



Sveriges lantbruksuniversitet
Fakulteten för Veterinärmedicin och husdjursvetenskap
Hippologenheten

Hippologiskt Examensarbete nr 408

2011

KUNDVÅRDENS BETYDELSE FÖR RIDSKOLAN

*Emma Berlin, Mikaela Gustafsson
& Petra Wikberg*

Strömsholm

HANDLEDARE:

Lars-Gösta Nauc ler, Strömsholm

Hippologiskt examensarbete (EX0346) omfattande 10 högskolepoäng ingår som en obligatorisk del i hippologutbildningen och syftar till att under handledning ge de studerande träning i att självständigt och på ett vetenskapligt sätt l sa en uppgift. Föreliggande uppsats är således ett studentarbete på AB-nivå och dess inneh ll, resultat och slutsatser b r bedömas mot denna bakgrund.

ISSN 1402-2052

SLU
Sveriges lantbruksuniversitet

Kundvårdens betydelse för ridskolan

Emma Berlin, Mikaela Gustafsson & Petra Wikberg

*Handledare Lars-Gösta Nauc ler, Strömsholm
Examinator  sa Steninger, Strömsholm*

*Examensarbete inom hippologprogrammet, Strömsholm 2011
Fakulteten för Veterinärmedicin och husdjursvetenskap
Institutionen för anatomi, fysiologi och biokemi
Hippologenheten
Kurskod: EX0346, Nivå AB, 10 hp*

*Nyckelord: Värdskap, Stockholm stad, verksamhetsledare
Online publication of this work: <http://epsilon.slu.se>
ISSN 1402-2052
Examensarbete 2011: 408*

INNEHÅLL

REFERAT	4
INTRODUKTION	5
Problem	5
Syfte	5
Frågeställningar.....	6
BAKGRUND	6
Kundvård.....	6
Värdskap	7
Ridsporten vill.....	7
MATERIAL OCH METOD	8
Tillvägagångssätt	9
Intervjufrågor till verksamhetsledaren.....	9
Okulärbesiktning.....	9
RESULTAT.....	10
Resultat intervjuer	10
Vad innebär kundvård för dig.....	10
Ser man annorlunda på kundvård nu jämfört med förr på ridskolan?	10
Hur arbetar ni med kundvård i verksamheten?	10
Känner du att du har en bra översikt över kunderna?	11
Hur rekryterar ni nya kunder	11
Hur välkomnar ni en ny kund på ridskolan.....	11
Vad tycker du borde förbättras inom kundvården i er verksamhet.....	11
Hur ser du på framtiden beträffande kundvård	11
Resultat – Okulärbesiktning.....	12
Första intryck och utomhus	12
Inomhus och stallet.....	12
Intryck från verksamhetsledaren samt värdskap.....	12
Handikapp- och barnanpassat	12
Undersökning av hemsida.....	12
Samband mellan intervjuundersökningen och okulärbesiktningen	13
DISKUSSION.....	13
Slutsatser	15
FÖRFATTARENS TACK	16
REFERENSER.....	16
Litteratur	16
Internet	16
Lästa med ej refererade källor.....	17
Personliga meddelanden från	17

REFERAT

Idag minskar antalet elever på ridskolorna i Sverige. Siffror från Svenska Ridsportförbundet belyser detta. Antalet medlemmar i förbundet har minskat från cirka 202 000 år 2001 till 170 000 år 2009. Även antalet anslutna föreningar har minskat från 976 stycken år 2001 till 931 stycken år 2009 (Verksamhetsberättelse, 2001-2009). Kundvård kan vara en metod att vända på denna utveckling (personligt meddelande NaucLér). Företag har arbetat med förtroende och relationer bland människor, det underlättar och det blir mindre kostnader att servera befintliga kunder. Befintliga kunder representerar ett kontinuerligt intäktsflöde och förlorar man kunderna uppstår en störning i flödet. Det kostar mycket pengar och tar ofta lång tid att bygga upp förtroende och nya rutiner (Jakobsson, 1998).

Syftet med studien är att få ökad kunskap om kundvårdens betydelse på ridskolorna i konkurrensutrett område. Detta är en av anledningarna till att vi valt Stockholms stad som undersökningsområde. I studien har vi för avsikt att kartlägga vad verksamhetsledarna anser att kundvård är, hur det historiskt har sett ut för ridskolans kundvård samt vilken betydelse kundvården kan komma att få i framtiden. Intervjun har vi kompletterat med en okulärbesiktning för att få en bild av hur kundvården fungerar i praktiken på anläggningarna. Frågeställningen för okulärbesiktningen är hur anläggningen uppfattats av en presumtiv kund. Studiens övriga frågeställningar är vad verksamhetsledarna har för syn på kundvård och vad verksamhetsledarna tror att kundvård kommer att få för betydelse i framtiden.

Problemställningen är att antalet medlemmar har minskat på ridskolorna i landet. Det innebär att ridskolorna måste hitta vägar för att behålla sina nuvarande kunder och locka nya.

Vi har använt en halvstrukturerad kvalitativ metod vid intervjuundersökningen och genomfört en okulärbesiktning på anläggningen. Vi har kopplat ihop intervjun med okulärbesiktningen för att kunna uppskatta dagsformen på ridskolans kundvård. Sju av åtta ridskolor i Stockholm stad deltog i vår undersökning. Samtliga drivs i privat regi och finns inom ett begränsat geografiskt område vilket gör att kunden kan välja ridskola. Verksamhetsledarna intervjuades angående begreppet kundvård samt anläggningen okulärbesiktades. Intervjuerna spelades in och all information behandlades konfidentiellt. Okulärbesiktningen genomfördes efter en rundvandring med verksamhetsledaren. Resultatet redovisas anonymt.

Resultat visade bland annat att verksamhetsledarna tror att kundvården kommer bli allt viktigare i framtiden, på grund av samhällets utveckling. Vi tyckte oss kunna se ett samband mellan intervjun och okulärbesiktningen på respektive ridskola. Där verksamhetsledaren visade mindre intresse och engagemang för kundvården gav vår okulärbesiktning samma resultat till den del okulärbesiktningen handlar om den välkomnande atmosfären.

Nyckelord: Stockholm stad, värdskap, verksamhetsledare, marknadsföring, ridskoleverksamhet

INTRODUKTION

Ridsporten är en av de största idrotterna i Sverige med närmare 1000 ridklubbar. Av dessa driver cirka 500 ridskola. Ungdomarna dominerar men allt fler äldre lockas till ridskolan.

Varje år genomförs åtta miljoner ridtimmar på ridskolorna i Sverige. (Svenska Ridsportförbundet, 2009). Majoriteten av medlemmar (cirka 90 %) i ridsportklubbar är de som saknar tävlingslicens. Gemenskapen med hästen är mer betydelsefull (Nationella stiftelsen för hästhållningens främjande, 2010). Svenska Ridsportförbundet har huvudansvaret för utvecklingen av ridsporten. Svenska Ridsportförbundet verkar för att främja ridning, körning och voltige som motion, folksport och tävlingsidrott. Idag minskar antal elever på ridskolorna i Sverige. Siffror från Svenska Ridsportförbundet belyser detta. Antalet medlemmar i förbundet har minskat från ca 202 000 år 2001 till 170 000 år 2009. Även antalet anslutna föreningar har minskat från 976 stycken år 2001 till 931 stycken år 2009 (Verksamhetsberättelse, 2001-1009).

Ridskolornas Riksorganisation (RRO) är en företagsorganisation vars mål är att öka kunskapen om ridskolan genom att bli mer synliga på samhällsarenan. Ett projekt genomfördes av Ridskolornas Riksorganisation med stöd av Jordbruksverket år 2010. Det huvudsakliga syftet med undersökningen var bland annat att sprida kunskap om ridskoleverksamheten i kommunerna i Sverige och på det sättet ska medvetenheten öka om ridskolans verksamhet. Man vill belysa ridskolans värde på nytt. En enkät skickades ut till kommuner i Sverige. Kommunerna i landet planerar att investera i förbättringar av befintliga ridanläggningar eller nybyggnationer och stödet från samhället till ridanläggningar ska vara likställt som det är till andra stora idrotter. (Projektrapport. RRO, 2010).

Stockholm är det största distriktet av de 19 distrikt som finns i Sverige. Det finns hundratjugoått klubbar i Stockholms Län, varav sextiotvå är ridskoleanknutna. Åttio procent av ridklubbarnas medlemmar i distriktet rider på ridskola. Ordförande i Stockholms ridsportförbund klargjorde år 2009 i verksamhetsberättelsen att ekonomiskt stöd har stor betydelse för finansieringen av ridskoleverksamheten. (Verksamhetsberättelse, 2009).

Problem

Antalet medlemmar minskar på ridskolorna i Sverige och det resulterar i att ridskolorna måste hitta andra vägar att behålla och locka nya kunder. I Stockholm har det visats att det ekonomiska stödet har fått en allt större betydelse för verksamheten på ridskolorna.

Syfte

Syftet är att få ökad kunskap om kundvårdens betydelse på ridskolorna i ett konkurrenskraftigt område. Vi vill kartlägga vad verksamhetsledarna anser att kundvård är, hur det har sett ut historiskt för ridskolans kundvård samt vilken betydelse det kan komma att få i framtiden. Genom en okulärbesiktning skapa en bild av hur anläggningen uppfattas av en presumtiv kund.

Frågeställningar

Vad har verksamhetsledarna för syn på begreppet kundvård?

Hur tror verksamhetsledarna att kundvården kommer att få förändras över tid?

Hur uppfattas anläggningen av en ny kund?

BAKGRUND

Kundvård

Många organisationer och företag arbetar mycket med aktiv kundvård för att skapa långa relationer med sina kunder. Om man kan lyssna på sin kund och kan läsa av dess beteende har det betydelse för affärsrelationens positiva utveckling. Härigenom erhålls kontinuerlig information om kundens behov och hur de förändras, detta gör det möjligt att på bästa sätt möta kunden (Sörqvist, 2000). Kundvård är ett villkor för att kunden ska stanna och att företaget ska kvarleva. Varje företag och organisation söker nya vägar för att skapa fram konkurrensfördelar, kundlojaliteten är en viktig del i detta och skapad genom kundvård. Jakobsson (1998) definierar kundvård som en långsiktig strategi där företaget med engagemang genomför aktiviteter för att tillfredställa kundens behov och önskemål med syfte att förstärka relationen till kunden. För att skapa långsiktiga relationer med sina kunder satsar många företag och organisationer aktivt på kundvård (Sörqvist, 2000).

Lydahl (2010) menar att kundlojalitet kommer ifrån relationer till kunden, där kunden känner sig sedd och särskild. När kunden köper sin tjänst eller produkt är det på känsla. Känslan kan vara av olika slag, välmående, trygghet, eller av ökad självkänsla. Av samma anledning som kunden köper en vara, stannar kunden. Att bevara sina kunder ses som ett sätt att få företaget att växa. Att ha en relation mellan kunden och företaget gynnar båda parterna. Kunderna har förmån med bättre kvalitet och mer välbehag vid köp. Hos företaget ökar försäljningen, mer positiv feedback av kunderna och mindre marknadsförings kostnader.

Det viktigaste med kundvård är att lyssna på vad kunden har att säga och kunna utgå ifrån det. Om ett företag ska arbeta med aktiv kundvård måste de anställda inom företaget vara inriktade mot marknaden och kunderna. Om man har ett kundinriktat företag är det marknaden som styr förändring, återgårdar och investering. Det gäller att sätta sig in i kundens situation och betrakta problem och verksamhet utifrån kundens perspektiv. Att skapa rätt attityd inom företaget är en huvudpunkt, attityden påverkar beteendet som i sin tur påverkar resultatet (Jakobsson, 1998).

Företag har förståelse gällande värdet i att arbeta framgångsrikt med kundvård, att kunna bevara och frambringa relationer som varar länge med sina kunder. Man kan säga att bra kundvård är vinstgivande på många sätt, man har arbetat med förtroende och relationer bland människor, det underlättar och de blir mindre kostnad att servera befintliga kunder. Poängtera att befintliga kunder representerar ett kontinuerligt intäktstillflöde och förlorar man kunderna uppstår störning i flödet. Det kostar mycket pengar och tar ofta lång tid att bygga upp förtroende och nya rutiner (Jakobsson, 1998).

Värdskap

Värdskapet är en del av kundvården. Relationen mellan människor blir allt mer den avgörande beståndsdel av leverantör, arbetsplats eller samarbetspartner, då produkter, verksamheter och priser blir allt mer lika. I värdskapets värld är alla gäster och det är en hjälp på vägen att se alla så. Som värd är det viktigt att våga visa sin personlighet och sina begåvningar och se sina gäster utifrån varje individ. Värdskap är inställning och bedömningar som visar sig i våra ord och handlingar. Definition på värdskap är konsten att få människor att känna sig välkomna. Ett värdskap rymmer begrepp som service, bemötande, kvalitet, gästfrihet och vänskap. Samtidigt är värdskap ett personligt förhållningssätt och en gemensam betydelse. (Bergström, 2010).

Det finns undersökningar som visar kundvårdens betydelse för ridskolan. Studier visar att 60 procent av ridskolans nya elever kommer dit genom rekommendationer från nuvarande elever, samtidigt har tre procent av eleverna kommit till ridskolan genom annonsering. Kundvård är därför den billigaste och bästa av alla marknadsföringsåtgärder. (Naucér, 2010) Dagens kunder är välinformerade om vilket utbud som finns på marknaden och kan därigenom jämföra både pris, kvalitet, innehåll och så vidare. Detta ställer högre krav på hästföretaget eller ridskolan, då kunden vill ha det som passar dem bäst. (Naucér & Olofsson, 2005). Det finns belegg för att mer än 2/3 av våra kunder lämnar ridskolan på grund av deras ointresse. Man ser på något konstigt sätt kundvård som en kostnad medan att skaffa en ny kund ses som en investering. Det kostar fem gånger så mycket att få en ny kund som att behålla en gammal (Naucér, 2010).

I en tidigare studie vid namn Kundvård på ridskola (Andersson Bromér & Sandberg, 2006) visade undersökningen att personalen på ridskolan hade en bra insikt i vad eleverna vill ha men dock inte hur eleverna vill utvecklas. Studien visar att kundvården kan förbättras avsevärt genom att ta reda på kundernas mål med ridningen samt att förbättra detta och på så vis få nöjdare kunder.

Ridsporten vill

Alla som vill är välkomna till stallet oavsett nationalitet, etniskt ursprung, religion, ålder, kön, sexuell läggning samt fysiska eller psykiska förutsättningar. Attityden och bemötandet från ledarna i stallet kan vara avgörande för om det blir fler besök eller inte. Till att börja med kan en välkomnande stämning och ett "Hej och välkommen" räcka för att en kund ska känna sig välbemött (Ridsporten Vill 2006, SvRF). För att en ridanläggning där hästar står uppstallade ska vara en säker plats krävs en god ordning. Områden runt ridhus och stall ska vara fria från främmande föremål och skräp. Stallplanen samt eventuell gång mellan stall, ridhus eller ridbana ska vara hårdgjord och fri från lera och gödsel. I stallet skall var sak hänga på sin plats och stallgången ska vara fri från föremål som kan vara en säkerhetsrisk. Säkerhet är snarare ett förhållnings- och arbetssätt än en fråga om utrustning. (Säker med häst 2008, SvRF).

Ridsporten har sedan länge varit en av de största handikappidrotterna, detta har inneburit att personer med funktionshinder har möjlighet till en mer aktiv fritid. Verksamheten bedrivs främst på landets ridskolor inom Svenska ridsportförbundets medlems-föreningar (SvRF). Omkring 4000 personer med funktionshinder får möjlighet till en mer

meningsfull fritid genom ridsporten. Det är viktigt att kunna skapa förutsättningar för att få en mer ökad tillgänglighet så personer med funktionshinder kan delta i verksamheten. Detta bör framförallt belysas i de verksamheter som stöds av samhället, exempelvis kommunala ridanläggningar. (Arnhof, 2008). Genom exempelvis avsutten verksamhet ger man möjlighet till att öka känslan av tillhörighet och för barnen kan förutsättningar skapas som gör att stunden i stallet blir både säkerhetsmässig, allsidig och framförallt rolig (Ridsporten Vill, 2006 SvRF).

MATERIAL OCH METOD

Vi har valt att inrikta oss på åtta ridskolor i Stockholms stad. Ridskolorna drivs i privat regi och fem av dessa anläggningar ägs av Stockholms stad. Vid varje ridskola finns en ideell ridklubb som står för vissa delar av verksamheten. (Stockholms stad, 2009).

Följande motiv var som grund vid urval av ridskolor:

- Ridskolorna konkurrerar med varandra därför att kunden har enkelt att välja mellan olika alternativ på grund av det korta avstånden.
- Ridskolorna drivs med liknande ekonomiska förutsättningar och likartad storlek på verksamhet.
- Undersökningen underlättas då det är inom ett begränsat geografiskt område.

En halvstrukturerad metod valdes för våra intervjuer. I detta sammanhang betyder ”halvstrukturerad” att det ställs samma frågor till samtliga inblandade och att intervjutiden är lika lång vid varje tillfälle. Intervjupersonerna leds vidare med följdfrågor för att säkerställa att likvärdiga ämnen kommer med i intervjun, samt för att säkerhetsställa ämnesfokus genomgår en utvecklingsprocess av typen och formen av frågorna. Det finns även delar som är mindre förutbestämda som kännetecknas av att svarets riktning på frågorna är mer öppna och intervjuaren kan bedöma att det finns mer att berätta vid en viss tidpunkt och använder sig då om sonderade frågor exempel. ”Kan du utveckla ditt svar mera?” (Gillham, 2008)

En ostrukturerad intervju hade inte fungerat för oss för denna studie. Den ostrukturerade intervjun används främst när man vill intervjua personer om deras upplevelser. Den strukturerade metoden är frågeformulär som oftast används i marknadsundersökningar, frågor av denna typ kallas slutna det vill säga svaren är begränsade. Strukturerat frågeformulär kan användas både ansikte till ansikte men även telefonundersökningar. (Gillham, 2008). Vi valde den halvstrukturerade metoden då det är mer öppna frågor än de andra alternativen. Det finns en större möjlighet att säkerställa att de frågor som ställs svarar på studiens syfte.

Vår studie är kvalitativ och vår avsikt är att ta reda på verksamhetsledarens syn på kundvården. Vi kopplade ihop denna intervju med en okulärbesiktning för att kunna uppskatta dagsformen på ridskolans kundvård. Okulärbesiktningen genomfördes under/efter en rundvandring med verksamhetsledaren. Genom att titta och uppskatta ridskolans dagsform utifrån värdskap, säkerhet, standard på faciliteter och tillgänglighet för alla människor värderades det och kommenterades utifrån vår mall. Mallen har vi tagit fram dels från Hästhusesynens checklistor. (Nationella Stiftelsen för Hästhållningens Främjande, 2007). Resultatet kommer att analyseras och uppskattas.

Tillvägagångssätt

Innan undersökningarna började så gjorde vi en pilotstudie på en närliggande ridskola där vi genomförde en intervju samt en okulärbesiktning. Detta gjorde vi för att ta reda på hur vår metod fungerade samt för att få fram funderingar och bättre lösningar till vår undersökning.

Ett brev skickades ut till samtliga ridskolor och kort därefter tog vi telefonkontakt för att boka in ett besök. Vi har valt att dela upp uppgifterna som intervjuare, bisittare samt besiktningsman mellan varandra. Däremot var vi närvarande nästintill på alla delar av undersökningen. Intervjuerna bandades för att kunna skriva ner ordagrant det respondenten har svarat samt för att vi ska kunna gå tillbaka och lyssna vid behov. Intervjuerna och okulärbesiktningen sammanfattas för att fokusera på det vi upplevde väsentligast.

Intervjufrågor till verksamhetsledaren

Vad har du för utbildning?

Hur länge har du arbetat här?

Vad var det som fick dig att vilja arbeta här?

Har du tidigare arbetat som chef/ ledare?

Vad innebär kundvård för dig?

- Kan du ge exempel.

Ser man annorlunda på kundvård nu jämfört med förr på ridskolan?
(Konkreta tankar)

Hur arbetar ni med kundvård i verksamheten?

- Tror ni att ni har blivit mer framgångrika pga. detta?

Känner du att du har en bra översikt över kunderna?

- Hur arbetar ni med detta?

Hur rekryterar ni nya kunder?

- Hur välkomnar ni nya kunder till klubben?

Vad tycker du borde förbättras inom kundvården i er verksamhet?

Hur ser du på framtiden beträffande kundvård?

Okulärbesiktning

Vi har använt oss av rubriker i okulärbesiktningen, för att det blir lättare att kontrollera under besiktningstillfällena och för att man inte ska glömma bort en av delarna.

Första intrycket och utomhus

(Första intryck på anläggningen, gårdsplan, parkering, skyltat, ridhus, utebana)

Inomhus och stallet

(Anslagstavla, information, toaletter, omklädningsrum, café, teoridel, intryck av stallet stallgång, säkerhet, sadelkammare, övrigt)

Värdskap samt intryck från verksamhetsledare
(Bemötande, telefonkontakt och intryck)

Handikapp- och barnanpassat
(Anpassat för funktionshindrade, aktiviteter för barn och anpassat för barn)

Undersökning av ridskolornas hemsidor
(Undersökt via internet innan besöket)

RESULTAT

Resultat intervjuer

Vad innebär kundvård för dig

Verksamhetscheferna svarade snarligt på denna fråga beträffande kundvård. Det ansåg att kundvård innebär att deras kunder ska känna sig trygga och välkomna på ridskolan. De tycker det är viktigt att på bästa sätt kunna uppfylla kundens önskemål och förväntningar. Verksamhetschefen för en av ridskolorna anser att;

”Kundvård innebär att mina kunder har förväntningar och att jag uppfyller de förväntningarna i så hög grad som möjligt”

Ser man annorlunda på kundvård nu jämfört med förr på ridskolan?

Det var ingen av respondenterna som tvekade vid svaret av frågan, alla svarade ja. De anser att förr var det inte samma relation till kunderna som det är idag. Kunderna har idag högre krav och som ridskola har man ett större ansvar för sina kunder. Det är även idag ett annat perspektiv på ridskolorna, det är mer upplagt på ett pedagogiskt sätt. En av verksamhetscheferna förklarar sig så här;

”Nu är lektionshästarna välridna, oh de är duktiga och kan allting i princip. Oh asså när jag var liten så hade säkerheten ingen stor betydelse men de är det ju nu, jag menar barnen och vuxna lär man rätt från början. Oh kunderna har mer inflytande nu än vad dem hade förr.. det är ju mer en dialog med kunden än vad de var förut, förr var det mera det här är det vi har, take it or leave it.”

Hur arbetar ni med kundvård i verksamheten?

De har olika svar angående hur de arbetar med kundvården i verksamheten. Något som de däremot tycker är en självklarhet är att man ska finnas till hands och vara behjälplig för sina kunder. Att man anordnar olika aktiviteter på lov som har med kundens önskemål att göra. Att aktuell information kommer ut till kunderna via mail eller dylikt. En av verksamhetscheferna drog denna liknelse om kundvård;

”Jah de ska ju bli trevligt bemötta.. asså det fungerar ju som vilket affärsföretag som helst.. går du in i en affär som du blir otrevligt bemött, går du ju inte tillbaka och handlar där... Går du till en läkare vill du ju ha förtroende för din läkare eh oh ha en bra dialog med varandra.. de är samma sak med ridskolorna.”

Känner du att du har en bra översikt över kunderna?

Alla ansåg att de har en bra översikt över kunderna, det ska enligt dem vara en självklarhet och flera poängterade att så stora är inte verksamheten och därför ingen omöjlighet att kunna sina kunders namn. En av verksamhetschefernas svar;

”Mycket bra översikt. Vi vet vad de heter till namn och det är ju ett stort önskemål eller stort krav från mig att mina instruktörer ska veta vad eleverna heter, så att man inte står och säger hästarnas namn, det förekommer inte.”

Hur rekryterar ni nya kunder

Ett av de vanligaste sätten som nya kunder rekryteras till ridskolan är genom de befintliga kunderna. Än så länge har ingen av ridskolorna behövt annonsera aktivt för rekrytering av nya kunder. En av verksamhetscheferna poängterade att de inte behövt annonsera för att de bor så många i Stockholm och de har förmånen att ha sin verksamhet där. En av verksamhetscheferna sa att;

”Det är oftast de som kontaktar oss... oh har man ingen plats att erbjuda så hamnar de på väntelista och sen får de ett utskick till nästkommande termin.”

Hur välkomnar ni en ny kund på ridskolan

Det vanligaste är att man har en första kontakt med kunden via telefon och därefter kommer de på besök där de får en rundvandring över anläggningen. Ofta ges det ut information via en folder. Om det är ett barn som ska börja rida poängterade några att det är viktigt att föräldrarna får veta reglerna och förstå systemet man har på ridskolan. En av verksamhetschefernas svar på denna fråga var;

”Hej! Skratt välkommen ehm oftast har man en telefonkontakt. Kommer dem på stallplanen försöker den personen som ser att den är lite villrådig ut, tittar sig omkring, att säga hej, kan jag hjälpa dig med någonting.. så svårare än så är det inte, det funkade bra, alla ser glada ut i alla fall.”

Vad tycker du borde förbättras inom kundvården i er verksamhet

Fem av verksamhetschefernas första svar var ”vet inte”. De tycker att de lägger mycket fokus på kundvården, men att de finns små detaljer som de vill förbättra. Exempel kan vara att bli bättre på att uppdatera hemsidan och bli bättre på att skicka ut information via mail gällande terminsstart. En av verksamhetsledarna säger;

”Jah man ska ju alltid sträva efter att bli bättre men de är ju att vara bra mot kunderna att ha bra undervisning, bra hästar... ehm missköter du dig så ramlar man fort utför och är det dåligt så byter eleverna plötsligt”.

Hur ser du på framtiden beträffande kundvård

De flesta anser att det kommer bli en viktigare aspekt med kundvården för att kunderna blir mer kräsna och att samhället har mycket större utbud av barn och ungdomsverksamhet idag än för 10 – 15 år sedan. De tror även att det kommer bli en skillnad gällande priser på ridskolorna på grund av att nya anläggningar byggs och i och med det hårdnar konkurrensen. En av verksamhetschefernas svar på denna fråga;

”Tror att det kommer bli viktigare och viktigare i och med att konkurrensens hårdnar. Det är inte givet längre att man ska rida på ett ställe för att man bor där och där, utan idag så väljer elever och föräldrar där man trivs, vill rida, har bra gemenskap och kontakt med oss då till exempel”

Resultat – Okulärbesiktning

Första intryck och utomhus

Det var överlag rent och snyggt på gårdsplanen på ridklubbarna. Samtliga anläggningar hade ridhus, en del hade två ridhus med olika mått. Första intrycket varierade när det gällde anläggningens skick, skyltning samt struktur på parkeringen. Intrycken från ridhusen varierade i hur rent det var på läktaren, hur bra ljusinsläpp det var samt hur fulla sopkorgarna var.

Inomhus och stallet

Samtliga ridklubbar hade café med varierande öppettider och standard. De flesta hade omklädningsrum, dock två stycken som endast hade skåprum till förfogande. Både ridskola D och E hade omklädningsrum för pojkar och flickor. Hur fräscha toaletterna var varierade, det hängde ofta ihop med om sopkorgarna var tömda eller inte. Alla ridskolor hade teorisal samt fritidsledare. Ridskolorna hade ordning bland träns och sadlar, de flesta var försedda med utrusningslistor. Ridskola A och C hade säkerhetsrisker i stallet. A hade stallinredning som kan vara farligt säkerhetsmässigt. För C handlade det om handlag med hästar samt inredningsdetaljer.

Intryck från verksamhetsledaren samt värdskap

Till en början fick vi ett första intryck via telefon. Den kontakt vi hade via telefon speglades sedan i de flesta fall hur vi upplevde verksamhetsledaren på plats. Flertalet visade ett gott värdskap vid besöket. Det var märkvärdigt att två av verksamhetsledarna höll upp dörrarna till oss under rundvandringen på anläggningen.

Handikapp- och barnanpassat

De äldre ridanläggningarna hade inte handikappanpassat; hissar, toaletter, läktare osv. De nyare och ombyggda anläggningarna hade en bra lösning så rullstolsburna kan ta sig runt om i stallar, ridhus samt inomhus. En bra egenskap som ridskola D och G hade var att kunna ta sig genom att öppna ridhussargen inåt ner på hästryggen direkt från läktaren. Några ridskolor hade anpassat för rullstolsburna, men hissar och dylikt var ur funktion. De flesta hade aktiviteter för barnen på informationstavlorna samt en del hade anpassat höjden på tränshängare, skötarskåp, borstkorgar och så vidare till en lägre höjd för mindre barn, vilket är bra.

Undersökning av hemsida

Det som kontrollerades var aktuell information till ridelever, senaste uppdateringsdatumet på hemsidan, kontaktinformation, hur lättnavigerad hemsidan är och så vidare. Alla ridskolor hade en fungerande hemsida, dock så skiljde det sig markant hur välutformade de var. En av ridskolorna hade två hemsidor som hade information om en del saker på en

hemsida och resten på den andra, vilket gjorde läsaren förvirrad. Överlag var det bra hemsidor, dock hade det kunnat vara mer information till rideleven samt kontaktuppgifter som är aktuella.

Samband mellan intervjuundersökningen och okulärbesiktningen

Den vikt verksamhetsledaren lade vid kundvården visade sig även vid okulärbesiktningen. Vi uppfattade det som att ju större engagemang och intresse verksamledaren visade för kundvården desto mera välkomnande var atmosfären på anläggningen.

DISKUSSION

I denna studie ingår åtta ridskolor i Stockholms stad. Av dessa åtta ridskolor fick vi sju som medverkade. Detta gjorde oss fantastiskt glada!

Vi har uppfattat kundvård som ett stort begrepp där verksamhetsledarna också gav flera infallsvinklar i intervjuerna. Gemensamt för dem var att det var viktigt för att kunna utvecklas framgångsrikt. Genom att ta del av verksamhetsledarnas erfarenhet så kunde våra antaganden stärkas beträffande kundvårdens betydelse historiskt sett. När vi var barn var det köer på ridskolorna i landet och ridintresset var mycket stort. Idag börjar köerna minska och tillgängligheten för andra intressen är större; ridskolan har fått konkurrens. Vi tror att det kommer att bli mer krav på kundvården då kunden ska stå i centrum för ridskolans utveckling. Samtliga verksamhetsledare hävdade att kundvården har betydelse för framtiden.

Man kan definiera kundvård som en långsiktig strategi där företaget med engagemang genomför aktiviteter för att tillfredsställa kundens behov och önskemål med syfte att förstärka relationen till kunden (Jakobsson, 1998). Vi tolkade att de flesta respondenterna tycker kundvård handlar om ett bra bemötande, att kunna se till kundens behov och trygghet i ridskolans verksamhet. Däremot är det svårt att på så kort tid som vi hade vid besöket kunna avgöra hur kundvården utövas i vardagen. Det vi arbetade med är de första intrycken vi fick samt värdera hur vi upplevde stämningen under besöket.

I resultatet visade det sig att ridskolorna är överens om sin uppfattning om kundvård. Det handlar om att kunna uppfylla kundens önskemål i första hand, både när det gäller kurser, anpassat fysiskt i stallet till exempel borstar i barnhöjd och handikappanpassat i ridhuset. Kundvård är lika viktigt även om anläggningen inte är i toppskick. Naucclér tycker ”det är bra kundvård med nya och fräscha lokaler, men det är inte i anläggningen som kundvårdens väsentliga delar finns. Kundvården ligger däremot i det vardagliga bemötandet som välkomnande och harmonisk atmosfär.” Dock så upptäckte vi mer och mer under resans gång att ridskolorna måste vara mer tillgängliga för alla i samhället. Tillgängligheten är en del av kundvården och ridskolans möjlighet till framgång. (Ridsporten vill, 2006) I studien kom det fram att verksamhetsledarna tror kundvården kommer bli allt viktigare i framtiden, med avseende på samhällets utveckling. Vi tyckte oss kunna se ett samband mellan intervjun och okulärbesiktningen på respektive ridskola, helhetsintrycket varierade från ridskola till ridskola.

Studier visar på att 60 procent av ridskolans nya elever kommer genom rekommendationer från nuvarande elever. (Andersson Bromér & Sandberg, 2006). Detta visade sig stämma med vår studie. Det är befintliga kunder som rekryterar nya kunder.

Första känslan visade sig ofta stämma överens med hur vårt helhetsintryck blev om ridskolan och verksamhetsledaren efter besöket. Intrycken som upplevdes från verksamhetsledaren stämde med hur vi upplevde stämningen på ridskolan. Under studiens gång så upptäckte vi tidigt att det var viktigt att hålla sig till de riktlinjer som satts ut i början i mallen för okulärbesiktningen. Från okulärbesiktningen har vi fått med oss ett mer öppet sinne inför nya stall där vi ser till planering och detaljer på ett annat sätt än förut, vi ser en tydligare helhetsbild. Genom vår studie uppskattar vi att vi har fått en större kunskap beträffande kundvård.

Ett av våra syften var att få ökad kunskap om kundvårdens betydelse på ridskolorna i ett konkurrenskraftigt område samt fått svar på kartläggningen från intervjuerna. En av respondenterna svarade i intervjun att hon tror att konkurrensen hårdnar och hon menar på att eleverna har idag möjlighet att välja vilken ridskola de ska börja på, där de trivs och så vidare. Det är visat att antalet medlemmar har minskat på ridskolorna i landet och det resulterar i att ridskolorna måste hitta idéer hur de kan behålla och locka nya kunder.

Våra frågeställningar har fått svar genom intervjun och okulärbesiktningen som genomfördes med varje verksamhetsledare. Ibland så önskade vi dock ett större engagemang från vissa av respondenterna i deras svar.

Anledningen till att vi tog varsin uppgift (intervjuare, bisittare och besiktningsman) var att få ett säkrare och mer vetenskapligt resultat med tanke på att vi har olika värderingar och synsätt.

Genom att vi hade en som intervjuade säkerställdes ett liknande kroppsspråk, en bättre rutin på frågorna och en större tydlighet i rollen. Till en början fanns det tankar på att dela upp våra uppgifter för att lära oss mera om respektive uppgift, men vi valde att dela upp uppgifterna för att få ett mer vetenskapligt resultat. Dock så deltog samtliga av oss vid varje moment för att få en bättre helhet.

Vi kunde ha valt att göra en mer kvantitativ studie där vi hade skickat ut enkäterna med färdiga svar att kryssa i och genom det göra statistik på resultatet, men vi valde en kvalitativ studie då vi ville fördjupa oss mer i en kvalitativ intervju där samtalen blir unikt. (Widerberg K. 2002) För att få ett bredare resultat och kunna dra fler slutsatser för denna studie skulle den behöva vara i större omfattning. Under tidigt stadium i arbetet fanns det planer att göra ett människotyptest på verksamhetsledarna i samband med besöken på ridskolorna. Testet gick ut på att verksamhetsledarna skulle besvara åtta stycken frågor. Svaren på dessa frågor skulle räknas ihop till x antal poäng som därefter skulle visa vad för människotyp de tror att andra människor upplever dem som. Men detta användes inte i sammanställningen av denna studie på grund av ett osäkert resultat och otillräcklig vetenskaplig litteratur för att stärka resultatet från testet.

Brevet som skickades ut till varje ridskola visade sig vara en osäker metod att få kontakt då få av ridskolorna uppmärksammade brevet. För framtida studier kan man gardera sig genom att skicka både ett brev och ett mail för att säkerställa att de kommer fram till verksamhetsledaren personligen.

En vecka efter att brevet skickats ut ringde vi ridskolorna och märkte att telefontidernas kvalitet varierade. Detta visar hur värskapet kan se ut och kan ha påverkat vårt intryck på ridskolan, dock så försökte vi vara så neutrala som möjligt i vår bedömning.

På en av ridskolorna var en av oss skeptiskt till verksamhetsledaren via hörsägen, detta kan ha påverkat vårt första intryck av den ridskolan. Det visade sig sen att hon blev positivt överraskad och fick en annan uppfattning av ridskolan efter besöket.

Vid genomförandet av intervjudelen så påträffades en del störningsmoment såsom deltagande från annan personal samt att en respondent satt nära bisittaren som fick svårt att anteckna.

Detta kan ha påverkat svaren på frågorna och även resultatet. Trots dessa avvikelser så genomfördes intervjuerna som planerat. Vi tycker det skulle vara intressant att filma intervjuerna för att granska kroppsspråket hos respondenten.

I framtida arbeten skulle det vara intressant att jämföra kundvård på ridskolor som är i varierad omfattning. En annan idé är att man under en längre tid undersöker ridskolans kundvård mer detaljerat för att ta reda på hur det ser ut i praktiken, där man förslagsvis kan utföra studien under kvällstid för att få ett resultat från den aktiva delen i ridskolans verksamhet.

I vår studie genomfördes besöken under en två dagars period där vi hade en inbokad tid på varje ridskola där intervju och okulärbesiktningen ingick. För att få ett mer säkrare resultat kunde man besöka ridskolorna ett flertal gånger och under kvällstid då lektionsverksamheten är igång och därefter jämföra besöken, då vi under dagtid träffade ett fåtal personer som var privatryttare, personal och så vidare. För att få en större omfattning av studien kan man intervjua både kunder och personal på ridskolorna.

Slutsatser

Resultatet från undersökningen kan sammanfattas i följande slutsatser.

- Verksamhetsledarna är överrens om att kundvård är viktigt på ridskolorna.
- Kundvård innebär att man bland annat ser till kundens behov och önskemål.
- Första intrycket av anläggningen samt personalen på ridskolan har en betydande roll för en ny kund.
- Det finns ett samband mellan hur vi uppfattade den välkomnande atmosfären på ridskolan och verksamhetsledarens intresse och engagemang för kundvården.
- Det är vanligast att nya kunder börjar på ridskolorna via rekommendation.
- Det är viktigt att kunden ska känna trygghet på ridskola.
- Verksamhetsledarna lägger vikt på att man ska vara behjälplig och till hands för sina kunder.

FÖRFATTARENS TACK

Vi vill framför allt tacka vår handledare Lars- Gösta Naclér som hjälpt oss att hitta de rätta vägarna för att nå vårt mål med detta examensarbete. Ett stort tack till ridskolorna som medverkade och möjliggjorde denna undersökning.

REFERENSER

Litteratur

- Andersson Bromér, E & Sandberg, M. 2006. *Kundvård på Ridskola*. Fördjupningsarbete nummer 308 SLU, Enheten för hippologisk högskoleutbildning. Strömsholm.
- Gillham. B. 2008. *Forskningsintevjun tekniker och genomförande*. Upplaga 1:1 Studentlitteratur. Holmbergs Malmö AB.
- Jakobsson. P 1998. *Internet som strategiskt kommunikationsverktyg*. Studentlitteratur, Lund.
- Kristiansson. M. 2006. *Kundvård. CRM och kundlojalitet inom bilförsäljning – ur företags perspektiv*. Marknadsföring. Stockholms Universitet.
- Naclér, L-G. 2010. *Kundvården Marknadsföringens största mysterium*. Hästfocus nummer 8.
- Nationella stiftelsen för hästhållningens främjande (Bexelius, E), SLU. 2010. *Hästen i Sverige. Betyder mer än du tror*. Kompendium.
- Naclér, L-G & Olofsson A. 2005. *Hästföretagaren*. Författarna & Liber AB. Liber Malmö.
- Sörqvist. L. 2000. *Kundtillfredsställelse och kundmätningar*. Studentlitteratur, Lund.
- Widerberg K. 2002. *Kvalitativ forskning*. Studentlitteratur, Lund.

Internet

- Arnhof Y . 2008. Statens Folkhälsoinstitut. Onödig ohälsa - hälsoläget för personer med funktionsnedsättning, Edita, Västerås.
http://www.fhi.se/PageFiles/3399/R200813_Onodig_ohalsa0807.pdf (2011-04-18)
- Beriafa B. Masovic E. 2010. *Borta bra, men hemma bäst*. Fallstudie. Borås Högskola.
<http://hdl.handle.net/2320/6554>, (2011-02-17)
- Bergström, Katarina. 2010. *Filosofin om värdskap*,
http://www.vardskapet.se/Filosofin+om+v%E4rdskap__1053.html, (2011-02-06)
- Lydahl T. 2010. Företagande. *Extern och intern kundvård*.
<http://www.foretagande.se/Forsaljning-och-Marknadsforing/Extern-och-intern-kundvard.html> (2011-02-20)
- RidskolansRiksOrganisation. 2010. *Kommunerna satsar på ridskolorna*.
<http://www.rro.se/> (2011-02-10)

- Svenska Ridsportförbundet. 2010. *Verksamhetsberättelse 2010*, http://www3.ridsport.se/ImageVaultFiles/id_17715/cf_559/SVRF%202010%20Verksamhetsberättelse.PDF, (2011-02-23)
- Stockholms stads ridskolor. 2009. *Ridskolor*, <http://www.stockholm.se/-/Jamfor/?enhetstyp=b19d7b1beebe4a05aaf75623439cbd8e> (2011-03-09)
- Svenska Ridsportförbundet. 2008. *Ridsporten i täten*, http://www3.ridsport.se/ImageVault/Images/id_1766/ImageVaultHandler.aspx, (2011-02-06)
- Svenska Ridsportförbundet. 2008. *Säker med häst - Säkerhetsanvisningar inom svensk ridsport*. http://www3.ridsport.se/ImageVault/Images/id_340/ImageVaultHandler.aspx (2011-04-18)
- Svenska Ridsportförbundet. 2006. *Ridsporten Vill*. http://www3.ridsport.se/ImageVault/Images/id_8/ImageVaultHandler.aspx (2011-04-18)
- Värdskapet AB. 2010. *Om Värdskap – Konsten att få människor att känna sig välkomna*, http://www.ps-com.dk/emag/om_vardskap_se/#/0/, (2011-02-06)

Lästa med ej refererade källor

- Bernfalk. S & Holmdahl Andersson. H. 2009. *Är hoppporten jämställd*. Fördjupningsarbete nummer 373 SLU, Enheten för hippologisk högskoleutbildning. Strömsholm (2011-02-25)
- Forsström B. Hagström E. 2011. *Språket är grunden för precis allting!* Examensarbete vid Institutionen för pedagogik, Lärarprogrammet. Borås Universitet, Borås. (2011-03-21)
- Pettersson, R. 2009. *Första bästa blick – en kvalitativ intervjuundersökning om medieperspektivet i skolan*, Examensarbete i Samhällskunskap, Göteborgs universitet, Göteborg (2011-03-30)
- Rangnäs Dampegård S & Johansson A. 2010. *Behandling av män som brukar våld mot kvinnor i nära relationer*. Examensarbete, Socionomprogrammet 15hp. Göteborgs Universitet, Institutionen för socialt arbete. Göteborg. (2011-03-21)
- Svenska Ridsportförbundet. 2008. *Hästanknuten verksamhet för personer med funktionshinder – Ett projekt för nationell samverkan*. http://www3.ridsport.se/ImageVault/Images/id_5827/ImageVaultHandler.aspx (2011-04-18)
- Ritchey. T. 1991. *Analys och syntes, om vetenskaplig metod, baserad på en studie av Bernhard Riemann*, <http://www.foi.se/ma/anaswe3.pdf> (2011-05-16)

Personliga meddelanden från

- Ekonomagronom L-G. Nauclér. 2011. Västerås.

DISTRIBUTION:

Sveriges Lantbruksuniversitet

Hippologenheten

Box 7046 750 07 UPPSALA

Tel: 018-67 21 43

Fax: 018-67 21 99

Swedish University of Agricultural Sciences

Department of Equine Studies

Box 7046 750 07 UPPSALA

Tel: +46-18 67 21 43

Fax: +46-18 67 21 99
