

Tyytyväisyyskysely Studio Zenanan asiakkaille ryhmäliikunnan palveluiden kehittämiseksi

Elina Vaittinen



| | |
|---|--|
| Tekijä(t) Elina Vaittinen | |
| Koulutusohjelma Liikunnan ja vapaa-ajan koulutus | |
| Raportin/Opinnäytetyön nimi Tyytyväisyyskysely Studio Zenanan asiakkaille ryhmäliikunnan palveluiden kehittämiseksi | Sivu- ja liitesivumäärä 26+6 |
| <p>Tässä tutkimuksessa selvitettiin asiakastytyväisyyttä koskien Studio Zenanan ryhmäliikuntaa. Studio Zenana on ryhmäliikunta studio Hollolassa, Salpakankaalla.</p> <p>Tutkimuksen tarkoitus oli selvittää studion ryhmäliikunnan laatua sekä asiakkaiden mielipidettä ryhmäliikuntaa ja yrityksen palveluita sekä tiloja kohtaan. Yrityksessä oli tapahtunut omistajanvaihdos ja oli tärkeää saada tietoa onko muutos vaikuttanut asiakkaisiin ja tarjottaviin palveluihin. Tyytyväisyyttä pyrittiin selvittämään avointen ja monivalintakysymysten kautta.</p> <p>Tutkimus toteutettiin webpohjaisen Webropol kyselyn kautta syksyllä 2017. Vastauksia saatiin yhteensä 101. Kyselyyn vastasi yhteensä 96 naista ja 5 miestä. Tutkimuksen ikäjakauma jakautui 20-ikävuoden ja yli 40 ikävuoden välille. Tutkimus lähetettiin sähköpostilla 150 kuukausi kävijälle sekä se oli myös vapaasti avattavissa ja vastattavissa internet-linkin kautta studion omalla kotisivulla. Kysely oli voimassa 3 päivää.</p> <p>Tutkimustulokset kertoivat, että asiakkaat olivat tyytyväisiä Studio Zenanan tarjoamiin palveluihin. Asiakkaat toivoivat lisää erilaisia tapahtumia, kursseja sekä ryhmäliikuntatunteja joissa sisältö ja teema vaihtuvat. Tulosten perusteella asiakkaat ovat kiinnostuneita omasta terveydestään ja sen edistämisestä. Uudet ryhmäliikunta tuotteet nousivat myös esille asiakkaiden toiveissa. Ryhmäliikuntatarjonta koettiin laadukkaaksi ja monipuoliseksi. Ohjaajien ammattitaito oli yleisesti hyvä sekä kokemukset studiosta tilana olivat positiiviset. Ryhmäliikuntatuntien sijoittelu lukujärjestyksessä kaipasi kuitenkin uudistusta ja vaihtelua.</p> <p>Tyytyväisyyskysely oli todella tarpeellinen yritykselle. Ryhmäliikunta ja palvelut ryhmäliikunnan ympärillä kaipasivat uudistusta ja asiakkailta tuli hyviä kehitysehdotuksia. Omistaja vaihdoksen jälkeen ¾ Studio Zenanan vanhoista asiakkaista oli jäänyt Hollolaan uudelle yrittäjälle sekä 100% kyselyyn vastanneista suosittelisi Studio Zenanaa ystävälle. Tutkimustulosten pohjalta luotiin suunnitelma vuodelle 2018 jolloin yritys aloittaa uusilla ryhmäliikuntatunneilla, kursseilla ja palveluilla. Tavoitteena on palvella asiakkaita, miehiä ja naisia mahdollisimman monipuolisesti.</p> <p>Ryhmäliikunta ja sitä koskevat palvelut sekä tilat uudistuvat kyselyn myötä vuodelle 2018.</p> | |
| Asiasanat ryhmäliikunta, liikuntatuote, liikuntakäyttäytyminen, yritys | |

Sisällys

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | Johdanto | 1 |
| 2 | Ryhmäliikunta | 2 |
| 2.1 | Ammatillinen vuorovaikutus ja asiakkaan kohtaaminen | 2 |
| 2.2 | Ohjaamisen taito | 3 |
| 2.3 | Motivointi | 4 |
| 3 | Asiakassuhde | 6 |
| 3.1 | Kestävä asiakassuhde | 6 |
| 3.2 | Studio Zenana - Asiakaskokemus ja arvot | 7 |
| 4 | Studio Zenana | 8 |
| 4.1 | Ryhmäliikuntakalenteri | 8 |
| 4.2 | Palvelut..... | 10 |
| 4.3 | Ryhmäliikunta-asiakkaat | 10 |
| 5 | Työntavoite ja tutkimusongelmat | 11 |
| 6 | Tutkimusmenetelmä ja työvaiheet | 12 |
| 6.1 | Kohderyhmä | 12 |
| 6.2 | Kyselyn laatiminen | 12 |
| 6.3 | Testikysely..... | 13 |
| 6.4 | Mittausmenetelmät | 13 |
| 6.5 | Kyselyn lähetys | 13 |
| 7 | Tutkimustulokset..... | 15 |
| 7.1 | Vastaajien taustatiedot..... | 15 |
| 7.2 | Hintataso | 16 |
| 7.3 | Ryhmäliikunta..... | 17 |
| 7.4 | Ohjaajat | 19 |
| 7.5 | Studio | 19 |
| 8 | Pohdinta..... | 21 |
| 8.1 | Tutkimustulosten tarkastelu..... | 21 |
| 8.2 | Yrittäjän sana | 23 |
| | Lähteet | 25 |
| | Liitteet..... | 27 |
| | Liite 1. Webropol-tutkimustyökalun kyselylomake | 27 |

1 Johdanto

Liikunnalla on 2010 luvulla näkyvä ja vahva asema suomalaisessa yhteiskunnassa. Siitä on tullut toimintaa jota ei tarvitse perustella. Liikunnallinen elämäntapa on jo osa usean suomalaisen elämää ja arkea. (Kokkonen, 2013, 237.) 2000-luvun suomalaisessa yhteiskunnassa liikunnan tärkeyden perusta on fyysinen hyvinvointi ja jaksaminen sekä omasta toimintakyvystä huolehtiminen. Fyysisen toimintakyvyn ja työkyvyn säilyttäminen on tärkeässä asemassa. (Laakso, 2007, 17.)

Liikunta-ala kasvaa ja laajenee vuosi vuodelta. Ryhmäliikunta on nostanut päätään viimeisen viiden vuoden aikana. Tarjonta on kasvanut sekä myös palvelun tarjoajia on tullut yhä enemmän. Oma hyvinvointi kiinnostaa ihmisiä ja he ovat valmiita maksamaan siitä. Terveelliset elämäntavat vaikuttavat työkykyyn, hyvinvointiin, jaksamiseen ja terveyteen. Lähes jokainen haluaa voida hyvin. Liikunta pienentää useiden yleisten ja vakavien sairauksien riskiä ja vaikutusten saavuttamiseksi liikunnan tuleekin olla monipuolista. (Vuori, 2015,8)

Ryhmäliikunta tarjoaa mahdollisuuden monipuolisuuteen. Tunteja on olemassa laidasta laitaan. Välineiden kanssa ja ilman, sykettä nostavia sekä rauhallisia. Asiakkaan on helppo valita kuntotasolleen sopiva tunti ja ajankohta, koska ryhmäliikuntaa on tarjolla vuoden jokaisena päivänä.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää tutkimuksen avulla ryhmäliikunta tottumuksia, asenteita ryhmäliikuntaa kohtaan sekä asiakkaiden tyytyväisyyttä. Työ toteutettiin määrällisenä tutkimuksena, jonka tuloksien perusteella luodaan mahdollisia uusia ryhmäliikuntatuotteita sekä tehdään haluttuja muutoksia ryhmäliikuntapalveluun. Tutkimuksen keskeinen tavoite on ymmärtää asiakasta jotta saadaan aikaan haluttuja muutoksia.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Studio Zenana. Studio Zenana on ryhmäliikuntaa tarjoava yksityinen yritys Hollolasta. Yritys oli kokenut keväällä 2017 omistajanvaihdoksen ja uuden yrittäjän jatkaessa tyytyväisyyskyselylle oli tarve. Tutkimuksen kohderyhmäksi valikoitui 20-40 vuotiaat asiakkaat joihin kuului sekä miehiä ja naisia. Tutkimusten tuloksia tulitaisiin hyödyntämään kaudelle 2018 jolloin studio on valmistautunut lisäämään ohjaajamääriä, tuntimääriä sekä mahdollisia uusia ryhmäliikunta tuotteita. Tutkimuksella on suuri merkitys yritykselle koska tutkimuksen merkittävin lisäarvo on jatkokehitystyössä mikä tapahtuu tulosten perusteella. Asiakas kokemusta halutaan parantaa sekä asiakasta halutaan kuunnella mikä näin vahvistaa myös asiakasuskollisuutta.

2 Ryhmäliikunta

Ihmisten kiinnostus omaa kuntoa ja terveyttä kohtaan kasvaa jatkuvasti. Ne jotka kokevat oman terveyden ja kuntonsa tärkeäksi ovat valmiita satsaamaan siihen. Liikuntapalveluissa on tapahtunut paljon viimeisien vuosien aikana ja se näkyy erilaisten ryhmäliikuntatuntimuotojen määrän kasvuna. Vuonna 2017 ryhmäliikunta on monimuotoista ja jopa elämyksellistä asiakkaalle. Ollaan tultu valovuosia eteenpäin siitä mistä Jane Fonda aloitti 80-luvulla. (Aalto, Antikainen, & Tanskanen, 2008, 9.) Ryhmäliikunnassa koetaan yhteenkuuluvuuden tunnetta, vaikka vuorovaikutusta muiden ryhmäläisten kanssa ei synnyisikään. Liikuntakeskuksen ryhmäliikunnan tulee olla nykyaikaista ja seurata tarkasti trendejä. Sen kuuluu herättää tunteita. Ohjaaja, musiikki, tehotasot ja selkeys kuuluvat vahvasti ryhmäliikuntaan. (Aalto ym. 2008, 14-15.) Tunneilla halutaan luoda asiakkaalle sopiva mielikuva. Asiakkaalle halutaan luoda muisto tunnista. (Ohjaajan opas 1 ,3.) Elämyksien kerääminen ja kiinnostus uuden oppimiseen vaikuttavat voimakkaasti ihmisen vapaa-ajan käyttöön. Liikkujat kaipaavat kausittain jotakin uutta ja innostavaa. Houkutteleva ohjattu harrasteliikunta on keino pitää asiakkaat mukana. (Ohjaajan opas 2, 6.)

Viimeisen kolmen vuosikymmenen aikana vapaa-ajan liikuntaharrastus on lisääntynyt merkittävästi aikuisväestön keskuudessa. Kolmannes suomalaisesta aikuisväestöstä liikkuu terveysliikuntasuosituksen mukaisesti päivittäin niin, että liikunnan kesto on vähintään 30 minuuttia. (Helakorpi, Patja, Prättälä, & Utela, 2006.) Tutkimukset ovat osoittaneet yhteyden pitkäaikaisten liikuntatottumusten ja liikuntaan liittyvän yhteenkuuluvuuden tunteen välillä. Kuntoilijoista 90% liikkuu mielellään ryhmässä, yhdessä. (Aalto ym. 2008, 20.) Sukupuolella on myös merkitystä. Liikuntatutkimuksen mukaan naiset liikkuvat enemmän kuin miehet. Kuitenkin sekä naiset että miehet ovat lisänneet liikunta-aktiivisuutta viimeisen viiden vuoden aikana. (SLU 09-10) 1,8 miljoonaa ihmistä liikkuu vähintään neljästi viikossa. (SLU 09-10.) Kuntosaliharjoittelijoiden määrä on kasvanut roimasti ja samalla myös muut palvelut kuntosalilla esimerkiksi ryhmäliikunta. Vuoden 2005-2006 aikuisliikuntatutkimuksen jälkeen kuntosaliharjoittelu on kasvanut 36%. (SLU 09-10.)

2.1 Ammatillinen vuorovaikutus ja asiakkaan kohtaaminen

Ohjaustyö on palvelua asiakkaalle ja taitava ryhmäliikunnanohjaaja on opettaja sekä motivoija asiakkaille. Hyväntuulinen, helposti lähestyttävä ja sosiaalinen ohjaaja tempaa ryhmän mukaansa helposti. Ohjaajan oma asenne onkin suuressa roolissa koska ohjaaminen on tasapainottelua yksilön ja ryhmän välillä. (Kataja, Jaakkola, & Liukkonen, 2011, 15.) Ryhmän jäsenten pystyvyyden tunteen tukeminen on hyvin keskeisessä roolissa ja ohjaajan oma asenne ja usko tekemiseen vaikuttaa paljon. (Rovio, 2009, 137.) Ohjaajan

täytyy olla uskottava ja antaa itsestään ammattitaitoinen kuva. Ammattitaitoinen ohjaaja osaa ottaa kaikki huomioon, mutta antaa sen lisäksi myös henkilökohtaista palautetta asiakkaalle. Iloisen ja empaattisen ohjaajan tunnille on aina mielekkäämpää palata ja takaisintulo prosentti tunnille on suurempi kuin huonotuulisen ohjaajan tunnille. (Ohjaajan opas 2, 10.)

Viestintä ohjaajan ja ohjatun välillä voidaan jakaa sanalliseen, verbaaliseen, ja sanattomaan, non verbaaliseen viestintään. (Aalto ym. 2008, 64.) Ohjaajan työssä sanallisella viestinnällä on suuri merkitys. Lyhyet, selkeät ohjeet sekä oikea rytmitys takaavat asiakkaalle miellyttävän ja selkeän kokemuksen. Näin tuntia ja ohjaajaa on helppo ymmärtää. Ohjeiden annolla on iso merkitys asiakkaalle. Jos asiakas kokee tunnin ja tehtävänannon vaikeaksi ja ristiriitaiseksi, jää hänelle huono mielikuva tunnista. Myös sanattomalla viestinnällä on iso rooli. Ilmeet, eleet ja asennot vaikuttavat paljon. Kaikki tunteet ja ajatukset välittyvät käytöksemme kautta eteenpäin. (Aalto ym. 2008, 66.) Eniten ongelmia ja väärinkäsityksiä syntyy ihmisten välillä huonosta kuuntelemisesta. Halutaan kuulla ja ymmärtää se mitä mielellä on ja toisinpäin. Haastava vuorovaikutustilanne on kuitenkin mahdollista voittaa puolelleen. Tällöin ohjaaja voi hidastaa tunnin tahtia ja energiaa tai osallistaa asiakkaita uudelleen. (Kataja ym. 2011, 18.)

Ohjaaja innostaa asiakasta oman kehonsa, persoonansa ja äänensä kautta tai rauhoittaa tunnin omalla rauhallisuudellaan. (Ohjaajan opas 1, 3.) Ammattitaitoinen ohjaaja osaakin arvioida minkälaista viestintää hänen kannattaa milloinkin hyödyntää. (Kataja ym. 2011, 15.) Hyvällä ohjaajalla on pelisilmää ja tunneälyä. Ohjaaja toimii usein tietämättäänkin esikuvana asiakkaille. Vaikka työtä tehdään omalla persoonalla, sen käyttämistä työvälineenä on myös voitava arvioida ja kehittää. Ryhmäliikunnanohjaaja on kuitenkin loppujen lopuksi edelleenkin palveluammatti. (FAF, 2013, 62)

2.2 Ohjaamisen taito

Ihanteellinen ryhmä on turvallinen ja helposti lähestyttävä. Turvallisessa ryhmässä jokainen saa olla oma itsensä ja epäonnistumisetkin sallitaan. Ryhmän ohjaaminen ei ole pelkkä tekninen taito, eikä turvallinen ja helposti lähestyttävä ryhmä ole itsestäänselvyys. Ohjaaminen vaatii paljon tilannetajua ja kykyä havainnoida, sekä rohkeutta. (FAF. 2013, 65.) Ohjaajalta vaaditaan mukautumista lukuisiin erilaisiin tilanteisiin ja ihmisiin. Taitoa onkin suorittaa omaa tekemistä parhaalla mahdollisella tavalla, huolimatta siitä mitä ympärillä tapahtuu. (Rovio, Nikkola, & Salmi, 2009, 286.) Ympärillä tapahtuvan ei saa antaa haittaa ohjaustilannetta ja taitava ohjaaja osaakin sopeutua tilanteeseen kuin tilanteeseen. Ohjaaja käyttää ohjausmenetelmiä monipuolisesti, hyödyntää ja soveltaa ryhmäliikuntaan sopi-

via perusliikkeitä ja liikemalleja. Hän valitsee sopivan musiikin ja teemoittaa tunnin sen mukaan. Ohjaaja tekee ohjaustilanteesta toiminnallaan turvallisen ja kokoaa kaiken edellä mainitun mielekkääksi kokonaisuudeksi. Motivaatiota edistävä ja kannustava ilmapiiri rohkaisee asiakasta eteenpäin. (Kataja ym. 2011,18.)

Kaikista ei ole ohjaajaksi eikä välttämättä edes koulutuksen kautta ohjaaja tule paremmaksi. Ohjaaja on raakana ja pelkistettynä asiakkaan edessä. Asiakkaan huijaaminen ei onnistu, mutta on sanottu, että ohjaajat ovat myös taitavia näyttelijöitä. (FAF, 2013, 65).

Toimiva ja onnistunut ohjaus voidaan jaotella seuraaviin määritteisiin.

- Ennakoiva ohjaus
- Liikkeiden oikeaoppinen näyttäminen ja mahdollinen korjaaminen
- Oikea musiikin ja äänenkäytön suhde
- Järkevä tuntirakenne
- Tuotekuvauksen noudattaminen (asiakaslupaus)

(Aalto ym. 2008, 54-58.)

2.3 Motivointi

Motivaatio on tila jolle ominaista on pitkäaikainen tavoitteeseen suuntautuva käyttäytyminen. (FAF, 2013, 63.) Positiivisen asenteen teeskenteleminen on rankkaa. Kun työskennellään asiakkaiden kanssa pitää ohjaajan olla asenteessaan varovainen. Ohjaajan täytyy tarkistaa oma asenteensa ennen kuin hän alkaa motivoimaan ja kannustamaan muita. Motivaatio on avaintekijä ja voima, joka pistää ihmiset toimimaan ja suoriutumaan esimerkiksi ryhmäliikuntatunnista. Vaikka asiakkaan oma sisäinen motivaatio on suuri vaikuttava tekijä hänen sitoutumisessaan liikuntaan, ohjaaja pystyy silti vahvasti vaikuttamaan asiakkaan liikuntavalintoihin. Ohjaaja auttaa innostuksen syntymisessä ja sen ylläpitämisessä, mutta loppujen lopuksi asiakas on kuitenkin itse vastuussa itsestään ja omasta motivaatiostaan. Motivaation aste vaihtelee usein. Silloin motivaatiota koetellaan kun vaaditaan sitkeyttä, kestävyyttä sekä pitkäjänteisyyttä ylläpitämään omaa tekemistä. (Hirvensalo & Häyrynen, 2007, 67.)

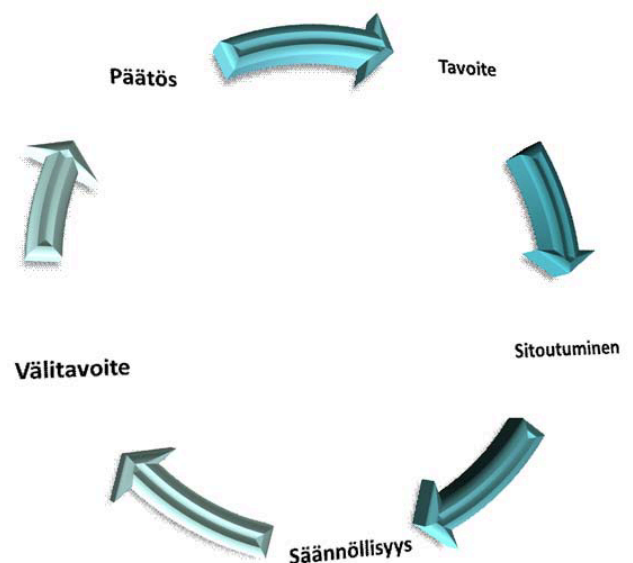
Motivaatio voidaan jakaa kahteen luokkaan: yleismotivaatioon ja tilannemotivaatioon. (Hirvensalo, & Häyrynen, 2007, 68.) Jos yleismotivaatio on vahva, eivät pienet mahdolliset esteet vaikuta omaan toimintaan tai valintoihin. Kiinnostus toimintaan ja valintoihin on pysyväluonteista ja perusteltua. Tilannemotivaatio liitetään tilanteeseen sekä toimintaan, jossa sisäiset ja ulkoiset ärsykkeet muovaavat valintoja. Päätökset tehdään nopeasti tilanteessa mahdollisuuksien ja oman kiinnostuksen perusteella. Yleismotivaatio ja tilannemotivaatio voidaan liittää yhteen. Yleismotivaatio vaikuttaa liikunnan aloittamiseen, kun taas

tilannemotivaatio tekijöihin jotka ovat vastuussa liikunnan ja harrastuksen jatkumisesta. (Hirvensalo & Häyrynen, 2007, 66.)

Vaikka asiakas on itse vastuussa omasta motivaatiostaan voidaan silti motivaation varjolla tarjota asiakkaalle porkkana. Ryhmäliikunnan varjolla luodaan erilaisia ärsykyksiä joihin asiakas reagoi. Asiakas saadaan helposti tietämättään osallistumaan liikuntaan luomalla siihen erilaisia palkitsevia tekijöitä. Pikkuhiljaa opittava taito ja edistyminen oman harrastuksen parissa motivoi. (Rovio, 2009, 234.) Tämmöistä tilannetta voidaan kutsua tilannemotivaatioksi. Tätä motivaation osaa käytetään myös hyödyksi erilaisissa mainoksissa ja kokeiluissa. Luodaan asiakkaalle vahva tunne siitä, että hän tarvitsee juuri tämän tuotteen tai palvelun. (Apunen & Parantainen, 2014, 31.)

Ohjaaja voi oman ammattitietämyksensä kautta pyrkiä vaikuttamaan asiakkaan valintoihin. Kun tieto on hyvin perusteltua on se myös uskottavaa. Tätä kautta voidaan päästä motivoimaan asiakasta syvemmin ja saada aikaan pitkäaikaisempia tuloksia. (Rovio, 2009, 235.)

Asiakkaan motivaatiota ja sen kulkua kuvaa hyvin motivaatiopyörä (kuvio 1.) Asiakkaalle on tärkeää opettaa, että tuloksien eteen täytyy tehdä töitä. Tuloksien saavuttamiseksi asiakkaan täytyy priorisoida ja aikatauluttaa elämää. Tärkeää on myös, että asiakas ymmärtää mihin harjoittelu perustuu ja miksi sitä tehdään. Kun asiakas tekee asioita alusta asti oikein, sitoutuneena muutokseen myös tulokset puhuvat puolestaan. (Aalto ym. 2008, 187.) Kun asiakas tai yritys saa työstään säännöllisiä näkyviä tuloksia on motivaatiopyörä lähtenyt liikkeelle. (Haavisto, Kantaneva, Kasurinen, Kilpiä, & Paakkunainen, 2002, 10.)



Kuvio 1. Motivaatiopyörä (Haavisto yms. 2002, 10.)

3 Asiakassuhde

Lojaali ja pitkäkestoinen asiakassuhde on yritykselle yksi tärkeimmistä suhteista. Pitkä asiakassuhde luo mahdollisuuden kestäväälle kehitykselle. Asiakassuhteen edetessä asiakas oppii luottamaan ostamaansa palveluun ja tätä kautta myös yritys lunastaa asiakaslupauksensa. Asiakaslupaus voidaan kiteyttää niin, että asiakas saa yritykseltä juuri sitä mitä on luvattu. Asiakas maksaa tuotteesta ja hänelle on annettu asiakaslupaus mikä sisältää palvelua, laatua tai laadullista materiaa. (Apunen & Parantainen, 2014, 220-221)

Luottamuksellinen asiakassuhde kertoo ammattitaitoisesta yrittäjästä, sekä halusta palvella asiakasta parhaalla mahdollisella tavalla. On tärkeää, että asiakas tekee ostopäätöksen oikein perusteiden, eikä sitoudu väärillä perusteilla yritykseen tai palveluun. (Apunen & Parantainen, 2014, 17-225.)

Kestävä asiakassuhde voidaan jakaa seuraaviin vaiheisiin:

- Kartoitusvaihe
- Suunnitteluvaihe
- Toteutusvaihe
- Seurantavaihe

(Aalto ym. 2008, 172-173.)

Kaikki nämä neljä vaihetta yhdistyvät ja tukevat toisiaan. Kartoitusvaiheessa on tarkoitus selvittää asiakkaan tarve tuotteelle. Suunnittelun kautta selvitetään asiakkaalle paras mahdollinen tuote tai palvelu käytettäväksi. Toteutusvaiheen kautta asiakas pääsee kuluttamaan ostamaansa tuotetta, tai palvelua. Seurantavaiheessa selvitetään tyytyväisyyttä tuotteeseen, jonka kautta mietitäänkin jo tulevaisuutta tuotteen tai palvelun parissa. Jos jokin näistä neljästä vaiheesta kärsii, koko asiakassuhde on vaarassa ja sen edellytykset ovat todella heikot.

3.1 Kestävä asiakassuhde

Asiakas halutaan kiinnittää jotenkin yritykseen. Palvelu jota asiakkaalle tarjotaan täytyy tehdä asiakkaalle tarpeelliseksi. Tuote jota myydään täytyy yksinkertaistaa asiakkaalle ymmärrettäväksi. Liian vaikeaselkoinen tuote ja palvelu ei myy. Selkeä paketti on aina helppo ymmärtää ja sisäistää. Palvelun ympärille linkitetään asioita, tapahtumia ja jopa tunteita jotta asiakkaan ymmärrys tuotetta kohtaan syvenee ja näin palvelu tai tuote saa uutta hohdetta ostajan silmissä. (Kalliomäki, 2014, 16-17.)

Yrityksen täytyy erottua ja luoda omilla palveluillaan tai tuotteillaan kilpailuetua muihin yrityksiin. Asiakkaalle jäänyt muistijälki jää näin vahvemmin mieleen ja sitouttaa asiak-

kaan. Yrityksen täytyy kuitenkin olla tarkkana lupaamastaan palvelulupauksesta ja sen toteutumisesta. (Kallioniemi, 2014, 26-27.) Luottamus yritykseen syntyy pikkuhiljaa. Luottamus kasvaa asioiden hallinnan ja toteuttamisen kautta. Asiakkaalle halutaan luoda positiivinen kuva yrityksestä ja siitä, että asiakas on numero yksi. Aito välittäminen ja aidot tunteet asiakasta kohtaan kasvattavat luottamusta ja näin asiakas tuntee, että hänestä välitetään aidosti. Yritys jossa asiakas saa tarvitsemaansa palvelua omilla ehdoillaan on yritys minne asiakas palaa uudestaan. (Aalto ym. 2008, 195-197)

3.2 Studio Zenana - Asiakaskokemus ja arvot

Ohjaajan ja yrityksen tärkein taito on motivoinnin ja innostamisen taito. Nämä kaksi taitoa pääsevät valloilleen ensitapaamisen aikana. Ensitapaaminen asiakkaan kanssa on kaikista tärkein, koska sitä ei saa koskaan enää takaisin. (FAF, 2013)

”Asiakas tulee paikalle kuntokeskukseen koska jotain tapahtuu. Siellä on jotain joka houkuttelee asiakkaan paikalle. Uuden jännittävän harrastuksen kautta asiakas kuitenkin myös hakee säännöllisyyttä ja turvaa. Samat kaavat ja ihmiset, tuttu ja turvallinen ympäristö viikosta toiseen.” - kertoo Studio Zenanan omistaja Elina Laine. (Laine, E. 3.10.2017.)

Elina Laine kertoo, että Studio Zenana on tarkka arvoistaan. Yritys luo omaa palveluaan liikunta-alan arvojen ja -periaatteiden mukaisesti. Pieni, intiimi sali on turvallinen mutta myös jännittävä. Säännöllisyys on kuntosalimaailmassa tärkeää, koska se luo asiakkaalle luottamusta, sitouttaa asiakkaan palveluun ja usein johtaa uudestaan positiiviseen ostopäätökseen. Yksi Studion arvoista on kestävyys. Ostettu tuote ei ole kertakäyttökamaa vaan se kestää pidempään monipuolisuutensa ansioista. Kun asiakkaalla on jo luottamus yritykseen ja tuotteeseen, uudet trendit koskien esimerkiksi ryhmäliikuntaa ovat helpommin tarjottavissa. Myös kynnys tarttua niihin on matalampi. (Laine, E. 3.10.2017)

Elämme uudella, sähköisellä vuosituhanella. Sosiaalisen median kautta tapahtuva viestiminen ja yhteisöllisyys muovaavat meitä. Sosiaalinen media tavoittaa ihmisen, asiakkaan nopeasti. Sitä voidaan kutsua elämäntavaksi. Ihminen ei ole irrallaan, vaan toimii tietämättään sosiaalisen median kautta ja jakaa siellä elämänsä ja elämäntapaansa. Vahva yhteisö on vahva mainos yritykselle. Sosiaalinen media toimii täydellisenä pohjana yrityksille ja yrityksen mainonnalle. Liikkuva elämäntapa on helppo jakaa muiden ihmisten kanssa muutamalla napin painalluksella. (Laine, E. 3.10.2017.)

4 Studio Zenana

Studio Zenana Hollola on saanut alkunsa vuonna 2015. Kaksi naisyrittäjää halusi laajentaa toimintaansa ja yritystään Lahdesta. Kahden kuntosalin pyörittäminen ja näin myös kahden yrityksen omistaminen kävi liian raskaaksi. Perusteellisen harkinnan ja uuden omistajan etsimisen jälkeen, he tekivät päätöksen myydä Hollolan kuntostudion pois ja keskittyä Lahden kuntokeskukseen. Hollolan pisteellä vaihtui omistaja keväällä 2017 ja yritys toimii nyt nimellä Studio Zenana Hollola. Studio tarjoaa erilaisia palveluita liittyen ryhmäliikuntaan ja kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin. (Studio Zenana 2017.)

”Studio Zenanan toiminta-ajatuksena on seurata tiiviisti ryhmäliikunnan trendejä ja muokata niistä sopiva tarjonta Hollolan ja Lahden seudun ryhmäliikunnasta kiinnostuneille miehille ja naisille. Trendikkyys tuo kivan mausteen perusrhmäliikunnan joukkoon. Toinen vahva toimintaperiaate on tarjota monipuolisesti ryhmäliikuntaa tanssin ja fiilisen, toiminnallisuuden, hikisen ja vauhdikkaan, kehon ja mielen sekä senioriteeman ympärille rakennetun tuntevalikoiman puitteissa. Ekologisuus ja paikallisuus ovat kolmas toimintaperiaate ja tätä peilataan mm. hankintoja tehdessä.” (Studio Zenana 2017.)

”Studio Zenanassa on vahva usko siihen, että tulevaisuudessa tarvitaan laadukkaita palveluja tarjoavia hyvinvointistudioita. Intiimiys ja pienikokoinen, hyvään palveluun sekä asiakaslähtöisyyteen panostava studio on suurien liikuntakeskusten ja kansainvälisten ketjujen jälkeen seuraava trendi. Asiakkaat haluavat tulevaisuuden studioilta yksilöllisyyttä, nopeaa päätöksentekoa, joustavuutta, asiakaslähtöisyyttä, aitoutta ja paikallisuutta. Häpeämätön tavoite onkin olla ammattimaisin, laadukkain, kiinnostavin ja yksinkertaisesti paras ryhmäliikunnan palveluntarjoaja Lahden ja Hollolan alueella.” (Studio Zenana 2017.)

4.1 Ryhmäliikuntakalenteri

Tämänhetkinen kalenteri tarjoaa 5 erityyppistä ryhmäliikuntatuntia.

1. Hikeä ja vauhtia
2. Toiminallista treeniä
3. Tanssia ja fiilistä
4. Kehoa ja mieltä
5. Senioritunteja

Viiden teeman ympärille jaettu ryhmäliikunta kalenteri tarjoaa jokaiselle jotakin ja kalenterissa on myös asiakkaalle tehty visuaalinen värikoodi jotta asiakkaan on helppo löytää itselle sopivan teeman tunnit. (Kuvio 2.)

| | Ma | Ti | Ke | To | Pe | La | Su |
|-------|--------------|---------------|--------------|------------------|---------------|---------------|----------------|
| 7-8 | | | Yin/EL | | | | |
| 8-9 | | | | | | | |
| 9-10 | | Rocket/EL | | Rocket/EL | | | |
| 10-11 | Rocket/EL | BarreMove/EL | Ni-Se/EL | RVP/EL | TotalBody/EL | TotalBody/NT | Teema/Vaihtuva |
| 11-12 | | | | | Yin/EL | Kahvakuula/NT | |
| 12-13 | | | | | | | |
| 15-16 | | | | | | | |
| 16-17 | | | | | 16:30 RVP/MP | | |
| 17-18 | Zumba/MM | Pumppi/JS | Rocket/EL | 17:15 Pilates/SB | 17:45Cross/MP | | RVP/SB |
| 18-19 | StepBody/EL | Kahvakuula/MP | Dance/AN | 18:15 Tabata/JS | | | Kehonhuolto/SB |
| 19-20 | BarreMove/EL | RVP/MP | TotalBody/AN | BarreMove/EL | | | |
| 20-21 | Yin/EL | JoogaFlow/MS | Yin/MS | Yin/EL | | | |

| | |
|----|------------------|
| AN | Aki Naskali |
| EL | Elina Laine |
| MS | Miila Sandberg |
| JS | Jenna Silvonen |
| MM | Maija Masalin |
| MP | Marita Pulkkinen |
| NT | Nella Tamminen |
| SB | Sari Berggren |

| |
|----------------|
| Keho ja Mieli |
| Tanssi&Fiilis |
| Hikeä&vauhtia |
| Toiminnallista |
| Seniorit |

Kuvio 2. Syksy 2017 ryhmäliikuntakalenteri.(Studio Zenana Hollola 2017.)

Lukujärjestys palvelee asiakkaita aina kausittain. Studio Zenanan ryhmäliikunta kausi voidaan jakaa neljään eri teemaan. Useat kuntokeskukset jakavat ryhmäliikunnan kausien mukaan koska kävijämäärät muuttuvat ja muuntautuvat kevään ja syksyn välillä.

1. Kevät
2. Kesä
3. Syksy
4. Joul

Kevät on usein vilkasta aikaa ja silloin tarjotaan erilaisia uusia ryhmäliikunta tunteja, palveluita, kursseja, workshoppeja ja mahdollisesti vierailevia ohjaajia. Kesällä asiakasmäärät vähentyvät ja myös tuntitarjonta vähenee. Kesän aikana tunteja ohjataan ulkona jolloin kesällä on mahdollista osallistua muun muassa juoksu kouluun. Syksyn aikana asiakas herätetään kesän jäljiltä takaisin tunneille jolloin taas tarjolla on uusia tunteja ja tapahtumia. Loppuvuodesta valmistaudutaan joulun ja hiljennytään. Tämä näkyy usein rauhallisten tuntein lisääntymisellä ja myös tuntien vähenemisellä. Ryhmäliikunta aikataulua on tärkeä muuttaa asiakkaiden aktiivisuuden mukaan kauden aikana ja tämän takia uudet salit seuraavat tarkasti tuntien kävijämääriä.

4.2 Palvelut

Studion kolme päätuotetta ovat ryhmäliikunta, liikuntakurssit sekä lasten liikunnalliset syntymäpäivät.

Ryhmäliikuntaan asiakas voi sitoutua vuodeksi, kerraksi tai vain tietyksi ajaksi. Erilaisia kursseja ja tapahtumia tarjotaan tietyin väliajoin ja asiakas saa osallistua niihin ilman sitoutumista. Asiakas pystyy itse räätälöimään oman sitoutumisensa ja tämä tuo asiakkaalle vapauden valita.

Liikuntakursseissa on usein vieraileva ohjaaja, uusi tunti ryhmäliikuntatarjontaan tai kurssin teemana on syventää jotakin lajia tai taitoa. Kursseja on löytynyt studion aikataulusta lähes kuukausittain.

Liikunnallisia syntymäpäiviä järjestetään kuukausittain. Tuote räätälöidään aina asiakkaan toiveiden mukaan. Syntymäpäivät saattavat olla tanssilliset baletti syntymäpäivät tai urheilulliset jalkapallo teemajuhlat.

4.3 Ryhmäliikunta-asiakkaat

Studion rekisterissä on lähes 500 asiakasta. Miehiä ja naisia. Kun studio oli toisen yrittäjän omistuksessa, studio toimi vain naisten ryhmäliikunta paikkana. Uuden yrittäjän vaihduttua myös miehet olivat tervetulleita. Aktiivisia kuukausikävijöitä on noin 200. Asiakas-kunta sijoittuu 25 - 60 ikävuoden välille ja nyt se koostuu miehistä ja naisista. Asiakkaita tulee lahdesta ja hollolasta.

5 Työntavoite ja tutkimusongelmat

Tässä tutkimuksessa kartoitettiin työikäisten aikuisten tyytyväisyyttä Studio Zenanan ryhmäliikuntaa, palveluita ja tiloja kohtaan. Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään asiakkaiden mielipiteitä, asenteita ja tarjolla olevien palveluiden ja tilojen laatua. Tutkimuksen avulla haluttiin myös tietoa ohjaajista sekä ohjauksen laadusta. On tärkeää löytää syitä asenteille sekä mielipiteille, mutta saada myös tietoa asioista jotka kaipaavat mahdollista muutosta. Tutkimuksen tulosten pohjalta on tarkoitus lähteä luomaan uutta ryhmäliikunta kalenteria ja mahdollisesti uusia ryhmäliikunta tuotteita jotka palvelisivat parhaalla mahdollisella tavalla kaikkia asiakkaita. On tärkeää saada ohjattua asiakkaat oikeille, heille sopiville tunneille.

Tutkimusongelmat:

- Mitä mieltä asiakkaat ovat tämän hetkisestä ryhmäliikunta tarjonnasta?
- Minkälaisia mielipiteitä asiakkailla on Studio Zenanasta?
 - Tilojen viihtyvyys
 - Ohjaajien ammattitaito
 - Hinta
 - Ryhmäliikunta aikataulu
- Minkälaisia ohjaajan ominaisuuksia Studio Zenana asiakkaat pitävät tärkeinä?

6 Tutkimusmenetelmä ja työvaiheet

6.1 Kohderyhmä

Kohderymänä tälle tutkimukselle toimivat työikäiset 25-45-vuotiaat Hollolasta ja Lahdesta kotoisin olevat naiset ja miehet. Kyselyyn vastaajat olivat säännöllisiä kuukausikävijöitä mutta heissä saattoivat olla myös yksittäisiä satunnaisia kävijöitä. Kohderyhmä luotiin studion valmiin asiakasrekisterin mukaan johon kuuluvat kaikki asiakkaat aikavälillä huhtikuu 2017- lokakuu 2017. Näin kaikki ikäryhmään sopivat olivat helppo liittää vastaamaan. Kysely lähetettiin sähköpostitse satunnaiselle 150 kuukausikävijälle, sekä se oli vapaasti vastattavissa myös linkin kautta studion internet-sivuilla. Asiakasrekisteriin kuului kokonaisuudessaan noin 500 henkilöä ja kysely lähti sähköpostitse noin 20% kävijöistä. Kyselyyn vastasi yhteensä 101 asiakasta. 32% sähköpostin kautta ja 69% internet-linkin kautta. (Liite 1.) Vastaajista noin 5% oli miehiä ja noin 96% naisia.

6.2 Kyselyn laatiminen

Tutkimus aloitettiin kysymysten luonnilla yhteistyössä yrittäjän kanssa. Kysymykset haluttiin miettiä tarkkaan jotta mahdollisimman moniin kysymyksiin ja sekä tuleviin kehitys ehdotuksiin saataisiin kattava vastaus. Kysymyksiä laadittaessa oli tärkeää muistaa mitä tietoa haettiin ja mihin haluttiin saada vastaus. Oli myös tärkeää miettiä syitä miksi asiakas ei vastaisi ja miten hänet saataisiin vastaamaan. Kyselyyn luotiin saateteksti jossa kerrottiin opinnäytetyö yhteistyöstä yrittäjän kanssa sekä mitä kysely koskee ja minkälainen merkitys sillä on yritykselle. Ajattelimme yrittäjän kanssa, että saateteksti voisi herättää asiakkaan vastaaman helpommin. Asiakkaalla olisi nyt mahdollisuus vaikuttaa ostamaansa palveluun ja tuoda omia mielipiteitään julki.

Teimme kyselyyn loogisen etenemisen jossa mennään aihe aiheelta eteenpäin jolloin myös vastaajan on helppo seurata ja vastata mukana. Kysymykset koostuivat sekä monivalintakysymyksistä, valintakysymyksistä että avoimista kysymyksistä. Kysymyksiä oli yhteensä 20.

Teemoitimme kyselyn (Liite 1.) seuraavanlaisesti:

1. Ikä, sukupuoli, asuinpaikka, jäsenyyden alkaminen
2. Hinta – neljä kysymystä koskien hinta tasoa sekä jäsenyyttä
3. Ryhmäliikunta - kahdeksan kysymystä koskien ohjaajia, ohjaamisen laatua sekä aikataulua
4. Tilat – kaksi kysymystä koskien studion tiloja
5. Asiakkaan vapaa sana – kolme kohtaa vastata vapaalla sanalla kysymyksiin

Tavallisia tiedonkeruumenetelmiä ovat postin välityksellä tai internetin avulla toteutettujen lomaketutkimuksien rinnalla erilaiset puhelin- ja käyntihaastattelut. Web tyyppisessä kyselyllä asiakas tavoitetaan nopeasti ja melko vaivattomasti. (Ronkainen & Karjalainen, 2008, 31.) Näin päädyimme sähköiseen kyselyyn, sen muun muassa ollessa ilmainen. Tutkimus toteutettiin Webropol-ohjelman avulla. Ohjelma luo tehdystä kyselystä hyperlinkin joka on mahdollista lähettää suoraan asiakkaan sähköpostiin. Näin kyselystä saadaan henkilökohtaisempi ja asiakas ohjataan vastaamaan omassa rauhassa rennommin. (Tilastokeskus 2004.) Kysely linkitettiin myös studion facebook- sivulle sekä yrityksen kotisivuille.

Asiakkaille luotiin myös mahdollisuus osallistua arvontaan täyttämällä kyselyn, tämä oli yksi tapa varmistaa, että mahdollisimman moni vastaisi. Kyselyn aikamääreeksi laitettiin 3 päivää, tiistaista torstaihin. Asiakas on usein on aktiivisimmillaan keskellä viikkoa jonka takia kyselyn aloitus ajankohdaksi valittiin tiistai.

6.3 Testikysely

Teimme yrittäjän kanssa testikyselyn itsellemme jolloin näimme miten Webropol-palvelu toimii käytännössä. Ohjelma toimi kiittävästi ja testitulokset saatiin kirjattua harjoittelu kaavioksi. Webropolia oli helppo käyttää ja varsinaista kyselyä, kysymyksiä ja ulkoasua muokattiin vielä testikyselyn jälkeen.

6.4 Mittausmenetelmät

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisen mallin eli määrällisen tutkimuksen mukaan jossa aineistonkeruu menetelmä tutkimuksen kautta on yleisin tapa saada materiaalia (Ronkainen & Karjalainen 2008,19.) Kysely haluttiin yksinkertaistaa ja tehdä mahdollisimman helpoksi kohderyhmälle. Kyselyn looginen eteneminen on tärkeää ja tekee kyselystä ymmärrettävän. Tämän takia kysely jaettiin viiteen eri teemaan. Määrällinen tutkimus pyrkii hyödyntämään määriä ja keräämään tietoa niin suurelta joukolta kuin mahdollista. (Ronkainen & Karjalainen, 2008, 20.) Määrällisen tutkimuksen tulokset haluttiin saada numeroiksi joita pystytään mittaamaan keskenään ja näin vastauksista olisi helppo luoda esimerkiksi kaavioita. Webropol ohjelman avulla tulokset oli helppo muuttaa prosenteiksi jolloin myös tulosten tarkastelu helpottui.

6.5 Kyselyn lähetys

Sähköisen kyselyn lähetys ja linkin julkaiseminen tapahtui 10.10.2017 klo 9.00 automaattiona ja sulkeutui 12.10. klo 21.00 automaattisesti. Asiakkaille kerrottiin sähköpostissa

saatetekstillä mitä kysely koskee, miksi se tehdään ja kenen kanssa se tehdään yhteistyössä. Sama saateteksti löytyi myös muista sosiaalisesta mediasta. Alla suora lainaus sähköpostin saatetekstistä asiakkaille.

Hei ja tervetuloa ryhmäliikuntaa koskevaan kyselyyn. Tämä kysely tehdään yhteistyössä Studio Zenanan ja Haaga-Helia ammattikorkeakoulun kanssa. Kysely on osa opinnäytetyötä ja tutkimusta.

Toivomme, että vastaat rehellisesti kyselyyn, näin voimme tehdä kyselyn perusteella aitoja, oikeita muutoksia koskien ryhmäliikuntaa.

Sinun on mahdollista osallistua kyselyn lopuksi kertakorttien arvontaan (20krt) joita arvotaan 3kpl. Alla oleva linkki on voimassa 3 päivää, 10.10-12.10. Jos linkki jostain syystä ei toimi tai selain kaatuu, löydät linkin myös Studio Zenanan facebookista ja kotisivuilta.

Kiitos jo etukäteen!

Terv. Elina Laine / yrittäjä & Elina Vaittinen / tutkimuksen tekijä.

<https://www.webpolsurveys.com/R/E63BA6220E191218.par>
(Vaittinen 10.10.2017.)

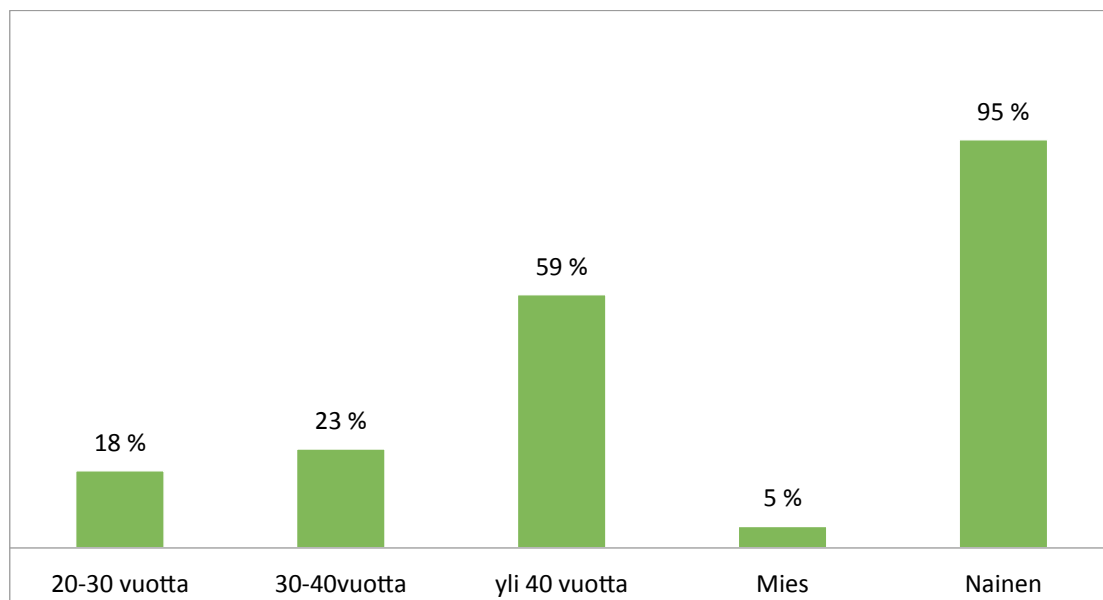
7 Tutkimustulokset

Tutkimuksen kysely lähetettiin 150:lle aktiiviselle asiakasrekisterin jäsenelle. Kysely linkitettiin myös sosiaaliseen mediaan ja studion kotisivuille jossa se oli asiakkaiden nähtävillä ja näin myös vapaasti vastattavissa. Kyselyyn vastasi 101 ihmistä kolmen päivän aikana. Sähköpostin kautta vastauksia palautui yhteensä 32 kappaletta ja linkin kautta 69 kappaletta. Vastausten lisäksi kyselylinkki oli avattu 90 kertaa, mutta kyselyä ei oltu saatettu loppuun asti. 77% vastaajista oli vakituisia Studio Zenanan kävijöitä.

Kysely koostui monivalinta- valinta- sekä avoimista kysymyksistä. Webropol ohjelma jakoi tulokset automaattisesti prosenteiksi joten monivalinta- sekä valintakysymysten tilastollinen tarkastelu oli helppoa. Avoimet kysymykset purettiin läpi kaikki kommentit huomioiden. Kysymysten purussa käytettiin myös Microsoft Office Excel taulukkolaskenta ohjelmaa.

7.1 Vastaajien taustatiedot

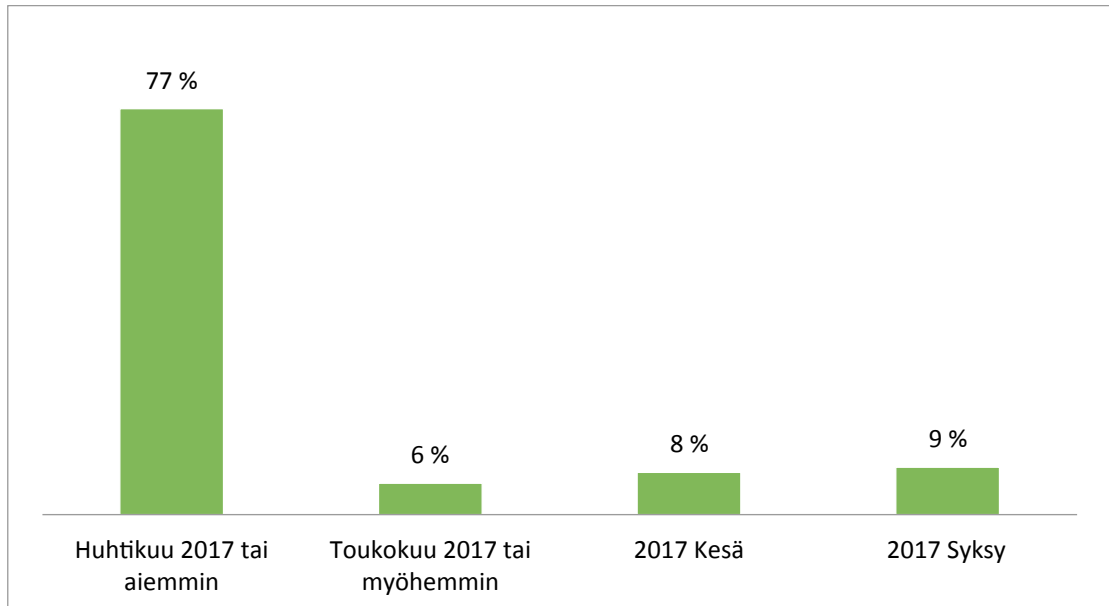
Vastaajista 95% oli naisia ja 5% miehiä. Nuoria vastanneita eli alle 30-vuotiaita oli vastaajissa 18%. 30-40 ikävuoden välille jäi 23% ja yli 40-vuotiaita 59%. (Kuvio 3.) Nämä taustatiedot lisättiin samaan alla olevaan kaavioon.



Kuvio 3. Tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden ikäjakauma sekä sukupuolijakauma.

Noin 76% vastaajista asui Hollolassa. Noin 22% Lahdessa sekä lähes 3% asiakkaista muualla Suomessa.

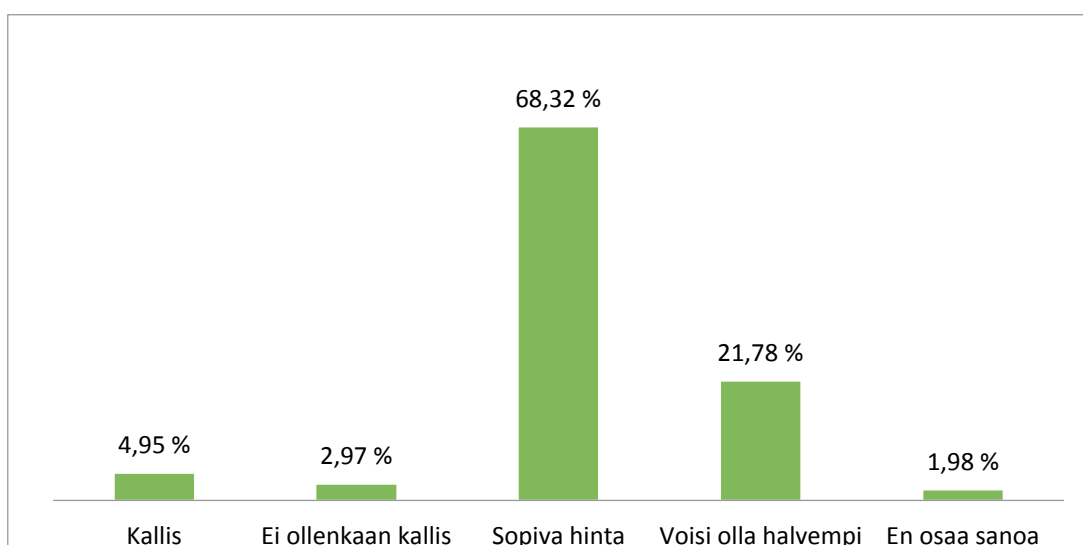
77% Asiakkaista oli liittynyt studion asiakkaaksi vuoden 2017 alkupuolella tai aikaisemmin. Toukokuun aikana tai myöhemmin 6%, kesän 2017 aikana 8% ja syksyllä 2017 9%. (Kuvio 4.) Tästä kuviosta voi päätellä, että suurin osa eli 77% vastanneista asiakkaista on jäänyt asiakkaaksi vaikka omistaja yrityksessä on vaihtunut keväällä 2017.



Kuvio 4. Milloin asiakas on liittynyt Studio Zenanan asiakkaaksi.

7.2 Hintataso

Melkein 70% asiakkaista oli sitä mieltä, että hintataso palveluille on sopiva. Noin 5% piti hintaa korkeana ja melkein 22% oli sitä mieltä, että hintataso voisi olla hieman halvempi. (Kuvio 5.)



Kuvio 5. Asiakkaiden vastaukset hintatasosta.

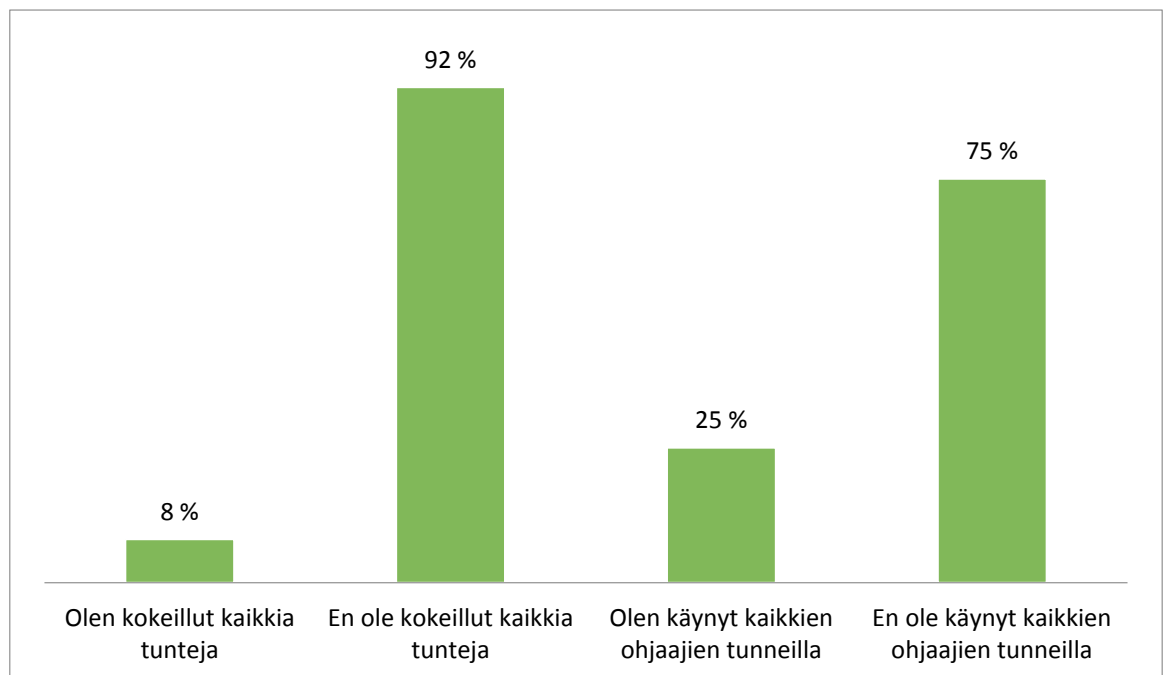
Asiakkailta kysyttiin ovatko he jäsenenä muualla kuin Studio Zenanassa ja kävi ilmi, että noin 30% vastaajista on jäsenyys myös muualla. Asiakkailta kysyttiin myös vapaasti kehitysehdotuksia koskien hintaa ja vastaukset olivat seuraavanlaiset:

- Kertamaksu edullisemmaksi
- Enemmän kampanjatarjouksia, esimerkiksi ostaessa 10x kortin + 2 kertaa lisää
- Tarjouksia vakioasiakkaille ja vuosiasiakkaille
- Kaverialennuksia sarjatuotteisiin
- Lisää voimassaoloaikaa kortteihin

7.3 Ryhmäliikunta

Kysyimme vastaajilta vapaalla kommentilla mitä mieltä he ovat Studio Zenanan tarjoamasta ryhmäliikunnasta. Asiakkaat olivat tyytyväisiä tuntitarjontaan ja kertoivat sen olevan monipuolista. Osa asiakkaista kaipasi lisää meneviä, sykettä nostavia lihaskuntotunteja osa taas rauhallisia kehoa ja mieltä huoltavia tunteja. Viikonloppu sekä aamutunnit nousivat myös esille toiveissa. Kokonaisuudessaan asiakkaat olivat tyytyväisiä tarjottuun ryhmäliikuntaan sekä sen laatuun. 100% vastaajista suosittelisi Studio Zenanaa ystävälle.

Vastaajista 92% ei ole kokeillut kaikkia tarjolla olevia ryhmäliikuntatunteja ja vain 8% on kokeillut kaikkia tunteja. 25% samoista vastaajista on käynyt kaikkien ohjaajien tunneilla ja 75% ei ole kokeillut kaikkien ohjaajien tunteja. Alla olevassa kuviossa on yhdistetty nämä kaksi tulosta. (Kuvio 6.)



Kuvio 6. Tilastot siitä ovatko asiakkaat kokeilleet kaikkia ryhmäliikunta tunteja sekä ovatko he käyneet kaikkien ohjaajien tunneilla.

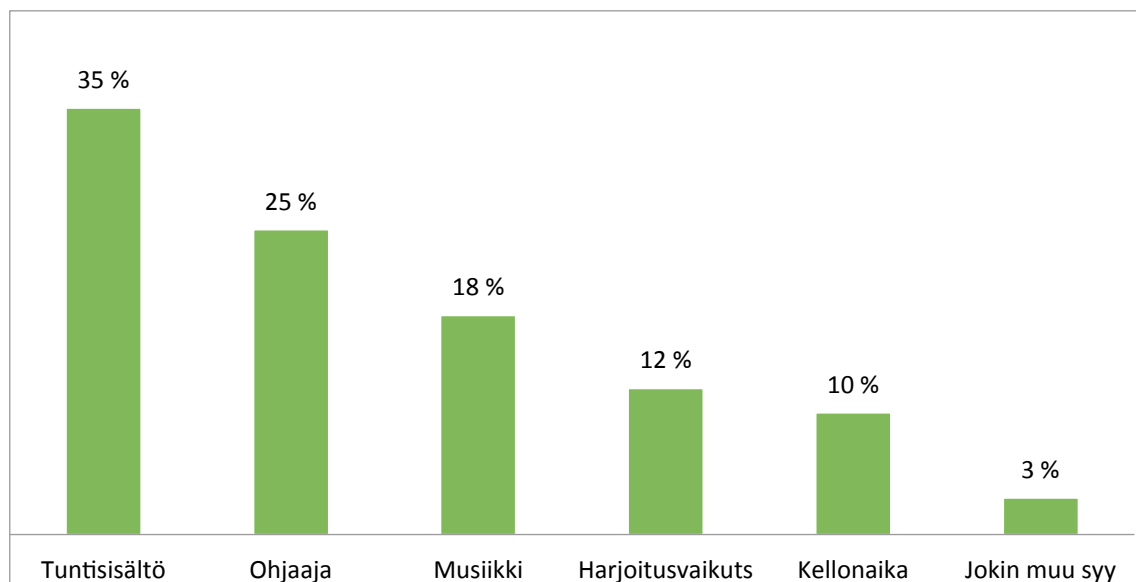
Kyselyyn vastanneista 70% kokee ryhmäliikuntatarjonnan määrän sopivaksi ja 30% kaipaisi lisää tunteja. Ryhmäliikuntatunteja oli kyselyn aikana tarjolla 32 tuntia viikossa.

Asiakkailta kysyttiin myös sopivaa kellonaikaa treenille. Tässä vaihtoehdossa oli myös mahdollisuus vastata useampaan kohtaan jolloin tulokset numeroitiin suurimman vastausprosentin mukaan. Tässä oli myös mahdollisuus vapaaseen kommenttiin koskien kellonaikaa. Alla numerojärjestyksessä milloin asiakas treenaisi mieluiten.

1. Illalla klo 17 eteenpäin
2. Aamulla klo 9 eteenpäin
3. Iltapäivällä klo 15 eteenpäin
4. Keskipäivällä klo 12-14 välillä

Asiakkaat saivat kertoa vapaasti kommentteja muun muassa siitä puuttuuko aikataulusta jokin tunti. Kolme tuntia keräsivät eniten ääniä; sisäpyöräily, tanssi ja koko kehoa kuormittava lihaskuntotunti. Näitä toivottiin lisää.

Kun kysyimme mikä tekee ryhmäliikuntatunnista miellyttävän kokemuksen jakauma oli seuraavanlainen alla olevassa kuviossa (Kuvio 7.) Tuntisisältö sai isoimman prosentin ja toisena tuli ohjaaja. Pienemmät prosentit jakautuivat musiikin, harjoitusvaikutuksen ja kellonajan kanssa. 3% vastaajista oli sitä mieltä, että syy oli jokin muu.



Kuvio 7. Mitkä asiat tekevät ryhmäliikuntatunnista miellyttävän kokemuksen.

7.4 Ohjaajat

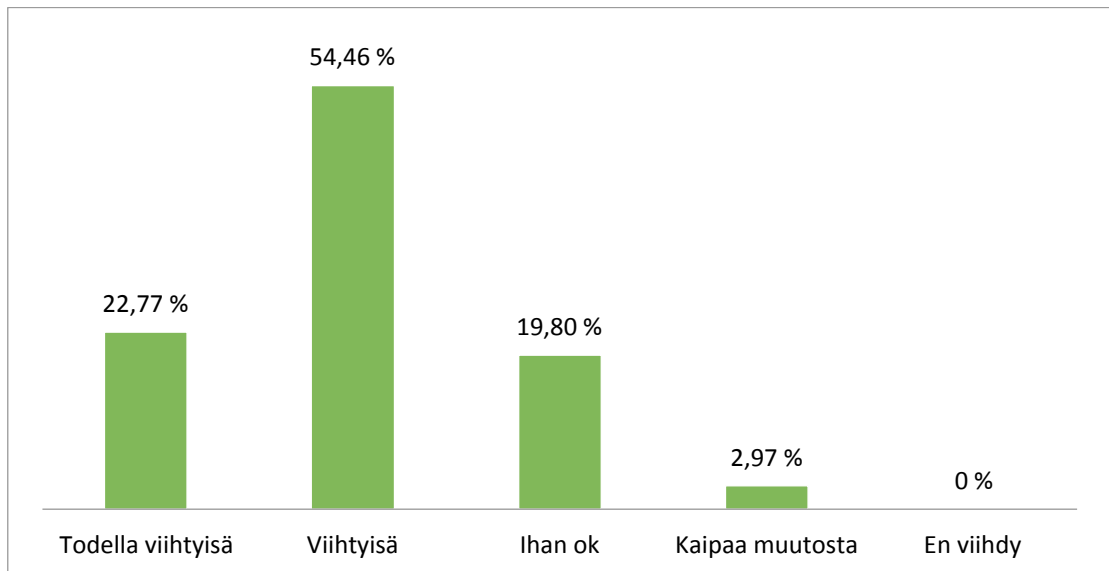
Halusimme tietää mitkä ominaisuudet tekevät hyvän ohjaajan. Pyysimme vastaajia kuvailemaan hyvää ohjaajaa muutamalla sanalla. Vastaajat kuvailivat hyvän ohjaaja ominaisuuksia ja vastauksia tuli paljon. 90% vastauksista oli kirjoitettua tekstiä jonka takia vastaukset teemoitettiin neljään osaa.

Tärkeimpänä ohjaajan ominaisuutena pidettiin kannustavaa tapaa ohjata. Tsemppaava, kannustava, reipas, positiivinen ja hyväntuulinen ohjaaja ja ohjaajan tapa ohjata saivat eniten kommentteja. Toiseksi tärkeänä ominaisuutena koettiin selkeys. Selkeä tapa ohjata sekä antaa selkeitä ymmärrettäviä ohjeita asiakkaille. Myös hyvin suunniteltu ohjelma ja sen selkeää läpi vientiä pidettiin osana selkeää ohjaamista. Kolmanneksi tärkein ominaisuus oli ohjaajan oma persoona ja sen kautta tuleva luonteva ohjaus omana itsenään. Ohjaajan jäämäkkyys ja reipas ote ohjaamiseen liitettiin myös tähän. Ammattitaito nousi myös esille ja se olikin neljänneksi tärkein ominaisuus. Ammattitaito ja sen hyödyntäminen yksilöille ja ryhmille koettiin tärkeäksi. Liikkeiden oikein näyttäminen ja vaihtoehdot eritasoisille asiakkaille nousivat esille kommentteissa.

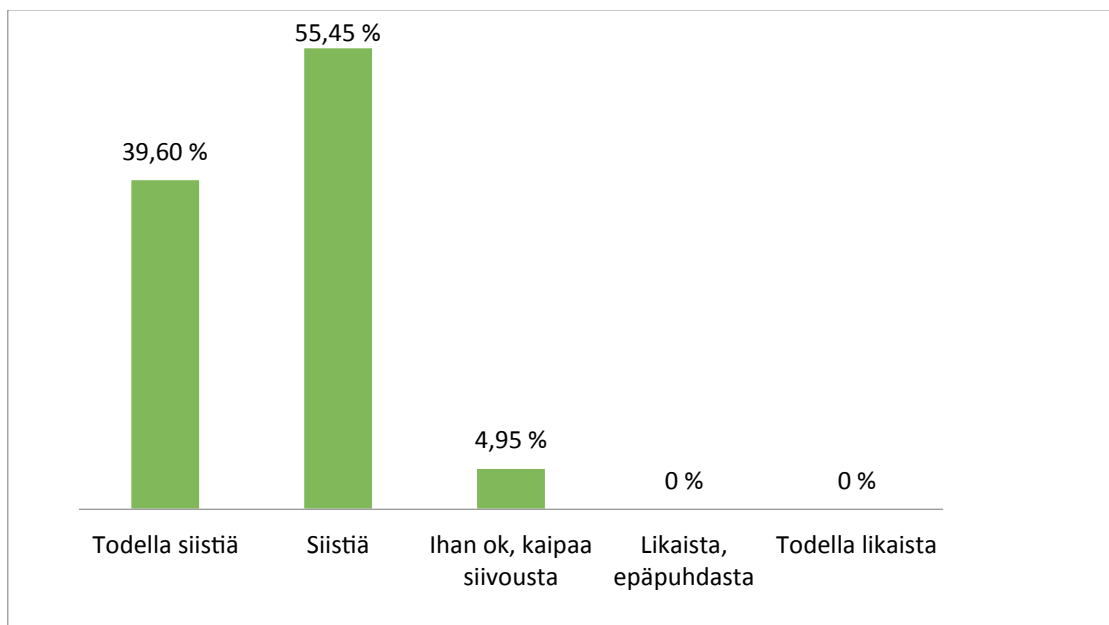
Asiakkaat kokivat myös tärkeänä, että ohjaaja perustelee miksi tehdään mitä tehdään. Selkeä, aktiivinen ja hyvin ääntä käyttävä ohjaaja koettiin hyväksi. Ohjaaja saa olla vaativa mutta myös pehmeyttä kaivattiin. Ohjaaja on kuin kameleontti ja ohjaajan täytyy taipua moneen.

7.5 Studio

Studion tilojen viihtyvyys ja siisteys on tärkeää. Alla olevasta taulukosta (kuvio 8.) huomataan, että reilusti yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että tilat ovat viihtyisät. Pelkkä viihtyisyys ei takaa asiakastyytyväisyyttä vaan kysyimme myös mielipidettä tilojen siisteydestä. (Kuvio 8.) Hieman alle 5% on sitä mieltä, että tilat kaipaavat reippaampaa siivoamista. 95% on sitä mieltä, että tilat ovat siistit ja puhtaat.



Kuvio 8. Asiakastyytyväisyys tilojen viihtyvyydestä.



Kuvio 8. Asiakastyytyväisyys tilojen siisteydestä.

Avoimissa kysymyksissä saimme vastauksia myös koskien studion tiloja. Osa asiakkaista kaipasi remonttia tiloihin sekä muutosta ilmastointiin ja osa kaipasi studiolla tehokkaampaa lämmitystä. Asiakkaat kiittelivät studion intiimiä tunnelmaa joka eroaa täysin muista lähellä olevista kuntokeskuksista. Studio tilana on miellyttävä ja kutsuva sekä asiakkaat kokevat, että Studiolla on aina mukava tulla.

8 Pohdinta

8.1 Tutkimustulosten tarkastelu

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää Studio Zenana Hollolan asiakkaiden ryhmäliikunta käyttäytymistä sekä ryhmäliikuntapalvelun laatua. Tulosten kautta pyrittiin saamaan tietoa siitä missä täytyisi parantaa ja mitä täytyisi muuttaa. Vastaajien ikähaarukka jakautui 20- ja yli 40-ikävuoden välille. Vastaajista 95% oli naisia ja 5% miehiä.

Kyselyyn pyrittiin saamaan mahdollisimman monta vastausta jotta tulokset olisivat mahdollisimman luotettavat. Vastauksia tuli yhteensä 101. Koen, että vastausprosentti oli todella kattava. Kyselyyn vastanneet vastasivat jokaiseen kysymykseen ja vapaan sanan kohdat saivat todella kattavia, rehellisiä ja tarpeellisia kommentteja. Vastaajista huomasi, että he ovat aidosti kiinnostuneet ostamastaan palvelusta ja heillä on mielenkiintoa ja kiinnostusta kehittää sitä.

Kun tarkastelimme vastauksia yrittäjän kanssa kiinnitimme huomiota siihen, että kysely oli avattu 90 kertaa mutta kyselyä ei oltu viety loppuun. Tästä voi heti päätellä, että osa asiakkaista tai ulkopuolisista henkilöistä on halunnut vain käydä katsomassa kyselyä. Uskon, että osa näistä kerroista menee kuitenkin vahingon piikkiin. Linkki on vahingossa suljettu tai se ei ole ehkä toiminut selaimella ja se on jouduttu avaamaan uudestaan. Tämä kuitenkin kertoo myös siitä, että markkinointi kyselyn ympärillä toimi ja se kiinnitti asiakkaiden ja mahdollisten kilpailijoiden huomion. Kysely ja markkinointi sen ympärillä toimivat ilmaisenä mainoksena.

Kyselyn alussa asiakkailta kysyttiin taustatietoja. Vastaajista miesten prosentti ei yllättänyt minua. Kun studio oli edellisessä omistuksessa se toimi pelkästään naisten kuntokeskukseksi. Uuden yrittäjän vaihtuessa ovet avautuivat myös miehille. Olen iloinen, että miehiä saatiin myös vastaamaan mutta prosentit kertovat, että miehet eivät ole ihan vielä löytäneet paikkaansa studiolta.

Ikäjakauma kertoo paljon myös asiakaskunnasta. Suurin prosentti oli yli 40 vuotiailla. He ovat työikäisiä ja tykkäävät liikua. Osa kaipaa rankempia tunteja ja osa kevyempiä. He eivät kuitenkaan ole vielä seniori-ikäisiä mutta muutaman vuoden päästä ovat. Huomasimme, että ikä kysymyksessä meidän olisi pitänyt lisätä vielä 55+ vaihtoehto jolloin olisimme päässeet käsiksi siihen prosenttiin kuinka moni on siirtymässä seniori-ikään. 40+

ja 55+ ikäisillä on suuri ero ja tämä näkyy kuntotasoissa. Yritys on huomionnut tämän ja mahdollisuuksien mukaan reagoi tulevaisuudessa ikäihmisille suunnatuilla tunneilla.

Keväällä 2017 tapahtunut omistajan vaihdos toi jonkin verran muutoksia studiolle. Tulokset kuitenkin kertovat että ¾ vanhoista asiakkaista on jäänyt uudelle yrittäjälle. Huomasimme kuitenkin tuloksia tarkastellessa, että osa vastaajista ei ole edes tiennyt, että omistaja on vaihtunut ja vertasikin näin edellisen yrittäjän hintoja ja palveluita nykyiseen. Uusia asiakkaita on kuitenkin tullut hyvin kesän 2017 ja syksyn 2017 aikana. Vuodelle 2018 on tehty jo uusi markkinointi suunnitelma jotta asiakkaat ympärillä saadaan heräämään ja tietoisiksi studiosta.

70 ihmistä 101 on sitä mieltä, että studion hintataso on hyvä. Nykyinen hinnoittelu on jäänyt valmiiksi edelliseltä yrittäjältä ja se on koettu hyväksi näin. Kommenttien ja vastausten perusteella asiakkaat kokevat vaihtoehdot hintaa kohden hyväksi. Voit sitoutua joko kerraksi tai esimerkiksi vuodeksi. Erityisryhmät on huomioitu. Mitä yksinkertaisempi hinnasto on, sitä helpompi sitä on lukea ja ymmärtää. Kommenttien perusteella yritys aikoo lisätä erilaisia kampanjoita ja tarjouksia koskien hintoja. Yritys ei halua väkisin sitouttaa asiakasta vaan asiakas saa itse päättää sitoutumisensa.

Asiakkaat kertoivat yksipuolisesti heidän olevan tyytyväisiä Studio Zenanaan ja sen tarjoamaan ryhmäliikuntapalveluun. Osalla on jäsenyys myös muualle, mutta suurin osa ei kaipaa kuntosalia vaan on tyytyväinen pelkkään ryhmäliikuntaan. Kysely kertoi myös siitä, että asiakkaat ovat todella sitoutuneita tiettyyn ohjaajaan. Vain pieni prosentti asiakkaista oli käynyt kaikkien ohjaajien tunneilla tai kokeillut kaikkia tunteja. Tähän yritys toivoo muutosta. Asiakkaita ei haluta kiinnittää liikaa yhteen tiettyyn ohjaajaan vaan asiakas halutaan kiinnittää treeniin. Kun kysyimme mikä tekee ryhmäliikuntatunnista miellyttävän kokemuksen muun muassa harjoitusvaikutus jäi pienelle prosentille. Eikö asiakkailla ole oikeasti tavoitteita ja eikö asiakasta oikeasti kiinnosta treeni? Millä perusteilla asiakas tulee studiolle? Ovatko muut asiat kuten ohjaaja, viihtyvyys tai sijainti niin isoja asioita, että harjoitusvaikutus jää kokonaan pois? Voi olla, että asiakas hakee liikunnallista yhteisöä mihin kuulua, mutta on mielenkiintoista, että kuitenkin se suurin asia eli harjoitusvaikutus jonka kautta laihdutetaan tai kasvatetaan lihaksia unohdetaan kokonaan.

Ohjaajat saavat kommentteissa paljon kiitosta mutta asiakkaat jättivät myös pyyntöjä siitä, että ohjaajia koulutettaisiin ja ohjaajat myös itse lisä kouluttautuisivat. Osa kaipasi lisää uusia ryhmäliikunta tuotteita ja tähän studio vastaa heti vuonna 2018. Kokonaisuudessaan asiakkaat olivat tyytyväisiä ryhmäliikuntatuotteisiin. Lisää toivottiin lihaskuntotunteja koko keholle sekä tunteja aikavälille 12-14 sekä klo 16 eteenpäin.

Yrittäjä kokee että on terävöittänyt kyselyn kautta kohderyhmää. Miehet on jäänyt huomiotta ja siihen täytyy nyt tehdä muutos. Heitä täytyy aktivoida eri keinoilla. Tiimi studiolla on vahva ja asiakkaat ovat tähän tyytyväisiä. Asiakkaat kaipasivat selkeää muutosta sekä myös selkeää linjaa studiolle. Asiakkaat ovat myös kertoneet halukkuutensa osallistua muutosprosessiin ja heille annetaan siihen jatkossakin mahdollisuus. Asiakkaat kertoivat konkreettisia kehitysehdotuksia ja niihin on nyt tartuttu. Kysely ja sen saamat tulokset kertovat siitä, että oikeaan suuntaan ollaan menossa ja yrittäjä on tehnyt oikeita ratkaisuja. Asiakkaista huokui selvä välittäminen ja kiinnostus yritystä kohtaan. Uusi omistaja Elina Lainen on onnistunut yrittäjänä hyvin ja se näkyy palautteissa. Lämminhenkinen ja pieni studio huokuu positiivisuutta, suvaitsevaisuutta sekä energiaa. Kokonaisuudessaan asiakkaat olivat tyytyväisiä saamaansa palveluun.

Yrittäjä Elina Laineen kanssa teimme tiivistä yhteistyötä opinnäytetyön aikana. Olen tyytyväinen, että yrittäjä pysyi koko opinnäytetyömatkan mukana ja auttoi oman parhaansa mukaan. Vaihdoin paljon ajatuksia ja ideoita kyselyä varten.

8.2 Yrittäjän kommentit

Asiakaskyselyyn vastanneiden suuri määrä yllätti positiivisella tavalla! Studio Zenana on hyvin pieni asiakasmäärältään ja ahkera osallistuminen selkeästi osoitti asiakkaiden haluavan olla aktiivisia mitä tulee ryhmäliikunnan kehittämiseen. Yrittäjä on omalta osaltaan tyytyväinen siihen, että asiakkaat kokivat tulevansa kuuluiksi. Vuorovaikutus asiakkaiden kanssa toimii, olihan iso osa saamasta palautteesta jo kiirinyt suorana asiakaspalautteenä.

Kysely pidettiin tarkoituksellisesti tiiviinä jotta osallistuminen olisi kiinnostuneelle helppoa, mutta kysymykset asetettiin niin, ettei niihin vastaaminen vain ohimennen välttämättä onnistu vaan osa kysymyksistä vaati enemmän pohdintaa. Uutta yrittäjää luonnollisesti kiinnosti, kuinka yrittäjänvaihdoksen myötä asiakaskunta on vaihtunut ja kuinka moni Zenanassa jatkaneista koki saavansa sitä mitä odottikin. Studio Zenanan missio, ajatus siitä miksi olemme olemassa, näyttäisi tavoittaneen asiakkaat pääosin hyvin vaikka kehityskohteitakin jäi tehtäväksi.

Suurin osa asiakkaista vaikutti olevan tyytyväisiä tarjontaan, ryhmäliikunnan aikatauluun, ohjaajatiimiin, hinta-laatusuhteeseen, asiakaspalveluun, siisteyteen, puitteisiin sekä studion ilmapiiriin. Muutamia soraääniä tuli lähinnä liittyen harmaiden Keho ja Mieli -tuntien

määrään sekä hintatason nousuun. Näitä kehityskohtia tarkastellessa vielä tuli erottaa ne palautteenantajat, jotka syystä tai toisesta eivät olleet päätyneet Zenana Hollolan vaan ehkä Zenana Lahden hinnastoa tutkimaan. Tämän pystyi päättämään esim. arvioitaessa 6kk kortin hintaa, joka Hollolan hinnastosta puuttuu mutta on Lahden korttivalikoimassa.

Muut kehityskohteet, kuten esim. ilmastoinnin paraneminen sekä tiettyjen tuntien ja tuntijankohtien muutokset pääsivät tulevien tehtävien listalle. Ilmastointi on jo parantunut 6.11 alkaneen remontin myötä. Muut kehityskohdat otetaan mahdollisuuksien mukaan huomioon keväällä 2018.

Yrittäjän mielestä asiakaskysely oli todella tervetullut tapa kartoittamaan asiakkaiden tämänhetkistä tyytyväisyyttä. Kyselyn avulla pystyi arvioimaan sitä, kuinka hyvin yritys on pystynyt vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin. Tästä eteenpäin yrityksen tehtävä on luoda tarpeita joita asiakas ei vielä tiedä olevan olemassa. Tässä voisi olla uuden kyselyn tai tutkimuksen paikka!

Lähteet

Aalto, R. Antikainen, S. Tanskanen, R. 2008. Kunto-ohjaajan opas. Docendo. Saarijärvi.

Apunen, A. & Parantainen, J. Tuotteistajan taskuraamattu. 2014. Print Best. Viro.

FAF. FAF Group Exercise Instructor. Ryhmäliikunnanohjaaja koulutus manuaali. Luettavissa: <http://www.faf.fi/?id=58>. Luettu: 10.10.2017

Haavisto, S. Kantaneva, M. Kasurinen, R. Kilpiä, P. & Paakkunainen, P. 2002. Personal Trainer – henkilökohtainen kuntovalmentaja. Gummerus. Jyväskylä.

Helakorpi, S. Patja, K. Prättälä, R. Uutela, A. 2005. Suomalaisen aikuisväestön terveyskäyttäytyminen ja terveys, kevät 2005. Kansanterveyslaitoksen julkaisuja B18/2005.

Huovinen, T. Heikinaro-Johansson, P.(toim). Näkökulmia liikuntapedagogiikkaan. 2007. WSOY. Helsinki.

Ilmanen, K. & Vehmas, H. (toim.). 2012. Liikunnan areenat - Yhteiskuntatieteellisiä kirjoituksia liikunnasta ja urheilusta. Jyväskylän yliopisto – liikuntakasvatuksen laitos. Jyväskylä.

Kalliomäki, A. Tarinallistaminen, Palvelukokemuksen punainen lanka. 2014. Alma Talent. Helsinki

Kansallinen liikuntatutkimus 2009-2010. Aikuisliikunta. Luettavissa:

http://www.sport.fi/system/resources/W1siZiIsIjIwMTMvMTEvMjkwMTNfNDRfMzJfMjQ2X0xpaWt1bnRhdHV0a2ltdXNfYWlrdWlZXXRfMjAwOV8yMDEwLnBkZiJdXQ/Liikuntatutkimus_aikuiset_2009_2010.pdf

Luettu: 9.10.2017

Kataja, J. Jaakkola, T. & Liukkonen, J. 2011. Ryhmä liikkeelle – Toiminnallisia harjoituksia ryhmän kehittämiseksi. PS-kustannus. Juva.

Laine, E. 3.10.2017. Yrittäjä. Studio Zenana. Haastattelu. Hollola

Ronkainen, S. & Karjalainen, A. (toim.). 2008. Sähköä kyselyyn – Web kysely tutkimuksessa ja tiedonkeruussa. Lapin yliopiston menetelmätieteiden laitoksen tutkimuksia 1. Rovaniemi.

Rovio, E., Nikkola, T. & Salmi, O. 2009. Ohjaaminen ja ryhmäilmiö. Teoksessa Rovio, E., Lintunen, T. & Salmi, O. (toim.). Ryhmäilmiöt liikunnassa. s. 283-286. Liikuntatieteellinen seura ry. Tampere.

Rovio, E. 2009. Tavoitteellinen ryhmätoiminta. Teoksessa Rovio, E., Lintunen, T. & Salmi, O. (toim.). Ryhmäilmiöt liikunnassa. s. 136-137. Liikuntatieteellinen seura ry. Tampere.

Studio Zenana kotisivut. Luettavissa: www.studiozenana.fi

Luettu: 5.10.2017

Suomen Voimisteluliitto – Ohjaajan opas 1 & 2. Ryhmäliikunnan ohjauksen koulutus materiaali. 2015. Helsinki.

Tilastokeskus 2004. Internet tutkijan työkaluna. Taru Berndtson & Jouni Lounasmaa. Luettavissa:

http://www.stat.fi/tup/tieto aika/tilaajat/ta_06_04_internet_tyokalu.html

Luettu: 3.10.2017

Vaittinen, E. 10.10.2017. Opinnäytetyön tekijä. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Sähköposti

Vuori, I. Liikuntaa lääkkeeksi. 2015. Bookwell Oy. Porvoo.

Liitteet

Liite 1. Webropol-tutkimustyökalun kyselylomake



Tyytyväisyyskysely Studio Zenanan asiakkaille ryhmäliikunnan palveluiden kehittämiseksi

Tervetuloa Studio Zenanan ryhmäliikuntaa koskevan kyselyn pariin. Ryhmäliikunta kaipaa muokkausta sekä muutoksia ja nyt sinulla onkin mahdollisuus vaikuttaa ja kertoa mielipiteesi.

Kysely tehdään yhteistyössä Haaga-Helian ammattikorkeakoulun Liikunnanohjaajan opinnäytetyön ja tutkimuksen kanssa ja tuloksillaan käyttämään nimettömästi opinnäytetyössä. Opinnäytetyö toteutetaan Vierumäen toimipisteellä ja opinnäytetyön tekee Elina Vaittinen.

1. Oletko mies vai nainen?

Nainen

Mies

2. Minkä ikäinen olet?

20-25

25-30

30-35

35-40

yli 40

3. Missä asut?

Hollola

Lahti

Muu paikkakunta

4. Koska olet liittynyt Studio Zenanan asiakkaaksi?

- Huhtikuussa 2017 tai aikaisemmin
- Toukokuussa 2017 tai myöhemmin
- Kesän 2017 aikana
- Syksyllä 2017

HINTA - Haluamme kuulla mielipiteesi ryhmäliikunnan hinnasta

5. Mitä mieltä olet Studio Zenanan hintatasosta?

- Kallis
- Ei ollenkaan kallis
- Sopiva hinta
- Voisi olla halvempi
- En osaa sanoa

6. Onko sinulla mahdollisia kehitys ehdotuksia koskien hintoja? Jos on, kerro niistä.

100 merkkiä jäljellä

7. Oletko asiakkaana tai onko sinulla mahdollisesti jäsenyys jonnekin muualle kuin Studio Zenanaan?

Voit kirjoittaa Hollola kohtaan Studio Zenana jos et ole muualla jäsenenä / asiakkaana.

Lahdessa

Hollolassa

Muualla

RYHMÄLIIKUNTA - Haluamme kuulla mielipiteesi ryhmäliikunnasta

8. Mitä mieltä olet Studio Zenanan tarjoamasta ryhmäliikunnasta? Kerro vapaasti mielipiteesi.

150 merkkiä jäljellä

9. Oletko kokeillut kaikkia tarjolla olevia ryhmäliikuntatunteja? Mitä et ole kokeillut?

Kyllä

En

En ole kokeillut...

10. Oletko kokeillut kaikkien tarjolla olevien ohjaajien tunteja? Jos et, kenen tunnilla et ole käynyt?

Kyllä

En

Ohjaaja / ohjaajat jonka tunnilla en ole käynyt..

11. Mikä tekee mielestäsi ryhmäliikuntatunnista miellyttävän kokemuksen? Voit valita useamman vaihtoehdon.

Kellonaika

Tuntisisältö

- Ohjaaja
- Musiikki
- Harjoitusvaikutus (esim. tehokas tai rauhallinen tunti)
- Jokin muu, mikä?

12. Minkälaiset ominaisuudet tekevät mielestäsi miellyttävän, hyvän ohjaajan? Kerro vapaasti 1-3 ominaisuutta.

60 merkkiä jäljellä

13. Kuinka koet määrällisesti ryhmäliikunnan tuntitarjonnan?

- Liikaa
- Sopivasti
- Voisi olla enemmän
- Voisi olla vähemmän
- Liian vähän

14. Puuttuuko ryhmäliikunta kalenterista jokin tunti?

100 merkkiä jäljellä

15. Mihin kellon aikaan treenaat mieluiten? Saat lisätä sopivan kellonajan sekä voit valita useamman vaihtoehdon.

- Aamulla

- Keskipäivällä

- Iltapäivällä

- Illalla

TILAT - Kaikki tykkäävät treenata viihtyisissä tiloissa. Kerro mielipiteesi.

16. Mitä mieltä olet Studio Zenanan tilojen viihtyvyydestä?

- Todella viihtyisä
- Viihtyisä
- Ihan ok
- Kaipaa muutoksia
- En viihdy

17. Mitä mieltä olet Studio Zenanan tilojen siisteydestä?

- Todella siistiä
- Siistiä
- Ihan ok, kaipaa siivousta
- Likaista, epäpuhdasta
- Todella likaista

MUUTA - Asiakkaan vapaa sana!

18. Suositteisitko Studio Zenanaa ystävälle ?

Kyllä

En

19. Tavoitteenamme on olla kiinnostavin, ammattimaisin ja laadukkain ryhmäliikuntapalveluiden tuottaja tällä aluella. Kuinka olemme mielestäsi onnistuneet tavoitteessamme? Missä voisimme vielä parantaa jotta saavuttaisimme tavoitteemme?

200 merkkiä jäljellä

20. Jos et ole vielä Studio Zenanan asiakas, miks et ole?

100 merkkiä jäljellä

ARVONTA

21. Jos haluat osallistua arvontaan, jätä yhteystietosi tähän. Onnea arvontaan !

Etunimi _____

Sukunimi _____

Matkapuhelin _____

Sähköposti _____

Kiitos vastaamisesta !

