

Antti Koskinen

Asiakastyytyväisyys henkilökunnan näkökulmasta

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Insinööri (AMK)

Auto- ja kuljetustekniikka

Insinöörityö

20.10.2016

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Tekijä(t) • Otsikko | <ul style="list-style-type: none"> • Antti Koskinen • Asiakastytyväisyys henkilökunnan näkökulmasta |
| <ul style="list-style-type: none"> • Sivumäärä • Aika | <ul style="list-style-type: none"> • 19 sivua + 2 liitettä • 20.10.2016 |
| Tutkinto | Insinööri (AMK) |
| Koulutusohjelma | Auto- ja kuljetustekniikka |
| Suuntautumisvaihtoehto | Autosähkötekniikka |
| Ohjaaja(t) | Koulutusvastaava Pertti Ylhäinen Jälkimarkkinointipäällikkö Jari Alatalo |
| <p>Tämän insinööriyön tavoitteena on löytää tapoja, joilla saataisiin parannettua Autokeskus Oy Konalan Ford-korjaamon asiakastytyväisyyttä. Työn tavoitteena on löytää ongelmakohtat ja keksiä ratkaisu, jolla saadaan asiakastytyväisyys kohoamaan.</p> <p>Lähtöasetelmassa Autokeskus Oy Konala on Fordin asiakastytyväisyysmittauksien mukaan tavoitetason alapuolella. Lähtöasetelman ongelmakohtat selvitettiin FarosGroupin tuottamasta asiakastytyväisyystutkimuksen avulla. Asiakastytyväisyystutkimuksen tulokset käytiin läpi ja analysoitiin. Analysoinnin perusteella saatiin selville keskeiset ongelmakohtat, joita olivat muun muassa parkkipaikoitus ja korjaamon sisäinen kommunikointi. Ongelmakohtien selvittämisen perusteella saatiin esitettyä kehitysideoita. Lupa aineiston käyttöön saatiin Oy Ford Ab:n huolto- ja varaosajohtajalta Matti S Kuposelta.</p> <p>Opinnäytetyössä keskitytään tutkimaan asiakastytyväisyyden tilannetta työntekijöiden näkökulmasta haastattelututkimuksella. Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena ja teemahaastatteluna. Saatuja tuloksia verrataan FarosGroupin vuonna 2015 tekemään asiakastytyväisyyskyselyyn. Haastattelututkimuksessa saatuja tuloksia on analysoitu ja niistä tehty johtopäätöksiä. Tuloksiin pohjaten esitetään myös parannusehdotuksia asiakastytyväisyyden nostamiseksi.</p> <p>Insinööriyössä kuvataan myös huolto prosessi ja huoltoneuvojan tehtävät.</p> | |
| Avainsanat | Asiakastytyväisyys, huolto, huolto prosessi |

| | |
|---|---|
| Author(s) Title | Antti Koskinen Customer satisfaction from the perspective of the employees |
| Number of Pages Date | 19 pages + 2 appendices 20 October 2016 |
| Degree | Bachelor of Engineering |
| Degree Programme | Automotive Engineering |
| Specialisation option | Automotive Electronics Engineering |
| Instructor(s) | Principal Lecture Pertti Ylhäinen Auto After Sales Manager Jari Alatalo |
| <p>The aim of this Bachelor's thesis is to find ways of enhancing the Autokeskus Oy Konala Ford customer satisfaction. The aim is to identify problems and to come up with a solution that provides an increase in the customer satisfaction.</p> <p>In the starting position Autokeskus Oy Konala was in the weaker half of the customer satisfaction measurement. The basic problems were sorted out from a customer satisfaction survey made by FarosGroup. The results of the customer satisfaction survey were read over and analyzed. Based on the analysis the problem areas were pinpointed and an action plan was created. Permission to use the material was obtained from Oy Ford Ab, Ford's director of maintenance and spare parts Matti S. Koponen.</p> <p>The Bachelor's thesis focuses on studying the situation of the customer satisfaction survey interview from the perspective of the employees. The study was conducted as a qualitative study and a theme interview. The results were compared with the customer satisfaction survey made by FarosGroup in 2015. The results of this comparison have been analyzed and conclusions have been made based on it. Suggestions to improve the customer satisfaction were made based on the results.</p> <p>The Bachelor's thesis also introduces the maintenance process and the tasks of a service advisor.</p> | |
| Keywords | customer satisfaction, Service, Service Process |

Sisällys

| | | |
|-----|--|----|
| 1 | Johdanto | 1 |
| 2 | Autokeskus Oy | 2 |
| 3 | FarosGroup | 2 |
| 4 | Asiakastytyväisyys | 3 |
| 4.1 | Yleistä | 3 |
| 4.1 | Autokoekeskus Oy Konalan Ford-huollon asiakastytyväisyys | 4 |
| 5 | Huoltoprosessi | 6 |
| 5.1 | Työtilauksen ennakkovaraus | 6 |
| 5.2 | Työtilauksen tekeminen työn vastaanotossa | 6 |
| 5.3 | Työnkulun ohjaus ja valvonta | 7 |
| 5.4 | Työn laadun varmistaminen | 8 |
| 5.5 | Työn luovutus asiakkaalle | 8 |
| 5.6 | Huoltomyyjän tehtävät | 9 |
| 6 | Tutkimusmenetelmä ja aineistot | 11 |
| 6.1 | Laadullinen tutkimus ja teemahaastattelu | 11 |
| 6.2 | FarosGroupin asiakastytyväisyystutkimus | 12 |
| 7 | Tulokset ja parannusehdotukset | 13 |
| 7.1 | Tulosten vertailu ja johtopäätökset | 13 |
| 7.2 | Parannusehdotukset asiakastytyväisyyden nostamiseksi | 15 |
| 8 | Yhteenveto | 18 |
| | Lähteet | 19 |
| | Liitteet | 2 |

1 Johdanto

Autokeskus Oy on Aro-Yhtymän omistama autokauppaketju. Autokeskuksen liiketoiminta koostuu auto- ja varaosamyynnistä sekä henkilö- ja hyötyautojen huollosta. Autokeskuksen valtuutetut merkit ovat Nissan, Fiat, Alfa Romeo, Fiat Abarth, Jeep, BMW, MINI, Peugeot ja Ford. Edellä mainittujen lisäksi Autokeskus Oy:llä on Chryslerin, Dodgen, Lanciaan ja Škodan merkkihuollot. [1]

Asiakastytyväisyys koostuu muun muassa asiakaspalvelutilanteesta ja -kokemuksesta, huoltoprosessista sekä matkasta huoltoon ja sieltä pois. Tässä tutkimuksessa perehdytään Autokeskus Oy Konalan Ford-huollon asiakaspalveluun. Kilpailu asiakkaita on kovaa, joten asiakastytyväisyyden ylläpitäminen on tärkeää, jotta asiakkaat käyttävät jatkossakin Autokeskus Oy Konalan myynti- ja huoltopalveluita.

Opinnäytetyössä keskitytään tutkimaan asiakastytyväisyyden tilannetta työntekijöiden näkökulmasta haastattelututkimuksella. Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena ja teemahaastatteluna. Saatuja tuloksia verrataan FarosGroupin vuonna 2015 tekemään asiakastytyväisyyskyselyyn. Opinnäytetyössä analysoidaan haastattelun tuloksia ja niistä tehdään johtopäätöksiä. Tuloksiin pohjaten teen myös parannusehdotuksia asiakastytyväisyyden nostamiseksi.

Opinnäytetyö alkaa Autokeskuksen ja FarosGroupin esittelyllä, jonka jälkeen siirrytään huoltoprosessin ja asiakastytyväisyyden määrittelyyn. Teoriaosuuden jälkeen perehdytään kvalitatiiviseen tutkimukseen ja teemahaastatteluun. Tutkimuksessa käydään myös läpi tutkimuksen eteneminen ja aineiston keräämisen vaiheet. Opinnäytetyön loppuosassa keskitytään tutkimustulosten vertailuun ja analysointiin. Tämän jälkeen tehdään tulosten pohjalta asiakastytyväisyyttä parantavia kehitysehdotuksia. Työn lopussa on yhteenveto, joka tiivistää tärkeimmät tutkimustulokset ja parannusehdotukset. Lopussa arvioidaan myös tutkimuksen ja opinnäytetyön onnistumista kriittisesti sekä tehdään jatkotutkimusehdotuksia.

2 Autokeskus Oy

Autokeskus Oy on Aro-Yhtymän omistama autokauppaketju. Autokeskuksen liiketoiminta koostuu auto- ja varaosamyynnistä sekä henkilö- ja hyötyautojen huolloista. Autokeskuksen valtuutetut merkit ovat Nissan, Fiat, Alfa Romeo, Fiat Abarth, Jeep, BMW, MINI, Peugeot ja Ford. Edellä mainittujen lisäksi Autokeskus Oy:llä on Chryslerin, Dodgen, Lancian ja Škodan merkkihuollot. Autokeskus Oy:n toimipisteet sijaitsevat Helsingissä, Espoossa, Vantaalla, Hämeenlinnassa, Tampereella, Raisiossa ja Turussa. [1]

Autokeskus Oy on perustettu vuonna 1934, jolloin se toi maahan Chryslerin valmistamia Dodge-autoja. Vuonna 1962 Autokeskus aloitti ensimmäisenä Euroopassa Nissan Motor Co. Ltd:n valmistamien Datsun-autojen maahantuonnin. Vuonna 1964 Simo Aro osti Autokeskus Oy:n osakekannan, ja 1965 Autokeskus muutti toimitilansa Helsingin Konaan. Vuonna 1969 Autokeskus Oy ja Simo Aron vuonna 1949 perustama bitumituotealan yritys Katepal Oy fuusioituivat ja yhtiön nimeksi muodostui Aro-Yhtymä Oy. Vuonna 2013 Autokeskus aloitti valtuutetun Ford-myyntin ja merkkihuollon Helsingin Konaalassa Nissan-merkin lisäksi. [1]

Autokeskus Oy työllistää yhteensä noin 520 työntekijää, ja kokonaisliikevaihto oli noin 520 miljoonaa euroa vuonna 2015. Autokeskuksen toiminta perustuu neljään perusarvoon, joita ovat tyytyväinen asiakas, toiminnan laatu, toisten arvostaminen ja kannattavuus. [1]

Autokeskus Oy Konaan Ford-huolto on toiminut vuodesta 2013. Ford-huollossa työskentelee kymmenen henkilöä, kolme huoltomyyjää, kaksi hallityönjohtajaa ja viisi mekaanikkoa. Hallityönjohtajat työskentelevät mekaanikkojen kanssa korjaamohallissa ja huoltomyyjät automyyntin kanssa samassa rakennuksessa. Hallityönjohtajat pitävät huolen, että kaikki päivän työt on jaettu mekaanikoille tasaisesti, ja ovat yhteydessä asiakkaaseen, mikäli autoista löytyy korjausta vaativia kohteita. Ford-huollossa käy päivittäin noin kymmenen asiakasta.

3 FarosGroup

FarosGroup on suomalainen yritys, joka tarjoaa palveluratkaisuja henkilöstön ja liiketoiminnan kehittämiseen. FarosGroup on tarjonnut palveluitaan jo vuodesta 1991 lähti-

en. Yrityksen henkilöstöön kuuluu kymmenkunta henkeä, jotka ovat laaja-alaisesti liiketoiminnan kehittämisen ammattilaisia, kuten asiakkuuspäälliköitä, koulutusasiantuntijoita, liiketoiminnan kehittäjiä sekä projektipäälliköitä.

FarosGroupin hankkeista vastaa aina toimitusjohtajatasen kokenut työntekijä, jonka tukena on tarvittaessa FarosGroupin partnerit ja asiaan perehtynyt henkilökunta. Kaikkien hankkeiden aloitusvaiheessa FarosGroup tekee lähtötilanneanalyysin yhdessä asiakkaan kanssa. Lähtötilanneanalyysin yhteydessä sovitaan myös konkreettiset mitattavat liiketoiminnan tavoitteet. FarosGroup vastaa hankkeen etenemisestä ja varmistaa, että eteneminen tapahtuu aikataulun mukaisesti. [6]

FarosGroup ja Oy Ford ab ovat tehneet yhteistyötä ennenkin. FarosGroup tarjoaa esimerkiksi kaupallista merkonomikoulutusta Ford-jälleenmyyjien työntekijöille. FarosGroup tekee myös muutamia kertoja vuodessa huoltokorjaamoiden hinta- ja asiakaspalveluvertailua, jonka tuloksia Oy Ford ab hyödyntää asiakaspalvelijoiden koulutuksissa.

4 Asiakastytyväisyys

4.1 Yleistä

Asiakastytyväisyyskäsite sisältää sen, mitä asiakas kokee huoltotapahtuman aikana, kuten asiakaspalvelun, tehdyn työn, matkat huoltoon ja sieltä pois. Asiakaspalvelua mitataan asiakastytyväisyyskyselyllä, jonka yleisimpiä tutkimuskohteita ovat asiakkaan kokema ensivaikutelma, palvelun odotusaika, asiakaspalvelijan asiantuntemus ja ystävällisyys, sekä tilojen viihtyvyys. [3, s. 64.]

Asiakaspalvelijalla on suuri vaikutus asiakastytyväisyyteen, sillä asiakaspalvelija on yrityksen kasvot asiakkaalle. Asiakaspalvelijan rooli auton huollossa ei kuitenkaan ole suurin vaikuttaja. Asiakaan tyytyväisyyttä yritykseen voivat esimerkiksi laskea asiakaspalvelijasta riippumattomat tekijät, kuten parkkipaikkojen puute ja huollossa tapahtuneet työvirheet. Huoltoprosessin onnistumisella ja laadulla on suuri merkitys, mutta sitä ei tässä yhteydessä tarkastella enempää. Joka tapauksessa asiakkaiden perusoletus on, että auto on kunnossa kun huollosta lähdetään. Auton yleisilmeen tulisi myös olla vähintään samalla tasolla huollosta lähdettäessä kuin sinne tuodessa - ei öljyisiä jälkiä tai likaisia mattoja.

Asiakkaalla on tietty laatumielikuva huollosta, ja sen täytyttyä asiakas on tyytyväinen. Asiakastyytyväisyys on subjektiivinen kokemus, eli jokainen henkilö kokee asiakaspalvelutilanteen eri tavalla ja painottaa sen onnistumisessa eri asioita. Jotta asiakkuudesta saataisiin kanta-asiakkuus, tulisi asiakkaan palvelutason täytyttyä tai mieluiten ylittyä tarpeeksi monta kertaa. Kanta-asiakkaat kestävät enemmän pettymyksiä ja puutteita kuin muut asiakkaat. Muiden kuin kanta-asiakkaiden luottamus menetetään helpommin, jos heidän ennakkolaatuvaikutelmansa ei toteudu. [3, s. 62–63.]

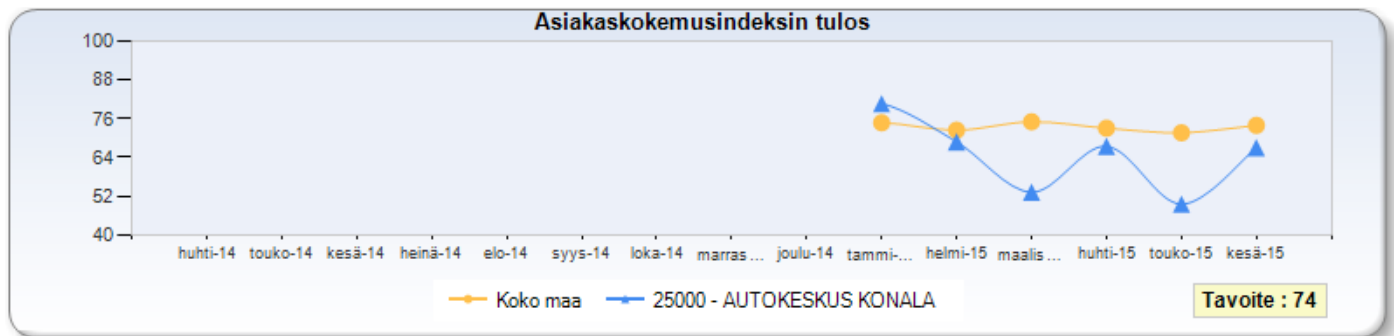
Asiakaspalvelun laatuun tulee panostaa, koska töiden vastaanoton huoltomyyjä antaa kasvonsa koko huoltokorjaamolle. Ensi kertaa tuleva asiakas luo odotuksia korjaamosta ja huoltomyyjistä. Mikäli huolto on mennyt kohtalaisesti, eli asiakkaalla ei ole ainkaan mitään huonoa sanottavaa koko prosessista, hän todennäköisesti tulee uudelleen käyttämään korjaamon palveluita. Jos huoltomyyjä ei ole täyttänyt asiakkaan odotuksia ja on ollut heikko asiakaspalvelija tai mahdollisesti ammattiosaaminen ei ole ollut aivan niin hyvää kuin asiakas odotti, voi tämä johtaa siihen, ettei asiakas enää käytä yrityksen palveluita. Huoltomyyjän aikaansaama negatiivinen mielikuva ylittää huoltoprosessin neutraalin tunnekokemuksen, ja asiakkaalle jää negatiivinen tunne koko korjaamokäynnistä. [3, s. 49–50.]

4.1 Autokoekeskus Oy Konalan Ford-huollon asiakastyytyväisyys

Autokeskus Oy Konalan Fordin huollon asiakastyytyväisyyttä mittaa kaksi tahoa säännöllisesti. Autokeskus lähettää asiakkailleen tekstiviestikyselyn jokaisesta korjaus- tai huoltokäynnistä ja Ford-maahantuonti lähettää asiakkaille sähköpostikyselyn. Autokeskuksen asiakastyytyväisyyskysely lähetetään viimeistään neljän vuorokauden kuluttua siitä, kun asiakkaalle on tulostettu kuitti tehdystä työstä. Mikäli asiakkaan puhelinnumeroa ei ole tallennettu asiakastietoihin, ei viestiä voida lähettää. Fordin maahantuonnin lähettämä PAN-kysely lähtee yhden tai kahden viikon sisällä siitä, kun huoltokortti on tulostettu tai kun takuukorjaus on kirjattu järjestelmään. PAN-lyhenne tulee sanoista *palaute asiakkaan näkemyksestä*. [8]

Pan-kysely koostuu kolmestatoista monivalintakysymyksestä, joiden perusteella tietokone laskee numeerisen arvon asiakkaan kokemuksesta. Numeroasteikko on nolosta sataan, jossa sata on paras mahdollinen lukema. Numeeriselle arvolle on annettu nimeksi asiakaskokemusindeksi, josta on alla piirretty kuvaaja (kuva 1). Siitä näkyvät

Ford-maahantuonnin PAN-asiakastyytyväisyyden tulokset, joista havaitaan, kuinka Autokeskus Konalan asiakastyytyväisyys on alle maahantuojan asettaman tavoiterajan. Maahantuonti on asettanut tavoiterajaksi 74. Vuoden 2015 alussa asiakastyytyväisyyskysely otettiin käyttöön nykyisillä kysymyksillä, jolloin edellisvuoden tulokset eivät olleet enää vertailukelpoisia. Tästä syystä kaikkien Ford-liikkeiden asiakastyytyväisyys oli 100 vuoden 2015 ensimmäisenä päivänä. Kuvasta havaitaan, että Autokeskus oy Konalan asiakastyytyväisyys laski maaliskuun loppuun asti, jonka jälkeen se nousi hiukan. Asiakaskokemusindeksin tulos sisältää kaikki samana vuonna tulleet vastaukset, ei vain kyseisen kuukauden. Tämän takia voimme olettaa, että vasta maaliskuun jälkeen tulos on saavuttanut todellisen asiakastyytyväisyyden lukeman. Kuukausittainen mittauspäivä on kuun viimeinen päivä, minkä takia tammikuun lukema ei ole 100 vaan 80,6.



| 1 kuukausi - Pisteet | huhti | touko | kesä | heinä | elo | syys | loka | marras | joulu | tammi | helmi | maalisk | huhti | touko | kesä |
|---------------------------|-------|-------|------|-------|-----|------|------|--------|-------|-------|-------|---------|-------|-------|------|
| Koko maa | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 74,7 | 72,4 | 75,0 | 73,0 | 71,6 | 73,9 |
| 25000 - AUTOKESKUS KONALA | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 80,6 | 68,8 | 53,2 | 67,4 | 49,5 | 67,0 |

Kuva 1. Asiakaskokemusindeksi

5 Huoltoprosessi

Autokeskuksen laatukäsikirjan normit antavat tarkat toimintaohjeet, kuinka missäkin työvaiheessa tulee toimia ja mitä pitää kirjata. Huoltoprosessin voi jakaa seuraaviin osa-alueisiin: työtilauksen ennakkovaraus, työtilauksen tekeminen töidenvastaanotossa, työnkulun ohjaus ja valvonta, työn laadun varmistaminen ja työn luovutus asiakkaalle. [4] Seuraavaksi kerrotaan tarkemmin jokaisesta työvaiheesta.

5.1 Työtilauksen ennakkovaraus

Asiakkaita varten on luotu merkkikohtaisia puhelinryhmiä, joihin he voivat soittaa. Puhelinryhmät sijaitsevat keskitetyssä puhelinpalvelussa eli niin sanotussa callcenterissä huoltovarausten voi myös tehdä sähköisesti joko sähköpostilla tai Autokeskuksen kotisivujen kautta. Asiakkaat voivat myös varata ajan käymällä liikkeessä henkilökohtaisesti. Asiakkaita varten korjaamoalueelle ja rakennusten sisälle on asetettu opasteet.

Työn ennakkovaraukseen tulee kirjata tarkasti asiakkaan kuvaus vioista. Asiakkaalle tulee esittää tarkentavia kysymyksiä, jotta vikojen laajuus saadaan selvitettyä. Asiakkaalle tulee kertoa tarvittavat korjaustoimenpiteet selkokielellisesti.

Määräaikaishuoltojen yhteydessä asiakkaalle tulee tarjota lisätyönä kaikkia ajankohtaisia huolto-ohjelmassa olevia töitä. Näitä ovat esimerkiksi jarrunesteen vaihto, ilmastointihuolto ja jakohihnan ja vesipumpun vaihto. Mikäli asiakas ei halua lisätöitä suoritettavan, on työtilaukselle kirjattava, että töitä on tarjottu, mutta niitä ei suoriteta tällä kerralla. Asiakkaalle tulee antaa kustannusarvio hänen varaamistaan töistä. [4]

5.2 Työtilauksen tekeminen työn vastaanotossa

Asiakkaalta tulee tarkistaa auton ja asiakkaan henkilötiedot autoa tuodessa. Tärkeimpiä tarkistettavia kohteita ovat auton rekisterinumero ja asiakkaan nimi ja puhelinnumero. Asiakkaalta tulee kysyä, saako hänelle lähettää tarjouskirjeitä postitse tai sähköisesti. Mikäli kausikirjeitä saa lähettää, osoitetiedot on tarkistettava, jotta kausitarjoukset osataan kohdistaa oikeaan osoitteeseen. [4]

Työtilauksen ennakkovarauksen tiedot käydään läpi asiakkaan kanssa ja tarkennetaan tarpeen tullen jo mainittuja vikoja tai lisätään uusia ilmaantuneita vikoja. Mikäli asiakkaan auto on takuun alainen, tulee vioista tehdä erillinen takuutyömääräys. [4] Tulostetussa työmääräyksessä pitää olla maininta, että Autokeskus oy noudattaa ”Moottoriajoneuvojen ja niiden osien korjausehtoja” [7].

Mikäli asiakkaan auto toimitetaan työajan ulkopuolella, on avaimia varten järjestetty postiluukut, joista avaimet voi tiputtaa kassakaappeihin. Kassakaapit tyhjenetään joka aamu ensimmäisenä töihin tulevan henkilön toimesta ja avaimet toimitetaan oikean merkin huoltotiskille, jossa huoltomyyjät avaavat autolle työmääräykset. Työmääräyksen avaava henkilö kirjaa työmääräyksen ”Tilaaja”-kohtaan ”avaimet postilaatikossa” ja lisää perään omat nimikirjaimensa. Asiakkaalle ilmoitetaan tekstiviestillä tai puhelinsoitolla, että hänen autonsa on vastaanotettu huoltoon. Jos työtilauksella on vajavaisia tietoa niin vikojen kuin toiveiden osalta, tulee asiakkaalle soittaa ja varmentaa, mitä hän on tarkoittanut ja mitä hän huolloilta toivoo. [4]

Mikäli asiakkaan auto hinautetaan tai hänelle ei löydy ennakkoon tehtyä työtilausta, tulee asiakkaalle soittaa ja tiedustella kohdan 5.1 ”Työn ennakkovarauksen” mukaisesti vioista ja huoltotoimenpiteistä. [4]

5.3 Työnkulun ohjaus ja valvonta

Työnkulun seurantaan varten korjaamolla on käytössä tietokoneohjelma, jolla pystytään seuraamaan töiden etenemistä päivän aikana. Asentaja leimaa työn aloituksen ja lopetuksen, jotta huoltomyyjien on helpompi seurata korjaamon tilannetta. Autokeskuksella oli käytössään korjaamon ylläpito-ohjelmisto AS400, mutta helmikuussa 2016 tilalle tuli Automaster. [4]

Hallityönjohtaja jakaa työt asentajien lokeroihin ja valvoo, että kaikki päivän työt saadaan suoritettua ajallaan. Jos autossa ilmenee lisätöitä, on hallityönjohtajan tehtävä olla yhteydessä asiakkaaseen. Asiakkaalle tulee kertoa muuttunut aikataulu ja kustannusarvio selkeästi. Kaikki asiakkaan kanssa sovittu pitää kirjata korjaamo-ohjelman sähköiseen työmääräimeen, jotta myös muilla on tieto, mitä asiasta on sovittu. Tämän jälkeen hallityönjohtaja ohjeistaa asentajaa muuttuneen aikataulun osalta. Mikäli asiak-

kaaseen ei saada yhteyttä, ei hallityönjohtajalla ole valtuuksia päättää korjaustoimenpiteistä. [4]

5.4 Työn laadun varmistaminen

Hallityönjohtajan tulee jakaa työt siten, että jokaisella asentajalla on hänen taitotasolleen sopivat tehtävät, jotta asiakkaan kanssa sovitut työt tulisi tehtyä. Jotta tiedonkulku olisi saumatonta ja kaikki asentajalle tarkoitettu informaatio menee perille, ovat työtilaukset täytettävä huolellisesti ja tarpeen tullen asiakkaaseen pitää olla yhteydessä. Mekaanikko kirjaa havaitut viat heti työmääräykseen ja ilmoittaa työhön liittyvistä havainnoistaan myös hallityönjohtajalle. Hallityönjohtaja on yhteydessä asiakkaaseen kohdan 5.3 ”Työnkulun ohjaus ja valvonta”, mikäli lisätöitä ilmenee.

Parhaan mahdollisen työn laadun saavuttamiseksi työntekijät perehdytetään huolellisesti ja työntekijät osallistuvat maahantuonnin koulutuksiin siten, että jokaisella on oman osa-alueensa parhain mahdollinen tietotaito. Mikäli huollon suorittaa muu kuin automerkin oma mekaanikko, on mekaanikolle annettava tarkka merkkikohtainen perehdytys, jotta kaikki tarkastus- ja huoltokohteet tulee tehtyä oikein. [4]

5.5 Työn luovutus asiakkaalle

Ensisijaisesti työn luovuttaa asiakkaalle sama henkilö, joka sen on ottanut vastaan. Mikäli tämä ei ole mahdollista, niin kaikki luovutukseen tarvittava tieto on oltava muiden asiakaspalvelijoiden saatavilla. Asiakkaan kanssa tulee käydä riittävän tarkasti kaikki tehdyt työt läpi. Auton luovuttava henkilö käy asiakkaan kanssa läpi laskun sisällön ja mistä summa muodostuu. Jos on tarvetta uudelle käynnille, on uusi aika sovittava auton luovutuksen yhteydessä. Asiakkaalle annetaan laskussa ja huoltoraportissa kirjallinen selonteko, johon on merkitty tehdyt työt ja työn aikana sovitut toimenpiteet ja havainnot.[4]

Asiakkaalle annetaan auton avaimet ja hänelle kerrotaan, mihin auto on pysäköity. Mikäli asiakas ei pääse noutamaan autoaan huollon aukioloaikoina, on luovutustapa sovittava erikseen. [4]

5.6 Huoltomyyjän tehtävät

Tämän luvun lähteenä käytän omaa työuraani Autokeskus oy Konalan Ford-huoltomyyjänä. Olen työskennellyt Ford-huoltomyyjänä maaliskuusta 2015 alkaen. Myös ratkaisuehdotuksissa omat kokemukseni työtehtävistä on parannusehdotusten pohjana.

Autokeskus Konalan Ford-huollon huoltomyyjillä on paljon hoidettavia tehtäviä. He vastaanottavat ja luovuttavat huoltoon tulevat autot, hoitavat online-ajanvarauskalenterin varaukset korjaamojärjestelmään, hoitavat asiakaspuhelut ja sähköpostit, joihin call-center ei osaa vastata, käyvät tulevat työt läpi ja muutamia tekevät muita pienempiä asioita. Suurin osa työpäivästä kuluu autojen vastaanottoon ja autojen luovuttamiseen takaisin asiakkaalle. Jokaista asiakasta tulee palvella mahdollisimman hyvin ja ammattitaitoisesti. Asiakkaan toiveita pitää kuunnella ja niistä pitää olla aidosti kiinnostunut.

Online-ajanvarauskalenteri on Autokeskuksen uusi keväällä avaama ajanvarausmuoto. Asiakas voi itse täyttää Autokeskuksen kotisivuilla huoltolomakkeen ja valita vapaana olevista päivistä hänelle sopivimman. Kun asiakas on täyttänyt lomakkeen kaikki kohdat ja varannut haluamansa päivän, huoltomyyjät saavat automaattisen sähköpostiviestin. Huoltomyyjä käy asiakkaan varauksen läpi, ja jos huoltovarauksessa ei ole epäselvää, asiakas saa sähköposti- ja tekstiviestivarmennuksen huoltovarauksesta. Mikäli asiakas on kirjoittanut ”Lisätietoa”-kohtaan jotakin, mistä tulee saada lisätietoa, on asiakkaalle soitettava. Asiakkaat ovat löytäneet hyvin online-ajanvarauskaavakkeen ja ajanvarauksia tuleekin palvelun kautta noin kymmenen viikossa. Palvelu sijaitsee Autokeskuksen kotisivuilla.

Callcenter ohjaa puheluita ja sähköposteja merkkikohtaisille huoltomyyjille silloin, kun he itse eivät osaa vastata asiakkaan kysymyksiin. Yleisimpiä kysymyksiä ovat takuuseen liittyvät asiat ja suurempien korjauksien kustannusarviot, esimerkiksi kytkimen uusinnan kustannusarvio. Tapauksesta riippuen tällaisien asioiden selvittämiseen voi kulua kymmenestä minuutista tuntiin. Fordin takuuasioihin liittyviä seikkoja kysellään päivittäin useita kertoja, ja lähes kaikkiin kysymyksiin löytyy suora vastaus Fordin takuukäsikirjasta. Autokeskus Oy otti kesällä 2016 käyttöön uuden Cuuma-takaisinsoitto-ohjelman. Mikäli asiakkaan puheluun ei pystytä vastaamaan, soittajalle lähtee tekstiviesti, jossa pahoitellaan ruuhkaa ja luvataan, että hänelle soimitaan takaisin. Cuuma-järjestelmään kerääntyy päivän aikana keskimäärin noin kymmenen puhelua. Huolto-

myyjien tulee soittaa asiakkaalle takaisin mahdollisimman pian, mutta tämä ei ole aina mahdollista suorien asiakaskontaktien takia tai jos toinen työtehtävä on kesken.

Huoltomyyjien tehtävä on käydä tulevat huollon työt läpi. Huoltomyyjien tulee varmistaa, että kaikki tarvittavat varaosat on tilattu ajoissa ja että työtilaukset ovat selkeitä ulkoasultaan. Tulevat työt tulisi käydä läpi ainakin kolme päivää etukäteen, jotta mahdolliset varaosatilaukset ehditään vielä tekemään.

Autokeskuksella on yhteistyö K1-katsastusaseman kanssa. Jos K1-katsastusasemalla hylätään ajoneuvo, sieltä lähetetään niin kutsutun *katsastusliidi* Autokeskuksen kyseisen merkin huoltoon. Katsastusliidi on sähköinen lomake, joka sisältää asiakkaan ja ajoneuvon tiedot sekä kopion katsastuskortista, josta käy ilmi ajoneuvon hylkäyksen perusteet. Huoltomyyjä laskee kustannusarvion tarvittaville korjauksille ja ilmoittaa tämän asiakkaalle soittamalla tai sähköpostilla. Katsastusasemilta tulee viikossa keskimäärin noin kuusi Fordin henkilö- tai pakettiauton katsastusliidiä. Useat pyytävät kustannusarviota vielä soiton jälkeen sähköpostiin ja ilmoittavat palaavansa asiaan myöhemmin. Noin kolmannes kaikista Ford-merkkiä koskevista katsastushylkäyksen saaneista asiakkaista, joista Autokeskus saa katsastusliidin, varaa huoltoajan Autokeskus Konalaan.

Autokeskuksen tekstiviestijärjestelmä lähettää 11 kuukautta sitten huolletuille autoille muistutusviestin huollosta. Mikäli auton omistaja ei ole kuukauden kuluessa muistutuksesta varannut huoltoaikaa, niin hän siirtyy soittolistalle. Huoltomyyjien tehtävä on soittaa asiakkaille ja tiedustella, onko auto huollettu jo, ja mikäli sitä ei ole tehty, heille tulee tarjota huoltoa. Jos asiakas tavoitetaan, hänet on kuitattava soittolistasta käsitellyksi; lisätietona merkitään varasiko asiakas huollon vai ei. Oy Ford Ab ylläpitää myös omaa soittolistaa, johon kerätään asiakkaat, joiden ajoneuvoissa on tehtaan takaisinkutsukampanjoita vielä suorittamatta. Oy Ford Ab julkaisee omat soittolistansa neljä tai viisi kertaa vuodessa ja Autokeskuksen huollon soittolistat ovat joka kuukausi nähtävissä SN4-palvelussa. Molempia soittolistoja huoltomyyjien on käytävä ja soitettava läpi.

Huoltomyyjien tulee myös palvella asiakkaita, jotka tulevat henkilökohtaisesti käymään huoltotiskillä. Asiakkaita, jotka varaavat huollon huoltotiskiltä, ei tule kuin muutamia päivittäin. Suuri osa kävijöistä on automyynnin tai vaihtoautomyynnin asiakkaita, jotka kaipaavat vastauksia auton huoltoihin tai takuuseen liittyen. Tällä hetkellä Autokeskus Konalassa työskentelee kolme Ford-huoltomyyjää, joka on omasta kokemuksestani

sopiva määrä nykyiselle työmäärälle. Huoltomyyjät jakavat keskenään työt ja tehtävät siten, että jokaisen työmäärä olisi suunnilleen samanlainen.

6 Tutkimusmenetelmä ja aineistot

Tutkimus suoritetaan kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena, ja tutkimusmenetelmänä toimii laadullinen teemahaastattelu. Laadullisen tutkimukseen kuuluu, että haastatteluja jatketaan niin kauan, että mitään uutta merkittävää ei enää esiinny. Haastatteluihini osallistui kuusi henkilöä kymmenestä. Määrällisesti odotin suurempaa osallistumista, mutta saamani aineisto ylitti odotukseni.

Tutkimuksessa nousseiden asioiden ja ajatusten pohjalta pystymme tekemään päätelmiä ja vertaamaan niitä FarosGroupin aiemmin tekemään asiakastyytyväisyyskyselyyn. Näiden kahden tutkimuksen välisiä tuloksia vertailemalla voimme tehdä laajempia päätelmiä Autokeskus Oy:n Konalan Ford-pisteen asiakastyytyväisyyden parantamisesta. Tulokset käydään läpi luvussa 7.1

6.1 Laadullinen tutkimus ja teemahaastattelu

Autokeskus Oy Konalan Ford-huollon työntekijöiden haastattelut toteutettiin teemahaastatteluna, joka on kvalitatiivisen tutkimuksen tutkimusmenetelmä. Teemahaastattelussa eli puolistrukturoidussa haastattelussa kysymykset ovat kaikille haastateltaville samat, mutta vastauksia ei ole sidottu tiettyihin vastausvaihtoehtoihin. Haastattelija voi vaihdella kysymysten järjestystä ja tarpeen tullen myös sanamuotoja, mutta kysymyksien sisältö pysyy samana. Ominaista puolistrukturoidulle menetelmälle on, että vain jokin näkökohta tai teema on lyöty lukkoon, mutta haastateltavalle annetaan tilaa liikua aiheiden sisällön suhteen. Teemahaastattelu tuo tutkittavien äänen kuuluviin, koska tutkittava saa vapaasti kertoa näkemyksistään eikä keskustelua rajaa yksityiskohtaiset kysymykset. [2, 47–48.]

Tutkimuksen alussa kaikille Ford-merkin kanssa työskenteleville kerrottiin opinnäytetyöstä ja että sen osalta tullaan tekemään haastattelu. Työntekijöille kerrottiin tutkimuksen tarkoitusperistä ja toteuttamisesta. Työntekijät saivat tarvittavat tiedot tutkimuksesta, ja heillä oli mahdollisuus vapaasti kysyä tutkimukseen liittyviä asioista. Aluksi haas-

tattelun sisällöstä ei haastateltaville kerrottu muuta kuin se, että haastattelu liittyy asiakastyytyväisyystutkimukseen. Haastattelujen tullessa ajankohtaiseksi kiersin jokaisen luona kysymässä sopivaa ajankohtaa haastatteluun. Haastatteluista sovittaessa muutama työntekijä ilmoitti, ettei halua osallistua haastatteluun. Kun jokaisen osallistuvan kanssa oli sovittu haastatteluista, aloitin haastattelut. Haastatteluihin osallistui kuusi henkeä, joista viisi oli miehiä ja yksi oli nainen. Kolme osallistujaa oli mekaanikkoja, kaksi oli huoltomyyjiä ja yksi työnjohtaja. Haastateltavat henkilöt olivat iältään 27–40-vuotiaita.

Pääteemana haastatteluissa oli, millainen on haastateltavan mielestä hyvä asiakaspalvelukokemus. Haastattelun aikana käytiin läpi koko korjaamoprosessi ajanvarauksesta auton noutamiseen. Tutkimuksen liitteistä löytyy haastattelurunko (ks. liite 2). Haastateltavat saivat omin sanoin kertoa mielipiteistään ja näkemyksistään. Haastattelut nauhoitettiin ja tästä kerrottiin myös haastateltavalle. Haastateltaville kerrottiin, mihin tarkoitukseen aineistoa käytetään ja miten haastattelussa saatuja tietoja käytetään. Haastatteluista kerätyn aineiston tuloksista ei pysty erottelemaan, mitä kukakin on sanonut. Nauhoitetut haastattelut hävitettiin sen jälkeen, kun ne oli litteroitu.

Litteroinnin jälkeen perehdyttiin auki kirjoitettujen haastattelujen analysoimiseen. Tekstistä alkoivat erottua toistuvat tietyt pääteemat eli asiakastyytyväisyyden ongelmakohdat. Näitä ongelmakohtia olivat muun muassa parkkipaikkojen vähäisyys ja Ford-pisteen sisäisen kommunikaation laatu. Lisää tuloksista seuraavassa pääluvussa eli luvussa 7.

6.2 FarosGroupin asiakastyytyväisyystutkimus

FarosGroup suoritti PAN-tutkimuksen Oy Ford Ab:n toimeksiannosta. Tutkimus suoritettiin osana Ford-maahantuonnin kehitysohjelmaa, joka on suunnattu liikkeille, joiden asiakastyytyväisyys on alle tavoiterajan. Toimeksianto perustuu Autokeskus oy Konalan 2014 vuoden asiakastyytyväisyystulokseen, jossa Autokeskus oy Konala oli tavoiterajan alapuolella. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää Autokeskus Konalan huolto- ja huollon toiminnan laatu asiakaskokemusten perusteella. Testihenkilöt oli valittu Autokeskuksen toimittamien yhteystietolistojen pohjalta sattumanvaraisesti. Testihenkilöt ohjeistettiin huoltokäynnin arviointia varten. Tutkimus toteutettiin vuoden 2015 ensimmäisellä neljänneksellä ja tutkimukseen osallistui 20 asiakasta. 20 asiakkaan

otanta on kohtalaisen pieni, verrattuna vuotuisen asiakasmäärään. Autokeskus Oy Konalassa käy päivittäin noin kymmenen Ford-asiakasta. FarosGroupin saama aineisto on luottamuksellista, ja lupa aineiston käyttöön on saatu Oy Ford Ab:n huolto- ja varaosajohtajalta, Matti S Kopolelta. [9]

7 Tulokset ja parannusehdotukset

Työntekijöiden haastattelututkimuksen tulokset tukivat FarosGroupin asiakastytyväisyyskyselyn tuloksia. Tutkimustuloksia tarkastellaan luvussa 7.1. Molemmista tutkimuksista nousivat esiin samat asiakastytyväisyyteen vaikuttavat asiat, kuten soitto asiakkaille lisätöistä ja paikoitus. Lisäksi työntekijöihin kohdistuneiden haastatteluiden pohjalta nousi esiin täysin uusia seikkoja, jotka jäivät luonnollisesti FarosGroupin asiakkaisiin kohdistuneen kyselytutkimuksen ulkopuolelle, koska FarosGroupin tutkimus keskittyi ongelmiin asiakkaiden näkökulmasta. Uusia huomioita olivat Ford-pisteen sisäisen kommunikaation heikkous ja työmääräinten epätarkat viankuvaukset, jotka aiheuttivat ylimääräistä työtä liikkeen sisällä.

Ensimmäisessä alaluvussa käsittelem haastattelututkimuksen tuloksia ja vertaan niitä kyselytutkimuksen tuloksiin sekä teen niistä johtopäätöksiä. Toisessa alaluvussa esitän tulosten pohjalta asiakastytyväisyyttä nostavia parannusehdotuksia. Kun puhun seuraavien alalukujen yhteydessä *haastattelututkimuksesta*, viittaan tekemäni opinnäytetyön haastatteluun ja kun viittaan FarosGroupin tutkimustuloksiin, puhun *FarosGroupin tutkimuksesta* tai *asiakastytyväisyyskyselystä*.

7.1 Tulosten vertailu ja johtopäätökset

FarosGroupin tekemän tutkimuksen mukaan yleisimpänä ongelmakohtana asiakkaiden mielestä oli huollon aikana soitto lisätöistä. Puolet asiakkaista vastasi, että heille ei soitettu huollossa havaituista lisätöistä. Noin 25 % vastanneista ei ollut täysin varmoja, soitettiin heille vai ei. Korkea epävarmojen osuus selittyy todennäköisesti sillä, että asiakkaan auto on leasingyhtiön omistuksessa, jolloin korjauslupa kysytään leasingyhtiöstä ja asiakkaalle vain ilmoitetaan, mitä on havaittu sekä korjattu. Haastattelututkimuksessa kaikki haastateltavat mainitsivat, että asiakkaita yritetään tavoittaa, mutta

silti he myönsivät, että asiakkaita voisi yrittää tavoittaa vielä useammin, mikäli heitä ei saada kiinni.

Toinen mainittu ongelmakohta FarosGroupin tutkimuksessa oli asiakkaiden mielestä paikoitus. Noin 25 % asiakkaista koki tyhjän parkkiruudun löytämisen vaikeaksi. Asiakastytyväisyyskyselyn vastauksista kävi ilmi, että Autokeskus Konalan huollon viitotukset ovat epäselvät ja parkkipaikkoja on liian vähän. Haastattelututkimuksessa jokainen haastateltava mainitsi, että vapaita parkkiruutuja tulisi olla riittävästi töiden vastaanoton välittömässä läheisyydessä ja tällä hetkellä tämä ei toteudu.

FarosGroupin tutkimuksessa kaikki asiakkaat olivat sitä mieltä, että töiden vastaanoton henkilöt olivat asiantuntevia, mutta silti vajaa puolet kyselyyn vastanneista koki, ettei heitä huomioitu, kun he saapuivat töiden vastaanottoon. Haastateltavista yli puolet oli kuitenkin sitä mieltä, että töiden vastaanoton pitäisi parantaa asiakaspalvelutaitoja ja teknistä ammattitaitoa. Suurin osa haastattelussa tätä mieltä olleista oli asentajia.

Töiden vastaanoton huoltomyyjien tekninen ammattitaito on hyvin tärkeitä myös korjaamon kalenterin suunnittelun ja sitä kautta konkreettisen huoltoprosessin onnistumisen kannalta. Ajanvaraajan pitää pystyä arvioimaan, kuinka kauan asiakkaan tilaamaan työhön menee aikaa, jotta mekaanikoilta eivät lopu työt kesken tai toisaalta, ettei korjaamopuolelle tule ylikuormitusta.

Haastatteluissa kaksi haastateltavista totesi korjaamon sisäisen kommunikaation olevan heikkoa. Kommunikaatio on kuitenkin hyvin tärkeää, jotta kaikki asiakkaiden toiveet saadaan toteutettua ja työtehtävät hoidettua asianmukaisesti. Korjaamon sisäisellä kommunikaatiolla tarkoitetaan niin asentajalta työnjohtoon kuin töiden vastaanotosta asentajalle kulkevaa tietoa. Autokeskus Konalassa tämä onkin normaalia haastavampaa, sillä töiden vastaanotto sijaitsee automyyntin rakennuksessa ja huoltokorjaamo on sijoitettu eri rakennukseen. Automyyntin ja korjaamon välillä noin 200 metrin matka, mikä tekee suorasta kasvokkain käytävästä keskustelusta lähes mahdotonta. Näin ollen on erityisen tärkeää, että töiden vastaanotossa kaikki pienetkin asiat kirjataan, sillä ne voivat helpottaa asentajien työtä. Vastaavasti asentajan ja hallityönjohtajan tulee kirjoittaa mahdollisimman kattavasti vioista ja vikojen korjaustoimenpiteistä, jotta korjaukset olisi mahdollisimman helppo selittää asiakkaalle. Haastattelussa haastateltavat olivatkin hyvin yksimielistä siitä, että kommunikaatiota tulisi parantaa kaikelta osalta.

Haastatteluja läpikäydessä kävi myös ilmi, että jälkimarkkinointipuolella kollegoiden kesken ilmenee kitkaa, samoin esimiesten ja alaisten välillä. Esimiehen antamia määräyksiä kritisoidaan eikä niitä kunnioiteta; esimerkiksi asentajat tekevät vain sen, mitä työmääräyksessä lukee eivätkä välttämättä huomioi muita vikoja tai ilmoita niiden löytymisestä. Työkavereiden kesken on myös ilmennyt luottamuspulaa; esimerkiksi toisen vikadiagnosiin tai korjauksiin ei luoteta. Henkilöstön sisäinen tyytyväisyys on tärkeä ehto sille, että asiakkaat ovat tyytyväisiä, ja tätä seikkaa painottaa muun muassa Autokeskuksen johto. Tulevista muutoksista ei juuri kerrota etukäteen muuta kuin että on tulossa muutoksia. Tämä aiheuttaa huhumyllyn ja muutosvastavirtaa, joka on suurelta osin turhaa ja laskee työntekijöiden työmotivaatiota. Kertomalla, millaisia muutoksia on luvassa ja jonkin verran aikataulusta henkilöstö saisi hiukan tietoa tulevasta eikä täysin perättömiä huhuja liikkuisi niin paljoa.

Henkilökunnalle suoritetussa haastattelusta selvisi, että erityisesti vianmääritystehtävissä asiakkailta kerätyt ennakkotiedot ovat vajavaisia. Jotta asentajien vianmääritys olisi mahdollisimman helppoa ja jotta oikeaa vikaa lähdetään tutkimaan, tulisi asiakkaalta kysyä tarkka viankuvaus. Apuna voidaan käyttää avoimia tai suljettuja kysymyksiä. Avoimilla kysymyksillä tarkoitetaan kysymystä, jolla asiakas saadaan kertomaan viasta omin sanoin, esimerkiksi ”Voitko kuvailla, mitä tapahtui?” Suljettu kysymys edellyttää yhden sanan vastausta, ja sen avulla voidaan vahvistaa yksittäisiä asioita, esimerkiksi ”Ilmeneekö häiriö kiihdytyksessä tai jarrutuksessa?”. [5 s. 85–86.]

7.2 Parannusehdotukset asiakastyytyväisyyden nostamiseksi

Insinööriyössä käytetty teemahaastattelu osoittautui toimivaksi. Jokainen haastatteluun osallistunut sai omin sanoin kertoa, missä olisi parannettavaa. Kaikki eivät kuitenkaan halunneet osallistua haastatteluun eivätkä perustelleet mielipidettään. Syynä voi olla mahdollisesti muutosvastarinta tai pelko siitä, että heidän sanomisiaan käytetään väärin tai heitä vastaan. Insinööriyön aikana on ilmennyt, että jälkimarkkinointipuolella on henkilöstön tyytyväisyys heikolla tasolla. Tämä voi olla yksi syy siihen, että osa Ford-merkin parissa työskentelevistä ei halunnut ottaa osaa insinööriyöhön. Pelkona saattaa olla se, että kahden kesken käyty keskustelu vuotaa suoraan esimiehille ja alainen joutuu kärsiväksi osapuoleksi.

Insinööriyön tarkoituksena oli löytää syitä asiakastytyväisyyden nykyiseen tilaan ja keksiä parannuskeinoja, jolla asiakastytyväisyys saataisiin nousuun. Läpikäydyistä aineiston perusteella voidaan todeta, että Autokeskus Konalan Fordin huoltopisteen asiakastytyväisyys on mahdollista saada nousuun osittain ilman suuria investointeja. Insinööriyön laajuuden takia konkreettisiin muutostöihin ei lähdetä vaan tarjotaan mahdollisia parannusehdotuksia.

Henkilöstön luottamusta pystyttäisiin nostamaan kertomalla tulevista muutoksista hyvissä ajoin ja antamalla tilannetietoja tasaisin väliajoin. Yrityksen vuosineljänneskatsauksia pitämällä henkilöstöllä olisi kuva yrityksen toiminnan tilanteesta ja samassa tilaisuudessa henkilöstö voisi esittää mielipiteitään ja kysymyksiä yrityksen johdolle.. Näin saataisiin faktatietoa sisältäviä vastauksia, eikä tarvitsisi turvautua kiertäviin huhuihin. Osavuosikatsauksia voitaisiin myös järjestää pienemmissä ryhmissä, esimerkiksi tietyn merkin henkilöstön kesken. Tällöin merkin sisäiset asiat voitaisiin käydä läpi asentajien, huoltomyyjien sekä työnjohtajien kesken ja samalla pystyttäisiin seuraamaan, pysytäänkö vuosibudjetissa vai ei.

Autokeskus Konalan tontti on haastava, koska tilaa parkkipaikoille on rajallinen määrä. On kuitenkin tiettyjä parkkipaikkoihin liittyviä asioita, joihin voidaan vaikuttaa. Havainto- ni mukaan Ford-asiakaspaikoitukselle on parkkeerattu esittelyautoja, toisen merkin autoja, vaihtoautoja ja henkilökunnan omia autoja. Esittelyautoille on omat merkityt paikat, joihin autot tulisi pysäköidä. Mikäli esittelyauto on ollut asiakkaalla ajossa, hän palauttaessaan auton pihaan yleisesti jättää sen ensimmäiseen vapaaseen ruutuun. Automyyjän, joka vastaanottaa esittelyauton, tulisi siirtää auto takaisin omalle paikalleen, mikäli auto on pysäköity asiakkaiden parkkiruutuihin. Vaihtoautojen määrä on myös hyvin suuri. Autot, jotka tulevat vaihdossa, menevät vaihtoautotarkastuksen kautta pesuun ja sieltä vaihtoautohalliin kuvattavaksi. Vaihtoautohallin kapasiteetti on myös rajallinen, mikä aiheuttaa tilan puutetta. Autoille, jotka odottavat tarkastukseen pääsyä, tulisi löytää pysäköintitila jostakin muualta kuin huoltojen vastaanoton edustalta. Jos asiakas jättää esimerkiksi oman Nissaninsa huoltoon ja pysäköi Ford asiakaspaikoitukselle, tulisi huollon vastaanoton henkilökunnan tai autonsiirtäjän siirtää se oikeaan paikkaan. Lisäksi henkilökunnalle ei ole lainkaan varattu omaa parkkipaikoitusta ja henkilökuntaa on ohjeistettu, että Autokeskuksen parkkipaikoille ei saa jättää omia autoja. Tämä ei kuitenkaan aina toteudu, ja syy tähän on mahdollisesti se, että työpaikan välittömässä läheisyydessä ei ole tilaa pysäköidä. Näihin seikkoihin huomiota kiinnittämällä ja niistä tarkemmin huolehtimalla voitaisiin vaikuttaa asiakastytyväisyyteen.

Ford-huollon sisäistä kommunikaatiota saataisiin parannettua sopimalla yhteisesti selkeät toimintamallit. Esimerkiksi jos asiakkaan autossa havaitaan lisätöitä, joita ei aika-
taulun puitteissa pystytä tekemään sammalla korjaamokäynnillä, hallityönjohto voisi
tiedottaa asiasta huollon vastaanoton työntekijöille. Tällöin huollon vastaanoton työntekijät voisivat mainita asiasta asiakkaalle soittaessaan hänelle auton huollon valmistumisesta. Näin ollen asiakas saisi jo aiemmin tiedon siitä, että auto vaatii uuden korjaamokäynnin, eikä koe ikäviä yllätyksiä vasta autoa noudettaessa. Lisäksi suuremmissa korjauksissa työmääräykseen voisi kirjata tarkemmin tietoja vianmäärityksestä ja korjaustoimenpiteistä eikä pelkästään todeta, että vika todettu, osia vaihdettu ja auto on kunnossa. Tällöin huoltomyyjien on helpompi perustella tehdyt huoltotoimenpiteet auton luovutushetkellä. Korjaamon kommunikointia voidaan parantaa myös sillä, että hallityönjohtajien ja töidenvastaanoton henkilöiden paikkoja vaihdettaisiin joksikin ajaksi. Kyseinen toimintamalli on osittain käytössä jo tällä hetkellä. Jos töiden vastaanotossa tai työnjohdossa on henkilöstövajausta sairastumisen tai muun syyn takia, henkilökuntaa on siirretty paikasta toiseen. Tällöin saataisiin näkymään niin sanottu todellinen arki, kun täysi henkilöstö on paikalla ja henkilöt näkisivät toisesta näkökulmasta, miten kommunikoinnin ja kirjoitetun tiedon määrä vaikuttaa heidän työtehtäviinsä konkreettisesti. Samalla myös huomattaisiin, mikäli jotkut henkilöt soveltuisivat paremmin toisiin tehtäviin, ja sisäisiä siirtoja voitaisiin tehdä tarvittaessa. Myös työtehtävien vaihdolla voisi olla positiivinen vaikutus huoltomyyjien tekniseen osaamiseen. Tällöin he pääsisivät näkemään korjauksien kulkua eikä välttämättä tarvittaisi niin paljoa maahantuonnin järjestämiä koulutuksia.

Töidenvastaanoton siirto korjaamorakennukseen poistaisi useita ongelmia. Huoltomyyjä voisi tarvittaessa käydä asentajan kanssa keskusteluja ongelmista, joista asiakas on maininnut. Kasvotusten viankuvaukset saataisiin kerrottua huomattavasti laajemmin ja tarkemmin kuin pelkästään kirjoittamalla tai puhelinsoitolla. Lisäksi asiakkaille pystyttäisiin ilmoittamaan hyvissä ajoin, että auto on valmis tiettyyn aikaan. Näin ollen asiakkaan ei tarvitsisi enää odottaa, että avaimet ja paperit siirtyvät rakennuksesta toiseen. Näihin siirtoihin voi pahimmassa tapauksessa kulua päivän aikana yli tunti yhtä autoa kohden. Töidenvastaanoton siirto ei kuitenkaan ole suoraan mahdollista. Korjaamoraakennuksessa sijaitsee jo tällä hetkellä muiden kuin Nissanin ja Fordin töidenvastaanotto. Rakennuksen tilat on käytetty kokonaan, eikä samaan tilaan mahtuisi enää kahta merkkiä lisää. Tilaa pitäisi laajentaa, jos haluttaisiin, että kaikki merkit olisivat saman katon alla. Tilan laajennus aiheuttaisi melkoisen suurien kustannuksia ja tuottaisi kaikille merkeille haasteita remontin ajan.

8 Yhteenveto

Insinööriyössä suoritettiin haastattelututkimus Autokeskus Oy Konalan Ford-huollon henkilökunnalle, jonka tarkoituksena oli kartoittaa asiakastyytyväisyyden ongelmakohtia. Haastattelututkimuksessa esiin nousseet ongelmakohdat olivat yhtenäisiä Faros-Groupin tekemän tutkimuksen kanssa. Haastattelututkimuksessa nousi odotetusti esiin myös korjaamon sisäisiä ongelmakohtia, jotka eivät suoraan näy asiakkaalle. Tuloksista nousi hyviä kohtia, joita parantamalla saadaan asiakastyytyväisyyttä nostettua. Laajemman asiakastutkimuksen avulla olisi voinut esiin nousta lisää ongelma-kohtia.

Tutkimukseeni oma työnkuvani huoltomyyjänä vaikutti osittain. Koen työskentelyni samassa organisaatiossa eduksi, koska olen päässyt tutustumaan Ford-huoltomyyjän arkeen. Mikäli haastattelun olisi suorittanut joku ulkopuolinen taho, olisi hän voinut saada joitakin eri tuloksia tai hänen otantansa olisi voinut olla erisuuruinen. Ulkopuoliselle henkilölle ei välttämättä uskalleta kertoa kaikkea, minkä entuudestaan tutulle henkilölle voi mainita. Työskentelyni Ford-huoltomyyjänä näkyy myös parannusehdotuksisani. Ehdotukseni kohdistuvat pääsääntöisesti suoraan asiakaspintaan: miten asiakkaan mielikuvaa ammattitaitoisesta henkilökunnasta saadaan parannettua. Tulevista muutoksista olisi siis hyvä kertoa etukäteen ja muutosten aikana tulisi antaa tilannetietoja tulevasta. Paikoituksesta pitäisi huolehtia tarkemmin, jotta asiakkaat olisivat tyytyväisempiä jo saapuessaan. Korjaamon sisäiseen tyytyväisyyteen pystytään vaikuttamaan sopimalla tarkat toimintamallit, joiden avulla välttyttäisiin turhalta työltä ja epäselvyyksiltä. Töidenvastaanoton siirtäminen korjaamorakennukseen poistaisi useita ongelmatilanteita, mutta se ei tällä hetkellä ole mahdollista. Henkilöstön kierrättäminen töidenvastaanoton ja työnjohdon välillä parantaisi henkilöstön teknillistä osaamista ja sillä voisi olla myös positiivinen vaikutus sisäiseen kommunikaatioon.

Autokeskus Oy Konalan Ford-asiakastyytyväisyyttä voisi verrata Autokeskus Oy:n muiden merkkien asiakastyytyväisyyteen, onko eri merkkien välillä eri ongelmakohdat. Kyseisellä tutkimuksella voitaisiin kartoittaa laaja-alaisempia vahvuuksia ja heikkouksia. Lisäksi tarkempi haastattelututkimus voisi paljastaa lisää ongelma-kohtia. Tarkemman haastattelututkimuksen voisi kohdistaa myös toisen toimipisteen Ford-huollon henkilökuntaan. Samalla voisi tutkia, onko tässä opinnäytetyössä nousseita muutosehdotuksia otettu käytäntöön tai kokeiltu käytännössä.

Lähteet

- 1 Autokeskus Oy lyhyesti. Verkkodokumentti. Autokeskus Oy.
<http://www.autokeskus.fi/autokeskus/>. Luettu 14.7.2015.
- 2 Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena. 2000. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- 3 Lahtinen, Jukka & Isoviita, Antti. 1999. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Avaintulos Oy: Tampere.
- 4 Autokeskus laatukäsikirja. Verkkodokumentti. Aro-yhtymä.
<<http://intra.aro.fi/autokeskus/laatukasikirja/5.korjaamonnormit/>> Luettu 21.12.2015.
- 5 Ford takuuasian käsikirja. Verkkodokumentti Oy Ford Ab Luettu 10.1.2016.
- 6 FarosGroup yleinen yritysesittely, pdf. FarosGroup. Päivitetty 2016 Luettu 21.5.2016.
- 7 Moottoriajoneuvojen ja niiden osien korjausehdot. Autoalan Kuluttajaneuvottelukunta. AKL-PALVELU Oy. 28.4.2014
- 8 Vainikainen, Vesa-Matti. Huolto- ja varaosaosaston asiakaspalvelupäällikkö, Oy Ford Ab, Helsinki, Puhelinkeskustelu 4/2016
- 9 Koponen, Matti S. 2016. Huolto ja varaosajohtaja, Oy Ford Ab, Helsinki, Puhelinkeskustelu 5/2016

Liitteet

Ote Ford Takuuasiankäsikirjasta



Avoimet kysymykset

'Avoin' kysymys on erinomainen tapa saada alustava kuvaus oireista asiakkaan omin sanoin, esim.:

- "Voitko kuvailla, mitä tapahtuu?"
- "Millä ajonopeudella se ilmenee?"
- "Milloin huomasit häiriön ensimmäistä kertaa?"

Kysymällä 'avoimia' kysymyksiä saat kehoitettua asiakasta kertomaan tietoja omin sanoin.

Suljetut kysymykset

'Suljettu' kysymys edellyttää yhden sanan vastausta, ja sen avulla voi vahvistaa yksittäisiä asioita, esim.:

- "Onko häiriö pahempi tietyissä olosuhteissa?"
- "Ilmeneekö häiriö kiihdytyksessä tai jarrutuksessa?"

Niitä voidaan käyttää myös yhteenvetona ja niiden avulla voidaan ilmaista, että olet ymmärtänyt asiakkaan kertomat asiat oikein:

- "Sytytyskatkos siis ilmenee suurilla kierrosnopeuksilla?"
- "Ilmeneekö häiriö siis, kun moottori on kylmä?"

Ellei häiriötä voi määrittää täsmällisesti, huoltoneuvojan on käännyttävä korjaamon työnjohdon puoleen. Tarvittaessa tekninen asiantuntija tarkastaa auton asiakkaan kanssa, jotta kaikki häiriöt saadaan määritettyä ja vahvistettua. Tähän voi liittyä myös lyhyt koeajo. Tämä työn osuus luokitellaan ensisijaiseksi vianmäärittäykseksi, eikä sitä korvata.

Teemahaastattelun runko

Kvalitatiivinen teemahaastattelu

Haastateltavan perustiedot

Ikä

Työkokemus

Työtehtävä

Sukupuoli

Millainen on hyvä asiakaspalvelukokemus?

Mitä asioita tulee huomioida autoa tuodessa?

Huollon aikana

Auton luovutuksessa

Vaikuttaako huollon henkilöstön kemia asiakastyytyväisyyteen, miten /miksi ?