

Opinnäytetyö

Insinööri (AMK)

Auto- ja kuljetustekniikka

2015

Sami Tuominen

# RENAULT- ASIAKASTYYTYVÄISYYS- TUTKIMUS



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Sami Tuominen

## RENAULT ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS

Tämän opinnäytetyön aiheena oli Renault asiakastyytyväisyystutkimus ja tavoitteena oli selvittää kuinka tyytyväisiä Turun Volvo Truck Centerin Renault-asiakkaat ovat ja aikovatko he myös jatkossa asioida yrityksessä.

Turun Volvo Truck Centeristä tuli vuonna 2013 täysin auktorisoitu Renault-myynti- ja huoltotoimipiste, eikä asiakkaiden tyytyväisyysolosuhteista ollut vielä uuden merkin osalta varmaa käsitystä. Tyytyväisyysolosuhteiden selvittämistä varten Turun Volvo Truck Centerin huoltopäällikkö antoi toimeksiannon luoda asiakastyytyväisyystutkimuksen, jonka tulosten avulla pystyttäisiin tarttumaan mahdollisiin kehitystoimenpiteisiin.

Opinnäytetyön tekeminen alkoi asiakastyytyväisyystutkimuksen rakentamisella. Puhelimitse suoritettuna asiakastyytyväisyystutkimuksen jälkeen alkoi vastausten analysointi.

Opinnäytetyön lopussa pohdittiin saatujen tulosten perusteella tarvitaanko asiakastyytyväisyyden parantamiseksi toimenpiteitä. Tulosten perusteella ei päädytty tekemään muutoksia yrityksen toimintaan, mutta työntekijöiden koulutuksiin panostetaan jatkossa hieman enemmän.

### ASIASANAT:

asiakastyytyväisyys, markkinointitutkimus, asiakkuudenhallinta

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Bachelor of Engineering | Automotive Engineering

2015 | 36

Rami Wahlsten

Sami Tuominen

## RENAULT CUSTOMER SATISFACTION RESEARCH

The objective of this Bachelor's thesis was to determine the customer satisfaction of Renault customers at Turku Volvo Truck Center towards the operation of the company and their intentions to use Volvo Truck Center services also in the future.

Turku Volvo Truck Center became a fully Renault -authorized sales- and maintenance provider in 2013 and they did not have experience of the customer satisfaction level yet. For determining out the satisfaction level a customer satisfaction survey was devised the results of which could help find the right ways to develop the service of the company.

The thesis started by devising and conducting the customer satisfaction research, after which it was time to analyze the results.

The thesis discusses possible ways to increase the level of the satisfaction based on the results of the customer satisfaction survey.

### KEYWORDS:

customer satisfaction research, customership

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>5</b>
<b>2 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUKSET</b>	<b>6</b>
2.1 Asiakastyytyväisyystutkimuksien käsitteet	6
2.2 Tiedonkeruu	6
2.3 Tutkimuksen kohteena olevat asiat	7
<b>3 VOLVO GROUP</b>	<b>8</b>
<b>4 RENAULT TRUCKS</b>	<b>10</b>
<b>5 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS</b>	<b>12</b>
5.1 Asiakastyytyväisyystutkimuksen laatiminen	12
5.2 Asiakastyytyväisyystutkimuksen suorittaminen	13
<b>6 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUKSEN TULOKSET</b>	<b>14</b>
6.1 Asiakkaiden tyytyväisyys korjaamon toimintaan kokonaisuudessaan	14
6.2 Turun Volvo Truck Centerin suosittelu	15
6.3 Asiakkaista kanta-asiakkaiksi	16
6.4 Työntekijöidemme kohteliaisuus ja avuliaisuus	17
6.5 Korjaamopalveluiden saatavuus	18
6.6 Tietojen ja hintatarjousten saaminen	19
6.7 Sovitussa aikataulussa pysyminen	20
6.8 Selvitys tehdystä työstä	21
6.9 Tiedot lisätöistä	22
6.10 Huollon tai korjauksen laatu	23
6.11 Ongelmien ratkaiseminen ensimmäisellä käyntikerralla	25
6.12 Varaosien saatavuus	26
6.13 Korjaamokäynnin kesto	27
<b>7 POHDINTA</b>	<b>29</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>31</b>

# 1 JOHDANTO

Asiakastyytyväisyys on yksi tärkeimpiä menestyksen mittareita yritysmaailmassa. Asiakkaiden tyytyväisenä pitäminen edellyttää mahdollisten myytävien tuotteiden laadun lisäksi laadukasta ja asiakkaiden odotuksia vastaavaa palvelua. Saamaansa palveluun tyytyväinen asiakas palaa luultavimmin uudelleen asioimaan yrityksessä, ja näin ollen asiakaskunta saadaan pysymään uskollisena ja kasvamaan suuremmaksi. Asiakastyytyväisyyden selvittämiseen on ainoastaan yksi hyvä keino, joka on heiltä itseltään kysyminen. Vastauksia analysoimalla on mahdollista saada selville kehitystä vaativat osa-alueet yrityksen toiminnassa ja asiakaspalvelussa.

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on selvittää Turun Volvo Truck Center -toimipisteen uusien Renault-asiakkaiden tyytyväisyys saamaansa palveluun sekä heidän aikomuksensa asioida Volvo Trucksilla myös jatkossa. Tyytyväisyystutkimus tapahtuu pääasiassa puhelimitse tehtävällä asiakastyytyväisyyskyselyllä, jonka kysymykset olen laatinut yhteistyössä Volvo Truck Centerin huoltopäällikön kanssa Volvon liikkeiden maailmanlaajuisesti käyttämää asiakastyytyväisyyskyselyä apuna käyttäen.

## 2 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUKSET

### 2.1 Asiakastyytyväisyystutkimuksien käsitteet

Asiakastyytyväisyystutkimuksen pyrkimyksenä on selvittää asiakkaan tyytyväisyyttä yrityksen toimintaan. Asiakastyytyväisyystutkimus on yksi markkinointitutkimuksen muodoista, joten siihen soveltuvat myös markkinointitutkimuksen toteutusperiaatteet. Toimiva markkinointitutkimus edellyttää viiden kriteerin täytymistä. Nämä kriteerit ovat validiteetti, reliabiliteetti, järjestelmällisyys, lisäarvon tuottaminen ja automaattinen toimintaan kytkeytyminen. Ensimmäinen kriteeri eli validiteetti ilmaisee, kuinka perusteellisesti tutkimus on tehty ja kuinka hyvin se mittaa sitä tutkittavaa asiaa, mitä on tarkoituskin. Validiteettiin vaikuttavat tutkimuksen perusteellisuus ja tulosten paikkansapitävyys. Reliabiliteetti taas tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta eli ei-sattumanvaraisuutta. Mittaus on reliaabeli, mikäli mittaustulos on peräkkäisissä mittauksissa sama tai lähes samanlainen. Kolmannen kriteerin eli järjestelmällisyyden käsite on yksinkertainen. Järjestelmällinen toiminta on tarkoituksenmukaista ja systemaattista toimintaa. Tutkimus voi olla järjestelmällinen, mikäli se esimerkiksi noudattaa tietynlaisia kaavia. Lisäarvon tuottaminen toteutuu, mikäli yrityksen toimintaa ja asiakassuhteita pystytään kehittämään tyytyväisyystutkimuksen perusteella. Viimeinen kriteeri eli automaattinen toimintaan kytkeytyminen tarkoittaa tyytyväisyystutkimusten tulosten automaattista vaikutusta toimintaan. Esimerkkinä tämänlaisesta toimintaan kytkeytymisestä voidaan pitää huonosti asiakastyytyväisyyskyselyssä menestyneisiin palvelun osa-alueisiin panostamista. (Rope & Pöllänen 1994, 83.)

### 2.2 Tiedonkeruu

Asiakastyytyväisyystutkimuksen tiedonkeruun toteuttamiseen on olemassa erilaisia keinoja. Tiedonkeruumenetelmän tulisi kuitenkin olla helppo toteuttaa käytännössä, kattava, tietojenkäsittelyyn sopiva sekä vastaajilleen helppokäyttöi-

nen. Käytännössä toimivimmat tietojenkeruumenetelmät ovat puhelimitse tehtävä haastattelu, henkilökohtainen haastattelu sekä kirjeitse tai sähköpostitse tehtävä kirjallinen kysely. Asiakastyytyväisyystutkimuksen tiedonkeruun suorittaminen tapahtuu yleisimmin normaalin asiakaskontaktin yhteydessä, esimerkiksi liittämällä kysely suoramarkkinointipostiin tai laskuun. (Rope & Pöllänen 1994, 85.)

### 2.3 Tutkimuksen kohteena olevat asiat

Asiakastyytyväisyyden muodostumiseen vaikuttavat ennakoitu odotustaso, kokemustaso, sekä toimintojen ominaisuuksien merkitys. Odotustason mittaamisella pyritään sananmukaisesti selvittämään, mitä asiakkaat odottavat yritykseltä. Kokemustasoa mitatessa pyritään saamaan selville asiakkaiden odotusten täyttymistä, eli kuinka tyytyväisiä he ovat tällä hetkellä yrityksen toimintaan omien kokemuksiansa perusteella. Mikäli kokemustaso on ylittänyt odotustason, on asiakastyytyväisyys erittäin hyvällä mallilla ja päinvastoin. Toimintojen ominaisuuksien merkitys tarkoittaa asiakastyytyväisyyden osa-alueiden painoarvoja, eli millä odotus- ja kokemustason eroavaisuuksilla on asiakkaalle suuri tai pieni merkitys. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista asioista toimintojen ominaisuuksien merkitys on erittäin yksilöllistä. Eräs asiakas saattaa pitää esimerkiksi asiakaspalvelun ystävällisyyttä ehdottomasti tärkeimpänä kriteerinä, kun taas toiselle tärkein asia saattaa olla nopeasti saatava palvelu. Edellä läpi käytyjä kolmea asiakastyytyväisyyden osa-aluetta mittaamalla pystytään saamaan kattava kokonaiskuva tyytyväisyyden tasosta. (Rope & Pöllänen, 1994, 88.)

### 3 VOLVO GROUP

Volvo AB on perustettu Ruotsin Göteborgissa vuonna 1927. Tänä päivänä Volvo valmistaa maansiirtokoneita, merimoottoreita sekä kuorma- ja linja-autoja. Aiemmin Volvo on valmistanut myös henkilöautoja, mutta henkilöautotuotantonsa se myi Ford Motor Companylle vuosituhaten vaihteessa. (Volvo Group 2015.)

Volvo Trucks osana Volvo Groupia on maailman johtavia raskaiden ajoneuvojen valmistajia, ja se tarjoaa asiakkailleen kuljetusratkaisuja yli 140 maassa. Työllistäjänä Volvo on myös merkittävä, sillä työntekijöitä ympäri maailman on noin 110 000. Suurin osa Volvon tuotantokapasiteetista on sijoitettu Ruotsiin, Belgiin, Yhdysvaltoihin sekä Brasiliaan. (Volvo Group 2015.) Vuonna 2014 Volvo Trucks Finlandin liikevaihto oli noin 181 milj. euroa sisältäen automyyntin, ja myytyjä työtunteja korjaamoilla kertyi yhteensä lähes 330 000. Kaikista Suomessa olevista Volvon valtuuttamista raskaan kaluston liikkeistä on tullut viimeistään vuoden 2014 aikana myös auktorisoituja Renault Trucks -huolto- ja korjaamopisteitä. Varsinais-Suomen Liedossa sijaitseva Volvo Truck Center Turun toimipisteestä tuli auktorisoitu Renault- korjaamo vuonna 2013, ja se työllistää kaiken kaikkiaan 59 henkilöä mukaan lukien mekaanikot, automyyjät, varaosamyyjät, toimihenkilöt sekä johtoportaan. Turun Volvo Truck Centerin korjaamotoiminnan liikevaihto vuonna 2014 oli noin 9 milj. euroa ja myytyjä työtunteja oli noin 46 000. (Kinnunen 2015.) Kuvassa 1. Turun Volvo Truck Center.



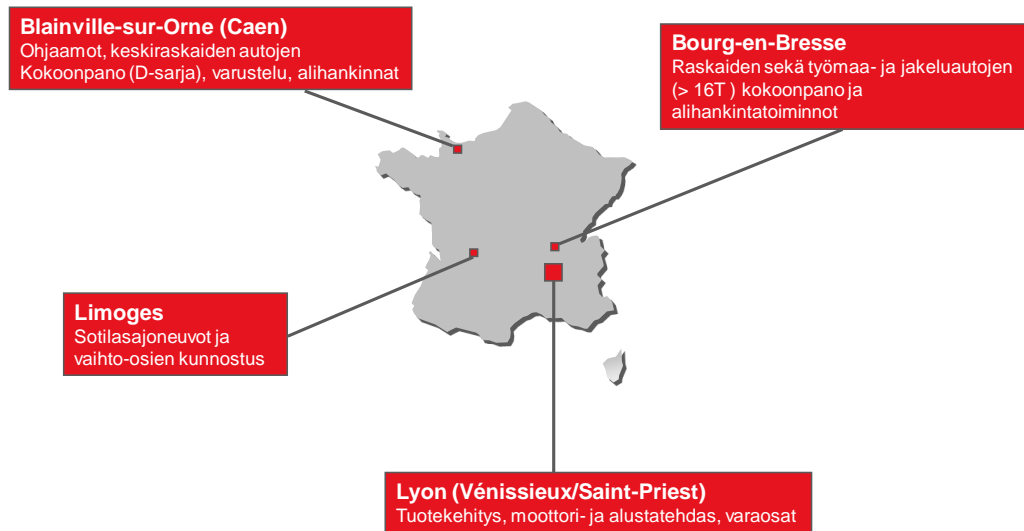


Kuva 1. Volvo Truck Center Turku.

## 4 RENAULT TRUCKS

Vuonna 1899 perustettu Renault S. A -yritys myi kuorma-autotuotantonsa Volvolle 2000-luvun alussa, ja nykyään Renault Trucks onkin osa Volvo Groupia. Renault Trucks työllistää noin 14 000 henkilöä. Suurin osa työskentelee Ranskassa, jossa Renault Trucks valmistaa ajoneuvoja neljällä tehtaallaan. Renault Trucksin liikevaihto oli vuonna 2011 noin 4,31 miljardia euroa. (Renault 2013.) Suomen markkinoilla Renault Trucksilla on kaukokuljetuksia varten tarjolla Euro6-päästöluokan T-mallisto ja jakelukäyttöön Euro6-päästöluokan D-mallisto, sekä Renault Master – pakettiautot, jotka kuuluvat Euro5-päästöluokkaan (Renault 2015). Turun Volvo Truck Centerin Renault-merkkiä koskeva osuus korjaamon liikevaihdosta oli vuonna 2014 noin 280 000 € (ei sisällä automyyntin osuutta), mutta vuodelle 2015 odotetaan noin 50 prosentin kasvua, sillä merkki on vasta tullut Volvo Truck Centerin katon alle. Myytyjä Renault-ajoneuvoja koskevia työtunteja samana vuonna oli 1 313 kappaletta, ja määrä tulee kasvamaan huomattavasti asiakaskunnan laajetessa. (Kinnunen 2015.)

## TUOTANTOLAITOKSET RANSKASSA



RENAULT TRUCKS

SIVU 9  
HEINÄKUU 2013

Kuva 2. Renaultin tehtaet Ranskassa (Renault Trucks Nordic 2013.)

Kuvassa 2 ovat Renaultin tuotantolaitokset Ranskassa. Myös Turun Volvo Truck Centerille tilatut varaosat lähetetään Renaultin Lyonin tehtaalta.

## 5 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS

### 5.1 Asiakastyytyväisyystutkimuksen laatiminen

Opinnäytetyön käytännön osuuden, itse asiakastyytyväisyystutkimuksen pitäminen edellytti tietysti halutunlaisen kyselyn laatimista. Turun Volvo Truck Centerin huoltopäällikkö Tom Kinnusen kanssa käydyn keskustelun jälkeen päädyttiin hyödyntämään Volvon maailmanlaajuisesti vuosittain teetättämää, 22-sivuista Master Questionnaire - kyselyä pohjana. Kyseinen asiakastyytyväisyystutkimus on teetetty alan ammattilaisten toimesta Volvon toimeenpanemana, ja sellaisenaan se oli liian laaja ja moninainen Turun toimipisteen paikalliseen käyttöön. Heti alkuun päätettiin että kysely tulitaisiin tekemään puhelimitse tarvittaessa asiakkaiden ajoneuvojen huoltohistoriaa GDS Fusion-ohjelmistosta apuna käyttäen. Yrityksen huoltopäällikkö toimitti listan Renault-asiakkaista, jotka ovat käyttäneet yrityksen palveluita lähivuosina. Listalla oli 46 asiakasta, joista pyrkimyksenä oli tavoittaa mahdollisimman monet ja saada vastauksia vähintään puolelta listan asiakkaista. Kyselyn ensimmäisen versio lähetettiin huoltopäällikön tarkasteltavaksi, jonka jälkeen siihen tehtiin pieniä muutoksia hänen toiveidensa mukaisesti. Volvon käyttämästä Master Questionnaire-kyselystä valikoitui muokkaamalla lopulta 13 kysymystä koskien muun muassa korjaamon yleiskuvaa sekä eri osa-alueita yrityksen palvelussa (asiakastyytyväisyyskysely liitteenä). Muokattavia kysymyksiä valitessa kriteereinä olivat helppo vastattavuus sekä käytännönläheinen sisältö. Kysymysten tuli olla sen laatuista, että niiden vastausten perusteella kyettäisiin tarvittaessa suunnittelemaan yksinkertaisia parannuksia ja uudistuksia päivittäisissä toimintatavoissa. Kysymyksien vastausvaihtoehdot laadittiin Likert-asteikon mukaisesti. Likert-asteikossa on sekä myönteisiä että kielteisiä asenneväittämiä viisiportaisesti. Asteikko on keksijänsä Rensis Likertin 1930-luvulla kehittämä, ja se onkin yksi käytetyimmistä kyselyiden vastausmalleista maailmassa (Vehkalahti 2008. 54) Mikäli asiakas vastasi johonkin esitetyistä kysymyksistä arvosanoilla yksi tai kaksi, syitä heikkoon arvosanaan tiedusteltiin ja vastaukset kirjattiin ylös. Kyselyn lopussa tie-

dusteltiin myös kultakin asiakkaalta, onko heillä ehdotuksia muista ajoneuvoja tai perävaunuja koskevista palveluista, joita heille tulisi tarjota ja haluavatko he Volvo Trucksin olevan heihin myöhemmin uudelleen yhteydessä jonkin asian takia.

## 5.2 Asiakastyytyväisyystutkimuksen suorittaminen

Luodun asiakastyytyväisyystutkimuksen pitäminen tuli suorittaa toimipisteeltämme Liedosta käsin, koska GDS Fusion-ohjelmistoomme ei ole mahdollista kirjautua etäisesti esimerkiksi kotikoneelta käsin. Tavoite oli saada opinnäytetyön käytännön osuus, eli itse puhelut hoidettua helmikuun loppuun mennessä, jotta pysyisin itselleni asettamassa aikataulussa. Asiakkaisiimme puhelinyhteydessä ollessani kirjasin vastaukset asiakaskohtaisesti paperille, josta lopulta siirsin ne kootusti Exceliin. Tavoitin puhelimitse viimeistään kolmannella yrittämällä kaikki listani 46 asiakasta, mutta luonnollisesti kaikilta en vastausta saanut. Kyselyyn vastasi lopulta 28 asiakasta. Vastaamatta jättämiseen oli erilaisia syitä. Listalle oli päätyntä esimerkiksi muutama asiakas, joilla todellisuudessa ei ole ollut omistuksessaan Renault-ajoneuvoa enää muutama vuosiin. Toinen syy oli se, etteivät asiakkaat itse halunneet tai kokeneet aiheelliseksi vastata kyselyyn. Tämä saattoi johtua esimerkiksi siitä, että asiakas oli käyttänyt korjaamomme palveluita ainoastaan digitaalisen ajopiirturin massamuistin tyhjentämiseen tai muuhun vastaavaan nopeahkoon ja yksinkertaiseen toimenpiteeseen. Ennen kyselyn aloittamista minulla oli ennakkoluulo, etteivät keskellä päivää puhelimitse tavoitetut asiakkaat olisi kovinkaan kiinnostuneita tai halukkaita vastaamaan kyselyyn. Onnekseni tämä luulo osoittautui täysin vääräksi, ja asiakkailla tuntui olevan halu olla mukana vaikuttamassa ja kehittämässä korjaamomme toimintaa.

## 6 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUKSEN TULOKSET

Kun asiakastyytyväisyystutkimuksen tulokset oli siirretty muistiinpanoistani Excel- taulukoihin, oli aika siirtyä tutkimaan niitä tarkemmin.

### 6.1 Asiakkaiden tyytyväisyys korjaamon toimintaan kokonaisuudessaan

Asiakastyytyväisyystutkimuksen ensimmäinen kysymys koski korjaamon toimintaa yleisesti. Asiakkaat antoivat arvosanan yhdestä viiteen (1 = erittäin tyytymätön, 2 = melko tyytymätön, 3 = ei tyytyväinen eikä tyytymätön, 4 = melko tyytyväinen, 5 = erittäin tyytyväinen).



Taulukko1. Ensimmäisen kysymyksen arvosanojen prosenttijakauma.

Taulukosta 1 voidaan huomata suurimman osan (67,9 %) antaneen arvosanan 4 korjaamon yleisarvosanaksi. Erittäin tyytyväisiä korjaamon toimintaan kokonaisuudessaan oli 17,9 % ja 10,7 % asiakkaista vastasi olevansa ei tyytyväisiä eikä tyytymättömiä. Melko tyytymätön - vastauksia ei tullut ainuttakaan, mutta yksi asiakas (3,6 % vastanneista) vastasi olevansa erittäin tyytymätön. Syynä kyseisen asiakkaan tyytymättömyyteen oli korjaamokäynti, jonka aikana hänen

ajoneuvossaan ollutta satunnaista vikaa ei ollut saatu päälle, joka teki vianhaus-  
ta ja vian korjaamisesta mahdotonta. Syy asiakkaan tyytymättömyyteen oli siis  
korjaamomme toiminnasta riippumaton, mutta toki erittäin valitettavaa.

## 6.2 Turun Volvo Truck Centerin suosittelu

Seuraava asiakkailta kysyttiin kuinka todennäköisesti he suosittelisivat Turun  
Volvo Truck Centeriä muille Renault-omistajille. Vastausvaihtoehdot kysymyk-  
seen olivat arvosanat 1–5 (1 = erittäin epätodennäköisesti, 2 = melko epäto-  
dennäköisesti, 3 = en osaa sanoa, 4 = melko todennäköisesti, 5 = erittäin to-  
dennäköisesti).



Taulukko 2. Toisen kysymyksen arvosanojen prosenttijakauma.

Taulukosta 2 voidaan havaita, että asiakastyytyväisyystutkimukseen vastan-  
neista noin 89 % ilmoitti aikovansa suositella korjaamoamme muille Renault-  
omistajille erittäin tai melko todennäköisesti. 7 % ei osannut vastata kysymyk-  
seen ja yksi asiakas vastasi suosittlevansa korjaamoamme muille erittäin epä-  
todennäköisesti. Kyseessä on sama asiakas, joka antoi korjaamomme yleisar-  
vosanaksi yksi, ja syy tyytymättömyyteen löytyy saman korjaamokäynnin epä-  
onnistumisesta kuin ensimmäisenkin kysymyksen kohdalla. Sama epäonninen

korjaamokäynti kävi ilmi myös asiakastyytyväisyystutkimuksen kolmannen kysymyksen kohdalla, enkä analysoi sitä jatkossa tarkemmin.

### 6.3 Asiakkaista kanta-asiakkaiksi

Kolmannessa kysymyksessä asiakkailta tiedusteltiin sitä, kuinka todennäköisesti he asioivat jatkossakin Turun Volvo Truck Centerillä Renault-ajoneuvonsa kanssa. Vastausvaihtoehtoina olivat samat todennäköisyyttä kuvaavat viisi mielipideväittämää kuin kyselyn toisessa kysymyksessä.



Taulukko 3. Kolmannen kysymyksen arvosanojen prosenttijakauma.

Taulukko 3:n mukaan vastaukset jakautuvat lähes vastaavasti kuin edeltävän kysymyksen kohdalla. Erittäin todennäköisesti uudelleen Turun Volvo Truck Centerillä asioivia on noin 29 % vastanneista. Noin 46 % vastanneista kokevat asioivansa melko todennäköisesti jatkossakin liikkeessämme ja noin 11 % ei osannut vastata kysymykseen. Asiakastyytyväistutkimuksen kysymyksistä ja tuloksista toimeksiantajalleni tärkein oli tämä kysymys ja sen tulokset. Huoltopäällikköömme kiinnosti erityisesti aikovatko Renault-asiakkaat jatkossakin käyttää meidän tarjoamiamme palveluita, koska lähiseudulta löytyy myös toinen Renault-merkkikorjaamo. Erittäin todennäköisesti tai melko todennäköisesti jat-



kossakin toimipisteemme palveluita käyttäviä on yhteensä noin 86 %, joten parantamisen varaa löytyy vielä, vaikka tulos on melko hyvä.

#### 6.4 Työntekijöidemme kohteliaisuus ja avuliaisuus

Kolmannen kysymyksen jälkeen esitin asiakkaille kymmenen palvelumme osa-alueita, joista ensimmäinen oli kohteliaisuus ja avuliaisuus. Nämä kymmenen osa-alueita tuli arvioida arvosanoilla 1–5 (1 = erittäin huono, 5 = erittäin hyvä).



Taulukko 4. Neljännen kysymyksen arvosanojen prosenttijakauma.

Taulukko 4:n mukaan henkilökuntamme on saanut kohteliaisuudesta ja avuliaisuudesta parhaan arvosanan noin 39 prosentilta vastanneista ja arvosanan neljä noin 46 prosentilta vastanneista asiakkaista. Kukaan ei antanut arvosanaksi kaksi, mutta yksi ykkönen oli joukossa. Noin neljä prosenttia vastanneista antoi arvosanan kolme. Kohteliaisuus ja avuliaisuus ovat täysin henkilökunnasta itsestään kiinni, joten hieman parannettavaa asiakaspalvelun saralla on. Sanonta ”aina on parantamisen varaa” selittää osittain sitä, etteivät kaikki asiakkaat halua antaa parasta arvosanaa, mutta arvosanaa neljä huonompia arvosanoja ei tulisi näkyä tämänkaltaisten asiakkaistaan riippuvaisten yrityksen asiakastyytyväisyystutkimuksen tuloksissa.

## 6.5 Korjaamopalveluiden saatavuus

Seuraava arvioitava osa-alue asiakastytyväisyystutkimuksessamme oli korjaamopalveluiden saatavuus, eli kuinka nopeasti ja helposti asiakkaat kokevat saavansa palvelua liikkeestämme. Mikäli vapaan korjaamoajan saaminen menee usean viikon taakse, kertoo se mahdollisesti liian pienistä toimitiloista ja/tai liian suppeasta henkilökunnasta. Myös ennalta arvaamattomia, pieniä korjauksia tulisi kyetä suorittamaan kohtuullisessa ajassa ilman varattua korjaamoaikaa.



Taulukko 5. Viidennen kysymyksen arvosanojen prosenttijakauma.

Suurin osa asiakkaista antoi korjaamopalveluiden saatavuudelle arvosanan 4 tai 5, mutta noin 7 %, eli kaksi vastanneista asiakkaista antoi arvosanan kaksi, kuten taulukosta 5 voidaan havaita. Ainoastaan yksi asiakas antoi arvosanaksi kolme. Korjaamopalveluiden saatavuudelle arvosanaa yksi ei antanut yksikään asiakkaista, mikä on tietysti erittäin hienoa havaita. On luonnollista, että ajoneuvo, josta oman elannon saanti on riippuvainen, halutaan saada mahdollisimman nopeasti takaisin ajokuntoon. Aina korjaamon resurssit eivät kuitenkaan riitä kaikkia tyydyttävän aikataulun aikaansaamiseen, joten on ymmärrettävää että asiakastytyväisyyskyselyn tuloksissa on havaittavissa myös pari hieman heikompa arvosanaa.

## 6.6 Tietojen ja hintatarjousten saaminen

Asiakastytyväisyystutkimuksen kolmas arvioitava osa-alue oli tietojen ja hintatarjousten saaminen. Kysymyksellä pyrittiin selvittämään, lähestytäänkö asiakkaita heidän mielestään tarpeeksi. Hyviä mahdollisia keinoja asiakkaiden lähestymiseen on esimerkiksi lähettää heille suoramarkkinointipostia, josta on helposti löydettävissä ajankohtaisimmat uutiset sekä voimassa olevat huolto- ja varaosatarjoukset.



Taulukko 6. Kuudennen kysymyksen arvosanojen prosenttijakauma.

Taulukosta 6 voidaan nähdä, että 50 % asiakkaista on antanut tietojen ja hintatarjousten saantia koskevaan kysymykseen vastaukseksi arvosanan kolme. Arvosanan kaksi on antanut yksi asiakas, ja loput noin 46 % jakautuvat neljän ja viiden kesken. Tietojen ja hintatarjousten saattamista asiakkaidemme tietoon on siis parannettava jonkin verran. Huolto- ja korjaamopalveluiden markkinointi säännöllisesti edullisten tarjousten avulla on helppo ja toimiva keino saada kuljetusryttäjiä houkuteltua käyttämään ajoneuvoaan samassa huoltokorjaamossa yhä uudelleen ja uudelleen.

## 6.7 Sovitussa aikataulussa pysyminen

Kaikki korjaamomme huoltamat ja korjaamat ajoneuvot ovat asiakkaidemme työkaluja, joten sovitussa aikataulussa pysyminen on ymmärrettävästi asiakkaille erittäin tärkeää, ja näin ollen se on sitä myös meille palvelua tarjoavana osapuolena. Asiakkailta kysyttiin, minkä arvosanan he antaisivat korjaamollemme sovitussa aikataulussa pysymisestä.



Taulukko 7. Seitsemännen kysymyksen arvosanojen prosenttijakauma.

Asiakastytyväisyystutkimuksessa neljäntenä osa-alueena arvosteltu sovitussa aikataulussa pysyminen on saanut noin 36 % parhaita arvosanoja ja toiseksi parhaita noin 39 %, kuten taulukosta 7 voidaan huomata. Huonointa arvosanaa ei antanut kukaan kyselyyn vastanneista, ja toiseksi huonoimman määrä ei ole järin merkittävä. Arvosanan kolme osuus sen sijaan on yli 21 %, mikä on hieman hälyttävää. Korjauksia varatessa tulisi aina pyrkiä antamaan asiakkaalle realistinen arvio korjauksen kestosta, vaikkei se usein asiakasta miellytäkään. Usein viivästystapauksissa on kuitenkin kyse tiettyjen varaosien toimitusongelmista ja huonosta saatavuudesta.

## 6.8 Selvitys tehdystä työstä

Laskujen maksu on kaikista epämiellyttävää puuhaa. Erityisen epämiellyttäväksi sen saattaa tehdä se, ettei voi olla täysin tietoinen mistä kaikesta maksettava summa koostuu. Laskussa olevan erittelyn lisäksi korjaamon asiakaspalvelutoiminnassa on ajoneuvoa luovuttaessa suotavaa käydä läpi vaiheittain, mitä kaikkea autoon on korjaamalla tehty. Asiakastyytyväisyystutkimuksessamme viides arvosteltava osa-alue oli tehdystä työstä saatu selvitys.



Taulukko 8. Kahdeksannen kysymyksen arvosanojen prosenttijakauma.

Taulukossa 8 ovat arv sanat selvityksille korjaamalla tehdyistä töistä. Jopa 36 % arv sanoista jakautuu arv sanojen kaksi ja kolme välille. Arvosanaa yksi ei antanut kukaan vastanneista. Arvosanan neljä osuus on noin 29 % ja arv osanan viisi noin 36 %. Asiakastyytyväisyystutkimuksen tulokset eivät kerro, ovatko asiakkaat itse olleet lainkaan kiinnostuneita tehdystä työstä ajoneuvoa noutaessaan. Joka tapauksessa arv sanojen kaksi ja kolme suuri osuus kertoo, että selvitykseen tulisi panostaa jatkossa enemmän. Kunnollinen selvitys tehdystä työstä vähentää huomattavasti usein puhelimitse tapahtuvaa laskujen jälkipuinitia asiakkaan ja korjaamon välillä.

## 6.9 Tiedot lisätöistä

Kuudentena arvosteltavana korjaamomme palvelun osa-alueena oli lisätöistä tiedottaminen. Usein asiakkaan tilaaman korjauksen tai huollon lisäksi työtä tehdessä saatetaan havaita muita vikoja tai puutteita, jotka edellyttävät korjaamista. Luonnollisesti lisää kustannuksia aiheuttavista toimenpiteistä tulisi aina informoida asiakasta. Joissakin pienissä korjauksissa, kuten esimerkiksi palaneiden polttimoiden uusimisessa, voidaan työ suorittaa pienistä kustannuksista johtuen kysymättä asiakkaalta lupaa, mutta tällä tavalla toimiminen edellyttää asiakkaana olevan yrityksen toimintatapojen tuntemista. Satunnaisesti työtä tekevä asentaja saattaa suorittaa jonkin korjauksen, mitä asiakas ei ole tilannut. Ajoneuvoa hakiessaan tai laskua tarkastellessaan asiakas saattaa ymmärrettävistä syistä suuttua huomattaessaan ylimääräisiä töitä, joihin ei ole kysytty lupaa. Asiakkaiden tiedottaminen on täysin työnjohdon ja mekaanikoiden aktiivisuudesta kiinni, joten huonojen arvosanojen määrä tulisi olla minimaalinen.



Taulukko 9. Yhdeksännen kysymyksen arvosanojen prosenttijakauma.

Asiakkaan tiedottaminen tarvittavista lisätöistä vaatii huomattavasti panostamis-  
sa jatkossa, kuten taulukosta 9 voidaan huomata. Arvosanaa viisi on antanut

vain 25 % asiakkaista. Arvosana neljän prosenttiosuus on noin 32 % ja arvosa-  
nan kaksi noin 4 %. Eniten huomiota herättää arvosa-  
nan kolme suuri osuus. Noin 39 % vastanneista asiakkaista antoi kysymykseen vastaukseksi arvosa-  
nan kolme. Tulos on täysin henkilökunnan toiminnasta riippuvainen, joten jatkossa  
lisätöistä tiedottamiseen tulee ehdottomasti panostaa.

#### 6.10 Huollon tai korjauksen laatu

Maksavilla asiakkailla on ehdottomasti täysi oikeus saada ajoneuvolleen laadu-  
kasta huoltoa ja korjausta. Asiakkaiden mielestä lähes poikkeuksetta tärkein  
asia hinnan lisäksi korjaamokäynneissä on suoritettujen huollon tai korjauksen  
laatu. Asiakkaan saattaa olla vaikea havaita tehdyn korjaustyön laatua, jos vika  
ei uusiudu, mutta esimerkiksi huolletusta ajoneuvosta on helposti havaittavissa  
onko mahdolliset voitelukohteet käyty läpi. Usein esimerkiksi erikoisemman  
päällisrakenteen omaavien ajoneuvojen omistajat saattavat antaa palautetta,  
ettei kaikkia rasvanippoja ole käyty läpi rasvaprässin kanssa. Useissa merkki-  
korjaamoissa on käytössä sisäinen laadunvalvontajärjestelmä. Sisäisen laadun-  
valvontajärjestelmän tehtävänä on tutkia korjaamalla suoritettavan työn laatua  
ja antaa siitä kehittävästä palautetta sekä työnjohdolle että suorittavalle portaalle.  
Virheisiin ja huolimattomuuteen puuttuminen mahdollistaa korjaamon toiminnan  
jatkuvan kehittymisen. Volvo Truck Center ei käytä sisäistä laadunvalvontaa.  
Luonnollisesti inhimillisestä virheestä tai huolimattomuudesta johtuva vian uu-  
siutuminen kielii huonosta korjauksen laadusta. Työn laatuun ja huolellisuuteen  
tulee panostaa aina, eikä sen merkitystä voi ylikorostaa. Asiakastytyväisyys-  
kyselyssämme pyydettiin asiakkaita antamaan arvosa-  
na huollon tai korjauksen  
laadusta.



Taulukko 10. Kysymyksen 10 arvosanojen prosenttijakauma.

Kuten taulukosta 10 voidaan huomata, on yksi (3,57 %) asiakkaista arvostellut ajoneuvolleen suoritettua huollon tai korjauksen olevan ainoastaan arvosanan yksi arvoinen. Kyseinen tapaus on sama asiakastytyväisyystutkimuksen ensimmäisiin kysymyksiin heikoimpia arvosanoja antanut asiakas, jonka ajoneuvossa ei ollut korjaamokäynnin yhteydessä saatu vikaa päälle. Vastanneista asiakkaista noin 46 % antoi arvosanan neljä, ja arvosanan viisi osuus on noin 32 prosenttiyksikköä. Parhaiden arvosanojen yhteenlaskettu, lähes 80 %:n osuus kaikista annetuista arvosanoista on hyvä tulos, mutta arvosanojen kolme osuus olisi tulevaisuudessa toivottavaa nähdä jakautuvan mieluummin neljän ja viiden välille. Huoltojen ja korjausten laatu ei saisi ikinä kärsiä ulkoisten tekijöiden, kuten kiireen takia. Korjaamon työnjohdon tulee varata töitä niin paljon kuin mahdollista, mutta kuitenkin maltillisesti että tällaisilta virheiltä vältyttäisiin. Korjaamohallin puolella mekaanikoiden työmotivaation ja oman ammattitaidon tulisi olla niin korkea, ettei huolimattomuus tai tahallisuus aiheuttaisi tehdyn työn laadun heikkenemistä. Asiakastytyväisyystutkimuksen vastauksissa oma osansa on luultavasti myös mahdollisissa varaosien valmistusvirheissä, joiden johdosta korjauksen laatu vaikuttaa luonnollisesti heikolta, koska autoa joudutaan käyttämään uudelleen korjattavana.



### 6.11 Ongelmien ratkaiseminen ensimmäisellä käyntikerralla

Kun asiakas on saanut ajoneuvolleen korjaamoajan, hän huokaisee usein helpotuksesta. Pian päivittäinen työkalu on taas kunnossa ja edessä on huolettomia kilometrejä vasta korjatulla laitteella. Pettymys on taattu, mikäli korjaamokäynnin jälkeen auto ei olekaan kunnossa. Sille, ettei ajoneuvoa saada kuntoon ensimmäisellä kerralla, on useita mahdollisia syitä. Yksi yleinen syy ensimmäisen korjaamokäynnin riittämättömyyteen on varaosien puuttuminen. Korjaamoaikaa varatessa vian aiheuttaja ei usein ole etukäteen selvillä, eikä kalliita varaosia voi tilata turhaan varastoon. Tämä asia aiheuttaa usein närää asiakkaiden kanssa keskusteltaessa. Monesti tiskillä tai puhelimessa kuulee lauseen ”kyllä sellainen perusosa pitää löytyä hyllystä”. Valitettavasti jokaisen ajoneuvomallin kaikkien osien hyllyssä pitäminen ei ole mahdollista. Uuden korjaamokäynnin tarve aiheuttaa pettymistä korjaamoa kohtaan, ja pyrkimyksenä onkin saada asiakkaan ajoneuvo aina ensimmäisellä kerralla kuntoon mahdollisuuksien mukaan. Seuraava arvosteltava osa-alue oli ongelmien ratkaiseminen ensimmäisellä käyntikerralla.



Taulukko 11. Kysymyksen 11 vastausten arvosanojen prosenttijakauma.

Taulukossa 11. ovat arvostelut ongelman ratkaisemiselle ensimmäisellä käyntikerralla. Arvosanojen kolme ja neljä osuuden ovat samansuuruiset, noin 29 %.

Arvosanaa viisi antoi noin 32 % vastanneista. Noin 11 % kyselyyn vastanneista asiakkaista antoi kysymykseen vastaukseksi arvosanan yksi tai kaksi, mikä on epämiellyttävän suuri osuus. Huonojen arvosanojen osuudelle osasyynä on se, että osa asiakkaista on käyttänyt ajoneuvoaan vain kerran tai kaksi korjaamollamme. Tällaisissa tapauksissa esimerkiksi varaosien tilaamisesta johtuva toisen korjaamokäynnin tarve on johtanut heikon arvosanan antamiseen. Suurten kuljetusyritysten ja kanta-asiakkaidemme palaute antaa paremman kokonais kuvan, mikäli suurin osa korjaamokäynneistä on tuottanut halutun tuloksen, on arvosana luultavammin 3 tai 4, ehkä jopa viisi.

## 6.12 Varaosien saatavuus

Suurin osa korjaamokäynnin kestosta on usein tilatun varaosan odottamista. Kun korjattava vika on saatu paikannettua, tiedustellaan viallisen osan saatavuutta varaosamyijiltä. Usein tarvittavat, edulliset kulutusosat pyritään pitämään jatkuvasti omassa varastossa saatavilla, mutta kalliimmat osat ovat lähes poikkeuksetta tilaustavaraa. Osa asiakkaista ei välttämättä käytä korjaus- ja huolto-palveluamme, vaan he saattavat tilata varaosapuoleltamme tarvitsemansa osat ja asentaa ne omatoimisesti. Maanantaista torstaihin Turun Volvo Truck Centeriltä tilaamamme osat saapuvat seuraavaksi päiväksi Ranskan Lyonista, mikäli tilaus tehdään ennen kello viittä iltapäivällä. Perjantaina tehdyt varaosatilaukset saapuvat seuraavana maanantaina tai tiistaina. Tilatuista Renault-varaosista noin 85 % saapuu ajallaan. Yhdeksäs asiakastyytyväisyyskyselyssämme arvioitava osa-alue oli varaosien saatavuus.



Taulukko 12. Kysymyksen 12 arvosanojen prosenttijakauma.

Taulukon 12 mukaan varaosien saatavuuden arvosanat jakautuvat välille 2–5. Suurin osuus on arvosanalla neljä, joka on noin 39 %. Arvosanan kolme ja viisi osuudet ovat noin 36 % ja noin 14 %. Kolme tyytyväisyyskyselyyn vastanneista asiakkaista, eli noin 11 % antoi kysymykseen vastaukseksi arvosanan kaksi. Tuloksista voi päätellä, että varaosien saatavuutta tulisi hieman parantaa. Varaosien valmistus ja toimitukset eivät ole meidän toiminnastamme kiinni, mutta tuomalla esiin varaosia koskevien kyselyiden tuloksia voidaan tulevaisuudessa varmasti vaikuttaa saatavuuden parantamiseen.

### 6.13 Korjaamokäynnin kesto

Asiakkailla on usein jonkinlainen käsitys siitä, kuinka kauan jonkinlainen huolto- tai korjaustoimenpide saattaa vaatia aikaa. Oma työkalu halutaan luonnollisesti mahdollisimman pian takaisin tekemään rahaa, mutta korjaamokäynnin kesto on riippuvainen monesta seikasta. Varaosien saatavuus, mahdollisten uusien ongelmien ilmeneminen ja työn sujuvuus yleisesti eivät ole täysin varmasti ennustettavissa. Tämänlaiset ongelmat ovat ennalta arvaamattomia, mutta ilman ongelmiakin sujunut huolto- tai korjaustoimenpide saattaa kestää joidenkin mielestä tarpeettoman kauan. Asiakkailtamme kysyttiin jo kyselyn alkupäässä,

kuinka hyvin olemme onnistuneet pysymään sovitussa aikataulussa. Seuraava kysymys koski korjaamokäynnin kestoa yleisesti. Asiakastyytyväisyyskyselymme viimeisessä kysymyksessä asiakkaita pyydettiin antamaan arvosana ajoneuvon takaisin liikenteeseen saamiseen kuluneelle ajalle.



Taulukko 13. Kysymyksen 13 arvosanojen prosenttijakauma.

Taulukossa 13 on arvosanojen prosenttijakauma ajoneuvon takaisin liikenteeseen saamiseen kuluneelle ajalle. Arvosanaa yksi ei iloksemme antanut kukaan vastanneista asiakkaista. Arvosanoja kaksi annettiin kaksi kappaletta, eli noin 7 % annetuista arvosanoista. Arvosanoja kolme oli kolme kappaletta, mikä on noin 11 % annetuista arvosanoista. Arvosanan neljä osuus on tasan puolet, ja arvosanan viisi noin 31 %. Yli 80 % arvosanoista jakaantui parhaimpien arvosanojen välille, mikä on erinomainen tulos. Asiakkaiden kokemukset ripeästä korjaamotoiminnasta edesauttavat kokonaistyytyväisyyden kasvua ja parantavat todennäköisyyttä saada asiakkaat käyttämään palveluamme jatkossa yhä uudelleen ja uudelleen. Tulevaisuudessa vastaavalle kysymykselle saadaan varmasti vieläkin parempi tulos, mikäli Renaultin varaosatoimitukset kehittyvät ja korjaamon omasta toiminnasta saadaan niin sanotut turhat liikkeet pois.

## 7 POHDINTA

Käytyämme läpi asiakastyytyväisyyskyselymme tulokset oli aika miettiä mahdollisia kehityskohteita toiminnassamme. Työkokemukseni Turun Volvo Truck Centerillä asiakaspalvelijana oli luonut minulle jonkin tasoisen ennakkokäsityksen asiakkaidemme tyytyväisyydestä. Oma mielipiteeni palvelumme tasosta jo ennen asiakastyytyväisyyskyselyn suorittamista oli hyvä, mutta odotukseni ylittyivät silti hieman. Korjaamomme henkilökunnalla on vasta lyhyt historia Renaultin parissa työskentelystä, mutta siitä huolimatta tulokset ovat jo lähes toivotulla tasolla.

Asiakastyytyväisyyskyselymme ensimmäisen kysymyksen tulokset kertovat jo, että asiakkaiden tyytyväisyyden taso ei ole ainakaan kriittisen alhainen. Asiakkaiden tyytyväisyyttä korjaamon toimintaan kokonaisuudessaan koskevan kysymyksen vastausten keskiarvo on 3,96. Panostusta ja kehitystä vaativat korjaamotoimintamme osa-alueet ovat luonnollisesti heikoimmin kyselyssämme menestyneet. Huonoimman vastausten keskiarvon saanut kysymys koski tietojen ja hintatarjousten saantia vastausten keskiarvon ollessa 3,54. Tällä hetkellä Renault-asiakkaitamme ei lähestytä suoramarkkinointipostilla. Toivomme, että lähitulevaisuudessa myös Renault Trucks Suomessa alkaa Volvo Groupin tapaan lähettää vastaavia hintatarjouksia sisältäviä markkinointikirjeitä asiakkaillemme. Suoramarkkinointipostilla tietojen ja hintatarjousten saaminen asiakkaiden osalta paranisi merkittävästi, ja jatkossa vastaavanlaisen asiakastyytyväisyyskyselyn tulos olisi toivon mukaan parempi. Toiseksi huonoin arvosanojen keskiarvo (3,57) saatiin varaosien saatavuutta koskeneeseen kysymykseen. Vaikutusmahdollisuutemme varaosalogistiikkaan ovat melko pienet, eikä varaosien toimituksiin ole tulossa lähiaikoina muutoksia. Paikallisesti pystymme jatkossa parantamaan varaosien saatavuutta kannustamalla varaosahenkilökuntaa huolehtimaan entistä tarkemmin päivittäisten tilausten yhteydessä useimpien tarvittavien osien saatavuudesta omasta varastostamme. Tuloksien keskiarvoja tarkastelemalla parantamisen varaa havaittiin myös ongelmien ratkaisemisesta ensimmäisellä käyntikerralla koskevan kysymyksen kohdalla. Ongelman rat-

kaiseminen ensimmäisellä käyntikerralla - kysymyksen vastausten keskiarvo oli 3,75. Osa Turun Volvo Truck Centerin mekaniikoista on suorittanut Renaultin huoltoja sekä korjauksia koskevia kursseja, mutta eivät läheskään kaikki. Minikäänlaista koulutussuunnitelmaa ei ole ainakaan Renaultin toimesta toistaiseksi laadittu, mutta ajan myötä resurssien riittäessä kaikki asentajamme pyritään saamaan kursseille. Tyyppikoulutusten ja kokemuksen harjaannuttamana henkilökuntamme tulee varmasti saamaan tulevaisuudessa yhä useampia Renault-ajoneuvoja kuntoon jo ensimmäisellä huoltokerralla, mikä heijastuu myös suoraan asiakkaiden kokonaistyytyväisyyteen. Mikäli varaosatoimitukset tulevat tulevaisuudessa paranemaan ja henkilökuntamme saa asiaankuuluvaa koulutusta jatkossakin, tulevat asiakastyytyväisyyskyselyidemme tulokset olemaan varmasti erinomaisia.

## LÄHTEET

Kinnunen, T. 2015. Huoltopäällikkö. Volvo Truck Center Turku  
Haastattelu 15.2.2015

Renault Trucks Nordic 2013. Renault Trucks Presentation

Renault 2015. Viitattu 7.4.2015  
<http://www.renault-trucks.fi>

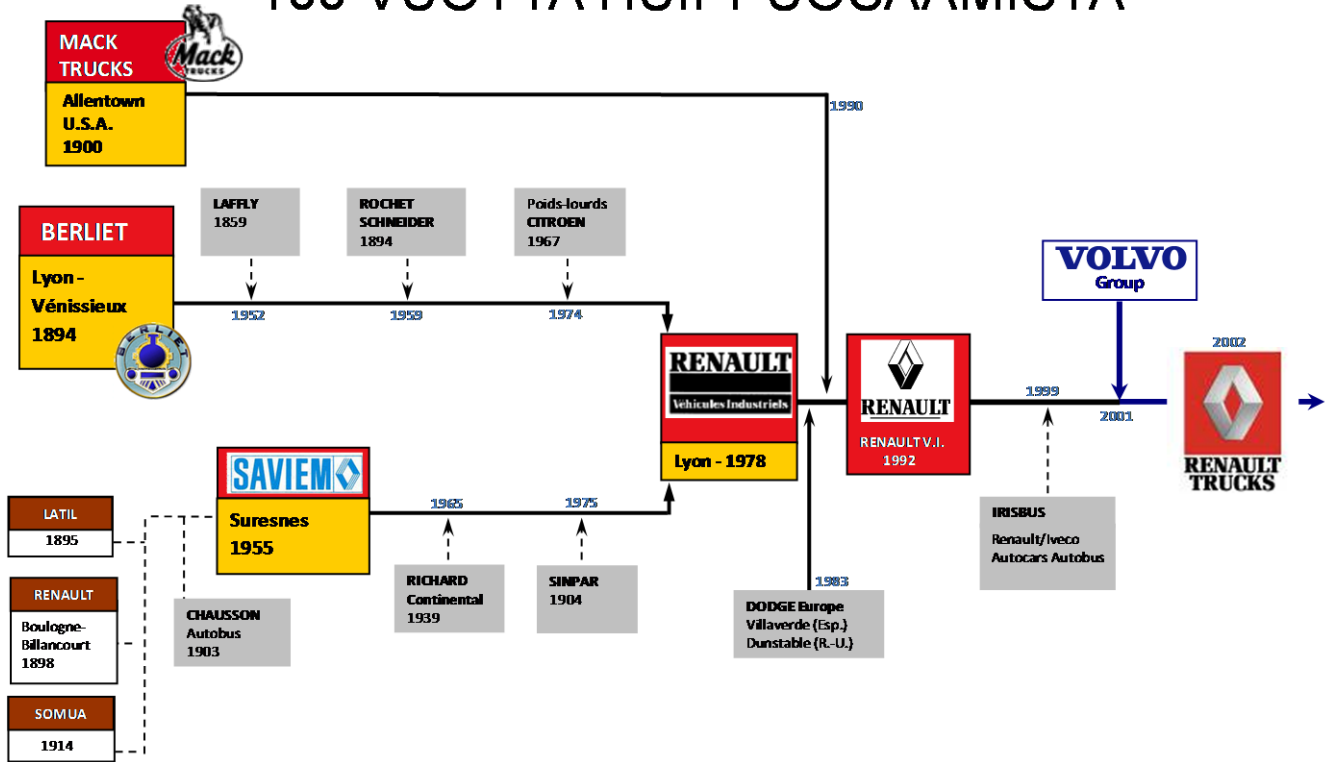
Renault Trucks 2013. Viitattu 28.3.2015  
<http://www.corporate.renault-trucks.com>

Rope, T. & Pöllänen, J. 1994. Asiakastytyväisyysjohtaminen, 4. painos. Helsinki: WSOY.

Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. 2008. Helsinki: Tammi.

Volvo Group 2015. Viitattu 15.3.2015  
<http://www.volvogroup.com/group/global>

# 100 VUOTTA HUIPPUOSAAMISTA



Renault Trucks Nordic Status päiv. elokuussa 29 2013 Göteborg



Volvo Goup ja Renault Trucks historia (Renault Trucks Nordic 2013.)



## Asiakastyytyväisyyskysely

Arvioikaa sitä, kun viimeksi käytitte Renault-kuorma-autonne huollossa tai korjattavana Turun Volvo Truck Centerillä.

### **Kuinka tyytyväinen olitte korjaamon toimintaan kokonaisuudessaan?**

1. Erittäin tyytymätön
2. Jokseenkin tyytymätön
3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön
4. Melko tyytyväinen
5. Erittäin tyytyväinen

Mikäli vastasitte kysymykseen vaihtoehdolla 1 tai 2, voisitteko perustella vastaustanne?

### **Kuinka todennäköisesti aiotte suositella Turun Volvo Truck Centeriä muille Renault- omistajille?**

1. Erittäin epätodennäköisesti
2. Melko epätodennäköisesti
3. En osaa sanoa
4. Melko todennäköisesti
5. Erittäin todennäköisesti

Mikäli vastasitte kysymykseen vaihtoehdolla 1 tai 2, voisitteko perustella vastaustanne?

**Kuinka todennäköisesti viette Renault- ajoneuvonne huoltoon tai korjaukseen Turun Volvo Truck Centerille myös seuraavan kerran?**

1. Erittäin epätodennäköisesti
2. Melko epätodennäköisesti
3. En osaa sanoa
4. Melko todennäköisesti
5. Erittäin todennäköisesti

Mikäli vastasitte kysymykseen vaihtoehdolla 1 tai 2, voisitteko perustella vastaustanne?

**Arvioikaa seuraavia palvelumme osa-alueita asteikolla 1-5 (1= erittäin huono, 5=erittäin hyvä)**

1. Kohteliaisuus ja avuliaisuus
2. Korjaamopalveluiden saatavuus
3. Tietojen ja hintatarjousten saaminen
4. Huollon tai korjauksen suorittaminen sovitussa ajassa
5. Selvitys tehdystä työstä
6. Tiedot lisätöistä
7. Huollon tai korjauksen laatu
8. Ongelman ratkaiseminen ensimmäisellä käyntikerralla
9. Varaosien saatavuus
10. Takaisin liikenteeseen saamiseen kulunut aika

**Mitä muita autoihin tai perävaunuihin liittyviä lisäpalveluita meidän tulisi tarjota?**

**Haluatteko että olemme teihin myöhemmin yhteydessä**

# Asiakastyytyväisyyskyselyn vastaukset

Kyselyssä tavoiteltiin 46 asiakasta, 28 asiakkaalta saatiin vastaus.

## Kysymys 1

vastaus	kpl	prosentteina
1	1	3.57
2	0	0.00
3	3	10.71
4	19	67.86
5	5	17.86

## Kysymys 7

vastaus	kpl	prosentteina
1	0	0.00
2	1	3.57
3	6	21.43
4	11	39.29
5	10	35.71

## Kysymys 13

vastaus	kpl	prosentteina
1	0	0.00
2	2	7.14
3	3	10.71
4	14	50.00
5	9	32.14

## Kysymys 2

vastaus	kpl	prosentteina
1	1	3.57
2	0	0.00
3	2	7.14
4	14	50.00
5	11	39.29

## Kysymys 8

vastaus	kpl	prosentteina
1	0	0.00
2	2	7.14
3	8	28.57
4	8	28.57
5	10	35.71

## Kysymys 3

vastaus	kpl	prosentteina
1	1	3.57
2	0	0.00
3	3	10.71
4	13	46.43
5	11	39.29

## Kysymys 9

vastaus	kpl	prosentteina
1	0	0.00
2	1	3.57
3	11	39.29
4	9	32.14
5	7	25.00

## Kysymys 4

vastaus	kpl	prosentteina
1	0	0.00
2	1	3.57
3	3	10.71
4	13	46.43
5	11	39.29

## Kysymys 10

vastaus	kpl	prosentteina
1	1	3.57
2	0	0.00
3	5	17.86
4	13	46.43
5	9	32.14

## Kysymys 5

vastaus	kpl	prosentteina
1	0	0.00
2	2	7.14
3	1	3.57
4	13	46.43
5	12	42.86

## Kysymys 11

vastaus	kpl	prosentteina
1	2	7.14
2	1	3.57
3	8	28.57
4	8	28.57
5	9	32.14

## Kysymys 6

vastaus	kpl	prosentteina
1	0	0.00
2	1	3.57
3	14	50.00
4	10	35.71
5	3	10.71

## Kysymys 12

vastaus	kpl	prosentteina
1	0	0.00
2	3	10.71
3	10	35.71
4	11	39.29
5	4	14.29