



KAUPAN LIITTO

Asiakastyytyväisyys palveluihin Suomessa 2019

Jaana Kurjenoja

Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.



Sisällys

Selvityksen taustaa: miksi?	2
Selvityksen taustaa: miten?	3
Indeksien sisältö	5
Tutkittavat alat ja yritykset	6
Asiakastyytyväisyys kuluttajapalveluissa: indeksit ja vaikutussuhteet	8
Asiakastyytyväisyys	10
Hintakokemus	16
Palvelukokemus	21
Lojaliteetti	28
Suositteluvalmius	34
Neljä osatekijää, jotka voivat ennakoida asiakkaan alttiutta vaihtaa palveluyritystä	37
Alueellisia indeksejä asiakastyytyväisyydestä, hinta- ja laatukokemuksesta sekä lojaliteetistä	42
Regressioanalyyseja indeksien vaikutussuhteista	51

[Poimintoja selvityksestä.](#)

Koko selvitys 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 5 035 15–79-vuotiasta mannersuomalaista. Kukin vastaaja on arvioinut 2–3 palveluyritystä, ja aineisto koostuu 12 884 asiakasarviosta.
 - Aineiston keräämiseksi on tehty kolme eri keruukierrosta Kantar TNS:n Forum-internetpaneelissa: tammikuussa, toukokuussa ja elokuussa 2019.
- Asiakkaat ovat arvioineet 78 eri palveluyritystä yhdeksältä eri alalta (lääkäripalveluissa on ollut mukana arvioitavana erillinen kokonaisuus ”Julkiset terveyskeskukset”, joka ei ole varsinainen yritys. Koska julkinen terveydenhoito toimii pitkälti verovaroin eikä ole liikeyritys, ”Julkiset 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, Palvelukokemus, Hintakokemus, Asiakastyytyväisyys, Lojaliteetti, Suosittealuattius. 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.

Selvityksen taustaa: miten?

- Asiakkailta kysyttiin kokemuksia viimeisimmästä asiakaskäynnistä eri aloilta:
- Viimeisen kuukauden ajalta asiakaskokemus päivittäistavara- ja marketkaupasta.
- Viimeisen puolen vuoden ajalta kokemukset
 - tavarataloista ja suuren valikoiman käyttötavarakaupoista,
 - vaate- ja kenkäkaupoista,
 - ravintola- ja kahvilaketjuista.
- Viimeisen vuoden ajalta kokemukset
 - urheilu- ja vapaa-ajan kaupoista,
 - rautakaupoista,
 - hotelliketjuista kotimaassa,
 - kotimaan kaukoliikenteestä
 - lääkäripalveluista.

Indeksien sisältö

Asteikko 1–100

1. Asiakasodotukset

- Sijainti, saavutettavuus
- Siisteys, viihtyisyys, tuotteiden esillepano
- Henk.koht. palvelutarpeisiin vastaaminen
- Palvelutyön onnistuminen

2. Palvelukokemus

- Sijainti, saavutettavuus
- Siisteys, viihtyisyys, tuotteiden esillepano
- Henk.koht. palvelutarpeisiin vastaaminen
- Palvelutyön onnistuminen

3. Hintakokemus

- Hinta-laatusuhde
- Hinnan kilpailukyky vrt. muihin alan toimijoihin

4. Asiakastyytyväisyys

- Kokonaistyytyväisyys yritykseen
- Ennakko-odotusten ja tarpeiden täytyminen
- Vastaavuus parhaaseen mahdolliseen sijainti-, tuote- ja palvelukokonaisuuteen

5. Lojaliteetti

- Aikomus käyttää uudelleen
- Halu välttää yritystä

6. Suosittelu

- Suosittelevaikomis tuttavapiirissä tai somessa

Tutkittavat alat ja yritykset

Huom! Niistä kaupan yrityksistä, joista on saatu vähintään 125 vastausta (rautakaupassa 100) voidaan pyynnöstä tehdä oma yrityskohtainen raportti

*Vähemmän kuin 125 vastausta (rautakaupassa 100)

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

Tutkittavat alat ja yritykset

Hotelliketjut

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

Ravintola- ja kahvilaketjut

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

Asiakastyytyväisyys kuluttajapalveluissa: indeksit ja vaikutussuhteet

Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla [Kauppa.fi](https://www.kauppa.fi):n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.



Kokemus palvelusta ja hinnasta vaikuttavat suoraan asiakastyytyvyyteen

Osaindeksien välisiä kausaalisuhteita

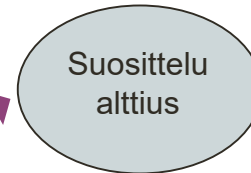
Regressioanalyysiin perustuvat tilastollisesti merkitsevät syy-seuraussuhteet
78 yritystä, 12 884 arviota

- Sijainti, saavutettavuus
- Siisteys, viihtyisyys, tuotteiden esillepano
- Henk.koht. palvelutarpeisiin vastaaminen
- Palvelutyön onnistuminen

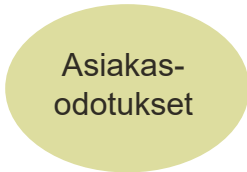


- Kokonaistyytyväisyys yritykseen
- Ennako-odotusten ja tarpeiden täytyminen
- Vastaavuus parhaaseen mahdolliseen sijainti-, tuote- ja palvelukokonaisuuteen

- Suositteleva suositus tuttavapiirissä tai somessa



- Sijainti, saavutettavuus
- Siisteys, viihtyisyys, tuotteiden esillepano
- Henk.koht. palvelutarpeisiin vastaaminen
- Palvelutyön onnistuminen



- Hinta-laatusuhde
- Hinnan kilpailukyky vrt. muihin alan toimijoihin



- Aikomus käyttää uudelleen
- Halu välttää yritystä

Asiakastyytyväisyys

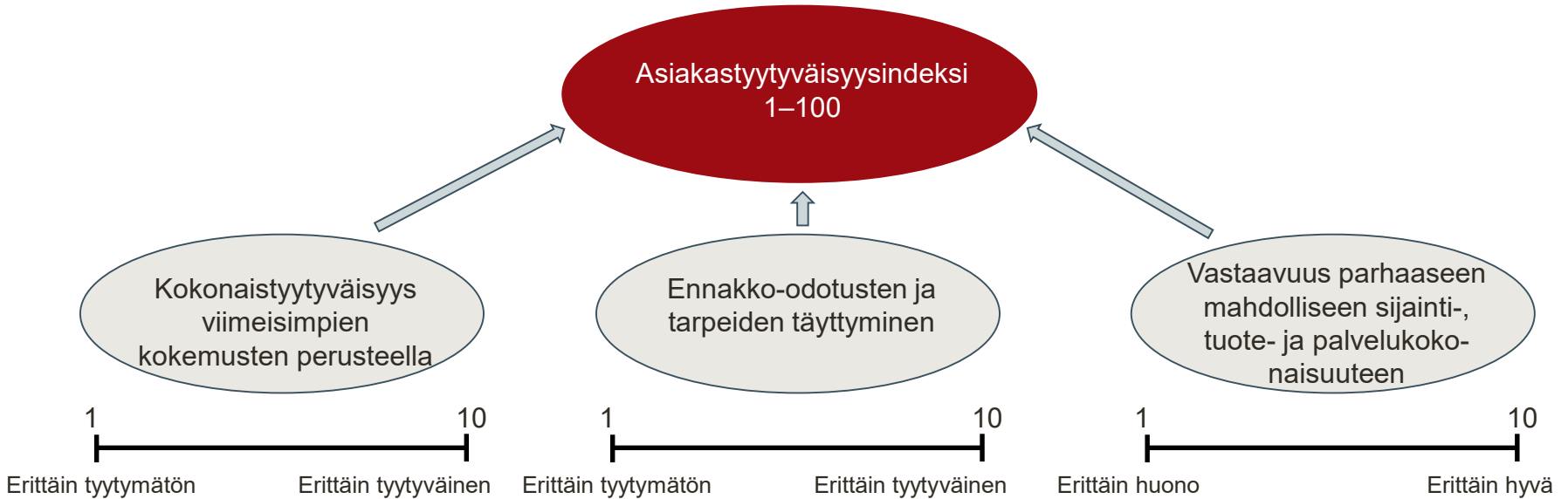
Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.



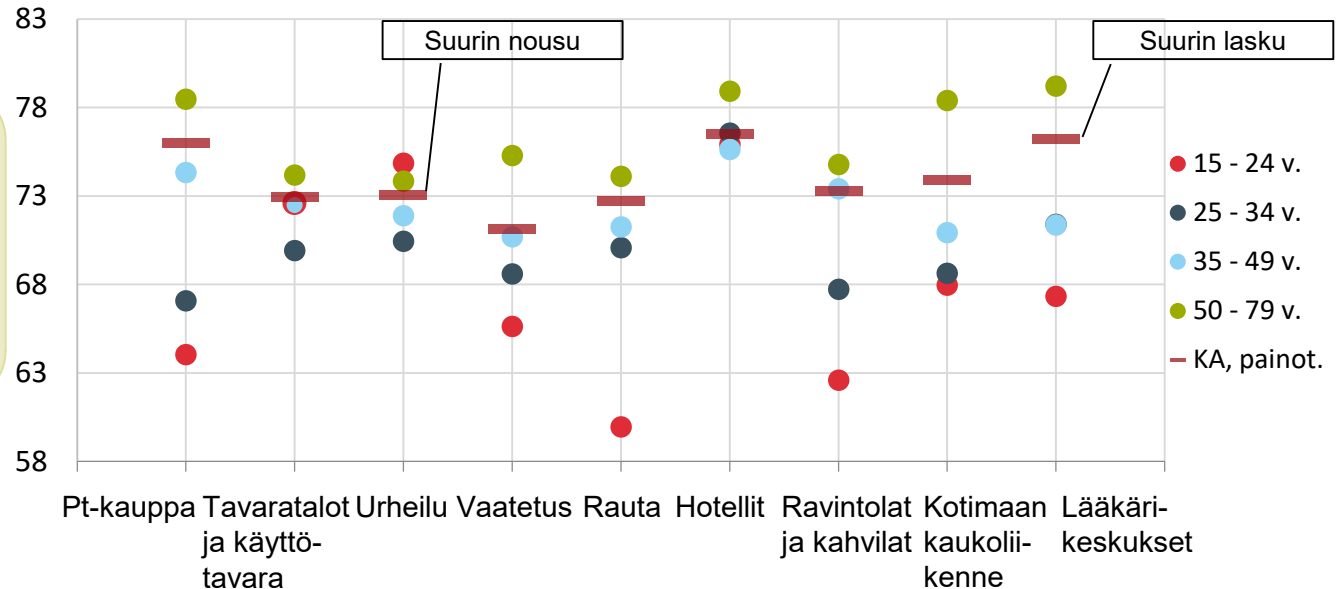
Asiakastyytyväisyysindeksin kolme osatekijää

78 yritystä, 12 884 arviota



Yli viisikymppiset kokevat suurinta asiakastyytyväisyyttä lähes alalla kuin alalla, mutta urheilukauppa on valloittanut nuorten sydämet

Asiakastyytyväisyys
78 yritystä, 12 884 arviota



Asiakastyytyväisyys on noussut eniten mm. R-kioskeissa, Scandinavian Outdoor -liikkeissä, K-Supermarketeissa, Partioaitassa ja Värisilmä-liikkeissä.

Palvelukokemus

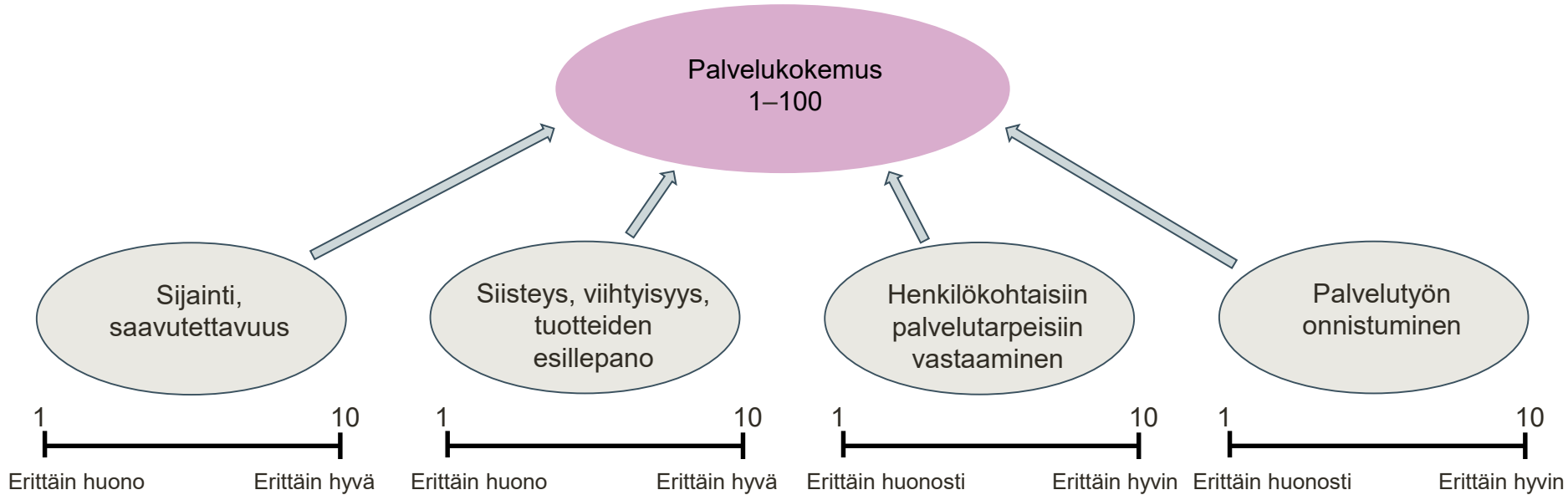
Poimintoja selvityksestä.

Koko selvitys on Kaupan liiton jäsenten saatavilla Kauppa.fi:n jäsensivuilla, Tutkimukset-osiossa.



Palvelukokemuksen neljä osatekijää

78 yritystä, 12 884 arviota

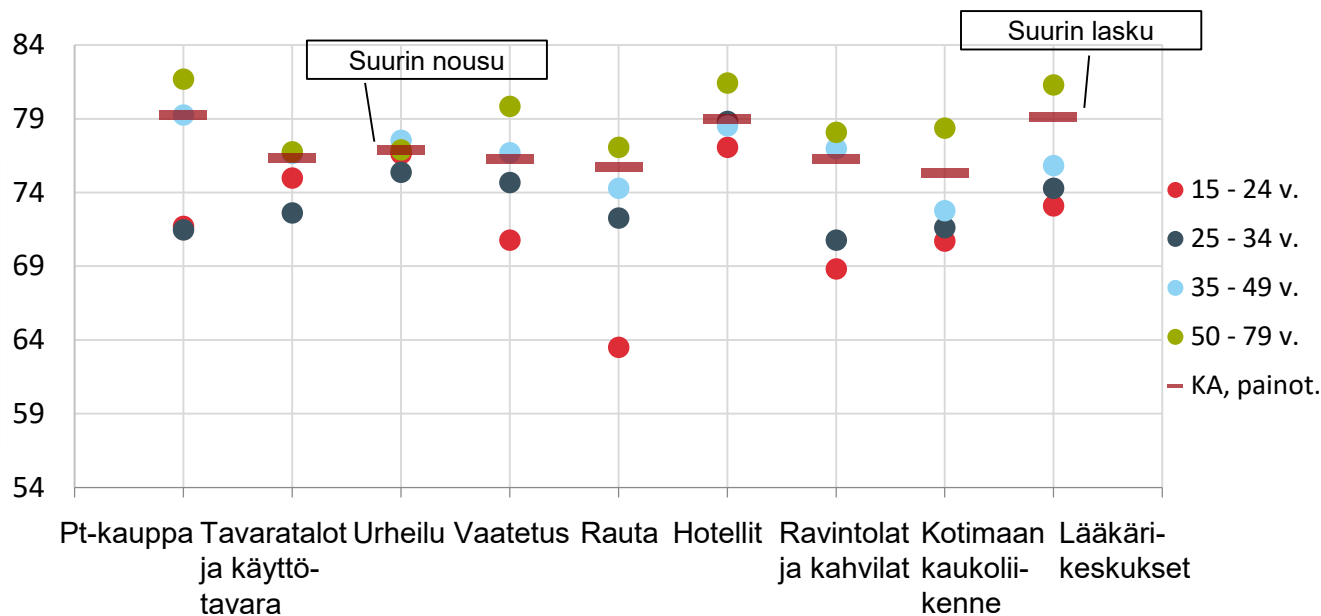


Keskimäärin palvelukokemus on päivittäistavarakaupassa yksi parhaista ja yli viisikymppisten keskuudessa paras

Palvelukokemus ikäluokittain: Sijainti, viihtyisyys, palvelutarpeet ja palvelun onnistuminen
78 yritystä, 12 884 arviota

Päivittäistavarakaupan palvelukokemusta nostavat hyvä saavutettavuus ja onnistunut palvelutyö.

Palvelukokemus on eniten parantunut R-kioskissa, Partioaitassa ja RTV:ssä.





Lisätietoja:

Jaana Kurjenoja

pääekonomisti

Kauppa liitto

jaana.kurjenoja@kauppa.fi

p. 040 820 5378

