

SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU Matkailu- ja ravitsemisala, Kuopio Koulutusohjelma, suuntautumisvaihtoehto Hotelli- ja ravintola-ala koulutusohjelma, hotelli ja ravintola-alan liikkeenjohdon suuntautumisvaihtoehto		
Tekijä(t) Oskari Ollikainen		
Työn nimi Suositteleva myynti: Case Rosso Kuopio		
Työn laji Opinnäytetyö	Päiväys 20.4.2011	Sivumäärä 36 + 3
Työn ohjaaja(t) Maisa Haatainen	Toimeksiantaja Rosso Kuopio	
Tiivistelmä <p>Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää Kuopion Rosson tarjoilijoiden asennetta ja suhtautumista aktiiviseen myyntityöhön ja erityisesti suositteluun. Suositteleva myynti ei ole ollut viime aikoina ravintolan asiakkaiden ja johdon mielestä riittävän intensiivistä ketjun muuhun tasoon nähden.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuus käsittelee asiakaspalvelua, myyntityötä, suosittelevaa myyntiä ja asenteita myyjien, asiakkaiden ja johdon näkökulmista. Mukana on myös yritysesittely Rosso-ketjusta ja tarkemmin Kuopion Rossosta.</p> <p>Kvalitatiivinen tutkimus toteutettiin kyselylomakkeella, jossa oli yhdeksän avointa kysymystä koskien muun muassa tarjoilijoiden suosittelun aktiivisuutta, luontevuutta, merkitystä, esteitä ja yleensä kokemuksia siitä.</p> <p>Vastaajien osuuden suhteellisen pieni määrä (10/24) yllätti ja sai pohtimaan, mikä osuus kiireisellä työtahdilla oli vastaamattomuuteen ja heijastiko vastaamattomuus myös asennetta tutkimuksen kohteeseen.</p> <p>Vastausten perusteella tutkimus kuitenkin osoitti, että Rosson salityöntekijöiden asenne ja suhtautuminen lisämyyntiä ja suosittelua kohtaan oli myönteinen ja suosittelu kuului olennaisena osana asiakaspalveluun. Tärkeäksi yksittäiseksi esteeksi suosittelulle tutkimuksessa nousi työntekijöiden kokemus kiire joko itsellä tai asiakkailla.</p> <p>Pohdintaosuudessa on mietitty nykyisen suomalaisen palvelukulttuurin vaikutusta suosittelevaan myyntiin verrattuna kansainväliseen tottumukseen. Haasteita on asetettu sekä oppilaitoksille jo koulutusvaiheessa että esimiehen vaikutukselle henkilökunnan toimintaan. Jatkotutkimuksia voisi suunnata suosittelevan myynnin suhteen asiakaskunnan piiriin. Lopussa on vielä konkreettinen näyttö suosittelun merkityksestä lisämyynnin kannalta.</p>		
Avainsanat myyntityö, suositteleva myynti, asiakaspalvelu, asenne		
Huomioitavaa		

SAVONIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Tourism and Hospitality, Kuopio Degree Programme, option Degree Programme in Hospitality Management, with orientation in Hotel and Restaurant		
Author(s) Oskari Ollikainen		
Title of study Active selling and recommendation: Case Rosso Kuopio		
Type of project	Date	Pages
Thesis	20.4.2011	36 + 3
Supervisor(s) of study	Executive organisation	
Maisa Haatainen	Rosso Kuopio	
Abstract <p>The aim of this thesis was to examine the attitude of waiters at restaurant Rosso of Kuopio concerning active selling and especially the recommendation in it. According to opinions of the customers and the management, recommendation has not been intensive enough when compared to the level of whole Rosso restaurant chain.</p> <p>The theoretical part of this thesis examines customer service, selling, recommendation and attitudes from waiter's, customer's and manager's respective viewpoints. There is also information about the chain of Rosso restaurants and especially about the Rosso of Kuopio.</p> <p>This qualitative research was carried out by a questionnaire with nine open questions concerning different areas of recommendation such as activity and naturalness of the waiter, as well as its meaning to the customer, its obstacles and the overall experience.</p> <p>The low amount of questionnaires filled (10/24) surprised and made one think if the haste of the work had any effect on research or was it a reflection of the attitude towards the subject of the research.</p> <p>However the outcome of the research showed that the attitude of the staff to active selling and recommendation was positive and they included it as a natural part of the customer service. The study also revealed the haste of the staff and the customers to be the main obstacle to active selling and recommendation.</p> <p>In the analysis I've examined the effect of current service culture in Finland to recommendation compared to international preferences. Challenges have been set to both education in schools as well as to supervisors and the effect they have on staff. Follow up research on recommendation could be directed to the customer base. Last, a concrete example of the influence of recommendation on sales.</p>		
Keywords active selling, recommendation, customer service, attitudes		
Note		