# YAMK-opinnäytetyössä kehitettiin itsepalvelukassojen käyttöä: tiedolla suuri vaikutus

5.6.2019

Susanna Pirttijärven liiketalouden alan ylemmän amk-tutkinnon opinnäytetyö osoittaa, että asiakkaan kassavalintaa ja toimintaa ohjaa asenne ja siinä erityisesti tietoon perustuva osa. Hypermarketissa keväällä 2019 suoritetussa tutkimuksessa keskityttiin siihen, mitkä asiat ohjaavat asiakkaan kassavalintaa ja miten asenteet tässä tapauksessa muodostuvat. Tärkein tulos on, että asiakkaan asenteen muodostaa pääosin tieto toimintatavoista itsepalvelukassalla. Kyseessä on siis standardi oppimisprosessi.  Asenteen muodostumista tutkittiin ABC-asenneteorian pohjalta, jossa asenteiden osia nähdään olevan kolme: kognitiivinen (tieto), affektiivinen (tunne) ja konatiivinen (käyttäytyminen).

Tutkimuksen perusteella asiakas tekee valinnan tietoon perustuen ja eri ikäryhmien välillä on jonkin verran eroja. Vanhemmat ikäryhmät omaksuvat tietoa nuorempia hitaammin ja heillä saattaa olla suuria eroavaisuuksia tekniikkaan liittyvässä osaamisessa. Nuoremmilla on pienempi kynnys siirtyä itsepalvelukassojen käyttäjiksi. Palvelukokemuksessa tärkeää on myös asiakaspalveluhenkilön asiantunteva toiminta. Asiakaspalvelukonseptin kehittäminen tulee aloittaa siitä, millainen on asiakkaan kokemus tällä hetkellä itsepalvelukassoista. Myyjän rooli itsepalvelukassoilla korostuu siinä vaiheessa, kun asiakas tulee sinne ensimmäistä kertaa.

## Kampanja lisäsi itsepalvelukassojen käyttöä

Kognitiivisen komponentin merkitys otettiin huomioon prosessin kehittämisessä ja tästä syystä kassaosastolla toteutettiin viikonloppukampanja tutkimustuloksiin pohjautuen. Kampanjan tarkoitus oli lisätä tietoa itsepalvelukassojen toimintaperiaatteista. Kampanjan ensimmäisessä vaiheessa toteutettiin myymäläkampanja. Viikonlopun aikana itsepalvelukassoilla työskenteli samanaikaisesti kaksi henkilöä. Toinen toimi perustehtävässään asiakkaita opastaen ja toinen jakoi ohimeneville asiakkaille ohjelehtisen. Kampanjan toisessa vaiheessa tehtiin videot sosiaaliseen mediaan. Videoiden tarkoituksena oli näyttää se, kuinka helppoa itsepalvelukassojen käyttö on ja miten nopeasti sen voi jokainen oppia.

Ennen kampanjaa itsepalvelukassojen keskimääräinen käyttöaste oli vertailuviikolla noin 18,5 %. Kampanjaa seuraavilla viikoilla keskiarvo kasvoi selkeästi. Itsepalveluasiakkaiden osuus koko kassalinjan asiakasmäärästä oli tuolloin keskimäärin 20-21 prosentin tienoilla. Tämän lisäksi kasvua oli havaittavissa myös itsepalvelun osuudessa koko kassalinjan myynnistä. Voidaan todeta, että tehdyillä toimenpiteillä oli merkitystä tiedon lisäämisessä ja tätä kautta käyttöasteen nousussa.

**Susanna Pirttijärvi ja Sanna Joensuu-Salo**

Pirttijärvi on SeAMKista valmistunut tradenomi (ylempi AMK) ja Joensuu-Salo työskentelee yliopettajana SeAMK Liiketalous ja kulttuuri -yksikössä.