyvin joustavia, joten yllätyimme siitä, miten hankala ovv:n kautta saada asuntoa. Siksi emme suosittelisi ovv:tä jatkossa, vaikkakin asiakaspalvelu oli erittäin ystävällistä.
- OVV mokasi yhden asuntonäyttelyn. Jouduimme odottelemaan ulkona n. 20 min., ennen kuin myyjä oli älynnyt soittaa nykyiselle vuokralaiselle, että laskee meidät sisään. Seurauksena oli vilustuminen, joten en ollut oikein tyytyväinen asuntoesittelijään. Todellisuudessa kerkisimme kysellä kaiken nykyiseltä vuokralaiselta.
- Tarkennuksena vielä kohta 17: Ovv:n ilmoituksessa annettiin virheellisesti tieto kyseisen asunnon kohdalla, että lemmikkieläimet ovat kissoja ja koiria lukuunottamatta mahdollisia neuvotella vuokranantajan kanssa. Soitellessani asiasta vuokranantajalle, hän aluksi kielsi ottamasta asuntoon mitään, mutta lupautui lopulta pikkujyrsijöihin, koska virheellinen tieto oli jo tapahtunut.
- Työntekijöitten ammattitaito erittäin vaihtelevaa, töissä olevat nuoremmat naiset eivät ole riittävässä määrin valmistautunut näyttöihin ja tiedot asunnoista ovat puutteellisia. Suhteututtuna siihen että vuokralainen usein maksaa välityspalkkion palvelun toivoisi olevan parempaa. Palvelu on pääasiallisesti kohdistettu vuokranantajille joka näkyy huonolla tavalla vuokralaiselle. Poismuuttaessa tuntui että työntekijät eivät jaksa tehdä omaa työtään ja soittivat olenko kuullut/keskustellut asiasta x vuokranantajan kanssa, asiaa jonka hoitaminen olisi tapahduttava vuokranantajan ja ovv välillä. Tästä syntyy epäammattimainen kuva kun ei jakseta tehdä töitä josta heille maksetaan.
- Asiantuntevaa ja nopeaa palvelua!
- niitä asuntoja ei olisi tarvinnut tarjota johon ei voi ottaa lemmikkejä....(3 koiraa itsellä)
- Sähköpostiin tuli samoja asuntoja useasti. En vuokrannut asuntoa sillä oisin joutunut maksamaan välityspalkkion.
- Jälkeenpäin olin pettynyt asunnon sijaintiin, olin ymmärtänyt tämän olevan lähempänä keskustaa. Ovv palvelija suositteli tätä ennenkaikkea, vaikka olisin ollut kiinnostunut kuulemaan muistakin kohteista.
- Informaatio ei kulkenut ihan niinkuin olisin toivonut mutta muuten hyvä toiminta.
- Nettisivujen ulkoasua voisi parantaa / selkeyttää.
- Hakuvahdilla tulee useita ilmoituksia toistamiseen, mikä on hieman ärsyttää. Asuntoja on paljon, mutta valitettavan vähän hakijalle jolla on lemmikkejä.
- Se, että asunnostani järjestettiin kaksi eri näyttöä, vaikka ensimmäisen näytön jälkeen oli jo varma vuokralainen tiedossa, jätti karvaan ja vanhaa vuokralaista orjuuttavan jälkimaun OVV:sta. En myöskään löytänyt seuraavaa asuntoani OVV:n vaan Joensuun kotien kautta. Herää myös kysymys, ottaako OVV noihin näyttöihin vähän liikaakin asunnonhakijoita, lopulta vain yksi saa kuitenkin asunnon. Jamillä perusteella vuokranantaja tekee päätöksen vuokralaisesta, kun ei ole itse paikalla näytössä?
- Palvelu oli nopeaa, ystävällistä ja luetettavaa. Kiitos.
- Mielestäni oli hyvä juttu että asuntoehdotuksia tuli sähköpostiin. Olin ihmeissäni että kuinka suuri osa opiskelijan piti maksaa välityspalkkiosta.

- Asiakaspalveluun ja asuntojen kuntoon nähden OVV:n pyytämä välityspalkkio on liian korkea, ja sen joutuu useimmissa tapauksissa maksamaan vuokralainen