



KAUPAN LIITTO

Asiakastyytyväisyys palveluihin Suomessa 2018

Jaana Kurjenoja

Poimintoja selvityksestä.

Laajempi materiaali on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.



Selvityksen taustaa: miksi?

- Yksityiset palvelut työllistävät noin puolet kansantalouden työllisistä, ja esimerkiksi kauppa on yrityssektorin suurin työllistäjä. Palvelujen pärjääminen kansainvälisessä kilpailussa on ensiarvoisen tärkeää Suomen talouskasvulle ja työllisyydelle.
- Kuluttajapalveluiden kilpailukyky, elinvoima ja kehittyminen ovat tärkeitä yksittäisille palveluyrityksille, mutta myös koko kansantaloudelle.
- Yksi suurimmista perustekijöistä elinvoimaisille palveluille Suomessa on kuluttajaymmärrys ja sitä kautta omien – nykyisten ja tulevien – asiakkaiden kunnioitus.
- Asiakastyytyväisyysindeksiä kehitetään juuri yllä mainituista lähtökohdista. Indeksi tarjoaa eri aloille ja yrityksille kuvaa siitä,
 - miten ne sijoittuvat yleisessä vertailussa ja
 - mitkä osatekijät ovat niiden vahvuuksia tai heikkouksia.
- Parempi tietämys omista vahvuuksista ja heikkouksista verrattuna kilpailijoihin tai muihin aloihin, luo pohjaa toiminnan kehittämiseksi. Tietämys kuluttajien näkemyksistä alaa kohtaan antaa tietoa myös niille yrityksille, jotka eivät ole mukana asiakastyytyväisyysindeksissä. Tämä on tärkeää varsinkin pienille yrityksille, joilla ei ole resursseja laajojen selvitysten tekemiseen.
- Asiakastyytyväisyysindeksi on osa Aalto-yliopiston työelämäprofessori Lasse Mitrosen ja Kaupan liiton välistä tutkimusyhteistyötä.

Selvityksen taustaa: miten?

- Kantar TNS on toteuttanut indeksin tiedonkeruun.
 - Otos edustaa Manner-Suomen väestöä, ja siinä on 5 421 15–79-vuotiasta mannersuomalaista. Kukin vastaaja on arvioinut 2–3 palveluyritystä, ja aineisto koostuu 14 234 asiakasarviosta.
 - Aineiston keräämiseksi on tehty kolme eri keruukierrosta Kantar TNS Forum -internetpaneelissa: tammikuussa, toukokuussa ja elokuussa 2018.
- Asiakkaat ovat arvioineet 78 eri palveluyritystä yhdeksältä eri alalta (lääkäripalveluissa on ollut mukana arvioitavana erillinen kokonaisuus ”Julkkiset terveyskeskukset”, joka ei ole varsinainen yritys. Koska julkinen terveydenhoito toimii pitkälti verovaroin eikä ole liikeyritys, ”Julkkiset terveyskeskukset” ei ole mukana tilastollisissa regressioanalyysissä).
 - Yritykset ovat valtakunnallisia ketjuja.
 - Yritysten paino alan keskiarvoon on laskettu liikevaihdon mukaan (lääkäripalveluissa on käytetty matemaattista keskiarvoa).
- Asiakkaat ovat arvioineet yrityksiä 16 kysymyksellä. Vastauksista on muodostettu kuusi erillistä indeksiä: varsinainen asiakastyytyväisyysindeksi ja viisi muuta indeksiä
 - Asiakasodotukset, Laatukokemus, Hintakokemus, Asiakastyytyväisyys, Lojaliteetti, Suosittelevuus. Indeksien arvot ovat välillä 1–100.
 - Eri aloja on arvioitu mahdollisimman samanlaisilla kysymyksillä, mutta sanamuotoja on muokattu kullekin alalle sopiviksi.
 - Asiakkaat ovat arvioineet yrityksiä asteikolla 1–10.
- Työelämäprofessori Lasse Mitronen ja pääekonomisti Jaana Kurjenoja ovat laatineet kysymyslomakkeet, määritelleet indeksien laskukaavat ja valinneet tutkittavat alat ja ketjuyritykset.

Tutkittavat alat ja yritykset

Huom! Niistä kaupan yrityksistä, joista on saatu vähintään 100 vastausta, voidaan pyynnöstä tehdä oma yritysکوhtainen raportti

*Vähemmän kuin 100 vastausta

Päivittäistavara- ja marketkauppa

- S-market
- Prisma
- Sale
- Alepa
- Lidl
- Citymarket
- Minimani*
- K-Supermarket
- K-Market
- R-kioski

Kodin käyttötavara- ja tavarataloketjut

- J.Kärkkäinen
- Sokos
- Stockmann
- Tokmanni
- Hong Kong
- Motonet
- Clas Ohlson
- IKEA
- Biltema

Urheilu- ja vapaa-aika

- Stadium
- XXL Sports & Outdoor
- Partioaitta
- Scandinavian Outdoor
- Intersport
- Budget Sport

Vaatteet ja kengät

- Hennes & Mauritz
- Marimekko
- Lindex
- Dressmann
- Kapp Ahl
- Jack & Jones*
- Vero Moda*
- Vila*
- Cubus*
- Zara*
- Bik Bok*
- Aukia*
- Halonen
- Kookenkä
- Din Sko*
- Kekäle*

Rautakauppa

- Bauhaus
- Carlson rautakauppa*
- K-Rauta/ Rautia
- Byggmax
- Stark
- RTV
- Värisilmä

Hotelliketjut

- Sokos Hotels
- Radisson Blu
- Scandic Hotels
- Cumulus City & Resort
- Lapland Hotels
- Omenahotellit
Omenahotels

Tutkittavat alat ja yritykset

Ravintola- ja kahvilaketjut

- HuviRetki (Cumulus-hotellien yhteydessä)
- Rax Buffet
- Burger King
- Hanko Sushi
- McDonald's
- Fazer ravintolat ja kahvilat
- Picnic
- Subway
- Amarillo (Sokos Hotellsien yhteydessä)
- Rosso
- Hesburger
- Kotipizza

Kotimaan kaukoliikenne

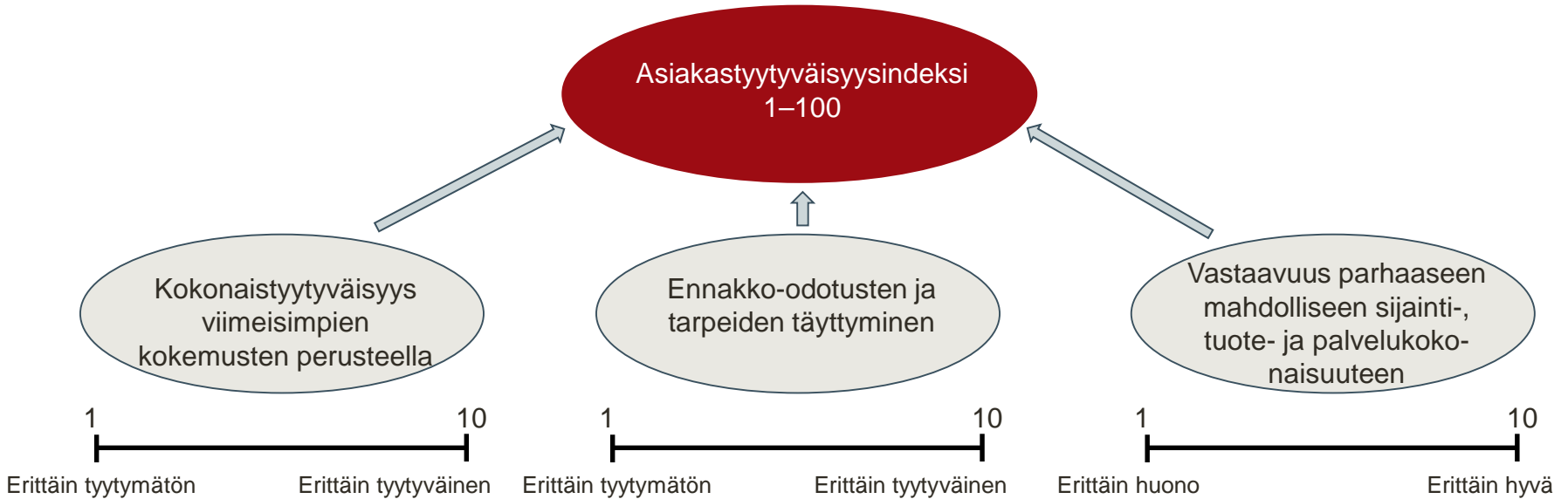
- Finnair
- VR
- Onnibus
- Pohjolan liikenne
- Koiviston auto
- Paunu
- Savonlinja

Lääkäripalvelut

- Mehiläinen
- Pihlajalinna/ Dextra
- Terveystalo/ Diacor
- Lääkärikeskus Aava
- Julkiset terveyskeskukset

Asiakastyytyväisyysindeksin kolme osatekijää

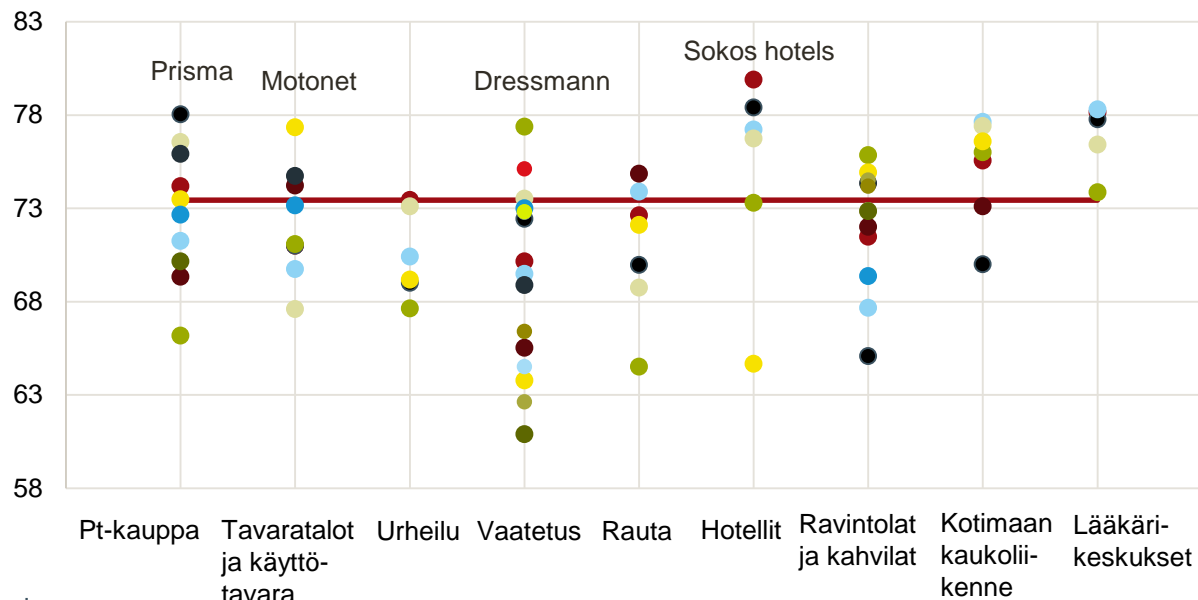
78 yritystä, 14 234 arviota



Lääkärikeskukset, hotellit ja päivittäistavarakauppa keräävät keskimäärin korkeimman asiakastyytyväisyyden ja vaatetuksen erikoiskauppa matalimman

Asiakastyytyväisyys
78 yritystä, 14 234 arviota

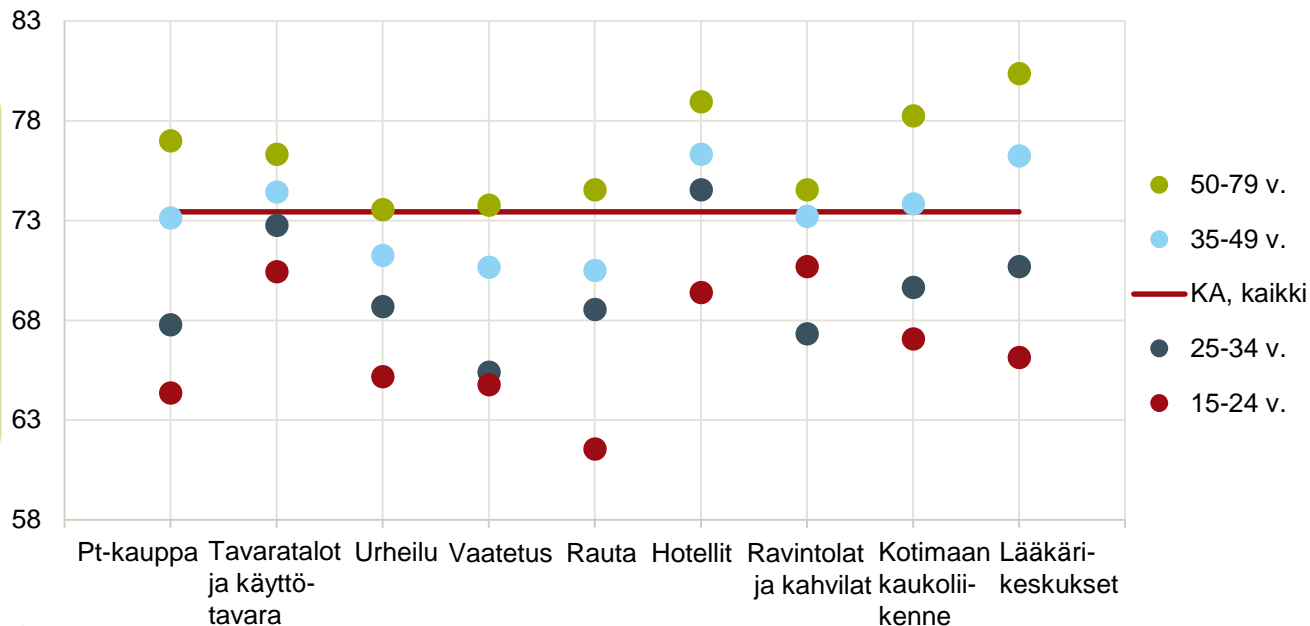
Kilpailussa ulkomaisen verkkokaupan kanssa on tärkeää, että asiakkaat ovat tyytyväisiä kotimaassa toimivaan erikois- ja tavaratalokauppaan.



Vanhimmat asiakkaat ovat tyytyväisimpiä kaikkiin palveluihin – saavatko he parempaa asiakaspalvelua vai ovatko he asiakkaina taitavimpia?

Asiakastyytyväisyys ikäryhmittäin
78 yritystä, 14 234 arviota

Nuoret saavat parasta asiakaspalvelua ravintola- ja kahvilaketjuissa sekä tavarataloissa ja laajan valikoiman käyttötavarakaupoissa. Vanhimmat asiakkaat arvostavat kaupan aloista eniten päivittäistavarakauppojen palvelua.



Hintakokemuksella on kaupassa suurempi vaikutus asiakastytyväsyyteen kuin muissa palveluissa. Laatumuus vaikuttaa muissa palveluissa hivenen enemmän asiakastytyväsyyteen kuin kaupassa.



KAUPAN LIITTO



Lisätietoja:

Jaana Kurjenoja

pääekonomisti

Kauppa liitto

jaana.kurjenoja@kauppa.fi

p. 040 820 5378

