

Asiakkaiden asenteet ja käyttäytyminen ovat muuttuneet nopeasti viime vuosina, ja tästä on joutunut kärsimään eritoten henkilöliikenneala, jonka ydintoimintoihin ja toimintaympäristöön pandemia-aika iski rajusti. Tästä syystä EPSI Rating eriytti henkilöliikennealan toimialatutkimuksesta tänä vuonna täysin erillisen Laivamatkustamiseen liittyvän toimialatutkimuksen. Tutkimuksella kartoitettiin erityisesti eri laivaliikennöijien asiakaskokemusta ja -tyytyväisyyttä. Tutkimukseen haastateltiin kaiken kaikkiaan 928 suomalaista yksityishenkilöä, jotka olivat tehneet vähintään yhden Suomesta lähteneen risteilyn tai reittimatkan viimeksi kuluneen 12kk:n aikana. Haastattelut tehtiin aikavälillä 3.5.-9.5.2023. Tutkimus toteutettiin myös Ruotsissa ja Virossa.

EPSI Rating on Tukholman kauppakorkeakoulussa vuonna 1989 perustettu, riippumaton ja voittoa tavoittelematon akateeminen organisaatio, jonka analyysimalli perustuu yli kolmen vuosikymmenen tutkimustyölle.

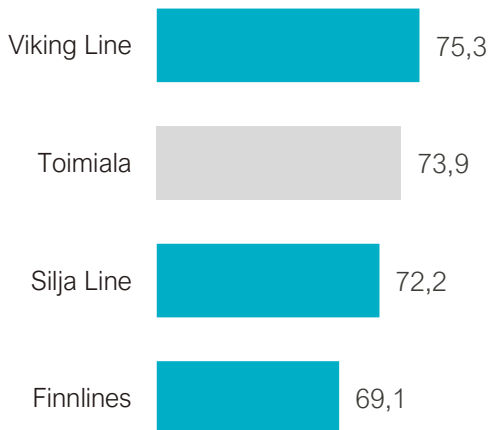
”Selvää on, että laivayhtiöiden tulee tarjota turvallista ja mukavaa matkustusta. Jotta yritys voi selviytyä, kilpailia ja kasvattaa markkinaosuuttaan, tulee sen asettaa etusijalle matkustajien tyytyväisyys. Korkeamman asiakastyytyväisyyden saavuttamiseksi tulee asiakkaiden tuntea saavansa hyvää palvelua sekä laivassa, että satamassa”, tiivistää Heidi Laitinen, EPSI Rating Finlandin maajohtaja.

Analyysissä on eroteltu toisistaan Suomen ja välinen Ruotsin reitti (ml. Ahvenanmaa) sekä Suomen ja Viron välinen reitti. ”Eronteko on tarpeen, sillä reiteillä matkustetaan osin eri syistä ja tämän vuoksi laivayhtiöiden on myös vastattava osin erilaisiin tarpeisiin”, Laitinen taustoittaa. ”Yksinkertaistaen, Suomen ja Ruotsin välillä itse risteilyn rooli on huomattavan suuri, Suomen ja Viron välillä taas määränpää.”

Tämän vuoden tutkimuksesta näemmekin, että suomalaiset ovat varsin tyytyväisiä ja luottavaisia laivaliikennöjiä kohtaan, sekä saavansa tunnetta vastaavaa, hyvää palvelua. Suomalaismatkustajien korkein tyytyväisyys mitattiin Suomen ja Ruotsin välisillä reiteillä Viking Linelta, Suomen ja Viron välisellä reitillä puolestaan Eckerö Linelta.

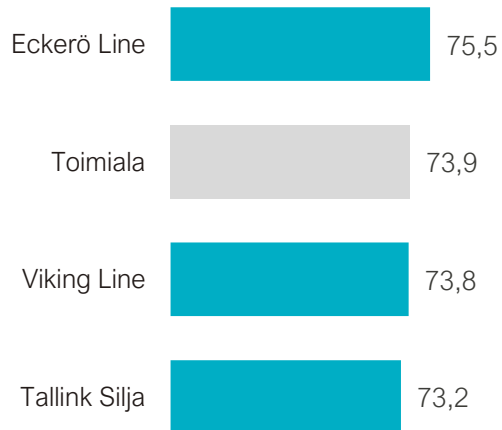
Asiakastyytyväisyys 2023

Suomen ja Ruotsin välinen reitti
Suomalaisasiakkaat



Asiakastyytyväisyys 2023

Suomen ja Viron välinen reitti
Suomalaisasiakkaat



Indeksi 0-100. 0-60=tyytymätön, 60-75 tyytyväinen, yli 75=erittäin tyytyväinen

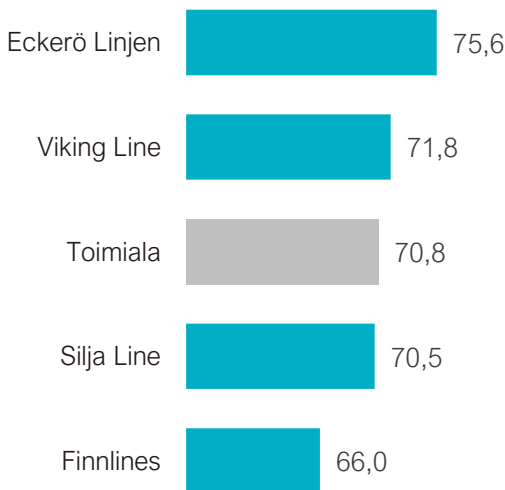
Suomen ja Ruotsin välillä Viking Line onnistuu ylittämään toimialan keskitason hyvin tasaisesti asiakastytyväisyyden eri osa-alueilla, joihin lukeutuvat usealla spesifimmällä kysymyksellä kartoitettavat imago, odotukset, tuotelaatu, palvelulaatu, vastine rahalle. Erityisen hyvin suhteessa toimialan keskitasoon Viking Line onnistuu asiakkaiden mielestä matkustusmukavuudessa ja täsmällisyydessä. Vertailun hännille jäävän Finnlinesin kohdalla saadut arviot puolestaan asettuvat laajalti selvästi matalammiksi. ”Finnlinesia kohtaa tunnetut odotukset eivät ole yhtä korkeita kuin muita yhtiöitä kohtaan tunnetut, mutta myös odotuksiin vastaaminen on jäänyt joiltain osin asiakkaiden mielestä hieman vaillinaiseksi”, avaa Laitinen.

”Viking Linea koskevista tasaisen korkeista mielikuvista ja kokemuksista kielii sekini, että myös Suomen ja Viron välisellä reitillä matkaavien parista mitattiin yhtiölle korkeat asiakastytyväisyyslukemat, minkä lisäksi yhtiö sijoittuu korkealle myös ruotsalais- ja virolaisasiakkaiden arvioissa”, lisää Laitinen.

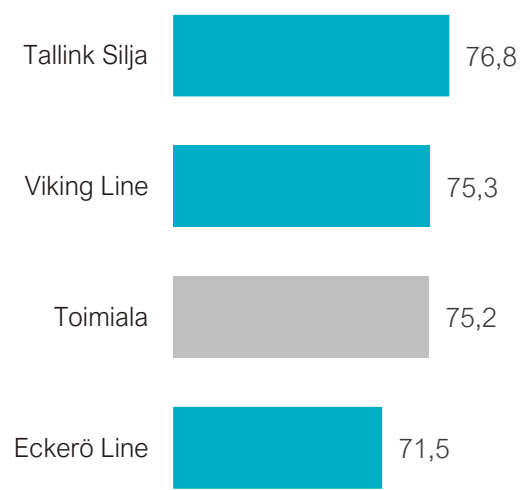
Eckerö Linjen ruotsalaisten ja Tallink Silja virolaisten suosikki, Viking Line tasaisen vahva

Ruotsalaisasiakkaiden keskuudessa korkein tyytyväisyys mitattiin Eckerö Linjeniltä, joka keskittyy liikennöimään Ahvenanmaan Eckerön ja Ruotsin Grisslehamnin väliä. Virolaisasiakkaiden mielissä parhaat arviot puolestaan sai Tallink Silja. Virolaismatkaajat Suomen ja Viron välillä ovat kokonaisuutena tyytyväisempiä kuin Suomen suuntaan matkustavat ruotsalaiset.

Asiakastytyväisyys 2023 Toimialatutkimus Ruotsi



Asiakastytyväisyys 2023 Toimialatutkimus Viro



”On merkillepantavaa, millaisia eroja yhtiöiden saamissa arvioissa on reitistä ja kansallisuudesta riippuen”, huomauttaa Laitinen. ”Virolaisten mielestä Tallink Silja on Suomen ja Viron välillä ykkönen ja Eckerö Line viimeinen, kun taas suomalaisten mielestä tilanne on päinvastainen Eckerö Linen ollessa ykkönen Tallink Siljan jäädessä viimeiseksi.”

Muista huomattavasti poikkeavaan reittiin keskittyvä Eckerö Linjen taas vie voiton ruotsalaisasiakkaiden arvioissa, siinä missä Suomen ja Ruotsin välillä yhä Silja Line –brändin alla operoivan Tallink Siljan asiakastytyväisyys saavuttaa huippunsa tarkkaan rajatusti nimenomaan Suomen ja Viron välillä matkustavien virolaisten mielissä.

”Pysyvimmät ja yleistettävimmät havainnot ovatkin, että Viking Line menestyy hyvin vertailussa kuin vertailussa ja Finnlinesiin ollaan verrattain tyytymättömiä”, Laitinen tiivistää.

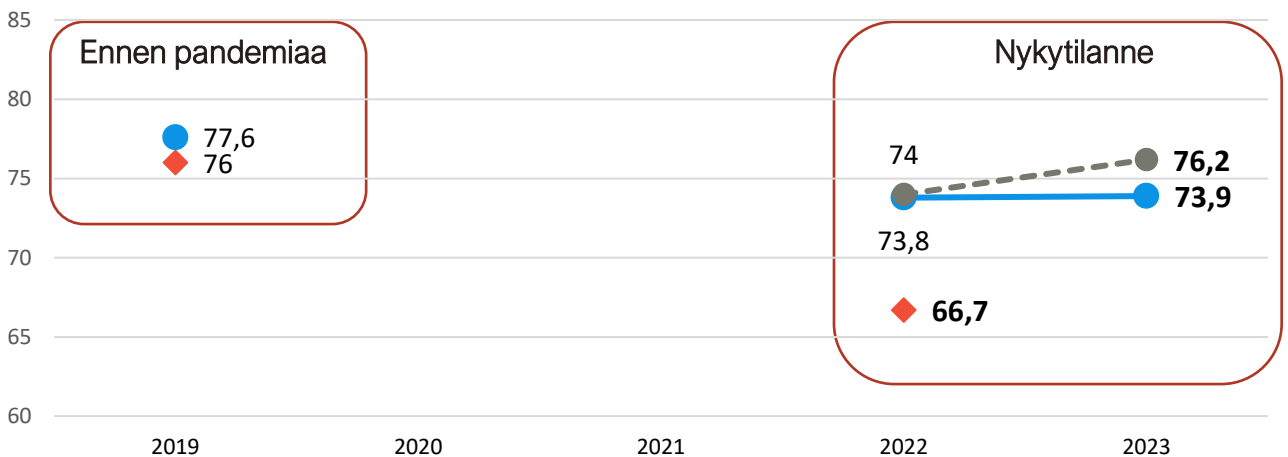
Varustamot onnistuneet vastaamaan kriisien tuomiin haasteisiin

Henkilöliikenne yleisemminkin ymmärrettynä lukeutuu toimialoihin, joihin viime vuosien kriisit ovat iskeneet erityisen suurella voimalla. Ensin koronarajoitukset vaikuttivat suoraan toimintamahdollisuuksiin, sillä esimerkiksi liikennöinnin tiheyttä jouduttiin vähentämään. Matkantekoon liittyvä rentoutuminen joutui myös kärsimään tartuntariskin vuoksi, eivätkä kasvokkaisen asiakaspalvelun edellytykset olleet enää ennallaan. Koronarajoitusten hellittäessä vuonna 2022 Euroopassa syttyi kuitenkin yllättäen sota, jonka seurauksena esimerkiksi päivittäistavaroiden ja energian hinnat nousivat. Tämä kaikki on vaikuttanut sekä toimialan yhtiöihin, että kuluttajien suhtautumiseen aikansa ja rahojensa käyttöön.

”Ei ole yllättävää, että henkilöliikenteen asiakastyytyväisyys suorastaan romahti vuosien 2019 ja 2022 välillä”, toteaa Laitinen. ”Kriisiytynyt toimintaympäristö laski kuluttajien luottamusta alaan, ja heistä tuli varovaisempia kulutuspäätösten suhteen. Tämä ei voinut olla heijastumatta lopulta lähes kymmenellä indeksipisteellä kärsineeseen toimialatason asiakastyytyväisyyteen.”

Laivaliikenne on kuitenkin selvinnyt asiakastyytyväisyyden suhteen suhteellisen hyvin, sillä tyytyväisyys on tuoreissa tuloksissa (73,9) viime vuoden tasolla (73,8) ja ero vuoteen 2019 (77,6) on verrattain maltillinen. Vuonna 2023 tulos onkin lähellä erittäin tyytyväisten asiakkaiden rajana pidettyä 75:n indeksipisteen tasoa, ja tyytymättömien asiakkaiden osuus on prosentuaalisesti pieni.

Indeksi



◆ Henkilöliikenne, tyytyväisyys ● Laivayhtiöt, tyytyväisyys -●- Laivayhtiöihin kohdistetut odotukset

”Tyytyväisyyteen ei ole silti varaa jäädä paistattelemaan, sillä odotukset ovat nousussa ja niihin on kyettävä vastaamaan”, Laitinen tähdentää. ”Vaikka toimintaympäristö ja toimintaedellytykset tietyssä mielessä vakiintuisivatkin, esimerkiksi digitalisaation ja vastuullisuusvaatimusten nousu jatkavat toimialan maaperän myllertämistä.”

Hinta ei ole ainoa tekijä liikennöijän valinnassa

Kun vastaajilta tiedusteltiin syitä valita tietty laivayhtiö matkustusvaihtoehtokseen, tärkeimpien syiden joukkoon nimettiin reitistä ja kansallisuuksista riippumatta tyypillisimmin hinta, mutta muitakin löytyy. Suomalaisasiakkaiden parissa myös terminaalin sijainti ja yhteydet, matkustamisen helppous ja mukavuus, sekä aikataulujen soveltuvuus erottuvat erittäin tärkeinä tekijöinä. Virolaismatkustajien arvioissa näiden neljän tekijän merkitys korostuu entisestään, siinä missä ruotsalaismatkustajien kohdalla helppous ja mukavuus erottautuu muista ja esimerkiksi laivan ravintolat mainittiin tärkeimpien joukkoon lähes yhtä usein kuin aikataulun soveltuvuus.

Jatkuu seuraavalla sivulla →

”Erot eri maiden vastaajien välillä selittyvät merkittävilta osin reitillä”, huomauttaa Laitinen. ”Myös suomalaisvastaajien näkemyksissä vastaukset jakautuvat reiteillä hieman erilaisella, ja naapureidemme arvioiden suuntaan nojaavalla tavalla. Kyllä eri maidenkin vastaajilla joitain toki eroja on, ruotsalaiset käyttävät laivareittiään jonkin verran suomalaisia useammin liikematkoihin ja virolaiset omaa reittiään taas suomalaisia useammin työmatkoihin”, Laitinen tarkentaa.

Erot reittien välillä tulevat näkyväksi myös siten, että Ruotsin ja Suomen välistä reittiä matkustavista selvä enemmistö arvottaa itse laivamatkan sen määränpäästä tärkeämmäksi, siinä missä Suomen ja Viron välisellä reitillä asetelma on päinvastainen.

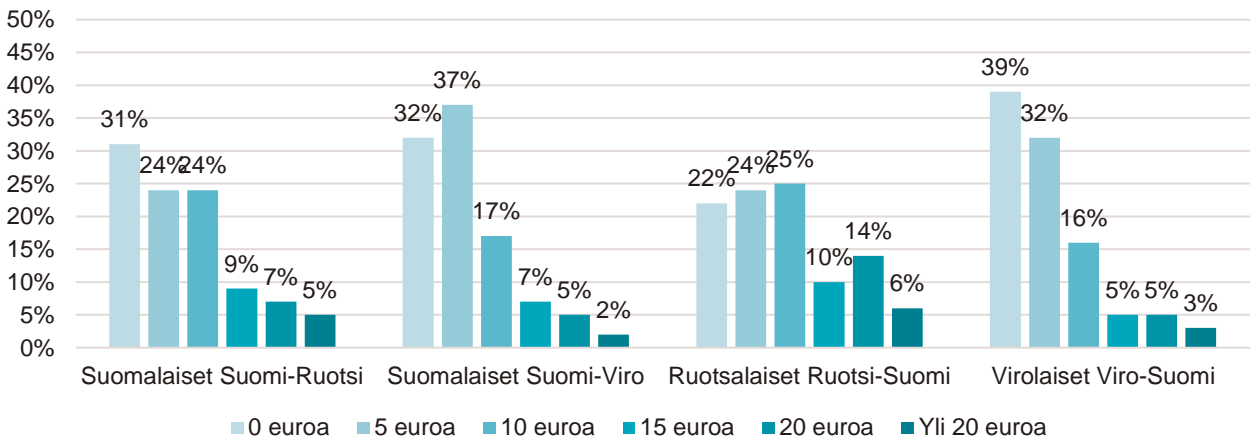
Eroja on luonnollisesti myös yhtiöiden ja niiden asiakaskuntien välillä. Esimerkiksi kanta-asiakasohjelma kerää mainintoja erityisesti tiettyjen yhtiöiden kohdalla, minkä lisäksi jonkin reitin liikennöiminen ainoana toimijana nostaa luonnollisesti tämän tekijän tärkeimpien joukkoon.

Kuluttajat haluavat auttaa ympäristöä, mutta heillä on myös oltava varaa

Vuonna 2022 puhuttiin paljon myös siitä, kuinka planeetan pelastamiseksi tehtyjä uhrauksia on saatettu liioitella. Tutkimus kuitenkin vahvistaa sen, että ympäristöhuoli löytyy edelleen. Kuluttajat valitsevat edelleen tuotteita, jotka sopivat heidän arvoihinsa, ja osalla asiakkaista nämä arvot ovat hintaa tärkeämpiä – yleisesti kuitenkin vain tiettyyn pisteeseen asti.

Haastateltavilta kysyttiin, miten paljon enemmän he olisivat valmiita maksamaan yhdestä laivaliikenteen risteilystä tai reittimatkasta vähentääkseen ympäristövaikutuksia. Ruotsalaisista lähes neljä viidestä (78%), suomalaisista reilu kaksi kolmesta (69%), ja virolaisista 61% ilmoitti olevansa valmis maksamaan viisi euroa tai enemmän. Vastaavasti ruotsalaiset ilmoittivat hanakimmin valmiudestaan maksaa summia myös viidestä eurosta ylöspäin (55%) ja virolaiset taas maltillisimmin (29%).

Kuinka paljon olisit valmis maksamaan yhdestä laivaliikenteen risteilystä tai reittimatkasta vähentääksesi ympäristövaikutuksia?



”Viron matalampi palkkataso selittää osan eroista, mutta myös reittien välillä voidaan jälleen havaita eroja”, avaa Laitinen. ”Suomalaisasiakkaiden parissa jakauma painottuu suurempiin summiin Ruotsiin matkatessa kuin Viroon matkatessa, mikä johtuu reitin pituuden lisäksi siitä, että Ruotsiin matkatessa laiva ja matka itsessään ovat useammin pääasioita, siinä missä Viron ja Suomen väliä matkustetaan useammin käytännöllisistä syistä.”

Ikäryhmissäkin on jonkin verran eroja, karkeasti ottaen nuoremmat ovat valmiita maksamaan hieman enemmän ja vanhemmat vähemmän. Alle 30-vuotiaista suomalaismatkustajista 72% ilmoitti jonkun muun summan kuin nolla euroa, siinä missä yli 60-vuotiaista näin teki 64%. Viiteen euroon arvionsa asetti 23-37% ikäluokasta riippuen, ja tätä suuremman summan vastasi 49% alle 30-vuotiaista ja 33% yli 60-vuotiaista.

EPSI Kestävyysindeksi

EPSI Rating tutkii kestävyyttä laajasti, ja lanseerasikin vuonna 2021 kestävä kehityksen indeksin, jolla mitataan toimijoiden vastuullisuuteen ja kestävään kehitykseen liittyvän toiminnan tasoa asiakkaiden käsityksissä ja mielikuvissa.

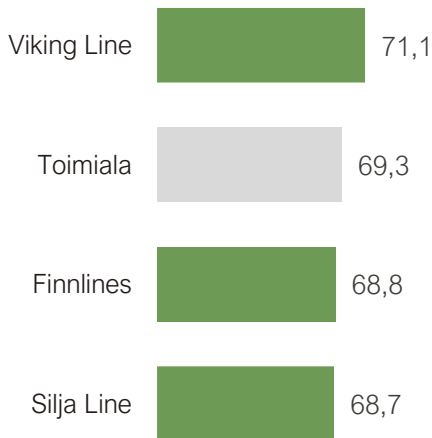
Indeksi muodostetaan useammasta kysymyksestä, jotka käsittelevät yhteiskunnallista, sosiaalista, sekä ympäristöllistä vastuullisuutta ja kestävyyttä eri näkökulmista.

Indeksipisteasteikon nyrkkisääntönä voidaan pitää sitä, että 0-60 edustaa huonoa/matalaa tulosta ja yli 75 puolestaan erittäin hyvää/korkeaa tulosta.

Erot varustamojen saamien arvioiden välillä reittien/kansallisuuksien sisällä ovat melko pieniä, 1,1 - 2,6 indeksipistettä. Voidaan kuitenkin sanoa, että kestävimäksi arvioitiin kokonaisuutena Viking Line, joka saavuttaa kärkipaikan Suomen ja Ruotsin välisellä reitillä niin suomalais- kuin ruotsalaismatkustajienkin arvioissa, minkä lisäksi Viking Linelta mitattiin korkein indeksi myös virolaisasiakkaiden parista Suomen ja Viron välillä. Kiilaa Viking Linen kärkipaikkoihin iskee suomalaismatkustajien mielestä Suomen ja Viron välillä kestävimäksi arvioitu Eckerö Line.

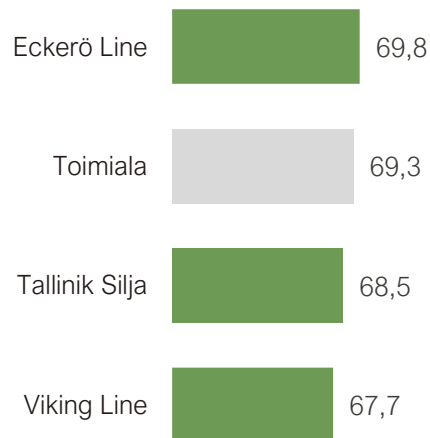
Kestävyysindeksi 2023

Suomen ja Ruotsin välinen reitti
Suomalaisasiakkaat



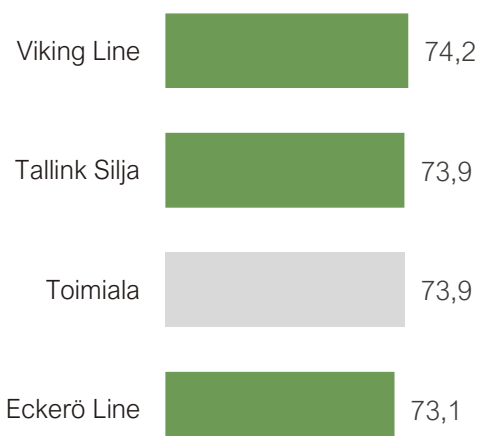
Kestävyysindeksi 2023

Suomen ja Viron välinen reitti
Suomalaisasiakkaat



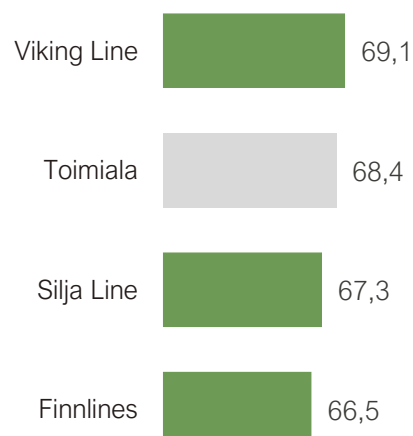
Kestävyysindeksi 2023

Suomen ja Viron välinen reitti
Virolaisasiakkaat



Kestävyysindeksi 2023

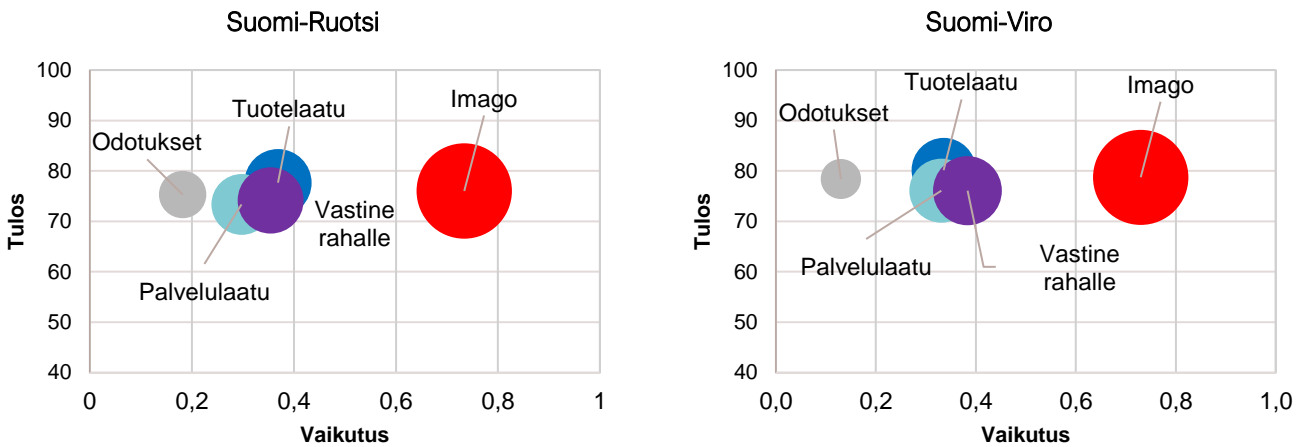
Suomen ja Ruotsin välinen reitti
Ruotsalaisasiakkaat



Jokaisella trendillä, josta puhuimme jo vuonna 2022, on paikkansa myös vuonna 2023

Ihmiset haluavat edelleen hyödyntää brändejä, jotka räätälöivät sisällön heidän mieleisikseen - riippuu lopulta asiakkaasta, mikä heille on kaikkein keskeisintä. Joitain yleisiä ja kulutustottumusten muutosta peilaavia trendejä on kuitenkin erotettavissa, ja vaikka trendien ennakoimisen ja niihin mukautumisen tarkat keinot vaihtelevatkin tietysti toimialalta toiseen, voidaan todeta vaivattomuuden, yhtiön taholta tulevan proaktiivisuuden, sekä asiakkaan rahalleen saaman vastineen olevan korostuneita tekijöitä asiakkaiden valinnoissa ja samalla myös asiakkaiden tyytyväisenä pitämisessä. Unohtaa ei tule myöskään kestävyyttä ja vastuullisuutta.

Luotettavuuden ja vaivattomuuden kaltaisista tekijöistä koostuvan *imagon* merkitys asiakastytyväisyyden kehittämiseksi on edelleen kaikkein tärkeintä, mutta rahalle saatavan *vastineen* merkitys korostuu keskimäärin hieman muiden osa-alueiden kustannuksella Suomen ja Viron välisessä liikenteessä, kun taas täsmällisyyden ja matkustusmukavuuden kaltaisista tekijöistä koostuva *tuotelaatu* korostuu hieman enemmän Suomen ja Ruotsin välillä, jossa myös *odotusten* merkitys on voimakkaampaa. Tulokset luovat yleiskuvan, mutta eri yhtiöiden asiakaskunnissa on huomattavia eroja.

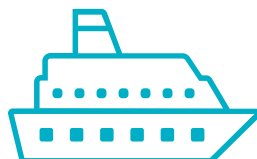


Asiakasuskollisuus on ansaittava

Olemme taas hieman eri ajan siivissä. Kuluttajat asettavat yhä tiukempia vaatimuksia usein käyttämilleen tuotemerkeille.

Halvemmat hinnat toki houkuttelevat kuluttajia nykyään, mutta kuten kaikessa rahaan liittyvässä, arvon on oltava luontainen: edullinen hinta, joka tuntuu henkilökohtaiselta voitolta

Tyytyväiset asiakkaat suosittelvat yhtiötä sekä valitsevat sen todennäköisemmin myös tulevaisuudessa. Voimme olla tutkijoiden kanssa samaa mieltä siitä, että asiakastytyväisyys on tärkein tekijä, jolla uskollisuutta voidaan luoda. Asiakasuskollisuus onkin ennen kaikkea *ansaittava*, koska tyytyväisyys ei synny tyhjiössä. ”Jos toimialan yhtiöt eivät ole aiemmin kuunnelleet asiakaskäyttäytymisen trendejä toimialan sisällä, sekä sen ulkopuolella, niin nyt olisi vihdonkin kuuntelemisen aika”, päättää Laitinen.



EPSI RATINGISTA

EPSI Rating on voittoa tavoittelematon akateeminen organisaatio, jonka omistaa Swedish Institute for Quality (SIQ), jonka puolestaan omistaa Ruotsin valtio.

EPSI Rating perustettiin EU-tutkimushankkeena Tukholman kauppakorkeakoulussa vuonna 1989, ja organisaatio on toteuttanut Suomessa kansallisia laatuindeksejä mittaavia toimialatutkimuksia vuodesta 1999 asti.

Organisaation toiminta keskittyy Pohjoismaihin, mutta tutkimuksia tehdään myös esimerkiksi Iso-Britanniassa ja Hollannissa. Suomessa EPSI Rating tunnetaan erityisesti toimialatutkimuksistaan (pankki ja rahoitus, vakuutus, sähkön vähittäismyynti, telekommunikaatio, uudisasuntorakentaminen), mutta yhteistyötä tehdään myös useiden muiden eri toimijoiden kanssa niin yksityisellä kuin julkisellakin sektorilla.

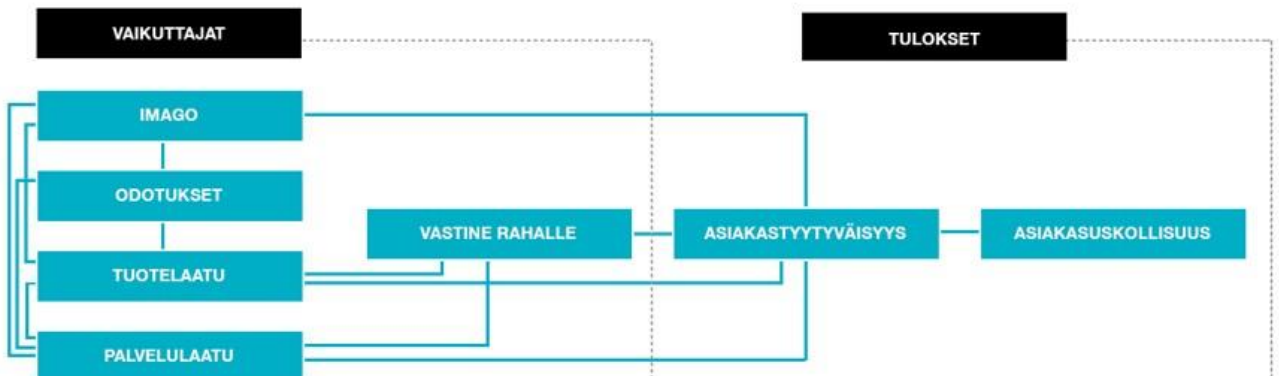
Lue lisää kotisivuiltamme!

<https://www.epsi-finland.org/>

Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Asiakastyytyväisyys ja asiakasuskollisuus ovat kaksi tärkeää avainindikaattoria yrityksille ja organisaatioille. Näiden kahden indikaattorin mittaamisen lisäksi EPSI-menetelmä tutkii viittä muuta aspektia, joiden avulla voidaan selvittää, mikä tekee asiakkaista tyytyväisiä ja uskollisia. Kukin aspekti sisältää tietyn määrän kysymyksiä.

Alla oleva kaavio kuvaa niitä alueita, joihin EPSI-menetelmä perustuu.



TUTKIMUKSESTA

EPSI Data Collection Services haastatteli Laivaliikenne 2023 -tutkimukseen noin 2000 yli 18-vuotiasta yksityisasiakasta, jotka ovat matkustaneet laivalla Suomesta tai Suomeen viimeisten 12kk:n aikana. Haastattelut tehtiin 3.5.-9.5.2023. Indeksi tuotetaan asteikolla 0–100, jossa 0-60 on tyytymätön, 60-75 on tyytyväinen ja yli 75 erittäin tyytyväinen.

Asiakastyytyväisyyden virhemarginaalit ovat yleisesti haarukassa n. +/- 2-4 indekspistettä asteikolla 0-100.

Tilastollinen luottamustaso on 95% ja mallin selitysaste vaihtelee toimijoittain välillä 75-90 %.

Lisätietoja tutkimuksesta:

Heidi Laitinen, maajohtaja, EPSI Rating Finland

- › Heidi.laitinen@epsi-finland.org
- › +358 50 40 68 796