



TAMPEREEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

LIIKETALOUS

OPINNÄYTETYÖRAPORTTI

**ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS – KAIREST LÄNSI-  
SUOMI**

**Riku Numminen**

Liiketalouden koulutusohjelma  
huhtikuu 2008  
Työn ohjaaja: Markku Lampi

TAMPERE 2008



**Tekijä(t):** Riku Numminen

**Koulutusohjelma(t):** Liiketalous

**Opinnäytetyön nimi:** Asiakastyytyväisyystutkimus – Kairest Länsi-Suomi

**Title in English:** Customer Satisfaction Survey – Kairest Western Finland

**Työn valmistumis-  
kuukausi ja -vuosi:** Huhtikuu 2008

**Työn ohjaaja:** Markku Lampi

**Sivumäärä:** 38

---

## TIIVISTELMÄ

Kairest on yksi Suomen vanhimmista henkilöstövuokrausyrityksistä. Se on perustettu vuonna 1991. Henkilöstövuokrausala kuuluu Suomen nopeimmin kasvaviin toimialoihin. Uusia yrittäjiä tulee alalle koko ajan. Tätä taustaa vasten asiakastyytyväisyyden tutkiminen on erittäin tärkeää. Kovasti kilpaillulla alalla ei voi pärjätä, jos asiakkaat eivät ole tyytyväisiä. Työn tarkoituksena oli selvittää Kairestin asiakasyritysten tyytyväisyys Kairestin palveluun sekä Kairestin välittämiin vuokratyöntekijöihin.

Asiakkaiden tyytyväisyyttä tutkittiin sähköpostikyselyllä. Kysely lähetettiin kaikille Kairestin Länsi-Suomen alueen palveluita joulukuussa 2007 käyttäneille yrityksille. Tuloksia analysoitiin Microsoft Excelillä.

Tutkimuksen perusteella Kairestin asiakkaat ovat olleet palveluun ja vuokratyöntekijöihin tyytyväisiä. Markkinoilla pienehkön yrityksen tärkein kilpailuetu on yksilöllinen ja huomioiva palvelu. Tässä suhteessa Kairest on onnistunut erinomaisesti. Kairest on myös onnistunut palkkaamaan motivoituneita ja ammattitaitoisia työntekijöitä, joita on vuokrannut asiakasyrityksilleen.

Kaikki asiakasyritykset olivat valmiita suosittelemaan Kairestin palveluja muille. Tämä kertoo selkeästi siitä, että Kairest on todella panostanut asiakastyytyväisyyden takaamiseen. Asiakkaiden suosittelut ovat parempaa markkinointia kuin mikään muu mainonta.

---

**Avainsanat:** Asiakastyytyväisyys, tyytyväisyystutkimus, palvelu

**Writer(s):** Riku Numminen

**Study programme(s):** Business administration

**Title of thesis** Asiakastytyväisyystutkimus – Kairest Länsi-Suomi

**Title in English:** Customer Satisfaction Survey – Kairest Western Finland

**Month and year of completion:** April 2008

**Supervisor:** Markku Lampi **Number of pages:** 38

---

#### ABSTRACT

Kairest is one of the oldest contract staffing companies in Finland. It was founded in 1991. Contract staffing is one of the fastest growing business segments in Finland. There's a constant flow of new companies in contract staffing. Because of this it is very important to do a customer satisfaction survey to stay ahead. It's impossible to cope in a fiercely competitive business segment unless the customers are satisfied. The aim of this survey was to investigate the level of satisfaction in Kairest services and in the hired employees provided by Kairest in the Western Finland region.

The customer satisfaction survey was conducted as an E-mail survey. The survey was sent to all customers who had used the services of Kairest in Western Finland during December 2007. The results were analysed on Microsoft Excel.

According to the survey, the customers have been satisfied with the service and hired employees. The most important competitive advantage for a small to middle-sized company on the market is specialised and caring service. In this field Kairest has been very successful. Kairest has been able to hire motivated and professional employees for their customers.

All business clients are willing to recommend Kairest to others. This can be seen as a clear message that Kairest has really focused on guaranteeing customer satisfaction. Recommendations can be considered a more effective marketing method than any kind of advertising.

---

**Key words:** Customer satisfaction , satisfaction survey, service

## Sisällysluettelo

<b>1. Johdanto</b> .....	- 5 -
<b>2. Yritysesittely</b> .....	- 6 -
<b>3. Asiakastyytyväisyys</b> .....	- 7 -
3.1 Asiakastyytyväisyyden merkitys .....	- 7 -
3.2 Asiakastyytyväisyyden hyödyt .....	- 7 -
<b>4. Palvelun laatu</b> .....	- 9 -
4.1 Palvelun laatu käsitteenä .....	- 9 -
4.2 Asiakkaan odotukset .....	- 10 -
4.3 Asiakkaan kokemukset .....	- 12 -
<b>5. Asiakastyytyväisyystutkimukset</b> .....	- 14 -
5.1 Asiakastyytyväisyystutkimuksen tavoitteet .....	- 14 -
5.2 Asiakastyytyväisyystutkimuksen kriteerit .....	- 14 -
5.3 Tulosten analysointi .....	- 15 -
<b>6. Asiakastyytyväisyystutkimuksen tulokset</b> .....	- 17 -
6.1 Asiakasyritysten kotikaupungit .....	- 18 -
6.2 Yritysten toimialat .....	- 19 -
6.3 Asiakasyritysten asiointifrekvenssi .....	- 20 -
6.4 Tyytyväisyys palvelun osatekijöihin .....	- 21 -
6.5 Palvelun asiantuntevuus .....	- 21 -
6.6 Palvelun luotettavuus .....	- 22 -
6.7 Palvelun tavoitettavuus .....	- 23 -
6.8 Palvelun ystävällisyys .....	- 24 -
6.9 Tyytyväisyys palveluun kokonaisuutena .....	- 25 -
6.10 Tyytyväisyys Kairestin vuokratyöntekijöihin .....	- 26 -
6.11 Tyytyväisyys vuokratyöntekijöiden ammattitaitoon .....	- 26 -
6.12 Tyytyväisyys vuokratyöntekijöiden motivaatioon .....	- 27 -
6.13 Tyytyväisyys vuokratyöntekijöiden luotettavuuteen .....	- 28 -
6.14 Tyytyväisyys vuokratyöntekijöiden ahkeruuteen .....	- 29 -
6.15 Tyytyväisyys vuokratyöntekijöihin kokonaisuutena .....	- 30 -
6.16 Palvelujen suosittelu muille .....	- 30 -
<b>7. Yhteenveto ja johtopäätökset</b> .....	- 31 -
7.1 Yhteenveto tyytyväisyydestä palveluun .....	- 31 -
7.2 Yhteenveto tyytyväisyydestä vuokratyöntekijöihin .....	- 32 -
7.3 Johtopäätökset .....	- 34 -
<b>Lähteet</b> .....	- 36 -
<b>Liitteet</b> .....	- 37 -

# 1. Johdanto

Kairest on henkilöstövuokraukseen keskittynyt Pk-yritys. Se toimii koko Suomessa. Tämä tutkimus painottuu Kairestin Länsi-Suomen alueeseen, joka kattaa Helsingin, Tampereen, Turun ja Porin, sekä pienemmät paikat näiden ympäristöstä. Kairestin toimistot toimivat verrateen itsenäisesti, mutta alueittain tehdään kuitenkin yhteistyötä.

Tein opintoihini liittyvän pakollisen työharjoittelun Kairestilla. Jo harjoittelun alussa sovimme, että myös lopputyöni voin tehdä kyseiselle yritykselle. Henkilöstövuokrausala on erittäin nopeasti kasvava ja kilpailtu. Tästä tuli mieleeni, että asiakastyytyväisyystutkimuksen toteuttaminen voisi olla mielekäästä. Ehdotin aihetta toimitusjohtaja Seppo Ruotsalaiselle, ja hän hyväksyi sen.

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten tyytyväisiä Kairestin asiakasyritykset olivat olleet Kairestin toimistojen palveluun, sekä myöskin Kairestin vuokraamiin työntekijöihin. Tutkimuksen pohjana oli kysely, joka lähetettiin kaikille 24:lle Kairestin Länsi-Suomen alueen palveluita joulukuussa käyttäneille yrityksille.

Tutkimus toteutettiin sähköpostikyselynä. Kyselyn tuloksia analysoimalla pyrittiin saamaan selville asiakastyytyväisyyden taso. Tulosten perusteella voitiin päätellä, millä osa-alueilla asiakkaat ovat jo tyytyväisiä, ja millä alueilla oli vielä petrattavaa.

## 2. Yritysesittely

Kairest on vuonna 1991 perustettu yritys, jonka päätoimialana on henkilöstönvuokraus. Se tarjoaa monipuolisia henkilöstöratkaisuja yritysten muuttuviin tilanteisiin, auttaa rekrytoinnissa ja välittää työntekijöitä eri pituisiin määräaikaisiin toimeksiantoihin. Se on yksi Suomen vanhimpia henkilöstövuokrausyrityksiä. Kairest työllistää noin 20 henkeä eri puolilla Suomea. Yrityksen pääkonttori on Kajaanissa, missä yritys on myös perustettu.

Kairest vuokraa työntekijöitä eniten hotelli- ja ravintola-alalle. Nykyään työntekijöitä vuokrataan tosin kaikille aloille. Kairestin toimistot ympäri Suomen toimivat kohtuullisen itsenäisesti. Alueellisesti yhteistyötä tehdään enemmän. Kairestin Länsi-Suomen alueeseen kuuluvat Helsingin, Tampereen, Turun ja Porin kaupungit.

Henkilöstövuokrauksen lisäksi Kairest tarjoaa palvelualojen koulutusta eri aihealueista. Kairest tarjoaa myös konsultointipalvelua. Kairestin kautta voi halutessaan hoidattaa erilaiset juhlat alusta loppuun. Heiltä voi myös vuokrata astiaston jopa 2000 hengelle.

(Kairest Oy:n kotisivut)

## **3. Asiakastyytyväisyys**

### **3.1 Asiakastyytyväisyyden merkitys**

Asiakastyytyväisyyttä pidetään eräänä keskeisenä mittarina yrityksen tämän hetken ja tulevaisuuden menestymismahdollisuuksia punnitessa. Riippumatta siitä, miten hyvää taloudellista tulosta yritys tietynä ajan hetkenä tekee, niin pitkän tähtäimen menestystä on turha odottaa, jollei asiakastyytyväisyys ole kunnossa. Se on aina pitkälti yksilöllinen näkemys. Todennäköisesti johto, asiakkaat ja myyntihenkilöt näkevät asiakastyytyväisyyden eri lailla. Tämän takia asiakastyytyväisyyden selvittämättä jättäminen tarkoittaisi, että yrityksellä ei ole selvää kuvaa asiakastyytyväisyydestään. (Rope & Pöllänen 1995:58-59)

### **3.2 Asiakastyytyväisyyden hyödyt**

Asiakastyytyväisyyteen kannattaa panostaa. Tyytyväinen asiakas on todennäköisemmin myös uskollinen yritykselle, kuin tyytymätön. Pitkäaikaiset asiakassuhteet tuovat yritykselle selvää rahallista hyötyä. Kannattaa kuitenkin muistaa, että kaikki uskollisetkaan asiakkaat eivät välttämättä ole kannattavia. Jotkut saattavat jättää paljon aikaa ja vaivaa vaativia tilauksia silloin tällöin, jolloin tuotot jäävät pieniksi. Asiakkaan menettäminen voi tulla yritykselle todella kalliiksi, koska tällöin menetetään asiakassuhteen ylläpitoon kulutetut taloudelliset panostukset sekä tietysti tulevaisuuden tuotot. (Ylikoski 1999: 180-181)

Asiakassuhteen pitkäjaksoinen jatkuminen yleensä parantaa kannattavuutta. Tosin joissakin tapauksissa on arvioitava, onko

asiakas sen arvoinen, että kannattaa pyrkiä pitkään asiakassuhteeseen. Frederick Reichheld on erottanut neljä kohtaa, miksi pitkään jatkuva asiakassuhde yleensä parantaa kannattavuutta:

- Asiakas lisää ostojensa määrää, koska haluaa keskittää ostoksensa yritykseen, jonka palvelun laatu on hyvä.
- Kustannukset alenevat palveluhenkilöstön oppiessa tuntemaan asiakkaan tarpeet. Asiakas oppii samanaikaisesti itse käyttämään palvelua paremmin.
- Asiakkaat suosittelevat hyväksi kokemaansa palvelua muille.
- Yritykselle tulee mahdollisuus hintojensa nostamiseen.

(Lämsä & Uusitalo 2002: 66)

Kuusela, 1998, kuitenkin toteaa, että täydellisen asiakastyytyväisyyden tavoittelu voi olla turhaa tai ainakin turhan kallista. Asiakkaan kohtuullinen tyytyväisyys riittää siihen, että hän ei vaihda palvelun tarjoajaa. Tyytyväisistä asiakkaista on yleensä hyötyä yritykselle siinäkin mielessä, että he suosittelevat yrityksen palveluja muille. Erittäin tyytymättömät asiakkaat ovat yrityksen kannalta vaarallisia. He kertovat huonoista kokemuksistaan huomattavasti herkemmin, kuin hyviä kokemuksia saaneet. (Kuusela 1998: 143-145)



## 4. Palvelun laatu

### 4.1 Palvelun laatu käsitteenä

Usein asiakastyytyväisyydestä puhuttaessa esille nousee käsite palvelun laatu. Laadukas palvelu on sitä, että kokemus palvelusta vastaa asiakkaan odotuksia tai ylittää ne. Tarjoamalla odotusten mukaista palvelua varmistetaan asiakkaiden tyytyväisyys.

Palvelussa on turha sisällyttää osia, joita asiakas ei odota, ja joista näin ollen ei ole valmis maksamaan. (Lämsä & Uusitalo 2002: 51) Grönroosin mukaan se, kuinka paljon palvelun laatu halutaan panostaa, riippuu yrityksen valitsemasta strategiasta sekä siitä, kenelle palveluita tarjotaan. (Grönroos 2000: 98)

Suoritetussa palvelusta voidaan erottaa kaksi osatekijää: tekninen ja toiminnallinen laatu. (Lecklin 2002: 106). Tekninen laatu tarkoittaa sitä mitä asiakas saa ja toiminnallinen laatu sitä miten palvelu tuotettiin. Asiakkaat ovat yleensä taipuvaisia arvostelemaan toiminnallista eli prosessilaatua. (Lämsä & Uusitalo 2002: 59)

Palvelun laatu on siis odotusten ja kokemusten vertailua. Asiakkaat käyttävät Parasuramanin, Zeithamlin ja Berryn (1988) mukaan seuraavanlaisia tekijöitä palvelun laatua arvioidessaan. Näitä kutsutaan palvelun laadun ulottuvuuksiksi:

1. varmuus
2. palveluvalmius
3. luottamus
4. henkilökohtainen huomioiminen

## 5. fyysiset puitteet

Eri tilanteissa näille osatekijöille tulee erilainen painoarvo. (Lämsä & Uusitalo 2002: 60)

”Koska palvelun laatu syntyy odotusten ja kokemusten vertailuna, asiakkaalla on jo odotuksissaan mukana laadun arvioinnin kriteerit”, toteaa Ylikoski. (Ylikoski 1999:126)

Palvelun laadun korostamisesta on löydetty myös aihetta kritiikille. Palvelun laatu keskittyy liikaa prosesseihin, ja lopputulos jää toissijaiseksi. Prosessin lopputulos on toisaalta monen osatekijän summa, jossa prosessit ovat tärkeässä osassa. Ongelmana pidetään toisaalta sitä, että palveluun kohdistuvat odotukset ovat vahvasti yksilöllisiä. Tilannetekijät saattavat olla jopa määräävässä asemassa, kun yksilö arvioi palvelun laatua. Palvelun laatuun panostamisesta aiheutuvia kustannuksia ei usein mietitä tarpeeksi. Laatua ei kannata pyrkiä parantamaan loputtomasti, jos se tulee kalliimmaksi, kuin sen aiheuttamat hyödyt. (Kuusela 1998: 141-143)

## 4.2 Asiakkaan odotukset

Asiakkailla on aina tietty odotustaso yrityksen tuotteista tai palveluista. Tämä odotustaso ei ole kiveen hakattu, vaan yleensä odotukset kasvavat asiakassuhteen kestäessä. Pyrkiessään hyvään asiakastyytyväisyyteen yrityksen tulisi vähintäänkin täyttää asiakkaan odotukset, tai jopa ylittämään ne. Yritys voi pyrkiä tietoisesti rakentamaan itsestään korkeaa mielikuvaa, mutta tämä asettaa lisäpainetta toiminnalle, koska odotusten alittuessa syntyy laatuaukko ja asiakastyytyväisyys sitä myötä laskee. (Lecklin 2002: 102-103)

Valerie Zeithamlin ja Mary Bitnerin mukaan asiakkaan odotukset kohdistuvat vaihteluvälille, jota kutsutaan hyväksyttävän palvelun alueeksi. Tämän välin yläreunassa on toivetaso, joka ilmaisee mitä asiakas haluaisi saada. Jos asiakalla ei olisi näitä toiveita palvelua kohtaan, hän tuskin käyttäisi sitä. Hyväksyttävän palvelun alueen alarajaa kutsutaan riittäväksi tasoksi tai minimitasoksi. Palvelun osuessa tälle hyväksyttävän palvelun vaihteluvälille, asiakas harvemmin huomaa palvelussa mitään erikoista. Asiakas huomaa vain ne palvelukokemukset, jotka ylittävät hyväksyttävän tason, tai jäävät sen alle. (Lämsä & Uusitalo 2002: 52-53)

Hyväksyttävän palvelun alueen koko vaihtelee palvelun osa-alueesta riippuen. Luotettavuuden kohdalla odotuksissa ei ole juurikaan joustoa. Toisaalta taas vähemmän tärkeissä asioissa joustoa löytyy runsaastikin. Tällä hyväksyttävän palvelun alueella toimiminen on monesti yritykselle taloudellisesti kannattavinta. Asiakkaan totuttaminen jatkuvasti odotusten ylittymiseen johtaa siihen, että asiakkaan odotukset nousevat tasolle, jota ei enää pystytä samoin resurssein toteuttamaan. (Ylikoski 1999: 122-123)

Ylikoski, 1999, listaa kahdeksan kohtaa, jotka vaikuttavat asiakkaan odotuksiin:

- Asiakkaan tarpeet. Näihin tarpeisiin vaikuttaa muun muassa asiakkaan henkilökohtaiset ominaisuudet eli ikä, sukupuoli, koulutustaso ja vastaavat
- Palvelun hinta. Korkea hinta nostaa asiakkaan odotuksia. Palveluympäristön puitteet vaikuttavat myös odotuksiin.
- Asiakkaan aikaisemmat kokemukset. Aiemmat kokemukset organisaatiosta vaikuttavat luonnollisesti odotuksiin.

- Asiakkaan kokemukset muista, kilpailevista organisaatioista. Kilpailijoiden perusteella asiakas osaa arvioida, mitä voisi odottaa.
- Mainonnassa annetut lupaukset. Nämä lupaukset vaikuttavat suoraan asiakkaan odotuksiin.
- Muiden ihmisten suositukset tai moitteet. Ystävien kertomukset muokkaavat odotuksia.
- Asiakkaan oma panostus palveluun. Jos asiakas joutuu näkemään paljon vaivaa käyttääkseen palvelua, ovat hänen odotuksensa korkealla.
- Tilannetekijät. Normaalia poikkeava tilanne asiakkaan kohdalla saattaa joko nostaa tai laskea odotuksia.

(Ylikoski 1999: 123-125)

### **4.3 Asiakkaan kokemukset**

Palvelun laatuun vaikuttaa asiakkaan odotusten lisäksi asiakkaan kokema laatu. Valerie Zeithamlin ja Mary Bitnerin mukaan kokemuksiin palvelusta vaikuttavat seuraavat neljä tekijää:

1. Asiakkaan ja palveluyrityksen kohtaaminen ja vuorovaikutus
2. Fyysisten puitteiden tarjoama todistusaineisto
3. Palveluyrityksen imago
4. Asiakkaan palvelusta maksama hinta

Asiakkaan ja yrityksen kohtaamista kutsutaan usein totuuden hetkeksi. Yrityksen pitäisi ottaa jokainen kohtaaminen asiakkaan kanssa uutena mahdollisuutena. Ne ovat paikkoja, joissa henkilöstö voi osoittaa ammattitaitonsa laadukkaan palvelun tarjoamisessa. Toisaalta ne ovat paikkoja korjata aikaisempi huono palvelukokemus.

Palvelujen aineettomuuden takia asiakkaat pyrkivät etsimään konkreettista todistusaineistoa muualta. Näitä voivat olla esimerkiksi ihmiset, prosessit ja fyysiset todisteet. Esimerkiksi prosessin osalta saatetaan kiinnittää huomio siihen miten joustava palvelu on. (Lämsä & Uusitalo 2002: 58)

Ylikoski kiteyttää imagon seuraavasti: ”Imago on asiakkaan tunteiden, mielikuvien ja kokemusten summa”. Mikäli yrityksellä on hyvä imago eli organisaatiokuva, se kestää paremmin yksittäiset huonot palvelukokemukset kuin huonomaineisempi kilpailijansa. Palveluorganisaatioissa yksittäisellä toimipisteellä saattaa olla hiukan erilainen imago kuin koko yrityksen yleinen imago. (Ylikoski 1999:137-140)

Asiakkaan palvelusta maksama hinta vaikuttaa osaltaan siihen miten asiakas arvioi palvelun laatua. Asiakas odottaa hyvää laatua, jos hinta on korkea. (Lämsä & Uusitalo 2002: 59)

## **5. Asiakastyytyväisyystutkimukset**

### **5.1 Asiakastyytyväisyystutkimuksen tavoitteet**

Asiakastyytyväisyyttä voidaan tutkia sekä tutkimuksilla että suoran palautteen kautta. Nämä yhdessä muodostavat asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmän. Suoraa palautetta palveluorganisaatioissa on mahdollista saada jokapäiväisissä palvelutilanteissa. Asiakastyytyväisyystutkimusten ja suoran palutteen tuloksia yhdistelemällä saadaan hyvä kuva asiakkaiden tyytyväisyydestä..

Asiakastyytyväisyystutkimuksella voidaan nähdä olevan neljä päätavoitetta:

1. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavien keskeisten tekijöiden selvittäminen eli mitkä asiat tuottavat asiakkaalle tyytyväisyyttä.
2. Tämänhetkisen asiakastyytyväisyyden tason mittaaminen eli miten yritys on suoriutunut asiakastyytyväisyyden tuottamisessa
3. Toimenpide-ehdotusten tuottaminen eli missä asioissa on tyytyväisyyden kannalta eniten kehitettävää..
4. Asiakastyytyväisyyden kehittymisen seuranta eli mihin suuntaan asiakastyytyväisyys tulevaisuudessa kehittyy.

(Ylikoski 1999: 155-156)

### **5.2 Asiakastyytyväisyystutkimuksen kriteerit**

Asiakastyytyväisyystutkimus on markkinointitutkimus. Tällöin sen tulee noudattaa markkinointitutkimuksen yleisiä kriteereitä, jotka ovat seuraavat:

a) validiteetti

Mitataan juuri niitä asioita, joita tutkimuksella halutaan mitata.

b) reliabiliteetti

Reliabiliteetti tarkoittaa sitä, että tutkimustulokset ovat pysyviä ja luotettavia.

c) järjestelmällisyys

Järjestelmällisyydellä tarkoitetaan sitä, että tutkimus olisi siten systemaattinen, että asiakastyytyväisyyden kehittymistä ajassa pystyttäisiin seuraamaan.

d) lisäarvon tuottaminen

Tutkimus tuottaa lisäarvoa silloin, kun sen avulla pystytään kehittämään yrityksen toimintaa.

e) automaattinen toimintaan kytkeytyminen

Automaattisella toimintaan kytkeytymisellä viitataan siihen, että asiakastyytyväisyystutkimuksen tulokset automaattisesti vaikuttavat yrityksen toimintaan sekä kehittämispäätöksiin.

(Rope & Pöllänen 1995: 83-84)

Asiakastyytyväisyystutkimuksessa voidaan ottaa koko asiakaskuntaa edustava tilastollinen näyte, jos asiakaskunta kokonaisuudessaan on liian suuri. Tutkimuksia voidaan kohdistaa myös eri asiakastyyppeihin, kuten vaikkapa pelkkiin kanta-asiakkaisiin. Harvemmin käytetty, mutta periaatteessa hyödyllinen asiakastyytyväisyystutkimuksen kohde ovat menetetyt asiakkaat.

(Ylikoski 1999: 165)

### **5.3 Tulosten analysointi**

Saadut tulokset analysoidaan tilastollisten menetelmien avulla.

Asiakastyytyväisyysteitoja voidaan tarkastella prosenttilukujen ja keskiarvojen avulla. Näin saadaan selville tyytyväisyyden taso.

Voidaan myös selvittää, mitkä asiat ovat asiakkaille kaikkein tärkeimpiä.

Tutkimustulokset sinällään eivät muuta yrityksen käyttäytymistä. Sitä varten tulee tehdä erillinen toimenpidesuunnitelma. Jos asiakastyytyväisyys todetaan hyväksi, saavutettu taso pyritään ylläpitämään. Asiakastyytyväisyys on muuttuva määre, joten tutkimuksia tulee tehdä aina tietyin väliajoin.

Kun tulokset on saatu ja tarvittavat toimenpidesuunnitelmat niiden pohjalta tehty, seuraava vaihe on henkilöstön sitouttaminen. Koko henkilöstön on saatava tietää, millaisia tuloksia tutkimuksessa on saatu. Henkilöstö on hyvä ottaa mukaan kehittämään niitä kohteita, jotka tutkimuksen perusteella ovat osoittautuneet heikkouksiksi.

Asiakastyytyväisyystutkimukset tulisi saada pysyväksi osaksi asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmää. Uusi tutkimus kannattaa tehdä yleensä siinä vaiheessa, kun edellisen tutkimuksen osoittamiin heikkouksiin on puututtu. Jo pitkään toimineissa yrityksissä asiakastyytyväisyyttä ei tarvitse mitata yhtä usein, kuin nuoremmissa. Kilpailutilanteen radikaalisti muuttuessa tutkimus kannattaa kuitenkin tehdä. (Ylikoski 1999: 165-170)



## 6. Asiakastyytyväisyystutkimuksen tulokset

Asiakastyytyväisyystutkimuksen tarkoituksena oli selvittää yrityksen asiakkaiden tämän hetkistä tyytyväisyyttä Kairestin palvelun osa-alueisiin sekä Kairestin välittämiin vuokratyöntekijöihin. Asiakkailta kysyttiin taustatietoina yrityksen kotipaikkaa ja toimialaa sekä heidän asiointifrekvenssiään.

Palvelua arvioitiin neljän eri osa-alueen osalta.

Vastausvaihtoehtoja oli viisi, joista heikoin tarkoitti erittäin tyytymätöntä ja paras erittäin tyytyväistä. Vuokratyöntekijöitä arvioitiin samalla viisiportaisella asteikolla neljässä osa-alueessa. Lopuksi kysyttiin, olisiko yrityksen edustaja valmis suosittelemaan Kairestin palveluja muille.

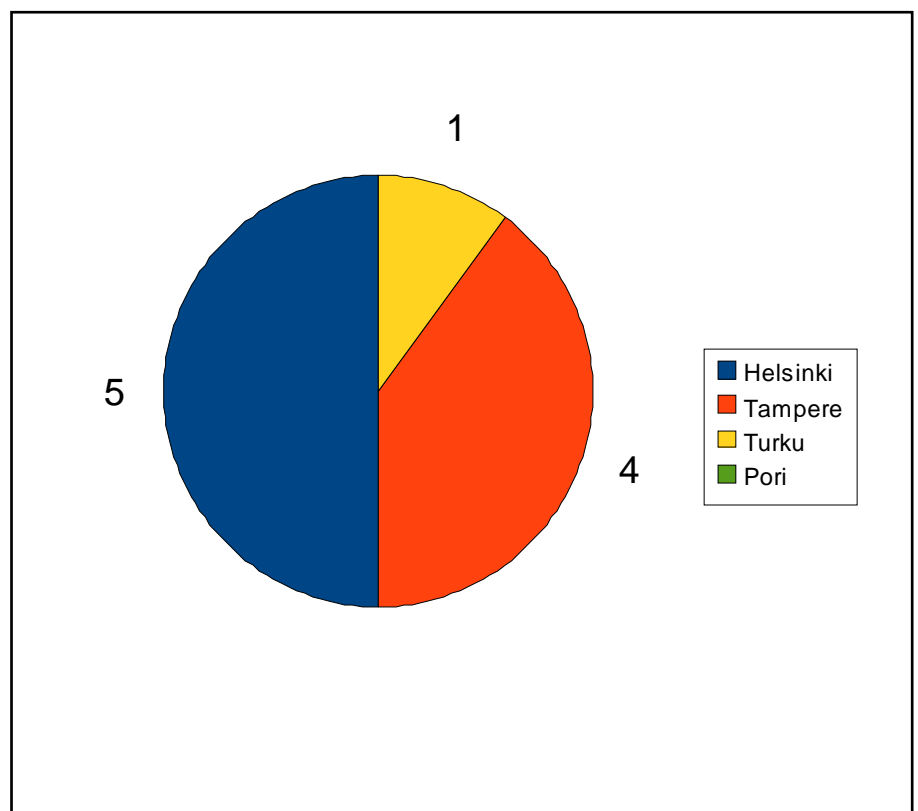
Kaavakkeeseen oli jätetty myös tilaa vapaalle sanalle, mutta sitä eivät vastaajat käyttäneet. Kaikki halukkaat saivat osallistua arvontaan, josta palkintona oli elokuvaliput.

Asiakastyytyväisyystutkimus toteutettiin sähköpostikyselynä.

Kysely lähetettiin kaikille niille asiakkaille, jotka olivat käyttäneet Länsi-Suomen Kairestin palveluja joulukuun aikana. Näitä asiakkaita oli 24. Vastauksia saatiin yhteensä 10 kappaletta, jolloin vastausprosentiksi muodostui 41,7.

## 6.1 Asiakasyritysten kotikaupungit

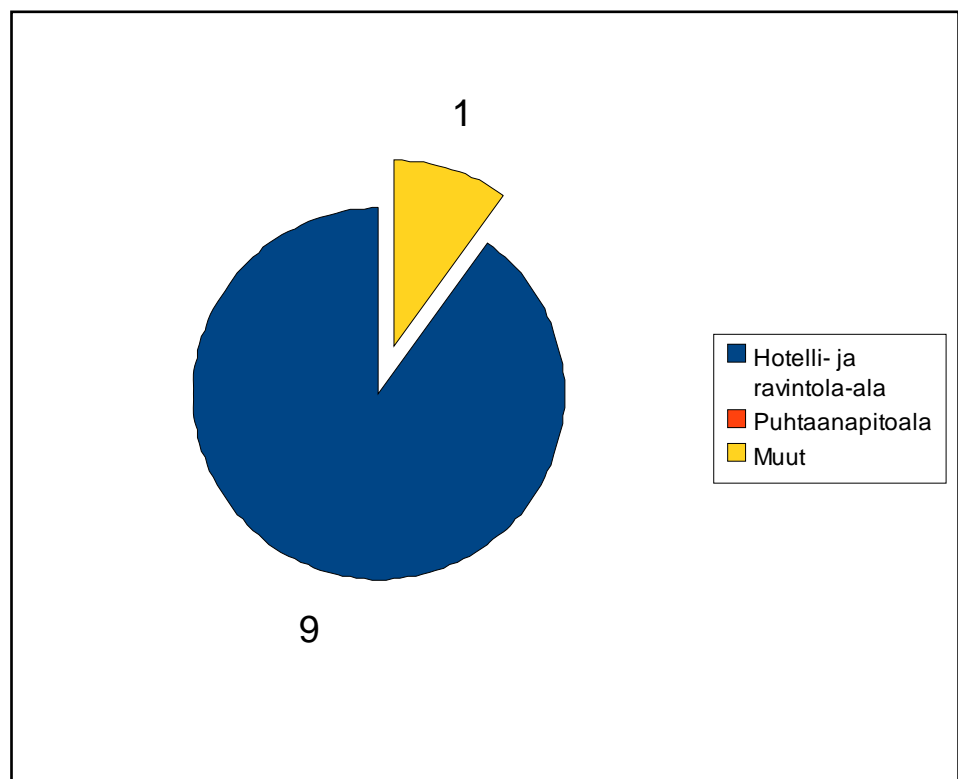
Kairestin Länsi-Suomen alueeseen kuuluu neljä suurempaa keskusta. Vastauksia tuli lukumääräisesti eniten Helsingistä, josta tuli puolet koko kyselyn vastauksista. Tampereelta vastauksia saatiin neljä kappaletta ja Turusta yksi. Porista ei tullut yhtään vastausta.



Kuvio 1. Vastausyritysten kotipaikkakunnat

## 6.2 Yritysten toimialat

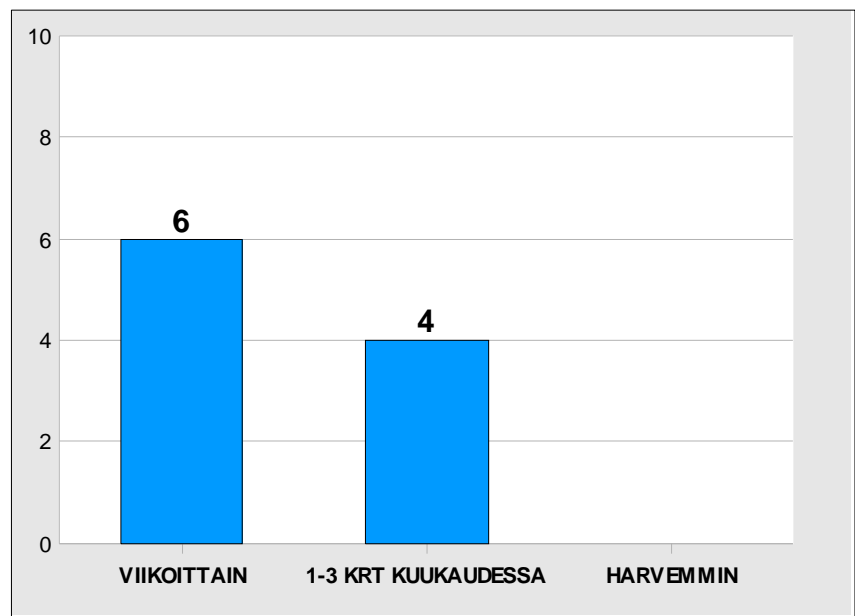
Kairestin pääasiallisia asiakkaita ovat hotelli- ja ravintola-alan yritykset. Viime vuosina Kairest on kuitenkin laajentunut kaikille aloille. Tähän kyselyynkin vastauksista tuli odotetusti selkeä valtaosa hotelli- ja ravintola-alan yrityksiltä. Yksi yritys edusti kategoriaa muut. Puhtaanapitoalan yrityksiltä ei vastauksia tullut.



Kuvio 2. Yritysten toimialat

### 6.3 Asiakasyritysten asiointifrekvenssi

Asiakasyrityksiltä kysyttiin, miten usein he käyttävät Kairestin palveluja. Vaihtoehtoja oli annettu kolme: viikoittain, 1-3 kertaa kuukaudessa tai harvemmin. Odotetusti usein palvelua käyttävät asiakkaat myös vastasivat kyselyyn aktiivisimmin. Peräti kuusi vastaajaa kertoi käyttävänsä Kairestin palveluja viikoittain. Neljä vastaajaa käyttää palveluja kerran 1-3 kertaa kuukaudessa. Tätä harvemmin käyttäviä ei vastaajissa ollut.



Kuvio 3. Asiointifrekvenssi

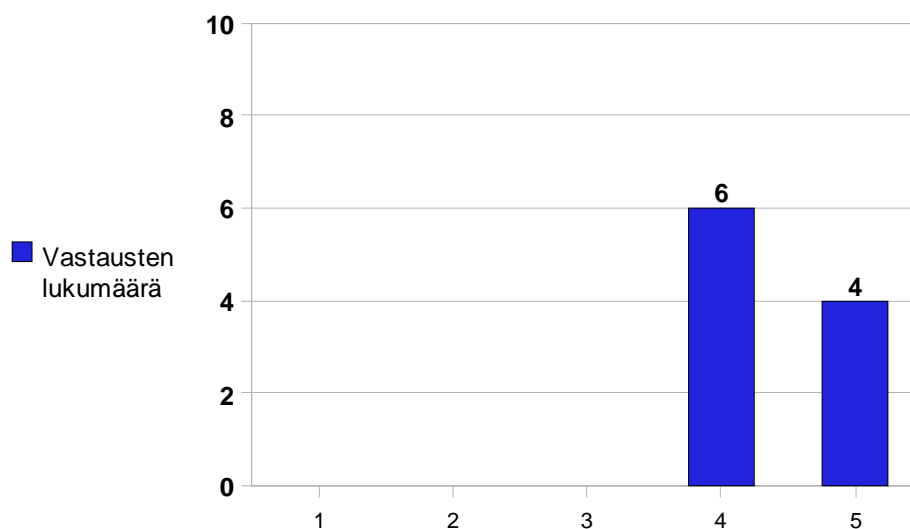
## 6.4 Tyytyväisyys palvelun osatekijöihin

Kyselyyn vastaajia pyydettiin kertomaan tyytyväisyytensä eri palvelun osa-alueisiin. Eri osa-alueita arvioitiin asteikolla yhdestä viiteen; ykkösen tarkoittaessa erittäin tyytymätöntä ja viiden erittäin tyytyväistä. Väliin jäivät vaihtoehdot; melko tyytymätön, ei tyytyväinen eikä tyytymätön sekä melko tyytyväinen. Arvioitavia palvelun osatekijöitä oli neljä: asiantuntemus, luotettavuus, tavoitettavuus ja ystävällisyys.

## 6.5 Palvelun asiantuntemus

Palvelun asiantuntemukseen oltiin yleisesti tyytyväisiä. Kuusi vastaajaa oli asiantuntemukseen melko tyytyväisiä, ja neljä erittäin tyytyväisiä. Tyytymättömiä ei ollut lainkaan. Moodiksi tuli näin ollen neljä ja keskiarvoksi 4,4.

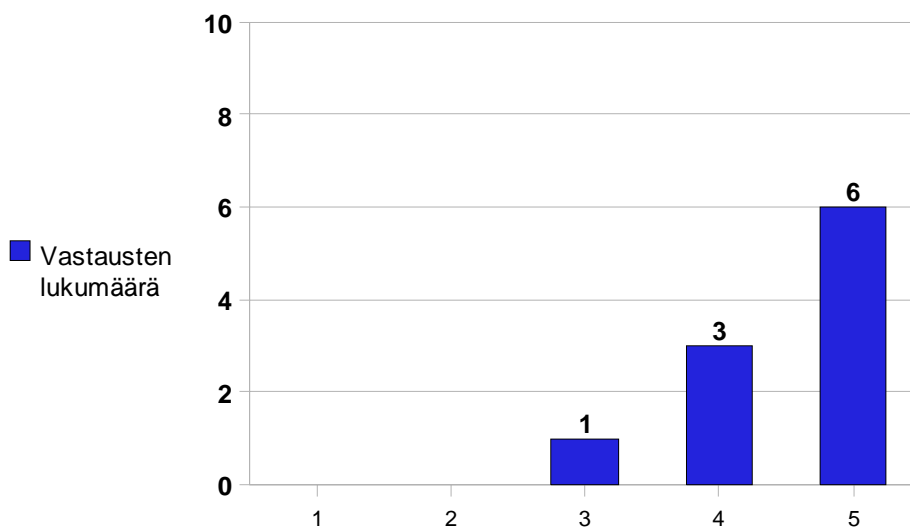
K



kuvio 4. Tyytyväisyys palvelun asiantuntemukseen

## 6.6 Palvelun luotettavuus

Palvelun luotettavuuden osalta vastaajat olivat yleisesti ottaen tyytyväisiä. Yksi vastaaja ei ollut tyytymätön eikä tyytyväinen, kaksi oli melko tyytyväisiä ja kuusi erittäin tyytyväisiä. Kukaan vastaaja ei ollut tyytymätön. Moodiksi tuli viisi. Vastausten keskiarvoksi muodostui 4,5.

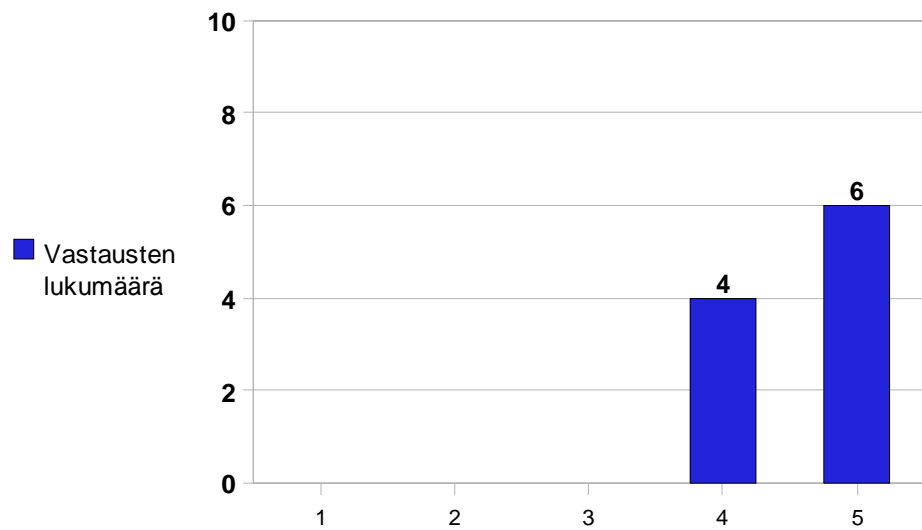


1

Kuvio 5. Tyytyväisyys palvelun luotettavuuteen

## 6.7 Palvelun tavoitettavuus

Palvelun tavoitettavuudessa vastaajat antoivat keskimäärin hyvin myönteisiä vastauksia. Kaikki vastaajat olivat joko melko tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä. Neljä vastaajaa oli palvelun tavoitettavuuteen melko tyytyväisiä ja kuusi erittäin tyytyväisiä. Moodiksi tuli viisi. Keskiarvo oli 4,6.

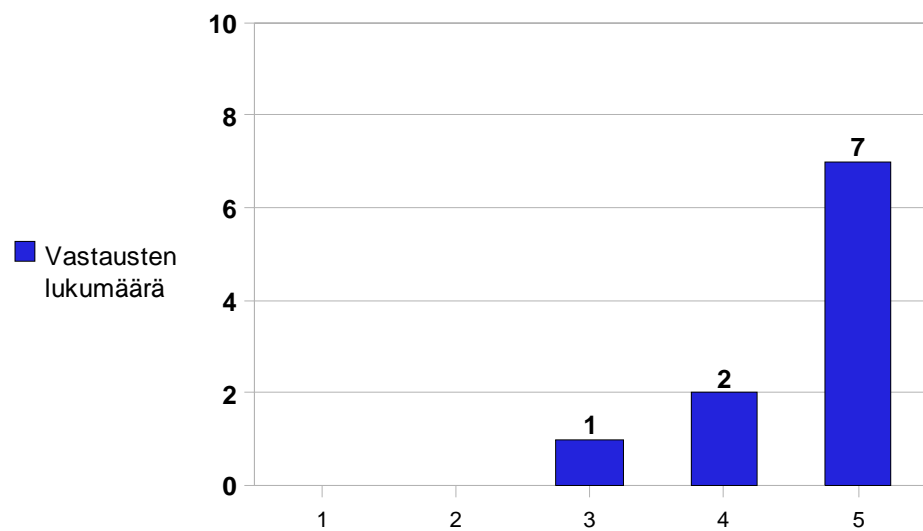


y

Kuvio 6. Tyytyväisyys palvelun tavoitettavuuteen

## 6.8 Palvelun ystävällisyys

Vastaajat antoivat palvelun ystävällisyydelle keskimäärin hyviä arvosanoja. Yksi vastaaja ei ollut tyytyväinen eikä tyytymätön. Kaksi vastaajaa oli ystävällisyyteen melko tyytyväisiä. Vastaajien selvä enemmistö, peräti seitsemän vastaajaa, oli erittäin tyytyväisiä. Moodiksi muodostui 4 ja keskiarvoksi 4,6.

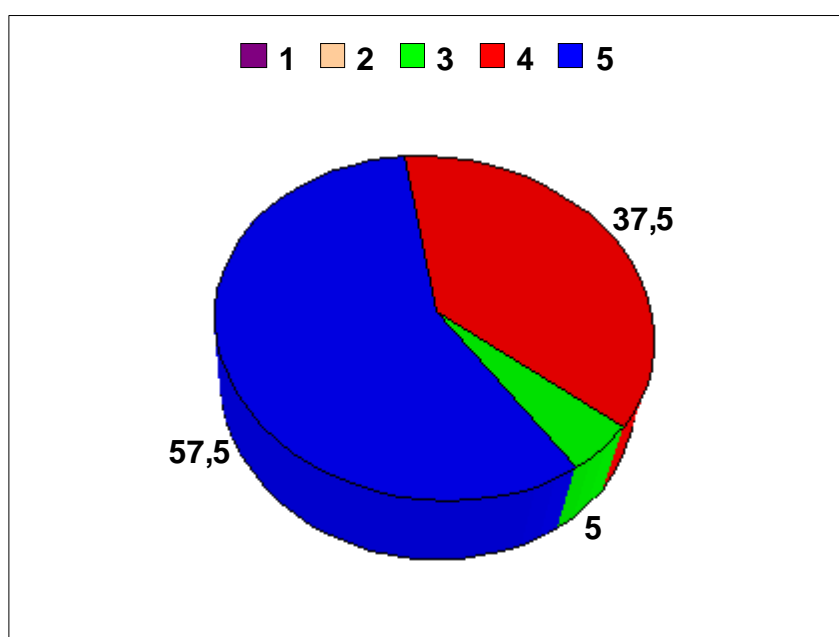


Kuvio 7. Tyytyväisyys palvelun ystävällisyyteen



## 6.9 Tyytyväisyys palveluun kokonaisuutena

Kaikki neljä osa-aluetta huomioon ottaen palveluun oltiin keskimäärin todella tyytyväisiä. Keskiarvoksi kaikista vastauksista saadaan 4,525. Moodina oli 5, joka esiintyi peräti 23 kertaa yhteensä 40 vastauksessa.



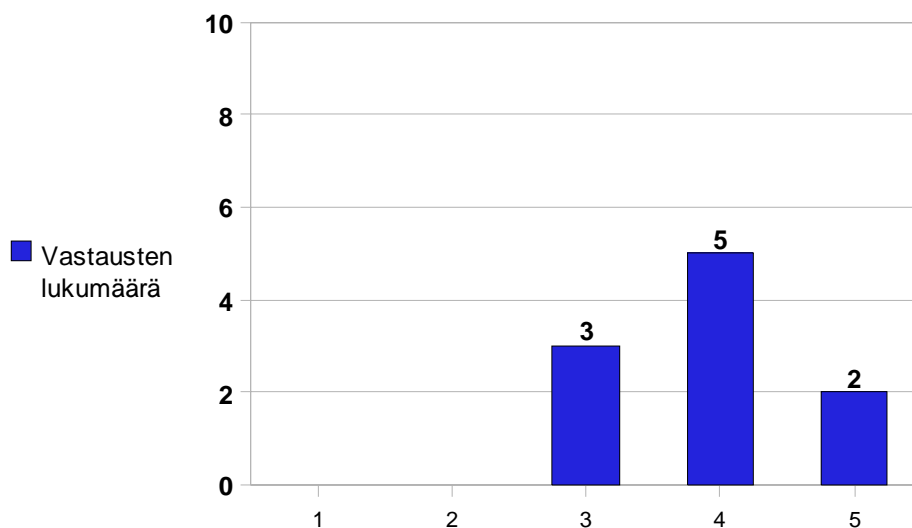
Kuvio 8. Eri vastausvaihtoehtojen prosentuaaliset osuudet palvelun laatua arvioitaessa

## 6.10 Tyytyväisyys Kairestin vuokratyöntekijöihin

Asiakkaita pyydettiin erikseen arvioimaan tyytyväisyytensä Kairestin välittämiin vuokratyöntekijöihin eri osa-alueilla. Eri alueet arvioitiin samalla yhdestä viiteen asteikolla kuin tyytyväisyys Kairestin palveluun. Vuokratyöntekijöiltä arvioitiin ammattitaitoa, motivaatiota, luotettavuutta, sekä ahkeruutta.

## 6.11 Tyytyväisyys vuokratyöntekijöiden ammattitaitoon

Arvioidessaan tyytyväisyyttä vuokratyöntekijöiden ammattitaidosta kolme vastaajaa ilmoitti, etteivät ole tyytyväisiä eivätkä tyytymättömiä. Viisi vastaajaa oli ammattitaitoon erittäin tyytyväisiä, ja kaksi vastaajaa erittäin tyytyväisiä. Moodiksi muodostui 4 ja keskiarvoksi 3,9.

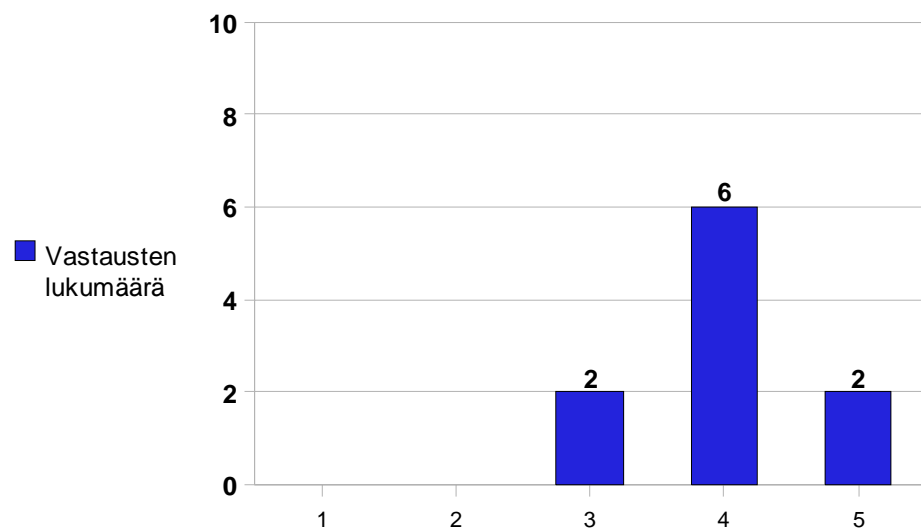


y

Kuvio 8. Tyytyväisyys vuokratyöntekijöiden ammattitaitoon

## 6.12 Tyytyväisyys vuokratyöntekijöiden motivaatioon

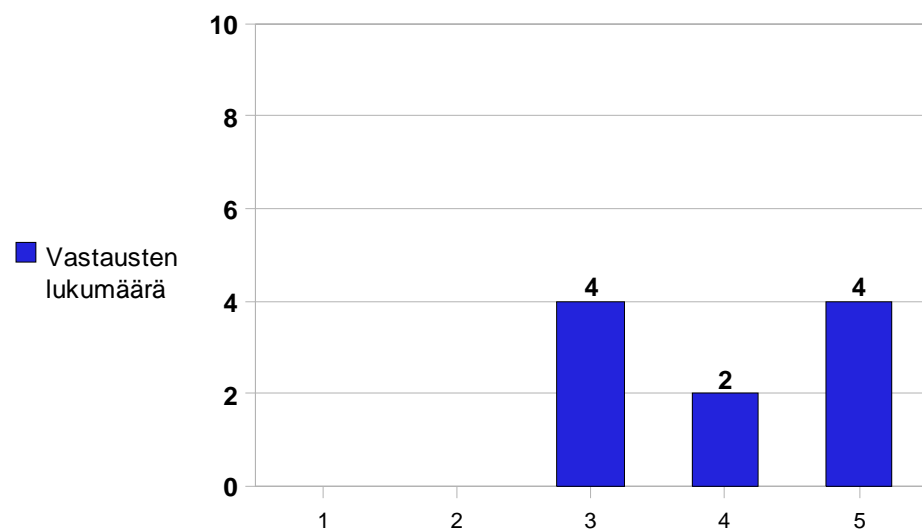
Asiakkaita pyydettiin kertomaan tyytyväisyytensä vuokratyöntekijöiden motivaatioon. Suurin osa vastaajista oli melko tyytyväisiä. Näitä vastauksia oli 6 kappaletta. Kaksi vastaajaa ei ollut tyytyväisiä eivätkä tyytymättömiä. Kaksi vastaajaa oli erittäin tyytyväisiä. Vastausten moodi oli 4 ja keskiarvo 4,0.



Kuvio 9. Tyytyväisyys vuokratyöntekijöiden motivaatioon

### 6.13 Tyytyväisyys vuokratyöntekijöiden luotettavuuteen

Asiakkaista neljä arvioi, että eivät ole tyytyväisiä eivätkä tyytymättömiä vuokratyöntekijöiden luotettavuuteen. Kaksi vastaajaa oli melko tyytyväisiä ja neljä erittäin tyytyväisiä. Keskiarvoksi muodostui 4,0 ja moodiksi 3 sekä 5.

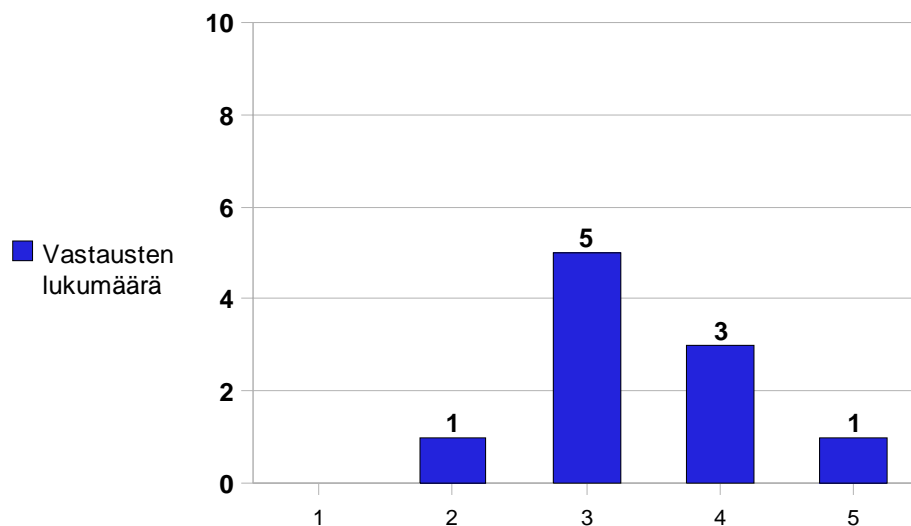


t

Kuvio 10. Tyytyväisyys vuokratyöntekijöiden luotettavuuteen

## 6.14 Tyytyväisyys vuokratyöntekijöiden ahkeruuteen

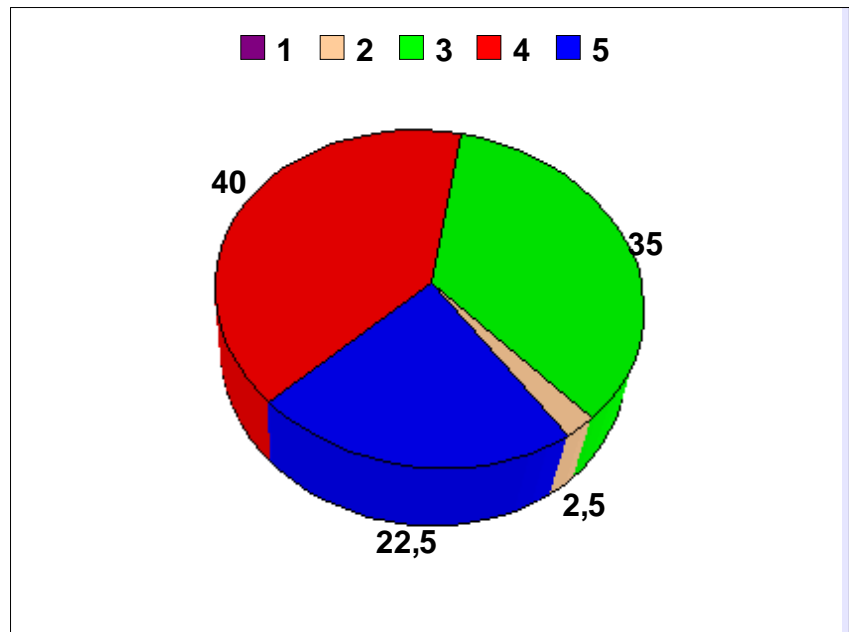
Vuokratyöntekijöiden ahkeruutta arvioitaessa yksi vastaaja ilmoitti olevansa siihen melko tyytymätön. Viisi vastaajaa eivät olleet tyytyväisiä eivätkä tyytymättömiä. Kolme vastaajaa oli ahkeruuteen melko tyytyväisiä ja yksi vastaaja erittäin tyytyväinen. Moodiksi muodostui näin ollen 3 ja keskiarvoksi 3,4.



Kuvio 11. Tyytyväisyys vuokratyöntekijöiden ahkeruuteen

## 6.15 Tyytyväisyys vuokratyöntekijöihin kokonaisuutena

Kairestin vuokratyöntekijöihin oltiin yleisesti tyytyväisiä. Kaikkien vastausten keskiarvoksi muodostui 3,825. Moodi oli 4.



Kuvio 12. Eri vastausvaihtoehtojen prosentuaaliset osuudet arvioidaessa tyytyväisyyttä vuokratyöntekijöihin

## 6.16 Palvelujen suositteluun muille

Kairestin asiakkailta kysyttiin lopuksi, olisivatko he valmiita suosittelemaan Kairestin palveluja muille. Kaikki vastaajat sanoivat olevansa valmiita suosittelemaan Kairestia.

## **7. Yhteenveto ja johtopäätökset**

### **7.1 Yhteenveto tyytyväisyydestä palveluun**

Tämän tutkimuksen perusteella Kairestin asiakkaat ovat olleet yritykseen pääosin tyytyväisiä. Pienehkön yrityksen kilpailuetuna on aina palvelu. Kairestin osalta voidaan sanoa, että palveluun kilpailukeinona on osattu panostaa. Palvelun osalta Kairestin keskiarvoksi muodostui 4,5. Tämä on keskiarvona todella korkea. Kairestilla on aina pyritty yksilölliseen palveluun ja tämän tutkimuksen valossa siinä on onnistuttu todella hyvin.

Palvelun asiantuntevuutta pidettiin keskimäärin 4,5:n arvoisena. Kairest on onnistunut kouluttamaan palveluhenkilöstönsä sille tasolle, mitä asiakkaat odottavat. Kilpailun ollessa kovaa palvelun asiantuntevuuden merkitystä ei voi väheksyä. Kairestilla on palveluksessaan sekä ravintola-alan että kaupan alan ammattilaisia. Tällainen yhdistelmä eri alojen osaajia on omiaan antamaan erityyppisten asiakkaiden silmissä Kairestista positiivisen kuva.

Palvelun luotettavuus sai asiakkailta keskiarvon 4,5. Tehtyjen lupauksen pitäminen on luottamuksen rakentamisen pohjalla. Suomalaiset asiakkaat olettavat perusoletuksena palveluntarjoajien olevan luotettavia. Kairest on pystynyt pitämään asiakkaiden silmissä antamansa lupaukset. Ilman luottamusta yrityksen edustajiin ei mitään kauppoja voisi syntyä. Luottamuksen rakentaminen on aikaavievä prosessi, mutta kun se on saavutettu, se ei helpolla karsise.

Palvelun tavoitettavuudesta Länsi-Suomen Kairest sai arvosanan 4,6. Kairestin asiakkaat ovat yleensä yhteydessä palveluhenkilös-

töön puhelimitse. Etenkin ravintola-alalla saattaa tarvetta vuokratyöntekijöihin tulla myös viikonloppuisin. Tämän Kairest on hoi-  
tanut viikonloppupäivystysten avulla. Asiakkaat osaavat tutki-  
muksen mukaan arvostaa sitä, että yrityksen edustaja on tavoitet-  
tavissa myös normaalien virka-aikojen ulkopuolella

Asiakaspalveluhenkisyys on Kairestilla erittäin hyvin omaksuttu.  
Palvelun ystävällisyyden Kairestin asiakkaat arvioivat peräti 4,6  
arvoiseksi. Kairestilla kaikki asiakkaat kohdataan yksilöllisesti, ja  
heidän tarpeitaan kuunnellaan. Ystävällisyys palvelun osatekijänä  
tarkoittaa sitä, että palveluhenkilöstöllä on kauttaaltaan Länsi-  
Suomen alueella erittäin hyvät vuorovaikutustaidot. Ystävällinen  
asenne tarttuu usein asiakkaaseenkin, ja se osaltaan ehkäisee riita-  
tilanteiden syntymistä.

## **7.2 Yhteenveto tyytyväisyydestä vuokra- työntekijöihin**

Henkilöstövuokrausalalla palvelu, jota tarjotaan, ovat työntekijät.  
Tutkimuksessa haluttiin selvittää, miten tyytyväisiä asiakasyrityk-  
set ovat olleet Kairestin heille välittämiin työntekijöihin. Kaikki  
Kairestin vuokratyöntekijät ovat ensin täyttäneet Kairestin Inter-  
net-sivuilla hakulomakkeen. Hakijoista soveliaimmat kutsutaan  
haastatteluun, ja heille tarjotaan osaamisensa ja kykyjensä mukai-  
sia työtehtäviä. Työtehtävien pituuden vaihtelevat erittäin paljon.  
Osa työstä on keikkaluonteista, kun taas osa on pidempiä määrä-  
aikoja.

Vuokratyöntekijän haasteena on usein se, että pitää pystyä omak-  
sumaan työskentely uudessa työkohteessa jopa useita kertoja vii-  
kossa. Näin ollen työntekijöiltä kysytään joustoa. Toisaalta työn-



tekijät saavat itse päättää millaisia työtehtäviä haluavat, ja millaiset työtehtävät heidän omiin aikatauluihinsa sopivat.

Lähes kaikki kyselyyn vastanneet yritykset olivat ravintola-alalta. Heillä työskentelee vuokratyöntekijöinä muun muassa keittiöapulaisia, kokkeja, ruoka- ja baaritarjoilijoita sekä blokkareita. Tiettyissä ravintola-alan töissä työntekijöiltä vaaditaan hygienia- ja anniskelupassia. Nämä passit löytyvät kaikilta Kairestin vuokratyöntekijöiltä, jotka työskentelevät työtehtävissä, joissa ne vaaditaan.

Kairestin asiakkaita pyydettiin arvioimaan tyytyväisyytensä vuokratyöntekijöihin neljällä eri osa-alueella. Nämä osa-alueet olivat ammattitaito, motivaatio, luotettavuus sekä ahkeruus. Näitä arvioitiin samalla asteikolla, kuin Kairestin palvelua. Kaikkien vastausten keskiarvoksi muodostui 3,825 eli asiakkaat olivat työntekijöihin keskimäärin melko tyytyväisiä.

Vuokratyöntekijöiden ammattitaitoa arvioitaessa keskiarvoksi muodostui 3,9. Vuokratyöntekijälle annetaan asiakasyrityksissä usein melko lyhyt perehdytys tehtävään, jonka jälkeen oletetaan työntekijän pärjäävän. Tällöin ammattitaidon merkitys korostuu. Jos yritys joutuisi tekemään pitkän perehdytyksen, silloin vuokratyövoiman hyöty esimerkiksi kiireapuna olisi kyseenalainen. Kairestin asiakkaat ovat olleet vuokratyöntekijöiden ammattitaitoon melko tyytyväisiä. Kairestin vahva panostaminen sekä historia ravintola-alalla näkyvät siinä, että he välittävät ammattitaitoista ravintola-alan henkilökuntaa.

Tyytyväisyys vuokratyöntekijöiden motivaatioon sai keskiarvon 4,0. Vuokratyöntekijän suhde yritykseen on erilainen kuin yrityksen oman työntekijän. Vuokratyöntekijä ei ole irtisanomisuhan al-

la, vaikka asiakasyrityksellä menisi huonosti. Tämän takia motiivointi työhön voi olla hankalampaa kuin yrityksessä työskentelevillä. Kairest on pyrkinyt motiivointiin esimerkiksi palkitsemalla joka vuosi alueittain ahkerimmat vuokratyöntekijänsä tavarapalkinnoin. Asiakkaat kokevat olevansa melko tyytyväisiä vuokratyöntekijöiden motivaatioon, joten tässä on Kairest onnistunut.

Vuokratyöntekijöiden luotettavuutta arvioitaessa keskiarvoksi tuli 4,0. Kairestin työntekijät sitoutuvat töihin tullessaan olemaan vaitiolovelvollisia asiakasyrityksen asioista. Työntekijöiden luotettavuuteen ollaan oltu yleisesti melko tyytyväisiä. Yrityksen tulisi voida luottaa vuokratyöntekijään yhtä lailla kuin omaansakin. Kairest on onnistunut poimimaan hakijoista luotettavat tyypit.

Vuokratyöntekijöiden ahkeruus sai arvosanojen keskiarvoksi 3,4. Tämä oli arvosanoista heikoin, ja ainoa jossa Länsi-Suomen Kairest ei yltänyt tyytyväisen arvosanaan. Syitä tähän saattaa olla monia. Voi olla, että niissä tapauksissa, joissa vuokratyöntekijä on vain heittänyt muutaman keikan tietyssä yrityksessä, on hänen asenteessaan voinut olla korjaamisen varaa.

### **7.3 Johtopäätökset**

Asiakastyytyväisyystutkimuksen vastausprosentiksi tuli 41,7 prosenttia. Vastausprosentti jäi siis melko alhaiseksi. Vastaajille palkinnoksi luvattu elokuvalippu ei riittänyt nostamaan vastausprosenttia yli 50:n. Vastauksista voidaan sanoa, että Kairestin asiakaskunta on ollut Kairestiin tyytyväinen. Kairestin palvelun osalta keskiarvo nousee jopa erittäin tyytyväiseen. Vuokratyöntekijöiden osalta asiakasyritykset olivat keskimäärin melko tyytyväisiä.

Palvelun taso on haasteellista pitää nykytasolla. Tällä hetkellä palvelu on juuri sitä, mitä asiakkaat toivovatkin sen olevan. Tämä on vahva kilpailuetu Kairestille. Jatkossa kannattaa tyytyväisyyden taso mitata aina silloin tällöin, jotta tiedetään ovatko asiakkaat pysyneet tyytyväisinä palveluun.

Vuokratyöntekijöiden osalta asiakkaat olivat melko tyytyväisiä. Tässä on siis vielä hiukan tilaa parannuksille. Työntekijöiden motivointi erilaisin keinoin sekä suora jatkuva palaute asiakasyrityksiltä ovat avaimia, joilla voidaan tarkastella asian kehittymistä.

## Lähteet

Bergström Seija & Leppänen Arja 2003. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.

Grönroos Christian 2000: Service Management and Marketing A Customer Relationship Management Approach. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.

Kairest Oy. [online] [viitattu 12.3.2008]

<http://www.kairest.fi/content/index.php?option=content&task=view&id=8&Itemid=26>

Kuusela Hannu 1998: Markkinoinnin haaste. Porvoo: WSOY.

Lecklin Olli 2002: Laatu yrityksen menestystekijänä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino OY.

Lämsä Anna-Maija & Uusitalo Outi 2002: Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita.

Rope Timo & Pöllänen Jouni 1995: Asiakastyytyväisyysjohtaminen. Juva: WSOY.

Ylikoski Tuire 1999: Unohtuiko asiakas? Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

## Liitteet

### Liite 1: Asiakkaille lähetetyn sähköpostikyselyn saate

Arvoisa Kairestin asiakas

Olen Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelija ja teen opinnäytetyönäni asiakastytyväisyystutkimusta Kairestille. Oheiseen kyselyyn vastaaminen vie vain hetken. Tuloksia käytetään Kairestin asiakaspalvelun kehittämiseen. Kaikki vastaukset käsitellään anonyymisti, joten yksittäisiä vastauksia on mahdoton tunnistaa.

Vastauslomake löytyy osoitteesta: <https://lomake.tamk.fi/v2/lomakkeet/4010/lomake.html>

Vastaajien kesken arvon Finnkinon elokuvaclipun. Pyytäisin Teitä vastaamaan viikon kuluessa.

Kiitos jo etukäteen vastauksistanne!

Ystävällisin terveisin

Riku Numminen

## Liite 2: Kysymyslomake

### Kysymys 1

Helsinki Pori Turku Tampere Muu

Missä kaupungissa edustamanne yritys pääasiallisesti toimii?

### Kysymys 2

hotelli- ja ravintola-ala puhtaanapito muu

Millä toimialalla edustamanne yritys toimii?

### Kysymys 3

Kysymys 3

viikoittain 1-3 kertaa kuukaudessa harvemmin

Miten usein käytätte Kairestin palveluja?

### Kysymys 4

Miten tyytyväinen olette ollut seuraaviin palvelun osatekijöihin asioidessanne Kairestin kanssa?

erittäin tyytymätön melko tyytymätön en tyytyväinen enkä tyytymätön melko tyytyväinen erittäin tyytyväinen

asiantuntemus	<input type="radio"/>	<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"/>	<input type="radio"/>
tavoitettavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ystävällisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Kysymys 5

Arvioikaa tyytyväisyytenne Kairestin vuokratyöntekijöihin seuraavilla osa-alueilla?

erittäin tyytymätön melko tyytymätön en tyytyväinen enkä tyytymätön melko tyytyväinen erittäin tyytyväinen

ammattitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
motivaatio	<input type="radio"/>	<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"/>	<input type="radio"/>
ahkeruus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Kysymys 6

Kyllä En

Olisitteko valmis suosittelemaan Kairestin palveluja muille?

### Vapaa sana

Tähän voitte jättää kaikenlaista palautetta, niin risuja kuin ruusujaakin Kairestin toiminnasta. Kaikki palaute otetaan huomioon Kairestin toimintaa kehitettäessä.

### Arvonta

Jos haluatte osallistua arvontaan, olkaa hyvä ja kirjoittakaa tähän sähköpostiosoitteenne. Sitä ei voi yhdistää vastauksiinne.

### Tietojen lähetyks

Kiitos vaivannäöstänne!

