

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Johdon assistenttityö ja kielet / Kielet ja kulttuuri

Annika Vähärautio

HABITA LKV JYVÄSKYLÄN ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS

Opinnäytetyö 2014

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Johdon assistenttityö ja kielet

VÄHÄRAUTIO, ANNIKA

Habita LKV Jyväskylän asiakastyytyväisyystutkimus

Opinnäytetyö

40 sivua + 13 liitesivua

Työn ohjaaja

lehtori Päivi Korhonen

Toimeksiantaja

Habita LKV

Maaliskuu 2014

Avainsanat

kiinteistönvälitys, palvelu, asiakastyytyväisyys, kysely

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia kiinteistönvälitysketju Habita LKV:n Jyväskylän ja Vaajakosken toimipisteiden asiakastyytyväisyyttä. Tutkimuksen kohderyhmänä toimivat asuntonsa vuonna 2013 Habitan avustuksella myyneet tai ostaneet asiakkaat. Tutkimuksen teoreettisessa osiossa käsiteltiin kiinteistönvälitysalaa, asiakaspalvelua, palvelun laatua ja asiakastyytyväisyyttä. Näiden käsitteiden avulla pyrittiin tutkimaan Habita LKV Jyväskylän toimipisteiden asiakaspalvelua asiakkaan näkökulmasta.

Tutkimus toteutettiin sähköisesti kyselynetti.com-palveluun laaditun kyselylomakkeen avulla. Kyselylomake sisälsi 12 molemmille otosryhmille erikseen muotoiltuja monivalinta- ja avoimia kysymyksiä. Kysymykset pyrkivät selvittämään asiakkaan kokemuksia ja hänen odotuksiansa täyttymistä välityspalvelun aikana. Tutkimuksen otos oli 123 asunnon myynyttä ja 121 asunnon ostanutta asiakasta. Kysely jaettiin vastaajille sähköpostin välityksellä. Myyjien vastausprosentiksi muodostui 35 % ja ostajien 26 %.

Tutkimustulokset osoittivat, että asiakkaat olivat kohtuullisen tyytyväisiä Habitan kiinteistönvälittäjien toimintaan. Vastaajat olivat osittain tyytyväisiä saamansa palvelun laatuun, mutta vastauksien joukkoon mahtui myös negatiivisia kokemuksia ja huonoa palvelua saaneita asiakkaita. Kokonaisuudessaan ostaja-asiakkaat kokivat saaneensa huonompaa palvelua kuin asunnon myyneet asiakkaat. Jatkossa yrityksen kannattaa keskittyä tutkimaan asiakastyytyväisyyttä välittömästi palvelutapahtuman jälkeen.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Multilingual Management Assistants

VÄHÄRAUTIO, ANNIKA

Bachelor's Thesis

Supervisor

Commissioned by

March 2014

Keywords

Habita LKV Jyväskylä Customer Satisfaction Survey

40 pages + 13 pages of appendices

Päivi Korhonen, Senior Lecturer

Habita LKV

real estate, service, customer satisfaction, survey

The aim of this bachelor's thesis was to examine the level of customer satisfaction at two different Habita LKV offices in Jyväskylä. The target groups of this empirical study were customers who had given a sales assignment to the real estate agency and customers who had bought a property via this agency in 2013. The theoretical framework of this thesis covers the basics of real estate operations, customer service, customer satisfaction and service quality. With the help of this conceptual content the study focused on producing useful information about the state of customer satisfaction and customer service in these offices.

The customer satisfaction survey was executed as an online questionnaire. The survey consisted of 12 different questions for both of the target groups. With these pre-structured questions and open questions the aim was to find out if the needs and expectations of the customers were fulfilled. The online questionnaire was distributed via e-mail to 123 sellers and 121 buyers. 35 % of the seller and 26 % of the buyer clients responded to the survey.

The research results indicated that the overall satisfaction level was moderate. The respondents were partly really satisfied with the customer service. However some of the customers experienced substandard service. Altogether the buyer clients were less satisfied than the sellers. This situation must be investigated and the service quality has to be upgraded.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
2	KOHDEORGANISAATIO HABITA LKV	7
3	TOIMIALANA KIINTEISTÖNVÄLITYS	8
	3.1 Lainsäädännön vaikutukset	8
	3.2 Kiinteistönvälittäjän velvollisuudet ja tarkoitus	9
	3.2.1 Myynti- ja ostotoimeksianto	9
	3.2.2 Hyvä välitystapa	10
	3.2.3 Velvollisuudet kaupan osapuolia kohtaan	11
	3.3 Kiinteistönvälitys Suomessa vuonna 2013	12
4	ASIAKASPALVELU VÄLITYSTYÖSSÄ	12
	4.1 Palvelun ominaisuudet	13
	4.2 Palvelu kilpailuetuna	14
	4.3 Loistavaa asiakaspalvelua	15
5	ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA SEN TUTKIMINEN	16
6	HABITA LKV JYVÄSKYLÄ ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS	19
	6.1 Tutkimuksen tavoite	19
	6.2 Kyselyn toteuttamisaikataulu	19
	6.3 Kyselytutkimuksen toteutus	21
	6.4 Kyselyyn vastanneet ja reliabiliteetti	21
	6.5 Kyselyn tulokset	22
	6.6 Myyjäkyselyn tulokset	24
	6.7 Ostajien vastaukset	31
7	POHDINTA	36
8	YHTEENVETO	37

LIITTEET

- Liite 1. Kyselylomakkeen saatekirje
- Liite 2. Kysely asunnon myyjille
- Liite 3. Kysely asunnon ostajille
- Liite 4. Asunnon myyjät, kysymys 7
- Liite 5. Asunnon myyjien palautetta
- Liite 6. Asunnon ostajat, kysymys 7
- Liite 7. Asunnon ostajien palautetta

1 JOHDANTO

Asiakastyytyväisyys on monen yrityksen elinehto. Positiivisen kokemuksen ja mielikuvan saaneet asiakkaat palaavat hyvin suurella todennäköisyydellä saman yrityksen asiakkaiksi. Erityisesti kiinteistönvälitysalan jatkuvasti kiristynvä kilpailutilanne vaatii yritykseltä omien kilpailukeinojensa tuntemista ja maksimaalista hyödyntämistä. Nyky-yhteiskunnassa ihmiset arvostavat ja jopa vaativat jatkuvasti parempaa, yksilöllisempää ja tehokkaampaa asiakaspalvelua.

Asiakastyytyväisyyden mittaaminen on monimutkainen prosessi, sillä se muodostuu asiakkaan tarpeen täyttämisestä. Jokaisella asiakkaalla on omat halut, tarpeet ja mieltymykset, jotka ohjaavat asiakaspalvelun arvioimista. Tutkimuksen oikea-aikainen toteuttaminen asetti ongelmia, sillä asiakastyytyväisyyskyselyn teettäminen vuoden päästä palvelutapahtumasta ei tarjoa yritykselle mahdollisuutta puuttua ongelmiin ja muuttaa huono kokemus hyväksi.

Opinnäytetyö tutkimuksineen toteutetaan yhdessä toimeksiantajan eli Habitan Jyväskylän toimipisteiden ja Jyväskylän aluepäällikön kanssa. Toimeksianto saatiin Habitalta kysymällä, olisiko heillä tarvetta Jyväskylän toimistojen asiakastyytyväisyystutkimukselle. Habita tutkii asiakastyytyväisyyttä koko Suomen alueella, joten yksityiskohtaisempaa, tiettyjä toimistoja koskevaa kyselyä ei ollut ikinä toteutettu.

Tutkimuksen kohderyhmäksi valittiin vuonna 2013 asuntonsa Habitan avulla myyneet tai ostaneet asiakkaat. Tutkimuksen tavoitteena on saada monipuolinen kokonaiskuva yrityksen asiakaspalvelun ja toiminnan tehokkuudesta asiakkaan näkökulmasta. Opinnäytetyö keskittyy kiinteistönvälitysyrityksen toiminnallisen palvelun asiakastyytyväisyyden tutkimiseen. Toiminnallinen palvelu koostuu asiakkaan kokemuksista, muun muassa henkilökunnan ammattitaidosta ja ystävällisyydestä sekä palvelun nopeudesta ja joustavuudesta. (Jokinen, Heinämaa & Heikkonen 2000, 226.)

Opinnäytetyön aihe hahmottui kirjoittajan henkilökohtaisen kiinnostuksen perusteella. Asiakaspalvelutyössä työskennelleenä asiakastyytyväisyyden merkitys yrityksen menestyksessä oli hyvässä tiedossa. Toimialaksi valikoitui kiinteistönvälitys, sillä koettiin, että tämä ala on murrospisteessä internetin välityssivustojen suuren suosion takia. Nyt jos koskaan asiakastyytyväisyyden merkitys korostuu entisestään, koska asiakkaat haluavat yksilöllistä palvelua.

Opinnäytetyön kirjoittaminen ja tutkimuksen tekeminen ovat monivaiheinen prosessi. Ennen kyselyn lähettämistä kohderyhmälle se laadittiin mahdollisimman paljon tutkimusongelmaan vastaavaksi, käyttömukavuus testattiin koehenkilöillä ja kysymyksiä hiottiin toimivammiksi. Kyselyn vastausaikaa kohderyhmälle annettiin kymmenen päivää, joiden aikana heitä muistutettiin osallistumisesta sähköpostiviesteillä.

Tämän opinnäytetyön teoreettinen viitekehys muodostuu kiinteistönvälitysalan perusoppaista ja asiakaspalvelusta että asiakastyytyväisyydestä kertovista teoriakirjoista. Asiakastyytyväisyystutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena sähköisellä kyselylomakkeella. Asiakkaille, jotka olivat myyneet tai ostaneet asunnon Habitan kautta, lähetettiin sähköpostitse kutsu osallistua tutkimukseen. Opinnäytetyön keskeiset käsitteet määritellään ennen tutkimuksen selostamista.

2 KOHDEORGANISAATIO HABITA LKV

Habita LKV on vuonna 1989 perustettu yksityinen kiinteistönvälitysketju. Habitalla on 38 toimipistettä sekä 250 työntekijää ympäri Suomen. Lisäksi sillä on toimipisteet Turkin Alanyassa ja Espanjan Costa Blancassa. Habitan toiminta keskittyy asunto- ja kiinteistökauppaan, vapaa-ajan asuntoihin, toimitiloihin sekä uudistuotantokauppaan. Vuosittain Habita välittää noin 1 500 kohdetta ympäri Suomen. Habita ei ole sidoksissa pankkeihin tai vakuutuslaitoksiin vaan tekee itsenäistä välitystyötä. (Habita LKV:n www-sivut 2010.)

Jokaisen Habita-toimiston sijainti on tarkoin harkittu. Ne pyritään sijoittamaan hyvälle liikepaikoille, jonne asiakkaat löytävät helposti. Näyteikkunat ovat ilmainen, mutta tehokas markkinointikeino, sillä ne houkuttelevat asiakkaita toimistoon. Habita markkinoi myytäviä kohteitaan laaja-alaisesti eri medioissa: Habita.fi-sivustolla sekä internetin suosituimmilla asunnonhakusivustoilla (oikotie.com, etuovi.com). Sosiaalisen median käyttö markkinoinnissa on kokeiluvaiheessa, mutta varmasti tulevaisuudessa tärkeä kanava. (Habita LKV:n www-sivut 2010.)

Habita pyrkii luomaan asiakkailleen lisäarvoa ammattitaitoisten, koulutettujen välittäjiensä avulla. Jokainen Habita LKV:ssä kiinteistönvälittäjänä toimiva käy Habitan oman koulutuksen, vaikka hänellä olisi aiempaa kokemusta alalta. Näin pyritään varmistamaan Habitan toimintakonseptin yhteneväisyys jokaisessa toimipisteessä. Habita Koulutus tarjoaa myös välittäjälle mahdollisuuden edistää uraansa kouluttautumalla

esimieheksi. Habita kiinteistönvälittäjät luovat pysyviä asiakassuhteita tiiviillä yhteistyöllä ja luottamuksella. Habitan sisäinen kohderekisteri helpottaa ympäri Suomen myynnissä olevien kohteiden selaamista ja tehostaa kohteiden myymistä tai ostamista. (Habita LKV:n www-sivut 2010.)

Jyväskylän alueella sijaitsee kaksi Habitan 38:sta Suomen toimipisteestä. Jyväskylän keskustan ytimessä sijaitseva toimipiste on perustettu vuonna 2004, ja siellä työskentelee vakituisesti kuusi kiinteistönvälittäjää. Vaajakosken kaupunginosassa sijaitsevassa toimipisteessä on työskennellyt helmikuusta 2013 lähtien kuusi kiinteistönvälittäjää. Nämä kaksi toimipistettä tekevät vuosittain arviolta 200 asunto- ja kiinteistökauppaa Keski-Suomen alueella. (Olin 2014.)

3 TOIMIALANA KIINTEISTÖNVÄLITYS

Kiinteistönvälitys poikkeaa muista kaupallisen alan toimialoista merkittävästi. Sitä koskevat erilaiset ja tarkkaan valvotut lait sekä säädökset. Kuka tahansa ei voi aloittaa uraa kiinteistönvälittäjänä, vaan täytyy olla valmis paneutumaan siihen tarkasti ja suorittamaan vaadittu tutkinto, joka täytyy olla jopa joka toisella välitysliikkeen työntekijällä vuoden 2016 alusta alkaen. Tähän asti tutkinto on vaadittu vain yhdeltä toimipisteessä työskentelevältä välittäjältä.

3.1 Lainsäädännön vaikutukset

Välitystoiminnan harjoittaminen on elinkeino, jota säädellään elinkeino-oikeudellisesti. Laki kiinteistönvälitysliikkeistä ja vuokrahuoneiston välitysliikkeistä (1075/2000, välitysliikelaki) määrittelee välitystoiminnan harjoittamisen edellytykset, ja sitä sovelletaan tilanteissa, joissa tulon tai muun taloudellisen hyödyn saamiseksi saatetaan sopijapuolet kosketuksiin toistensa kanssa luovutettaessa:

1. kiinteistöä tai sen osaa
2. rakennusta
3. osakkeita tai osuuksia, jotka antavat hallintaoikeuden tiettyyn kiinteistöön tai sen osaan, rakennukseen taikka huoneistoon.

Lakia kiinteistöjen ja vuokrahuoneistojen välityksestä (1074/2000) sovelletaan yksityisen toimeksiantajan ja välitysliikkeen väliseen toimeksiantosuhteeseen. Lisäksi kiinteistönvälityksessä sovelletaan välityspalvelun ja markkinoinnin kohdistuessa kulluttajiin kuluttajansuojalakia (38/1978) sekä asetusta kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa. (Nevala, Palo & Sirén 2006, 29–30, 40.)

Kiinteistönvälitystoimintaa harjoittaakseen välitysliike tulee olla rekisteröity siihen aluehallintovirastoon (AVI), jonka alueella yrityksen hallintoa pääasiallisesti hoidetaan. AVI ylläpitää välitysliikerekisteriä, johon rekisteröinnin yhtenä edellytyksenä on, että välitysliikkeen kaikissa toimipaikoissa on vastaava hoitaja, jolla on välittäjäkokeessa osoitettu ammattipätevyys (LKV). Vastaavan hoitajan tehtävänä on huolehtia, että välitystoiminnassa noudatetaan hyvää välitystapaa ja palvellaan asiakkaita ammattitaidolla. Lisäksi välitystoimintaan osallistuvien työntekijöiden pitää suorittaa kiinteistönvälittäjäkoe saadakseen kiinteistönvälittäjän pätevyyden (LKV) tai osoittaa tehtävän edellyttämä ammattitaito muulla tavoin. Vastaava hoitaja on vastuussa välitysliikkeen toiminnasta. Välitysliiketoiminnan harjoittamista ja lainmukaisuutta valvoo aluehallintovirasto. (Aluehallintoviraston www-sivut 2013; Nevala, ym. 2006, 36–37.)

3.2 Kiinteistönvälittäjän velvollisuudet ja tarkoitus

Suomessa tehtävistä asuntokaupoista noin 80 prosenttia suoritetaan välittäjän avulla. Välitystoiminta on monivaiheinen tapahtumaketju, jossa kiinteistönvälittäjä toimii kolmantena osapuolena tarkoituksenaan saada kauppa syntymään myyjän ja ostajan välillä. Asiakassuhde kestää suhteellisen pitkään ensimmäisestä yhteydenotosta välittäjän kanssa siihen, että kauppa on varmistunut. Tässä voi kestää päivistä useisiin kuukausiin tai vuosiin. Välitystoiminnassa viralliset termit ovat toimeksiantaja (kiinteistön myyjä) ja toimeksiantajan vastapuoli (ostaja). Kiinteistönvälittäjän tehtävät alkavat myynti- tai ostotoimeksiantosopimuksen allekirjoittamisella. (Kasso 2006, 10, 569)

3.2.1 Myynti- ja ostotoimeksianto

Myyntitoimeksianto tehdään kohteen myyjän ja välitysliikkeen välillä. Ostajan ja välitysliikkeen välillä tehdään ostotoimeksianto. Molempiin toimeksiantoihin sovelletaan samoja säännöksiä ja molemmissa tilanteissa toimeksiantaja maksaa välityspalkkion.

Välityspalkkion suuruus määräytyy toimeksiantosopimuksessa, mutta yleisesti se on 2–6 prosenttia myyntihinnasta tai velattomasta myyntihinnasta. Silloin kun kaupan molemmat osapuolet ovat tehneet toimeksiannon, he joutuvat maksamaan yhteensä vain yhtä välityspalkkiota vastaavan summan välitysliikkeelle. Myyntitoimeksiantoja tehdään Suomessa enemmän, koska myyjät haluavat usein turvautua välittäjän asiantuntemukseen. Toimeksianto on tehtävä kirjallisesti tai sähköisesti niin, ettei sopimusehtoja pysty yksipuolisesti muuntamaan. Siinä on mainittava vähintään toimeksiantajan yhteystiedot, välittäjän tai välitysliikkeen yhteystiedot, perustiedot välitettävästä kohteesta, kohteen markkinointitavat, maksettava korvaus sekä alku- ja päättymispäivät. Toimeksianto on voimassa enintään neljä kuukautta sen solmimisesta, ja sitä voidaan jatkaa uudella sopimuksella aikaisintaan kuukautta ennen päättymistä. (Nevala, ym. 2006, 51–52)

Toimeksiantosopimus sitoo molempia sopimusosapuolia kuten muutkin sopimukset. Sopimus on voimassa sovitun määräajan ilman erikseen sopimukseen kirjattua irtisanomista. Eräissä tilanteissa välityslaki antaa mahdollisuuden irtisanoa sopimus. Sopimuksen purkamisen on mahdollista, jos välitysliike on toiminut lainvastaisesti tai laininlyönyt velvollisuuksiaan toimeksiantajaa kohtaan. Sopimusrikkomuksen osapuoli joutuu korvaamaan rikkomuksesta syntyvät taloudelliset vahingot toiselle osapuolelle. Toimeksiantosopimuksen liitteeksi tehdään toimeksiantajan antama selvitys kohteen ominaisuuksista, ja tämä on osa toimeksiantosopimusta. (Nevala, ym. 2006, 52–51)

3.2.2 Hyvä välitystapa

Laki kiinteistönvälitysliikkeistä ja vuokrahuoneiston välitysliikkeistä (1075/2000) määrittelee välitystoiminnassa noudatettavan hyvää välitystapaa (4 §). Laissa tätä toimintatapaa ei kuitenkaan määritellä käytännön tasolla. Hyvä välitystapa on joustava käsite, joka muotoutuu jatkuvasti erilaisten päätöksien, suositusten, ohjeiden ja alan käytännön muuttuessa. Kiinteistövälitysalan Keskusliitto (KVKL) on laatinut Hyvän Välitystavan ohjeen, jossa kiteytyy kuluttajakaupassa käytettäväksi sopivan välitystavan periaatteet.

Periaatteet sisältävät toiminnalle asetettuja laadullisia, eettisiä ja moraalisia vaatimuksia. Toiminnan luotettavuus, avoimuus, tunnollisuus ja lojaalisuus kaupan molempia osapuolia kohtaan ovat hyvän välitystavan keskeisiä vaatimuksia. Välittäjä ei saa hyvän välitystavan vastaisesti painostaa toimeksiantajaa kauppaan tai hoputtaa ostotarjo-

usta harkitsevaa asiakasta. Tämän toimintatavan vastaisesti toimiminen aiheuttaa suurta vahinkoa asiakassuhteelle ja välittäjän maineelle. (Kasso 2005, 573–574; Ohje hyvästä välitystavasta 2012, 4.)

3.2.3 Velvollisuudet kaupan osapuolia kohtaan

Kiinteistönvälittäjä on puolueeton välikappale, joka toimii sekä ostajan että myyjän asialla. Välittäjä on tiedonanto- sekä selonottovelvollinen molemmille osapuolille, mutta hänellä on myös salassapitovelvollisuus, niistä asioista, jotka eivät ole merkityksellisiä kaupasta päättämisen kannalta. Näitä voivat olla kohteen myynnin syy, toimeksiantosopimuksen sisältö ja kohteen myynnissä oloaika kyseisellä välitysliikkeellä. Ostajalta tai myyjältä ei saa pidättää kaupan syntymiseen vaikuttavia tietoja. Selonottovelvollisuuteen kuuluu se, että välittäjän on hankittava tietyt välityslain edellyttämät vähimmäistiedot kohteesta. Kiinteistönvälittäjä on vahingonkorvausvastuullinen laiminlyödessään velvollisuuksiaan. Antamiensa tietojen oikeellisuus ja paikkansa pitävyys on välittäjän vastuulla. (Kasso 2005, 592, 601, 605; Ohje hyvästä välitystavasta 2012, 6.)

Kiinteistönvälittäjä on merkittävässä roolissa kohteen markkina-arvon määrittämisessä. Hyvän välitystavan mukaisesti hinta-arvion täytyy olla realistinen ja mahdollinen saavuttaa, mutta se ei kuitenkaan ole takuu tai lupaus kyseisen hinnan toteutumisesta. Myyntitoimeksiannon saadakseen välittäjä ei saa arvioida kohteen myyntihintaa korkeammaksi, kuin sen todennäköinen kauppahinta olisi. Kohteen velattoman myyntihinnan laskiessa tai noustessa yleisen markkinatilanteen tai kuntoon liittyvän selvityksen vuoksi välittäjä on velvollinen ilmoittamaan siitä toimeksiantajalle kirjallisesti. Kohteen myyntiaika on arvioitava realistisesti ja merkittävä myyntitoimeksiantoon selkeästi. Välityslain 10 § selventää kiinteistönvälittäjän velvollisuuden hankkia kaikki kohdetta koskevat asiakirjat ja selvitykset ennen markkinoinnin aloittamista. Hyvän välitystavan mukaan välittäjän tulee selittää asiakkaalle asiakirjojen merkitys tarvittaessa. (Kasso 2005, 593, 689–691; Ohje hyvästä välitystavasta 2012, 17.)

Välitysliike on velvollinen antamaan kaupan molemmille osapuolille kaikki tiedot, jotka saattavat vaikuttaa kaupasta päättämiseen viimeistään ennen ostotarjouksen tekemistä. Ostotarjouksen saadessaan on välittäjän tehtävä tarkistaa sen sisältö ja oikeellisuus. Osto- ja vastatarjoukset sekä kaupan hyväksyminen on tehtävä kirjallisesti. Tarjouksen hyväksymisestä päättää toimeksiantaja, ei välittäjä. Välittäjä toimii väli-

kappaleena osapuolten kanssakäymiselle ottaen huomioon molempien edut kaupantehtämissä. Välittäjän tehtävänä on laatia asianmukainen kauppakirja, joka sisältää kaikki olennaiset kauppaehtot ja selventää sisältö kaupan osapuolille tarpeen niin vaatiessa. Kauppakirjan allekirjoittamisen jälkeen välittäjän täytyy hoitaa kauppaan liittyvät siirtomerkinnät ja laskelmat ostajan puolesta. (Kasso 2005, 425; Ohje hyvästä välitystavasta 2012, 37–38.)

3.3 Kiinteistönvälitys Suomessa vuonna 2013

Suomessa toimii useita suuria maanlaajuisia kiinteistönvälitysketjuja, joista tunnetuimpia ovat SKV-Kiinteistönvälitys, OP-Kiinteistökeskus ja Realia Group. Habita on Suomen suurin yksityinen riippumaton välitysliike. Jyväskylän alueella toimii lukuisia pieniä ja suuria välitysliikkeitä ja välitysliikeketjuja. Kilpailun määrä kiinteistönvälityksessä on jatkuvasti kasvussa. Keskeisimpiä kilpailukeinoja ovat asiakaspalvelu, välityspalkkioiden suuruus ja jatkuvasti kehittyvät verkkopalvelut.

Vuosi 2013 ei ollut kiinteistönvälityksen kulta-aikaa. Liikevaihdon laskusuuntaus jatkui kiinteistönvälityksen toimialalla vuoden 2013 alkupuoliskolla. Vuoden 2012 toukokuuhun verrattuna liikevaihto oli 12,2 prosenttia pienempi toukokuussa 2013. Kokonaisuudessaan liikevaihto laski 8,7 prosenttia tammi-kesäkuussa 2013. Kulunut vuosi 2013 oli erittäin hankala kiinteistönvälityksen toimialalla. Talouden epävarmuus ja työttömyyden lisääntyminen yhdistettynä pankkien kiristyviin omarahoitus vaatimuksiin heikensivät huomattavasti ostovoimaa ja täten asuntojen kysyntää. (Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry:n www-sivut 2013.)

4 ASIAKASPALVELU VÄLITYSTYÖSSÄ

Hyvä asiakaspalvelu on tavoiteltu arvo ja oleellinen osa tuotteen lisäarvoa. Asiakaspalvelun määritelmä on moninainen. Yksi määritelmä on, että palvelu on vuorovaikutus, teko, tapahtuma tai valmius, jossa toiselle ihmiselle tuotetaan lisäarvoa. Palvelutapahtuma on tilanne, jossa on kaksi osapuolta, palvelun tuottaja sekä sen käyttäjä. Palvelun hyvyys tai huonous on pääasiassa asiakkaan oma kokemus tilanteesta – tunne, johon liitetään palvelutilanteeseen liittyviä odotuksia ja käytännön havaintoja. Palvelun tuottajalla on usein eriävä näkemys palvelun laadusta asiakkaan kanssa. Palvelutapahtumaa ei voi tutkia, koska se on paljolti aineetonta ja tapahtuu nopeasti tai pitkällä aikavälillä. Hyvällä palvelulla yritys saavuttaa ainutlaatuisen kilpailuedun, jolla

erottuu kilpailijoista, luo asiakkaalle lisäarvoa, lujittaa asiakkuutta ja lisää kannattavuutta. (Rissanen 2005, 16–18.)

Innofocusin Asiakaspalvelun perussäännöissä esille tulevan amerikkalaisen tutkimuksen mukaan 68 % asiakasmenetyksistä johtuu asiakkaiden huonosta kohtelusta tai heikosta asiakaspalvelusta (Asiakaspalvelun perussäännöt 2010). Palvelun laadulla on suuri merkitys yrityksen kannattavuuteen, sillä uusien asiakkaiden hankinta ei ole helppoa tai edullista. Asiakas muodostaa käsityksensä palvelun laadusta Rissanen (2005) mukaan pätevyyden ja ammattitaidon, luotettavuuden, uskottavuuden, saavutettavuuden, turvallisuuden, kohteliaisuuden, palvelualltiuden, viestinnän, tarpeiden tunnistamisen ja palveluympäristön perusteella. Nämä ominaisuudet omaava asiakaspalvelija ei kuitenkaan takaa jokaiselle asiakkaalle loistavaa kokemusta, sillä Valvion (2010, 84) mukaan ihmisillä ei ole samanlaisia palvelun laatuvaatimuksia.

Kiinteistönvälittäjän työ on asiantuntijapalvelua. Välittäjä on korkeasti koulutettu, ammattinsa erityisosaaja. Neuvojen antaminen ja asiakkaan ongelman ratkaisuun keskittyminen kuvaavat hyvin välitystyötä. Asiantuntijapalvelun tuottajalla on selvä identiteetti ja nimike, jonka asiakkaat tietävät, kuten kiinteistönvälittäjä tai hammaslääkäri. Asiantuntijapalvelulle ominaista on asiakaspalvelu ja laaja osaamisprofiili. Asiakkaan ostaessa kiinteistönvälityspalveluita on vaihtoehtojen vertailu usein vaikeaa, sillä vertailuun tarvittavaa informaatiota ei ole saatavilla. Virheellisen välitystoiminnan korjaaminen ei ole yleensä mahdollista, ja sen seuraukset ovat vakavia, muun muassa taloudelliset menetykset asiakkaalle. Asiakkaan ja kiinteistönvälittäjän välille saattaa hyvien palvelukokemuksien seurauksena muodostua pitkäaikainen asiakassuhde, eli asiakas kääntyy aina tutun asiantuntijan puoleen. Asiantuntijan asiakaspalveluominaisuuksia käydään läpi luvuissa 4.1–4.3. (Ylikoski 2000, 27, 112–113; Sipilä 1998, 13, 19.)

4.1 Palvelun ominaisuudet

Yleisesti palvelun ominaisuudet voidaan jakaa kahteen osaan. Tämä pätee myös kiinteistönvälityksessä. Aineeton eli näkymätön osa palvelussa syntyy, kun välittäjä neuvoo asiakasta tai on vuorovaikutuksessa hänen kanssaan. Näkyvä eli aineellinen osa on helpompi määrittää ja mitata. Se on käsin kosketeltavaa, kuten välittäjän ja asiakkaan välillä syntyvä toimeksiantosopimus. Aineetonta palvelua on mahdoton mitata tarkasti, sillä sen onnistuminen tai epäonnistuminen perustuu puhtaasti asiakkaan tun-

teisiin ja kokemuksiin. Palvelukokonaisuus muodostuu molemmista osista, joiden tasapainoisuus varmistaa palvelun onnistumisen. (Jokinen, Heinämaa & Heikkonen 2000, 224.)

Palvelu tuotetaan ja kulutetaan lähes samanaikaisesti. Asiakas osallistuu palvelun tuottamiseen kertomalla tarpeensa, näin hän voi varmistaa saavansa juuri omiin tarpeisiinsa sopivaa palvelua. Kiinteistönvälittäjän asiakaspalvelun täytyy olla heterogeenistä eli asiakaskohtaista. Palveluiden katoavaisuus tekee kysynnän ja tarjonnan yhteen soveltamisesta ongelmallista. Hyvää palvelua ei voi varastoida seuraavaa kertaa varten vaan se täytyy luoda joka kerta uudestaan ja uudestaan. (Ylikoski 2000, 23–26.)

Asiakkaan kaikki kokemukset kiinteistönvälityssuhteen aikana muodostavat palveluketjun. Jokaisen toiminnan alueen ja kokemuksen täytyy olla laadukas, sillä yksikin huono kokemus tuhoaa hyvät kokemukset. Kiinteistönvälityksessä laadukas palvelu edellyttää, että kaikki asiakkaan kanssa toimivat henkilöt ymmärtävät yrityksen palveluprosessin ja noudattavat asiakaspalveluohjeita. Asiakkaan ja välittäjän ensimmäinen henkilökohtainen kontakti (kasvotusten / puhelimesta / sähköpostilla) luo palvelutilanteelle kehyksen eikä sitä voida uusida tai korjata jälkeinpäin. (Jokinen, Heinämaa & Heikkonen 2000, 225–226.)

Laadun määrittäminen on hankalaa, sillä se on asiakkaan yleinen näkemys palvelun onnistuneisuudesta. Yleisesti laatu tarkoittaa, sitä miten hyvin palvelu vastaa asiakkaan odotuksia ja vaatimuksia. Asiakas muodostaa kokemuksensa palveluprosessin perusteella - palvelun suorittamistapa saattaa olla palvelun lopputulosta tärkeämpi yrityksen kannalta. Asiakkaan mielikuva organisaatiosta toimii laatukokemuksen suodattimena. Hyvä imago suodattaa kokemuksen niin, ettei isokaan virhe tee palvelun laadusta huonoa. Huono imago toimii päinvastaisesti, tehden hyvästä palvelukokemuksesta huonomman ja huonosta aivan hirveän. Yritykselle kannattavampaa on tavoitella hyväksyttävää asiakaspalvelun laatua, sillä huono laatu vähentää asiakasuskollisuutta ja hyvä laatu kasvattaa asiakkaan odotuksia, jolloin niiden täyttäminen on entistä vaikeampaa. (Ylikoski 2000, 118, 122.)

4.2 Palvelu kilpailuetuna

Keskenään kilpailevien välitysliikkeiden tarjoamat palvelut ovat hyvin samankaltaisia. Kilpailijoista erottumiseksi täytyy keksiä muita keinoja eli kilpailuetuja. Palvelu ympä-

ristö eli asiakkaan kohtaamispaikka, palvelun laatu ja henkilökunnan palveluosaaminen luovat yritykselle erinomaisen mahdollisuuden erottua kilpailijoista. Kilpailijat voivat kopioida kaikki näkyvät tekijät (miljö, värit, logo, mainonta), mutta palvelun aineeton osa eli asiakaspalvelu on lähes mahdoton kopioida. Asiakaspalvelusta saa toimivan kilpailutekijän kun se hoidetaan kilpailijoihin nähden monipuolisemmin ja laadukkaammin. (Jokinen, ym. 2000, 230; Reinboth 2008, 29.)

Valitessaan asiakaspalvelun yhdeksi kilpailutekijöistään yrityksen täytyy sitoutua panostamaan palveluun pitkällä aikavälillä ja koko henkilöstön voimin. Yrityksen asiakaslähtöinen toimintatapa tarkoittaa, että se panostaa asiakaspalveluun eli ottaa selvää mitkä ovat asiakkaiden tarpeet. Kohderyhmän sekä sen tarpeiden ymmärtäminen vaikuttaa yrityksen tuotteisiin, markkinointiin, viestintään ja hinnoitteluun. Kaikki nämä asiat vaikuttavat myös asiakkaiden tyytyväisyyteen. Asiakaslähtöinen yritys ymmärtää, etteivät kaikki asiakkaat ole samanlaisia, arvosta samanlaista palvelua tai toimi samalla tavalla. Kohderyhmäkohtaisien menettelytapojen ja vaikutuskeinojen hallitseminen on vahva kilpailukeino. Kilpailevien yritysten tuntemus ei riitä, sillä erityisesti kiinteistönvälityksessä täytyy ottaa huomioon myös muut vaihtoehdot. Tarkastelemalla kilpailijoita asiakkaan näkökulmasta huomataan, että internet on myös merkittävä kilpailija. (Vuokko 1997, 13, 15–22.)

Reinbothin (2008, 39) mukaan kilpailuetua tarjoavia asiakaspalvelutyylejä on kolme. Näistä kiinteistönvälitystoimistolle sopivin tyyli on niin sanottu ystävällinen palvelu. Epämuodollinen ja tuttavallinen asiakaspalvelu, joka yksilöllistää asiakkaan luo asiakkaan ja välittäjän välille henkilökohtaisen suhteen. Henkilökohtaisuudesta asiakkaalle syntyy turvallisuuden ja luottamuksen tunteita, jotka vaikuttavat suuresti kokemuksiin palvelun arvosta. Kiinteistönvälitys on asiantuntijapalvelu, jota muokataan joustavasti asiakkaan tarpeiden mukaan konseptin puitteissa. Kuluttajilla on tapana käyttää samaa palveluntoimittajaa niin kauan kuin saatu palvelu tyydyttää. (Reinboth 2008, 41–42.)

4.3 Loistavaa asiakaspalvelua

Täysipainoisen panoksen antaminen asiakaspalveluun edellyttää vankkaa osaamista kiinteistönvälityksestä. Myönteinen oppimisasenne on tärkeä elementti hyvässä kiinteistönvälittäjässä, sillä itseensä kehittämällä pystyy palvelemaan asiakkaita entistä laadukkaammin. Usko omiin kykyihin ja mahdollisuuteen ylittää asiakkaan odotukset mahdollistavat mieleen jäävän palvelukokemuksen. Välitystyössä korostuu eriomais-

ten vuorovaikutustaitojen ja myyntitaitojen osaaminen, unohtamatta sanatonta viestintää. Yrityksen palveluilmapiirin vaikutusta asiakaspalvelukokemukseen ei saa vähätellä, sillä sen vaikutukset voivat olla negatiiviset mikäli yrityksen työntekijät eivät tule toimeen keskenään tai toimi yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi. (Jokinen, ym. 2000, 235, 237.)

Asiakkaan odotuksien täyttäminen ja ylittäminen on asiakaspalvelun tärkein tavoite. Näihin odotuksiin vaikuttavia tekijöitä on useita, niistä tärkeimpiä ovat asiakkaan tarpeet, palvelun hinta, aikaisemmat kokemukset kyseisestä yrityksestä, kokemukset kilpailijoista, mainonnassa annetut lupaukset sekä muiden ihmisten kokemukset. Odotukset ovat olemassa jo ennen kuin asiakas tekee viimeisen ostopäätöksen. Palvelutapahtuman aikana syntyy uusia odotuksia, jotka vaikuttavat aiempiin negatiivisesti tai positiivisesti. (Ylikoski 2000, 123–126.)

Hyvän palvelukokemuksen tuottamiseksi on palvelun tuottajan pystyttävä täyttämään asiakkaan odotukset palvelun laadusta. Ylikoski (2000, 20) on listannut kymmenen laadun ulottuvuutta, joista asiakas muodostaa käsityksensä palveluprosessin edetessä. Näiden kymmenen kohdan täyttäminen mahdollistaa erinomaisen palvelukokemuksen asiakkaalle. Palvelun laadun merkittävin kriteeri on luotettavuus. Muita ulottuvuuksia ovat reagoitavuus, pätevyys, saavutettavuus, kohteliaisuus, viestintä, uskottavuus, turvallisuus, asiakkaan ymmärtäminen ja palveluympäristö. Kiinteistöväliälykseen sovellettaessa asiakaspalvelutaitoinen välittäjä toimii toimeksiannon mukaisesti ja pitää lupauksensa, on halukas palvelemaan asiakasta nopeasti, hänellä on tarvittavat tiedot ja taidot, on puhelinsoiton päässä, käyttäytyy asiakasta arvostavasti ja pitää huolta tämän omaisuudesta, kommunikoi asiakkaan kanssa ymmärrettävästi ja asiakaskohtaisesti, toimii luotettavasti vähentäen asiakkaan taloudellisia riskejä sekä ymmärtää asiakkaan halut ja tarpeet yksilöllisesti. (Ylikoski 2000, 126–129.)

5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA SEN TUTKIMINEN

Edellisessä luvussa keskityttiin määrittelemään hyvää asiakaspalvelua ja mistä asiakaspalvelun laatu muodostuu. Asiakastyytyväisyys on palvelun laatua laajempi käsite, sillä tyytyväisyyteen vaikuttaa palvelun laadun lisäksi muita tekijöitä. Asiakastyytyväisyys syntyy eri asioista erilaisilla toimi-aloilla. Pystyäkseen vaikuttamaan asiakastyytyväisyyteen on yrityksen tehtävä tutkimustyötä. Kirjallisuudesta voi selvittää, miten kuluttaja käyttäytyy ja organisaatiokohtaisten tutkimuksien avulla saadaan selville

yrittäjien tilanne, heikkoudet ja vahvuudet. Tutkimuksien tekeminen ei kuitenkaan tee asiakkaista yhtään sen tyytyväisempiä vaan he alkavat odottamaan parempaa palvelua. Asiakastyytyväisyyttä täytyy seurata jatkuvasti, tiedon keruun on oltava määrätietoista ja sen hyväksikäytön tehokasta. (Ylikoski 2000, 149–150.)

Asiakastyytyväisyys koostuu Ylikosken (2000) mukaan useasta eri tekijästä, joita ovat palvelun laadun lisäksi tavaroiden laatu sekä hinta. Näihin tekijöihin jokainen yritys pystyy vaikuttamaan markkinoinnin keinoin. Yritys ei pysty vaikuttamaan toiminnallaan yksilötekijöihin, jotka muodostuvat asiakkaan yksilöllisten ominaisuuksien, tarpeiden ja halujen mukaan. Jokainen asiakas kokee palvelutapahtuman eri tavalla kuin myös arvioi palvelusta saamansa hyödyn/lisäarvon. Tilannetekijät (esimerkiksi asiakkaan kiire) vaikuttavat kokonaistyytyväisyyteen, mutta jäävät yrityksen vaikutusmahdollisuuksien ulkopuolelle. Tyytymättömyys yhteen asiointi kertaan ei kaikissa tilanteissa vaikuta negatiivisesti kokonaistyytyväisyyteen. (Ylikoski 2000, 153–155.)

Jokinen, Heinämaa & Heikkosen (2000) mukaan asiakas on tyytyväinen kun hänen ennako-odotukset ja palvelukokemukset ovat tasapainossa. Jokaisella asiakkaalla on omat ennako-odotukset yrityksen palveluista. Yritys pystyy vaikuttamaan ennako-odotuksiin jonkin verran markkinointiviestinnällä, jonka avulla voi luoda tietyn mielikuvan yrityksestä. Asiakkaan aiemmat kokemukset yrityksestä ja kilpailevista yrityksistä sekä tuttavien mielipiteet ovat suuressa roolissa ennako-odotusten muodostamisessa. Mitä korkeammat ennako-odotukset asiakkaalla on yrityksen palveluista, sitä vaikeampi on saavuttaa asiakastyytyväisyyttä. Lisäksi asiakas vertaa jatkuvasti odotuksiaan ja kokemuksiaan, jokainen palvelukokemus luo uusia kriteereitä ja odotuksia. (Jokinen, ym. 2000, 228–229.)

Virhetilanteiden sattuessa asiakastyytyväisyyden varmistaminen on mahdollista, mikäli tilanteeseen joutuneella työntekijällä on valtuudet ja tarvittava koulutus hoitaa tilanne. Ensisijaisesti tavoitteena on tilanteen korjaaminen henkilökohtaisesti asiakkaan kanssa, joko työntekijän tai tämän esimiehen voimin. Tilanteen palauttaminen odotusten mukaiseksi tapahtuu välitystyössä palvelun uudelleen suorittamisella ja mielipahan kääntämisellä mielihyväksi. Korjauksen epäonnistuessa täytyy virhetapaus korvata asiakkaalle rahallisesti tai toivotulla tavalla. Reinbothin (2008) mukaan asiakas sitoutuu yritykseen entistä paremmin, mikäli virhetilanne onnistutaan korjaamaan. (Reinboth 2008, 103–105.)

Asiakastyytyväisyys voidaan lyhykäisyydessään määritellä suhteelliseksi ja subjektiiviseksi, yksilölliseksi näkemykseksi palvelukokonaisuudesta (Rope & Pöllänen 1994, 59).

Ropen & Pöllänen (1994, 83) mukaan asiakastyytyväisyyden selvittäminen vaatii jatkuvaa palautteen hankkimista asiakkailta ja sen systemaattista mittaamista. Asiakastyytyväisyystutkimus on markkinointitutkimus, täten siihen sovelletaan samoja toimivuuden yleiskriteereitä:

Validiteetti merkitsee, että tutkimus mittaa juuri asioita, mitä tutkimuksella on tarkoitus mitata. Tutkimuskysymyksen muotoilu ja niiden vaihtoehdot vaikuttavat keskeisesti tutkimuksen validiteettiin.

Reliabiliteettia eli tutkimustulosten pysyvyyttä ja luotettavuutta heikentävät tutkimuksen pieni otoskoko, kysymyksen epäselvä muotoilu ja väärä toteutusajankohta.

Järjestelmällisyys tarkoittaa, että tutkimuksia toteutetaan systemaattisesti, että asiakastyytyväisyyden tason ja eri toimenpiteiden vaikutusten seuraaminen olisi mahdollista.

Lisäarvon tuottamiseen tutkimus kykenee silloin kun siitä saatujen tulosten avulla yritys pystyy kehittämään toimintansa ja markkinointiansa asiakassuhteen syventämiseksi.

Automaattinen toimintaan kytkeytyminen saavutetaan kun tutkimustulokset tuottavat impulsseja toimintaan ja kehittämispäätöksiin. (Rope & Pöllänen 1994, 83–84.)

Organisaation johdolla ja asiakaspalvelutyöntekijöillä on erilaiset näkemykset asiakastyytyväisyydestä. Asiakkaiden valitukset luovat pienen katsauksen siihen, mihin asiakkaat ovat olleet tyytymättömiä. Näiden näkemyksien yhdistäminen ei kuitenkaan kerro riittävän kattavasti asiakastyytyväisyydestä. Ylikoski (2000, 45) esittelee asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmän, joka koostuu tutkimuksista sekä suoran palautteen järjestelmästä. Suoran palautteen hyödyntämiseksi tulisi yrityksellä olla järjestelmä palautteen tallettamiseksi. Muun muassa palautekaavake on riittävän vaivaton asiakkaan täytettäväksi, mutta mikäli palautekaavakkeella vastaaminen ei ole mahdollista suorittaa nimettömästi asiakas ei todennäköisesti vastaa siihen. Nimettö-

myys taas vaikuttaa negatiivisesti yrityksen mahdollisuuteen reagoida tyytymättömyyteen asiakassuhteen pelastamiseksi. Suoraa palautetta tulisi pyytää asiakkailta välittömästi palvelutilanteessa, sillä sen yhdistäminen tutkimustulosten kanssa luo monipuolisemman yleiskuvan asiakastyytyväisyydestä. (Rope & Pöllänen 1994, 78–80; Ylikoski 2000, 155–156.)

Asiakastyytyväisyyden selvittäminen on suunnittelua vaativa prosessi. Se alkaa tutkimuksen päätavoitteiden identifioimisella. Näitä käyttökohteita voivat olla muun muassa yrityksen toiminnan laadun ongelmakohtien selvittäminen, toiminnan tason mittaaminen, asiakasryhmiin suuntautuvan markkinoinnin suunnitteleminen tai toimenpite-ehdotusten tuottaminen. Organisaatiolle kannattavan ja hyödyllisen tutkimuksen muodostaminen edellyttää perusteellista pohjatyötä ja johdonmukaista suunnittelua alusta loppuun. (Rope & Pöllänen 1994, 61–63; Ylikoski 2000, 156, 158.)

6 HABITA LKV JYVÄSKYLÄ ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS

Asiakastyytyväisyys tutkimus on empiirinen tutkimus, jossa käytetään kvantitatiivisia eli määrällisiä tutkimusmenetelmiä. Habita LKV:n Jyväskylän toimipisteiden asiakastyytyväisyyttä pyrittiin selvittämään survey-tutkimuksella, jonka tiedonkeruumenetelmäksi valikoitui sähköpostin välityksellä jaettu sähköinen kysely. (Heikkilä 1999, 17–18.)

6.1 Tutkimuksen tavoite

Habita LKV Jyväskylän asiakastyytyväisyystutkimuksen päätarkoitus oli selvittää vuonna 2013 asunnon myyneiden ja ostaneiden asiakkaiden tyytyväisyys samaansa palveluun. Aikaisemmin Jyväskylän alueen toimistojen asiakastyytyväisyyttä ei ole tutkittu muutoin kuin Habitan vuosittaisilla koko Suomen kattavilla kyselyillä. Tämä kysely tuottaa tarkempaa tietoa Jyväskylän alueen Habitan asiakkaiden asiakastyytyväisyydestä ostajien ja myyjien osalta.

6.2 Kyselyn toteuttamisaikataulu

Kyselyn valmisteleminen ja tutkimuskysymyksien muodostaminen tapahtui helmikuun aikana, kuten taulukosta 1 ilmenee. Kyselyt muodostettiin internetin www.kyselynetti.com palvelun avulla. Useiden vaihtoehtojen joukosta kyselynet-

ti.com palvelu valikoitui sopivaksi kyselyn toteuttamisen alustaksi sen monipuolisten ominaisuuksien ansiosta. Kymenlaakson ammattikorkeakoulun opiskelijoille palvelu on maksuton. Kyselyitä pystyy luomaan useita ja muokkaamaan haluamansa näköiseksi, sekä kuvien lisääminen onnistuu vaivattomasti. Lisäominaisuuksia on muun muassa sähköpostijakelu, jonka avulla pystyy tehokkaasti jakamaan kyselyn osallistujien kesken niin, että jo kyselyyn vastanneet eivät saa enää viestejä.

Taulukko 1. Kyselyn toteuttamisaikataulu

Helmikuu 2014	Kyselyn muodostaminen ja testaus
3.3.2014	Ensimmäinen joukkosähköpostitus, 80 kpl asunnon myyneitä, 76 kpl asunnon ostaneita.
6.3.2014	Muistutusviesti niille, jotka eivät vielä ole vastanneet. Asunnon myyneitä 58 kpl. Ostajia 62 kpl.
12.3.2014	Vaajakosken toimipisteen ensimmäinen joukkosähköpostitus. Asunnon myyneitä 43, ostaneita 45 kpl.
14.3.2014	Viimeinen muistutus kaikille kyselyyn vastaamattomille. Asunnon myyjät 79 kpl. Ostaneet 86 kpl.
18.3.2014	Kyselyyn vastaaminen päättyi.

Molemmille kohderyhmille muodostettiin omat yksilöidyt kyselyt, liitteet 2 ja 3. Molemmat kyselyt testattiin kiinteistönvälitysalan ammattilaisen sekä neljän eri-ikäisen kuluttajan avustuksella. Heidän mielipiteidensä ja huomioidensa pohjalta kyselyitä muokattiin ja joitakin sanavalintoja vaihdettiin vielä ennen kyselyiden julkistamista. Näiden muutoksien avulla pyrittiin takaamaan kysymyksien ja vastausvaihtoehtojen ymmärrettävyys.

6.3 Kyselytutkimuksen toteutus

Tutkimuskysymyksien muodostaminen vaati kiinteistönvälitystyön tuntemusta, joten ilman välitysalan erikoistuntemusta kysymyksien muodostaminen edellytti lähdeluettelossa mainittujen tietolähteiden hyväksikäyttöä. Kysymyksiä luotiin 12 kappaletta sekä myyjien että ostajien sähköisiin kyselylomakkeisiin. Kysely sisälsi monivalinta- ja avoimia kysymyksiä. Tutkimuslomakkeesta pyrittiin muotoilemaan mahdollisimman yksinkertainen, siisti ja loogisesti etenevä. Lomake sisälsi kysymyksiä organisaation suoriutumisesta asiakaspalvelussa, ostoaikomuksista ja asiakkaan taustatiedoista (ikä, sukupuoli).

Jyväskylän toimipisteiden asiakastyytyväisyys kysely rajattiin koskemaan ainoastaan vuonna 2013 asuntonsa Habitan avulla myyneitä ja ostaneita asiakkaita. Opinnäytetyön toimeksiantaja eli Habita toimitti asiakkaiden yhteystiedot maaliskuun 2014 alussa. Kyselylomakkeen ollessa sähköinen, päädyttiin lähettämään kysely vain niille asiakkaille, joiden yhteystiedoissa oli sähköpostiosoite. Asunnon myyneitä asiakkaita oli kahdessa toimipisteessä yhteensä 172 kappaletta, joista 123 yhteystietoa (71 %) sisälsi sähköpostiosoitteen ja ostaneita 185, joista sähköpostiosoite löytyi 121 asiakkaalle (65 %).

6.4 Kyselyyn vastanneet ja reliabiliteetti

Asunnon myyneistä asiakkaista kyselyyn vastasi 43, eli vastausprosentiksi muodostui 35 %. Asuntonsa Habitan avulla ostaneista kyselyyn vastasi 31 asiakasta eli 26 % kyselyyn vastaanottaneista. Vastausprosentit jäivät odotettua alhaisemmiksi molempien tutkimuskohteiden osalta. Vastauksien vähyydestä huolimatta otos on monipuolinen, sillä myyjien että ostajien ikä- ja sukupuolijakauma on laaja.

- Asunnon myyneet: vastausprosentti 35.
- Asunnon ostaneet: vastausprosentti 26.

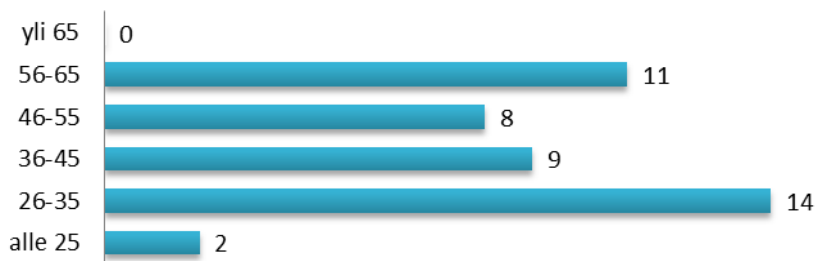
Kyselyn **reliabiliteetista** eli tulosten tarkkuudesta voidaan olla useaa mieltä. Jotkut kysymykset keräsivät suuren määrän en osaa sanoa –vastauksia, mistä voidaan päätellä, että nämä kyseiset tulokset eivät välttämättä ole reliaabeleita niiden pienen otannon vuoksi. Kyselylomakkeen täyttäminen onnistui nimettömästi, joten oletetaan, että vas-

taajat ovat kertoneet mielipiteensä niitä kaunistelematta. Reliabiliteettia lisää tutkimustulosten käsittely suoraan www.kyselynetti.com ohjelmassa, johon vastaukset alun perin tallentuivat. Näin välttyttiin mahdollisilta virhelyönneiltä vastauksien kirjaamisessa toiseen ohjelmaan. Luvuissa 6.5–6.7 käsitellään kyselyn tuloksia.

6.5 Kyselyn tulokset

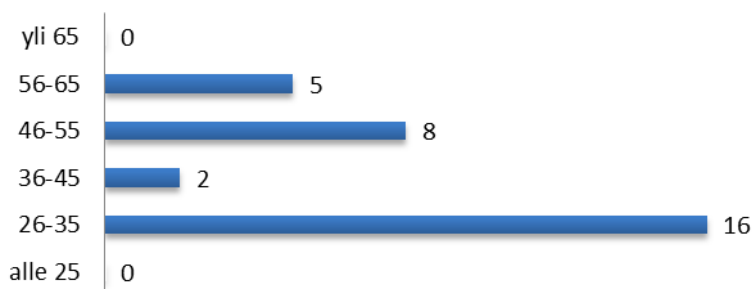
Myyjien ja ostajien tutkimustulokset analysoidaan erikseen. Ainostaan vastaajien **perustiedot** käydään lävitse vertaillen myyjiä ja ostajia.

Ikä



Kuva 1. Asunnon myyneiden ikäjakauma

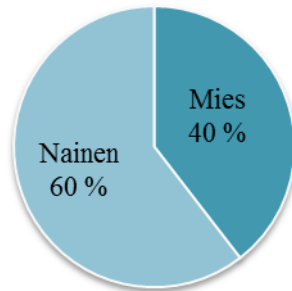
Kuvassa 1 kuvataan asunnon myyjien ikäjakaumaa kappalemääräisenä. Eniten myyjiä oli ikäryhmästä 26–35-vuotiaat (14 kappaletta, 32 %) sekä 56–65-vuotiaat (11 kappaletta, 25 %). Näiden tulosten perusteella voidaan sanoa, että Habita saa myyntitoimeksiantoja tasaisesti eri ikäryhmiltä.



Kuva 2. Asunnon ostaneiden ikäjakauma

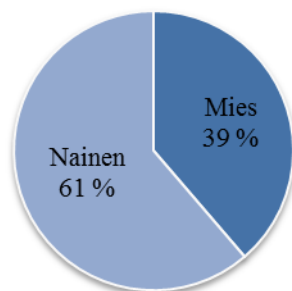
Kuten myyjissä, myös asunnon ostajissa nuorten aikuisten ryhmä (26–35-vuotiaat) oli suurin. Kokonaisuudessaan 31:stä asunnon ostajasta 16 oli nuoria aikuisia, kuten kuvassa 2 havaitaan. Prosentuaalisesti osuudet jakautuivat seuraavaksi: 51 % vastaajista kuului ikäryhmään 26–35-vuotiaat, 25 % oli 46–55-vuotiaita, 16 % oli 56–65-vuotiaita ja 6 % 36–45-vuotiaita.

Sukupuoli



Kuva 3. Asunnon myyjien sukupuolijakauma prosentteina

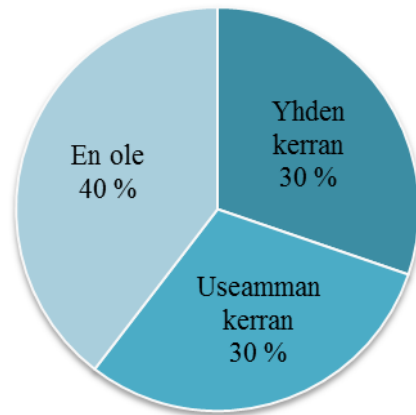
Kyselykutsu lähetettiin 59 miehelle ja 64 naiselle. Näistä kyselyyn vastasi 17 miestä ja 26 naista. Kyselyn vastaanottaneista 123 asunnon myyneestä 48 % oli miehiä ja 52 % naisia, kuten kuvassa 3 ilmenee.



Kuva 4. Asunnon ostajien sukupuolijakauma prosentteina

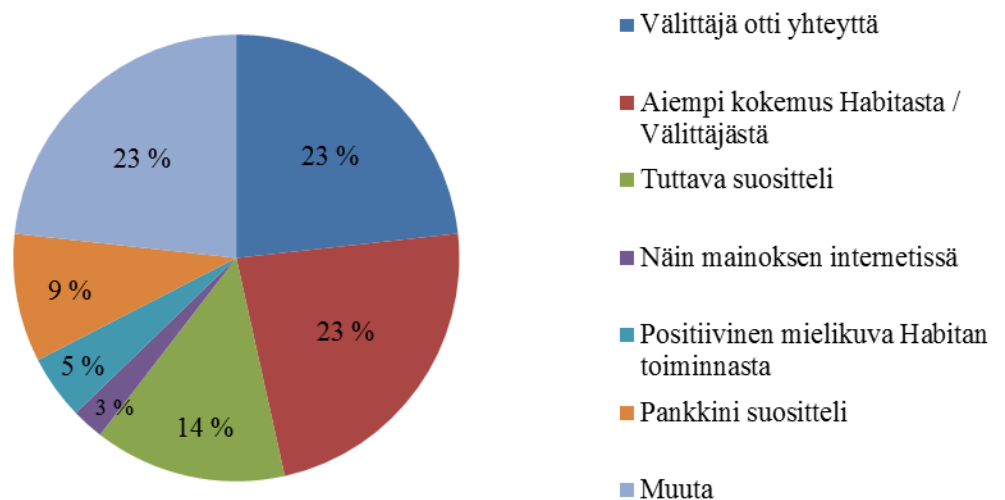
Asunnon ostaneista vastaajista 12 oli miehiä ja 19 naisia: kysely lähetettiin 69 miehelle (57 %) ja 52 (43 %) naiselle. Kuva 4 havainnollistaa asunnon ostaneiden sukupuolijakauman. Molemmissa vastausryhmissä jakauma oli lähes samansuuruinen. Voidaan päätellä, että naiset ovat aktiivisempia vastaamaan sähköpostitse jaettuihin kyselyihin kuin miehet.

6.6 Myyjäkyselyn tulokset



Kuva 5. Oletko aiemmin käyttänyt Habitan palveluita?

Kysymys 1 asunnon myyneiden kyselyssä koski Habitan palveluiden aiempaa käyttöä. Kuva 5 esittää kuinka suuri osa 43sta vastaajasta oli käyttänyt palveluita kerran, useammin tai ei ollenkaan. Jakauma oli tasainen yhden ja useamman kerran käyttäneiden kesken, mutta suurin osa (40 %) vastanneista ei ollut aiemmin käyttänyt Habitan palveluita.



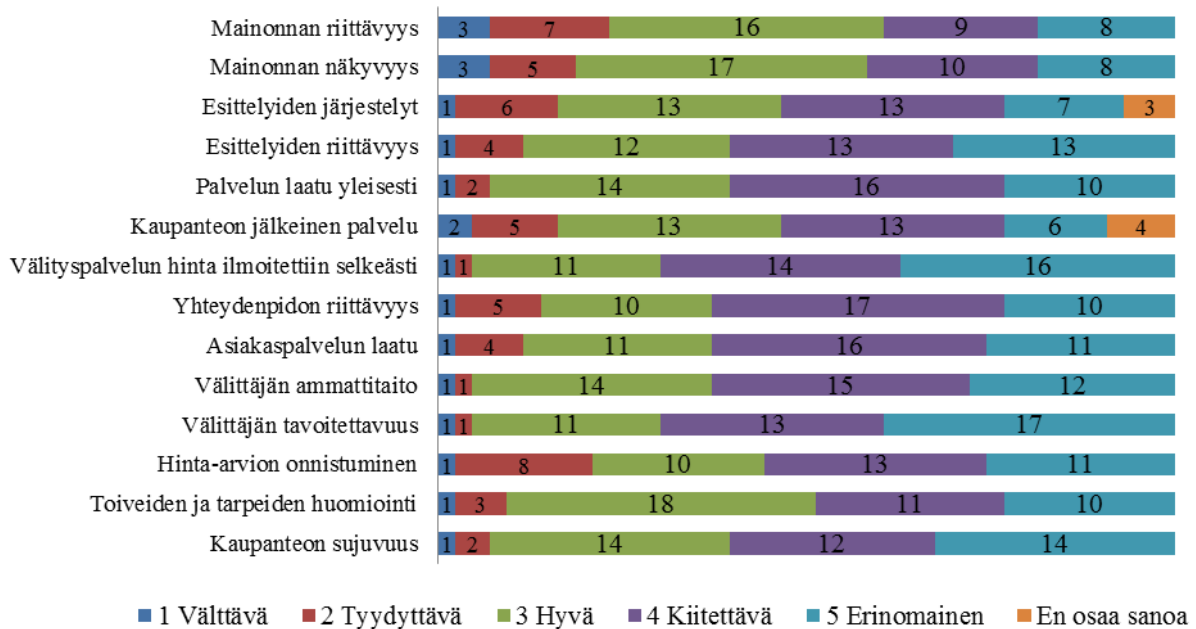
Kuva 6. Miten päädyit Habitan asiakkaaksi?

Kysymys 2 pyrki selvittämään minkä perusteella asiakas päätti valita välittäjäksi juuri Habitan kiinteistönvälittäjän. Välittäjän yhteydenotto, aiempi kokemus Habita-ta/välittäjästä sekä muut syyt olivat suosituimmat kuten kuva 6 havainnollistaa. Yksi-kään vastanneista ei ollut nähnyt Habitan mainosta sanomalehdessä ja päättänyt sen perusteella valita Habita välittäjäksi. Kukaan ei ollut sattumalta päätenyt Habitan toimistoon, mikä on ymmärrettävää, sillä asunnon myynti ei ole hetkellinen mielijoh-de.

Muita syitä Habitan valinnalleen vastaajat kommentoivat seuraavasti.

- Näytön kautta
- Välittäjä pyrki useaan otteeseen myymään asuntoa ja oli aktiivisesti yhteydessä ennen toimeksiantoa.
- Habita oli välittäjänä asunnossa, jota olimme ostamassa
- Päädyin sattumalta Habitan esittelyyn
- Kotiin jaettu välittäjän mainos
- Taloesittelyn yhteydessä
- Myi taloa, jota kävimme katsomassa
- Olivat myyneet vastapäisen asunnon ja alueelle oli jaettu siitä erillinen mainos
- Kilpailutin useita välittäjiä ja Habitan oli näistä asiantuntevin ja myyntihenkisin.
- Olin kiinnostunut Habitan kohteesta

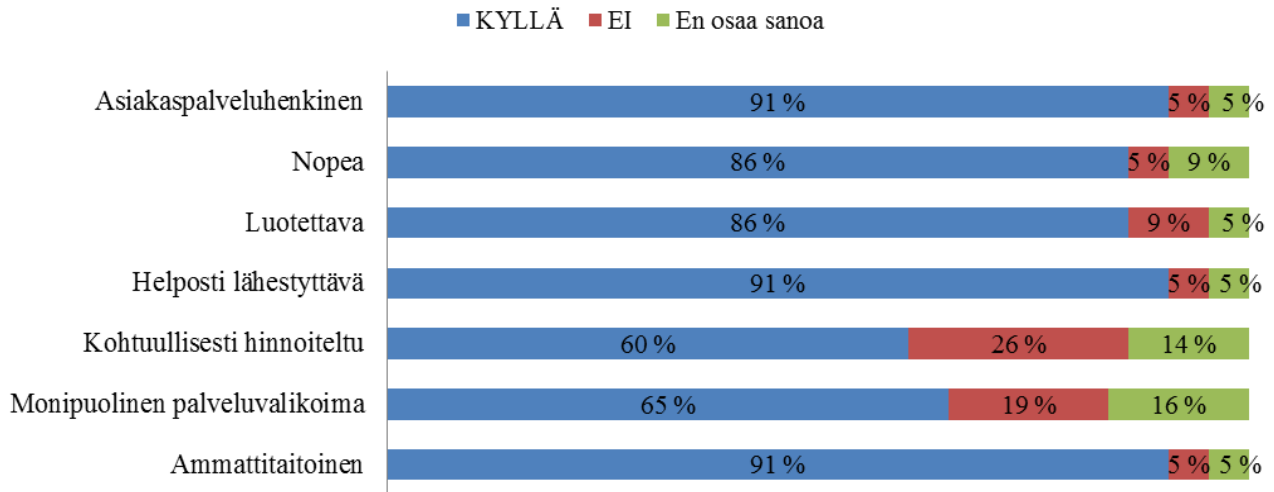
Kysymys 3 koostui valmiiksi strukturoiduista väittämistä, joiden perusteella asiakas arvioi tyytyväisyytään palvelun eri osa-alueisiin. Väittämiä arvioitiin asteikolla 1-5 tai vastaamalla en osaa sanoa. Tuloksien numeerinen jakauma näkyy kuvassa 7.



Kuva 7. Tyytyväisyys palvelun laatuun

Vastauksien perusteella näkyy selkeästi, että asiakkaat ovat olleet kaikkiin palvelun osa-alueisiin joko hyvin tai kiitettävän tyytyväisiä. Erinomaisen arvostelun Habita on pystynyt saavuttamaan monella osa-alueella, erityisesti välittäjän tavoitettavuus (39 %) ja kaupanteon sujuvuus (32 %) on saanut vastaajilta parhaan mahdollisen arvioinnin. Vastaukset jakautuvat merkittävästi eri arvosanoille. Jokaiseen väittämään on tullut myös välttäviä ja tyydyttäviä vastauksia. Erityisesti hinta-arvion onnistuminen on saanut tyydyttäviä arvosanoja asiakkailta (18 % vastaajista).

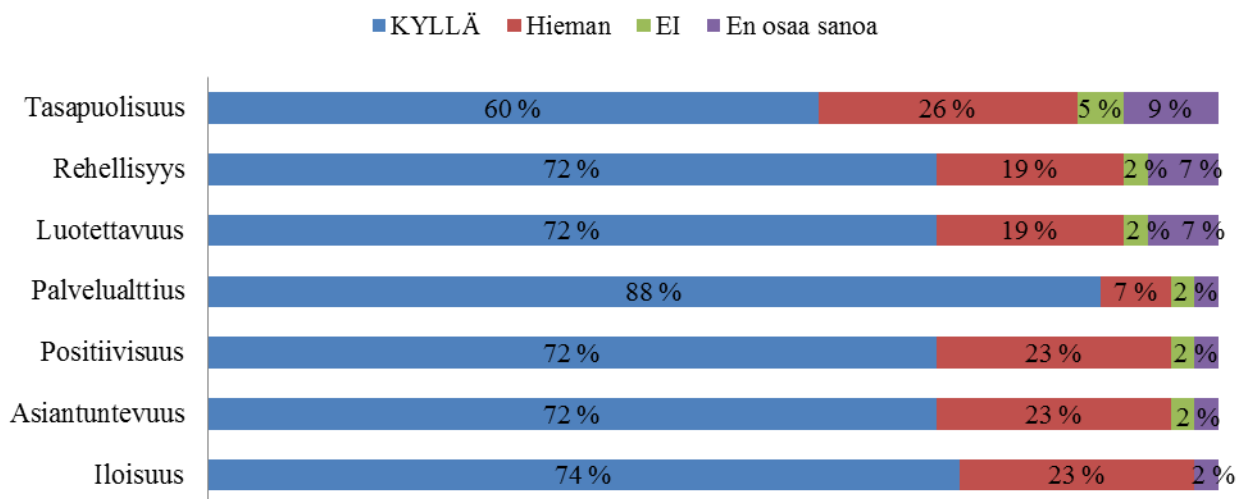
Kysymys 4 koostui valmiiksi annetuista väittämistä, jotka koskivat Habitan toimintaa. Vastausvaihtoehtoja oli KYLLÄ, EI tai En osaa sanoa. Kuva 8. havainnollistaa millainen prosentuaalinen osuus vastaajista piti Habitaa ammattitaitoisena, nopeana, luotettavana ja niin edelleen.



Kuva 8. Mitkä ominaisuudet kuvaavat Habitan toimintaa?

Tuloksien perusteella voidaan sanoa, että asiakkaat ovat todella tyytyväisiä Habitan toimintaan. Yli 90 prosenttia vastaajista sanoo, että Habita on asiakaspalveluhenkinen, helposti lähestyttävä ja ammattitaitoinen välitystoimisto. Vastaajien mielestä parannettavaa olisi hinnoittelussa ja palveluvalikoiman monipuolisuudessa.

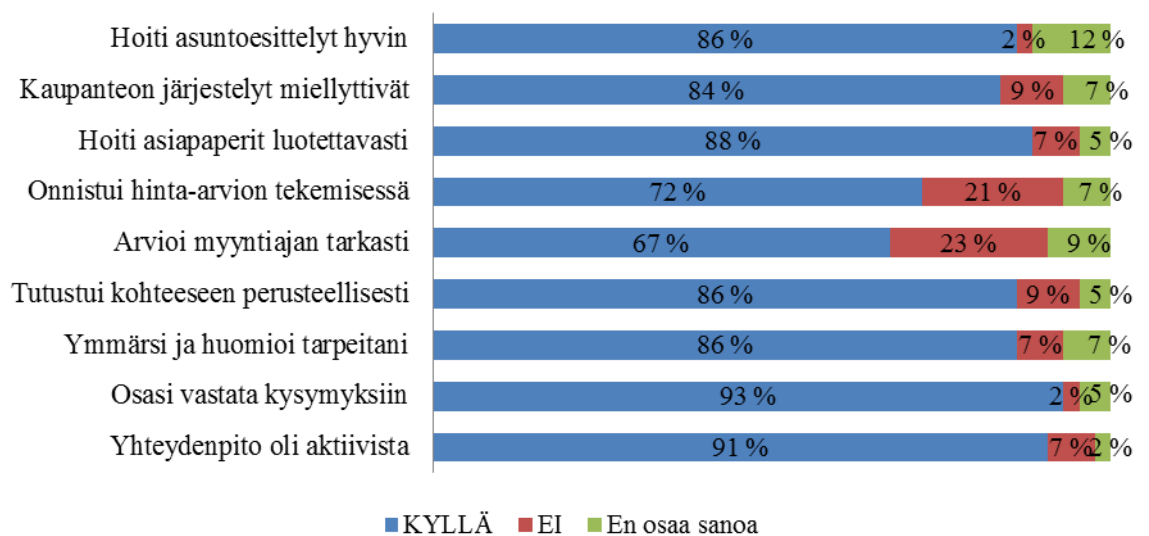
Kysymys 5 pyysi vastaajia arvioimaan välittäjänsä ominaisuuksia. Kysymys koostui valmiiksi annetuista adjektiiveista, joiden sopivuutta omaan välittäjään arvioitiin KYLLÄ, Hieman, EI tai en osaa sanoa. Kuvassa 9 havainnollistetaan vastauksien prosentuaalista jakautumista.



Kuva 9. Mitkä ominaisuudet kuvaavat välittäjäsi?

Kokonaisuudessaan asiakkaat arvioivat välittäjäänsä vain positiivisin arvosanoin. Palvelualltius oli ominaisuus, joka löytyi 38 vastanneen kiinteistönvälittäjältä. Kahden vastaajan mielestä heidän välittäjäänsä ei ollut palvelualltis, luotettava tai tasapuolinen. Suurin keskihajonta (1,01) ilmeni tasapuolisuuden arvioinnissa. Tämä ominaisuus sai myös eniten, en osaa sanoa – vastauksia (5 kappaletta).

Kysymys 6 koostui väittämistä, joiden avulla vastaajat arvioivat oman kiinteistönvälittäjänsä toimintaa palvelutapahtumassa. Kuva 10 havainnollistaa, kuinka vastaajat arvioivat välittäjäänsä vastausvaihtoehtojen KYLLÄ, EI tai En osaa sanoa perusteella.



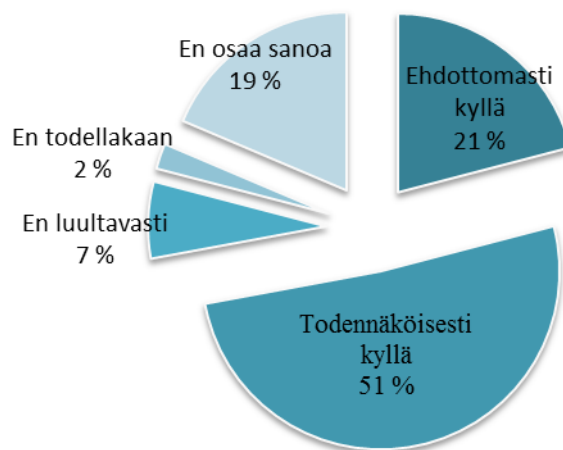
Kuva 10. Oletko tyytyväinen välittäjäsi toimintaan?

Vastaukset kysymykseen 6 olivat pääosin erittäin positiivisia. Vastaajista yli 90 prosenttia olivat tyytyväisiä välittäjän yhteydenpidon aktiivisuuteen ja taitoihin vastata heidän esittämiinsä kysymyksiin. Vastaukset jakautuivat eniten kohdissa, jotka koskivat myyntiajan sekä myyntihinnan arviointia. Näissä toimenpiteissä vastaajista 10 (23 %) olivat sitä mieltä, ettei välittäjä onnistunut arvioinneissaan riittävän hyvin. Vastaajista 6 eivät pystyneet arvioimaan välittäjänsä kykyä hoitaa asuntoesittelyt, mutta 37 olivat sitä mieltä, että välittäjä hoiti esittelyt hyvin.

Kysymys 7 oli avoin kysymys, johon vastaajat saivat jättää oman kommenttinsa välityspalvelun aikana ilmenneistä ongelmista. Kaikki asiakkaiden kommentit ovat luettavissa liitteessä 4. Kysymykseen vastasi 15 henkilöä, joista 5 vastasi, ettei varsinaisia ongelmia ilmennyt koko välityspalvelun aikana. Vastauksissa asiakkaat tuovat esiin

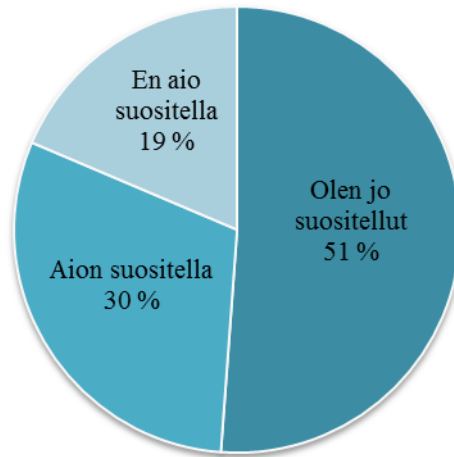
ongelmia muun muassa välittäjien asiakaspalvelutaidoissa ja asenteissa asiakasta kohtaan. Lisäksi hinta-arvioiden epäonnistuminen sai monia kommentteja.

Hinta-arvion muodostaminen on välittäjän vaikein tehtävä. Valitettavasti Habitan työntekijät eivät ole täyttäneet asiakkaiden odotuksia hinta-arviota muodostaessaan. Asiakkaiden mielestä välittäjät olivat epäonnistuneet hinta-arvion määrittelyssä, jolloin asunnosta todellisuudessa saatu hinta oli huomattavasti arviota pienempi tai asunnon myyntihinta oli liian suuri. Useiden vastaajien asunnonvälitystä hoiti useampi kuin yksi välittäjä. Tässä tilanteessa asiakkaat kokivat, että kahden välittäjän mukana oleminen oli myyntiprosessille enemmän haitaksi kuin hyödyksi. Välittäjän vaihtuminen kesken välitysprosessin aiheutti joillekin asiakkaille ongelmia kommunikoinnissa ja tiedonkulussa.



Kuva 11. Käyttäisitkö Habitan palveluita myös jatkossa?

Kysymys 8 pyrki selvittämään vastaajien halukkuutta käyttää Habitan palveluita uudelleen. Kuvassa 11 nähdään kuinka yli puolet vastaajista käyttäisi Habitaa todennäköisesti uudelleen välityspalvelua tarvitessaan. Lisäksi ehdottomasti kyllä vastaajia oli 21 %. Ainoastaan 8 % vastaajista ei käyttäisi Habitan palveluita uudestaan.



Kuva 12. Suositteletko Habitaa ja sen palveluita muille?

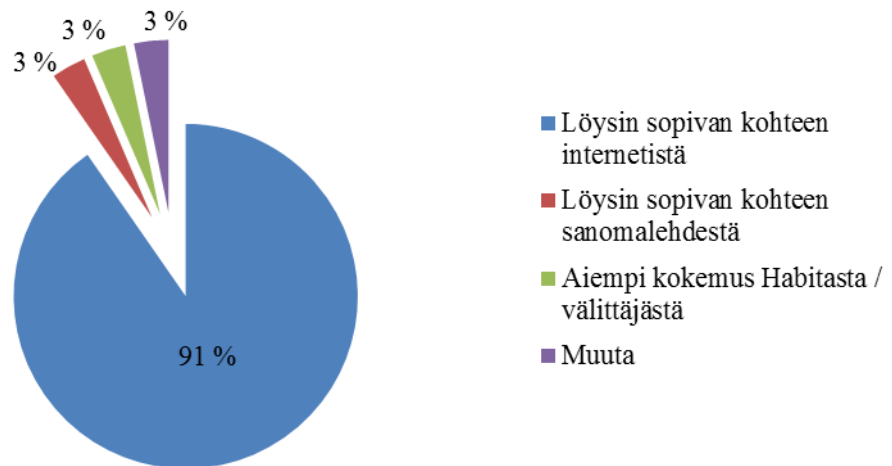
Kysymys 9 selvitti vastaajien halua suositella Habitaa esimerkiksi läheisilleen tai tuttavilleen. Kuvasta 12 käy ilmi, että jopa 51 % vastaajista oli jo kyselyn toteuttamisvaiheessa suositellut Habitan palveluita muille henkilöille. 22 vastaajaa oli suositellut Habitaa ja 13 aikoo suositella, mutta jopa 8 vastaajaa (19 %) ei aio suositella Habitaa kenellekään. Kuvasta 11 näkyy, että 51 % vastaajista aikoo käyttää Habitan palveluita uudelleen, voidaan siis olettaa, että nämä samat vastaajat ovat jo suosittelleen Habitaa tuttavilleen.

Viimeinen kohta kyselyssä oli avoin vastauslaatikko, johon asiakkaat pystyivät kirjoittamaan risuja tai ruusuja Habitalle tai terveisiä välittäjälleen. Kaikki asiakkaiden vastaukset ovat luettavissa liitteessä 5. Vastaajat käyttivät tilaisuuden hyväkseen ja antoivat paljon positiivista palautetta ja mukavia terveisiä välittäjälleen. Kommentit sisälsivät myös jonkin verran parannusehdotuksia ja moitteita.

Positiivista palautetta vastaajat antoivat usealle välittäjälle. Kuitenkin näiden välittäjien joukossa oli myös niitä, jotka saivat hyvin kärkevää palautetta epäonnistuneen asiakaspalvelun takia. Asunnosta saatuun hintaan tyytymättömiä oli 6 henkilöä 15:stä vastaajasta. Asiakkaan huomioiminen ei ole onnistunut toivotulla tavalla, sillä vastaajien mielestä asiakasta ja hänen kykyään ymmärtää kaupankäyntiä aliarvioitiin, asiakasta ei pidetty ajan tasalla riittävästi eivätkä kaikki kokeneet tuleensa kohdelluksi tassa-arvoisesti.

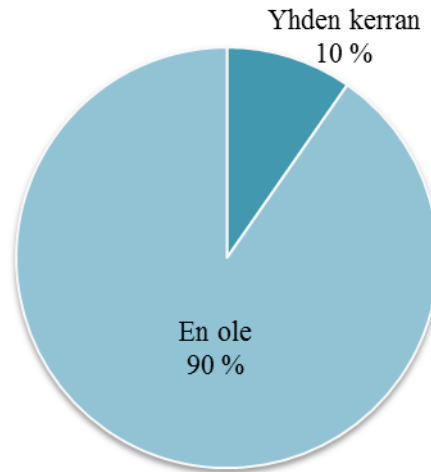
6.7 Ostajien vastaukset

Kysymys 1. asunnon ostaneiden kyselyssä pyrki selvittämään mitä kautta asiakas on päätenyt Habitan välittäjäpalveluiden käyttäjäksi.



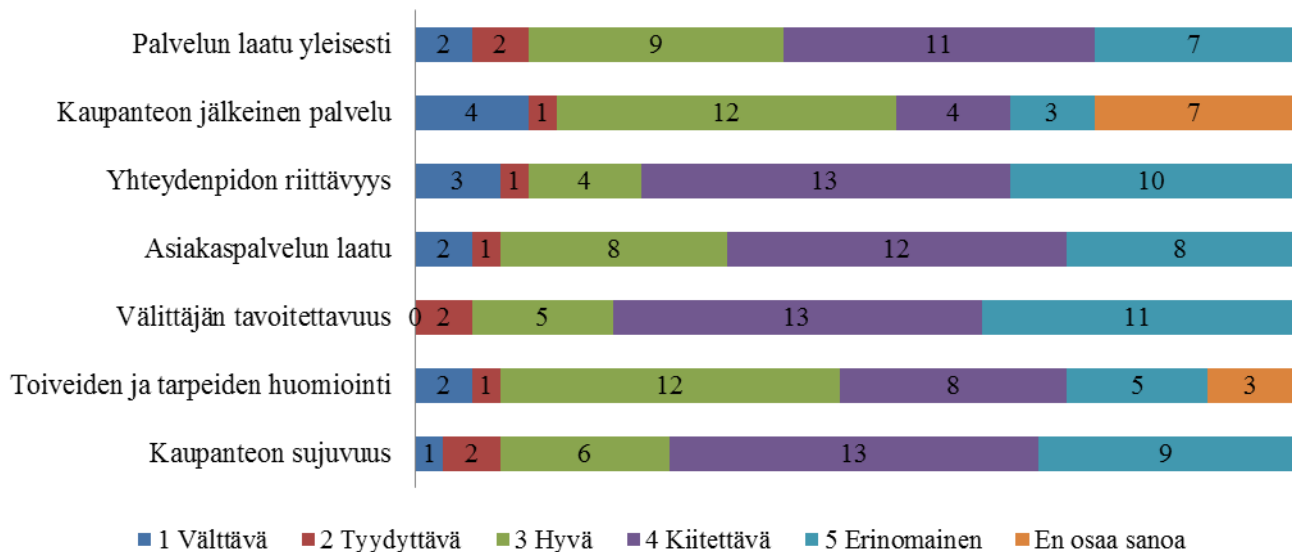
Kuva 13. Miten päädyit Habitan asiakkaaksi?

Kuva 13 havainnollistaa, että 91 % vastaajista löysi sopivan kohteen internetistä ja näin ollen päätyi Habitan asiakkaaksi. 1 henkilö löysi sopivan kohteen sanomalehdestä, yhdellä oli aiempi kokemus Habitasta tai välittäjästä, yksi antoi vastaukseksi: *Meinin sattumalta Habitan välittämään asuntoon.* Nykyaikana asuntomarkkinointi tapahtuu pääasiassa internetissä muun muassa jokakoti.fi ja etuovi.fi – verkkosivustoilla. Tämä markkinointikanava on Habitalla tehokkaasti käytössä, mikä näkyy tässä tutkimustuloksessa.



Kuva 14. Oletko aiemmin käyttänyt Habitan palveluita?

Kysymys 2 tarkasteli asunnon ostaneiden aiempaa asiointia Habitassa. Kuvan 14 avulla voi todeta, että 90 % asunnon ostajista ei ollut aiemmin asioinut Habitan kanssa. 3 kyselyyn vastannutta oli käyttänyt Habitan palveluita aiemmin yhden kerran.

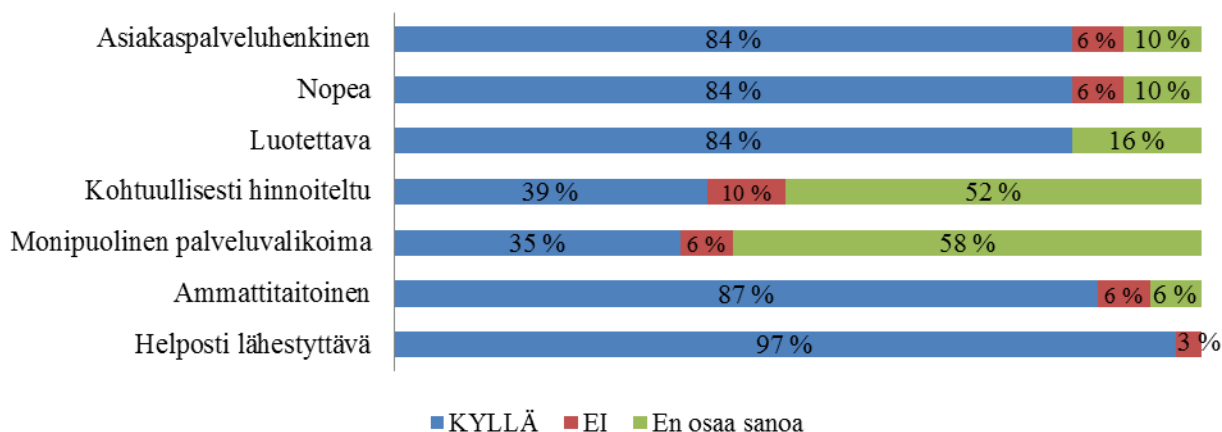


Kuva 15. Tyytyväisyys palvelun laatuun

Kysymys 3 tutki asunnon ostajien tyytyväisyyttä palvelun laatuun yleisellä tasolla. Kuvassa 15 havainnollistetaan kuinka vastaajat arvioivat väittämiä arvosanoin 1-5 (1=välttävä...5=erinomainen) tai en osaa sanoa. Pylväsdiagrammin perusteella voidaan päätellä asiakkaiden olleen lähes kiitettävän verran tyytyväisiä palvelun eri tilanteisiin. Parhaiten vastaajia tyydytti välittäjän tavoitettavuus, jonka erinomaiseksi arvioi 35 %

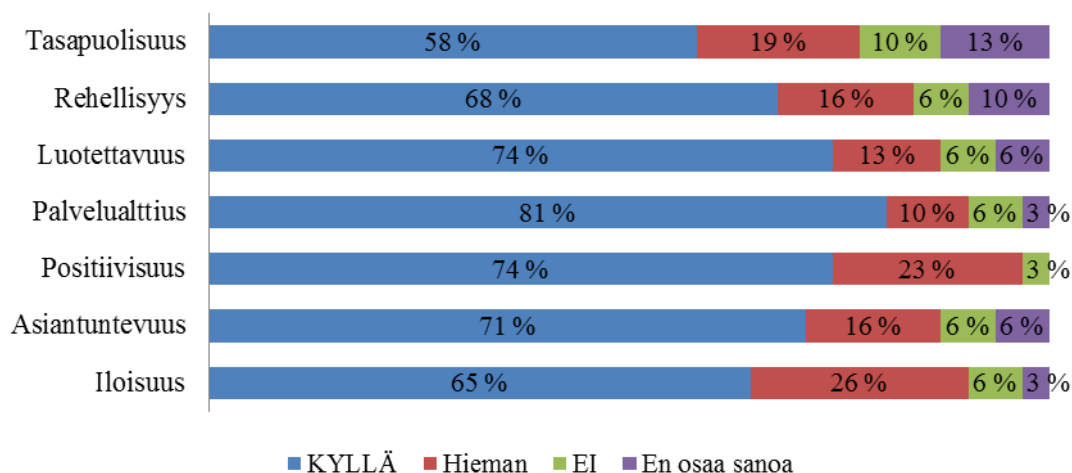
vastaajista. Myös yhteydenpidon riittävyys ja kaupanteon sujuvuus keräsi lähes 30 % erinomaisia arvosanoja. Vähiten asunnon ostajat olivat tyytyväisiä kaupanteon jälkeiseen palveluun, jonka 4 vastaajaa (13 %) arvioi arvosanalla 1 eli välttävä. Yhteydenpidon riittävyys keräsi eniten en osaa sanoa – vastauksia, 23 prosenttia.

Kysymys 4 tarkasteli asunnon mielipiteitä Habitan ominaisuuksista. Valmiiksi muotoiltuihin väittämiin kyselyyn osallistujat vastasivat KYLLÄ, EI tai En osaa sanoa.



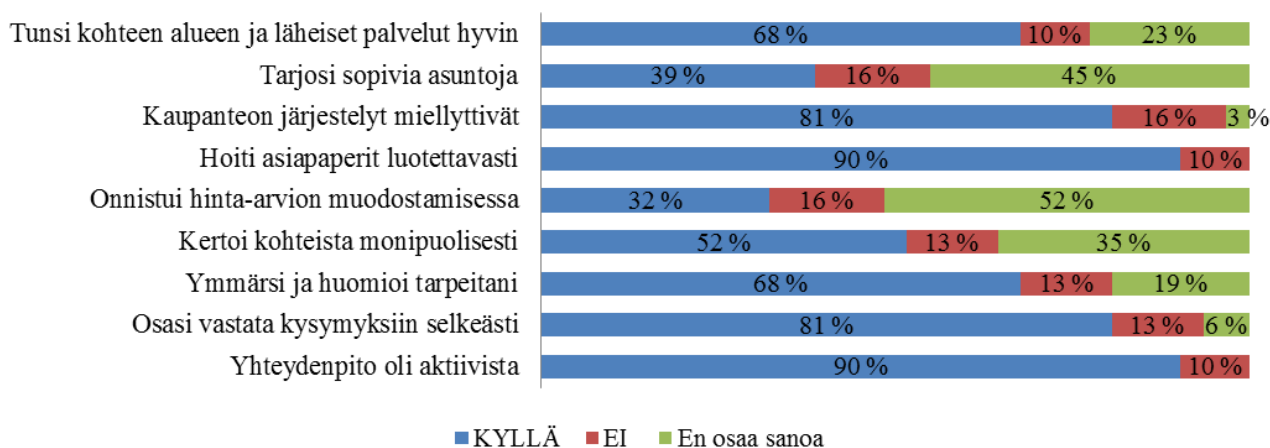
Kuva 16. Mitkä ominaisuudet kuvaavat Habitan toimintaa?

Kuvassa 16 havaitaan, että 97 % pitää Habittaa helposti lähestyttävänä. Yli puolet asunnon ostaneista ei pystynyt vastaamaan hinnoittelun kohtuullisuutta ja palveluvalikoiman monipuolisuutta käsitteleviin väittämiin. Kohtuullinen hinnoittelu kuvasi vähiten Habitan toimintaa 3 vastaajan mielestä.



Kuva 17. Mitkä ominaisuudet kuvaavat välittäjääsi?

Kysymys 5 käsitteli välittäjän ominaisuuksia. Vastaajat pystyivät vastaamaan väittämisiin KYLLÄ, Hieman, EI tai En osaa sanoa kuten kuvassa 17 havaitaan. Väittämät olivat adjektiivieja, jotka kuvaavat täydellistä kiinteistönvälittäjää. Tulokset olivat melko tasapuolisia kaikkien adjektiiviväittämien kesken. Ominaisuus, jota vastaajat jäivät eniten kaipaamaan, oli tasapuolisuus (3 vastaajaa). Asunnon ostajat kokivat vaikeuksia arvioida välittäjänsä tasapuolisuutta ja rehellisyyttä. 81 % vastaajista koki välittäjänsä olleen palvelualtis, myös luotettavuus ja positiivisuus olivat ominaisuuksia, jotka 23 vastaajaa koki välittäjänsä omaavan.

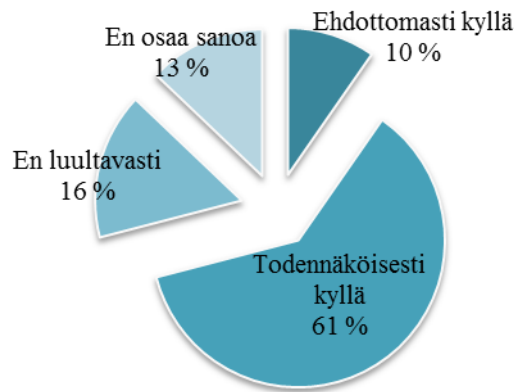


Kuva 18. Oletko tyytyväinen välittäjäsi toimintaan?

Kysymys 6 käsitteli asunnon välittäjän toimintaa eri palvelutilanteissa koko välitysjakson aikana. Kuvassa 18 havaitaan, että vastaajat olivat eniten tyytyväisiä välittäjän yhteydenpidon aktiivisuuteen sekä asiapapereiden luotettavaan hoitamiseen. 81 prosenttia vastaajista olivat tyytyväisiä välittäjän kaupanteon järjestelyihin sekä kykyihin vastata asiakkaan kysymyksiin selkokielellä. Ostajat olivat vähiten tyytyväisiä välittäjän kykyyn muodostaa sopiva hinta-arvio tarjoukselle sekä sopivien asuntojen tarjoamiselle että kaupanteon järjestelyiden hoitamiseksi (5 vastaajaa, 16 %). Vastaajat kykenivät huonoiten ilmaisemaan mielipiteensä välittäjän hinta-arvion onnistumisesta (52 %), sopivien asuntojen tarjoamisesta (45 %) ja kohteiden monipuolisesta esittelystä (35 %). En osaa sanoa – vastauksien suuresta määrästä voidaan päätellä, että ostaja-asiakkaat ovat itse tehneet paljon taustatutkimusta asunnoista, niiden sopivista hinnoista ja alueiden tarjoamista palveluista.

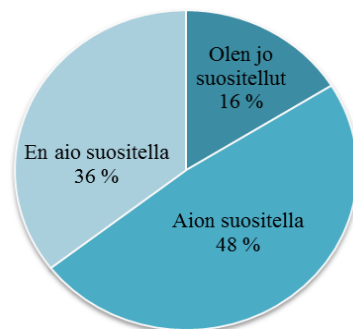
Kysymys 7 oli avoin kysymys, johon asunnon ostajat saivat jättää oman kommenttinsa välityspalvelun aikana ilmenneistä ongelmista. Kaikki asiakkaiden kommentit ovat lu-

ettavissa liitteessä 6. Kysymykseen vastasi 8 henkilöä. Vastauksissa asiakkaat tuovat esiin ongelmia muun muassa välittäjien asiakaspalvelutaidoissa ja asenteissa asiakasta kohtaan. Myös kohteiden puutteiden peitteleminen herätti useita moitteita. Yksi vastaajista olisi toivonut kaupanteon yhteyteen esimerkiksi kahvitarjoilua. Niin ikään yhden vastaajan kiinteistönvälittäjän toiminta oli epäilyttävää, välittäjän epäluotettavuus ja asioiden monimutkaistaminen herätti asiakkaassa negatiivisia kokemuksia.



Taulukko 19. Käyttäisitkö Habitan palveluita myös jatkossa?

Kysymys 8:n vastaukset kertovat kuinka moni vastaajista käyttäisi Habitan palveluita tämän kokemuksen jälkeen. Kuvassa 19 havaitaan, että 19 vastaajaa todennäköisesti palaisi Habitan asiakkaaksi. Yksikään vastaaja ei valinnut vastausvaihtoehtokseen – En todellakaan. 4 vastaajaa ei osannut vielä sanoa ottaisiko Habitan välittäjäkseen seuraavalla kerralla ja 5 ei luultavasti valitsisi yritystä uudestaan.



Taulukko 20. Suosittelisitko Habitaa ja sen palveluita muille?

Kysymys 9 selvitti vastaajien halua suositella Habita muille henkilöille. Lähes puolet vastaajista (48 %) aikoo suositella Habita, kuten taulukosta 20 käy ilmi. 11 vastaajaa eli 35 prosenttia ei aio suositella Habita tämän asioinnin perusteella. Niiden asiakkaiden, jotka eivät aio suositella Habita, joukko on todella laaja. Tähän tilanteeseen on syytä panostaa, jotta asiakkaat saadaan kertomaan Habitasta tuttavilleen.

Ostajien *kysely päättyi* osalta avoimeen vastauslaatikkoon, johon vastaaja pystyi kirjoittamaan risuja tai ruusuja Habitalle tai vaikka terveisensä välittäjälleen.

Pääasiassa positiivisia kommentteja kertyi 9, jotka ovat luettavissa liitteessä 7.

Habitan toiminta sai kiitoksia hyvästä palvelusta, ammattitaidosta ja asiantuntevuudesta. Jotkut vastaajat kokivat, että välittäjä painosti heitä tekemään päätöksiä, joiden miettimiseen he olisivat tarvinneet enemmän aikaa. Palvelualltiuden päättyminen välittömästi kaupanteon jälkeen koettiin ikäväksi asiaksi.

7 POHDINTA

Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään Habitan kahden Jyväskylän toimipisteen asiakkaiden tyytyväisyyttä saamaansa palveluun. Kohderyhmiksi tutkimukselle valittiin vuonna 2013 asunnon myyneet tai ostaneet asiakkaat. Asiakastyytyväisyystutkimuksen vastausprosentit olivat kohtalaisia, vaikka parempia lähdettiin tavoittelemaan. Kyselyn toteuttaminen sähköisesti oli luonteva ratkaisu, mutta korkeamman vastausprosentin saavuttamiseksi olisi voinut tehdä puhelinkyselyitä. Kyselylomakkeiden muodostus onnistui, sillä niillä saatu tieto on monipuolista ja vastaa tutkimuskysymykseen. Joitakin kysymyksiä olisi voinut muotoilla hieman selvemiksi ja antaa vastaajille enemmän vastausvaihtoehtoja.

Kokonaisuudessaan vastaajat olivat kohtalaisen tyytyväisiä saamaansa palveluun Habitan Jyväskylän toimipisteissä. Niin myyjien kuin ostajienkin joukossa oli henkilöitä, joiden palvelukokemus oli mennyt pahasti pieleen. Vastaajat pyrkivät antamaan rakentavaa palautetta, minkä huomasi avoimiin kysymyksiin saaduista vastauksista. Kiinteistönvälittäjien toiminta tyydytti vastaajia, vaikka joitakin poikkeuksia mahtui mukaan. Molempien kohderyhmien vastauksista kävi ilmi, että yli puolet käyttäisi Habitan palveluita myös tulevaisuudessa. Suosittelijoiden määrä oli lähes 60 prosenttia vastanneista. Näiden tulosten valossa yrityksen toiminta asiakaspalvelussa on asiakkaiden mielestä laadukasta, mutta myös parannettavaa löytyy. Erityisesti ostajasiakkaiden palvelukokemukseen pitäisi kiinnittää huomiota, sillä he ovat mahdollisia

tulevaisuuden asiakkaita yritykselle. Tämän kyselyn perusteella 16 % asunnon ostaneista ei käyttäisi Habitan palveluita tulevaisuudessa. Jotta tämä lukema on mahdollista kutistaa pienemmäksi, tarvitaan pitkäjänteistä ja sitoutunutta asiakaspalvelusuunnittelua

Habitan kannalta asiakastyytyväisyysmittauksia kannattaisi tehdä maksimissaan kuukauden päässä palvelutapahtuman päättymisestä, jotta asiakkailta saatava tieto olisi tuoretta ja ongelmiin voitaisiin heti puuttua. Taloudellisinta olisi toteuttaa asiakastyytyväisyyskysely sähköisesti niin, että asiakas pystyy vastaamaan mahdollisimman paljon omin-sanoin. Nimettömyys on tärkeää tyytyväisyyttä tutkiviin kyselyihin vastauksissa, jotta asiakas antaa sekä negatiivista että positiivista palautetta. Saatujen vastausten purkaminen esimerkiksi viikoittaisissa palavereissa nostaisi kyselyistä saatavan hyödyn määrää. Asiakastyytyväisyyden tutkiminen on tehokkainta suorittaa kun palvelukokemus on asiakkaalla tuoreessa muistissa. Tässä vaiheessa on mahdollista muuttaa negatiivinen kokemus positiiviseksi, jos asiaan tartutaan tehokkaasti.

8 YHTEENVETO

Tämän kokoluokan asiakastyytyväisyystutkimuksen suunnittelu ja toteutus on vaatinut perehtymistä sekä kiinteistönvälitykseen että asiakaspalveluun. Kiinnostukseni kiinteistönvälitysalaa kohtaan vahvistui opinnäytetyön kirjoittamisprosessin aikana. Opin-tojeni ollessa loppusuoralla koin opiskelumotivaationi olevan lähes nollassa, mutta kuitenkin kiinnostavan aiheen ansiosta löysin uutta virtaa opinnäytteen tekemiseen. Tutkimuksen valmistelu ja toteutus vaati suunnitelmallisuutta, organisointikykyä ja kärsivällisyyttä. Yhteistyö toimeksiantajan kanssa sujui tehokkaasti, ja koin saavani tukea tarpeen vaatiessa.

Saavutin itselleni asettamani tavoitteet, sillä opin paljon uusia, mielenkiintoisia asioita niin kiinteistönvälityksestä kuin asiakaspalvelusta. Koen, että aiempi kokemukseni asiakaspalvelutyöstä antoi minulle niin sanotusti toisen perspektiivin tarkastella asioita. Opinnäytetyöni merkitys tulevaisuudelleni on täysin avoin, mutta mielessäni on haave kiinteistönvälittäjäkokeen (LKV-koe) suorittamisesta ja kiinteistönvälittäjänä toimimisesta. Saavuttaessani tämän tavoitteen arvostan kiinteistönvälitysalan teoriaan perehtymiseen käyttämää aikaani.

Kymenlaakson ammattikorkeakoulun opinnäytetyön arviointiperusteiden avulla työtäni tarkastellessani voin hyvillä mielin sanoa, että saavutin tavoitteeni. Opinnäytetyöni on määritelty ja rajattu selvästi. Saavutin tutkimuksen tavoitteen ja sain selville tärkeitä asioita Habitan Jyväskylän toimipisteen asiakaspalvelun laadusta. Käsitteitä valitsin kolme: kiinteistönvälitysalan, asiakaspalvelun sekä asiakastyytyvyyden perusteet. Kaikkia käsitteitä tutkin laajan kirjallisuuskatsauksen avulla. Tutkimusmenetelmät ja niiden käytön tarkoituksenmukaisuus on perustana tutkimukseni onnistumiselle. Tutkimustulokset käsittelen kattavasti ja tarkasti, unohtamatta vertailua ja johtopäätöksien tekemistä. Kaiken kaikkiaan hallitsin opinnäytetyöprosessin itsenäisesti, mutta hyödynsin myös ohjausta tarpeen vaatiessa.

LÄHTEET

Aluehallintoviraston www-sivut. 2013. Viitattu 1.3.2014.

<https://www.avi.fi/web/avi/kiinteistonvalitys>

Asiakaspalvelun perussäännöt. 2010. Innofocus kokoama ohjeistus. Viitattu 10.2.2014.

http://www.innofocus.fi/moduulit/Aspal/palat/pdf_t/asiakaspalvelun_perussaannot.pdf

Habita LKV:n www-sivut. 2010. Viitattu 12.3.2014. <https://www.habita.fi>.

Jokinen, T., Heinämaa, L. & Heikkonen, I. 2000. Tervetuloa asiakas: myyntityön ja asiakaspalvelun taito. Helsinki: Oy Edita Ab.

Kasso, M. 2005. Asunto- ja kiinteistökauppa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry:n www-sivut. 2013. Viitattu 1.3.2014.

http://www.kvkl.fi/kiinteistonvalitysalan_suhdannotieto.html.

Nevala, T., Palo, M. & Sirén, M. 2006. Kiinteistönvälittäjän käsikirja 2006. Helsinki: Yliopistopaino.

Ohje hyvästä välitystavasta. 2012. Kiinteistönvälitysalan Keskusliitto ry:n ohje 5.6.2012. Viitattu 10.3.2014.

<http://www.kvkl.fi/files/05062012hyvanvalitystavanhje.pdf>.

Olin, T. 2014. Aluejohtaja, Habita LKV. Pori. Sähköpostihaastattelu 18.3.2014. Haastattelijana Annika Vähärautio. Muistiinpanot haastattelijan hallussa.

Reinboth, C. 2008. Johda ja kehitä asiakaspalvelua. Helsinki: Tammi.

Rissanen, T. 2005. Yrittäjän käsikirja 2005 – Hyvällä palvelulla kannattavuutta ja kilpailukykyä. Vaasa: Kustannusyhtiö Pohjantähti Polestar Ltd.

Rope, T. & Pöllänen, J. 1994. Asiakastytyväisyysjohtaminen. Juva: WSOY.

Sipilä, J. 1998. Asiantuntija ja asiakas – myymmekö tunteja vai tulosta. Porvoo: WSOY.

Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Vuokko, P. 1997. Avaimena asiakaslähtöisyys. Helsinki: Oy Edita Ab.

Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko asiakas. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy. Toinen uudistettu painos.

Kyselylomakkeen saatekirje

Arvoisa Habitan asiakas,

Olet aikeissa osallistua Habitan Jyväskylän toimipisteiden asiakastyytyväisyyttä tutkivaan kyselyyn. Habita haluaa jatkuvasti kehittää palveluitaan entistä paremmiksi ja toimivammiksi, mutta siihen tarvitaan sinun apuasi. Vastaamalla kyselyyn annat Habitalle arvokasta tietoa saamasi palvelun laadusta.

Kysely on osa opinnäytetyötäni Kymenlaakson ammattikorkeakoulun liiketalouden koulutusohjelmassa. Kysymykset koskevat kokemuksiasi Habitan palveluista myydesäsi/ostaessasi asuntoasi Habitan kautta vuonna 2013. Kysymyksiä on 10 kappaletta ja ne koostuvat monivalinta- ja avoimista kysymyksistä. Luethan vaihtoehdot ja vastausohjeet huolella.

Arvostan vastaamiseen käyttämäsi aikaa suuresti. Olen kiitollinen osallistumisestasi, sillä ilman vastauksiasi en saisi tehtyä lopputyötäni. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti. Mikäli sinulla herää kysyttävää siitä, miten vastauksiasi käsitellään ja hyödynnetään Habitan toiminnassa, voit lähettää minulle sähköpostia.

Ystävällisin terveisin,

Annika Vähärautio

annika.vaharautio@student.kyamk.fi

Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma

Kymenlaakson ammattikorkeakoulu

KYSELY ASUNNON MYYJILLE

Liite 2/2

4. Mitkä ominaisuudet kuvaavat Habitan toimintaa ? *

Vastaa väittämiin kyllä / ei

	KYLLÄ	EI	En osaa sanoa
Ammattitaitoinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monipuolinen palveluvalikoima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kohtuullisesti hinnoiteltu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Helposti lähestyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luotettava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nopea	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakaspalveluhenkinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Mitkä ominaisuudet kuvaavat välittäjäsi toimintaa ? *

Vastaa väittämiin kyllä, hieman / ei. Mikäli sinulla ei ole kokemusta välittäjän piirteestä, vastaa en osaa sanoa.

	KYLLÄ	Hieman	EI	en osaa sanoa
Iloisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiantuntevuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Positiivisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelualttius	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luotettavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rehellisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tasapuolisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Välittäjän toiminta *

	KYLLÄ	EI	En osaa sanoa
Yhteydenpito oli aktiivista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Osasi vastata kysymyksiin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ymmärsi ja huomioi tarpeitani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tutustui kohteeseen perusteellisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arvioi myyntiajan tarkasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Onnistui hinta-arvion tekemisessä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hoiti asiakasperit luotettavasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaupanteon järjestelyt miellyttivät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hoiti asuntoesittelyt hyvin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Ilmenikö välityspalvelun aikana ongelmia ?

Mikäli välityspalvelun aikana ilmeni ongelmia, kerrothan millaisia ongelmia koit. Voit mainita useamman ongelman.

8. Käyttäisitkö Habitan palveluita myös jatkossa ? *

- Ehdottomasti kyllä
- Todennäköisesti kyllä
- En luultavasti
- En todellakaan
- En osaa sanoa

9. Suositteletko Habitaa ja sen palveluita muille ? *

- Olen jo suositellut
- Aion suositella
- En aio suositella

10. Vastaaajan ikä *

Tutkimuksen toteuttaminen ja tuloksien asianmukainen hyödyntäminen edellyttää tiettyjen henkilötietojen saamista.

- alle 25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- yli 65

11. Vastaaajan sukupuoli *

Tutkimuksen toteuttaminen ja tuloksien asianmukainen hyödyntäminen edellyttää tiettyjen henkilötietojen saamista.

- Mies
- Nainen

12. Risuja tai ruusuja Habitalle / Terveiset välittäjälle

Kiitos vastauksistasi, lopuksi paina "Tallenna vastaukset ja lopeta kysely"



Edellinen sivu

Tallenna vastaukset ja lopeta kysely

habita

Jyväskylän Habitan asiakastyytyväisyyskysely

Asuntonsa Habitan avulla vuonna 2013 ostaneet

50%

Miten päädyit Habitan asiakkaaksi?

- Löysin sopivan kohteen internetistä
- Löysin sopivan kohteen sanomalehdestä
- Aiempi kokemus Habitasta / välittäjästä
- Tuttava suositteli
- Huomasin sopivan kohteen Habita liikkeen ikkunassa
- Jokin muu syy, mikä?

Oletko aiemmin käyttänyt Habitan palveluita *

- Yhden kerran
- Useamman kerran
- En ole

Tyytyväisyys palvelun laatuun *

Arvioi palvelun eri osa-alueita kouluarvosanoin 1-5. Näistä 1 on heikoin ja 5 vahvin arvosana.

	1 välttävä	2 tyydyttävä	3 hyvä	4 kiitettävä	5 erinomainen	En osaa sanoa
Kaupanteon sujuvuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toiveiden ja tarpeiden huomiointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Välittäjän tavoitettavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakaspalvelun laatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteydenpidon riittävyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaupanteon jälkeinen palvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelun laatu yleisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mitkä ominaisuudet kuvaavat Habitan toimintaa ? *

Vastaa väittämiin kyllä / ei

	KYLLÄ	EI	En osaa sanoa
Helposti lähestyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ammattitaitoinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monipuolinen palveluvalikoima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kohtuullisesti hinnoiteltu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luotettava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nopea	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakaspalveluhenkinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

KYSELY ASUNNON OSTAJILLE

Liite 3/2

Mitkä ominaisuudet kuvaavat välittäjäsi ? *

Vastaa väittämiin Kyllä, Hieman tai Ei.

	KYLLÄ	Hieman	Ei	En osaa sanoa
Iloisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiantuntevuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Positiivisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palveluallttius	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luotettavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rehellisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tasapuolisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Oletko tyytyväinen välittäjäsi toimintaan ? *

Vastaa väittämiin kyllä / ei.

	KYLLÄ	Ei	En osaa sanoa
Yhteydenpito oli aktiivista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Osasi vastata kysymyksiin selkeästi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ymmärsi ja huomioi tarpeitani	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kertoi kohteista monipuolisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Onnistui hinta-arvion muodostamisessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hoiti asiaperit luotettavasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaupanteon järjestelyt miellyttivät	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarjosi sopivia asuntoja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tunsi kohteen alueen ja läheiset palvelut hyvin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ilmenikö välityspalvelun aikana ongelmia ?

Mikäli välityspalvelun aikana ilmeni ongelmia, kerrothan millaisia ongelmia koit. Voit mainita useamman ongelman.

Käyttäisitkö Habitan palveluita myös jatkossa ? *

- Ehdottomasti kyllä
- Todennäköisesti kyllä
- En luultavasti
- En todellakaan
- En osaa sanoa

Suosittelisitko Habitaa ja sen palveluita muille? *

- Olen jo suositellut
- Aion suositella
- En aio suositella

Vastaajan ikä *

Tutkimuksen toteuttaminen ja tuloksien asianmukainen hyödyntäminen edellyttää tiettyjen henkilötietojen saamista.

- alle 25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- yli 65

Vastaajan sukupuoli *

Tutkimuksen toteuttaminen ja tuloksien asianmukainen hyödyntäminen edellyttää tiettyjen henkilötietojen saamista.

- Mies
- Nainen

Risuja tai ruusuja Habitalle / Terveiset välittäjälle

Kiitos vastauksistasi, lopuksi paina "Tallenna vastaukset ja lopeta kysely"



Edellinen sivu

Tallenna vastaukset ja lopeta kysely

Asunnon myyjät: Ilmenikö välityspalvelun aikana ongelmia?

- Kaikki sujui melko nopeasti ja ongelmitta, mutta asunnon hinta-arvio putosi kyllä radikaalisti välityskaupan synnyttyä.
- Ei ilmennyt. Kaikki meni täydellisesti!
- Hinta-arvio ei osunut kohdilleen. Liian korkea hinta.
- Näkyvyyttä lisää, sillä ensiesittelyyn ei saapunut ketään. Yksityisnäytöistä kohteestamme saatiin yksi kohtuullisen hyvä ehdollinen tarjous jonka perusteella asunto myytiinkin, mutta jäin silti kaipaamaan muita tarjouksia epäroijilta. Oisko välittäjän toiminta vaikuttanut tähän, en tiedä? Asunto kuitenkin meni nopeasti kaupaksi, 3 viikkoa ilmoituksesta hyväksytyyn, ehdot täyttävään tarjoukseen.
- Asuntoni myyntiä hoiti kaksi välittäjää. Alkuperäisen välittäjän kanssa kaikki toimi hienosti. Toisen, myöhemmin mukaan tulleen välittäjän kanssa oli seuraavia ongelmia: Välittäjä unohti useamman kerran ilmoittaa esittelyn jälkeen esittelyn kuulumisista. Kerran kyseessä oli ylimääräinen esittely, jonka päättymisestä ei tullut lainkaan tietoa (enkä tiennyt voiko asuntoon jo palata). Kaupanteon jälkeen välittäjä oli unohtanut toimittaa asiaankuuluvat paperit isännöintitoimistoon.
- Välittäjäni maalaili ruusuisia kuvia, jotka eivät toteutuneet. Liian suuret puheet olemattomiin tekoihin nähden. Lisää nöyryyttä tälle välittäjälle ja palaute ko asiasta on annettu TJlle. Hän myös itse ilmoittautui välittäjäksi alkuvaiheessa, vaikka toive oli toisesta välittäjästä. Lisäksi mustamaalasi työkavereitaan. Elvistelyllä ei pitkälle pötki. Toinen välittäjä hoiti asiat ammattitaidolla ja kiitokset hänelle! Talo saatiin myytyä, vaikka ei toivottuun hintaan.
- Myydyn asunnon kanssa ei ilmennyt mitään ongelmia, esittely ja kauppa sujuivat kuin tanssi. Seuraava kohde vastaavasti meni ihan pöpelikköön. Ensimmäisen asuntokaupan jälkeen suosittelin Habitaa toisille, mutta en valitettavasti enää toisen projektin jälkeen voi sitä tehdä.
- Ei
- Ei ongelmia.

- Ei varsinaisesti ongelma, mutta emme olleet tyytyväisiä asunnosta otettujen valokuvien laatuun, olivat amatöörimäisiä (välittäjän pokkarikameralla ottamia).
- Kyllä, välittäjä vaihtui lennosta tärkeällä hetkellä, eikä ensimmäinen välittäjä ollut tukena juuri tärkeällä hetkellä. Lopputulos oli kuitenkin hyvä. Em. arviointi voi paikoitellen olla ristiriitainen, koska minulla oli kaksi välittäjää.
- En sanoisi suoranaisesti ongelmia, mutta palvelun aikana tuntui että välillä omien tarpeiden ja etenkin hintatoiveiden kuuntelu sivuttui liian helposti. Hinnan alentamiseen tuli kovaa painostusta välittäjän päästä.
- Kohdettamme myytäessä mukana oli useampi välittäjä joiden näkemykset ja ammattitaito oli eritasolla. asiakkaan kohtelu joidenkin välittäjien osalta hyvin epämukavaa jopa epäammattimaista.
- Toimiston välittäjä vaihtui useasti, mikä erään (kerran näytön hoitanut) välittäjän kohdalla näyttäytyi hyvin negatiivisena palveluna myyjään päin. Toimisto kokonaisuudessaan palveli erittäin hyvin ja panosti myyntiin. Kiitos!
- Kohteen (omakotitalo) myyntiaika pidentyi ja näyttöjä jouduttiin pitämään yli 10 ennen kuin sopiva ostaja löytyi. Välillä tuntui turhalta siivota nopealla aikataululla taloa "turisteiksi" osoittautuneiden ylimääräisten yksityisnäyttelyiden vuoksi.

Asunnon myyjät: Risuja tai ruusuja Habitalle / Terveiset välittäjälle

- Välittäjämme tarvitsee ehdottomasti ruusuja, häneltä ei mennyt usko asunnon myyntiin vaikka meiltä asiakkailta jo välillä meinasi mennä. Syyt siihen miksi hermostutti, olivat tämä Jyväskylän taloudellinen tilanne ja työttömyys. Meillä oli 2 kk sopimus ja jatkoimme sopimusta vielä 1 kk ja kuinka ollakkaan välittäjä möi asunnon viimeisellä kuukaudella ja viimeisellä näytöllä. Olemme häntä muistelleet lämmöllä ja saimme asunnosta hyvän hinnan. Pyyntihinnasta ei montaa tonnia tarvinnut tinkiä ja välittäjä oli siinäkin asiassa todella hyvä. Olemme suositelleet häntä ja Habita muillekin tuttavillemme.
- Ruusuja välittäjällemme, siinä oikein välittäjien välittäjä!
- Kiitokset ammattitaitoisesta ja miellyttävästä palvelusta. Sen verran on pakko sanoa, että välittäjä pommitti puheluilla työpäivääni välillä kohtuuttomasti (minä en voi keskeyttää puhelua asiakkaan kanssa kotiasian vuoksi), mutta kun olin antanut hänelle tarvittavat tiedot, hänen vastauksensa kestikin kauan. Kaiken kaikkiaan palvelu sujui onnistuneesti ja välittäjä oli ammattitaitoinen, mutta tuohon puheluasiaan pyytäisin kiinnittämään huomiota, on kunnoittavaa asiakasta kohtaan olla hoputtamatta jos todellista kiirettä ei ole.
- Hienosti hoidettu asunnonvälitys prosessi. Kiitos Jyväskylään välittäjilleni.
- Hintapyynnöt liian korkeita ei realistisia
- Yhteenvetona: Annoin toimeksiannon Välittäjälle, en välitysfirmalle. On täysin hänen omaa aktiivisuutta kiittäminen että sai asunnostani toimeksiannon. Hän oli systemaattisesti kyselemässä asuntoa myyntiaikeita, hänellä oli kotikenttäalueelle, tiesi alueen myyntivaltit ja oli myynyt vastaavan asunnon samasta yhtiöstä. Välitysfirmojen hintatasot vaihtelee suuresti ja mielestäni Habita on keskikastissa jos ei jopa kalliissa. Sain kuitenkin inhimillisen välitystarjouksen joka oli linjassa muiden tarjousten kanssa. Lisäksi välittäjän kanssa oli sujuvaa ja ongelmattomaa käydä asuntoasioita ja myyntiin liittyviä asioita läpi. Myyntiin liittyvissä asioissa hänellä oli vankka ammattitaito, mutta asuntoihin liittyvissä teknisissä asioissa ehkä vielä petrattavaa. Mutta tuon osa-alueen hän paikkaa sujuvasti iloisella olemuksellaan ja räväkällä luonteellaan. Terveiset välittäjälle ja kiitos postikorteista! Ehkä joskus asuntokaupoilla tavataan.
- Asunnon esittely ja mainonta oli kilpailijoihin verrattuna mukavan aktiivista.

- +++ Välittäjä hoiti asiat ammattitaitoisesti. Kiitoksia!
+ Hieman kokemattomampi välittäjä, hoiti sen, minkä osasi, kun toinen välittäjä ei viitsinyt tarttua hommaan. --- Yhdellä välittäjistä ei ole homma hanskassa. Väärä mies väärässä paikassa tai sitten oli vain välinpitämätön tämän toimeksiannon suhteen. Ei itse vaivautunut esittelemään, vaikka puhui itsensä suurilla puheilla välittäjäksi. Hänen ottamat kuvat asunnosta pääosin käyttökelvottomia. Jouduimme lopuksi käyttämään pääosin minun omia ottamiani. Huonon vaikutuksen ammattitaidosta tekee myös se, että kyseinen välittäjä elvisteli olleensa lounaalla pankinjohtajan kanssa. Tällä miehellä on itsetutkiskelun paikka, jos aikoo alalla jatkaa.
- Välittäjäni hoiti hommansa mallikkaasti.
- Toinen case ei mennytkään sitten ollenkaan hyvin. Alkuperäinen välittäjä oli pitkään lomilla (hyvin ymmärrettävää), mutta sijaiseksi määrätty henkilö ei missään vaiheessa kuunnellut asiakasta vaan aliarvioi hänen kykynsä ymmärtää markkinointia ja kaupankäyntiä (asiakas vain sattui olemaan itse markkinoija koulutukseltaan). Sen lisäksi tämä sijainen hyppäsi kilpailijan leiriin ja tuuraajien muutokset tulivat asiakkaan tietoon vain etuovi.comin kautta (=sähköpostiin tuli viesti, että seuratun asunnon ilmoitukseen oli tehty muutoksia). Asiakasta ei informoitu millään tavalla, kaikki tieto asiaan liittyen saatiin internetistä ja painetusta sanasta.
- Ensimmäisellä "hinnanarviointikäynnillä" annettiin huomattavasti korkeampi hinta-arvio asunnosta kuin mitä sitten laitettiin lopulliseen myynti-ilmoitukseen, annettiin turhaa "toivoa" suuremmasta myyntihinnasta.
- Hyvää kesää. Hyvin yhteistyö on toiminut.
- Kokonaisuudessaan tyytyväinen palveluun. Talo tuli myytyä mikä oli hyvä. Hinta olisi voinut olla parempi (niin kuin varmaan aika monen myyjän mielestä). Lopussa oma välittäjä ei päässyt kaupanteko tilaisuuteen joka oli hieman pettymys. Kaupanteon jälkeen ei kuulunut omalta välittäjältä enää mitään. Emme myöskään saaneet mitään kuittia välityspalkkion summasta, kuuluisiko sellainen saada? Olisi tarpeellinen mm. verovähennyksiin liittyen.
- 2 asunnon myyntiä ja yksi tonttikauppa onnistuivat ripeästi ja sujuvasti, tavoitteet saavutettiin.
- Kiitos asiantuntevasta ja myyntiin paneutuneesta asiakaslähtöisestä asenteesta.

Asunnon ostajat: Ilmenikö välityspalvelun aikana ongelmia?

- Ei ilmennyt ongelmia
- Oman rahoituksen järjestäminen.
- Kaikki järjestelyt toimivat muuten hyvin, mutta olisin toivonut kaupanteon yhteyteen kahveja tms. "Kaupanpäällisiä".
- Omat huonot kokemuksemme Habitasta johtuivat välittäjästä. Edelliselle sivulle olenkin merkinnyt kaikki ne kohdat joihin olimme tyytymättömiä. Välittäjä oli päällekkävyä, epäluotettavan oloinen, sekoitti asioitamme, ei ollut tietoinen monestakaan asiasta tai antoi väärää tietoa. Olimme erittäin kiinnostuneita välittäjän esittelemästä kohteesta, joten hänen toimintansa ei loppujen lopuksi vaikuttanut ostopäätökseemme. Myöskään myyvä osapuoli ei ollut välittäjän toimintaan tyytyväinen. Oli kuitenkin hyvin lähellä, että välittäjän vuoksi emme ostaneet habitan esittelemää kohdetta. Ymmärrämme, että välittäjä ei anna kuvaa Habitan yleisestä toiminnasta, sillä olemme kuulleet habitasta paljon hyvää.
- Annettiin ymmärtää, että ostamastamme asunnosta ovat muutkin olleet kovasti kiinnostuneita ja kehoitettiin toimimaan nopeasti. hieman arvelutti..
- Kaupan kohteen piirustuksia ei saatu kaikkia heti luvatusi ja sähköpiirustukset olivatkin päivittämättä oikeiksi loppupiirustuksiksi (paljon virheitä). Sähköasennuksissa olikin virheitä kun niihin lopulta pääsin tutustumaan kaupan teon jälkeen! Asiantuntemusta ei juuri kellään välittäjällä ole taloteknisiin järjestelmiin!
- Me teimme kaupan kohteesta, jossa myyjällä oli talousongelmia. Meidän ostajan kannalta prosessi oli hyvin stressaavaa ja jouduimme neuvomaan välittäjää, kuinka toimia. Meitä myös harmitti se, että talossa oli paljon puutteita joita välittäjä ei tuonut meille rehdisti esiin. Meistä tuntui, että myyjän puolia pidettiin koko ajan enemmän. Meillä jäi ikävä mielikuva myyjistä ja välityksestä, itse välittäjä oli kyllä mukava.

Asunnon ostajat: Risuja tai ruusuja Habitalle / Terveiset välittäjälle

- Päätösten teko sujui jopa liian nopeasti, mutta järjestelyt kaupan teon yhteydessä eivät vaikuttaneet ammattitaitoisilta. Kun päätös oli tehty niin palvelualltius loppui.
- Iso Kimppu Ruusuja Välittäjälle :) Toiminta ammattitaitoista, aktiivista, ripeää, asiantuntevaa, asiakasta huomioiden. Ilman häntä ei kauppvoja olisi syntynyt ja minulla omaa kotia.
- Terveiset kauniille ja positiiviselle tehopakkaukselle!
- Hyvin hoitivat asuntokaupan, ei ole mitään valittamista
- Kiitos hyvästä palvelusta!
- Kiitos loistavasta palvelusta. Aiomme jatkossakin käyttää palveluitanne. Erityiskiitos välittäjällemme, jonka palvelu oli ensiluokkaista.
- Välittäjä hoiti työnsä hyvin, asiallisesti ja asiantuntevasti!
- Pitää olla rehellinen, ollaan ostamassa ja myymässä kotia. Väkisin ei voi myydä ja pitää tuoda selkeästi esiin talon huonot puolet. Ymmärtää, miten iso asia on kummallakin osapuolella menossa. Vaikka välitystoiminta on businesssta niin se täytyy tehdä huolellisesti, oikea koti kyllä löytää oikeat ihmiset ja sitä rataa.
- Kaikki meni loppujen lopuksi mukavasti