

Asiakastyytyväisyys vähittäiskauppaan Suomessa 2023

Jaana Kurjenoja

Pääekonomisti

23.11.2023

Poimintoja tutkimuksesta.

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

Yrityskohtainen raportti tehdään jäsenyritykselle pyynnöstä.

etu

 KAUPAN LIITTO

Aluksi

- Yksityiset palvelut työllistävät noin puolet kansantalouden työllisistä, ja kauppa on yrityssektorin suurin työllistäjä. Kaupan pärjääminen kansainvälisessä kilpailussa on ensiarvoisen tärkeää Suomen talouskasvulle ja työllisyydelle.
- Yksi suurimmista perustekijöistä elinvoimaisille palveluille Suomessa on kuluttajaymmärrys ja sitä kautta omien – nykyisten ja tulevien – asiakkaiden kunnioitus.
- Asiakastyytyväisyysindeksiä on kehitetty juuri yllä mainituista lähtökohdista. Indeksi tarjoaa yrityksille kuvaa siitä,
 - miten ne sijoittuvat yleisessä vertailussa ja
 - mitkä osatekijät ovat niiden vahvuuksia tai heikkouksia.
- Parempi tietämys omista vahvuuksista ja heikkouksista verrattuna kilpailijoihin, 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.

Aluksi

- Ensimmäiset asiakastyytyväisyysindeksit kehitettiin Ruotsissa jo 1989 ja USA:ssa 1994. Tämän jälkeen erilaisia asiakastyytyväisyysindeksejä on mallinnettu ja kehitetty monissa maissa.
 - USA:ssa asiakastyytyväisyysindeksillä on havaittu olevan voimakas korrelaatio yrityssektorin voittoihin.
 - Indeksissä parhaiten sijoittuneet yritykset ovat yleensä menestyneet myös pörssissä, ja asiakastyytyväisyyteen panostaminen on näkynyt myös tuloksessa.
- Tampereen yliopiston työelämäprofessori Lasse Mitronen ja Kaupan liiton pääekonomisti Jaana Kurjenoja kehittivät vuonna 2018 asiakastyytyväisyysindeksin Suomessa toimiville palveluyrityksille.
 - 2018–2020 asiakastyytyväisyysindeksiä tehtiin 9 kuluttajapalvelualalle, joista viisi oli vähittäiskaupan aloja.

Taustaa

- Vuonna 2021 asiakastyytyväisyysindeksiä uudistettiin. Indeksi kohdistettiin vain vähittäiskauppaan siten, että mukana on nyt 7 vähittäiskaupan alaa aikaisemman viiden sijasta. Samalla Kaupan liiton ja Lasse Mitrosen yhteistyöhön tuli mukaan myös ETU Ry, minkä vuoksi asiakasarvioiden määrää pystyttiin nostamaan huomattavasti.
 - Kun vuonna 2020 asiakasarvioita oli yhteensä 13 635 ja kauppaan liittyviä arvioita 10 105, tänä vuonna kaupan yrityksistä tehtiin 20 444 asiakasarviota.
 - Arvioitavia vähittäiskaupan ketjuyrityksiä on nyt 58 aikaisemman 48 sijasta.
- Asiakastyytyväisyysindeksiä uudistettiin myös sisällöllisesti. Mallista poistettiin osaindeksi Palveluodotukset, koska sen ei havaittu juurikaan eroavan tai tuovan lisäinformaatiota osaindeksi Palvelukokemuksen rinnalla. Tilalle suunniteltiin osaindeksi Verkkosivut, joka kuvaa verkkosivujen kykyä tukea fyysistä myymälää.
 - Tarkasteltavat vähittäiskaupan alat ja ketjuyritykset sekä mallin indeksit pyritään pitämään samoina kolmen vuoden ajan 2021–2023.

Taustaa

- Lasse Mitronen ja Jaana Kurjenoja ovat laatineet kysymyslomakkeet, määritelleet indeksien laskukaavat ja valinneet tutkittavat alat ja ketjuyritykset. ETU Ry:n toimitusjohtaja Ulla Pöllänen on ollut mukana suunnittelemassa mallin rakenteen uudistamista vuosille 2021–2023.
- Jaana Kurjenoja on tehnyt tämän selvityksen analyysit.
- Kantar TNS on toteuttanut indeksin tiedonkeruun ja muodostanut otoksen.
 - Otoksessa on 7 934 15–79-vuotiasta mannersuomalaista. Kukin vastaaja on arvioinut keskimäärin 2–3 kaupan ketjua, ja aineisto koostuu 20 444 asiakasarviosta.
 - Aineiston keräämiseksi on tehty kolme kierrosta Kantar TNS:n Forum-internetpaneelissa: helmimaaliskuussa, toukokuussa ja elokuussa 2023.

Mallin sisältö ja toteutus: Asiakastyytyväisyyden eri osa-alueet ja tarkasteltavat kaupan alat

Poimintoja tutkimuksesta.

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

Yrityskohtainen raportti tehdään jäsenyritykselle pyynnöstä.

Vähittäiskaupan alat

- Asiakkaiden arvioitavana on ollut 58 vähittäiskaupan ketjua 7 eri alalta. Yksi asiakas on arvioinut keskimäärin 2–3 yritystä.
 - Mukaan valitut yritykset ovat valtakunnallisia, usealla paikkakunnalla fyysisissä myymälöissä toimivia ketjuja.
 - Suurin osa yrityksistä on kaudella 2021–2023 samoja kuin 2018–2020.
 - Päivittäistavara-, urheilu- ja rautakaupan yrityslistat ovat säilyneet täysin ennallaan.
 - Suuren valikoiman käyttötavara- ja huonekalukauppojen luokasta on yksi ketju (IKEA) siirretty sisustus- ja huonekalukauppaan ja tilalle on lisätty Puuilo ja Halpa-Halli.
 - Vuosina 2018–2020 mukana olleista 16 vaatetuksen ketjusta karsittiin pois kuusi, koska ne eivät olleet keränneet riittävästi arvioita.
 - Kaudella 2021–2023 uusina vähittäiskaupan aloina mukana ovat sisustus- ja huonekalukauppa sekä kuluttajaelektroniikka.
 - Yritysten paino alan keskiarvoon on laskettu ketjun liikevaihdolla.

Tutkittavat alat ja yritykset

Huom! Niistä Kaupan liiton jäsenyrityksistä, 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

Laajan valikoiman käyttötavaraketjut

- Kärkkäinen
- Sokos
- Stockmann
- Tokmanni
- Rusta
- Motonet
- Clas Ohlson
- Biltema
- Puuilo
- Halpa-Halli

Urheilu- ja vapaa-aika

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

Vaatteet ja kengät

- Hennes & Mauritz
- Marimekko
- Lindex
- Dressmann
- Kappahl
- Jack & Jones
- Vero Moda
- Cubus
- Halonen
- Kekäle

Tutkittavat alat ja yritykset

Huom! Niistä Kaupan liiton jäsenyrityksistä, joista on saatu vähintään 125 vastausta (rautakaupassa 100), voidaan pyynnöstä tehdä oma yritysکوhtainen raportti

*Vähemmän kuin 125 vastausta (rautakaupassa 100)

Rautakauppa

- Bauhaus
- Carlson rautakauppa
- K-Rauta
- Byggmax
- Stark
- RTV
- Värisilmä

Sisustus- ja huonekalukaupat

- Asko
- Eurokangas
- Finlayson
- IKEA
- Isku
- Jysk
- Masku
- Sotka
- Vepsäläinen

Kuluttaja-elektroniikka

- DNA
- Elisa
- Gigantti
- Power
- Telia
- Veikon Kone

Indeksit

- Asiakkaat ovat arvioineet yrityksiä 14 kysymyksen avulla. Vastauksista on muodostettu kuusi erillistä indeksiä: varsinainen asiakastyytyväisyysindeksi ja viisi muuta indeksiä.
 - Indeksit palvelukokemuksesta, hintakokemuksesta ja verkkosivuista, asiakastyytyväisyysindeksi sekä indeksit lojaliteetista ja suosittelevaikomuksista. Indeksien arvot ovat välillä 0 – 100.
 - Asiakkaat ovat arvioineet yrityksiä asteikolla 1 – 10.
 - Eri aloja on arvioitu mahdollisimman samanlaisilla kysymyksillä, mutta sanamuotoja on muokattu kullekin alalle sopiviksi.
- Asiakkailta kysyttiin kokemuksia viimeisimmästä käynnistä
 - viimeisen kuukauden ajalta päivittäistavara- ja marketketjuissa,
 - viimeisen puolen vuoden ajalta suuren valikoiman käyttötavara- ja tavarataloketjuissa sekä vaatekaupan ketjuissa,
 - viimeisen vuoden ajalta urheilu- ja vapaa-ajan, rautakaupan, sisustus- ja huonekalukaupan sekä kuluttajaelektroniikan ketjuissa.

Indeksien sisältö

Asteikko 1–100

1. Palvelukokemus

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

2. Hintakokemus

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

3. Verkkosivut

- Verkkosivujen selkeys ja helppokäyttöisyys
- Verkkosivujen kyky auttaa ostopäätöksessä

4. Asiakastyytyväisyys

- Kokonaistyytyväisyys viimeisiin asiointikertoihin
- Ennako-odotusten ja tarpeiden täytyminen
- Vastavuus parhaaseen mahdolliseen sijainti-, tuote- ja palvelukokonaisuuteen

5. Lojaliteetti

- Aikomus uudelleen asiointiin
- Halu välttää yritystä

6. Suositteleva

- Suositteleva-aikomus tuttavapiirissä tai somessa

Asiakastyytyväisyyden eri osa-alueita kuvaava malli

Osaindeksien välisiä kausaalisuhteita (tilastollisesti merkitsevät syy-seuraussuhteet)
58 yritystä, 20 444 arviota

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

Palvelu-
kokemus

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

- Suositteleva aikomus tuttavapiirissä tai somessa

Suosittelu-
alttius

Hinta-
kokemus

Asiakas-
tyytyväisyys

Lojaliteetti

- Verkkosivujen selkeys ja helppokäyttöisyys
- Verkkosivujen kyky auttaa ostopäätöksessä

Verkko-
sivut

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

- Aikomus asioida uudelleen
- Halu välttää yritystä

Asiakastytyväisyys

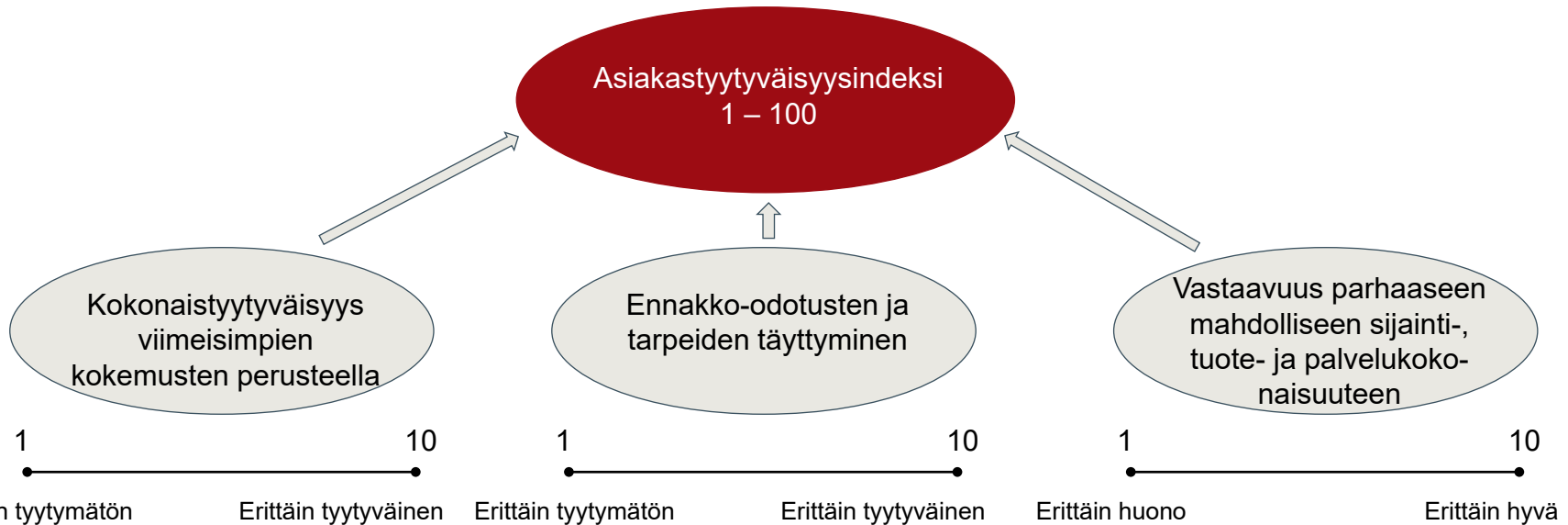
Poimintoja tutkimuksesta.

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

Yrityskohtainen raportti tehdään jäsenyritykselle pyynnöstä.

Asiakastyytyväisyysindeksin kolme osatekijää

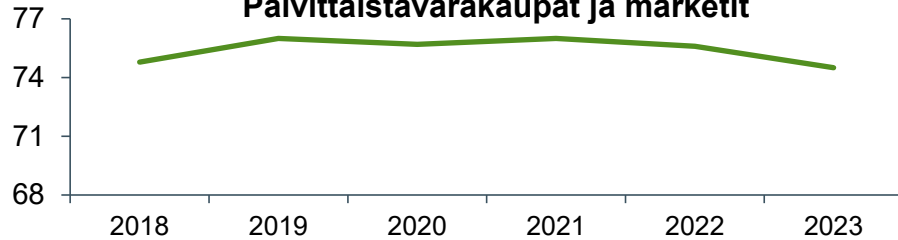
58 yritystä, 20 444 arviota



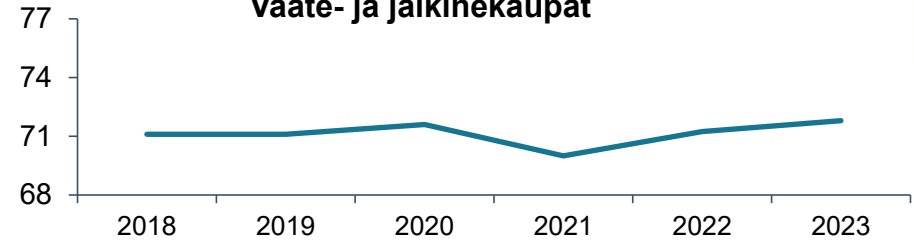
Asiakastytyväisyysindeksi 2018–2023

Huom! Sisustus- ja huonekalukauppa sekä kuluttajaelektroniikka ovat aloina mukana 2021 lähtien eikä niistä ole aikaisempaa vertailutietoa

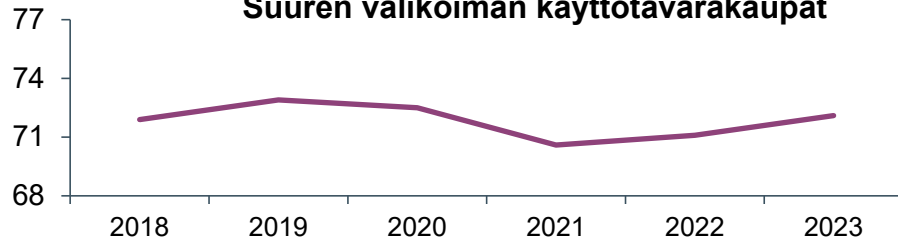
Päivittäistavarakaupat ja marketit



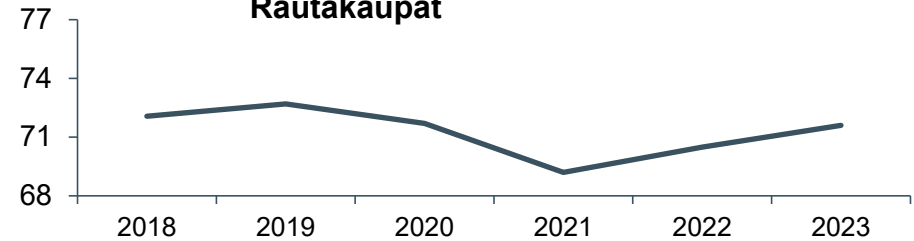
Vaate- ja jalkinekaupat



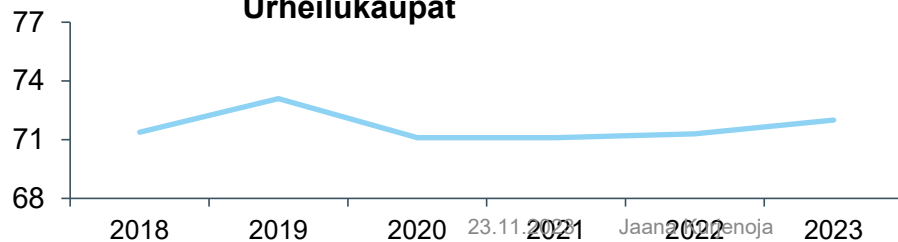
Suuren valikoiman käyttötavarakaupat



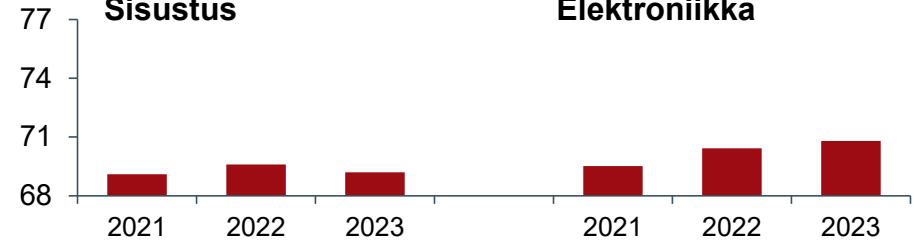
Rautakaupat



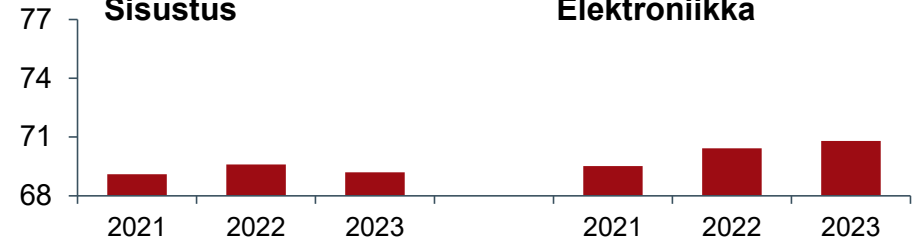
Urheilukaupat



Sisustus



Elektroniikka



Verkkosivut fyysisen myymälän tukena

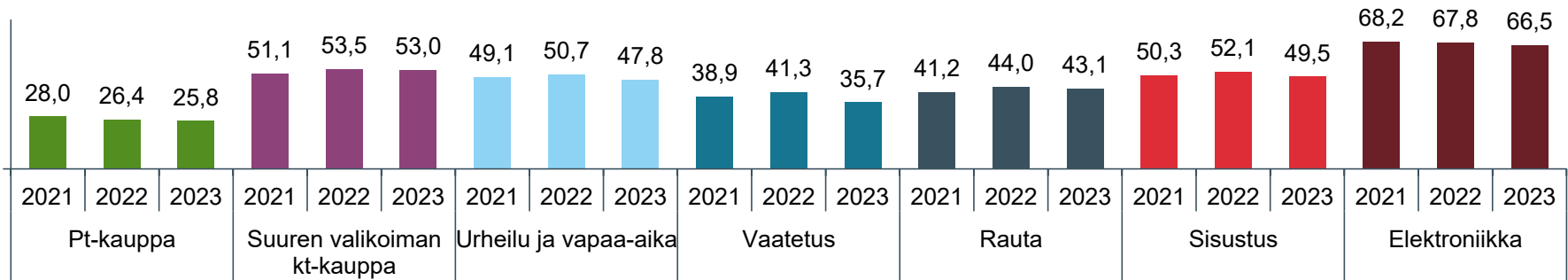
Poimintoja tutkimuksesta.

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

Yrityskohtainen raportti tehdään jäsenyritykselle pyynnöstä.

Monikanavainen asiointi on yleisintä kuluttajaelektronikassa

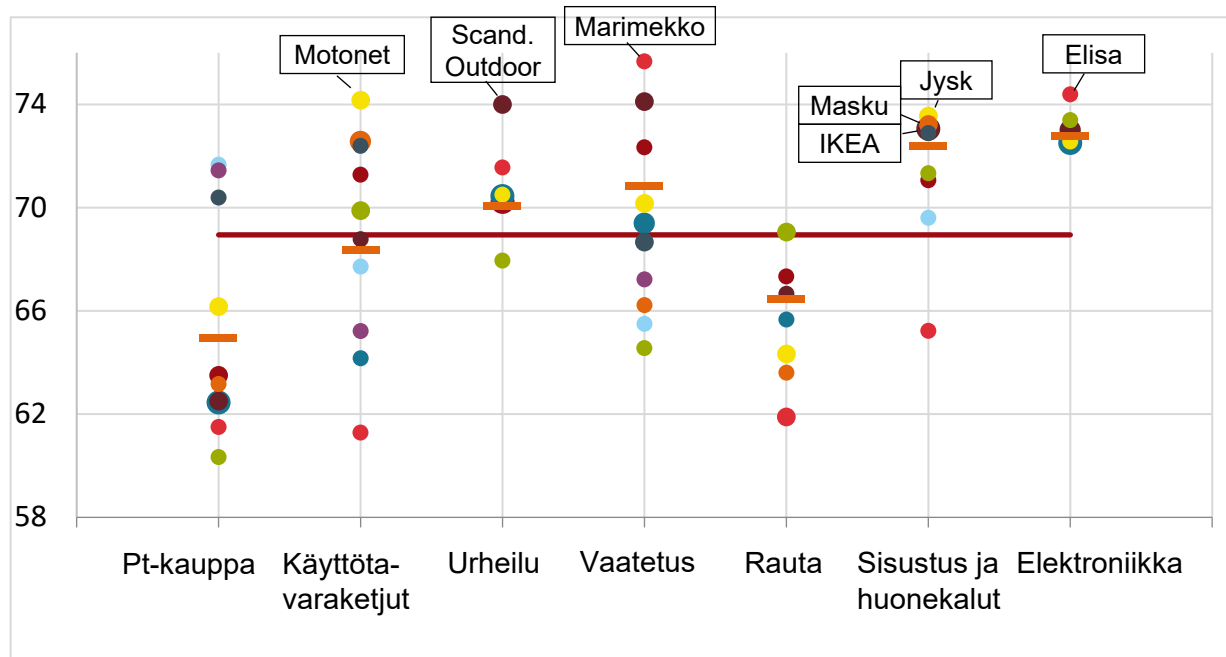
Asiakkaat, jotka ovat vierailleet kaupan verkkosivuilla joko ennen ostosta tai ostoksen yhteydessä, % fyysisessä myymälässä asioineista
58 yritystä, 20 444 arviota



Päivittäistavara-kaupan verkkosivut tukevat vähiten ostamista fyysisessä myymälässä

Verkkosivut ostamisen tukena

58 yritystä, 20 444 arviota



Kiitos!

Jaana Kurjenoja
Pääekonomisti
Kaupan liitto

jaana.kurjenoja@kauppa.fi
@JaanaKurjenoja / kauppa.fi



KAUPAN LIITTO

etu