

Ari-Pekka Pulkkis

**Ruotsinkielisen asiakaspalvelun taso Vaasan Prismassa**

Opinnäytetyö

Kevät 2011

Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemusalan yksikkö

Liiketalouden koulutusohjelma



## SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

### Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemusalan yksikkö  
Koulutusohjelma: Liiketalouden koulutusohjelma

Tekijä: Ari-Pekka Pulkkis

Työn nimi: Ruotsinkielisen asiakaspalvelun taso Vaasan Prismassa

Ohjaaja: Ulla Autio

Vuosi: 2011

Sivumäärä: 62

Liitteiden lukumäärä: 4

---

Kaksikielisyys on Vaasassa ja Vaasan lähikunnissa huomattava voimavara, sillä seudulla asuu paljon ruotsinkielisiä asukkaita. Tämän vuoksi tutkimuksen kohteena on lähellä Mustasaaren kunnan rajaa sijaitseva Vaasan Prisma. Opinnäytetyössä tutkitaan yleisesti Vaasan Prismassa asiakastytyväisyyttä, mutta erityishuomion saa äidinkieleltään ruotsinkielisten asiakkaiden tyytyväisyys Vaasan Prismassa ja KPO:n tarjoamiin ruotsinkielisiin palveluihin. Asiakastutkimuksen otantana on 200 asiakasta, joista 76 on äidinkieleltään ruotsinkielisiä. Lisäksi tutkitaan henkilöstön näkemyksiä omasta kielitaidosta, sen merkityksestä ja kehittämisestä.

Työntekijöiden kielitaidon selvityksen kautta haetaan ideoita ja työvälineitä henkilökunnan kielitaidon ylläpitämiseen ja kehittämiseen. Tutkimukset suoritettiin kyselytutkimuksena. Henkilöstökyselyyn vastasi 42 työntekijää.

Tutkimuksen tuloksena selvisi, että asiakkaat ovat pääasiallisesti tyytyväisiä Vaasan Prismassa ruotsinkielisen palvelun tasoon sen kaikilla osa-alueilla, vaikka henkilökunnan taidoissa kehitettävää onkin. Puutteista huolimatta henkilökunnalla on kuitenkin enimmäkseen hyvä ruotsin kielen ymmärryksen taso.

Avainsanat: kaksikielisyys, asiakaspalvelu

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## Thesis abstract

Faculty: Business School

Degree programme: Business Management

Authors: Ari-Pekka Pulkkis

Title of thesis: Swedish language customer service in Prisma Vaasa

Supervisor: Ulla Autio

Year: 2011

Number of pages: 62

Number of appendices: 4

---

Bilingualism is common in Vaasa and in regions around Vaasa, Swedish being the second most widely spoken language. Prisma Vaasa is one of the few hypermarkets in Vaasa.

The purpose of this thesis is to investigate in two separate surveys the customer satisfaction at Prisma with the employees' language skills, and especially how well the employees speak and understand Swedish. 42 employees were interviewed for the employee survey. The focus in the thesis is on customers who speak Swedish as their mother tongue. 200 customers were interviewed out of whom 76 speak Swedish as their mother tongue.

Results showed how most of the Swedish speaking customers are satisfied with the service they receive, but the employees working in Prisma say they have trouble speaking Swedish. In order to maintain customer satisfaction it would be important to arrange courses in Swedish to improve the employees' language skills.

Keywords: bilingualism, customer service

## SISÄLTÖ

OPINNÄYTETYÖN TIIVISTELMÄ.....	2
THESIS ABSTRACT .....	3
SISÄLTÖ.....	4
1 JOHDANTO.....	8
1.1 Taustaa.....	8
1.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelma .....	9
1.3 Kohdeorganisaation esittely .....	9
1.4 Opinnäytetyön rakenne.....	10
2 RUOTSINKIELISYYS ASIAKASPALVELUN HAASTEENA .....	11
2.1 Kielitutkimusta.....	11
2.2 Kaksikielisyys Vaasan alueella .....	14
3 ASIAKASPALVELU ON VIESTINTÄÄ.....	16
3.1 Asiakaspalvelun viestintätilanteet .....	17
3.2 Huippupalvelijan ominaisuuksia.....	18
4 ORGANISAATION OSAAMISEN VARMISTAMINEN .....	19
4.1 Henkilöstön kehittäminen.....	21
4.2 Osaamisen kehitys yrityksen sisällä.....	22
4.3 Rekrytointi.....	23
4.4 Osaamisen menettäminen .....	25
4.5 S-Ryhmän koulutus.....	26
4.6 Osaaminen ja markkinoiden houkuttelevuus .....	27
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	28
5.1 Aineiston keräys.....	28
5.2 Aineiston käsittelytavat .....	29
6 TYÖNTEKIJÄKYSELYN TULOKSET .....	29
6.1 Vaasan Prismän henkilöstö ja kyselyyn vastanneet.....	29
6.2 Työntekijöiden kielitaso .....	31
6.3 Taustatietojen käsittelyä .....	38

6.4 Työntekijöiden kommentteja .....	40
<b>7 ASIAKASKYSELYN TULOKSET .....</b>	<b>40</b>
7.1 Asiakkaiden näkemys ruotsin kielen tasosta.....	40
7.1.1 Tyytyväisyys ruotsin kielen tasoon .....	41
7.1.2 Ruotsinkielisten asiakkaiden taustatietoja .....	49
7.2 Asiakaspalvelu Prismassa yleisellä tasolla .....	50
7.3 Asiakkaiden taustatiedot .....	52
7.4 Asiakkaiden omia kommentteja .....	54
<b>8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA .....</b>	<b>54</b>
8.1 Työntekijöiden osaaminen .....	55
8.2 Toimenpide-ehdotuksia työntekijöiden suhteen .....	55
8.3 Kieliasioden kehityksen vaikutus asiakkaisiin .....	57
8.4 Asiakastyytyväisyyden kehitystä .....	59
8.5 Pohdinta.....	59
<b>9 LÄHTEET .....</b>	<b>61</b>
<b>10 LIITTEET .....</b>	<b>63</b>

## Kuvioluettelo

Kuvio 1. Pohjanmaan kartta ja kuntarakenne .....	14
Kuvio 2. Suomen kielen puhumisen ja ymmärtämisen vertailua .....	31
Kuvio 3. Ruotsin kielen puhumisen ja ymmärtämisen vertailua .....	32
Kuvio 4. Koetko kielitaitosi riittäväksi .....	34
Kuvio 5. Koetko ongelmia asiakkaiden kanssa puutteellisen kielitaidon takia.....	35
Kuvio 6. Uskotko kielitaitosi vaikuttaneen rekrytointitilanteessasi? .....	36
Kuvio 7. Tarjoaako Prisma riittävästi mahdollisuuksia kehittää kielitaitoja .....	38
Kuvio 8. Henkilökunnan ikärakenne.....	39
Kuvio 9. Miten tyytyväinen olet Vaasan Prisman kassojen ruotsin kielen taitoon .	41
Kuvio 10. Miten tyytyväinen olet Prisman osastojen henkilökunnan ruotsin kielen taitoon .....	42
Kuvio 11. Miten hyvin KPO ottaa ruotsinkieliset asiakkaat huomioon mainonnassa?.....	43
Kuvio 12. Miten hyvin KPO ottaa ruotsinkieliset asiakkaat huomioon esitteissä ym.	44
Kuvio 13. Miten hyvin KPO ottaa ruotsinkieliset asiakkaat huomioon tuotetiedoissa	45
Kuvio 14. Ruotsinkielisten asiakkaiden tyytyväisyyksien keskiarvot eri osa-alueilla	46
Kuvio 15. Onko sinulla ollut kielellisiä ongelmia Prisman työntekijöiden kanssa? .	47
Kuvio 16. Oletko harkinnut missään myymälässä asioiden lopettamista puutteellisen kielitaidon takia .....	48
Kuvio 17. Miten tyytyväinen olet Prisman asiakaspalvelun tasoon? .....	50

Kuvio 18. Oletko koskaan harkinnut missään kaupassa asiointien lopettamista puutteellisen asiakaspalvelun takia? .....	51
Kuvio 19. Kuinka usein asioit Vaasan Prismassa .....	52

## **Taulukkoluetelo**

Taulukko 1. Ruotsin kielen puhuminen osastoittain .....	33
Taulukko 2. Ruotsin kielen ymmärrys osastoittain .....	33
Taulukko 3. Miten kielitaidon vaikutus rekrytoinnissa ja ruotsin ymmärtäminen vaikuttavat keskenään .....	37
Taulukko 4. Miten kielitaidon vaikutus rekrytoinnissa ja ruotsin puhuminen vaikuttavat keskenään .....	37
Taulukko 5. Äidinkielet asuinkunnittain .....	49
Taulukko 6. Prismassa asiointi asuinkunnittain.....	53
Taulukko 7. Asiointien tiheys ja asiakasomistajuus.....	53

## 1 JOHDANTO

Johdannossa avataan tutkimuksen tavoitteita sekä taustoja sekä kerrotaan myös kohdeorganisaatiosta. Lopuksi käydään läpi opinnäytetyön rakenne opinnäytetyön lukemisen helpottamiseksi.

### 1.1 Taustaa

Vaasan alueella, eli Vaasassa ja lähikunnissa, ruotsinkielisyys sekä kaksikielisyys ovat merkittäviä tekijöitä. Vaasan alueella on ollut vuonna 2011 ja aiemminkin paljon puhetta kaksikielisyyden asemasta sekä kaksikielisistä palveluista, kun taustalla vaikuttavana tekijänä ovat olleet kuntaliitokset. Vaasan naapurikunta Mustasaari on suurimmilta osin ruotsinkielinen, kun Vaasa taas on kaksikielinen. Alueella on useita ruotsinkielisiä tai kaksikielisiä kuntia, mutta kuitenkin on myös monia suomenkielisiä kuntia.

Kaikesta tästä huolimatta kaksikieliset palvelut ja niiden taso on vain vähän tutkittu asia. Kaksikielisten palvelujen kehitys voi tuoda yritykselle Vaasan alueella paremman kilpailuaseman, etenkin mikäli kaksikielisyys ei täysin yrityksessä vielä toimi.

Henkilökunnan kielitaitoa eikä asiakkaiden tyytyväisyyttä henkilökunnan taitoon ole tutkittu aiemmin Vaasan Prismassa. Tutkimus on Vaasan seudun kielirakenteen vuoksi tärkeä Vaasan Prismalle kiristyvän kilpailutilanteen takia, jotta palveluja voidaan kehittää ja ylläpitää monipuolisemmin.



## 1.2 Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelma

Tutkimusongelmana on, millainen on Vaasan Prisman ruotsinkielisen asiakaspalvelun nykytaso ja asiakkaiden tyytyväisyys tilanteeseen. Opinnäytetyössä tutkitaan työntekijöiden ruotsinkielen ymmärrystä ja kykyä puhua ruotsiksi sekä toisaalta Vaasan Prisman asiakkaiden tyytyväisyyttä erilaisiin ruotsinkielisen palvelun muotoihin kuten mainontaan. Lisäksi tutkimuskysymykset käsittelevät laajemminkin asiakaspalvelua.

Opinnäytetyön tavoitteena on kyetä osoittamaan Prisman henkilökunnan vahvuudet ruotsinkielisessä palvelussa sekä myös heikkoudet, jolloin niitä voi kehittää paremmin. Ilman tuntemusta nykytilasta toimenpiteitä ei voi tehdä, joten tavoitteena on löytää asiakkaiden sekä työntekijöiden näkemät ongelmakohdat, jotta niihin voidaan puuttua erilaisin toimenpitein

## 1.3 Kohdeorganisaation esittely

Opinnäytetyön kohde on Vaasan Prisma, joka on osa Osuuskauppa KPO:ta. Osuuskauppa KPO on yksi Suomen suurimpia alueosuuskauppoja ja on osa S-ryhmää. Vaasassa ja Vaasan läheisyydessä on toistaiseksi vain yksi Prisma, mutta toinen Prisma-yksikkö on suunnitteilla Vaasassa. Muut Osuuskauppa KPO:n Prismat ovat Kokkolassa, Pietarsaareissa ja Ylivieskassa. Osuuskauppa KPO:n alueella on monia kaksikielisiä sekä ruotsinkielisiä kuntia, joten Vaasa ei ole poikkeus kaksikielisenä alueena ja Osuuskauppa KPO:n ruotsinkielinen markkinointi toimii koko alueella.

Vaasan Prismassa työskentelee vakituisesti noin 160 työntekijää. Päivittäistavaraosastolla työskentelee noin 60 henkeä ja kassoilla noin 70 henkeä. Käyttötavaraosasto, joka sisältää pukeutumisen, urheilu- ja viihdeosaston sekä kodin ja rakentamisen osastot, työskentelee yhteensä noin 27 henkeä.

Vaasan Prisman yhteydessä toimii S-Pankki sekä ABC-automaatti houkuttelemassa asiakkaita. Vaasan Prisma ei ole ydinkeskusta-alueella, vaan lähempänä Kivihaan kauppakeskittymää, jossa on Vaasan kahdesta Citymarketista suurempi myymälä.

#### **1.4 Opinnäytetyön rakenne**

Opinnäytetyö alkaa teoriaosuudella, jossa käsitellään yleisesti kielitutkimusta sekä Vaasan seudun kielirakennetta. Tarkastelu koskee Vaasaa ja sen lähikuntia, joista voisi olettaa asiakkaita saapuvan Vaasan Prismaan.

Seuraavaksi tarkastellaan asiakaspalvelua yleisesti sekä viestinnän tärkeyttä asiakaspalvelun osana. Tämä on olennaista kielitutkimuksen ohella, sillä ruotsinkielinenkin asiakaspalvelu rakentuu pääasiallisesti asiakaspalvelusta, eikä vain ruotsin kielestä.

Ennen tutkimuksen suorittamisen ja tulosten esittelyä käsitellään vielä teoriaa osaamisesta, sen hankkimisesta, ylläpitämisestä sekä menettämisestä. Tämä sisältää yleistä henkilöstön koulutuksesta, rekrytoinnista ja erikseen vielä S-Ryhmän omasta koulutuksesta. Tämä osuus sisältää myös tutkimusta markkinoiden odotuksista osaamisen suhteen. Teoriaosuuden jälkeen käsitellään tutkimuksen suorittamista ja tutkimustuloksia. Tulokset esitellään erikseen asiakkaiden ja henkilöstön vastausten osalta. Tutkimustuloksia seuraa selkeytetyt johtopäätökset, joissa käsitellään tärkeimpiä lukuja ja niistä tehdään johtopäätöksiä.

## 2 RUOTSINKIELISYYS ASIAKASPALVELUN HAASTEENA

Tässä osiossa käsitellään ruotsin kielen asemaa sekä ruotsin kielen käyttöä. Tarkoituksena on myös tarkastella, millaiset kieliolosuhteet vallitsevat Suomessa ja Vaasan alueella.

Ruotsin kieli on merkittävä tekijä Pohjanmaalla ja Vaasan lähialueella. Vaikka alueella asuu merkittävät määrät ruotsinkielisiä asukkaita, ruotsinkielisyyttä ei ole tutkittu paljonkaan eikä ruotsinkielisyyden vaikutusta asiakaspalvelutilanteisiin ole tutkittu lainkaan.

### 2.1 Kielitutkimusta

”Useat sosiolingvistit pitävät käytännön etuja yhtenä tärkeimmistä kielen vaihdon syistä. Mm. Bratt-Paulston ja Paulston korostavat sosioekonimisten etujen saavuttamista kieleen vaihtoon vaikuttavana tekijänä (Bratt-Paulston – Paulston 1977 s. 158.). Sosioekonomiset edut tuovat edelleen turvallisuudentunnetta (Afendras 1970 s. 9 – 10 .).” (Paavola 1987, 137.)

Liisa Paavolan (1987) kirjassa tuodaan esiin 1980-luvun lopulta sitä, miten Helsingissä suomesta oli tullut suomenruotsalaisillekin pääkieli. Suomenruotsalaiset puhuivat töissä enemmän suomea kuin ruotsia, sillä kaikissa töissä vaadittiin suomen hallitsemista ja ruotsin kielen osaaminen oli etu.

”Työpaikan kielestä puhuttaessa on tehtävä ero työpaikan sisäisen kielen käytön – kielen käytön työntekijöiden kesken – ja muun työhön liittyvän kielen käytön välillä. Jälkimmäisellä tarkoitan ennen kaikkea asiakaspalvelua. 30 informantista 17:n työ on paljolti asiakaspalvelua, ja he puhuvat asiakkaidensa kanssa päivittäin kumpaakin kieltä, vaikka suomi onkin lähes poikkeuksetta pääkieli.” (Paavola 1987, 138.)

Nykyäänkin monet aikaisemmin ruotsinkieliset alueet ovat nimenomaan kaksikielisiä alueita, ja suuri osa ruotsinkielisistä on kaksikielisiä. Tähän vaikuttavat esimerkiksi lisääntyneet kaksikielistet avioliitot. Näillä tarkoitetaan avioliittoa, jossa molemmilla aviopuolisoilla on omat äidinkielsensä, useimmiten siis ruotsi ja suomi.

”On kuitenkin osoittautunut, että kaksikielisistä avioliitoista tulee yhä useammin aidosti kaksikielisiä perheitä, joissa aviopuolisot puhuvat omaa äidinkieltään ja lapset oppivat molempia. Tätä edesauttaa suuresti se, että kaksikielisten perheiden enemmistö, äskettäin tehtyjen selvitysten mukaan noin kaksi kolmannesta, lähettää lapsensa ruotsinkielisiin kouluihin” (Allardt 1997, 47.)

Suuri osa suomenruotsalaisista osaa suomea, ovat he täysin kaksikielisiä tai eivät. Useimmiten he pärjäävät myös puhumalla suomea, jos ruotsinkielen taitoisia ei ole paikalla. Mutta tällöin ei ole kyse vain kaksikielisistä, sillä ruotsia äidinkielenään puhuvien sanavarasto suomeksi ei aina ole riittävä.

Suomenruotsalaisista jopa 64 prosenttia ilmoittaa joko täysin varmasti taikka joksseenkin varmasti siirtyvänsä puhumaan suomea, jos seurassa on mukana ainakin yksi suomenkielinen henkilö. Toisaalta jopa 70 prosenttia on joko täysin tai osittain samaa mieltä siinä, että vastaan tulee tilanteita, joissa on vaikeaa ilmaista itseään suomeksi. (Allardt 1997, 55.)

Ruotsin kielellä ja suomenruotsalaisuudella on kuitenkin hyvin pitkät historialliset juuret Suomessa ja esimerkiksi rannikkoseuduilla, kuten Vaasassa. Ruotsia on puhuttu Suomessa paljon keskiajasta lähtien. Jo tällöin syntyi kaksi eri ruotsinkielistä väeöstänosaa, rannikkoseutujen ruotsinkielinen rahvas ja ruotsinkielinen ylhäistö eli säätyläiset. Ruotsinkieliset säätyläiset koostuivat ennen kaikkea Suomessa toimivasta virkamies- ja upseerikunnasta, papistosta ja johtavasta porvaristosta. (Allardt 1997, 45.)

## 2.2 Kaksikielisyys Vaasan alueella



Kuvio 1. Pohjanmaan kartta ja kuntarakenne (Pohjanmaa.fi)

Vaasa itsessään on kaksikielinen kaupunki ja Vaasan lähialueilla on useita ruotsin- tai kaksikielisiä kuntia. Tilastokeskuksen (2010) tietojen mukaan pelkästään Pohjanmaan maakunnassa oli vuonna 2009 yhteensä 80 354 suomenkielistä ja 90 222 ruotsinkielistä. Tämä tarkoittaa sitä, että peräti 53 prosenttia pohjanmaalaisista on äidinkieltään ruotsinkielisiä. Kaikki Pohjanmaalla asuvat eivät kuitenkaan kuulu Vaasan Prisman vetovoimapiiriin, mutta tämä antaa hyvän käsityksen alueella tarvittavasta ruotsin kielentaidosta. Vaasassa kuitenkin vain 26,2 prosenttia asukkaista oli ruotsinkielisiä vuonna 2009. Tässä kielirakenteessa ei ole odotettavissa merkittävää muutosta tulevaisuudessakaan. Yhä Tilastokeskuksen (2010) tietojen mukaan kymmenen vuotta aiemmin, eli vuonna 1999, ruotsinkielisten osuus oli myös 26,2 prosenttia

Koska Vaasan Prisma vetää lähikunnistakin asiakkaita, tarkastellaan esimerkiksi muutaman kuviossa 1 näkyvän lähikunnan kielirakenteita. Mustasaari on Vaasaa ympäröivä kunta, joka on pääosin ruotsinkielinen. Vuonna 2009 on 70,6 prosenttia Mustasaaren asukkaista äidinkieltään ruotsinkielisiä. Vastaavasti Vähäkyrössä 1,7 prosenttia oli äidinkieltään ruotsinkielisiä ja Laihilalla vastaava osuus oli 1,1 prosenttia. Vaasan eteläpuolella Maalahdessa taas ruotsinkielisten osuus oli 90,5 prosenttia. Vähäkyrö ja Maalahti ovat noin 5000 asukkaan kuntia, kun taas Laihialla on noin 8000 asukasta ja Mustasaassa noin 12000. Mustasaari ja Maalahti ovat Vaasan rajanaapureita ja Laihian ja Vähäkyrön kanssa Vaasalla ei ole yhteistä maarajaa. Tämä ei kuitenkaan estä vähäkyröläisiä ja laihialaisia asioimasta Vaasassa ajamalla Mustasaaren läpi. Vaasan moottoritiekin kulkee Mustasaaren läpi Laihialle, jolloin kulku on sujuvaa.

### 3 ASIAKASPALVELU ON VIESTINTÄÄ

Seuraavaksi käsittelemme sitä, mitä asiakaspalvelu on ja miten siihen olennaisesti liittyy viestintä. Yhdistettynä aiempaan kielitutkimukseen, voidaan saada parempi käsitys siitä, miten kielipalvelut vaikuttavat yleisesti asiakaspalveluun ja asiakkaiden tyytyväisyyteen.

Viisi palvelujen perusominaisuutta, jotka erottavat palvelun fyysisestä tuotteesta ja jotka vaikuttavat suuresti myös palvelujen markkinointiin ovat: palvelut ovat aineettomia, palvelun tuottamiseen osallistuu myös itse asiakas, palvelut ovat heterogeenisiä sekä, että palvelua ei voi varastoida eikä sitä voi kukaan omistaa. (Pesonen, Lehtonen & Toskala 2002, 22.)

Asiakaspalvelutilanteessa palvelut tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti, mikä tarkoittaa palvelun tarjoajan ja kuluttajan olevan vuorovaikutuksessa. Tämän vuorovaikutuksen taso vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen, joten toimiva vuorovaikutus on oleellista. Vuorovaikutukseen laadusta syntynyt käsitys luo pohjan koko laadun arvioinnille, ja monet palvelut konkretisoituvat asiakkaiden silmissä nimenomaan niissä ihmisissä, jotka palvelun suorittavat. (Pesonen, Lehtonen & Toskala, 2002 44). Tästä huolimatta jokainen asiakkaan kanssa vuorovaikutuksessa oleva työntekijä vaikuttaa suoraan asiakkaan mielikuvaan yrityksestä ja asiakaspalvelun laadusta. Tämä näkyy myös siinä, ettei mielikuvaan palvelun laadusta vaikuta vain ne työntekijät, joiden ensisijaisena vastuuna on asiakaspalvelu.

Myyvälässä useimmiten asiakaspalvelijan tehtävänä on myös myydä asiakkaalle. Joillekin heidän ainoa asiakaspalvelunsa on myynnin yhteydessä, vaikka useimmiten on myös asiakaspalvelijoita, joiden työ ei liity suoranaisesti myyntiin mitenkään. Myyntitaidot itsessään ovat kuitenkin huomattava osa kaupan asiakaspalvelua.

Yksinkertaistettuna voidaan sanoa, että myynnin taitavuus näkyy siinä, kun asiakas huomaa tyytyväisenä ostaneensa ilman tunnetta, että hänelle on väkisin myyty jotain. Tämä liittyy siihen, että jos asiakkaalle tullessa tulee sellainen tunne kuin häneltä oltaisiin pakolla jotain myymässä, hän saa puolustus- ja torjuntareaktion, jonka läpi on varsin vaikea myydä onnistuneesti mitään. Reaktio johtuu siitä, ettei kukaan halua kokea joutuneensa johdatelluksi. Ostaminen itsessään sinänsä on yleensä jopa hauskaa. Myyjän tehtävä on tehdä ostotapahtuma mahdollisimman helpoksi ja mukavaksi, jolloin myös kaupanteko etenee luontevasti. (Rope 2003, 100.)

Myyntitaito itsessään on kuitenkin opittavissa, vaikka joillekin myynti on täysin luontaista. Jos ei kuitenkaan luonnostaan ole myyntipainotteinen eikä halua oppiakaan myyjäksi, ei henkilö todennäköisesti edes voi kehittyä myyjänä eteenpäin.

### **3.1 Asiakaspalvelun viestintätilanteet**

Asiakaspalvelu voidaan nähdä neuvottelutilanteena. Neuvottelussa kaksi osapuolta, asiakas ja asiakaspalvelija, pyrkivät löytämään sellaisen ratkaisun asiakkaan ongelmaan, joka tyydyttää molempia osapuolia.

Neuvottelutilanne olisi hyvä rakentaa siten, että asiakas on myyntitilanteen enemmän puhuva osapuoli ja myyjä on enimmäkseen kuuntelija. Täten asiakkaalla on mahdollisuus itse esitellä ongelmansa, sillä myyntityön perustana tulisi olla aktiivinen kuuntelu. (Havunen 2000, 177.)

Tämän vuoksi on tärkeää kohdentaa asiassa huomio ensisijaisesti kuullun ymmärtämiseen, eikä itse puheen tuottamiseen. Myyjällä on tehtävänä ohjailta keskustelua ongelmakohtiin. Mikäli asiakas siis ei kykene tuomaan esiin ongelmansa, ei asiakaspalvelinjankaan ole mahdollista edes rajallisella kielitaidollaan voi yrit-



tää ratkaista ongelmaa, sillä ratkaistava ongelma ei ole edes tiedossa. (Havunen 2000, 178.)

### **3.2 Huippupalvelijan ominaisuuksia**

Pitkäsen (2006, 30.) mukaan palvelutyössä erittäin tärkeitä asioita ovat innostuneisuus ja palvelun aitous. Se ei kuitenkaan tarkoita sitä, että asiakaspalvelijan tunteet saisivat tulla räiskyen esiin. Tarvitaan myös lisäksi esimerkiksi nöyryyttä sekä itsehillintää, sillä palvelijan on osattava pitää omat tunteensa erossa työstään.

Hämäläinen (1999, 31.) pohtii, mikä asiakaspalvelijan positiivinen ominaisuus ei sopisi luontevaan palveluun. Hän toteaa, että tuskin yhtäkään myönteistä adjektiivia voitaisiin laskea pois hyvälaatuisesta luonnollisesta palvelusta. Edelleen Hämäläinen toteaa, että tarkoituksena ei ole luetella mahdollisimman montaa ominaisuutta, vaan pohtia, miten huippupalvelijan tärkeimmät ominaisuudet vaikuttavat hänen toimintaansa asiakkaita palvellessa.

Huippupalvelijan ominaisuuksiksi luetellaan ensimmäiseksi halu toimia huippupalvelijana, toiseksi luotettavuus, kolmantena on tietotaitoon pohjautuva osaaminen. Neljäs on inhimillisyyys sekä viimeisenä on aloitteellisuus. (Hämäläinen 1999, 31.)

Jokaiseen näistä edellä todetuista ominaisuuksista kuitenkin sisältyy useampi piirre, mutta nämäkin ominaisuudet saadaan ryhmiteltyä helposti näiden laajempien kokonaisuuksien alle. Haluun toimia huippupalvelijana voidaan laskea innostuneisuus sekä usko omiin kykyihin, aivan kuten luotettavuuteen lasketaan rehellisyys, vastuullisuus ja tunnollisuus. Eniten tässä tutkittavana on tietotaitoon pohjautuvan osaamisen alle sisältyvät asiakkaiden erilaisuuden sekä tarpeiden ymmärtäminen.

Ruotsin kielen aseman ollessa huomattava asiakaskunnassa huippupalvelija on todennäköisimmin siis sellainen, joka kykenee tunnistamaan tämän tarpeen ja täyttämään sen taidoillaan.

Asiakkailla on oikeus vaatia parempaa. Asiakkailla on nykyään aikaisempaa useampia vaihtoehtoja, joista valita. Asiakas ilmaisee omilla valinnoillaan mielipiteitensä palveluista riippumatta siitä, miten suurta organisaatiota tahansa palveluntarjoaja edustaa. (Hämäläinen 1999, 53.)

Myyjän on myös tunnettava myytävät tuotteet, jolloin useimmiten työntekijä voi olla yrityksen oman koulutuksen ja perehdytyksen varassa, mikäli ei omatoimisesti hanki tietoa myytävistä tuotteista. Eri tuotealueilta ei myynnin ammattilaisille löydy erillistä valmista koulutusta, mutta eri alojen koulutukset voivat koskea yrityksen tuotealueita.

Valittaessa myyjää ei näin ollen tulisi korostaa liikaa esimerkiksi teknistä koulutusta. Juuri teknologiaa myydessä myyjä valitaan usein teknisen koulutuksen saaneista. Kuitenkin kannattaisi harkita mielummin sitä, kumpi on helpompaa – opettaa myynnin hallitsevalle ihmiselle teknisen laitteen tiedot, vai opettaa myyntiä tekniikan hallitsevalle henkilölle. (Rope 2003, 98.)

## **4 ORGANISAATION OSAAMISEN VARMISTAMINEN**

Organisaation osaaminen on yksi organisaation tärkeimpiä voimavaroja. Tämä osaaminen muodostuu yksilöiden osaamisesta ja siitä, miten ne saadaan organisaation käyttöön. Käsitlemme siis osaamista, osaamisen kehittämistä, osaamisen hankkimista sekä sen menettämistä. Mukana on myös käsittelyä kohdeorganisaation kattojärjestön tarjoamista koulutuspalveluista.

Kompetenssin käsitteen tarve johtuu suurimmilta osin muuttuvasta maailmasta. Perinteisemmät, staattiset ja merkityksiltään selkeät käsitteet, esimerkiksi kyky, eivät ole enää riittävän joustavia kuvaamaan nopeasti muuttuvaa ja monimutkaisuutta maailmaa. Työelämä on muuttunut niinkin paljon, että pelkän työmenestyksen ohelle on kohonnut monia muita erilaisia tavoitteita ja ongelma-alueita. Työviihtyvyys, työuupumus sekä tehtävien kierrättäminen ja tehtävien vaihtelevuus ovat asioita, jotka työelämässä vaativat uudenlaisia lähestymistapoja ja uudenlaisia käsitteitä. (Niitamo 2003, 142.)

Kompetenssi on yksilölle ja organisaatiolle tärkeä asia, mutta se, mihin kompetenssilla viitataan jää toisinaan hämärään. Kompetenssin suomenkielisiä yleisimpiä vastineita ovatkin ”osaaminen”, ”pätevyys” ja ”valmius”, jotka viittaavat kykyyn suoriutua jossain ympäristössä tai tilanteessa. Kompetenssi on laaja-alainen sekä monia hyveitä kattava, jolloin ei käsitellä vain yksittäisiä ominaisuuksia, vaan kompetenssiin vaikuttavat esimerkiksi osaamisesta poiketen myös persoonallisuus ja muut yksilön henkiset tekijät. Kompetenssin tarve organisaatioissa näkyy siinä, miten organisaatioilla on tarve myös toimiville ja motivoituneille persoonallisuuksille. (Niitamo 2003, 142.)

Yleensä yksilön työnteon mittareina on tarkasteltu yksilön tietoja ja taitoja. Tällaiset kognitiiviset toiminnot ovat olleet yksilön arvioinnissa vallassa ja ihmisen pyrkimisen sekä tahtomiseen liittyvät prosessit ovat aina aiemmin olleet täysin toisarvoisessa asemassa. (Niitamo 2003, 145.)

Melkeinpä aina on mahdollisuus löytää uusia ratkaisuja, jotka voivat nostaa palvelun tasoa sekä alentaa kustannuksia. Usein vain on liian kiire todeta, että muita keinoja ei olisi. Konkreettisuus sekä ideoiden torjunta ovat molemmat hyvin yleisiä virhepäätöksiä. (Pitkänen 2006, 193.)

## 4.1 Henkilöstön kehittäminen

Henkilöstön kehittäminen ja koulutus on välttämätöntä etenkin, mikäli henkilöstön taidot eivät riitä vastaamaan tarpeita. Asiakkaiden odotukset täytyy voida kohdata tai peräti ylittää, mutta odotusten alittaminen johtaa negatiivisiin vaikutuksiin. Organisaatiossa osaamisen johtamisella voidaan ohjata henkilöstön taitojen kehitystä ja saada henkilöstö sitoutumaan kehitykseen.

Nykyään osaaminen vanhenee niin nopeasti, että ainoa keino säilyttää kelpoisuus työmarkkinoilla on taito oppia nopeasti lisää sekä kyky omaksua nopeasti uusia tietoja ja taitoja uusiin työtehtäviin liittyen. (Kauhanen 2003, 141.)

Organisaatiossa kehittämistarpeita täytyy selvittää usein, sillä muutos on nykyään jatkuvaa. Yksilöillä ja organisaatioilla tämä tarkoittaa jatkuvaa uusiutumista ja sopeutumista muuttuviin olosuhteisiin. Tarveanalyysi on henkilöstön kehittämisen ja kehittämistarpeiden yksityiskohtaista analysointia. Tällöin yksilön ja työyhteisön pätevyyttä voidaan verrata tulevaisuuden tavoitteisiin.

Organisaatioiden kehittämisessä henkilöstön osallistumista painotetaan nykyään hyvinkin vahvasti. Laajamittaiset kokonaisvaltaiset muutokset tarvitsevatkin henkilöstöltä sitoutumista kehitystehtäviin sekä -ratkaisuihin. Laajalla henkilökunnan osallistumisella kehitystyöhön on havaittu olevan merkittävän positiivisia vaikutuksia muutoksen onnistuneessa toteuttamisessa. (Ilomäki, Simons & Liukko 2008, 12.)

Puhuttaessa henkilöstösuunnittelussa on kyse henkilöstötarpeiden ennakoimisesta. Tämä tarkoittaa esimerkiksi osaamisen, henkilöstömäärän ja tarvittavien toimenpiteiden suunnittelua. Suunnittelussa määritellään tulevaisuudessa osaamisen sijoitettavat tarpeet, henkilöstöresurssien mitoittaminen sekä ulkopuolisten resurssien käyttö. (Ranki 1999, 44.)

## 4.2 Osaamisen kehitys yrityksen sisällä

Henkilöstössä on hyödyksi jos yksilöt kehittävät omatoimisesti itse itseään. Näin jokainen voi helpommin lähteä tavoittelemaan työssään olevia päämääriä. Itsensä johtaminen auttaa saavuttamaan yksilön itsensä asettamat kehitystavoitteet. Itseen johtava voi tiedostaa omat vahvuutensa sekä heikkoutensa ja hän myös kykenee kehittämään itseään ja eri ominaisuuksiaan.

Lähtökohta itsensä johtamiseen on itsensä tunteminen. Taitavimmat johtajat ovat selvillä alaistensa vahvuuksista ja myös heikkouksista, joissa nämä tarvitsevat tukea. Tuntemuksen kautta he osaavat jakaa tehtävät oikeille henkilöille ja jokainen työntekijä saadaan tekemään parhaansa. Sama koskee myös itsensä johtamista: itsetuntemus on yksilön omien ominaisuuksiensa tuntemista ja ymmärtämistä. Itsensä tunteva ihminen tuntee omat vahvuutensa ja ne asiat, joissa hän haluaa kehittyä pärjätäkseen ja selvitäkseen. (Häkkinen & Uski 2008, 38.)

Ongelman tai puutteen saattaminen tavoitteeksi ja tätä myötä hyödyksi on oleellista, mikäli esimerkiksi kielipalvelujen taso ei ole riittävä. Ongelman tavoitteestaminen tapahtuu etsimällä sille myönteisessä muodossa oleva vastakohta. (Häkkinen & Uski, 2008, 46.) Tavoitteiden saavuttaminen tietenkin johtaa erilaisiin hyötyihin. Vaikka hyötyjen ennakointi kokonaisuudessaan olisikin mahdotonta, vahvistaa hyötyjen tarkasteleminen motivaatiota kehittyä ja täten se voi saattaa parempiin tuloksiin. Toisinaan kehitystä tavoitellessa motivaation puute voi olla nimenomaan ratkaisevana esteenä, vaikka itsekään sitä ei ymmärrettäisi. Usein kehittymisen esteiksi mainitaan kiire tai mahdollisuuksien vähäisyys, mutta todellinen syy saattaa olla motivaation puuttuminen. (Ranki 1999, 87.)

Mentorointi on yksi tie osaamisen kehittämiseen, jolloin useimmiten vanhempi ja kokeneempi työntekijä opastaa ja valmentaa nuorempaa ja kokemattomampaa työntekijää tehtävissään. Tavoitteena on muodostaa tiivis suhde, jossa ko-

keneempi työntekijä tukee ja avustaa nuoremman ammatillista kehittymistä. Mentorointisuhde kestää useimmiten vuosia ja on läheinen. Kyseessä on yhteinen, tavoitteellinen vuorovaikutussuhde, jossa on hyvin tärkeää molemminpuoleinen avoimuus, luottamus ja sitoutuneisuus. (Ranki 1999, 104.)

Mentorointi ei välttämättä toimi tehokkaasti kieliopetuksessa, mutta asiakaspalvelun niksejä sekä muuta kokemuksen opettamaa tietoa saadaan siirrettyä helposti eteenpäin mentoroinnin kautta, jolloin tärkeää hiljaistakin tietoa saadaan säilymään yrityksen uusissa työntekijöissä. Mentorointia ei kuitenkaan yleisesti käytetä suuressa mittakaavassa perustason henkilöstön opastamisessa, vaan useimmiten mentorointi on esimiesten kehityksessä työkalu. Siltikin henkilöstön sisällä voi tapahtua epävirallista mentorointia, jossa erikseen mentoria sekä mentoroitavaa ei esimerkiksi johdon puolesta valita.

Toistaiseksi nykyään mentorointia on kuitenkin käytetty erityisesti esimiesvalmennuksen muotona. Työyhteisössä on usein myöskin epävirallista mentorointia, jossa nuorempi työntekijä valitsee tietoisesti tai tiedostamattaan kokeneemman työntekijän opastamaan itseään. Luottamus ohjaussuhteessa syntyvät tällöin pitkän ajan kuluessa. Erityistä kehittämisohjelmaa ei tällöin myöskään laadita. (Ranki 1999, 106.)

### **4.3 Rekrytointi**

Rekrytointi on yksi tehokkaimmista tavoista hankkia yritykseen nopeasti uutta osaamista tai vahvistaa jo olemassa olevaa. Palkkaamalla uutta työvoimaa saadaan uutta osaamista organisaatioon, mutta mikäli rekrytointi tapahtuu vanhan työntekijän poistuessa, samalla myös osaamista poistuu. Rekrytoinnin yhteydessä on tärkeää saada siirrettyä vanhaa osaamista uuden työntekijän käytettäväksi. Mikäli halutaan myös uutta osaamista, täytyy palkattavan henkilön osaamisvaati-

mukset suunnitella jo ennen rekrytointia. Osaamisen ei kuitenkaan tarvitse olla etusijalla. (Ranki 1999, 132.)

Vaikkakin rekrytoinnissa tärkeimpiä vaiheita on yksilöidä uuden työntekijän osaamisvaatimukset, on tärkeää pitää mielessä, että osaamista voi aina kehittää. Henkilöominaisuuksia taikka persoonallisuutta on vaikea jälkikäteen muuttaa, ainakaan muiden kuin henkilön itse. Persoonallisuus heijastuu kaikessa toiminnassa siihen, miten kyseinen henkilö käyttäytyy työyhteisössä ja miten hän on vuorovaikutuksessa muiden työntekijöiden ja asiakkaiden kanssa. (Ranki 1999, 132.)

Vaihtuvuuden seuranta on tärkeää organisaatiossa, joka haluaa säilyttää ja kehittää osaamistaan. Korkea vaihtuvuus kielii siitä, että yrityksestä valuu osaamista hukkaan. Uuden osaamisen rekrytointiin korkea vaihtuvuus kuitenkin antaa mahdollisuuden harkita uudelleen erilaisia tehtäviä. Vaihtuvuus myös voi tarjota mahdollisuuden osaavalle työntekijälle nousta korkeamman vastuun tehtäviin. (Ranki 1999, 134.)

On tiettyjä ominaisuuksia, jotka vaikuttavat nykyään olevan organisaatioissa haluttuja rekrytoinnin yhteydessä. Näitä ominaisuuksia ovat taito löytää oikea tieto, visiointikyky, liiketalouden perustiedot, ryhmätyötaidot, kielitaito ja kansainvälisyys, esiintymistaito, kirjallinen ilmaisutaito, kyky myydä ja vaikuttaa, päätöksentekokyky, paineen ja epävarmuuden sieto, pitkäjänteisyys, ulospäinsuuntautuneisuus, joustavuus, aloitteellisuus ja oman erikoisalan osaaminen. Yleisimmät odotukset kuitenkin vaihtelevat myös ala- ja yrityskohtaisesti. (Kauhanen 2003, 71.)

Kielitaitotestit ovat yksi tärkeä osa rekrytointia. Vaikka se on vain yksi osa koko valintaprosessista, toisissa työtehtävissä kielitaitoa vaaditaan enemmän kuin muissa. Suullisen ja kirjallisen kielitaidon tason mittaamiseksi on olemassa erilaisia testejä, mittareita ja luokittelujärjestelmiä, joita voidaan käyttää hakijan kielitaidon nopeaan määrittämiseen. Tarjolla on erilaisia lomake- että mikropohjaisia tes-

tejä. Idea näissä testeissä on se, että testatulla kysymys- ja tehtäväsarjalla voidaan selvittää testattavan kielitaidon taso ja ilmoittaa se erilaisilla mitta-asteikoilla. (Kauhanen 2003, 81.)

Valintapäätös on useimmiten organisaatiossa tietyn esimiehen tehtävissä, oman esimiehensä tarjoamissa puitteissa. Kuitenkin mikäli ollaan valitsemassa korkeampaan virkaan esimiestä, useimmiten on suurempi ryhmä osallistumassa valinnassa päätöksentekoon. Ryhmälläkään valittaessa päätös ei mielellään saisi olla ristiriitainen. Päätös ei saisi kuitenkaan olla lähimmän esimiehen kannan vastainen, sillä muuten hän voi paeta tulosvastuutaan vetoamalla siihen, että muut ovat valinneet hänelle alaiset. (Kauhanen 2003, 83.)

#### **4.4 Osaamisen menettäminen**

Kuten aiemmin on mainittu, osaamista menetetään kaikkein selkeimmiten, kun vanhaa osaavaa henkilöstöä menetetään, on se eläköitymistä tai irtisanomista. Muita syitä voi olla äärimmäisen tehokkuuden hakemisen, joissa nopean taloudellisen tuloksen hakemisessa köyhdytetään henkilöstövoimavaroja ja oppiminen jätetään sivummalle.

Sairaissa organisaatiokulttuureissa keskitytään enemmän oman aseman säilyttämiseen kuin yrityksen perustehtäviin. Sisäisen kilpailun takia tietoa ja kokemusta ei jaeta tehokkaasti. Epäselvät tai ristiriitaiset tavoitteet voivat myös johtaa siihen, ettei oppiminen ole mielekästä ja kehittyminen on sattumanvaraista vailla kokonaisnäkemyksiä. Kehitysmahdollisuuksia voi myös hukata, mikäli johtamiskäytännöt eivät tue oppimista. (Ranki 1999, 144.)



#### 4.5 S-Ryhmän koulutus

Koko S-ryhmä, eli mukaanlukien KPO ja Prisma, kouluttautuvat pääosin S-ryhmän alaisen Jollas-instituutin kautta. Kaupparyhmällä on pitkät perinteet koulutuksessa, sillä henkilöstöä on koulutettu jo 1900-luvun alusta alkaen. Koulutuspaikkoina on toiminut Suomen Osuustoimintaopisto, sitten Suomen Osuuskauppakoulu ja viimeksi Suomen Osuuskauppaopisto. Nykyinen Jollas-instituutti on toiminut vuodesta 1949, ja nykyisiin Jollas-kartanon tiloihin on keskitytty 1961. Vaikka Jollas-instituutin koulutus keskittyy fyysisesti Helsingin Laajasaloon, on tavallisen koulutuksen tukena myös ympäri Suomen saatavilla oleva e-Jollas verkkokoulutus. Tämän kautta työntekijät voivat perehtyä S-ryhmään ja omien toimipaikkojensa toimintaan ja toimintaperiaatteisiin. (Jollas.fi, [viitattu 16.5.2010].)

Jollas-instituutti on yksinomaan S-ryhmän koulutustarpeita varten, eivätkä ryhmän ulkopuoliset pääse koulutettaviksi. Koulutukset yleensä suoritetaan ryhmissä ja ne mukautuvat henkilöstön tarpeisiin, jolloin toimipaikkojen esimiehet voivat arvioida ketkä henkilöstöstä tarvitsevat mitään koulutusta. (Jollas.fi, [viitattu 16.5.2010].)

Jollas-instituutti tarjoaa monenlaista koulutusta, riippuen toimipaikasta sekä suuntautumisesta. Tarjolla on opastusta asiakaspalvelusta esimiestyöhön sekä eri tuotealueiden hallintaan. Tämän lisäksi opiskelun luvataan tapahtuvan inspiroivassa ympäristössä, jossa opiskelu on mieluisaa sekä tehokasta. Tästä huolimatta, aiheeseen liittyen missään ei erityisesti mainita tarjolla olevan minkäänlaista kieli-koulutusta, vaikka Jollas-instituutti on ensisijainen koulutustie S-ryhmän henkilöstölle. Kansainvälistä koulutusta tarjotaan kuitenkin esimerkiksi ulkomaan opintomatkojen kautta, mutta tämä ei itsessään ole kieliopetusta eikä sitä voida toteuttaa suuressa mittakaavassa koko henkilöstön perehdyttämiseen eri kielten käyttöön asiakaspalvelussa.

Asiakaspalveluun ja asiakaspalvelun edistämiseen Jollas-instituutti tarjoaa kuitenkin monenlaisia koulutuksia. Kurseja on esimerkiksi ”Liekkejä myyntiin” tai ”Minä – liekeissä palveluun” joiden on tarkoitus herättää asiakaspalveluissa suurempi halu myynnin kehittämiseen ja asiakaspalvelun edistämiseen. (Jollas.fi, [viitattu 16.5.2010].)

#### **4.6 Osaaminen ja markkinoiden houkuttelevuus**

Markkinasegmenttien houkuttelevuus vaikuttaa siihen, mitkä ovat ensisijaisia kohderyhmiä ja mitkä asiakkaat ovat esimerkiksi mahdollisuuksia taikka vältettäviä asiakkaita, mutta samaan vaikuttaa myös yrityksen vahvuudet näiden segmenttien palvelemiseen. (Hooley & Saunders 1993, 201.).

Ne segmentit, jotka ovat yritykselle houkuttelevia ja joille yrityksellä on palveluvahvuuksia, voivat olla ensisijaisia asiakkaita. Toissijaisia ovat ne, joille yritys pystyy keskiverrosti tuottamaan palveluja ja ovat houkuttelevia, taikka jotka ovat keskiverrosti houkuttelevia mutta yritys voi palvella näitä ryhmiä tehokkaasti. Jopa jos markkinasegmentti itsessään on houkuttelevia, mutta yrityksellä ei ole tällä hetkellä mahdollisuuksia palvella segmenttiä mitenkään riittävästi, ovat nämä ryhmät mahdollisuuksia yritykselle. Kehittämällä palvelujaan vastaamaan segmentin tarpeita, yritys voi nostaa nämä houkuttavat asiakasryhmät toissijaisiksi tai jopa ensisijaisiksi asiakasryhmiksi.

## 5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tutkimus on toteutettu tekemällä kaksi eri kyselyä kvantitatiivisena tutkimuksena. Kyselyiden kohteina olivat Vaasan Prisman työntekijät ja Vaasan Prisman asiakkaat. Kvantitatiivinen tutkimus on valittu, jotta tutkimuksessa saadaan tarpeeksi kattava kuva työntekijöiden yleisestä tasosta sekä asiakkaiden tyytyväisyydestä nykytilanteeseen.

Työntekijäkyselyssä (Liite 1) selvitetään taustatietojen jälkeen se, miten hyvin vastaaja ymmärtää sekä puhuu ruotsia sekä suomea. Kyselyssä käsitellään suurimmilta osin vastaajan näkemyksiä siitä, vaikuttaako hänen kielitaitonsa asiakaspalveluun. Kysymykset koskevat erilaisia kohdattuja kieliongelmia, kielitaidon riittävyyttä ja sitä, miten kielitaitoa on mahdollisuus kehittää.

Asiakaskyselyssä (Liite 2) jaetaan vastaajat taustatietojen mukaan kahteen ryhmään. Äidinkieleltään suomenkieliset sekä ruotsinkieliset, joista ruotsinkieliset vastaavat laajempaan kyselyyn kuin suomenkieliset. Molemmille ryhmille on taustatietokyselyt: onko asiakasomistaja, mikä on asuinkunta sekä kuinka usein asioi Vaasan Prismassa. Molemmilta kieliryhmiltä kysytään sitten asiakastyytyväisyyskysymyksiä Prismaan liittyen, mutta tämän jälkeen ruotsinkielisiltä asiakkailta selvitetään tyytyväisyyttä Prisman ja KPO:n kielitasoon. Kysymykset koskevat Prisman eri osastojen kielitasoa sekä esimerkiksi mainonnan ruotsinkielisyyttä.

### 5.1 Aineiston keräys

Työntekijöitä sekä asiakkaita käsittelevät aineistot kerättiin erikseen. Työntekijäaineisto kerättiin antamalla henkilökunnalle mahdollisuus vastata kahviloissa kyselylomakkeeseen ja palauttaa se vastauslaatikkoon samassa tilassa. Kysely ajoitettiin kesän alkuun ajankohdalle, jolloin mahdollisimman suuri osa vakituisesta hen-

kilöstöstä oli paikalla. Molemmissa Prisman kahdesta kahvihuoneesta oli lomakkeita sekä palautuslaatikot.

Asiakaskyselyt toteutettiin lomakkeen avulla kyselemällä Prisman aulatilassa kesä-elokuussa 2010. Kyselyn kohteita ei erikseen mitenkään valikoitu, jotta kyselyyn saadaan mahdollisimman kattava otanta Prisman asiakaskunnasta. Otannaksi päätettiin yhteensä 200 asiakasta, jolloin otantaan saadaan myös riittävä määrä ruotsinkielisiä vastaajia.

## **5.2 Aineiston käsittelytavat**

Aineistoa on käsitelty laskemalla useimmista vastauksista frekvenssejä ja tulosten selkeyttämiseksi tärkeimmistä tuloksista on piirretty erilaisia kuvaajia. Frekvenssien lisäksi tuloksista on tehty ristiintaulukoita ja niiden tuloksia on esitetty taulukoissa.

Asiakasaineisto sisältää useita erilaisia kielikysymyksiä, jolloin niistä on laskettu erikseen ja yhdessä keskiarvoja, jotta tilanteen yleinen tila saadaan tulkittua. Keskiarvoja laskettiin myös työntekijöiden omaa kielitasoa arvioidessa, mutta niistä ei ole koottuna yleistä keskiarvoa työntekijöiden kielitasosta. Tulokset esitellään erikseen siten, että ensin esitellään työntekijöiden vastaukset ja sitten asiakkaiden vastaukset.

# **6 TYÖNTEKIJÄKYSelyn TULOKSET**

## **6.1 Vaasan Prisman henkilöstö ja kyselyyn vastanneet**

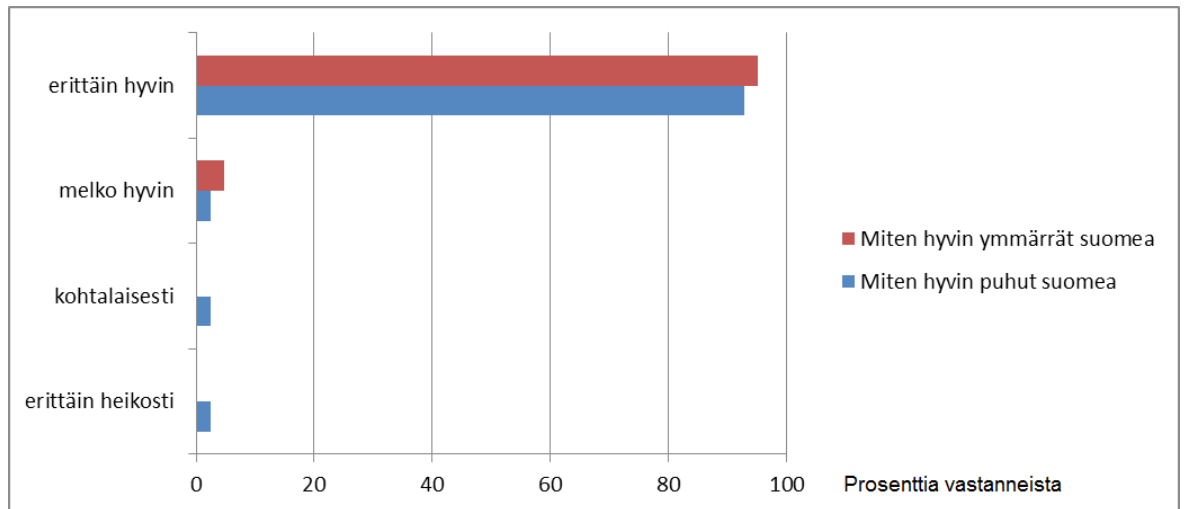
Vaasan Prismassa on yhteensä noin 160 työntekijää, joista kaikki ei ole vakituisia vaan osa on osa-aikaisia ja lähinnä kausityöläisiä. Kyselyyn vastasi 42 työnteki-

jää, melko tasaisesti jokaiselta osastolta. Tämä tarkoittaa, että henkilökuntakyselyn vastausprosentti on noin 26.

Kassassa, infossa ja S-pankissa työskentelee 15 vastanneista. Käyttötavaran osastolla työskentelee vastanneista 9 henkilöä ja päivittäistavarassa loput 18. Vastajat ovat melko hyvin samassa suhteessa kuin henkilökunta on jakautunut kokonaisuudessaan eri osastoille, paitsi kassoilla on suhteessa matalin vastausprosentti.

Työntekijöiltä kyseltiin useita eri asioita, mutta pääpaino oli kielitaidoissa. Kyselyssä oli selvitystä työntekijöiden omasta kielitasosta sekä vähän siitä, miten työnantajan puolelta kieliasiassa on oltu mukana. Tulokset esitellään siten, että ensin käsitellään varsinaiset tutkimuskysymykset ja sitten taustatiedot.

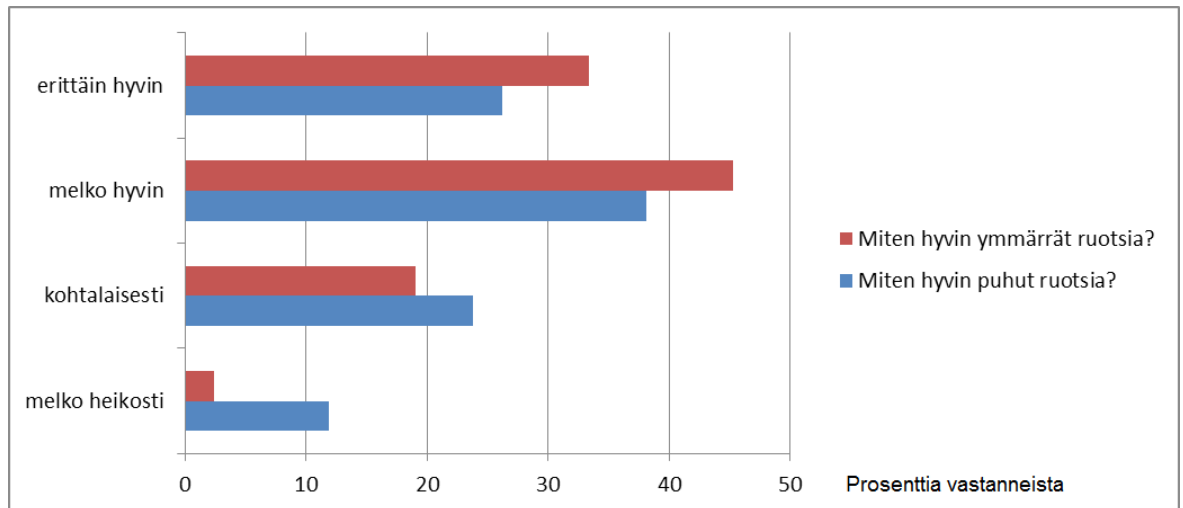
## 6.2 Työntekijöiden kielitaso



Kuvio 2. Suomen kielen puhumisen ja ymmärtämisen vertailua (n=42)

Kaikki kyselyyn vastanneet työntekijät ymmärtävät suomea vähintäänkin melko hyvin. Puhutun kielen kanssa on enemmän puutteita, sillä kaikista vastanneista yksi ilmoitti puhuvansa kohtalaisesti suomea ja yksi erittäin heikosti. Vastauksissa on silti nähtävissä kiitettävä ymmärryksen taso sekä enemmistöllä puhuttu kielitaso. 42 vastaajasta 39 puhuu ja 40 ymmärtää suomea erittäin hyvin. Kuviossa 2 näkyy, missä suhteessa työntekijät ymmärtävät ja puhuvat suomea.

Suomen ymmärryksen suhteen vastausten keskiarvoksi tuli 4,95, kun 1 on erittäin heikosti ja 5 erittäin hyvin. Suomea puhuttaessa taas vastausten keskiarvo oli 4,83.



Kuvio 3. Ruotsin kielen puhumisen ja ymmärtämisen vertailua (n=42)

Ruotsinkielen tasoa tutkivissa kysymyksissä hajonta oli selkeästi laajempi kuin suomenkielisyydessä. Silti enemmistö vastanneista puhui ja ymmärsi vähintään melko hyvin ruotsia. Jälleen kerran keskimääräinen ymmärrys oli korkeampi kuin puhetaito. Yksikään vastanneista ei puhu eikä ymmärrä ruotsia erittäin heikosti. Kuviossa 3 näkyy, missä suhteessa työntekijät ymmärtävät ja puhuvat ruotsia.

Ruotsin ymmärryksessä vastausten keskiarvo on 4,10 kun 1 on erittäin heikosti ja 5 erittäin hyvin. Ruotsia puhuttaessa vastaavasti keskiarvo oli 3,79.

31 vastanneista ilmoitti osaavansa vähintään kohtalaisesti suomen ja ruotsin lisäksi englantia, 7 osaa saksaa, 3 vastanneista ranskaa, 2 espanjaa. Lisäksi tuli myös yksittäiset maininnat italiasta ja venäjämästä. 11 vastanneista ei mielestään osaa mitään vieraita kieliä vähintään kohtalaisesti.

Taulukko 1. Ruotsin kielen puhuminen osastoittain

Osasto	melko heikosti	kohtalaisesti	melko hyvin	erittäin hyvin
kassa tai info	1	4	8	2
kt	1	2	3	3
pt	3	4	5	6

Taulukossa 1 ilmenee ruotsin kielen taidon jakautuminen eri osastoilla. Työntekijöiden arviot omasta kielitaidosta ovat melko tasaiset osastoittain, sillä jokaisella osastolla löytyy osuutensa niin hyvin kuin huonostikin puhuvista. Jokaisella osastolla myös vähintään melko hyvin puhuvia on yli puolet kaikista vastanneista.

Kassat poikkesivat käyttötavaran ja päivittäistavaran osastoista siinä, että erittäin hyvin puhuvia oli pieni osa kaikista vastanneista. Silti kaksi kolmasosaa vastanneista kassalla ja infossa työskentelevistä puhuu oman arvionsa mukaan vähintään melko hyvin ruotsia. Päivittäistavarassa ja käyttötavarassa kielitaito on tasais- ta ja selkeä enemmistö puhuu vähintään melko hyvää ruotsia. Molemmilla osastoilla vastanneista jopa kolmasosa puhuu mielestään erittäin hyvin ruotsia.

Taulukko 2. Ruotsin kielen ymmärrys osastoittain

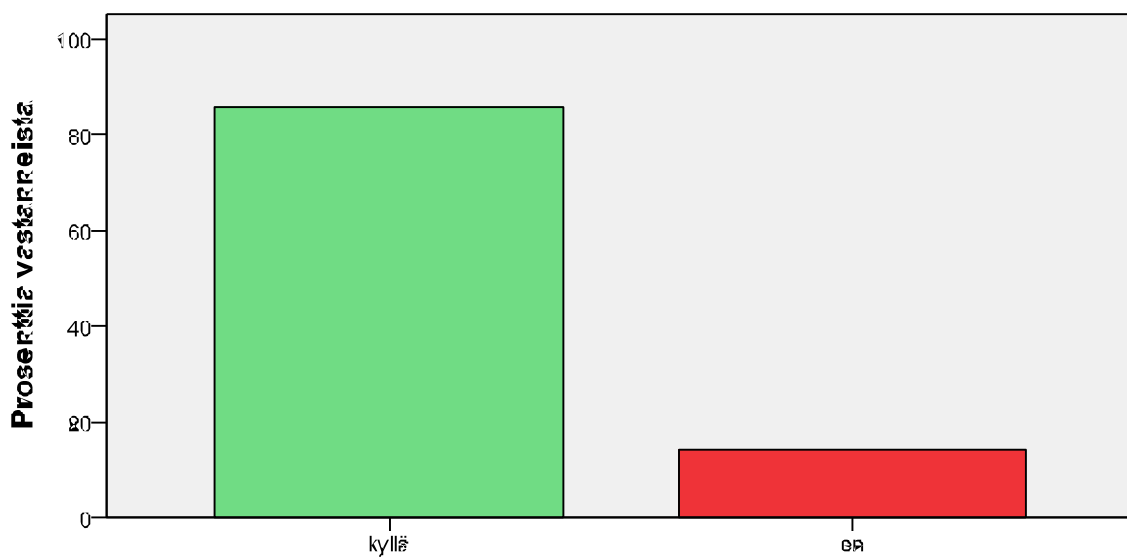
Osasto	Miten hyvin ymmärrät ruotsia?			
	melko heikosti	kohtalaisesti	melko hyvin	erittäin hyvin
kassa tai info	0	5	7	3
kt	0	2	3	4
pt	1	1	9	7

Taulukossa 2 on kyselyyn vastanneiden työntekijöiden arviot omasta ruotsin kielen ymmärryksestään osastokohtaisesti. Selkeä enemmistö kaikista vastanneista ymmärtää omasta mielestään vähintään melko hyvin ruotsia. Ainoastaan päivittäistavarassa on vastanneista yksi henkilö, joka ymmärtää mielestään melko heikosti ruotsia.

Kaikista vastanneista kassoilla ja infossa oli heikoin ruotsinkielen ymmärrys, mutta sielläkin kaksi kolmasosaa vastanneista ilmoitti ymmärtävänsä vähintään melko hyvin ruotsia. Käyttötavarassa seitsemän yhdeksästä vastanneesta ymmärtää

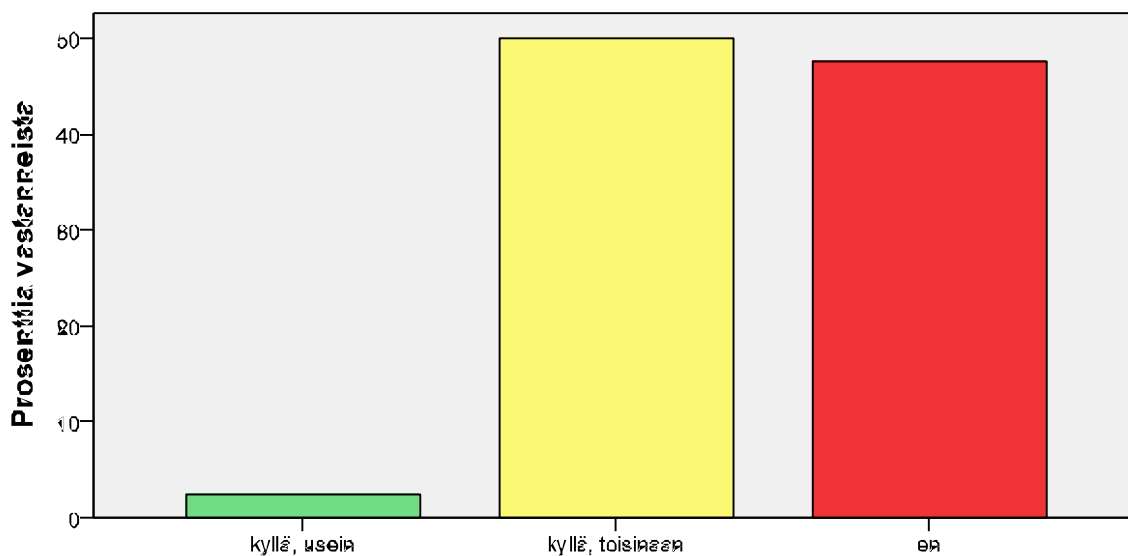


ruotsia vähintään melko hyvin ja päivittäistavarassa jopa 16 kaikista 18 vastaajasta ymmärtää vähintään melko hyvin ruotsia. Päivittäistavarassa työskentelee kuitenkin myös ainoa henkilö vastanneista, joka kokee ymmärtävänsä heikosti ruotsia.



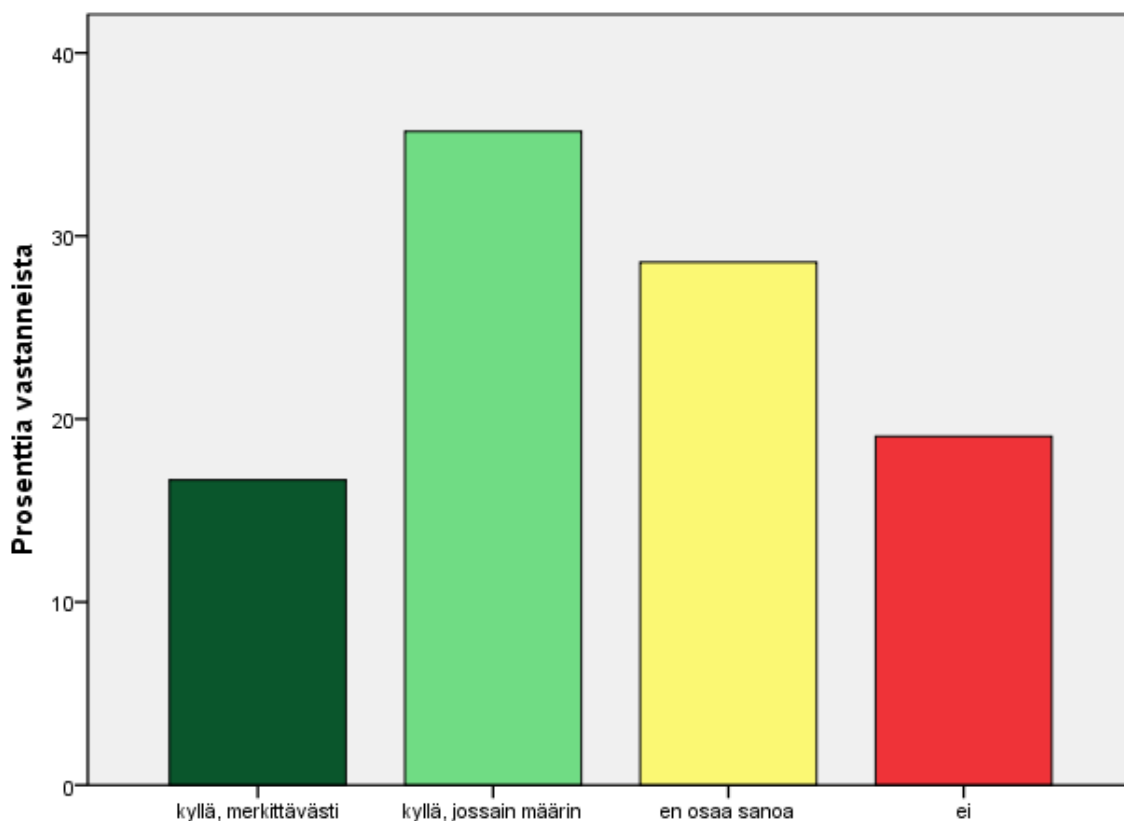
Kuvio 4. Koetko kielitaitosi riittäväksi (n=42)

Kuviossa 4 kuvataan suhdetta, missä työntekijät kokevat kielitaitonsa olevan riittävä. Selkeä enemmistö, 36 vastannutta arvioi, että heidän kielitaitonsa on riittävä heidän tehtäviinsä, mutta 6 vastanneista koki, että heidän kielitaitonsa ei ole riittävä.



Kuvio 5. Koetko ongelmia asiakkaiden kanssa puutteellisen kielitaidon takia (n=42)

Vaikka enemmistö työntekijöistä koki kielitaitonsa olevan riittävä, vain 20 koki, ettei heillä ole ongelmia asiakkaita palvellessa puutteellisen kielitaidon takia. Kuten kuviossa 5 ilmenee, 50 prosentilla eli 21:llä vastanneista on jonkintasoisia ongelmia toisinaan ja yhdellä on usein ongelmia asiakkaiden kanssa kielitaidosta johtuen.



Kuvio 6. Uskotko kielitaitosi vaikuttaneen rekryointitilanteessasi? (n=42)

Kuviossa 6 havainnollistetaan, miten henkilökunta koki kielitaitonsa vaikuttaneen rekryointitilanteessaan. Rekrytoidessa viisi koki, että heidän kielitaitonsa on merkittävästi vaikuttanut siihen, että he pääsivät Prismaan töihin. 15 ilmoitti, että heidän nähdäkseen heidän kielitaitonsa vaikutti jossain määrin, kun taas 12 ei osaa sanoa laisinkaan heidän kielitaitonsa vaikutuksesta asiaan. 8 vastanneista koki, ettei heidän kielitaitonsa vaikuttanut rekrytoidessa mitenkään.

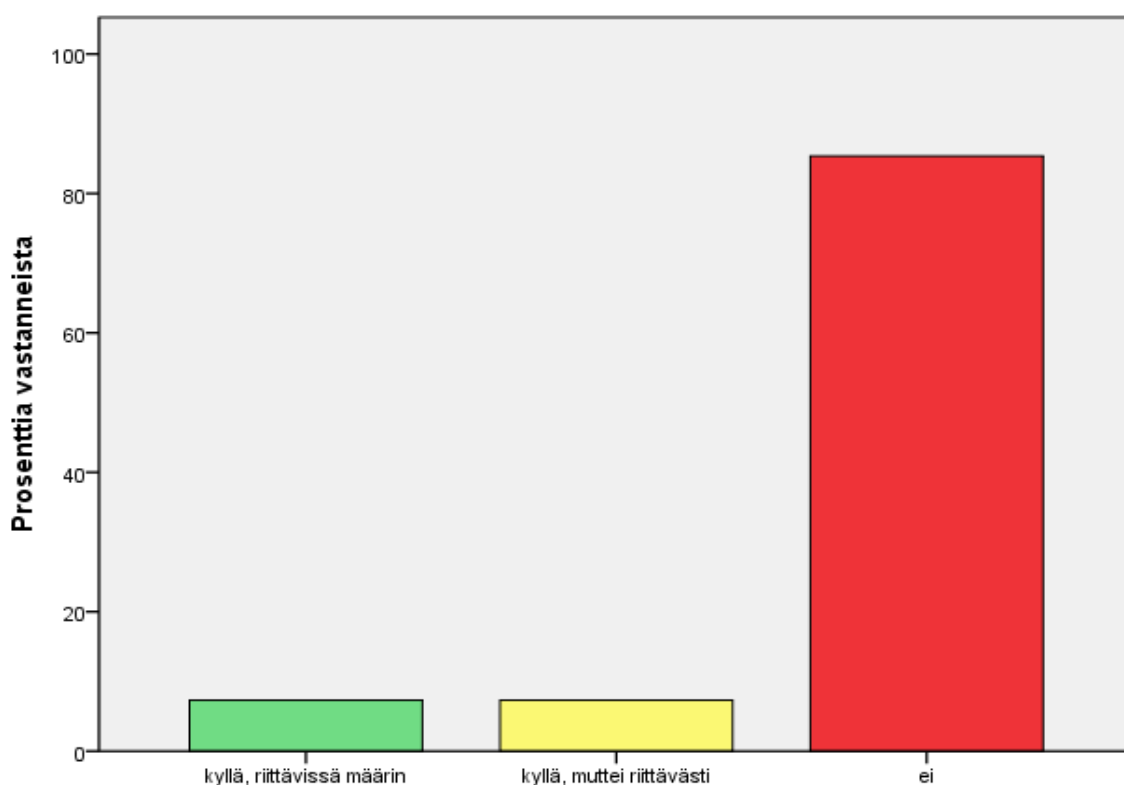
Taulukko 3. Miten kielitaidon vaikutus rekrytoinnissa ja ruotsin ymmärtäminen vaikuttavat keskenään

		Miten hyvin ymmärrät ruotsia?			
		Melko heikosti	Kohtalaisesti	Melko hyvin	Erittäin hyvin
Uskotko kielitaitosi vaikuttaneen sinun rekrytointitilanteessasi	Kyllä, merkittävästi	0	1	4	2
	Kyllä, jossain määrin	0	2	7	6
	Ei	1	2	3	2
	En osaa sanoa	0	3	5	4

Taulukko 4. Miten kielitaidon vaikutus rekrytoinnissa ja ruotsin puhuminen vaikuttavat keskenään

		Miten hyvin puhut ruotsia?			
		Melko heikosti	Kohtalaisesti	Melko hyvin	Erittäin hyvin
Uskotko kielitaitosi vaikuttaneen sinun rekrytointitilanteessasi	Kyllä, merkittävästi	0	1	4	2
	Kyllä, jossain määrin	1	4	5	5
	Ei	3	1	3	1
	En osaa sanoa	1	4	4	3

Taulukoissa 3 ja 4 ilmenee, miten työntekijät koki kielitaitonsa vaikuttaneen heidän rekrytointiinsa ja miten hyvin he ymmärtää ja osaa puhua ruotsia. Tuloksista ilmenee se, että paremmin ruotsia osaavat kokevat kielitaitonsa vaikuttaneen voimakkaammin heidän rekrytointiinsa. Vain yksi melko heikosti ruotsia puhuvista koki, että hänen kielitaitonsa vaikutti jossain määrin hänen rekrytointitilanteessaan. Toisaalta kielitaidon vaikutus ei ole kovin selkeä, joten se ei ehkä ole noussut rekrytointitilanteessa korostetusti esiin.



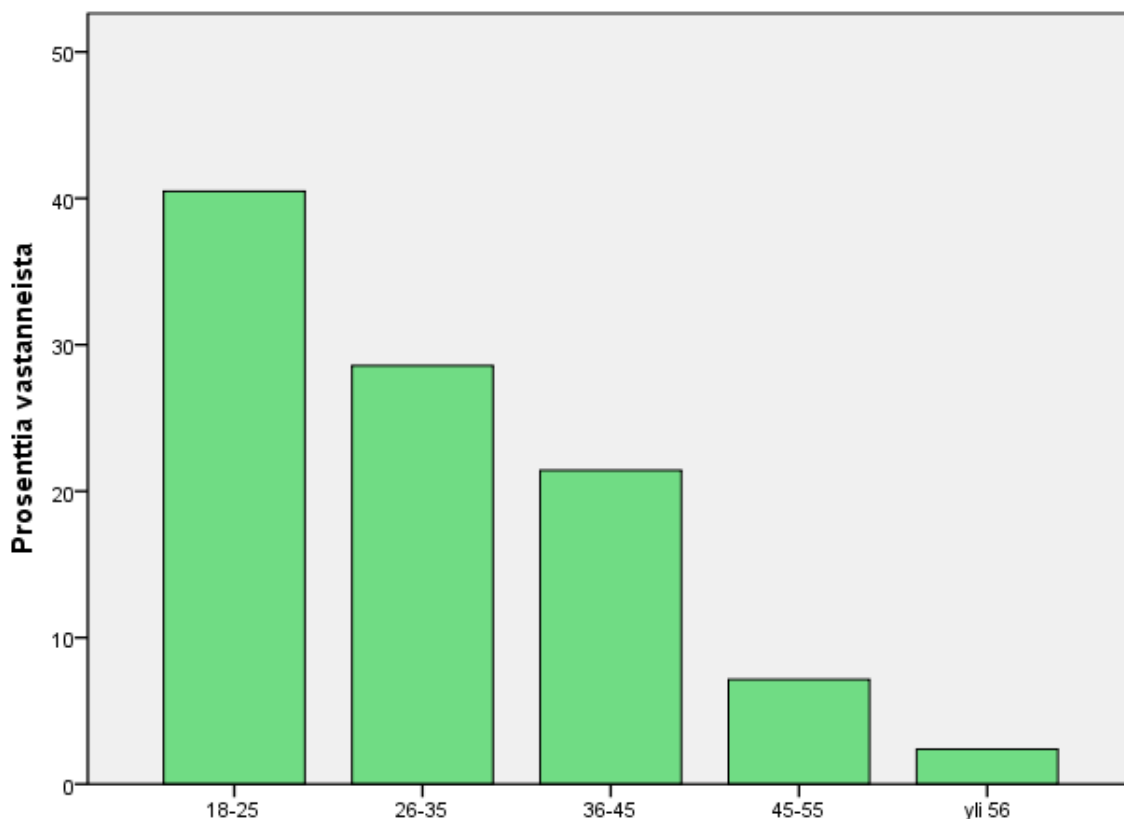
Kuvio 7. Tarjoaako Prisma mahdollisuuksia kehittää kielitaitoa (n=42)

Kyselyssä kysyttäessä tarjoaako Prisma heille mahdollisuuksia kehittää kielitaitoaan, 35 kyselyyn vastanneista ilmoitti, että he eivät koe Prisman tarjoavan heille mahdollisuuksia kehittää kielitaitoaan, kuten kuviossa 7 näkyy. 3 vastasi tarjontaa olevan, muttei riittävästi, ja 3 on tyytyväisiä tilanteeseen, sillä he vastasivat Prisman tarjoavan riittävästi mahdollisuuksia kehittää kielitaitoja.

Vastanneista 19 on kuitenkin kehittänyt kielitaitoaan vapaaehtoisesti vapaa-ajallaan, kun taas 23 ei.

### 6.3 Taustatietojen käsittelyä

Kyselyyn vastanneista työntekijöistä 33 on suomenkielisiä ja 9 ruotsinkielisiä äidinkieltään. Tämä tarkoittaa, että noin 21 prosenttia kyselyyn vastanneista on ruotsinkielisiä.



Kuvio 8. Henkilökunnan ikärakenne (n=42)

Kyselyyn vastanneiden iät painottuvat nuorempaan päähän. 17 vastanneista on ikävälissä 18-25 vuotta, 12 vastanneista on 26-35 -vuotiaita, 9 on 36-45 -vuotiaita, 3 on 45-56 -vuotiaita ja vain yksi vastanneista on yli 56-vuotias. Kokonaisuudessa siis 69 prosenttia on alle 35-vuotiaita. Kuviossa 8 näkyy vastanneiden epätasainen ikärakenne.

Kesätyöntekijöiden osuus vastanneista on alle 10 prosenttia, sillä vastanneista vain 4 oli kesätyöntekijöitä. 90,5 prosenttia vastanneista on muita kuin kesätyöläisiä.

## 6.4 Työntekijöiden kommentteja

Työntekijöiden lomakkeessa oli vapaa kommentointikenttä, johon vastauksina oli-kin odotettavissa kieleen liittyviä mielipiteitä. Suurin osa kommenteista liittyikin kielitaitoihin ja osaamiseen, mutta huomautettavaa tuli myös kyselyyn liittyen. Kommenteissa tulee ottaa huomioon myös se, että kysely toteutettiin kesän aikana. Kaikki työntekijöiden kommentit löytyvät työn lopussa (Liite 3).

Suurin osa kommenteista käsitteli yleisesti ruotsin kielen merkitystä sekä mahdollisia tapoja kehittää ruotsinkielen taitoa. Esimerkiksi työkaverien ja asiakkaiden kanssa rohkeasti vieraan kielen puhuminen auttaa kehittymään, mikä vain vaatii uskallusta yrittää. Tämä voisi olla yleisesti hyvä tapa pyrkiä kehittämään kielitaitoa, vaikka tärkeää myös olisi saada työnantajan puolelta koulutusta. Kommenteissa-kin nousi esiin se, että työntekijät kaipaavat koulutusta ruotsin kielen käyttöön.

## 7 ASIAKASKYSELYN TULOKSET

Asiakkaita haastateltiin laajemmin kuin työntekijöitä. Kyselyssä ruotsinkielisillä asiakkailla oli oma kysymyksensä joihin suomenkieliset asiakkaat ei vastanneet. Tämän vuoksi kielipalvelu-kyselyosiossa on vähemmän vastaajia kuin asiakaspalvelua yleisesti käsittelevässä osiossa.

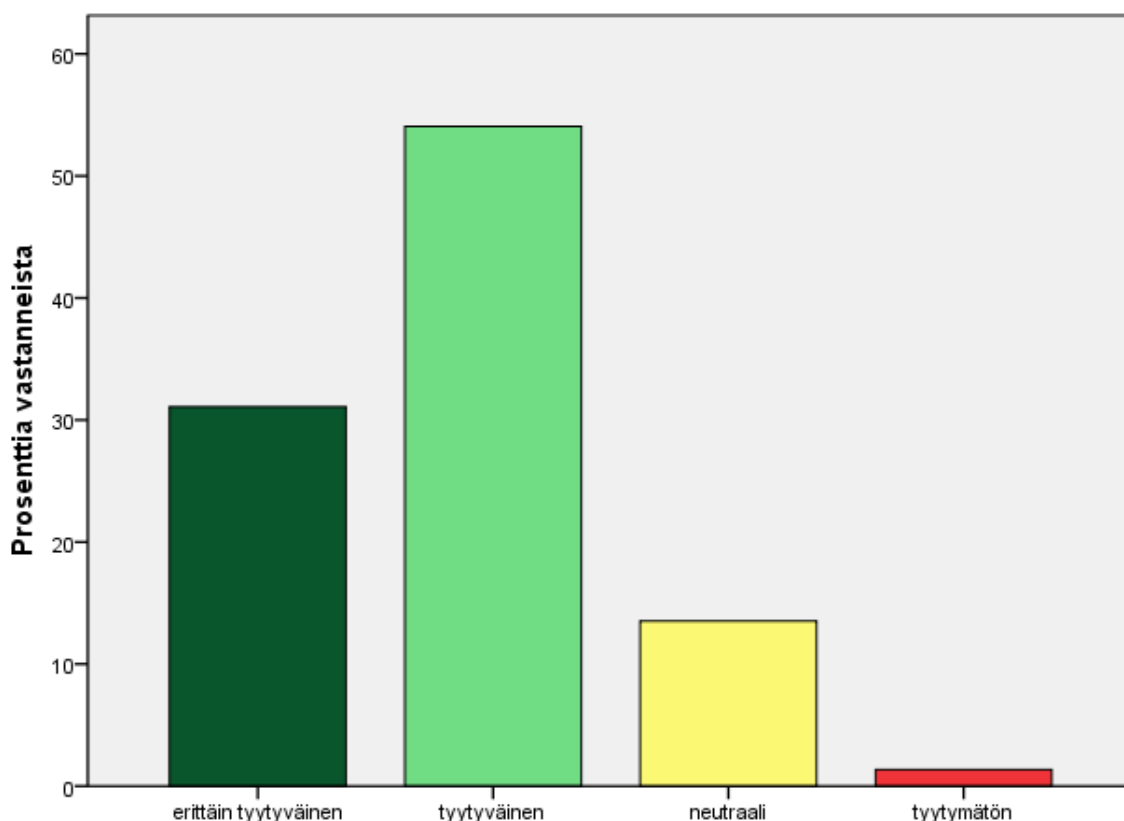
Asiakaskyselyyn vastanneita oli 200. Vastanneista suurin osa oli suomenkielisiä 62 prosentin osuudella.

### 7.1 Asiakkaiden näkemys ruotsin kielen tasosta

Kyselyyn vastanneista asiakkaista yhteensä 76 oli äidinkieleltään ruotsinkielisiä. Tämä on 38 prosenttia kaikista kyselyyn vastanneista. Tämän osion kysymyksiin vastanneet ovat äidinkieleltään ruotsinkielisiä ja otanta näihin kysymyksiin on 76.

Ruotsinkielisistä asiakkaista 60,8 prosenttia puhuu pääsääntöisesti ruotsia asioidessaan Prismassa. 21,6 prosenttia käyttää enemmän suomea ja 17,6 prosenttia käyttää suunnilleen yhtä tasaisesti sekä suomea että ruotsia.

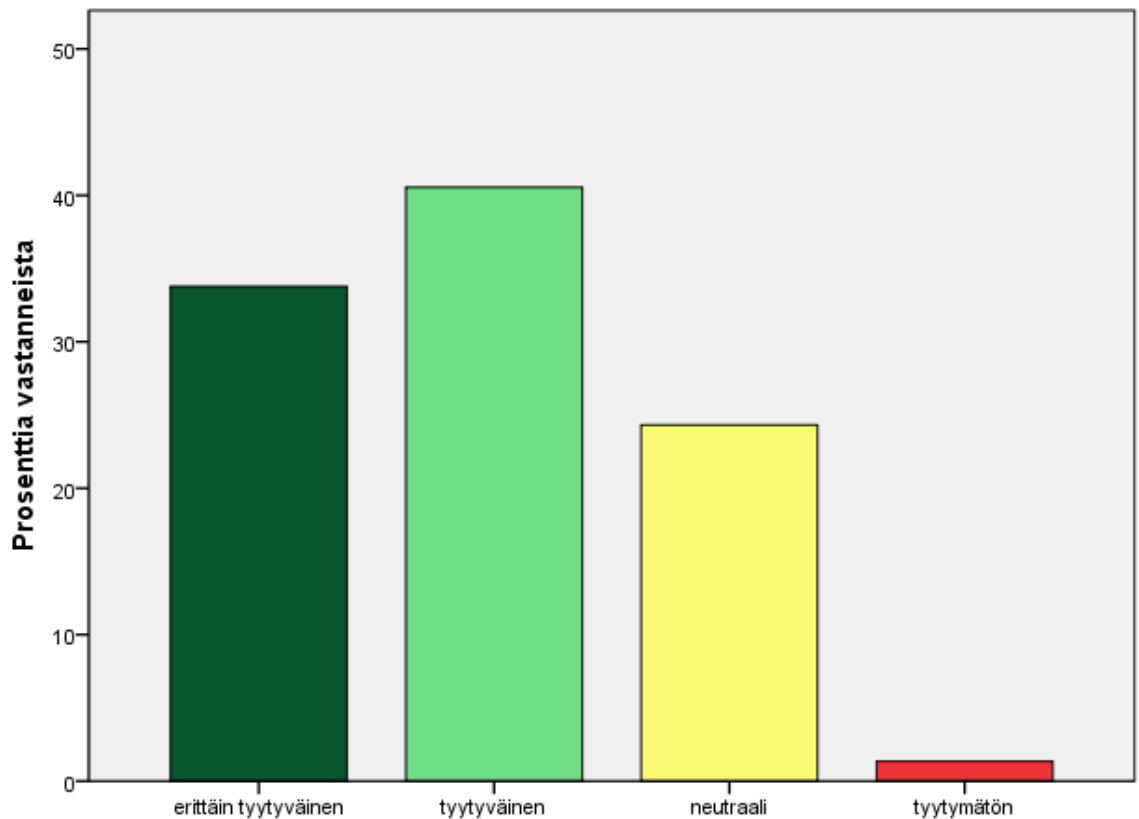
### 7.1.1 Tyytyväisyys ruotsin kielen tasoon



Kuvio 9. Miten tyytyväinen olet Vaasan Prismassa kassojen ruotsin kielen taitoon (n=76)

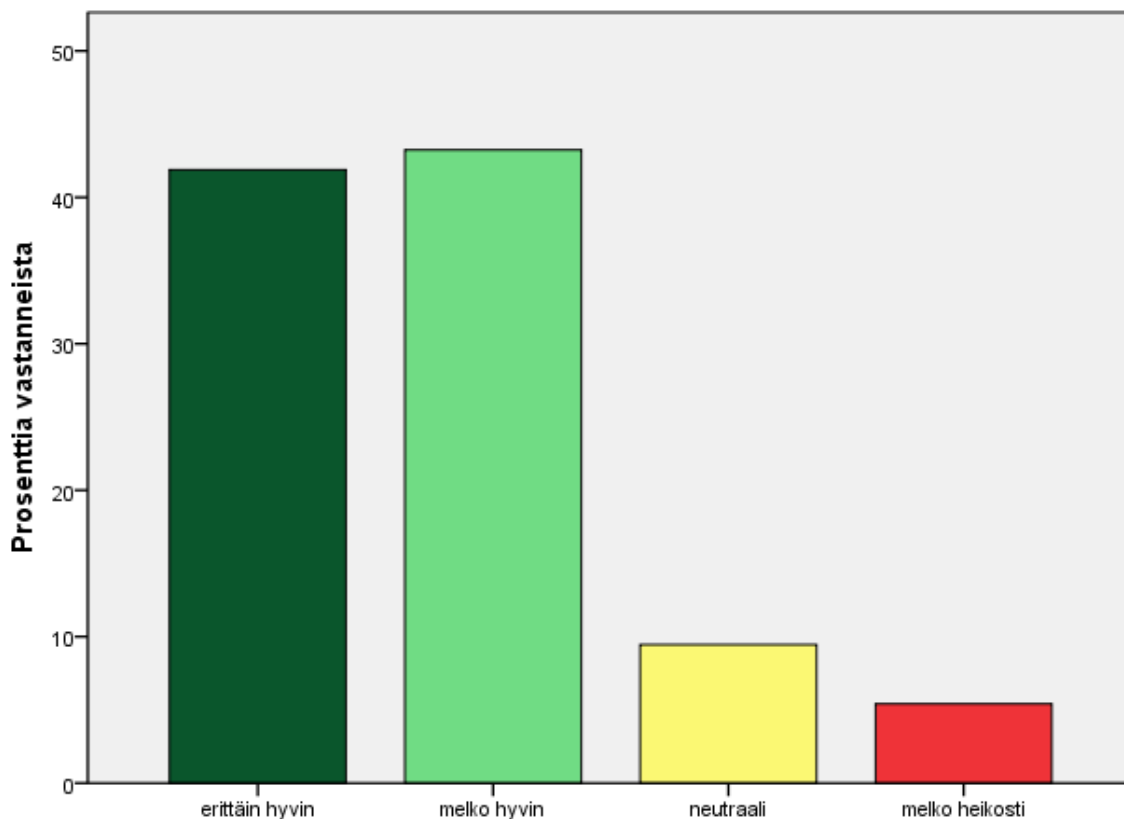
Kuten kuviossa 9 näkyy, kassalla työskentelevien kielitasoon oltiin keskimäärin tyytyväisiä, sillä suurin osa vastanneista oli vähintään tyytyväisiä. Yli puolet vastanneista olivat tyytyväisiä ja yli 30 prosenttia oli erittäin tyytyväisiä. Vain yksi vastanneista asiakkaista oli tyytymätön kassojen kielitaitoon. Kysymyksen vastausten keskiarvo on 4,15, kun 1 on erittäin tyytymätön ja 5 erittäin tyytyväinen.





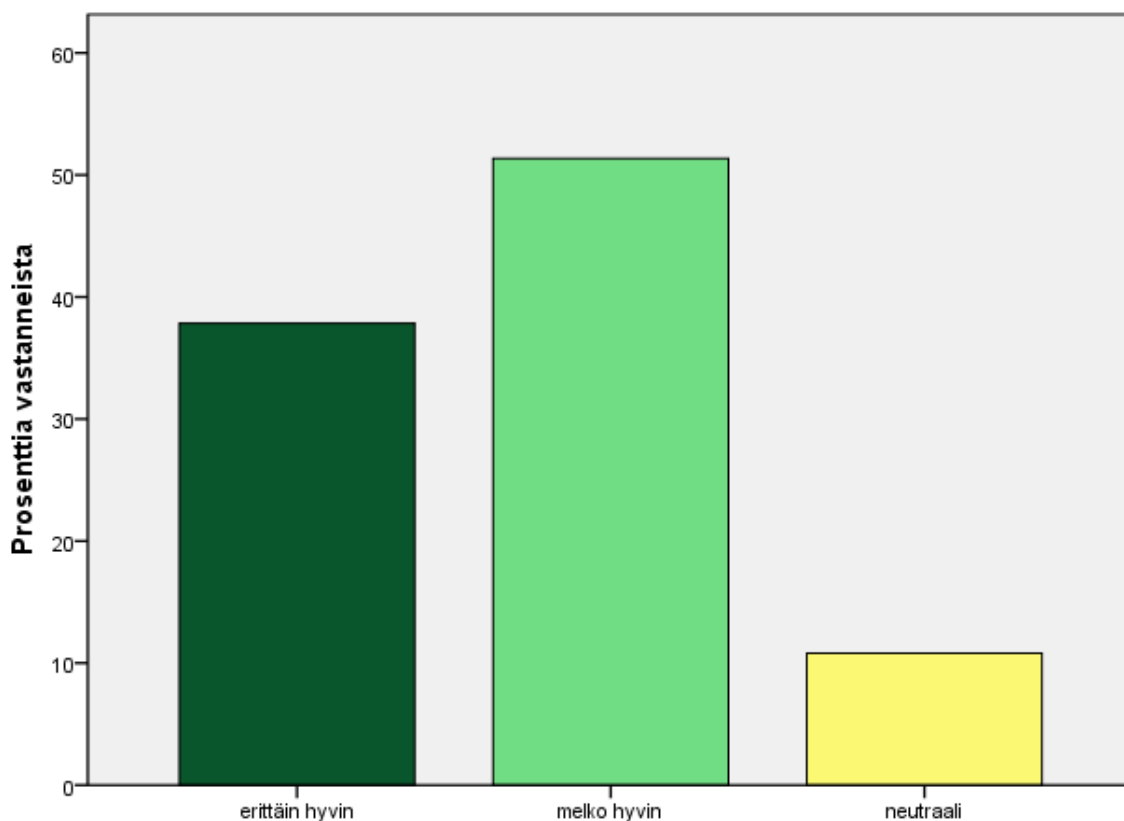
Kuvio 10. Miten tyytyväinen olet Prisman osastojen henkilökunnan ruotsin kielen taitoon (n= 76)

Kauppan sisällä eri osastoilla työskentelevien kielitaitoon enemmistö vastaajista oli vähintään tyytyväisiä ja kokonaisuudessaan useampi oli erittäin tyytyväinen osastolla työskentelevien kielitaitoon verrattuna kassojen kielitaitoon. Kuitenkin yleinen tyytyväisyystaso oli matalampi, sillä myös useampi vastanneista oli neutraaleja kielitason suhteen, kuten kuvio 10 esittää. Silti vain yksi vastanneista oli tyytymätön. Kysymyksen vastausten keskiarvo on 4,07, kun 5 on erittäin tyytyväinen ja 1 on erittäin tyytymätön.



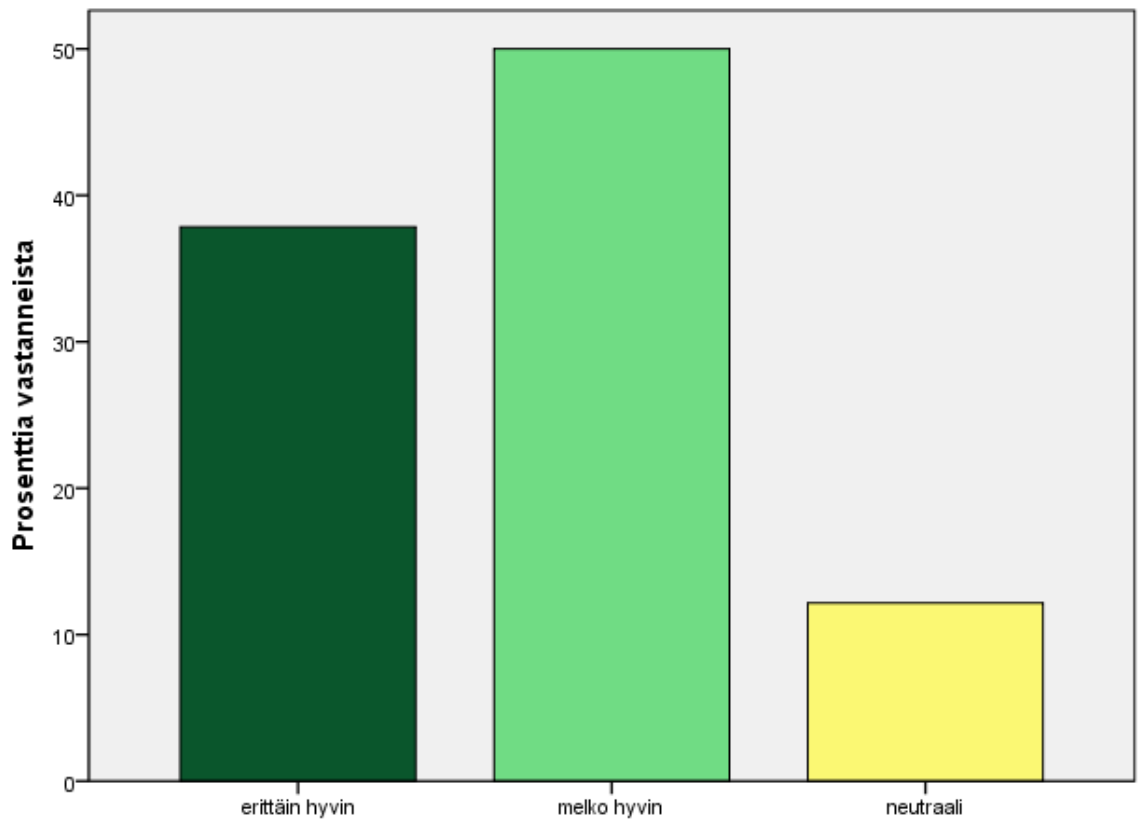
Kuvio 11. Miten hyvin KPO ottaa ruotsinkieliset asiakkaat huomioon mainonnassa? (n= 76)

Käsitellessä KPO:n ruotsinkielistä mainontaa, 5,4 prosenttia oli melko tyytymättömiä. 9,5 prosenttia suhtautui asiaan neutraalisti, 43,2 prosenttia oli melko tyytyväisiä ja 41,9 prosenttia erittäin tyytyväisiä. Kuviossa 11 näkyy selkeästi vastanneiden korkea tyytyväisyys. Mainonta sai keskimäärin arvosanan 4,22, kun 5 on ruotsinkielisten asiakkaiden erittäin hyvin huomioon ottaminen ja 1 on erittäin heikosti.



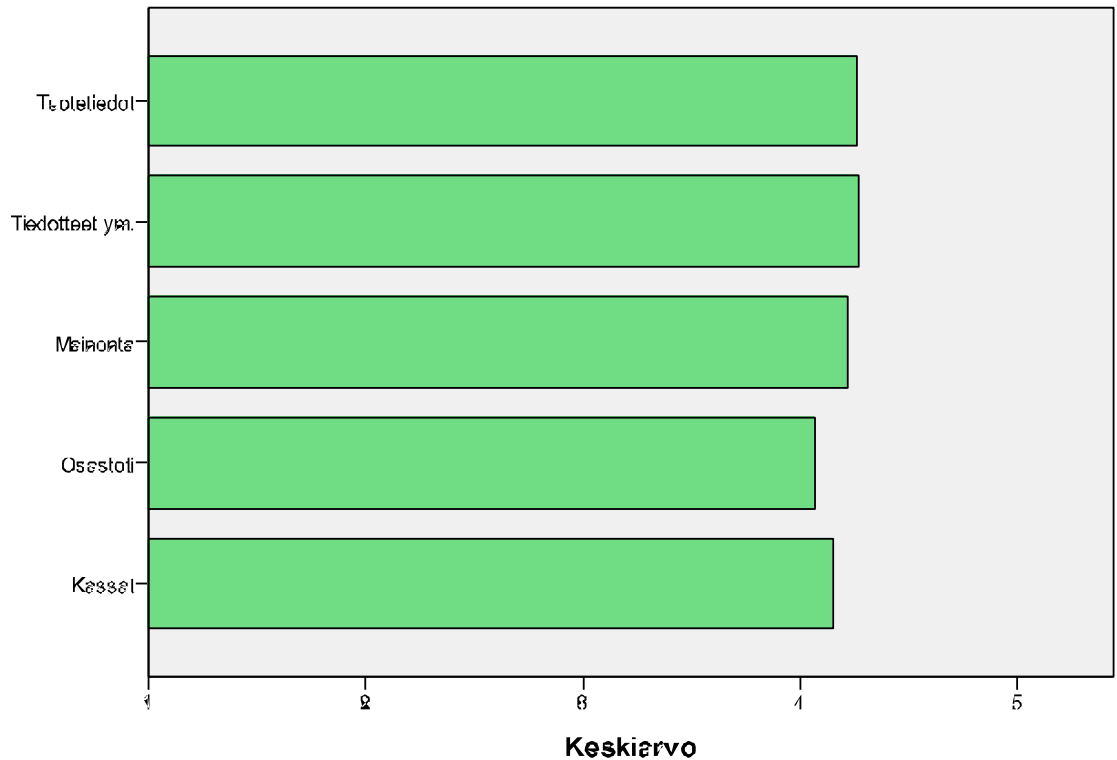
Kuvio 12. Miten hyvin KPO ottaa ruotsinkieliset asiakkaat huomioon esitteissä ym. (n= 76)

Suurin osa vastanneista oli vähintään melko tyytyväisiä siihen, miten KPO ottaa ruotsinkieliset asiakkaat huomioon erilaisissa esitteissä ja tiedotteissa. Vain 10,8 prosenttia oli neutraaleja ja kuten kuviossa 12 näkyy, yksikään vastanneista ollut tyytymätön tilanteeseen. Ruotsinkielisten asiakkaiden huomioon ottaminen sai keskimääräiseksi arvosanakseen 4,27, kun 5 tarkoittaa erittäin hyvin ja 1 erittäin heikosti.



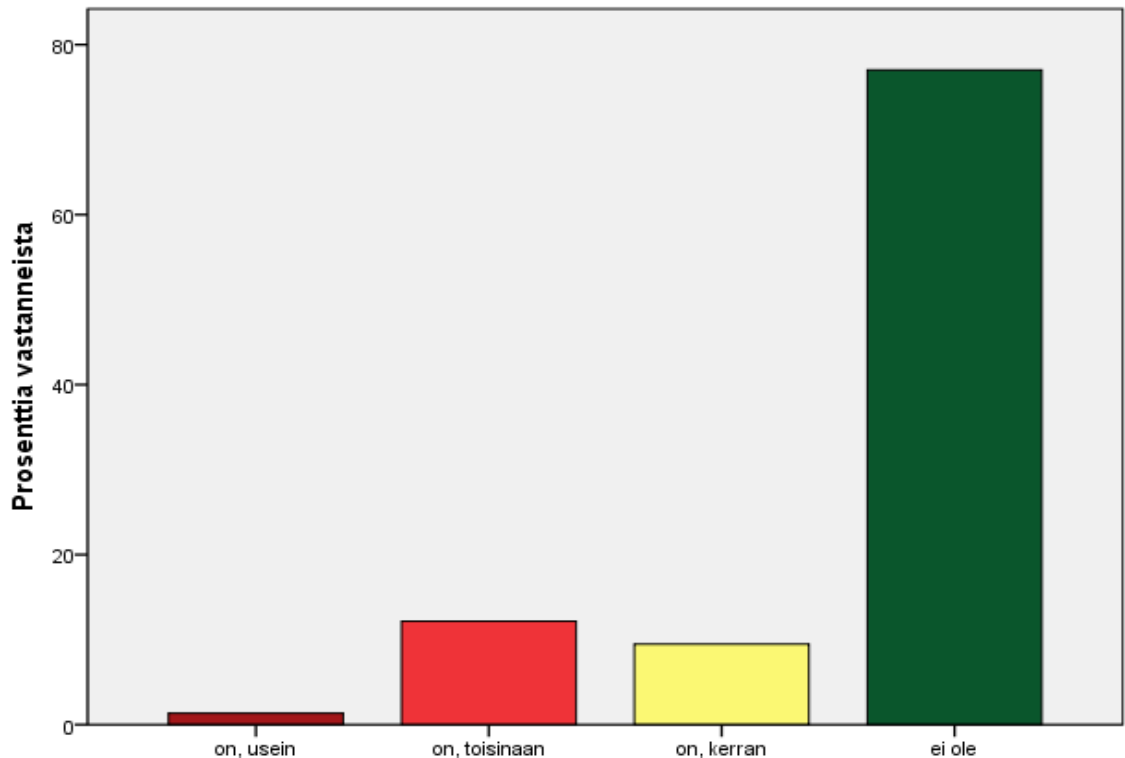
Kuvio 13. Miten hyvin KPO ottaa ruotsinkieliset asiakkaat huomioon tuotetiedoissa (n= 76)

Kyselyn mukaan KPO ottaa ruotsinkieliset asiakkaat huomioon suurimmilta osin erittäin hyvin ja melko hyvin. Neutraaleja vastanneista oli 12,2 prosenttia ja kuvio 13 myöskin osoittaa, ettei yksikään vastanneista ollut tyytymätön. Ruotsinkielisten asiakkaiden huomioon ottaminen tuotetiedoissa sai vastausten keskiarvoksi 4,26, kun 5 tarkoittaa erittäin hyvin ja 1 erittäin heikosti.



Kuvio 14. Ruotsinkielisten asiakkaiden tyytyväisyyksien keskiarvot eri osa-alueilla (n= 76)

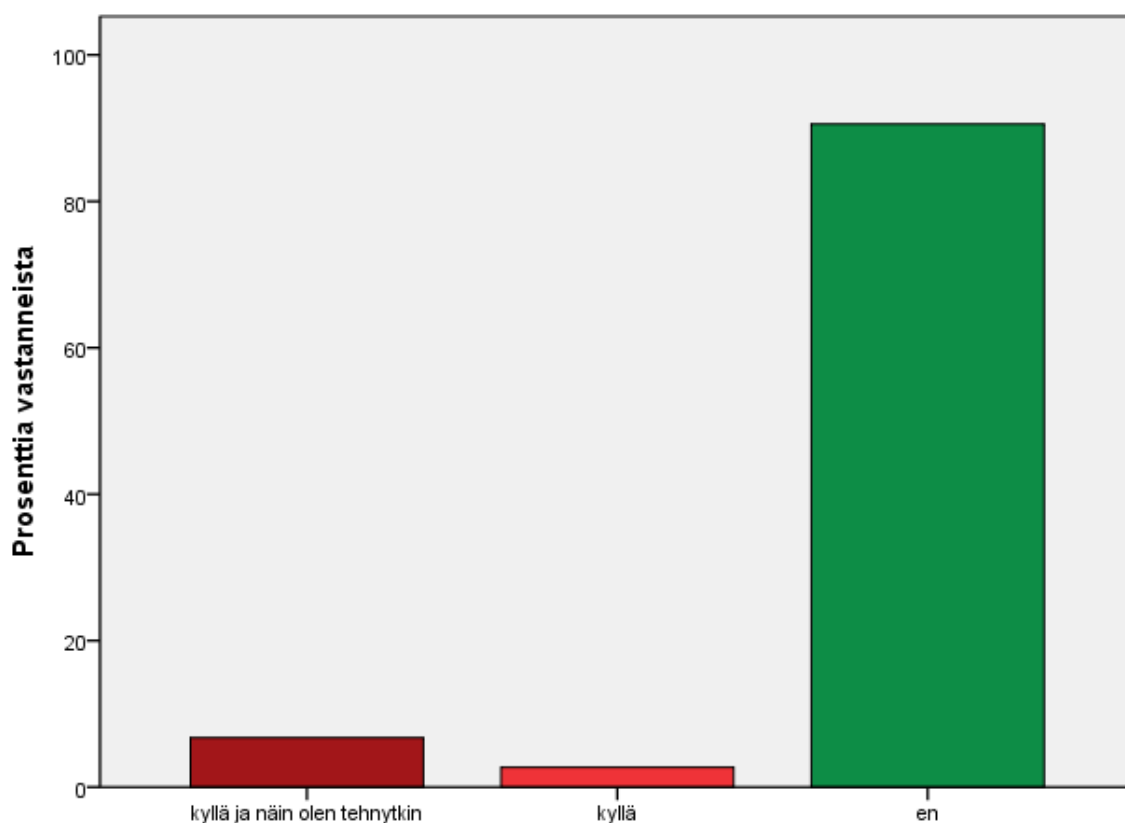
Yhteensä asiakkaiden tyytyväisyys kassojen, osaston työntekijöiden, KPO:n mainonnan, tuotetietojen ja esitteissä sai keskiarvon 4,19. Kuviossa 14 ilmenee, miten pienä eroja eri osa-alueiden välillä on, sillä kaikissa keskiarvo on yli 4. Tyytyväisimpiä asiakkaat olivat tuotetietoihin ja yrityksen omiin tiedotteisiin, kun taas vähiten tyytyväisiä oltiin osastojen kielitaitoon. Tämä tarkoittaa, että keskimäärin asiakkaat ovat enemmän kuin melko tyytyväisiä palvelun tasoon. Asiakastyytyväisyys on kuitenkin lähempänä melko tyytyväistä kuin erittäin tyytyväistä.



Kuvio 15. Onko sinulla ollut kielellisiä ongelmia Prisman työntekijöiden kanssa? (n= 76)

Prisman ruotsinkielisistä asiakkaista vain 1,4 prosenttia on usein törmännyt kielellisiin ongelmiin työntekijöiden kanssa. 12,2 prosenttia on toisinaan ollut kielellisissä ongelmissa ja 9,5 prosenttia kerran. 77 prosenttia vastanneista ruotsinkielisistä ei kuitenkaan ollut törmännyt kertaakaan kieliongelmiin Prismassa asioidessaan. Vaikka yleisesti useimmilla ei ole ollut ongelmia, kuviossa 15 näkyy, miten yli 20 prosentilla vastanneista on ollut joskus kieliongelmiä.

1,4 prosentilla asiakkaista on usein jäänyt tuote löytämättä puutteellisen kielitaidon takia. 8,1 prosentilla näin on käynyt kerran ja 90,5 prosenttia vastanneista ilmoitti, ettei heillä ole käynyt näin koskaan. 2,7 prosenttia vastanneista on jättänyt tuotteen ostamatta puutteellisen kielitaidon takia useammin kuin kerran ja 2,7 prosenttia vastanneista kerran. 94,6 prosenttia vastanneista ei ole koskaan jättänyt tuotetta ostamatta puutteellisen kielipalvelun takia.



Kuvio 16. Oletko harkinnut missään myymälässä asioiden lopettamista puutteellisen kielitaidon takia (n= 76)

Kuvio 16 kuvaa sitä, miten moni asiakas on harkinnut lopettavansa tai lopettanut asioiden missä tahansa liikkeessä puutteellisten kielipalvelun takia. 6,8 prosenttia ruotsinkielisistä asiakkaista on joskus lopettanut jossain liikkeessä asioiden puutteellisen kielipalvelun takia. 2,7 prosenttia ovat harkinneet sitä ja 90,5 prosenttia vastanneista ei ole lopettanut asioiden eikä harkinneet lopettavansa.

Kyselyä tehdessä jotkut vastaajista kommentoivat, että useimmiten jos tulee vastaan myymälä, jossa ei osata erityisen hyvin ruotsia, asiakas osaa yleensä tarpeeksi suomea pärjätäkseen eikä asioiden tarvitse lopettaa.

## 7.1.2 Ruotsinkielisten asiakkaiden taustatietoja

Taulukko 5. Äidinkielet asuinkunnittain

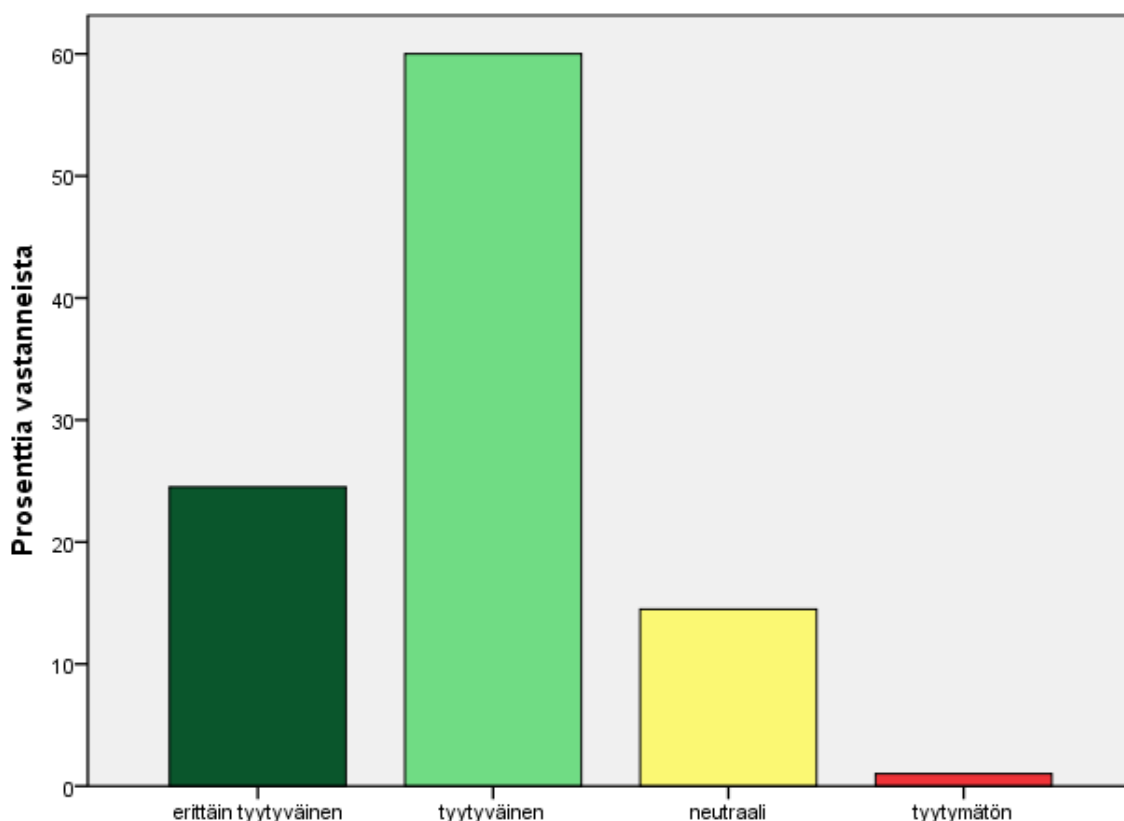
Äidinkieli	Asuinkunta				
	Isokyrö	Laihia	Vaasa	Vähäkyrö	Mustasaari
Suomi	4	5	80	12	9
Ruotsi	2	0	29	0	24

Taulukossa 5 ilmenee asiakkaiden äidinkieli viidessä kunnassa, joista kyselyyn vastasi eniten asiakkaita. Vaasalaisista asiakkaista 26,6 prosenttia oli äidinkieleltään ruotsinkielisiä, mikä on vain vähän enemmän kuin missä suhteessa Vaasassa asuu ruotsinkielisiä. Vaasassa äidinkieleltään ruotsinkielisiä on 26,2 prosenttia asukkaista. Mustasaaresta saapuneista asiakkaista 72,7 prosenttia ilmoitti äidinkielekseen ruotsin, mikä on korkeampi kuin Mustasaaren ruotsinkielinen väestönosa, mikä oli vuonna 2009 70,6 prosenttia.

Vähäkyrössä ja Laihialla ruotsinkielisten osuus väestöstä on alle kahden prosentin tasolla eikä yksikään kyselyyn vastanneista laihialaisista taikka vähäkyröläisistä asiakkaista ilmoittanutkaan olevansa ruotsinkielinen. Isokyrön asukkaista taas vain alle prosentti on ruotsinkielisiä, mutta silti kolmasosa kyselyyn vastanneista isokyröläisistä oli äidinkieleltään ruotsinkielisiä. Otanta isokyröläisten kohdalla on kuitenkin pieni, mikä mahdollistaa tällaisen eron.



## 7.2 Asiakaspalvelu Prismassa yleisellä tasolla

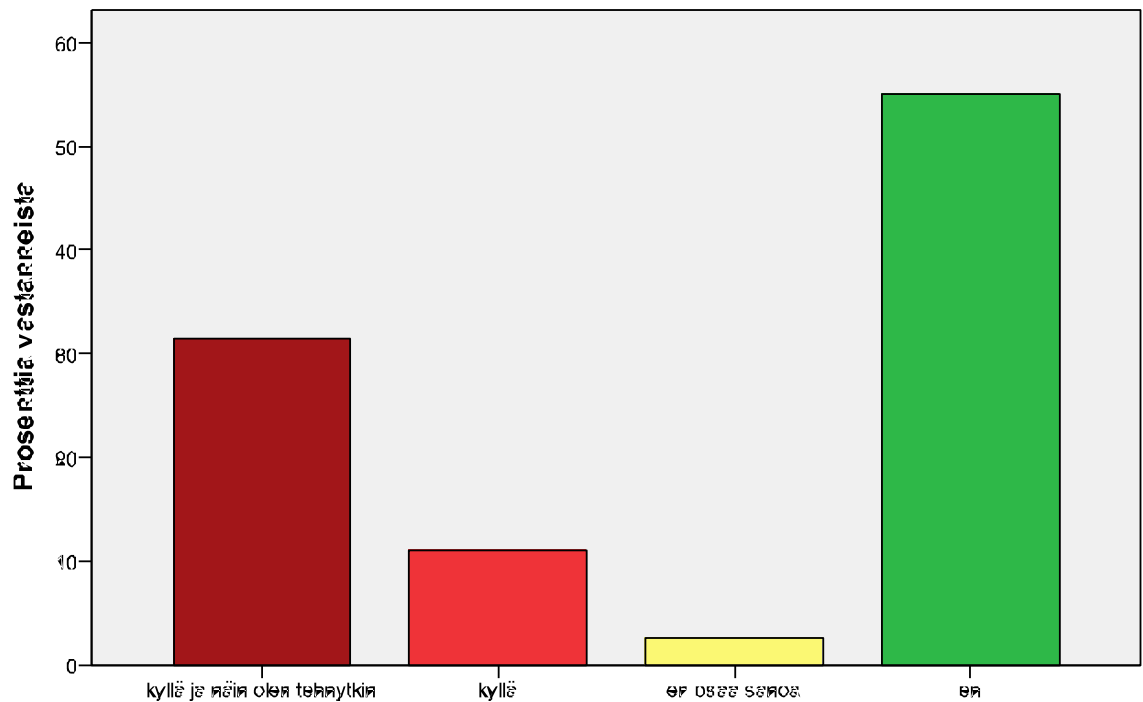


Kuvio 17. Miten tyytyväinen olet Prismän asiakaspalvelun tasoon? (n=200)

Kuten kuvio 17 osoittaa, kyselyyn vastanneista selkeä enemmistö eli 84,5 prosenttia vastanneista oli tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä Prismän palvelun tasoon. Vastanneista vain kaksi oli tyytymättömiä, eikä yksikään vastanneista ollut erittäin tyytymätön. Vastausten keskiarvoksi tuli 4,08, kun 5 tarkoittaa erittäin tyytyväistä ja 1 erittäin tyytymätöntä.

Puutteellisen asiakaspalvelun vuoksi tuote on jäänyt löytämättä useammin kuin kerran 10 prosentilla asiakkaista ja kerran 12,5 prosentilla asiakkaista. 77,5 prosenttia asiakkaista ilmoitti, ettei heillä ole koskaan jäänyt tuote löytämättä puutteellisen palvelun takia. 4 prosenttia vastanneista ilmoittaa, että heillä on useammin kuin kerran jäänyt tuote ostamatta puutteellisen palvelun takia ja 8,5 prosentilla

kerran. 89,5 prosenttia vastanneista totesi, että heillä ei ole koskaan jäänyt tuote ostamatta puutteellisen palvelun takia.

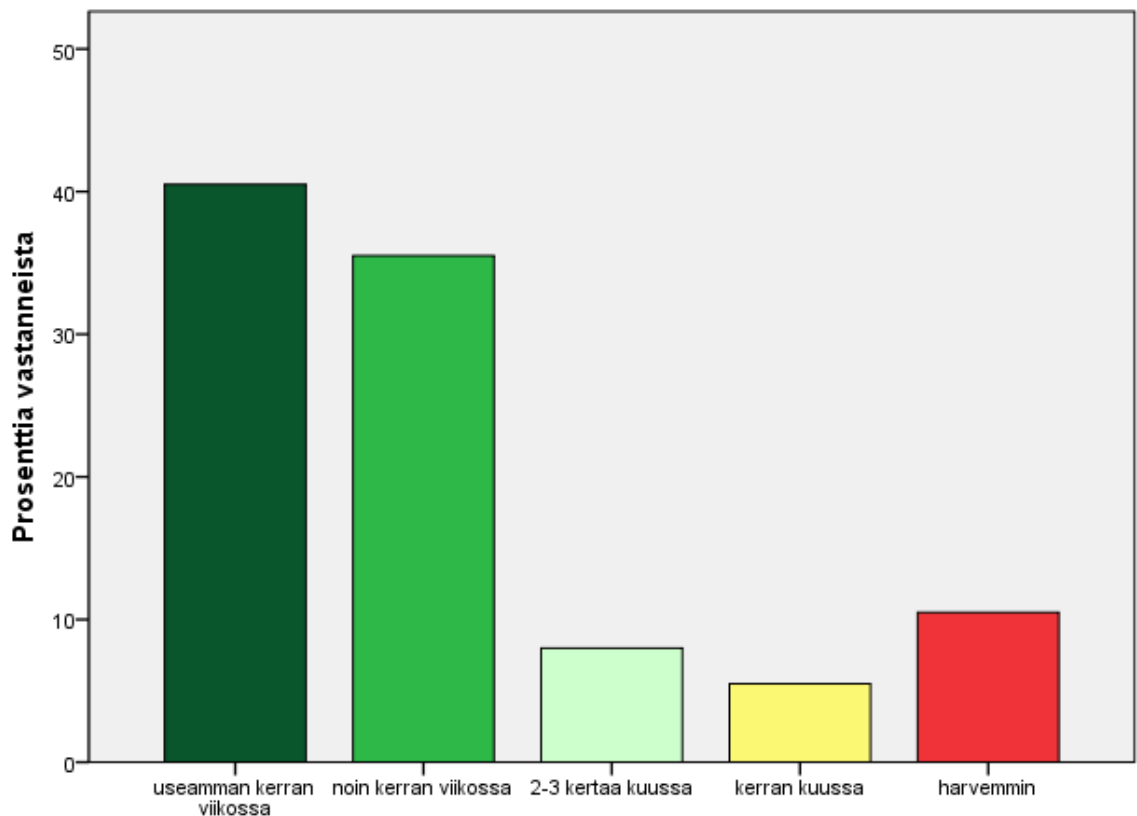


Kuvio 18. Oletko koskaan harkinnut missään kaupassa asiointien lopettamista puutteellisen asiakaspalvelun takia? (n=200)

Kaikista kyselyyn vastanneista 70 prosenttia kokee, että Prisma panostaa tarpeeksi asiakaspalveluun, kun 30 prosenttia kaipaa parannuksia palvelun tasoon. 31,5 prosenttia asiakkaista ilmoitti myös, että ovat lopettaneet jossain kaupassa asiointien huonon asiakaspalvelun takia. 11 prosenttia vastanneista on harkinnut asiaa, 2,5 prosenttia ei ole varmoja, ovatko he tehneet näin ja 55 prosenttia ei ole lopettanut eivätkä harkinnut lopettavansa missään kaupassa asiointia huonon asiakaspalvelun takia. Vertaamalla kuviota 18 sekä kuviota 15 voidaan todeta, että useampi asiakas lopettaa kaupassa asiointien huonon asiakaspalvelun kuin huonon kielitaidon vuoksi.

### 7.3 Asiakkaiden taustatiedot

Asiakkaita oli kotoisin ympäri maailman, mutta suurin osa Prismassa asiakkaita oli Vaasan seudulta. 109 vastanneista, eli 54,5 prosenttia, oli Vaasasta, 33, eli 16,5 prosenttia, Mustasaaresta. Kolmanneksi suosituin vastanneiden kotikunta oli Vähäkylä 12 vastaajalla, joka vastaa 6 prosenttia asiakkaiden kokonaismäärästä.



Kuvio 19. Kuinka usein asioit Vaasan Prismassa (n=200)

Kuviossa 19 näkyy, miten enemmistö asiakkaista asioi Vaasan Prismassa vähintään kerran viikossa. 40,5 prosenttia vastanneista asiakkaista käy Prismassa useamman kerran viikossa ja 35,5 prosenttia käy noin kerran viikossa. Tämä tarkoittaa, että kokonaisuudessaan 76 prosenttia kyselyyn vastanneista asiakkaista käy vähintään kerran viikossa. 8 prosenttia käy 2-3 kertaa kuukaudessa, 5,5 prosenttia käy noin kerran kuukaudessa ja vastanneista 10,5 prosenttia käy harvemmin kuin

kerran kuukaudessa.

Taulukko 6. Prismassa asiointi asuinkunnittain

	Kuinka usein asioit Prismassa?				
	Useamman kerran viikossa	Noin kerran viikossa	2-3 kertaa kuussa	Kerran kuussa	Harvemmin
Isokyrö	2	2	0	0	2
Laihia	0	4	0	0	1
Mustasaari	19	12	1	1	0
Vaasa	56	35	9	3	6
Vähäkyrö	2	5	2	2	1

Taulukossa 6 esitetään, kuinka usein asiakkaat asioivat Prismassa. Näkyvillä ovat vain ne kunnat, joista tuli yhteensä 5 vastaajaa. Kuviossa käy hyvin ilmi se, että kauempana olevista kunnista, kuten Isokyröstä ja Vähäkyröstä, saapuvat asiakkaat asioivat Prismassa harvemmin kuin esimerkiksi Mustasaaresta saapuvat. Mustasaaren ja Vaasan lisäksi Prismassa aktiivisimpiin asiakaskuntiin ei mahtunut muita kaksi- tai ruotsinkielisiä kuntia.

Taulukko 7. Asioinnin tiheys ja asiakasomistajuus

Kuinka usein asioit Vaasan Prismassa?	Oletko asiakasomistaja?	
	Kyllä	En
Useamman kerran viikossa	75	6
Noin kerran viikossa	58	13
2-3 kertaa kuussa	11	5
Kerran kuussa	6	5
Harvemmin	11	10

Taulukossa 7 ilmenee Vaasan Prismassa asiointien tiheyden ja asiakasomistajuuden suhde. Mitä useammin asiakas käy Prismassa, sitä todennäköisemmin hän on asiakasomistaja. 92,6 prosenttia useamman kerran viikossa käyvistä ovat asiakasomistajia. Noin kerran viikossa käyvistä asiakkaista 81,7 prosenttia kertoi olevansa asiakasomistajia. 2-3 kertaa kuukaudessa käyneistä 68,8 prosenttia ilmoitti olevansa asiakasomistajia. Kerran kuukaudessa käyvistä 54,5 prosenttia ovat asiakasomistajia ja tätäkin harvemmin käyvistä 52,4 prosenttia on asiakasomistajia. Vertailu ei kuitenkaan poissulje mahdollisuutta, että harvoin Vaasan Prismassa

asioivat asiasomistajat eivät asioisi pääosin muissa KPO:n toimipaikoissa, sillä useat vastaajat on tulleet kaukaa muiltakin paikkakunnilta.

Kyselyyn vastanneista 80,5 prosenttia oli asiakasomistajia KPO:lla.

#### **7.4 Asiakkaiden omia kommentteja**

Asiakkailta tuli melko vähän omia kommentteja, todennäköisesti koska kysely tehtiin suullisesti eikä mitään sanottavaa saanut miettiä omassa rauhassa. Monilla perheillä oli varmasti myös kiireinen aikataulu, jolloin mielenkiinto ei riitä vapaaehtoiseen avoimeen kysymykseen. Kaikki kommentit löytyvät liitteestä 4.

Asiakkaiden kommentteissa tuntuu olevan enemmän kritiikkiä, vaikka yleisesti muuten asiakkaat ovat olleet huomattavasti enemmän tyytyväisiä kuin tyytymättömiä Prisman palveluihin. Kyse on todennäköisesti siitä, että saadessaan mahdollisuuden tuoda avoimesti mielipiteensä esiin puututaan herkemmin vikoihin kuin keuhataan positiivisia asioita. Ihmiset tarttuvat mieluummin negatiivisiin seikkoihin sekä tuovat esiin negatiivisia mielipiteitään kuin lähtevät kehuaan.

## **8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA**

Johtopäätöksissä käsitellään tuloksia ja tarjotaan erilaisia vaihtoehtoja sekä arvioidaan tulevaisuudennäkymiä. Johtopäätöksiin on kerätty oleellisempia tietoja kaikista vastauksista.

Työntekijöiden osaaminen ja työntekijöille suunnatut kehittämistoimenpiteet liittyvät suoraan myös asiakkaisiin ja asiakkuuksien kehittymiseen. Tämän vuoksi jokaisen aihepiirin alainen tieto koskee myös muiden otsikoiden aiheita.

## 8.1 Työntekijöiden osaaminen

Työntekijät osaavat melko hyvin suomea ja ruotsia, mutta ruotsin kielen kanssa on enemmän ongelmia. Useimmat ymmärtävät ruotsia paremmin kuin itse sitä puhuvat, minkä vuoksi ruotsia taitamattomatkin voivat jossain määrin palvella ainakin osaa ruotsinkielisistä asiakkaista. Kassoilla ja infossa työskentelevät osaavat ruotsia hieman heikommin kuin osastolla työskentelevät, mikä voi johtua siitä, ettei kassoilla jatkuvasti tarvitse kovin laajaa sanastoa.

Ongelmia voi kuitenkin syntyä, mikäli asiakas ei osaa lainkaan suomea, jolloin myyjällä ei olisi mitään kunnon keinoa palvella asiakasta. Joissain tapauksissa pelkkä käsillä viittominen sekä vastaava toiminta voi auttaa.

Kyselyssä huomioitavaa on kuitenkin se, etteivät kaikki työntekijät vastanneet kyselyyn. Tämän vuoksi tulokset ovat enemmän suuntaa-antavia kuin antavat täysin totuudenmukaisen kuvan Prisman työntekijöiden kielellisestä nykytasosta. Työntekijöiden tila ei kuitenkaan voi olla ainakaan huomattavasti huonompi kuin he itse taidokseen arvioivat, sillä asiakkaat ovat pääsääntöisesti olleet tyytyväisiä saamansa palvelun tasoon.

## 8.2 Toimenpide-ehdotuksia työntekijöiden suhteen

Jokaiselta työntekijältä ei tarvitse välttämättä odottaa erittäin hyvää kielitasoa, sillä hyvin harva asiakas merkittävän vaikeita asioita vaatii ja näissäkin tapauksissa apua olisi todennäköisesti saatavilla. Silti erilaiset perustehtävät tulisi onnistua suorittaa suomeksi taikka ruotsiksi sulavasti, jolloin asiakkaalle syntyy mielikuva hyvästä palvelusta. Parempaa kielitasoa tulisi silti odottaa esimerkiksi S-pankilta, jossa työntekijällä on vastuullaan tärkeämpiä tehtäviä kuin peruskassapalveluita.

Huomioitavaa on, että tärkeimmät kehityskohteet ruotsinkielisessä palvelussa ovat kuitenkin nimenomaan työntekijöissä. Työntekijöille tulisi yleisesti saada lisää kielitaitoa sekä rohkeutta käyttää ruotsia enemmän asiakkaiden kanssa. Ne harvat joil-

la ei suomi ole hallussa, tulisi mielellään saada kehittämään omaa suomenkielen taitoaan.

Suurin osa työntekijöistä ilmoitti, ettei heille tarjota työnantajan puolelta mahdollisuuksia kehittää kielitaitoaan. Henkilökunnan kielitaidon kehittämisen mahdollisuuden tarjoaminen voisi auttaa kohentamaan suurimpia puutteita henkilökunnan kielitaidossa. Myös työntekijöiden antamista kommentteista jää vaikutelma, että he jopa kaipaavat kielikoulutusta. Lähes puolet työntekijöistä onkin harjoittanut kielitaitoaan omatoimisesti vapaa-ajalla.

Työntekijöiden kielitaitoa voisi pyrkiä kehittämään esimerkiksi jonkinlaisella koulutuspauksella, jonka kautta kielitaidostaan epävarmat työntekijät pääsisivät harjoittamaan kielitaitoa. Tämä tarjoaisi mahdollisuuden kehittää työntekijöiden kielitaitoa sekä voisi rohkaista työntekijöitä kehittämään omatoimisestikin kielitaitoaan. Tempauskeskuksen yhteydessä voisi myös muistuttaa milaisia mahdollisuuksia on saada KPO:n kautta koulutusta ja erilaisia kursseja tarpeen vaatiessa.

Mentorointikin on yksi vaihtoehto kielitaidon kehittämisessä, etenkin mikäli samalla osastolla työskentelee äidinkieltään ruotsinkielisiä sekä suomenkielisiä työntekijöitä. Mentorointi on kuitenkin siitä haastava muoto kehittää kielitaitoa, sillä esimiehet eivät todennäköisesti voi helposti suoraan määrätä mentorointipareja ja käskää henkilökuntaa harjoittamaan itsensä ja toisten kielitaitoa. Esimiehet voivat kuitenkin tarpeen tullen rohkaista henkilökuntaa harjoittamaan kielitaitoaan työtovereidensa kanssa. Yksinkertaisimmillaan kielitaitoaan voi kehittää pyrkimällä keskustelemaan ruotsinkielisten työtoveriensa kanssa ruotsiksi. Tällaisen toiminnan motivaation täytyy kuitenkin lähteä henkilöstä itsestään, eikä sitä saa toimimaan vain esimiehen määräyksestä.

### **8.3 Kieliasioiden kehityksen vaikutus asiakkaisiin**

Asiakkaat ovat Prisman onneksi enimmäkseen tyytyväisiä Prisman työntekijöiden kielitaitoon. Kassatyöntekijöiden kielitaitoon oltiin pienissä määrin tyytyväisempiä

kuin kaupan sisällä osastoilla työskentelevien. Ongelma saattaa rajoittua joillekin tietyille osastoille, sillä ainakin asiakkaan kommentin mukaan joillain osastoilla ruotsinkielinen palvelu on heikoilla. Tarkempaa tietoa kyseisistä osastoista ei ole. Parempi ruotsinkielisen palvelun taso parantaa Prisman menestystä ruotsinkielisten asiakkaiden keskuudessa, sillä suurin osa äidinkieleltään ruotsinkielisistä käyttää enimmäkseen ruotsia kaupassa asioidessaan. Jo yksinkertaiset asiat, kuten kassojen tervehdykset ja kiitokset, voivat vaikuttaa asiakkaiden tyytyväisyyteen, joten tavoitteena kannattaisi olla jokaiselle työntekijälle vähintään kohtalainen tai melko hyvä ruotsin kielen hallitseminen.

Tähän kyselyyn vastanneista asiakkaista ruotsinkielisiä oli 38 prosenttia, mikä on suurempi kuin ruotsinkielisten asiakkaiden osuus vaasalaisista. Lähikunnissa on kuitenkin niin suurissa määrin ruotsinkielisiä asukkaita, että olisi tärkeää kehittää työntekijöiden kielitaitoa parantamaan mahdollisuuksia houkutella suurempia osuuksia ruotsinkielisistä asiakkaista Prismaan.

Olennaista kuitenkin on se, että asiakasmääriltään tärkeimmissä kunnissa, Vaasassa ja Mustasaassa, ruotsinkieliset asiakkaat käyttävät Prisman palveluita taiseesti. Kyselyyn vastanneiden äidinkielet menivät paljolti kunnissa asuvien ruotsinkielisten määrien kanssa yhteen. Tämä on vahva merkki siitä, että ruotsinkielinen palvelu on riittävän hyvää houkutelakseen alueen ruotsinkieliset asiakkaat asioimaan Prismaan.

Harvalla asiakkaalla on onneksi jäänyt tuotetta löytämättä tai ostamatta puutteellisen kielitaidon takia, vaikka jokainenhan tapaus on liikaa. Useammin kuitenkin yleisesti palvelun puute on ollut esteenä tuotteen ostamiselle/löytämiselle, sillä yli 20 prosentilla vastanneista on joskus tuote jäänyt löytämättä puutteellisen palvelun takia. Kielellisten puutteiden vuoksi vastaava luku on noin 10 prosenttia.

Asiakkailla on positiivinen mielikuva siitä, miten Prismassa on ruotsinkielisiä esitteitä ja ruotsinkielisiä tuotetietoja. Useimmiten tuotteissa itsessään on tuotetiedot molemmilla kielillä, mutta esimerkiksi urheiluvälineissä ja tekniikan osastolla kaupalla on toisinaan omia tulosteita antamassa tietoa tuotteista. Ruotsinkieliseen



mainontaan tosin osa vastanneista oli tyytymättömiä. Joko mainonta on ollut vastanneiden mielestä puutteellista ruotsiksi taikka ruotsinkielisissä mainoksissa on ollut erilaisia kielioppivirheitä. Kuten yksi kommentoija totesi, kielioppivirheet etenkin toistuvina voivat aiheuttaa mielikuvaa, että ruotsinkieliset asiakkaat ovat vain toissijaisia KPO:lle. Toistaiseksi kuitenkin tilanne ei vaikuta tältä osalta pahalta, eikä asiaan tarvitse puuttua, ellei tilanne lähde heikkenemään nykyisestään.

Harva kyselyyn vastannut ilmoitti lopettaneensa missään kaupassa asioimista puutteellisen ruotsinkielisen asiakaspalvelun takia, mikä viittaisi siihen, ettei palvelun heikkeneminenkään välttämättä aiheuttaisi asiakaskatoa. Huomioitavaa kuitenkin on, että vaikka asiakas ei lopettaisi kaupassa asioimista, hän saattaisi vain siirtyä asioimaan enemmän muihin liikkeisiin, joissa saa parempaa palvelua. Tällöin asioiminen Prismassa voisi jäädä vain satunnaiseksi, vähäisemmäksi kaupankäynniksi. Tästä johtuen vaikka Prisma loistaisi kielitasollaan, silti muilla liikkeillä on todennäköisesti omat keinonsa vetää asiakkaita puoleensa. Prisma voi silti parantaa asemaansa ja nostaa itsensä ruotsinkielisten asiakkaiden ensisijaiseksi asiointikohteeksi.

#### **8.4 Asiakastyytyväisyyden kehitystä**

Yleiseen asiakaspalveluun asiakkaat olivat selkeämmin tyytyväisiä, vaikka suurin osa ei ollut erittäin tyytyväisiä. Siltikin määrä oli suurempi kuin tyytyväisyys keilitaitoon. Suurempi osuus asiakkaista kuitenkin myös oli lopettanut asioimisen joissain liikkeissä saamansa huonon palvelun takia, joten tämän vuoksi myös yleiseen asiakaspalveluun panostaminen on huomattavasti tärkeämpää.

Kyselystä päätellen myös kesään kannattaa panostaa enemmän. Kesän aikana asiakkaiden kommenttien mukaan siisteys ja yleinen taso kärsivät. Tavaroista on kesän aikana puutteita sekä asiakkaiden kommentoiman mukaan kassojen alueen siisteys kärsii, esimerkiksi pullonpalautusalueen vahvan oluenhajun takia. Asiak-

kaiden alkoholinkäyttöön ja alkoholipullojen palautusten määrään Prisma ei voi vaikuttaa, mutta toivottavaa olisi olla jokin keino jolla ehkäistä pullonpalautusko-  
neiden lähistön mahdollisia hajuhaittoja. Kaupassa olevien myyntitavaroiden riittä-  
vyys varmistetaan parhaiten varmistamalla kesänkin aikana riittävä työvoima eri  
osastoille. Tämä ei välttämättä tarkoita lisähenkilöstön palkkaamista, kunhan ko-  
kemattomalta ja vähemmän tehokkaalta työntekijältä ei yksistään odoteta täyspäi-  
väisen ja kokeneen työntekijän tehokkuutta.

## 8.5 Pohdinta

Vaasan alueen kielirakenteen ja kielitaidon tutkimuksen vähäisyyden vuoksi opin-  
näytetyö voi olla hyödyksi Vaasan Prismalle ja KPO:lle. Koska tutkimus on etenkin  
ruotsinkielisten asiakkaiden kohdalta otannaltaan pieni ei tutkimuksesta voi tehdä  
merkittäviä johtopäätöksiä, joiden kautta Vaasan Prismalle olisi saatu suurin hyö-  
ty.

Mikäli Prismassa päädytään erilaisiin henkilökunnan kielitaitoa kehittäviin toimiin,  
on näiden toimien jälkeen mahdollisuus toteuttaa henkilökunnan ja mahdollisesti  
asiakkaidenkin kohdalla uusiksi tutkimus kielitaidoista ja tyytyväisyydestä kielitai-  
toihin. Jatkotutkimus olisi tässä tapauksessa tärkeää, että saadaan selville kehitys-  
toimenpiteiden hyöty ja näkyvätkö toimenpiteet asiakkaille asti parantuneina palve-  
luina.

Opinnäytetyöprosessi on ollut haastava, vaikka siinä on ollut vahvuutensa. Vaikka  
yhteydenpito Prismahan ohjaavaan tahoon on ollut vähäistä, jokaisella keskustelu-  
kerralla senhetkisiä prosesseja saatiin kehitettyä eteenpäin. Tutkimuksen aihe on  
yksi opinnäytetyön vahvuuksista, sillä aihe on pidemmälle viety kuin perinteinen  
asiakastytyväisyystutkimus ja siitä on samalla enemmän hyötyä kohdeorganisaat-  
iolla. Prismahan ja KPO:n johto voisi myös harkita henkilökunnan kannustamista  
omatoimiseen kielitaidon kehittämiseen. Tämä voisi tapahtua erilaisten kannusteiden  
avulla, kuten myös ilman minkäänlaisia kannusteita. Nykytilanteessa kuitenkin

kaan asiakkailla ei ole merkittäviä moitteita henkilökunnan kielitaidosta, joten min-käänlaiset toimet kielitaidon kohentamisesta eivät ole toistaiseksi välttämättömiä.

Opinnäytetyötä varten olisi kannattanut kaikesta huolimatta kerätä laajempi vasta-usmäärä niin henkilökuntakyselystä kuin asiakaskyselystäkin. Laajemmalla otan-nalla tulokset olisivat olleet paremmin yleistettävissä ja tutkimuksen merkitys olisi ollut suurempi. Tällä otannalla tutkimus voidaan laskea enimmäkseen suuntaa-antavaksi. Tutkimusaineiston käsittely olisi myös voinut olla nopeampaa, jolloin aineistosta olisi saatu nopeammin mahdollinen hyöty irti, eikä mahdollisiin ongel-miin puuttuminen kestäisi niin kauaa.

## 9 LÄHTEET

- Allardt, E. 1997. Kahden kielen kansa: Suomalaisia asenteita ruotsin kieleen Suomessa. Helsinki: Yliopistopaino
- Havunen, R. 2000. Uusi näkökulma asiakkaaseen: oivaltamisen kautta tuloksiin. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Hooley, G. J. & Saunders, J. 1993, Competitive Positioning: The Key To Markte Success. Campus: Prentice Hall International
- Häkkinen, M. & Uski, A. 2006. Ratkaiseva Yhteys. Helsinki: Tammi.
- Hämäläinen, J. 1999. Luonnollinen palvelu: kohtelee asiakasta kuin itseäsi. Kuopio: Luma Oy.
- Ilomäki, S-K., Simons, M. & Liukko, T. 2008. Kohti yrityksen vuorovaikutteista kehitystoimintaa  
<http://www.vtt.fi/inf/pdf/tiedotteet/2008/T2424.pdf>
- Jollas.fi [Verkkolähde] (Viitattu 16.5.2010)
- Kauhanen, J. 2003. 5. uudistettu painos. Henkilöstövoimavarojen johtaminen. Helsinki: WSOY
- Niitamo, P. 2003. Henkilöarviomenetelmät työelämässä. Helsinki: Työterveyslaitos
- Paavola, L. 1987. Talar ni svenska vai puhunko suomea?: Kaksikielisen helsinkiläisen kielellinen identiteetti ja valintatilanteet. Tampere: Tampereen yliopiston Suomen kielen ja yleisen kieliteiteen laitos.
- Pesonen, H-L. , Lehtonen, J. & Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena: Markkinointia, viestintää, psykologiaa. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Pitkänen, R. 2006. Parasta palvelua: miten onnistut asiakkaan kohtaamisessa. Helsinki: WSOYpro
- Pohjanmaa.fi [Verkkolähde] <http://www.pohjanmaa.fi/fi/d-Pohjanmaa-Kunnat-ja-kartta.aspx?docID=2353> (Viitattu 11.4.2011)
- Ranki, A. 1999. Vastaako henkilöstön osaaminen yrityksen tarpeita? Helsinki, Kauppakaari Oyj

Rope, T. 2003. Onnistu myynnissä. Helsinki: WSOY

Tilastokeskus [Verkkolähde]

[http://pxweb2.stat.fi/Dialog/varval.aspma=055\\_vaerak\\_tau\\_124\\_fi&ti=V%E4est%E4n+%281%2Dv%2E%29%2C+sukupuolen+ja+kielen+mukaan+alueittain+1990+%2D+2010%2C+laaja++alueluokitusryhmitte-ly&path=../Database/StatFin/vrm/vaerak/&lang=3&multilang=fi](http://pxweb2.stat.fi/Dialog/varval.aspma=055_vaerak_tau_124_fi&ti=V%E4est%E4n+%281%2Dv%2E%29%2C+sukupuolen+ja+kielen+mukaan+alueittain+1990+%2D+2010%2C+laaja++alueluokitusryhmitte-ly&path=../Database/StatFin/vrm/vaerak/&lang=3&multilang=fi)(Viitattu 16.5.2010.)

Vahtio, E.-L. 2005. Rekrytointi menestystekijänä. Helsinki: Edita

## 10 LIITTEET

### Liite 1. Asiakkaiden kyselylomake

Kysely nro. \_\_\_\_\_

Asuinkunta: \_\_\_\_\_

Äidinkieli: 1.Suomi / 2.Ruotsi / 3.Muu?

Ikä:? \_\_\_\_\_

Kuinka usein asioitte Prismassa? 1.Useamman kerran viikossa / 2.Noin kerran viikossa / 3.2-3 kertaa kuussa / 4.Kerran kuussa / 5.Harvemmin

Oletteko asiakasomistaja? 1. Kyllä / 2.En

Miten tyytyväisiä olette Prisman asiakaspalvelun tasoon?

5.Erittäin tyytyväinen / 4.Tyytyväinen / 3.Neutraali / 2.Tyytymätön / 1.Erittäin tyytymätön

Onko teillä koskaan jäänyt mikään tuote löytämättä puutteellisen asiakaspalvelun takia?

1. On, useammin kuin kerran / 2. On, kerran / 3. Ei ole

Onko teillä koskaan jäänyt mikään tuote ostamatta puutteellisen asiakaspalvelun takia?

1. On, useammin kuin kerran / 2. On, kerran / 3. Ei ole

Panostetaanko Prismassa riittävästi asiakaspalveluun?

1.Kyllä / 2.Ei

Oletteko koskaan harkinneet missään kaupassa asioimisen lopettamista huonon asiakaspalvelun takia?

1. Kyllä ja näin olen tehnytkin 2. Kyllä 3.En osaa sanoa 4.En

*(Tästä eteenpäin vain jos äidinkielenä Ruotsi)*

Kun asioitte Prismassa, käytätkö enemmän suomea vai ruotsia?

1.Suomea / 2.En osaa sanoa / 3.Ruotsia

Oletteko tyytyväisiä Prisman kassojen työntekijöiden ruotsin kielen tasoon?

5.Erittäin tyytyväinen / 4.Tyytyväinen / 3.Neutraali / 2.Tyytymätön / 1.Erittäin tyytymätön

Oletteko tyytyväisiä Prisman osaston työntekijöiden ruotsin kielen tasoon?

5.Erittäin tyytyväinen / 4.Tyytyväinen / 3.Neutraali / 2.Tyytymätön / 1.Erittäin tyytymätön

Onko teillä koskaan ollut kielellisiä ongelmia Prisman työntekijöiden kanssa?

1.On, usein / 2.On, toisinaan /3. On, kerran /4. Ei ole

Onko teillä koskaan jäänyt mikään tuote löytämättä puutteellisen kielitaidon takia?

1.On, useammin kuin kerran / 2.On, kerran / 3.Ei ole

Onko teillä koskaan jäänyt mikään tuote ostamatta puutteellisen kielitaidon takia?

1.On, useammin kuin kerran / 2.On, kerran / 3.Ei ole

Ottaako Prisma ja KPO ruotsinkieliset asiakkaat riittävästi huomioon mainonnassa?

5.Erittäin hyvin / 4.Melko hyvin /3. Neutraali /2. Melko heikosti / 1.Erittäin heikosti

Ottaako Prisma ja KPO ruotsinkieliset asiakkaat riittävästi huomioon liikkeen palveluesitteissä ja tiedotteissa?

5.Erittäin hyvin / 4.Melko hyvin /3. Neutraali /2. Melko heikosti / 1.Erittäin heikosti

Ottaako Prisma ja KPO ruotsinkieliset asiakkaat riittävästi huomioon tuotesitteissä ja tiedoissa?

5.Erittäin hyvin / 4.Melko hyvin /3. Neutraali /2. Melko heikosti / 1.Erittäin heikosti

Oletteko koskaan harkinnut myymälässä asioiden lopettamista huonon ruotsinkielisen palvelun vuoksi?

1.Kyllä, ja näin olen tehnytkin / 2.Kyllä / 3.En

**Kääntöpuolella tilaa asiakkaiden kommentteille**

## Liite 2. Asiakkaiden kyselylomake

Äidinkieli: 1. Suomi / 2. Ruotsi / 3. Muu, mikä? \_\_\_\_\_

Ikäsi: (ympyröi yksi)

1. alle 18 / 2. 18-25 / 3. 26 – 35 / 4. 36 – 45 / 46 – 55 / 5. Yli 56

Oletko kesätyöntekijä? (ympyröi yksi)

1. Kyllä / 2. En

Missä näistä työskentelet? (ympyröi yksi)

1. Kassoilla/infossa / 2. KT:ssä 3./ PT:ssä

Miten hyvin puhut suomea? (ympyröi yksi)

5. Erittäin hyvin / 4. Melko hyvin / 3. Kohtalaisesti / 2. Melko heikosti / 1. Erittäin heikosti

Miten hyvin ymmärrät suomea? (ympyröi yksi)

5. Erittäin hyvin / 4. Melko hyvin / 3. Kohtalaisesti / 2. Melko heikosti / 1. Erittäin heikosti

Miten hyvin puhut ruotsia? (ympyröi yksi)

5. Erittäin hyvin / 4. Melko hyvin / 3. Kohtalaisesti / 2. Melko heikosti / 1. Erittäin heikosti

Miten hyvin ymmärrät ruotsia? (ympyröi yksi?)

5. Erittäin hyvin / 4. Melko hyvin / 3. Kohtalaisesti / 2. Melko heikosti / 1. Erittäin heikosti

Mitä muita kieliä osaat vähintään kohtalaisesti?

---

Pidätkö kielitaitoasi riittävänä nykyisiin työtehtäviisi?

1. Kyllä / 2. En

Koetko koskaan asiakaspalvelua vaikeaksi puutteellisen kielitaidon takia? (ympyröi yksi?)

1. Kyllä, usein / 2. Kyllä, toisinaan / 3. En

Uskotko, että kielitaitosi on vaikuttanut rekrytointivaiheessa? (ympyröi yksi)



1. Kyllä, merkittävästi / 2. Kyllä, jossain määrin / 3. En osaa sanoa / 4. Ei

Onko KPO/Prisma tarjonnut mahdollisuuden kielitaitosi kehittämiseen ja ylläpitämiseen?

1. Kyllä, riittävässä määrin / 2. Kyllä, muttei riittävästi / 3. Ei

Oletko omatoimisesti kehittänyt kielitaitoasi vapaa-ajallasi?

1. Olen / 2. En ole

Vapaa sana, palaute: (jos on paljon sanottavaa, jatka toiselle puolelle)

---

---

---

Kiitos vastauksistasi!

### **Liite 3. Työntekijöiden kommentit**

”Kuuntelemalla työkavereita/asiakkaita kielitaito kehittyy.”

”Toivotaan työnantajan tarjoavan ruotsin kielen opiskelumahdollisuuksia. Etenkin kassa/info/pankki esim. sanastoa.”

”Päivittäinen suomen kielen puhuminen ylläpitää taitoa.”

”Peruskielitaito on hyvä, mutta pankkisanavarasto on kasvanut S-pankissa.”

”Ruotsin kielen koulutus ei olisi pahitteeksi, ehkä vähän englantiakin.”

”Kielitaito on Vaasassa erittäin suuri tekijä työpaikkoja jaettaessa.”

”Lomake olisi voinut olla myös ruotsiksi.”

”Aurinkoista kesää”

#### **Liite 4. Asiakkaiden kommentit**

”Kassojen pitäisi sanoa paremmin ”Kiitos” ja ”Ole hyvä” ruotsiksi.”

”Joillain osastoilla ei osata ruotsia.”

”Muuten hyvät kielipalvelut, mutta mainoksissa joskus virheitä.”

”Jättest jobb.”

”Jos mainoksissa ja muissa on ruotsiksi virheitä, voi tulla vaikutelma ettei ruotsinkielisiin panosteta.”

”Suurempia kokoja vaatteisiin.”

”Mainoksiin tietoa mistä tuotteita löytyy.”

”Tuotevalikoima on huono.”

”Palvelutiskit niin kauan auki kuin kauppa on auki.”

”Enemmän myyjiä kaupan puolelle.”

”Kesällä perustavaroissa on usein puutteita ja siisteys heikkenee kassoilla ja aulassa. Kassat ovat kuitenkin kohteliaita ja vetävät hyvin.”

”HeVi ja kala ovat liian kalliita.”

”Kunnon lihatiski kauppaan.”

”Asiakaspalvelu on tärkeä osa kaupan vetovoimaa.”

”Täällä on paljon kassoja auki, eli hyvä Prisma!”

”Myyjän pitäisi tuntea kaupasta enemmän kuin oma osasto.”

”Ensi kesä yhtä aurinkoiseksi.”