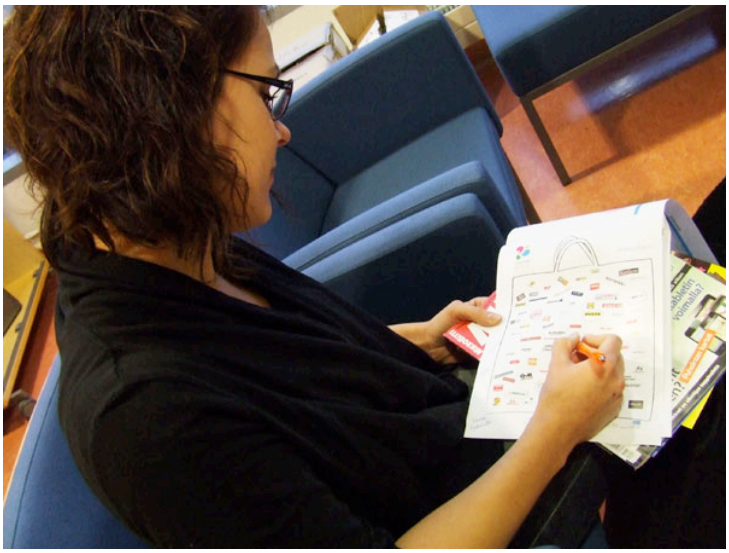
ELÄVÄ LAPPI
Living Lab

Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto
Euroopan sosiaalirahasto

Rajalla Living Lab: Markkinatutkimus luotaimilla

Luotain-menetelmän eli itsedokumentoinnin soveltaminen ostoskäyttäytymisen tutkimisessa



Miia Miettunen
Nita Liimatainen
Ville Karvonen
Markus Kristo

Vipuvoimaa EU:lta
2007–2013

ELÄVÄ LAPPI
Living Lab

Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto
Euroopan sosiaalirahasto

SISÄLTÖ

1. JOHDANTO 3
2. HYVÄ PÄIVÄ 5
3. HUONO PÄIVÄ 7
4. KEHITTÄMISIDEOITA 10
5. LIIKKEET 14
6. JOHTOPÄÄTÖKSET 15
LÄHTEET 16

Vipuvoimaa EU:lta
2007–2013

1. JOHDANTO

Tutkimusmenetelmänä ryhmämme käytti itsedokumentointia eli eräänlaista päiväkirjamenetelmää. Tutkimukseen osallistuvat täyttivät tehtäviä annetusta materiaalipaketista eli päiväkirjasta. Ryhmämme valmisteli päiväkirjan, johon olimme koonneet valitsemistamme kiinnostuksenkohteista olennaisimmat. Tutkimusaika oli noin kaksi viikkoa, jona aikana vastaajat täyttyivät päiväkirjaa kokemuksiensa mukaan. Tutkimus ei edellyttänyt vastaajilta alueella asioimista normaalia enempää, vaan havainnot kirjattiin normaalin arjen puitteissa. Tutkimusajan päätyttyä päiväkirjat kerättiin takaisin tutkijaryhmälle, joka tulkitsi ja teki johtopäätöksiä saamastaan materiaalista. Itsedokumentointi menetelmää käytetään silloin, kun tutkijoilla ei ole mahdollisuutta havainnoida kohderyhmäänsä omassa ympäristössä. Itsedokumentointi on hyvä keino saada havainnointi tietoa koko vuorokauden ajalta, useissa eri ympäristöissä.(Mattelmäki 2006,47.) Vastaajalle itsedokumentointi mahdollisti aikaan sitomattomuuden, päiväkirjaa voi täyttää silloin kuin itselle sopii.

Vastaajien perustiedot koottiin omalla lomakkeellaan. Vastaajien sukupuolijakauma tutkimuksessa oli naisvoittoinen, vastaajista naisia oli 63,63 % ja miehiä 36,36 %. Naisista isoimpana ryhmänä olivat 19–30 - vuotiaat naiset joita oli naisten kokonaismäärään suhteutettuna 57,14 %. Naisvastaajien korkein ikä oli 58 vuotta ja miehistä korkein ikä 57 vuotta. Miehistä suurin vastaaja ryhmä oli 20–31 - vuotiaat miehet, joita oli miesten kokonaismäärästä 75 %.

Perustiedot	
Esitäytetty	Osallistuja täyttää
Ikäni	
Olen (mies/nainen)	
Ammattini	
Harratukseni ovat/minua kiinnostaa	
Asuinkuntani on	
Perheeseeni kuuluu	
Tässä olen minä/kuvani	

Tutkimuksen aikana aluetta, kuten koko maata koskettivat Euroopan taloustilanteen huonot uutiset. Talouden säästökuurit alkavat näkyä myös Meri-Lapissa, epävakaa tilanne saa ihmiset varovaisemmaksi kulutustottumuksissaan. Alueen mainontaa tarkastellessa on huomattavissa selvä mainonnan lisääntyminen. Osaltaan mainonnan aktiivisuus johtunee kauden vaihtumisesta, syksyllä keskitytään enemmän kotien sisustamiseen ja kausi vaatteiden hankintaan. Mainonnan tarjoukset painottuivat kotiin ja kodinsisustustuotteisiin, muotiin, kosmetiikkaan ja urheiluun.

Tutkimuksen aikana lehdissä puhutti myös ruuan kallis hinta. Ruuan kalleus pakottaa hintojen vertailuun ja ostojen tarkempaan suunnitteluun. Asiakkaat seuraavat aiempaa enemmän elintarvikkeiden hintoja mainonnan avulla ja siten säästävät arjen menoissa (Julku 2011). Alueella on ollut tutkimuksen aikana myös useita eri tapahtumia, kuten syysmarkkinat Torniossa sekä Rajalla kauppakeskuksen Rajakahakka.

ELÄVÄ LAPPI
Living Lab

2. HYVÄ PÄIVÄ

Tutkimuksen ”hyvä päivä”-osiossa vastaajat pystyivät kertomaan kokemastaan parhaasta palvelusta, sekä missä myymälässä he ovat kohdanneet kattavimman valikoiman. ”Hyvä päivä”-osiossa haluttiin saada selville myös se, mikä on saanut vastaajat yllättymään, hymyilemään, sekä parantanut heidän päiväänsä tutkimuksen aikana.

Hyvä päivä	
Esitäytetty	Osallistuja täyttää
Sain parasta palvelua	
Tänään yllätyin	
Mielestäni kattavin valikoima on	
Tänään minut sai hymyilemään	
Mielestäni parasta tänään oli	

Suurin osa vastaajista kertoi saaneensa parasta palvelua K-marketista, Studio 25:sta, Prismasta ja K-citymarketista. Enemmistö eli 22,7 % vastaajista koki saaneensa parasta palvelua K-marketista, 13,6 % Prismasta ja samoin 13,6 % Studio 25:sta. K-citymarketista parasta palvelua oli saanut 9,1 % vastaajista. Yksittäiset asiakkaat kertoivat saaneensa parasta palvelua muun muassa ICA Maxista, Alkosta, Muoti-Estolasta, Lakkapäältä, Matkahuollosta, Mustasta pörssistä, Jyskistä, Lindexiltä ja Dressmannilta, sekä Kicksistä.

Eniten parhaaseen palveluun on vaikuttanut ammattitaitoiset, asiantuntevat ja ystävälliset myyjät, sekä asiakaspalvelun nopea saatavuus. 9,1 % vastanneista kertoo yllättyneensä nähdessään myymälässä hymyilevän ja asiantuntevan kassatyöntekijän/myyjän. 24-vuotias nainen kertoo yllättyneensä siitä, että kassatyöntekijä oli kiittänyt häntä hänen soittamastaan palvelukellosta. Vaikka asiakas oli niin sanotusti hoputtanut myyjää, tämä oli kohteliaasti kiittänyt asiakasta. Miksi kohtelias ja hymyilevä työntekijä yllättää, kun sen pitäisi kuulua asiakaspalvelijan päivittäiseen työskentelyyn?

Vastaajia yllättivät myös suuret hintaerot, niin myymälöiden kuin myös maiden välillä, esimerkiksi Haaparannalla hygienia- ja pesuaine-tuotteet ovat edullisempia kuin vastaavat tuotteet Kemi-Tornio alueella. Yllättyneisyyttä oli herättänyt myös hyvät alennukset ja myyjän joustavuus maksamisessa. Yksi vastaaja yllättyi tuotteen väärästä hinnasta, mutta koki saaneensa hyvää ja ystävällistä palvelu marketin info-pisteessä, jossa tapahtunut virhe korjattiin. Tutkimuksen vastaajat kertovat kohdanneensa kattavimman valikoiman pääosin suurissa marketeissa. Vastaajista 36,4 % kertoo kattavimman valikoiman löytyvän Prismasta, 31,8 % K-citymarketista ja 18,2 % ICA Maxista. Yksittäiset vastaajat kokivat kattavimman valikoiman olevan myös Djurmagazinetissa, Lakkapäällä, Kahvila Mioritassa, Alkossa, Nicky & Nellyssä, sekä Intersportissa.

Hyvä, toimiva ja asiallinen asiakaspalvelu, sekä työntekijän hymy ja iloisuus tekee ostosreissusta mieluisan ja mieleen painuvan. Vastaajista jopa 68,2 % kertoo mukavan työntekijän saaneen heidänkin huulilleen hymyn. Vastaajat kertoivat heidän hymynsä johtuvan muun muassa asiantuntevasta ja kohteliaasta henkilökunnasta, hymyilevästä kassamyyjästä, palvelun mielekkyydestä, työntekijöiden ja asiakkaan välisestä small-talkista ja huumorista. Hymyn vastaajien huulille on saanut myös Rajalla kauppakeskuksessa oleva reipas paikallisten kuntosalien näytös, hauskat ja mielenkiintoiset mainokset mainostaululla, joka sijaitsee Rajalla kauppakeskusta vastapäätä, sekä se, että parkkihallissa on vapaata tilaa.

Vastaajien päivää parantaa mielekkäät tarjoukset heitä kiinnostavista tuotteista, kuten kahvista. Yhden vastaajan mielestä parasta päivässä oli ”Kappahl kutsui minua ostoksille -25 % alennuksella juuri oikeaan aikaan”. Vastaajien mielestä henkilökohtainen palvelu ja tarpeisiin kohdistetut tarjoukset parantavat heidän päiväänsä. 24-vuotias nainen arvostaa jonottamisen sujuvuutta ja nopeutta. Hän kertookin checkout-kassan parantavan hänen päiväänsä, koska se nopeuttaa kassalla olemista huomattavasti.

3. HUONO PÄIVÄ

Tutkimuksen Huono Päivä osiossa vastaajat kertoivat mielipiteensä siitä, missä kokivat saaneensa huonointa palvelua. Huonointa palvelua vastaajat kokivat saaneensa tutkimuksen aikana alueen marketeissa, joista hieman toisia enemmän esille nousi Tampereen Säästötex, 30 % osuudella vastaajista. Merkittävinä seikkoina markettien palvelutyytyväisyydessä pidettiin myyjän tavoittamista myymälästä. Isossa myymälässä myyjän tavoittaminen on hankalaa sekä kassajonojen pituutta kritisoitiin.

Huono päivä	
Esitäytetty	Osallistuja täyttää
Mielestäni huonointa palvelua oli	
Tänään minua ärsytti	
Mielestäni suppein valikoima on	
Tänään petyin	
Mielestäni huonointa tänään oli	

Yksi vastaajista koki saaneensa huonointa palvelua Rajalla kauppakeskuksen parkkihallissa. Vastaaja kertoi ruotsalaisen autoilijan joutuneen hankalaan tilanteeseen parkkihallista poistuessaan. Asiakkaan lippu oli päässyt vanhentumaan, asiakas ei puhunut suomea, eikä näin ollen ollut ymmärtänyt lipun vanhentuvan tietyssä ajassa. Tässä vaiheessa asiakkaan takana portilla oli jo huomattava jono ajoneuvoja. Ruotsalaisen asiakkaan puolesta vartijoille puhunut suomalainen kauppakeskuksen asiakas oli yrittänyt suostutella vartiointiliikkeen edustajia avaamaan portin ja päästämään asiakkaan etenemään, mutta tähän ei suostuttu. Vartioiden toiminnalla tilannetta ei saatu purettua, vaan asiakkaat olivat yksitellen siirtäneet ajoneuvonsa

jonosta, jotta ruotsalainen asiakas sai ajoneuvonsa pois portilta ja pystyi hakeutumaan lippuautomaatille maksamaan ylimenneestä ajasta. Kauppakeskuksen suomalainen asiakas koki saaneensa huonoa palvelua kauppakeskukselta, koska vartiointi liikkeen edustajilla ei ollut joko valtuuksia tai halua hoitaa tilannetta nopeasti liikenteen sujuvuuden varmistamiseksi. Voisiko pysäköinnin ohjeistusta sekä pulmatilanteiden hoitamista ohjeistaa toisin, jotta kaikki asiakkaat tulisivat palvelluiksi hyvin?

Toinen mainittava seikka huonosta palvelukokemuksesta oli nuoren 21-vuotiaan miehen asiointi Suomalaisessa kirjakaupassa. Asiakas oli pettynyt tiettyä teosta kysyessään myyjän tuotetietouteen myymälän kirjavalikoimasta, haluttua teosta ei löytynyt. Asiakas moitti myös Suomalaisen kirjakaupan myyjän palveluhaluttomuutta. Tutkimuksessa nousi esille useita vastaajien mielestä huonoja palvelukokemuksia, joista räikeänä esimerkkinä mainittakoon vielä naisasiakkaan (58 vuotta) kokema huono palvelu Rajalla kauppakeskuksen KICKS-myymälässä. Asiakas oli kysyessään halunnut myyjältä neuvoja tietystä shampoosta ja sen ominaisuuksista, myyjä ei ollut vastaajan mukaan osannut auttaa, kuin mainitsemalla shampoolla voitavan pestä erilaisia hiuksia. Erikoisliikkeen myyjän asiantuntijuuden puoleen käännyttyään asiakas ei saanut tässä haluamaansa palvelua. Yksi vastaaja halusi korostaa tervehtimisen tärkeyttä, jotta asiakas tuntee itsensä tervetulleeksi. Naiset 19–29 vuotta ryhmässä eivät olleet vastanneet tähän osioon.

Vastaajien keskuudessa ärtymystä aiheuttivat liikkeiden pitkät kassajonot ja yleensäkin kassalla odottelu. Kolme ikäryhmää neljästä mainitsi häiritseväksi odottelun myymälässä. Asiakkaan kokema palvelun laatu ei kohtaa odotuksia, kun asiakas ei koe asiointia helpoksi ja sujuvaksi. Kolme ikäryhmää neljästä (naiset 19–29, naiset 46–58, miehet 20–31) kokivat myös myyjän toiminnassa olevan puutteita. Myyjän toiminnan puutteellisuuteen kiinnittivät huomiota miehet, ikä 20–31 vuotta, suurimpana vastaaja ryhmänä. Kaksi vastaajaa koki myyjän liiallisen aktiivisuuden häiritseväksi, vastaaja ei ehtinyt tutustua myymälän valikoimaan ennen myyjän palvelua. Mainittavia seikkoja olivat nuoriin asiakkaisiin suhtautuminen esimerkiksi autoliikkeessä, ylimielisyys sekä avuliaisuuden puute. Mainittavana seikkana myyjiin kohdistuvassa kritiikissä oli ammattitaidon laatu erikoisliikkeissä.

Suppeimmat valikoimat asiakkaiden mukaan olivat pienemmissä ruokakaupoissa. 50 % mainituista valikoima puutteista koskivat pienten ruokakauppojen tämän hetken valikoimaa, sekä valikoimamuutosten aiheuttamat puutteet supermarkettien tietyissä tuotteissa. Yksi asiakas koki Gina Tricot myymälän mainonnan harhaanjohtavaksi, mainos kuuluu ”joka viikko jotain uutta”, koska usein myymälässä asioivana vastaaja ei kokenut uutuuksia niin usein olevan. Intersport, Stadium sekä Crown Haaparannalla olivat liikkeitä, jotka yksittäiset asiakkaat kokivat liikkeiksi, joista ei löytynyt haluttuja tuotteita. Yksi vastaaja koki Tampereen Säästötexin myyvän kovin vähän laadukasta tavaraa.

Pettymyksen kohteita vastaajille olivat myyjän välinpitämättömyys ja tympeys asiakasta kohtaan. Myyjän välinpitämättömyys ja ystävällisyyden puute saivat vastaajat kokemaan, että eivät olleet tervetulleita myymälään. 42 % vastaajista pettyi myyjän toimintaan tavalla tai toisella. Myyjän asiantuntijuus ja palvelualttius sai vastaajilta moitteita. Yhdessä tapauksessa vastaaja moitti Siwan myyjän olleen pahalla tuulella ja antaneen sen näkyä asiakkaalle. Vastaajien mielestä myyjän toiminnassa oli moitittavaa niin pienissä kuin suurissa liikkeissä. Yksittäinen asiakas kiinnitti huomiota korttimaksamisen hitauteen. Asiakkaan kokemuksen mukaan korttimaksamisen yleistyminen on johtanut kassapalveluiden hidastumiseen. Kassapalveluiden vähyys koettiin huonoksi asiaksi, kiire aikaan tulisi olla useampi kassatyöntekijä. Yksi vastaaja koki pettyneensä Tiimarin askartelutarvike valikoimaan. Vastaajan mukaan Tiimari on nykyisin enemmänkin sisustusliike kuin askarteluliike. Talvi ja syysvaatteiden vähyys Rajalla kauppakeskuksen liikkeissä oli yhdelle vastaajalle pettymys, hän ei ollut tyytyväinen vaatevalikoimiin. Tojo-Auton palveluun pettyi nuori asiakas, vastaajan mielestä myyjä autoliikkeessä oli ylimielinen.

Huonoimpia päiväkokemuksia vastaajat kokivat esimerkiksi kauppa alueiden siisteydessä. Parkkitilojen ja myymälöiden ovien läheisyydessä oli erään vastaajan mielestä usein epäsiistiä. Huonoina kokemuksina vastaajista 36,3 % mainitsivat liikkeiden valikoimat, valikoima puutteet koskivat tiettyä tuotetta, tai esim. vaateliikkeiden valikoimaa pidettiin liian samankaltaisena. Samalla prosenttimäärällä (36,3 %) asiakkaat mainitsivat palvelun laadun, kuten kassajonot ja ”tyrkyttävänä” koetun myynnin.

ELÄVÄ LAPPI
Living Lab

4. KEHITTÄMISIDEOITA

Tutkimuksen viimeisenä osana oli ”kehitysideoita”-osio, johon osallistujat saivat laittaa erilaisia kehitysideoita ja huomaamiaan puutteita.

Kehittämisideoita	
Esitäytetty	**Osallistuja täyttää**
Haluaisin tälläisen tapahtuman lapsille/aikuisille	
Mielestäni alueelta puuttuu	
Mielestäni tätä tulisi kehittää	
Tänään huomasin puutteen	
Muita kehittämisideoita/omia ajatuksia	

Selvästi suosituin yksittäinen kehitysidea on elokuvateatteri. Vastaajista n. 23 prosenttia näkevät elokuvateatterin tarpeellisena ja hyvänä kehitysideana. Sukupuolella ja iällä ei näytä olevan vaikutusta elokuvateatterin tarpeellisena näkemiseen, sillä elokuvateatteria pitävät tärkeänä mm. 20-vuotias mies ja 58-vuotias nainen. Elokuvateatteri sopisi myös kehitysideoihin, joissa vastaajat kaipaavat alueelle lisää ajanviettotapoja. Samaan kategoriaan sisältyy myös teatteri toive. Muutama vastaaja toivoo alueen aikuisväestölle teatteriesityksiä, joita ei ehkä elokuvateatteri niinkään kiinnosta.

Erilaisia tapahtumia toivotaan runsaasti. 41 % vastaajista näkee, että alueella pitäisi järjestää lisää erilaisia tapahtumia. 18 % vastaajista toivoo enemmän tapahtumia lapsille. Koko perheen tapahtumat, ja lasten karnevaalit ovat mm. näiden ehdotusten sisältönä. 29-vuotias nainen ehdottaa päiväkirjassaan, että Rajalla kauppakeskuksessa järjestettäisiin lastentapahtumia, joiden yhteydessä kauppakeskuksen liikkeet voisivat

pitää tarjousmyynnin. 24-vuotias nainen ehdottaa, että järjestettäisiin lastentapahtuma, jossa olisi elävää musiikkia, myyntikojuja ja lapsille tuttuja maskotteja. Nämä kaksi ideaa yhdistämällä voitaisiin saada hyvä ja kannattava lastentapahtuma. Lapsille toivotaan myös nukketeatteria, joka sekin voitaisiin yhdistää isompaan lastentapahtumaan.

Alueelle halutaan myös lisää festivaaleja ja konsertteja. Yleisesti ottaen suurimmassa osassa päiväkirjoista oli toivottu nimenomaan tapahtumia, mutta joissain oli tarkennettu, että tarkoitetaan konsertteja ja musiikkifestivaaleja. Toisaalta tapahtumien ei tarvitse aina olla isoja, vaan kuten 26-vuotias nainen ehdottaa, jatkuvia ja toistuvia. Pieniä tapahtumia, jotka toistuisivat viikoittain, tai vähintään kuukausittain. Twin City-festivaalit eivät selvästi ole vastaajien mielestä tarpeeksi, joten alueelle toivotaan lisää tapahtumia. 19-vuotiaalla naisvastaajalla on vastaus tähän; esiintymislava, jossa järjestetään konsertteja ympäri vuoden. Alueelle toivotaan myös carting- ja snowcross – rataa; aktiviteetteja, jotka innostaisivat varmasti suurta joukkoa nuoria.

Muutaman vastaajan huolenaiheena ovat Rajalla kauppakeskuksen tyhjät liikehuoneistot, joihin toivotaan liikkeitä, tai sitä, että liikehuoneistot otettaisiin hyötykäyttöön. Tämä on hyvä idea, koska tyhjät liikehuoneistot saavat kauppakeskuksen vaikuttamaan ulkopuolisille vetovoimattomalta ja kannattamattomalta. Kauppakeskuksen imagolle ei ole hyväksi, jos liikehuoneistoja on paljon tyhjillään.

Alueelle toivotaan myös kahvilaa, tai muuta paikkaa, jossa nuorisolla olisi mahdollisuus viettää aikaa myös iltaisin. 21-vuotias nainen toivoo tällaista kahvilaa, mutta jokin muukin ajanvietto-paikka kelpaa, kunhan kyseessä ei ole baari. 21-vuotias mies ehdottaa päiväkirjassaan ”hengauspaikkaa” nuorisolle, ei välttämättä kahvilaa, mutta jokin paikka, jossa nuoriso voisi viettää aikaa.

Noin 14 % vastaajista näkee, että alueelta puuttuu kunnollinen ravintola. Esimerkkinä kunnollisesta ravintolasta nousi kahdessa vastauksessa esille Amarillo, jonka tyyppistä ravintolaa alueelle toivottiin. Molemmat Amarillon esille nostaneet vastaajat toivovat alueelle myös lastentapahtumia. Tässä näkyy selvästi se, että lapsiperheet toivovat alueelle kunnollista ravintolaa, jossa voisi käydä myös lasten kanssa syömässä. Alueelle toivotaan myös suomalaista perusruokaa tarjoavaa ravintolaa. Tällaista ravintolaa toivova 51-vuotias nainen nostaa myös esille Umpitunnelin toteamalla, että se ei ole tarpeeksi ”erilainen”, vaan ruoat ovat liian tavallisia. Umpitunnelin nostaa esille myös 31-vuotias mies, joka on toinen Amarilloa toivoneista vastaajista, toteamalla, että Umpitunneliin ei ole ”luontevaa” mennä syömään. Tämä varmasti johtuu pitkälti siitä, että Umpitunneli on tunnettu nimenomaan yökerhona.

Postin sijainti saa vastauksissa negatiivista palautetta, nousten selvästi esille yhtenä yksittäisenä kehitysideana. Postin sijaintia toivotaankin muutettavan siten, että posti olisi lähellä parkkipaikkoja. Tämä helpottaisi asiointia postissa, varsinkin jos käy esimerkiksi noutamassa isompikokoista pakettia. Rajalla kauppakeskukseen toivotaan myös Apteekin sivupistettä. Tämä on varsin hyvä idea, sillä ihmisten olisi helppo käydä samalla Apteekissa, kun käyvät muuten asioilla kauppakeskuksessa.

Vastauksissa toivotaan myös uusia liikkeitä alueelle. Uusia liikkeitä toivovat naiset, miesten vastauksissa ei ole yhtään toivetta uusista liikkeistä. Naisten vastauksissa toivotaan Mango-vaateliikettä (21-vuotias nainen) ja Glitterin tyyppistä koruja myyvää liikettä, ei siis kultasepänliikettä. 46-vuotias nainen ehdottaa vaateliikettä, joka tarjoaisi vaatteita keski-ikäisille naisille. Vaatteet voisivat olla uniikkeja, eli hieman erilaisia kuin muissa liikkeissä. Asiakaspalveluun panostettaisiin runsaasti, ja myyjät olisivat alansa ammattilaisia, jolloin he voisivat esimerkiksi ehdottaa asukokonaisuuksia ja auttaa paremmin asujen valinnassa.

26-vuotias nainen toivoo alueelle pienempiä liikkeitä ja toria tai kauppahallia, jolloin asiakaspalveluun voitaisiin kiinnittää enemmän huomiota. Hänen mukaansa joskus asioidessa tuntuu siltä, että halu palvella asiakasta kunnolla on vähäinen, ja pyritään vain siihen, että palvellaan asiakasta, ja jatketaan seuraavan asiakkaan luo. Asiakaspalveluun tulisi kiinnittää huomiota, asiakkaan pitäisi tuntea saavansa henkilökohtaista palvelua jokaisessa liikkeessä.

Suuret marketit saavat moitteita säilytyslokeroiden puuttumisesta. 24-vuotias nainen toivoo, että jokaiseen kauppaan laitettaisiin säilytyslokerot. Tämä helpottaisi myös kaupan toimintaa, varsinkin jos ihmiset käyttäisivät näitä säilytyslokeroita. Kassahenkilökunnalla ei ole oikeutta vaatia asiakasta näyttämään kassinsa tai reppunsa sisältöä, joten olisi heille helpompaa, jos kaupassa olisi säilytyslokerot.

Tornion keskustan kehittämistä toivottiin n. 14 %:ssa vastauksista. Vanhojen rakennusten remontointia pidetään tärkeänä, koska sillä saataisiin alueen yleisilme kohentumaan. Kävelykatua ja sen ympäristöä halutaan myös kehitettävän. Tornion keskustaa toivotaan myös ”keskustamaisemmaksi”, sillä tällä hetkellä se ei sitä ole. Jos vertaa esimerkiksi Kemin ja Tornion keskustaa, niin ero on ”keskustamaisuudessa” iso. Raja-alueen kehittämistä toivotaan myös, ja esimerkiksi Rajatorille toivotaan tapahtumia ja toimintaa. Ruotsin puoleista raja-aluetta pitäisi vastaajien mielestä myös kehittää.

Vastauksissa toivotaan myös enemmän yhteistyötä alueiden kesken. 57-vuotias mies toivoo, että alueelle perustettaisiin yhteinen lomamökkien välityspalvelu, ja että alueen kunnat tekisivät yhteistyötä matkailun edistämiseksi. 26-vuotias nainen toivoo myös yhteistyötä alueella, varsinkin kun on kyse kyläjuhlista, joiden

järjestämiseen ja ketjuttamiseen hän toivoo parannusta. Pitäisi pyrkiä välttämään päällekkäisyyksiä, ja sopia etukäteen, että tietty kyläjuhla on tiettynä viikonloppuna ja seuraava kyläjuhla seuraavana viikonloppuna.

21-vuotias nainen näkee Rajalla kauppakeskuksen parkkihallissa parannettavaa. Hänen mukaansa parkkiruudut ovat ”väärään suuntaan vinossa”. Hänen mukaansa ruuduista on todella hankalaa päästä pois, jo autoja on paljon, koska ruudusta pääsee lähtemään vain yhteen suuntaan. Hänen mukaansa tämä on ongelma silloin kun ajaa auton siten, että keula on valmiiksi lähtösuuntaan. Ongelmaa ei ole, jos ruudusta peruuttaa pois.

5. LIIKKEET

Kauppakassi- osiossa osallistujat pystyivät ympyröimään liikkeet, joissa he olivat käyneet.

Kolme suosituinta liikettä olivat Tornio-Haaparannan alueen kolme suurinta markettia, suosituimman ollessa K-citymarket, jossa kävi 71 % vastaajista. Toiseksi suosituin oli Prisma, jossa kyselyyn vastanneista kävi 52 %. Kolmanneksi suosituin oli Haaparannan puolella oleva ICA Maxi, jossa kävi 47 % vastanneista.

K-citymarketissa käyneiden naisten määrä ikäryhmittäin oli aika tasamääräinen, eli siellä kävi tasaisesti eri ikäluokkien edustajia. Noin 19 % K-citymarketissa käyneistä oli miehiä. K-citymarketin suosio johtuu todennäköisesti sen hyvästä sijainnista. K-citymarkettiin on helppo poiketa ostoksille samalla kun käy kauppakeskuksessa. K-citymarketin suosioon vaikuttaa myös Prisman ja ICA Maxin huonompi sijainti. Tarkoittaen sitä, että esimerkiksi Prismaan on huomattavasti pidempi matka keskustasta.

Prismassa kävi 52 % vastaajista, joista 14 % oli miehiä. ICA Maxissa kävi melko tasaisesti naisia eri ikäluokista. Arnolds oli alueen suosituin kahvila. Gina Tricot ja Jack & Jones olivat suosituimmat vaateliikkeet.

ELÄVÄ LAPPI
Living Lab

6. JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksen johtopäätöksinä voidaan todeta asiakkaiden olleen tyytyväisimpiä alueen markettien palveluun. Pienemmät marketit nousivat esille henkilökohtaisen palvelun laadussa, asiakkaat saivat parempaa palvelua pienempien markettien henkilökunnalta. Parhaaseen palveluun ovat eniten vaikuttaneet ammattitaitoiset, asiantuntevat ja ystävälliset myyjät, sekä asiakaspalvelun nopea saatavuus. Kattavammaksi asiakkaat kokivat markettien valikoimat kuten Prisman, K-Citymarketin ja ICA Maxin.

Tuloksista on selvästi havaittavissa, että asiakkaat toivovat parannusta asiakaspalveluun. Asiakaspalvelun laatuun tulee kiinnittää huomiota, myyjän palvelualttius ja aito kiinnostus asiakasta kohtaan saavat asiakkaan asioimaan samassa myymälässä toistenkin. Huomioitavaa on henkilökunnan ammattitaidon laatu, tuotetietouden tärkeyttä ei voi liikaa korostaa asiakaspalvelussa. Myymälän henkilökunta voi joissain tapauksissa olla jopa asiakkaan ainoa henkilökohtainen kontakti päivän aika, joten iloinen hymyilevä myyjä on asiakkaalle päivän piriste.

Yritysten olisi syytä harkita asiakaspalvelukoulutuksen järjestämistä henkilökunnalleen, koska “huonopäivä”-osiossa on nähtävissä tyytymättömyys asiakaspalveluun, joka kuitenkin on todella tärkeä osa asiakkaan kokemusta ja mielikuvan muodostamista yrityksestä.

Kehittämisosiossa tuli selkeästi esille vastaajien toiveet saada alueelle lisää tapahtumia sekä aktiviteettejä. Palvelun laatuun sekä alueen palvelutarjontaan ja viihtyisyyteen vastaajat halusivat myös parannusta.

ELÄVÄ LAPPI
Living Lab

LÄHTEET

Mattelmäki, Tuuli 2006. Muotoiluluotaimet 3, 47. Tammer-Paino Oy, Tampere.

Julku, Helena 2011. Vertailu pitää ruokalaskun kurissa. Pohjolan Sanomat 28.9, A2, A3.