



TAMPEREEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

# ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN PARANTAMINEN JYVÄSKYLÄN DELTA AUTOLLA

Simo Virtanen

Opinnäytetyö

Toukokuu 2016

Auto- ja kuljetustekniikka

Korjaamotekniikka



## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Auto- ja kuljetustekniikka  
Korjaamotekniikka

SIMO VIRTANEN:

Asiakastyytyväisyyden parantaminen Jyväskylän Delta Autolla

Opinnäytetyö 41 sivua, joista liitteitä 8 sivua

Toukokuu 2016

---

Tämä opinnäytetyö käsittelee hyvää asiakaspalvelua ja sen vaikutusta asiakastyytyväisyyteen. Työn tavoitteena on tuoda esille asioita, joita kehittämällä saataisiin nostettua asiakastyytyväisyyttä Jyväskylän Delta Autolla. Opinnäytetyötä varten on kerätty aineistoa kirjoista, internetistä, Delta Auton asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksista sekä haastatteluista. Asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset ovat salassa pidettävää tietoa, joten niitä ei tule lopulliseen julkaisuun. Yhtenä tiedonlähteenä on ollut myös oma kuuden kuukauden työkokemus Jyväskylän Delta Autolla.

Tutkimustulosten perusteella suurin osan ongelmista Jyväskylän Delta Autolla aiheuttaa alimiehitys. Yhtä työntekijää kohden on liian monia erilaisia työtehtäviä. Delta Autolla on kolme huoltoneuvojaa, jotka hoitavat autokorjaamon asiakaspalvelun lisäksi varaosamyynnin ja autojen takuukäsittelyt. Korjaamopäällikkö hoitaa myös joskus asiakkaiden palvelua tiskillä. Monilla muilla korjaamoilla varaosamyynnille ja takuukäsittelyille on omat tekijänsä. Tästä johtuen monia työtehtäviä joudutaan suorittamaan kiireen alaisena, joka lisää virheiden riskiä. Joskus autoihin tilataan väärää varaosaa, tai varaosat tilataan liian myöhään. Tämän takia huollon ajankohtaa saatetaan joutua siirtämään, ja asiakas joutuu odottamaan turhaan. Usein syntyy myös tilanteita, joissa asiakas joutuu odottamaan palvelutiskillä, kun kukaan asiakaspalvelija ei ole paikalla. Nämä kaikki tekijät laskevat asiakastyytyväisyyttä. Tyytymättömien asiakkaiden takia yrityksen maine heikkenee, mikä pienentää asiakaskuntaa. Seurauksena on firman tuoton väheneminen.

Asiakastyytyväisyyttä saadaan nostettua palkkaamalla lisää henkilökuntaa, sekä priorisoimalla ja jakamalla työtehtäviä paremmin. Uuden henkilökunnan palkkaaminen maksaa yritykselle enemmän, mutta se saattaa silti olla taloudellisesti kannattava päätös. Kiireen vähentyessä virheiden todennäköisyys pienenee, ja asiakkaat joutuvat odottamaan vähemmän. Tuloksena on tyytyväisempi asiakaskunta, jonka seurauksena yrityksen maine paranee ja asiakkaiden määrä kasvaa.

Työtehtävien jakamisella ja niiden paremmalla priorisoinnilla saadaan myös nostettua asiakastyytyväisyyttä. Jonkun asiakaspalvelijoista on aina oltava tiskillä saapuvia asiakkaita varten. Tiskillä samanaikaisesti palvelevien huoltoneuvojien määrä riippuu asiakkaiden määrästä. Yksittäisen asiakkaan odotusaika on oltava mahdollisimman pieni. Vähemmän vilkkaana yksi voi päivystää tiskillä ja kaksi työskennellä varaston puolella, mutta vilkkaana aikana on keskityttävä pääasiassa asiakkaiden palvelemiseen.

---

Asiasanat: asiakaspalvelu, asiakastyytyväisyys, yrityksen maine, asiakaskunta

## ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Automobile and Transport Engineering  
Garage Engineering

SIMO VIRTANEN

Improving the Customer Satisfaction at Delta Auto of Jyväskylä

Bachelor's thesis 41 pages, appendices 8 pages

May 2016

---

This bachelor's thesis is about good customer service and its effect on customer satisfaction. The aim of the study was to point out those things that need improving in order to raise the level of customer satisfaction at Delta Auto in Jyväskylä. The research data was collected from books, internet, Delta Auto customer survey results and customer interviews. Another source of data has been the writer's six-month internship at Delta Auto. The customer survey results are confidential and will therefore not be published. Based on the results of the study, the most critical issue at Delta Auto is shortness of staff. There are too many different tasks per one employee. There are altogether three service advisors who serve the customers but also order and sell spare parts and take care of warranty cases. The head of the garage may occasionally serve the customers, too. Many other garages have specialized workers for spare parts and warranty issues. Because of the workload, the service advisors must perform their duties in a hurry which increases the risk for errors. Sometimes, wrong spare parts are ordered or the parts are ordered too late. In this case, the booked service time may have to be postponed and the customer must wait unnecessarily. There are often situations where customers have to wait on the counter while none of the service advisors is there. These are things that reduce customer satisfaction. Unhappy customers are likely to harm the reputation of the company.

The customer satisfaction can be increased by hiring more staff and prioritizing and sharing the duties in a more effective way. Hiring new employees is a cost to the company but it may prove to be an economically profitable decision. When there is less hurry, the probability for errors decreases and the customers don't have to wait to be served. The company reputation improves and the number of customers increases.

The customer satisfaction can also be increased by prioritizing and sharing the duties. At least one of the service advisors must be on the counter to serve the customers. If there is a queue, more than one customer servant must be present. The waiting time of an individual customer has to be minimized. During peak periods, the main focus has to be on serving customers. Otherwise, one service advisor by the counter is enough while the others may work in the storage.

---

Key words: customer service, customer satisfaction

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	DELTA-KONSERNI .....	7
	2.1.1 Delta Auto .....	7
	2.1.2 Delta Motor Group Oy ja Delta Bavaria .....	8
3	ASIAKASPALVELU.....	9
	3.1 Mitä on asiakastyytyväisyys ja hyvä asiakaspalvelu .....	9
	3.2 Hyvä asiakaspalvelu yrityksen toiminnan perustana .....	9
	3.2.1 Kilpailu kiristyy yritysten välillä .....	10
	3.2.2 Yrityksen maine, hyvä vai huono?.....	12
	3.2.3 Kiire ei ole koskaan hyväksi .....	13
	3.2.4 Asiakas arvostaa rehellisyyttä .....	15
	3.2.5 Asiakkaan kohtelu.....	16
	3.2.6 Etäviestintä yhä suuremmassa osassa .....	17
	3.2.7 Työpaikan ilmapiiri vaikuttaa .....	18
4	ASIAKASPALVELU JYVÄSKYLÄN DELTA AUTOLLA .....	19
	4.1.1 Huolto.....	19
	4.1.2 Varaosamyynti .....	22
5	TUTKIMUSTULOKSET.....	24
	5.1.1 Asiakkaan haastattelu.....	24
	5.2 Asiakkaan 2. haastattelu.....	26
	5.2.1 Asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset.....	27
6	ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN PARANTAMINEN .....	28
	6.1 Mahdollisia parannuksia Delta Auton asiakaspalvelussa .....	29
	6.1.1 Henkilökunnan palkkaaminen.....	29
	6.1.2 Työtehtävien priorisointi ja selkeämpi jakaminen .....	30
	6.1.3 Puhelinpalveluiden ja asiakaspalautteen keruun kehittäminen .....	31
7	POHDINTA.....	32
	LÄHTEET.....	33
	LIITTEET .....	34
	Liite 1. Asiakastyytyväisyyskyselylomake .....	34
	Liite 2. Asiakkaan 1. haastattelu.....	39

## 1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö käsittelee asiakastyytyväisyyttä Jyväskylän Delta Auton huoltopalvelussa. Tutkimuksen tavoitteena on pyrkiä selvittämään eri tekijöitä, joita kehittämällä saataisiin parannettua asiakastyytyväisyyttä Jyväskylän Delta Autolla. Asiaan perehdytään sekä teorian että käytännön kannalta. Tutkimuksen aineistona olivat asiakashaastattelut, asiakastyytyväisyyskyselyt sekä oma kuuden kuukauden työkokemus kyseisessä liikkeessä.

Hyvä asiakastyytyväisyys on yritykselle erittäin tärkeää, sillä tyytyväiset asiakkaat pitävät yrityksen toiminnassa. Yrityksen on toimittava asiakkaiden ehdoilla, sillä muuten asiakastyytyväisyys alkaa nopeasti laskea. Tyytyväiset asiakkaat tuovat yritykselle rahaa ja yrityksen maine pysyy hyvänä. Positiiviset kokemukset yrityksen toiminnasta leviävät asiakkaiden välityksellä ihmisille ja asiakaskunta saattaa jopa kasvaa entisestään. Asiakkaiden ollessa tyytyväisiä saamansa palveluun syntyy vakituisia asiakassuhteita.

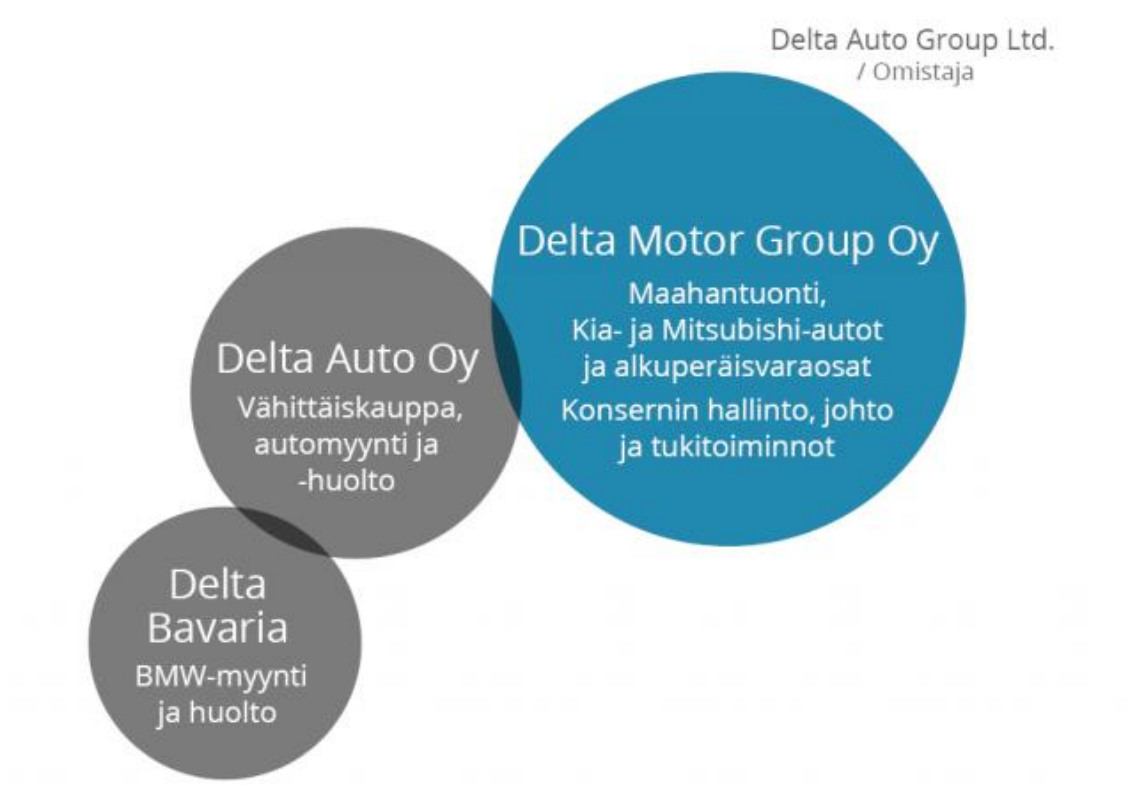
Kaikki nämä asiat ovat tärkeitä yrityksen kestävän toiminnan kannalta, mutta se edellyttää sitä, että asiakkaat ja heidän palvelemisensa on asetettu ykkössijalle. On varmistettava, että asiakaspalvelu on mahdollisimman asiakkaiden toiveiden mukaista. Asiakkaan tulee kokea, että hän on aina tervetullut asioimaan yrityksessä ja että hänen tarpeensa otetaan huomioon. Jotta tämä voisi toimia, yrityksen on oltava sisäisestikin kunnossa. Esimerkiksi hyvä ilmapiiri työpisteissä auttaa pitämään asiakaspalvelunkin laadun hyvänä.

Jyväskylän Delta Auton huoltopuolen asiakaspalvelu käsittää autohuollon ja varaosamyynnin. Huoltomyyjien työtehtäviin kuuluvat pääpiirteittäin auton huoltoaikojen varaaminen asiakkaiden autoille, autojen vastaanottaminen asiakkaan tuodessa autoaan huoltoon, autojen luovutus huollon jälkeen sekä varastotyöskentely ja varaosamyynti. Huoltomyyjät ovat paljon suorassa kontaktissa etenkin yksityisasiakkaiden kanssa. Osa asiakkaista toimivista yrityksistä toimii sen verran kaukana, että yhteistyö on harvemmin kasvokkain tapahtuvaa kanssakäymistä. Yksityisasiakkaat sen sijaan varaavat varaosia tai auton huoltoajoja yleensä puhelimella tai tulevat itse käymään liikkeessä. He myös tulevat hakemaan varaosat yleensä paikan päältä ja tuovat autonsa itse huoltoon.

Asiakkaan hakiessa autoa huollosta, kaikki huollon toimenpiteet käydään läpi asiakkaan kanssa. Myös laskutus tapahtuu yleensä kasvotusten. Tästä johtuen osa asiakkaan kuvasta asiakaspalvelun laadusta muodostuu suorasta kontaktista huoltomyyjän kanssa. Ehkä enemmän asiakkaiden mielikuvaan vaikuttavia tekijöitä ovat huollon työn jälki sekä sovitussa aikataulussa pysyminen, niin huollon kuin asiakkaiden tilaamien varaosien osalta.

## 2 DELTA-KONSERNI

Delta-konserni on konserni, johon kuuluvat vähittäiskauppayhtiö Delta Auto, maahantuontiyhtiö Delta Motor Group Oy ja Delta Bavaria. Konsernin tavoitteena on tarjota asiakkaille ”parasta paikallista palvelua”. (Delta Motor Group 2016b, 2016c.)



KUVIO 1. Delta-konsernin organisaatio (Delta Motor Group 2016b.)

### 2.1.1 Delta Auto

Delta Auto on autoliikeketju, joka toimii 25 pisteessä ympäri Suomea. Kokonaisuutena Delta Auto työllistää noin 500 työntekijää. Delta Auto myy ja tarjoaa merkkihuoltoa Mitsubishi-, Mazda-, Opel- ja Kia-merkkisille autoille. Näiden lisäksi Delta tarjoaa merkkihuoltoa myös Saab- ja Chevrolet-merkkisille autoille. Delta Auto tarjoaa myös varaosamyyntiä näille automerkeille. Deltalle voi periaatteessa tuoda huoltoon minkä tahansa automerkin, mutta tällöin ei ole kyse merkkihuollosta. (Delta Motor Group

2016a.) Jyväskylän Delta Auto myy Mazda-, Kia- ja Mitsubishi-merkkisiä autoja ja tarjoaa näille merkeille merkkihuolto- ja varaosapalveluja (Oma työkokemus 2015).

Deltan pisteissä myydään myös kaiken merkkisiä vaihtoautoja, ja se onkin yksi maailman suurimmista vaihtoautojen myyjistä. Osa Delta Auton vaihtoautoista ovat niin sanottuja Helmi-vaihtoautoja. Helmi-vaihtoautolla tarkoitetaan laatuyksilöä, johon on vaihtoautotarkastuksen yhteydessä tehty 111-kohdan tarkistusohjelma. (Delta Motor Group 2016a.)

### **2.1.2 Delta Motor Group Oy ja Delta Bavaria**

Delta Motor Group on brittiläisen pääomasijoitusyhtiön Delta Auto Group Ltd:n omistuksessa ja työllistää kaikkiaan noin 90 työntekijää. Suomessa Delta Motor Group Oy hoitaa Kian ja Mitsubishin alkuperäisvaraosien maahantuonnin. Alun perin Delta Motor Group perustettiin vuonna 1937, ja se on jatkanut toimintaansa siitä lähtien. Vuonna 2004 yhtiö toi Kian suomeen. Vuonna 2011 Delta aloitti Mitsubishin maahantuonnin ja se olikin onnistunut liike, sillä merkin markkinaosuus kasvoi jo ensimmäisenä myyntivuonna jopa 62 %. (Delta Motor Group 2016a.)

Delta-konserniin kuuluu myös Delta Bavaria, joka myy BMW-merkkisiä autoja sekä tarjoaa niille huoltopalveluita. Delta Bavaria ei ole ollut toiminnassa vielä kovin pitkään, sillä sen toiminta alkoi Lahdessa vasta vuonna 2013. Delta Bavaria toimii tällä hetkellä vain Etelä-Suomessa: nykyisin Delta Bavarialla on myynti- ja huoltopisteet Lahden lisäksi myös Lappeenrannassa ja Kouvolassa. (Delta Motor Group 2016a.)



### 3 ASIAKASPALVELU

#### 3.1 Mitä on asiakastyytyväisyys ja hyvä asiakaspalvelu

Asiakastyytyväisyys tarkoittaa asiakkaan tyytyväisyystasoa saamaansa asiakaspalveluun ja firman toimintaan kokonaisuutena. Asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttavat paitsi asiakkaan kokemukset saamastaan palvelusta, myös asiakkaan ennako-odotukset ja niiden täyttyminen. Yrityksen tavoitteena on pitää asiakkaan odotukset sopivalla tasolla palvelua kohtaan. Odotukset eivät saisi olla liian korkealla eivätkä liian matalalla, sillä liian korkeat odotukset saattavat helposti johtaa asiakkaan pettymiseen hyväänkin asiakaspalveluun. Yritys pyrkii täyttämään asiakkaan odotukset palvelun laadusta niin, että asiakas saa odotettua parempaa palvelua. Tällöin asiakas on yleensä erittäin tyytyväinen saamaansa palveluun. (E-Conomic 2016.)

Autoalalla nämä odotukset liittyvät auton huoltoon ja varaosien ostamiseen. Asiakas olettaa, että hänen huoltoon tuoma autonsa valmistuu ajallaan ja kaikki sujuu kuten pitääkin. Myös varaosia tilannut asiakas olettaa toimituksen saapuvan sovitun ajan kuluessa. Jos kaikki ei menekään kuten pitäisi, asiakas saattaa pettyä. Kaikki viivästykset tai muut vastoinkäymiset eivät aina ole yrityksestä johtuvia, mutta jos kyseessä on jokin korjaamoketjun sisällä tapahtuneista virheistä, se vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen. (Oma työkokemus 2015.)

#### 3.2 Hyvä asiakaspalvelu yrityksen toiminnan perustana

Asiakaspalvelun laatu on suoraan yhteydessä asiakastyytyväisyyteen, joten sitä voidaan pitää koko yrityksen kestävyuden perustana. Hyvässä asiakaspalvelutilanteessa hyötyvät sekä asiakas että yritys. Kun asiakas kokee saavansa hyvää palvelua, on todennäköistä, että hän tulee asioimaan yrityksessä myös jatkossa. Tästä voi parhaassa tapauksessa syntyä pitkäaikainen kumppanuussuhde, mikä on yritykselle erityisen tärkeää. Yritys hyötyy siitä taloudellisesti, mutta ennen kaikkea se saa hyvän maineen. Hyvä maine leviää nykyään hyvin helposti, etenkin internetin välityksellä, ja sen avulla yrityksellä on mahdollista saada edelleen lisää asiakkaita. Maineen nopean leviämisen varjopuole-

na on se, että myös huono maine leviää nopeasti, mikä taas johtaa helposti asiakkaiden vähenemiseen. (Aarnikoivu 2005, 14.)

Nykypäivän yrityksessä asiakaskeskeisyyttä voidaan pitää melkein päällimmäisenä ehtona. Asiakaskeskeisyydellä tarkoitetaan sellaista palvelutoimintaa, jossa asiakkaan tarpeet ovat etusijalla. Asiakkaat käyvät yhä vaativammiksi ja haluavat entistä parempaa palvelua, mutta samaan hintaan kuin ennenkin. Yrityksen on siis pystyttävä muuttumaan asiakkaan mukana. Jos näin ei tapahdu, yrityksellä ei ole juuri toivoa pysyä kilpailussa mukana. Asiakkaiden vaatimus saattaa tehdä tilanteen hankalaksi, sillä hyvä palvelu ja halpa hinta kulkevat harvoin käsi kädessä. Palvelun hinnan on oltava vähintäänkin kilpailukykyinen muiden saman alan yritysten hintojen kanssa, sillä muutoin asiakas saattaa helposti vaihtaa toiselle palveluntarjoajalle. Joskus ainoa mahdollisuus palvelun hinnan alenemiseen on palvelun laadun huonontaminen. Tämä saattaa auttaa, sillä halvemmalla hinnalla asiakas ei välttämättä odotakaan aivan viiden tähden palvelua. Toisaalta palvelun laadun alentaminen on riski yrityksen jatkuvuuden kannalta, etenkin jos palvelun laatu laskee selvästi alemmaksi kuin muilla saman alan yrityksillä. Yrityksen ainoa tavoite on tuottaa voittoa, ja tämä on suoraan yhteydessä asiakastyytyväisyyteen. Mitä tyytyväisempiä asiakkaat ovat, sitä enemmän on myös pysyviä, pitkäaikaisia asiakassuhteita. (Aarnikoivu 2005, 14-15.)

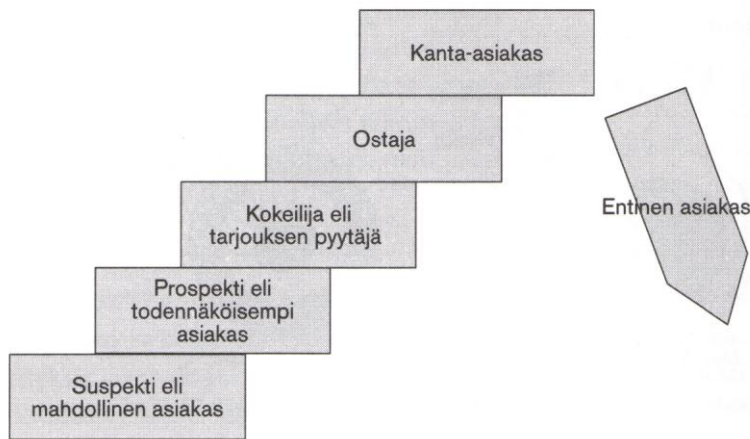
### **3.2.1 Kilpailu kiristyy yritysten välillä**

Asiakkaan pitäminen kanta-asiakkaana on yhä vaikeampaa, sillä kilpailu yritysten välillä kiristyy koko ajan. Yritykset kilpailevat keskenään hinnalla ja palvelun laadulla. Eri-laisilla tarjouksilla ja mainonnalla pyritään houkuttelemaan asiakkaita yritykseen. Yrityksen on pystyttävä tarjoamaan asiakkaalle jotain sellaista, joka houkuttelee asiakasta paikalle. Sen on kyettävä erottumaan joukosta, mikä ei aina ole helppoa, etenkin jos samassa kaupungissa on paljon muita saman alan yrityksiä. On hyvin todennäköistä, että samassa kaupungissa on vähintään kaksi yritystä jotka tarjoavat jokseenkin samoja palveluja. (Aarnikoivu 2005, 25.)

Koska pelkkä halpa hinta ei aina välttämättä riitä asiakkaan pitämiseen, voidaan melkein päällimmäisenä ehtona valttikorttina pitää asiakaspalvelun laatua. Vaikka asiakas pitääkin palvelun edullista hintaa tärkeänä, hän valitsee kuitenkin usein palvelupaikakseen sen, jos-

sa häntä kohdellaan parhaiten. Esimerkkinä voitaisiin ottaa tilanne, jossa saman kunnan sisällä sijaitsee kaksi saman automerkin merkkikorjaamo. Kummankin liikkeen tarjoamat palvelut ovat täsmälleen samat, mutta toinen liikkeistä tarjoaa autonhuollon hieman halvemmalla hinnalla kuin toinen. Halvemman huollon tarjoaja sijaitsee lähempänä asiakasta, mutta kalliimpi liike on huomattavasti pidemmän matkan päässä. Asiakas on asioinut kummassakin liikkeessä ja on havainnut, että kalliimmassa liikkeessä palvelu on parempaa. Näin ollen asiakas ajaa mielellään autolla hieman kauemmaksi, vaikka se lisääkin polttoaine- ja auton huoltokustannuksia. Pienemmillä paikkakunnilla liikkeen vaihtaminen ei aina ole yhtä helppoa, sillä on todennäköistä, että tietyille automerkille on vain yksi merkkikorjaamo. Tällöin korjaamon vaihtaminen edellyttäisi asiakkaalta automerkin vaihtamista tai ajamista toiselle paikkakunnalle. Tämä vaatii yleensä jo paljon painavamman syyn kuin vain lievän tyytymättömyyden autokorjaamon palveluun. (Aarnikoivu 2005, 25.)

Asiakaspalvelu onkin nykyään yhä suurempi osa yrityksen markkinoinnista. Enää ei riitä pelkästään tuotemarkkinointi. Henrietta Aarnikoivu on lainannut kirjassaan ”Onnistu asiakaspalvelussa” vuonna 1999 tehtyä tutkimusta, jonka mukaan asiakkaan menettämiseen on jopa 68 prosentissa tapauksista syynä huono asiakaspalvelu ja asiakkaan huono kohtelemine. Tuotteiden heikko tekninen laatu on syynä vain 14 prosentissa tapauksista. Tämä oli vuonna 1999, mutta nyt vuonna 2016 on osuus luultavasti vieläkin suurempi. Nykytilanteessa yritykselle on tärkeämpää asiakkaiden laatu kuin niiden määrä. Käytännössä vain kanta-asiakkaat voivat varmemmin taata yritykselle hyvän tulevaisuuden. Suuri määrä satunnaisesti yrityksessä asioivia asiakkaita saattaa parantaa yrityksen menestystä hetkellisesti, mutta se ei takaa jatkuvaa menestystä. Yritysten keskinäisessä kilpailussa on yksinkertaistettuna kyse kanta-asiakkaiden haalimisesta. Asiakas on ensin saatava asioimaan yrityksessä, minkä jälkeen asiakassuhdetta on vaalittava ja koetettava jatkuvasti parantaa. Asiakkaan luottamusta yritykseen rakennetaan vähitellen. Luottamus kasvaa pikkuhiljaa ja lopulta hän asioi yrityksessä säännöllisesti. Lopulta jokin johtaa aina asiakkaan menettämiseen, oli syynä sitten paikkakunnalta muuttaminen, pettyminen palvelun laatuun tai kuolema. (kuvio 1). (Aarnikoivu 2005, 21-22.)



KUVIO 2. Asiakassuhteen kehittyminen yrityksessä (Aarnikoivu 2005, 24.)

Asiakkaan saaminen kanta-asiakkaaksi voi aluksi olla suhteellisen helppoakin, sillä ensivaikutelmat merkitsevät asiakkaalle paljon. Jos asiakas asioi jossakin yrityksessä ensimmäistä kertaa ja on erittäin tyytyväinen saamansa palvelun laatuun, hänen luottamuksena yritystä kohtaan on muodostunut vahvaksi jo heti alussa. Jos luottamus hajoaa jonkin harmillisen tapahtuman myötä, sen uudelleen rakentaminen saattaa olla todella hankalaa. On selvää, että virheitä tapahtuu aika ajoin, sillä kukaan ei ole täydellinen. Jotkut asiakkaat osaavat ottaa tilanteen rauhallisesti, toiset saattavat suuttua. Tällaisessa tapauksessa tapahtunut olisi pyrittävä hyvittämään asiakkaalle, jos se vain on mahdollista. Muutoin on vaarana asiakkaan menettäminen tai ainakin huonon maineen leviäminen. Joskus asiakkaan suuttumus saattaa olla aiheetonkin. Autoalalla asiakkaalle saattaa joskus olla todella hankalaa vakuuttaa, että korjaamolle todella on kahden viikon jono. Asiakas saattaa närkästyä, kun autoa ei voidakaan huoltaa heti, etenkin jos autossa on jokin vika joka estää ajamisen kokonaan. (Oma työkokemus 2015.)

### 3.2.2 Yrityksen maine, hyvä vai huono?

Yrityksen hyvää mainetta voidaan pitää sen elinehtona aivan samalla tavalla kuin asiakaslähtöistä palveluakin. Onnistumisilla ja epäonnistumisilla on suuri vaikutus maineeseen. On tutkittu, että hyvästä palvelusta kerrotaan keskimäärin kolmelle muulle henkilölle, mutta huonosta palvelusta yhdelletoista. Hyvä maine saattaa toimia suorastaan asiakasmagneettina. Yrityksen olisi erityisen tärkeää tiedostaa tämä, sillä se on suoraan yhteydessä laadukkaaseen asiakaspalveluun. Osittain asiaan vaikuttaa myös myytävien

tuotteiden laatu, mutta tuotteiden heikohko laatu ei vielä välttämättä tee yrityksestä huonomaineista. Asiakkaiden saapuminen yritykseen on yhä enemmän sidonnainen yrityksen maineeseen. Mainonnallakin on oma merkityksensä etenkin yrityksen elinkaaren alkuvaiheessa, mutta teot kuitenkin lopulta määrittävät asiakaskunnan laajuuden ja sen kestävyuden. (Aarnikoivu 2005, 22, 33-34)

Sillä, kuinka hyvin asiakkaan kohtaaminen onnistuu asiakaspalvelijalta, on suuri vaikutus yrityksen maineen kannalta. Asiakaspalvelijan ystävällinen käytös vaikuttaa asiakkaan kokemukseen, mutta siihen vaikuttaa myös yrityksen sisäinen organisointi, esimerkiksi palvelupisteen henkilöstön määrä sekä asiakaspalvelijoille annetut ohjeet asiakkaan kohtaamiseen. Henkilöstön riittävän suuri määrä vaikuttaa aina positiivisesti asiakastyytyväisyyteen. Tällöin asiakas ei joudu odottamaan. Yrityksen on oltava erityisen tarkkana, sillä vaikka suurella osalla yrityksen asiakkaista olisikin palvelusta positiivisia kokemuksia, muutama joukossa oleva negatiivinen kokemus saattaa helposti myrkyttää yrityksen mainetta. Huonosti kohdelluksi tulleet asiakkaat eivät useinkaan pidä asiaa omana tietonaan, vaan tieto leviää hyvin helposti. Tämä saattaa aiheuttaa tyytyväisissäkin asiakkaissa sen, että he saattavat harkita asioivansa seuraavan kerran josakin toisessa liikkeessä. (Aarnikoivu 2005, 22, 33-34.)

Hyvä tai huono maine ei aina ole sidoksissa pelkästään asiakkaan kohtaamiseen asiakaspalvelutilanteessa. Asiakaskohtaaminen voi sattua myös työajan ulkopuolella. Tutun asiakkaan tervehtiminen myös liikkeen ulkopuolella on kohteliasta. Samoin asiakasta olisi hyvä tervehtiä liiketiloissa, vaikka varsinaista asiakaspalvelutilannetta ei olisikaan. Asiakkaan kohtaaminen voi tapahtua myös liikenteessä. Firman autoissa on usein mainokset kyljessä, ja asiakas voi muodostaa käsityksensä firmasta myös firman auton ajotavan mukaan. Silmittömästi kaahaava auto ei varmasti anna firmasta hyvää kuvaa sivullisille. Vastaavasti hyvin liikenteessä käyttäytyvä kuljettaja toimii positiivisena mainoksena firmalle. (Pitkänen 2006, 18.)

### **3.2.3 Kiire ei ole koskaan hyväksi**

Monessa nykypäivän yrityksessä on ongelmana se, että yhdelle työntekijöille on jaettu liian suuri määrä tehtäviä. Monelta asiakaspalvelijalta odotetaan korkeaa stressinsietokykyä sekä kykyä hoitaa monta asiaa saman aikaisesti. (Pitkänen 2006, 12.) Esimerkiksi

voidaan ottaa huoltoneuvojan tehtävä. Työ olisi varsin stressitöntä, jos ainoana tehtävänä olisi asiakkaiden kohtaaminen tiskillä eli käytännössä autojen vastaanottaminen ja luovuttaminen. Samaan aikaan on kuitenkin kyettävä vastailemaan saapuviin puheluihin, luettava sähköposteja ja vastattava niihin, laskutettava muita yrityksiä ja mahdollisesti keskusteltava mekaanikkojen kanssa, jos huollossa on ilmennyt vastoinkäymisiä. Jos tämän lisäksi huoltoneuvojan tiskille on jono asiakkaita, on selvää, että osa tehtävistä täytyy jättää myöhempään ajankohtaan. Valitettavasti näissä tilanteissa monta kertaa odottava osapuoli on asiakas, vaikka niin ei saisi olla. Asiakas ei saisi joutua odottamaan, mutta sen toteutuminen on mahdollista vain ideaalitasolla. Esimerkiksi iltapäivän ruuhka voi aiheuttaa sen, että kaikki huoltoneuvojat joutuvat palvelemaan asiakkaita tiskillä samanaikaisesti. Ellei erillistä puhelinpalvelua ole, joutuvat asiakkaat luultavasti odottamaan puhelimen päässä. (Oma työkokemus 2015.)

Suuri osa edellä mainituista tehtävistä on sellaisia, joita asiakas ei näe kohdatessaan asiakaspalvelijan. Tämä saattaa aiheuttaa asiakkaalle epätietoisuuden siitä, otetaanko häntä vakavasti, ja etenkin siitä, kuinka pian hän saa haluamaansa palvelua. Koska samanaikaisesti moneen asiaan keskittyminen hyvin on käytännössä mahdotonta, asiakkaiden palvelujärjestys on erittäin tärkeä asia, jonka kanssa pitää olla erityisen tarkkana, etenkin jos käytössä ei ole vuoronumerojärjestelmää. Asiakas kokee helposti tulevansa syrjityksi, jos hän huomaa, että hänen jälkeensä tullutta asiakasta palvellaankin häntä ennen. Asiakaspalvelijan on siis kyettävä pitämään muita asiakkaita silmällä, vaikka hän sillä hetkellä palvelisikin jotakuta toista. (Pitkänen 2006, 12.)

Hyvään ja asialliseen asiakaspalveluun kuuluu myös se, etteivät stressi, kiire, oman elämän ongelmat tai vaikkapa vaan muuten huono päivä vaikuta asiakkaan kohteluun. Monet edellä mainituista saattavat aiheuttaa pahantuulisuutta, mutta asiakasta on aina kohdeltava niin, että hän saa kohtelustaan positiivisen kuvan. Se ei kuitenkaan tarkoita sitä, että asiakaspalvelijan olisi jatkuvasti oltava teennäinen hymy naamalla, mutta asiakaspalveluun on suhtauduttava aidolla positiivisuudella, jolloin asiakkaalle suunnattu hymykin on aitoa. Itsehillintä on asiakaspalvelussa kaiken A ja O. Monissa palveluammateissa asiakaspalvelijat joutuvat väistämättä kohtaamaan välillä äkäisiä, jopa raivoissaan olevia asiakkaita. Asiakas saattaa olla todella äkäinen ja väittää, että häntä on kohdeltu väärin. (Pitkänen 2006, 28-29.) Etenkin huoltoneuvojan työssä huoltoneuvoja on monta kertaa se, joka joutuu ottamaan huonon palautteen vastaan, vaikka auton huoltotilanteessa mekaanikko olisi tehnyt virheen. Itse asiakaspalvelija saattaa tällaisessa tilan-

teessa olla täysin syytön, mutta hän ei saa missään nimessä menettää hermojaan. Se ei vastaa toimintatapaa jolla yritys haluaa asiakkaitaan kohdeltavan. Takaisin rähjääminen ei koskaan ainakaan paranna tilannetta. Lisäksi huoltoneuvojan rauhallinen käytös usein lopulta vaikuttaa rauhoittavasti myös asiakkaaseen. Lopulta monet tilanteet selviävät yleensä rauhallisella keskustelulla. (Oma työkokemus 2015.)

Asiakaspalveluun on suhtauduttava nöyrällä asenteella. ”Kuuntele asiakasta. Anna hänen purkaa tunteensa. Älä keskeytä asiakkaan puhetta tai vähättele hänen kokemuksiin.” Nämä kaikki ovat hyviä ohjeita asiakaspalveluun, mutta on muistettava, että liika nöyristelykään ei ole hyväksi. Asiakkaan mielipiteen ei saisi liikaa antaa vaikuttaa omaan tekemiseen, sillä firman linjoissa on pysyttävä. On toki olemassa sanonta ”asiakas on aina oikeassa”, mutta tämä ei aina pidä paikkaansa. (Pitkänen 2006, 30-31.) Esimerkiksi voitaisiin ottaa tilanne, jossa asiakas tuo auton huoltoon ilmoittaen, että autossa on ”se ja se” vika. Lausunto pitää kyllä ottaa huomioon, mutta ongelmaa ei saa alkaa ratkoa pelkästään sen pohjalta. Ongelmalliseksi tilanne muodostuu siinä vaiheessa, kun korjaamalla autoon vaihdetaan asiakkaan vialliseksi ilmoittama osa, mutta vika ei korjaannukaan sillä. Asiakkaalle ei kelpaa selitykseksi ”vaihdoin juuri sen osan, jossa sanoitte vian olevan”, sillä asiakas olettaa, että merkkikorjaamo tuntee auton niin hyvin, että vian todellinen aiheuttaja löytyy. (Oma työkokemus 2015.)

### **3.2.4 Asiakas arvostaa rehellisyyttä**

Rehellisyys on yksi tärkeimpiä asioita asiakaspalvelussa. Juuri siihen perustuu lähes koko asiakkaan luottamus yritystä kohtaan. Asiakas saattaa lähtötilanteessa olla epäluuloinen, ennen kuin luottamussuhde on rakentunut. Lupaukset ovat pyhiä, ja ne on pyrittävä aina pitämään, sillä muuten koko luottamussuhdetta ei pääse kehittymään lainkaan. Epäluuloinen asiakas ei ole yritykselle hyödyllinen. Jos jostakin asiasta ei voida olla täysin varmoja, sitä ei pidä mennä lupaamaan. Lupausta tehdessä on myös muistettava varmistaa, että asiakas varmasti ymmärtää asian niin kuin asiakaspalvelija on sen tarkoittanut. Näin vältetään väärinkäsityksiltä, eikä asiakas koe tullessa petetyksi. Joissakin tapauksissa voi olla hyvä, että lupauksesta tehdään kirjallinen vahvistus. (Pitkänen 2006, 40-41.) Esimerkiksi juuri autoalalla kaikki sovitut asiat merkitään työmääräykseen, jotta epäselvyyksiä ei pääse syntymään. Mekaanikko voi helposti lukea työmääräykseltä, mitä autoon saa tehdä ja mitä ei. (Oma työkokemus 2015.)

Jos sattuu käymään niin, että asiakkaalle tehtyä lupausa ei pystytäkään pitämään, siitä on heti ilmoitettava asiakkaalle ja pahoiteltava tilannetta. Lisäksi tilanne kannattaa hyvittää asiakkaalle, vaikka se saattaisikin olla taloudellisesti tappiollista. Asiakas kuitenkin kokee silloin, että virhettä pahoitellaan tosissaan, ja on todennäköistä, että hän asioi yrityksessä vielä jatkossakin. Ratkaisu on yleensä pidemmällä aikavälillä kannattava. (Pitkänen 2006, 40-41.) Korjaamalla saattaa joskus käydä niin, että asiakas ei saakaan autoaan takaisin luvatussa ajassa. Syynä voi olla esimerkiksi jonkin varaosan saapuminen myöhässä tai jokin muu korjaamalla sattunut virhe. Tässä tapauksessa on kohteliasta tarjota asiakkaalle sijaisauto ilmaiseksi käyttöön, kunnes auto saadaan palautettua asiakkaalle. Jos kyseessä on mekaanikon tekemä virhe, ylimääräisestä työstä ei saisi koitua asiakkaalle lisäkustannuksia vaan se kuuluisi laittaa korjaamon laskuun. Asiakkaalle alussa annetun hinta-arvion on aina pidettävä paikkansa, ellei asiakkaalta kysytä lupaa lisätoimenpiteisiin. Jos jokin osa vaihdetaan autoon ilman asiakkaan antamaa lupaa, asiakas ei ole siitä maksuvelvollinen. Edes auton ajokelvottomuus ei muuta tilannetta. Jos asiakas ei anna korjata vikaa, sitä ei silloin korjata. (Oma työkokemus 2015.)

Rehelligesti toimiva yritys on aina asiakkaiden suosiossa. Joissakin tilanteissa yritys saattaa joutua uhraamaan omasta tuottavuudestaan pitääkseen asiakkaan tyytyväisenä. Joskus saattaa tulla tilanne, jossa asiakasta neuvotaan käymään kilpailevan yrityksen pisteellä, jos jotakin hänen tarvitsemaansa tavaraa ei sillä hetkellä ole varastossa. Tämä ei välttämättä ole suoraan taloudellisesti kannattavaa, mutta se antaa asiakkaalle rehelligisen kuvan. Yhtä hyvin saman tilanteen voisi hoitaa toteamalla vain että ”valitettavasti tuotetta ei ole nyt varastossa”. Tässä lauseessa ei suoranaisesti ole mitään epäkohteliasta, mutta se ei aiheuttaisi asiakkaalle samanlaista hyvän palvelun tunnetta. Voihan olla, että asiakas tämän kuultuaan tilaisikin osan yrityksen kautta, mutta yhtä hyvin hän saattaisi kierrellä muita alan liikkeitä ja ostaa osan muualta. Näin lopputulos olisi sama, mutta asiakkaalle jäisi tilanteesta erilainen kuva. (Pitkänen 2006, 41.)

### **3.2.5 Asiakkaan kohtelu**

Asiakaspalvelutilanteessa on hyvä osata lukea asiakkaan mielentilaa. Jo valmiiksi pahantuulista ja varautunutta asiakasta on syytä kohdella erityisen hienovaraisesti. Hienotunteisuus on kuitenkin muistettava kaikkien asiakkaiden kanssa. Asiakkaan henkilö-



kohtaisista asioista olisi keskusteltava sellaisella äänenvoimakkuudella, etteivät muut sivulliset sitä kuule. Jos asiakas esimerkiksi esittää jonkin asiansa kuiskaamalla, on kohdeltiin kuiskata takaisin. Asiakkaan on tunnettava olonsa turvalliseksi palvelutilanteessa. Asiakaspalvelijasta tulisi tulla asiakkaalle sellainen kuva, että hänelle voi kertoa mitä tahansa häpeilemättä. (Pitkänen 2006, 44-45.) Autoalalla asiakkaalla ei useinkaan ole tarvetta kertoa mitään kovin henkilökohtaista, mutta jotkin asiat saattavat silti olla sellaisia, joista hän ei tahdo muiden tietävän. (Oma työkokemus 2015.)

On hyvä muistaa, että asiakkaan kanssa väittelyä olisi syytä välttää. Eteen voi tulla tilanteita, joissa asiakaspalvelija on asiakkaan kanssa aivan eri mieltä. Mielenpitemen voi kyllä ilmaista, mutta sekin kannattaa tehdä hienotunteisesti. On tosin tapauksia, joissa asiakaspalvelijan on oltava ehdoton. Autokorjaamon asiakaspalvelija ei voi luovuttaa päihtyneelle asiakkaalle autoa, sillä se on lainvastaista. Näissäkään tilanteissa ei ole syytä kiihtyä asiakkaan suuttumuksesta huolimatta, vaan asia on esitettävä jämäkästi ja perääntymättä. (Pitkänen 2006, 45.)

### **3.2.6 Etäviestintä yhä suuremmassa osassa**

Asiakasta lähestyttäessä on aina mietittävä paras menetelmä. Tietoliikenteen sähköistämisen ansiosta asiakkaan tapaaminen kasvotusten ei enää ole ainoa tapa. Nykypäivänä sähköinen viestintä on suuri osa asiakaspalvelua. Sähköpostilla hoidetaan paljon asioita, ja joillakin autokorjaamoilla on nettisivuilla ajanvarausmahdollisuus. Myös puhelimen käyttö on viimeisen parinkymmenen vuoden aikana noussut suurempaan osaan, sillä lähes jokainen yksityisasiakaskin omistaa nykyään matkapuhelimen. (Pitkänen 2006, 101-102.)

Asiakasta lähestyttäessä on mietittävä, mitä viestintätapaa milloinkin kannattaa käyttää. Kiireisimmät asiat voi hoitaa puhelimella ja kasvotusten. Sähköposti ei ole yhtä nopea, mutta se mahdollistaa hyvin asioiden tarkan selostuksen. Nopeat sähköposteihin vastaaminen ja helppo tavoitettavuus puhelimella antavat asiakkaalle hyvän kuvan palvelun laadusta. (Pitkänen 2006, 101-102.)

### 3.2.7 Työpaikan ilmapiiri vaikuttaa

Negatiivinen ilmapiiri työpaikalla ei ole koskaan hyvä asia. Se tarttuu helposti työntekijästä toiseen ja aiheuttaa sen, että energiaa tuhlautuu liikaa erilaisten suojamuurien rakentamiseen työntekijöiden ympärille sen sijaan, että energia kohdistuisi itse työn tekemiseen. Negatiivinen ilmapiiri ruokkii helposti riitoja, ja huomio kohdistuu helposti turhaan virheisiin ja syyllisten etsintään. Työteho siis kärsii huomattavasti, joka taas vaikuttaa suoraan firman tulokseen. Tässä tapauksessa se vaikuttaa myös asiakaspalvelun laatuun. Vastaavasti voidaan sanoa, että positiivisuus tarttuu yhtä lailla, vaikutukset vaan ovat päinvastaiset. Positiivisuus vapauttaa työntekijöitä, sillä virheistä rankaisemista ei tarvitse pelätä. Se lisää oma-aloitteisuutta ja innovatiivisuutta. Tämän takia siihen kannattaakin panostaa aivan erityisesti. Se on yksi työpaikan tärkeimmistä asioista. (Pentikäinen 2009, 12-13.)

Esimies voi omalla käytöksellään vaikuttaa työpaikan ilmapiiriin paljonkin, sillä työntekijät toimivat usein peilinä esimiehen toiminnalle. Sanonta ”minkä kylvää, sen niittää” pätee hyvin myös tässä asiayhteydessä. Alaisia kannattaa kohdella hienotunteisesti, kuten asiakkaitakin. Jos esimies onnistuu positiivisella asenteellaan motivoimaan alaisia, se näkyy varmasti myös työn jäljessä. Tässä tapauksessa se näkyy asiakaspalvelussa, mikä taas vaikuttaa suoraan asiakastytyväisyyteen. Työpaikalla kuuluisi olla sellainen ilmapiiri, että kenenkään ei tarvitsisi pelätä mielipiteensä sanomista. (Pentikäinen 2009, 12-13.)

## 4 ASIAKASPALVELU JYVÄSKYLÄN DELTA AUTOLLA

### 4.1.1 Huolto

Tämä osio käsittelee asiakaspalvelua Jyväskylän Delta Autolla. Asiakaspalvelu Deltalla liittyy autojen huoltoon ja varaosamyyntiin. Samassa rakennuksessa toimii myös automyynti. Asiakaspalvelu alkaa yleensä siitä, kun asiakas varaa autolleen huoltoajan joko puhelimitse, tai käy varaamassa sen paikan päällä. Asiakkaalta kysytään ensimmäisenä yleensä auton rekisterinumero, jonka jälkeen rekisterinumero syötetään AutoMaster-järjestelmään. AutoMasterista nähdään, onko kyseinen auto käynyt jo aikaisemmin Deltalla huollossa. Jos ei ole, auton tiedot voidaan hakea AutoMasteriin netin kautta. Samalla asiakkaalta yleensä kysytään puhelinnumeroa ja sähköpostiosoitetta, jotta asiakkaaseen voidaan tarvittaessa ottaa yhteyttä. Jos auto on jo käynyt Deltalla huollossa, näkee AutoMasterista paitsi asiakkaan ja auton tiedot, myös huoltohistorian. Huoltohistorian perusteella voidaan esimerkiksi päätellä, mikä vuosihuolto autoon pitää seuraavaksi tehdä. (Oma työkokemus 2015.)

AutoMasterista nähdään myös kalenteri, joka näyttää milloin on seuraavan kerran vapaata aikaa auton huoltamiseen. Asiakkaalle ehdotetaan ensimmäistä vapaa-aikaa, ja jos se ei sovi, parhaiten sopiva aika. Tämän jälkeen asiakas tuo auton sovittuna ajankohtana. Luovutusvaiheessa asiakas antaa auton avaimet. Asiakkaalle selostetaan huollon aikana tehtävät toimenpiteet ja kerrotaan huollon kustannusarvio. Tässä vaiheessa kannattaa vielä varmistaa asiakkaan puhelinnumero, jotta hänelle voidaan ilmoittaa huollon valmistumisesta tai mahdollisista vastoinkäymisistä. Lopuksi AutoMasterista tulostetaan vielä työmääräin, jossa näkyvät kaikki huollon toimenpiteet. Asiakkaalta pyydetään paperiin allekirjoitus, jotta välttyttäisiin myöhemmiltä väärinkäsityksiltä siitä, mihin asiakas on suostunut ja mihin ei. Tämän jälkeen tulostettu työmääräin ja avaimet jätetään muovitaskussa odottamaan hyllykköön, josta mekaanikko noutaa ne, kun huolto alkaa. (Oma työkokemus 2015.)

Ennen kuin asiakas tuo auton huoltoon, työmääräimen luomisen lisäksi on täytynyt tehdä muitakin valmisteluja. Autoon on täytynyt tilata tarvittavat varaosat, jotta ne olisivat mekaanikolle valmiina, kun niitä tarvitaan. Varaosat tulevat yleensä perille seuraavana päivänä tilauksesta, jos niitä löytyy Suomen päävarastosta. Jos osia joudutaan tilaamaan

ulkomailta, toimitusaika on pidempi. Tämä on otettava huomioon jo ajanvaraustilanteessa. Aikaa ei kannata varata kovin aikaiseen ajankohtaan, jos on tiedossa, että osien toimittaminen kestää kauan. Kaikkia osia tarvitse tilata, sillä varastosta löytyvät perusosat yleensä suoraan hyllystä. Perusosat ovat sellaisia, joita menee lähes jokaisen huollon yhteydessä, kuten öljynsuodattimet, sytytystulpat ja muut sellaiset. Jos auto on tulossa aivan perusvuosihuoltoon, ei välttämättä tarvitse tilata mitään. Korjaukseen tuleviin autoihin joutuu yleensä tilaamaan enemmän. (Oma työkokemus 2015.)

Kun tilatut varaosat saapuvat aamulla, on aivan ensimmäisenä tehtävänä tarkastaa rahtikirjoista, että kaikki kollit on toimitettu perille. Joskus saattaa käydä niin, että jokin kolleista on jäänyt kuljetusfirman terminaaliin. Asia selviää yleensä soittamalla. Jos kuorma on päällisin puolin kunnossa, on seuraavana tehtävänä kuorman purku ja sisällön tarkastaminen. Kuorman mukana tulevat aina tilauslistat, joihin on merkitty kaikki osat, jotka oli tilattu. Ensimmäisenä tarkastetaan, että kaikki listoissa näkyvät osat ovat kuormassa. Jos jokin osa puuttuu, siitä on ilmoitettava keskusvarastolle. Tällöin kuormasta jäänyt osa saadaan yleensä seuraavana päivänä perille. Kun osat on käyty läpi, voidaan kuorma ”ostaa sisään” AutoMasteriin. AutoMasterissa on varaosaosio, joka näyttää paitsi varaston varaosasaldot, myös tehdyt tilaukset. Jokaisessa tilauslistassa on tilausnumero, jonka avulla avoimen tilauksen löytää AutoMasterista helposti. Avoin tilaus tarkoittaa sitä, että tilaus näkyy AutoMasterissa tehtynä, mutta sitä ei ole kuitattu vastaanotetuksi. Avoin tilaus klikataan auki AutoMasterissa, jossa näkyvät vielä tilatut osat listana, sekä niiden sisäänostohinnat ja tilauksen kokonaissumma. Tässä vaiheessa kannattaa vielä tarkistaa, että koneella näkyvän tilauksen osalista vastaa kuorman mukana tullutta paperilistaa. (Oma työkokemus 2015.)

Jos kaikki on kunnossa, tilaus ostetaan sisään. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että tilaus kuitataan vastaanotetuksi, jolloin tilauksen sisältämät varaosat muuttuvat varaston saldolle näkyviksi. Jos tilauksessa olisi esimerkiksi 10 kappaletta Mitsubishin öljynsuodattimia ja varaston saldo olisi alun perin 5, sisäänoston jälkeen saldo olisi 15. Kun tilaukset on kuitattu vastaanotetuiksi, osat ovat myytävissä AutoMasterin kautta tarpeen mukaan. Kuormaa purettaessa osa varaosista menee hyllyyn, osa suoraan huollettaviin ja korjattaviin autoihin. Varaosiin on yleensä tarralapulla merkitty sekä varaosanumero että tieto siitä mihin se menee. Jos osa menee hyllyyn, siinä on hyllypaikka, jos taas autoon, tarrassa lukee usein rekisterinumero. Autoihin suoraan menevät osat myydään AutoMasterin kautta työmääräimelle. Osien hinnat näkyvät myös työmääräimellä suo-

raan, jolloin ne on helppo laskuttaa asiakkaalta. AutoMaster myös laskee automaattisesti yhteen työmääräimellä olevien varaosien summat. (Oma työkokemus 2015.)

Auton huoltoon tarvittavat osat kerätään valmiiksi laatikkoon mekaanikkoa varten. Laatikko nostetaan hyllyyn ja siihen teipataan kyseisen auton tulostettu työmääräin, jossa näkyy auton rekisterinumero. Tämä helpottaa kuorman purkua, sillä kun koneelta nähdään, että autoon X ovat menossa tietyt osat, ne on helppo käydä suoraan viemässä auton keräilylaatikkoon. Jos keräilyä ei ole vielä aloitettu kyseiselle autolle, samassa hyllyssä jossa keräilylaatikoitakin pidetään, on numeroituja lokeroita. Osat voi laittaa johonkin lokeroon ja kirjoittaa työmääräimelle missä lokerossa ne ovat. Silloin ne on helppo poimia sieltä keräilyvaiheessa. Osiin kannattaa kirjoittaa tussilla mahdollisimman näkyvästi vielä auton rekisterinumero, vaikka se lukisikin varaosatarrassa jo valmiiksi, sillä se helpottaa osien löytämistä ja aikaa säästyy. Kun asiakas tuo autonsa huoltoon, mekaanikko pääsee aloittamaan huollon täsmälleen sovitulla kellonlyömällä, jos kaikki on mennyt kuten pitääkin. (Oma työkokemus 2015.)

Mekaanikko suorittaa huollon yhteydessä aina autoon myös kuntotarkastuksen. Tarkastuksen tarkoituksena on selvittää, onko autossa joitakin muita vikoja jotka eivät ole aikaisemmin tulleet esille. Esimerkiksi jarruletkujen vaihto ei kuulu jokaiseen huoltoon, mutta jos niissä on selvästi havaittavissa halkeamia, ne olisi syytä vaihtaa. Tällöin asiakkaalle soitetaan ja ilmoitetaan löytyneestä lisäviasta. Asiakkaalta kysytään lupa osan vaihtamiseen, ja esitetään uusi kustannusarvio. Jos asiakas antaa luvan, osa vaihdetaan. Jos lupaa ei tule, asia jätetään sikseen. Koskaan ei asiakkaalle saa tulla lisäkustannuksia ilman hänen suostumustaan. Jos jokin asia tehdään autoon ilman asiakkaan lupaa, korjaamo on korvausvelvollinen siitä aiheutuvista kustannuksista. Täytyy muistaa, että vaikka autossa olisi kuinka kriittinen vika, ei sekään muuta asiaa. Yritys toimii kuitenkin aina asiakkaan ehdoilla. Huollon valmistuttua mekaanikko kuittaa sen auton huoltokirjaan ja ajaa auton parkkipaikalle odottamaan asiakasta. Asiakkaalle yleensä soitetaan, että auto on valmis ja noudettavissa. (Oma työkokemus 2015.)

Asiakkaan tullessa noutamaan autoa hänen kanssaan käydään vielä kerran läpi korjauksen tai huollon toimenpiteet. Asiakkaalle näytetään selkeästi eri huoltotoimenpiteistä ja varaosista tulleet erilliskustannukset sekä kokonaiskustannus. Lisäksi asiakkaalle kerrotaan, jos mekaanikko on tehnyt työmääräimelle joitakin merkintöjä huollosta. Jos huollon aikana on sattunut jokin virhe, sitä pyritään pahoittelemaan asiakkaalle tosissaan.

Asiakkaan täytyy kokea, että tapahtuneesta ollaan oikeasti pahoillaan. Yksi keino hyvittää tapahtunutta on antaa hieman alennusta huollosta tai korjauksesta. Tämä yleensä auttaa asiakasta leppymään, vaikka hän onkin alussa ollut kovin tuhtunut. Kovin suurta alennusta ei yleensä voi antaa, mutta alkuperäistä hintaa voidaan laskea jonkin verran. Huollon hinnasta riippuu, kuinka paljon alennus on euroissa. Pääsääntöisesti alennus on annettava niin, että se ei tuota yritykselle tappiota. Tavoitteena on toki aina, ettei mitään virhettä sattuisi missään vaiheessa ja kaikki menisi hyvin. Tällöin auto voidaan luovuttaa asiakkaalle ilman anteeksipyytelyitä ja asiakas on yleensä tyytyväinen. Kun kaikki tarvittava on käyty läpi, asiakasta laskutetaan ja hänelle luovutetaan auton avaimet. Tässä vaiheessa asiakkaalle kannattaa jo alustavasti mainita seuraavan vuosihuollon ajankohdasta, jotta hän osaa sitten varautua ajoissa. (Oma työkokemus 2015.)

#### **4.1.2 Varaosamyynti**

Varaosamyynti kuuluu myös huoltoneuvojen työtehtäviin Delta Autolla. Prosessi alkaa siitä, kun asiakas soittaa tai paikan päällä kysymässä haluamaansa osaa. Jos osaa löytyy varastosta, se voidaan myydä hänelle heti. Muussa tapauksessa osa on tilattava. Asiakkaalle voidaan ilmoittaa jo tässä vaiheessa osan arvioitu toimitusaika. Jos toimitusaika jostakin syystä on pidempi kuin asiakkaalle esitetty arvio, asiakkaalle on kohteliasta soittaa ja ilmoittaa viivästymisestä. (Oma työkokemus 2015.)

Varaosamyyntiin menevien osien tilaaminen tapahtuu periaatteessa samalla tavalla kuin huoltoa varten tilattavien osienkin. Viitteeseen vain merkitään auton tietojen sijaan varaosamyynnin tiedot kuten asiakkaan nimi ja puhelinnumero. Tämä nopeuttaa prosessia jo kuorman purkuvaiheessa, sillä varaosista näkee heti, minne ne ovat menossa. Kuormassa saapuneista, myyntiin menevistä osista tehdään varaosamyynti AutoMasterissa. Osat myydään sinne, minkä jälkeen varaosamyynnistä tulostetaan lappu, joka viedään varaosien kanssa hyllyyn odottamaan, kunnes asiakas noutaa ne. Kun kaikki asiakkaan tilaamat varaosat ovat saapuneet, hänelle ilmoitetaan siitä joko tekstiviestillä tai soittamalla. Asiakkaalla on myös mahdollisuus valita, noutaako hän osat itse vai lähetetäänkö ne kenties eteenpäin. Joskus asiakkaana saattaa olla vaikkapa Delta Auton toinen piste toisella puolella Suomea, ja jos Jyväskylän Varastosta löytyy jokin osa jota heillä ei ole, se voidaan toimittaa heille Matkahuollon kautta. Jos asiakas noutaa osansa itse, häntä laskutetaan tavallisesti tiskillä. Joissakin tapauksissa voidaan asiakkaan toivomuksesta

lähettää lasku myös postitse. Sähköinen laskutuskin on mahdollista, mutta tämä koskee yleensä vain yrityksiä. Jos yrityksellä on Jyväskylän Delta autolla tili, voidaan lasku lähettää sähköisenä AutoMasterin kautta. Tämä nopeuttaa varaosien noutamista. Lisäksi jos varaosia menee kuukauden aikana paljon samaan yritykseen, on huomattavasti helpompaa, että yritys maksaa ne sitten kerralla. (Oma työkokemus 2015.)

## 5 TUTKIMUSTULOKSET

Tämä kappale käsittelee tutkimustuloksia. Tulokset pohjautuvat haastatteluihin, asiakastyytyväisyyskyselyiden tuloksiin sekä kirjoittajan omaan työkokemukseen. Aineistona on myös Delta Autolta saatu kuvaaja, jossa näkyy asiakastyytyväisyyskyselyiden tulokset kuukausittain hieman yli vuoden ajalta. Delta Autolta saatu kuvaaja koskee vain numeroin annettua palautetta. Tutkimusmateriaalina ei ole ollut tekstiviesteillä mahdollisesti annettu kirjallinen palaute. Kuvaaja on salassa pidettävää materiaalia, joten sitä ei ole lopullisessa julkaisussa. Kysely lähetetään asiakkaalle tekstiviestillä aina kun tämä on asioinut Deltalla. (Oma työkokemus 2015.)

Seuraavassa on suora lainaus tekstiviestin sisällöstä: ”Hyvä asiakkaamme, miten auton (rekisterinumero) huolto vastasi odotuksianne? Vastaa asteikolla 6 (hyvä) -1 (huono). Voit myös antaa muuta palautetta. T. Delta Auto”. Tämän lisäksi asiakkaille lähetetään kyselylomake myös sähköpostitse (Liite 1), jossa asiakkaan mielipidettä kysytään tarkemmin eri osa-alueista. Sähköpostitse lähetettävän tyytyväisyyskyselyn vastauksia ei ollut mahdollista saada tutkimusaineistoon. (Oma työkokemus 2015.)

### 5.1.1 Asiakkaan haastattelu

Haastattelu on tehty Jyväskylän Delta Auton vakituisen asiakkaan kanssa. Asiakkaalle on lähetetty sähköpostitse word-tiedostona valmiit kysymykset, joihin hän on vastannut kirjallisesti (Liite 2). Seuraavassa on koottu tiivistetysti asiakkaan antamia vastauksia. Tässä osiossa ei ole suoria lainauksia asiakkaan kirjoittamista vastauksista, mutta sisältö pysyy kuitenkin samana.

Asiakkaalta kysyttiin, millainen hänen saamansa kokonaiskuva on Jyväskylän Delta Auton asiakaspalvelun laadusta. Asiakas mainitsee, että ostaessaan autoa Delta Autolta, hän sai erittäin hyvää palvelua. Tämän jälkeen hän on ehtinyt käyttää autoa huollossa samassa liikkeessä 3 kertaa. Yksi kolmesta huoltokerrasta jätti asiakkaalle negatiivisen kuvan, joka vaikutti myös asiakkaan kokonaiskuvaan palvelusta. Asiakas mainitsee kuitenkin positiivisena asiana ystävälliset huoltoneuvojat. (Asiakas 1.)



Asiakkaalta kysyttiin myös, mitkä asiat asiakaspalvelussa ovat olleet negatiivisia, ja mitä kannattaisi parantaa. Asiakas mainitsee, että huoltoneuvojen tavoittaminen puhelimella on hankalaa. Lisäksi hän mainitsee auton määräaikaishuollosta, josta jäi negatiivinen kuva. Huollossa oli todettu, että raidetangon pää pitäisi vaihtaa, muuten auto menisi katsastuksesta läpi. Asiakas oli vienyt auton huoltoon, mutta huollosta olikin soitettu, että autoon oli tilattu väärä osa. Asiakkaalle oli ilmoitettu, että osa saapuu luultavasti seuraavan päivän aamupäivällä ja että hänelle ilmoitettaisiin, kun osa on saapunut. Mitään ei kuitenkaan ollut seuraavana päivänä kuulunut, ja asiakas oli soittanut hieman ennen neljää liikkeeseen ja kysellyt osan perään. Autoa ei voinut vielääkään noutaa, sillä osa ei ollut vielääkään saapunut. Kolmantena päivänä asiakas oli saanut kuulla, että varaosa viipyy edelleen, mutta auto olisi kuitenkin noudettavissa. Asiakkaalle ilmoitettaisiin sitten, kun osa on noudettavissa. Vasta tässä vaiheessa asiakkaalle oli selvinnyt, että puuttuva osa ei ollutkaan raidetangon pää, vaan rekisterikilven valo. Osa ei olisi haitannut katsastuksesta läpipääsyä, vaan olisi johtanut ainoastaan korjauskehotukseen. Asiakkaan omien sanojen mukaan hän oli joutunut odottamaan autoaan ihan turhaan, sillä rekisterikilven valon puuttuminen ei estä ajamista. Asiakas oli toivonut turhasta odottamisesta hyvitystä, mutta oli jäänyt epäselväksi, tehtiinkö niin. Asiakas mainitsee myös, että hän joutui itse kaivamaan auton lumihangesta, kun oli lähdössä kotiin. Mielikuva tapauksesta oli jäänyt viheliäiseksi. (Asiakas 1.)

Asiakkaalle oli luvattu ilmoittaa varaosan saapumisesta. Kuukauden päästäkään ei ollut kuulunut mitään, ja asiakas päätti itse soittaa liikkeeseen. Asiakas myös mainitsee tässä yhteydessä, että hän oli yrittänyt soittaa useamman kerran, ennen kuin kukaan vastasi puhelimeen. Kävi ilmi, että varaosa oli saapunut ajat sitten, mutta asiakkaalle ei ollut ilmoitettu mitään. (Asiakas 1.)

Asiakas lisäsi samaan vastaukseen vielä joitakin parannusehdotuksia asiakaspalvelussa. Asiakkaan mielestä huoltotiskillä olisi aina oltava paikalla vähintään yksi huolto neuvoja. Myös puhelimella tavoitettavuutta olisi parannettava. Lisäksi asiakas toivoo, että jos jokin asia menee pieleen, sitä pahoiteltaisiin vuolaammin, tai asiakkaalle voitaisiin antaa rahallista hyvitystä. (Asiakas 1.)

Viimeisenä asiakkaalta kysyttiin, mitä mieltä hän on ollut kanssakäymisistä huoltoneuvojen kanssa, sekä työn laadusta. Asiakas sanoo saaneensa ystävällistä kohtelua ja mainitsee, että jotkut huoltoneuvojat ovat avoimemmin ystävällisiä kuin toiset. Hänen mie-

lestään se liittyy kuitenkin enemmän persoonaan, kuin käytökseen. Myöskään tehtyjen huoltojen laadusta asiakkaalla ei ole mitään pahaa sanottavaa. Asiakkaalta kysyttiin vielä asiakaspalautteen antamisesta, johon hän vastasi, että sähköpostilla lähetettävä asiakaspalautekysely (Liite 1) on hieman liian yksityiskohtainen. Sen täyttäminen vaatii sen verran ajankäyttöä, että hän ei ole aina jaksanut täyttää sitä lainkaan. (Asiakas 1.)

Asiakkaan kertomat kokemukset toimivat hyvänä esimerkkinä siitä, kuinka helposti yksi negatiivinen kokemus vaikuttaa saatuun kokonaiskuvaan. Jos auton ostotilannekin lasketaan mukaan, asiakas on asioinut Jyväskylän Delta Autolla yhteensä 4 kertaa. Näistä vain yksi kerta, eli neljäsosa, on ollut negatiivinen. Silti kokonaiskuva on jäänyt negatiiviseksi. Tämä todistaa jo aikaisemmin teoriaosiossa esille tulleen asian: asiakkaan saaminen tyytymättömäksi ei usein vaadi paljoakaan.

## **5.2 Asiakkaan 2. haastattelu**

Toinenkin asiakas kertoi kokemuksistaan Jyväskylän Delta Auton asiakaspalvelusta. Haastattelu on tehty suullisesti, eikä sitä ole litteroitu. Asiakkaalta kysyttiin, mitä mieltä hän on ollut asiakaspalvelun laadusta. Asiakas sanoi, että ei ole käynyt huollattamassa siellä autoaan, mutta on käynyt joitakin kertoja ostamassa sieltä varaosia. Itse asiakaspalvelutilanteesta hän ei sanonut mitään negatiivista mutta mainitsi asiasta keskustellessamme, että puhelimella oli todella vaikeaa saada ketään kiinni. Hän sanoi soittaneensa Deltalle arviolta 20 kertaa saman päivän aikana, mutta kukaan ei vastannut koko päivänä. Hän kertoi myös maininneensa asiasta jollekin asiakaspalvelijalle paikan päällä, mutta asiaa ei ollut pahoiteltu mitenkään. Asiakas mainitsi ymmärtävänsä, että kiire estää puhelimeen vastaamisen, mutta jos asiasta mainitessa vastaukseksi saa pelkän ”joo”, koko tilanteesta jää huono maku suuhun. Itse varaosamyynti oli mennyt asiakkaan toivomusten mukaisesti; siihen hän oli varsin tyytyväinen. Varaosa oli juuri se, jonka asiakas oli halunnutkin tilata. Varaosa oli myös toimitettu ajallaan, eikä siinä ollut ollut mitään teknistä vikaa. (Asiakas 2.)

Kuten asiakaskin arveli, tähän on luultavasti ollut syynä kova kiire. Kiire ei kuitenkaan selitä sitä, ettei asiaa ollut pahoiteltu. Jos asiakas kritisoi jotakin asiakaspalvelun puutteita, olisi pahoittelu paikallaan. Tämä ei peruuta jo tapahtunutta, mutta antaa asiakkaalle enemmän sellaisen kuvan, että hänet otetaan huomioon. Tästäkin tilanteesta voidaan

nähdä se, kuinka helposti pienikin negatiivinen kokemus vaikuttaa kokonaiskuvaan. Itse varaosan tilaaminen ja myynti oli mennyt juuri kuten pitääkin, mutta asiakasta oli jäänyt harmittamaan se, että huonosta puhelimella tavoitettavuudesta ei ollut oltu pahoillaan. (Oma työkokemus 2015.)

### 5.2.1 Asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset

Vaikka työnjaossa ja työtehtävien priorisoinnissa saattaa olla jonkin verran parannettavaa, tulokset viittaavat pääasiassa siihen, että Delta Auton alimiehitys aiheuttaa suurimman osan ongelmista. Asian puolesta puhuu myös Delta Autolta saatu kuvaaja, joka näyttää asiakastyytyväisyyden vaihteluja vuoden ajalta. Kuvaaja on salassa pidettävää materiaalia, joten sitä ei ole lopullisessa julkaisussa. Kuvaajasta on nähtävissä, että kesällä asiakastyytyväisyys on jonkin verran alempana kuin muina vuodenaikoina. Kesä- ja heinäkuu ovat huonoimpia kuukausia. Marraskuussa tyytyväisyys näyttäisi olevan parhaimmillaan.

Luonnollisesti asiakastyytyväisyydessä tapahtuu kaikissa yrityksissä jatkuvaa vaihtelua, eikä hetkittäisistä pienistä laskuista kannata huolestua. Tässä on kuitenkin kesä- ja heinäkuussa nähtävissä pieni notkahdus. Kuvaaja on vain hieman yli vuoden ajalta. Jotta tuloksia voitaisiin pitää tarkempina, kuvaajia täytyisi saada usean vuoden ajalta, mutta kesän aikana tapahtunut notkahdus johtuu melko varmasti henkilökunnan kesälomista. Tämä taas kertoo siitä, että henkilökunnan väheneminen vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen negatiivisesti. Jos henkilökunnan määrä olisi suurempi, todennäköisesti asiakastyytyväisyys olisi kokonaisuudessaankin parempi ja tällöin kesälomienkin vaikutus asiaan olisi pienempi. Jos yrityksessä on jo lähtökohtaisesti kova kiire, eivät kesälomat ainaakaan paranna tilannetta. Kova kiire kasvattaa virheiden mahdollisuuksia, ja jotkin tärkeätkin asiat saattavat helposti lykkääntyä (Oma työkokemus 2015).

## 6 ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN PARANTAMINEN

Jyväskylän Delta Auton huoltopisteellä vallitsee aika usein kova kiire. Asiakkaita on paljon mutta henkilökuntaa suhteellisen vähän. Asentajia on yhteensä seitsemän, peltiseppiä yksi. Tämän lisäksi huollon henkilökuntaan kuuluvat kolme huoltomyyjää sekä korjaamopäällikkö. Lisäksi talossa on autotalon päällikkö, mutta hänen vastualueensa ei ole pelkästään huollon puolella, vaan kattaa koko autotalon toiminnan. Huoltoneuvojat ovat pääosin vastuussa huollon asiakaspalvelusta. Tarvittaessa asiakaspalvelua hoitaa myös korjaamopäällikkö. Mekaanikot ovat harvemmin suorassa asiakaskontaktissa; heidän osuutensa asiakaspalvelussa on autojen huoltaminen.

Kolme huoltomyyjää kahdeksaa mekaanikkoa kohden ei ehkä yksinään kuulosta huonolta tilanteelta, mutta kiirettä luo se, että yhtä huoltomyyjää kohden on varsin suuri määrä eri työtehtäviä. Oma varastotyöntekijää ei ole lainkaan, vaan kuorman purkamisen, osien hyllyttämisen ja muun varastotyön hoitavat huoltoneuvojat. Myös varaosamyynti kuuluu huoltomyyjille, sillä siihenkään tehtävään ei ole palkattuna erillistä työntekijää. Tämä aiheuttaa usein sen, että palvelutiskillä ovat harvoin kaikki huoltoneuvojat paikalla ja monta kertaa on tullut tilanteita, joissa asiakas on tullut paikalle joko tuomaan tai noutamaan autoaan, mutta tiskillä ei ole ollut ketään. Näitä tilanteita syntyy usein, jos varastossa on paljon tehtävää. Tämä laskee asiakastyytyväisyyttä suoraan, etenkin jos asiakas on kiireinen. Tyhjä palvelutiski ja turha odottelu eivät vastaa asiakkaan odotuksia hyvästä asiakaspalvelusta.

Edellä mainittujen tehtävien lisäksi huoltoneuvojien tehtäviin kuuluvat muun muassa laskutukset, ja yksi huoltoneuvojista hoitaa myös takuukäsittelyjä. Monissa autotaloissa takuukäsittelijän tehtävään on olemassa oma työntekijänsä, mikä siirtää painetta ja kiirettä pois varsinaisen huoltoneuvojan hartioilta. Näin ei Delta Autolla ole, ja se nostaa työtehtävien määrää. Monissa yrityksissä on nykyään alimiehitystä, mutta erityisen selvästi tilanne näkyy Jyväskylän Delta Autolla. Monta kertaa liiallinen kiire on aiheuttanut sen, että huoltoon tulevaan autoon on vahingossa tilattu vääriä osia, tai osa on tilattu liian myöhään, jolloin se ei ehdi saapua ennen auton huoltoon tulemista. Tällöin syntyy tilanne, jossa asiakkaan tuodessa autoaan huoltoon tarvittavia varaosia ei olekaan saatavilla. Joskus tarvittavan osan saattaa pystyä hakemaan jostakin läheisestä varaosaliikkeestä, mutta aina osaa ei löydy lähistöltä. Lisäksi Kialle ja Mitsubishille ei ole muita

merkkihuolto pisteitä Jyväskylässä. Jos Mitsubishihissa on edelleen takuuta jäljellä eikä tilattu osa ole saapunut, ei tarvittavaa osaa saa mistään. Uusiin autoihin ei löydy kovin hyvin tarvikeosia, eikä niitä saa takuuikäisiin autoihin asentaakaan. Tällöin asiakas joutuu odottamaan auton valmistumista huomattavasti sovittua pidempään, tai huoltoaikaa saatetaan jopa joutua siirtämään myöhempään ajankohtaan. Asiakkaalle tulee tästä turhaa odottelua, mikä helposti antaa asiakkaalle sellaisen kuvan, että hänen tarpeitansa ei ole otettu vakavasti eikä yritys ole pitänyt kiinni asiakkaan kanssa tehdystä sopimuksesta. Erityisesti tilanne turhauttaa asiakasta, jolla on joku välttämätön takaraja huollon valmistumiselle. Asiakas saattaa olla lähdössä vaikkapa matkalle, jota varten hän tarvitsee autoaan välttämättä. Usein on mahdollisuus tarjota asiakkaalle sijaisauto huollon valmistumiseen saakka, mutta sekään ei välttämättä auta, jos asiakas on lähdössä vaikkapa pitkälle ulkomaanmatkalle.

## **6.1 Mahdollisia parannuksia Delta Auton asiakaspalvelussa**

### **6.1.1 Henkilökunnan palkkaaminen**

Mielestäni ensimmäinen tärkeä tekijä palvelun parantamisessa on uuden henkilökunnan palkkaaminen. Asiakkaiden määrä on nykyisen henkilökunnan määrään suhteutettuna liian suuri. Lisähenkilökunnan palkkaaminen vähentäisi työntekijöiden kiirettä, ja näin ollen asiakkaatkaan eivät joutuisi odottelemaan. Esimerkiksi varaosatehtäviin voitaisiin palkata kokonaan oma työntekijänsä. Takuukäsittelyjen määrästä riippuen saattaisi siinäkin olla riittävästi työtä yhdelle työntekijälle. Nopea palvelu on yksi tärkeimmistä tekijöistä asiakastyytyväisyyden säilyttämisessä. Asiaan vaikuttaminen ei välttämättä ole yksinkertaista, sillä se ei ole yksin Jyväskylän Delta Auton palvelupisteen päätettävissä.

Henkilöstön määrän vaikutus tyytyväisyyteen näkyy selkeästi sieltä saamassani kuvajassa. Asiakastyytyväisyydessä on pieni notkahdus kesälomien aikana. Kesä on kiireistä aikaa autoalalla, sillä monet haluavat saada autonsa kuntoon ennen kesäloman alkua. Työntekijöiden kesälomat lisäävät entisestään kiirettä, joka taas puolestaan kasvattaa virheiden riskiä. Mitä enemmän virheitä tapahtuu, sen tyytymättömämpiä ovat asiakkaat. Virheiden minimointi on jo yksissään aika hyvä tae tyytyväiselle asiakaskunnalle. Lisäksi stressitön työympäristö vähentää työntekijöiden kireyttä, joka taas parantaa työ-

ilmapiiriä. Täytyy myös muistaa, että vaikka jokainen uusi työntekijä tuottaa firmalle lisäkustannuksia, se parantaa asiakastyytyväisyyttä. Tyytyväiset asiakkaat kertovat kokemuksistaan eteenpäin, ja asiakaskunta kasvaa. Tämä taas lisää firman tuottoa. Lopulta investointi voikin olla kannattava, vaikka se aluksi lisääkin kuluja.

### **6.1.2 Työtehtävien priorisointi ja selkeämpi jakaminen**

Asiakas on aina etusijalla, sitä ei sovi koskaan unohtaa. Toki voidaan ajatella, että koko firman toiminta on kokonaisvaltaisesti asiakaspalvelua, mutta odottavan asiakkaan pitäisi olla aina etusijalla. On ymmärrettävää, että rästitöitä, kuten laskutuksia ja takuukäsittelyjä kertyy helposti, jos on muutenkin kova kiire, mutta tiskin takana odottava asiakas on aina tärkeämpi. Rästitöitä on mahdollista tehdä alta pois tarvittaessa vaikka ylitöinä, jos ensisijaisena tavoitteena ovat tyytyväiset asiakkaat. Joskus voi tuntua vaikealta jättää joku työ asiakkaan takia, etenkin jos homma on todella tärkeä ja pahasti kesken. Tällöin tiskille voi kenties mennä joku toinen, jonka senhetkiselällä työllä ei ole yhtä kiire. Varastossa tai tietokoneella hoidettavia tehtäviä kannattaisi ajoittaa sellaiseen hetkeen, jolloin asiakkaita on yleensä vähiten. Näin on kyllä toimittu jo aikaisemminkin, ainakin jossakin määrin. Aamulla ja iltapäivällä ollaan yleensä enemmän tiskillä kuin keskellä päivää. Autohuollossa asiakkaita on usein eniten aamusta ja iltapäivästä, sillä monet tuovat auton huoltoon ennen töihin menoa ja hakevat sen pois töistä päästessään. Joskus kiirettä saattaa jatkua koko päivän ajan, jolloin tehtävien priorisoiminen voi olla vaikeampaa.

Jos työtehtäviä jaetaan selkeästi työntekijöiden kesken, on osa ongelmista varmasti ratkaistavissa. Näin on tietenkin tehty tähänkin asti, mutta siinä voisi olla vielä jonkin verran hiottavaa. Voitaisiin vaikka etukäteen sopia, kuka menee asiakkaan saapuessa tiskille palvelemaan. Lähtökohtaisesti menee se, jolla ei sillä hetkellä ole mitään erityisen tärkeää. Jos taas kaikilla on tärkeä tehtävä kesken, on jonkun mentävä joka tapauksessa. Tällaisista tilanteista voidaan sopia etukäteen, jolloin tilanteen ratkomiseen ei kulu turhaa aikaa.

### 6.1.3 Puhelinpalveluiden ja asiakaspalautteen keruun kehittäminen

Kuten asiakkaiden vastauksissa jo tulikin ilmi, olisi puhelimeen vastaamisessa parantamisen varaa. Joskus puhelimella on todella vaikea saada ketään kiinni. Tähän voisi yhtenä ratkaisuna olla erillisen call centerin perustaminen Jyväskylän Delta Autolle. Call center on puhelinkeskus, johon kääntyvät kaikki vastaamattomat puhelut. Deltalla on kyllä olemassa call center, mutta se sijaitsee Helsingissä ja kattaa koko Suomen Delta Autot. Sieltäkin kautta voi autolleen varata huoltoajan mihin tahansa Suomen Deltaan, mutta helpompaa tietysti olisi, jos asiakas pääsisi neuvottelemaan suoraan oman korjaamon huoltoneuvojan kanssa.

Ratkaisuna olisi, että jokaisella Delta Autolla olisi yksi call center -työntekijä eli henkilö joka vastaisi puheluihin, joihin muut eivät ole ehtineet vastata. Työntekijä voisi myös soittaa rästipuheluita eli soittaa takaisin asiakkaalle, jos puhelu on jäänyt kokonaan vastaamatta. Tämä työntekijä voisi myös hoitaa ajanvarauksia, aivan kuten huoltoneuvojakin. Vaikka hänellä ei olisikaan paljon muuta tehtävää, uskoisin että työt eivät silti lopuisi kesken. Huonona puolena etänä toimivassa call centerissä on vielä se, että asentajien mielestä heidän ajanvarauksensa eivät aina ole kovin hyvin hoidettuja. Joskus isolle huollolle on varattu aivan liian vähän aikaa, työmääräimelle on myyty vääriä osia tai osia ei ole myyty ollenkaan. Call centerin luomia työmääräyksiä joutuu usein vielä muokkailemaan paljonkin, ja siinä kuluu turhaa aikaa. Jos call center toimisi itse toimipisteen yhteydessä, ajanvarauksetkin olisi paljon helpompi toteuttaa suoraan kunnolla, sillä työntekijä tietäisi paremmin ajankohtaisen tilanteen.

Asiakas 1. mainitsi haastattelussa, että sähköpostitse lähetettävä asiakaspalaute on hieinan liian yksityiskohtainen (Liite 1) eikä hän ole aina jaksanut vastata siihen. Tämä kertoo siitä, että mahdollisesti osa muistakin asiakkaista on jättänyt vastaamatta kyselyyn. Tekstiviestillä lähetettävässä kyselyssä ei ole parannettavaa, mutta sähköpostitse lähetettävää lomaketta voisi yksinkertaistaa. Jos asiakkaat jättävät vastaamatta siihen sen takia, että se on liian pitkä, tulokset eivät anna koko asiakastytytyväisyydestä todennukaista kuvaa. Kyselyihin vastaaminen pitäisi olla sen verran vaivatonta, että mahdollisimman moni asiakas antaisi palautetta. (Asiakas 1.)

## 7 POHDINTA

Tässä työssä tutkittiin asiakaspalvelun laadun ja firman toiminnan vaikutusta asiakastyytyväisyyteen Jyväskylän Delta Autolla. Tavoitteena oli tuoda esille asioita, joita kehittämällä saataisiin parannettua asiakastyytyväisyyttä. Tutkimusaineistona olivat asiakkaiden haastattelut, asiakastyytyväisyyskyselyiden tulokset sekä oma kuuden kuukauden työkokemus Jyväskylän Delta Autolla.

Tutkimusmateriaali jäi suppeammaksi, kuin alun perin piti, sillä tarkoitus oli päästä käsiksi palautteeseen, jota asiakkaat ovat antaneet sähköpostilla lähetettävän asiakastyytyväisyyslomakkeen (Liite 1) kautta, mutta näihin vastauksiin käsiksi pääseminen ei kuitenkaan lopulta ollut mahdollista. Sen takia ainoat tulokset asiakastyytyväisyydestä ja sen vaihtelusta on esitetty Jyväskylän Delta Autolta saadussa kuvaajassa, joka pohjautuu tekstiviestikyselyn vastauksiin.

Vaikka tutkimusaineisto jäikin asiakaspalautteen osalta vähäiseksi, on melko varmaa, että kappaleessa 6 mainittuja tekijöitä kehittämällä saataisiin parannettua asiakastyytyväisyyttä. Näitä ovat henkilökunnan määrän lisääminen, työtehtävien parempi priorisointi ja selkeämpi jakaminen, puhelinpalveluiden parantaminen sekä asiakaspalautteen antamisen yksinkertaistaminen.



## LÄHTEET

Asiakas 1. 2016. Haastattelu 11.3.2016. Haastattelija Virtanen, S. Jyväskylä.

Asiakas 2. 2016. Haastattelu 11.4.2016. Haastattelija Virtanen, S. Jyväskylä.

Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Helsinki: WSOY.

Delta Motor Group. 2016a. Delta Auto. Luettu 17.5.2016.

<http://www.deltamotorgroup.fi/konserni/delta/>

Delta Motor Group. 2016b. Tietoa Delta-konsernista. Luettu 17.5.2016.

<http://www.deltamotorgroup.fi/konserni/>

Delta Motor Group. 2016c. Toimintatapamme. Luettu 17.5.2016.

<http://www.deltamotorgroup.fi/konserni/toimintatapamme/>

E-Conomic. 2016. Mitä tarkoittaa asiakastyytyväisyys? Luettu 22.2.2016.

<https://www.e-conomic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/asiakastyytyvaisuus>

Oma työkokemus 2015. 7.1.2015 - 30.6.2015. Jyväskylä: Delta Auto.

Pentikäinen, M. 2009. Ensiaskeleet esimiehenä. Helsinki: WSOYpro.

Pitkänen, R. 2006. Parasta palvelua. Helsinki: WSOYpro.

# LIITTEET

## Liite 1. Asiakastyytyväisyyskyselylomake

5/22/2016

Huoltotutkimus

# Delta

## Huoltotutkimus

Select language: Finnish ▼

### Syy autonne käyttämiseen huollossa?

- Määräaikaishuolto
- Vian korjaus
- Takuukorjaus
- Vauriokorjaus
- Muu syy, mikä:

## Huollon varaaminen

### Miten varasit huollon?

- Soitin ko. huoltopisteeseen
- Kävin paikanpäällä varaamassa huollon
- Varasin ajan Internetin kautta

### Mitä seuraavista korvaavista liikkumistavoista sinulle tarjottiin huollon ajaksi?

- Veloitukseton sijaisauto
- Vuokra-auto
- Taksi-/bussi-/junalippu
- Vienti/nouto johonkin
- Ei tarjottu mitään

### Minkä seuraavista korvaavista liikkumismuodoista valitsit?

- En käyttänyt mitään
- Veloitukseton sijaisauto
- Vuokra-auto
- Taksi-/bussi-/junalippu
- Vienti/nouto johonkin

## Auton vastaanotto huoltoon

### Palvelu vastaanoton yhteydessä

	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Melko huono	Huono	Erittäin huono
Huollon odotusalueen mukavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<http://delta.asiakaspalaute.fi/a.aspx?EID=981B576B038B0K3853B776B>

1/5

5/22/2016

Huoltotutkimus

Pääsitkö työn vastaanottajan luokse kohtuullisessa ajassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palveluhenkisyys auton tuonnin yhteydessä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelun tehokkuus vastaanotossa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Huollon vastaanottajan asiantuntemus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tilattujen työtehtävien läpikäynti kanssasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lisäyötarpeiden varmistaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luvan pyytäminen lisäyötarpeisiin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Huoltotyön kustannusarvion antaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### Otettiinko allekirjoituksesi huoltotoimeksiantoon?

- Kyllä  
 Ei

#### Avoin palaute huollon vastaanoton toiminnasta:

#### Oltiinko sinuun yhteydessä huoltotyön aikana puhelimitse?

- Kyllä  
 Ei  
 Olisin toivonut yhteydenottoa

## Auton luovutus huollosta

### Informointi

	Kyllä	Ei
Saitteko tiedon auton valmistumisesta huollosta riittävän ajoissa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valmistuiko autosi huolto ennalta arvioituun/sovittuun aikaan mennessä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiedotettiin sinua riittävän ajoissa työn valmistumisen mahdollisesta viivästymisestä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5/22/2016

Huoltotutkimus

**Palvelu auton luovutuksen yhteydessä**

	Erittäin hyvä	Hyvä	Tyydyttävä	Melko huono	Huono	Erittäin huono
Pääsitkö työn vastaanottajan luokse kohtuullisessa ajassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palveluhenkisyys auton luovutuksen yhteydessä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Huoltotyön luovuttajan asiantuntemus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tehtyjen töiden läpikäyminen kanssanne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Huoltotyön kirjallisen raportin selkeys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kaikkien sovittujen huoltotöiden tekeminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sovituissa kustannuksissa pysyminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tyytyväisyytesi varaosien ja tarvikkeiden hintatasoon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Kerrottiinko sinulle työn ja osien kahden vuoden laatutakuusta?**

- Kyllä  
 Ei

**Tehtiinkö autoosi huollon yhteydessä kuntotarkastus?**

- Kyllä  
 En

**Avoin palaute huollon luovutuksen toiminnasta:****Tämän huoltokäynnin kustannusten maksu:**

- Kaikki toimenpiteet takuun piiriin  
 Osittain takuuseen ja osittain itse maksettu  
 Kokonaan itse maksettu  
 Vakuutusyhtiön tai leasing yhtiön maksama

**Tuliko kaikki tilatut työt tehdyksi tyydyttävällä tavalla?**

- Sovitut työt tulivat kerralla kuntoon  
 Sovitut työt eivät tulleet kerralla kuntoon, perustelut:

5/22/2016

Huoltotutkimus

**Luovutettiin auto sinulle....**

- Puhtaampana kuin se oli huoltoon tuodessa
- Yhtä puhtaana kuin se oli huoltoon tuodessa
- Likaisempana kuin huoltoon tuodessa

**Suosittelu** (1=En lainkaan mielelläni.....10=Erittäin mielelläni)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Miten mielellään suosittelisit liikkeen huoltoa ystävillesi/ tuttavillesi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten mielellään tulet käyttämään myös jatkossa tämän liikkeen huoltopalveluita?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Delta-huollon PlusPalvelu -lupausten täyttyminen?**

	Täyttyi	Ei täyttynyt
Lupaamme, että ajanvaraus onnistuu helposti ja nopeasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lupaamme asiantuntevat neuvot veloituksetta kaikissa autosi huoltoon tai korjaukseen liittyvissä kysymyksissä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lupaamme luotettavan arvion tarvittavista toimenpiteistä vaihtoehtoista ja kustannuksista työn suorittamiseksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lupaamme, että autosi on noudettavissa sovittuna aikana	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lupaamme mahdollisuuden sijaisautoon huollon tai korjauksen ajaksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lupaamme työn ja osien laadulle kahden vuoden takuun	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lupaamme selvityksen laskun sisällöstä autoa noutaessasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lupaamme ottaa sinuun vielä yhteyttä varmistaaksemme, että olit tyytyväinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5/22/2016

Huoltotutkimus

palveluumme

- Kyllä, haluan vastaanottaa Mitsubishi tarjouksia ja uutiskirjeitä sähköpostiini
- En, halua vastaanottaa Mitsubishi tarjouksia ja uutiskirjeitä sähköpostiini

Lähetä

## Liite 2. Asiakkaan 1. haastattelu

Minkälainen on saamasi kokonaiskuva Jyväskylän Delta Auton asiakaspalvelun laadusta?

”Sain erittäin hyvää palvelua ostaessani autoa Delta Autosta, mutta yksi Mitsubishin huoltokäynti (kolmesta) meni niin penkin alle, että kokonaiskuva jäi negatiiviseksi.”

Mitkä asiat ovat mielestäsi positiivisia Delta Auton Asiakaspalvelussa?

”Huoltoneuvojat ovat ystävällisiä.”

Mitkä asiat ovat negatiivisia, ja mihin mielestäsi pitäisi kiinnittää huomiota asiakaspalvelua parannettaessa?

”Asiakkaan näkökulmasta on outoa, että kaikki huoltoneuvojat ovat samanaikaisesti poissa tiskiltä, vaikka asiakkaita on odottamassa, ja muun henkilökunnan on soiteltava heidän peräänsä. Tämä antaa jotenkin vaikutelman kuolevasta firmasta.

Puhelimeen ei tahdo saada ketään.

Negatiivisin kokemukseni alkoi määräaikaishuollosta, joka sinänsä meni hyvin, mutta huoltoaikaa tilatessani pyytämäni huoltoon sinänsä kuulumatonta varaosaa ei ollut tilattu. Määräaikaishuollossa todettiin, että raidetangon pää olisi uusittava, muuten auto ei menisi katsastuksesta läpi. Uutta huoltoa varten varattiin aika viikon päähän. Puuttuva varaosa oli tarkoitus hankkia siihen mennessä. Vein auton viikon päästä huoltoon, ja sovitun noutoajan lähestyessä minulle soitettiin Delta-autolta ja kerrottiin, että tilattu osa oli ollut väärä ja auto joutuisikin jäämään korjaamoon yön yli. (Oletin silloin virheellisesti, että kyseessä oli raidetangon pää.) Soittaja arveli, että osa saapuu aamupäivällä, ja lupasi, että minulle ilmoitetaan, kun auton saa hakea. Seuraavana päivänä ei kuulunut mitään, ja lopulta soitin itse vähän ennen neljää ja kuulin, että autoa ei saa vielääkään. Kolmantena päivänä kuulin, että varaosa vielä viipyy ja että voisin hakea

auton; minulle ilmoitettaisiin sitten kun se on tullut. Vasta tässä vaiheessa minulle selvisi, että puuttuva osa ei ollutkaan raidetangon pää vaan varaosa, jota ilman olin muutenkin jo pärjännyt muutaman viikon ja jonka puuttuminen olisi johtanut katsastuksessa pelkkään korjaamiskehotukseen. Olin siis ollut ilman autoa ihan turhaan. Hain auton, jonka sain kaiken kukkuraksi kaivaa ensin lumihangesta. Jäi todella viheliäinen muisto tällaisesta huoltokäynnistä. Kysyin autoa luovuttavalta huoltoneuvojalta, voisiko laskussa hyvittää jotenkin sitä, että olin kolme päivää ilman autoa, mutta minulle jäi epäselväksi, tehtiinkö niin. Varaosan saapumisesta luvattiin soittaa, mutta lopulta soitin itse, kun kuukausi oli mennyt. Silloinkin jouduin soittamaan usean kerran, ennen kuin sain vastauksen soittopyyntöön. Deltan valtakunnallisesta vaihteesta luvattiin hoputtaa Jyväskylää, että saisin vastauksen. Parin hoputuskerran jälkeen minulle lopulta soitettiin. Varaosa oli tullut ajat sitten, mutta minulle ei ollut ilmoitettu. Huoltoneuvoja totesi, että oli erikoista, ettei minulle ollut kerrottu.

Parannusehdotuksia:

- Asiakaspalvelutiskillä pitäisi olla aina vähintään yksi huoltoneuvoja. Uskoisin tämän olevan mahdollista töiden organisoinnilla, ja jos ei, henkilökuntaa lisäämällä.
- Puhelinpalvelu on saatava toimivammaksi.
- Jos joku menee pieleen ja asiakas joutuu kärsimään, asiakaspalvelun pitäisi tehdä jotakin asian hyvittämiseksi: antaa alennusta laskusta tai alennuskuponki seuraavaa huoltokäyntiä varten. Tämä tulee varmasti firmalle halvemmaksi kuin menettää asiakas pysyvästi. Tyytymätön asiakas lisäksi kertoo kokemuksistaan tuttavapiirilleen ja saattaa siten viedä myös potentiaalisia uusia asiakkaita.
- Asiakkaalle pitäisi jäädä epäonnistuneesta huoltokäynnistä huolimatta tunne, että firman edustaja on vilpittömästi pahoillaan tapahtuneesta, vastaavaa ei tapahdu jatkossa ja auto kannattaa seuraavallakin kerralla tuoda Delta-autoon. Itse olisin odottanut vuolaampaa pahoittelua siinä vaiheessa, kun minulle soitettiin auton jäämisestä yöksi Delta-autolle. Vaikka pahoittelu ei olisi tilannetta muuttanut, minulle olisi jäänyt siitä parempi mieli kuin laimeasta repliikistä: ”Valitettavasti meille nyt on tilattu väärä osa.”

Kaikkien näiden tarkoituksena on, että asiakkaalle jäisi tuntuma siitä, että hän on saanut erityisen hyvää palvelua ja että sen perusteella Delta-autoa kannattaa suositella muillekin. Ainakin minä odotan Mitsubishiin merkkikorjaamolta parempaa suoritusta kuin viimeisellä käynnilläni. Kannattaisin mielelläni kotipaikkakunnan korjaamoja.”



Ovatko kohtaamisesi asiakaspalvelijoiden kanssa olleet positiivisia?

”Kyllä, olen saanut asiallista kohtelua. Jotkut ovat avoimemmin ystävällisiä kuin toiset, mutta se liittyy minusta persoonaan eikä käytökseen. Haluaisin korostaa, että tuolla epäonnistuneella huoltokäynnilläkään en kokenut tullessi sinänsä huonosti kohdelluksi – asiat vain eivät sujuneet toivotulla tavalla - vaan suurin harmi minulle oli kolmen päivän autottomana olo ihan turhaan. Asun maalla, eikä julkista liikennettä ole.”

Oletko ollut tyytyväinen suoritettujen huoltojen laatuun?

”Ehdottomasti, työn laadussa ei ole ollut moittimista.”

Onko asiakaspalautteen antaminen tehty helpoksi?

”Tekstiviestillä annettava palaute on helppo, ja se tulee aina tehtyä. Sähköpostiin lähetetty kysely on minusta niin monivaiheinen ja työlään näköinen, etten aina ole täyttänyt sitä. Esim. juuri tämän kovan onnen huoltokerran jälkeen ei ollut puhtia ruveta vastaamaan; sen sijaan onnistuneiden huoltojen jälkeen olen antanut sitä kautta positiivista palautetta.”