

Abstract

The aim of this work was to study the extent of the customer satisfaction of Budget Sport Kuopio. At the same time the idea was to examine the quality of service and assortment of the store. The store has been functioning for one year and there haven't been any previous customer studies. First study would give a good starting point for the other possible future customer investigations. The study was carried out using paper survey in the store. The results were gathered and analyzed using Webropol survey program. Additionally to the main customer survey, there has been interview about oral feedback amongst store personnel. In that way it was possible to compare different ways of receiving the feedback.

It is possible to examine the customer satisfaction in the comparison of customers' expectations and purchasing experiences. Customers usually have an expectation towards certain product or service. By fulfilling the expectations, the company is able to improve the customer satisfaction. On the contrary, when a customer faces a new service or product, there are not necessary any expectations. The customer is thus evaluating without any previous experience.

The customer survey revealed that clients of the store were satisfied with service and assortment of Budget Sport Kuopio. Customers however wished some new products into the shop and for some clients the order of the store was a little bit confusing. The concept of the Budget Sport chain seemed to be fulfilled. Good customer greeting and constant availability seemed to contribute positively on evaluation of service and assortment. Oral feedback interview on other hand revealed, that oral feedback is received on daily basis and that acquired information is important. The strength of oral feedback is seen in the possibility of reacting quickly, to correct the situation.

Tiivistelmä

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää Budget Sport Kuopion asiakastyytyväisyyttä. Samalla arvioitiin myymälän palvelua ja valikoimaa asiakkaiden näkökulmasta. Haluttiin saada kehittämisideoita myymälän kehittämiseksi. Myymälä on toiminut reilun vuoden, eikä aikaisempia tutkimuksia ole tehty. Näin olleen kyseinen asiakastutkimus toimisi myös lähtökohtana tulevaisuuden tutkimuksille. Tutkimus suoritettiin myymälässä paperisena kyselytutkimuksena. Tulokset kerättiin ja analysointiin Webropol- ohjelmalla. Varsinaisen kyselytutkimuksen lisäksi, myymälän henkilökunnalle tehtiin haastattelu suullisesta palautteenannosta. Näin kirjallisen palautteen rinnalle saatiin toinen näkökulma, suullinen palaute.

Asiakastyytyväisyyttä on mahdollista tarkastella asiakkaan odotusten ja kokemusten vertailussa. Asiakkailla on yleensä tuotteesta/palvelusta riippuen tietyt odotukset ja täyttämällä niitä, yritys onnistuu parantamaan asiakastyytyväisyyttä. Kun asiakas kohtaa täysin uuden palvelukonseptin tai tuotteen, hänellä ei ole välttämättä odotuksia. Näin asiakas arvioi ns. "puhtaalta pöydältä".

Asiakastyytyväisyystutkimuksesta selvisi, että asiakkaat olivat tyytyväisiä kaupan palveluun ja valikoimaan. Asiakkaat toivoivat kuitenkin valikoimaan lisää tuotteita ja joillekin asiakkaista myymäläjärjestys oli hieman epäselvä. Sen lisäksi tuli ilmi, että ketjun konsepti toteutuu hyvin. Asiakkaiden hyvällä tervehtimisellä ja hyvällä myyjien läsnäololla oli positiivisia vaikutuksia palvelun ja valikoiman arviointiin. Haastattelussa suullisesta palautteenannosta selvisi, että asiakkaat antavat palautetta päivittäin. Suullisen palautteen vahvuuksina pidettiin taas mahdollisuutta reagoida välittömästi tekemällä korjaavia toimenpiteitä.