

Työt

Tuottaja: Eeva-Stiina Pesonen
Puhelinväihde: 010 665 101 **email:** eeva.pesonen@almamedia.fi
Toimitus: Alvar Aallon katu 3 C, Helsinki **Postiosoite:** PL 189, 00101 Helsinki

LAATU RATKAISEE: UUSINTAVIERAILU

KAROLIINA VUORENMAKI



AITOUS VALTAA ALAA. "Alkuviihien kulutus on kasvanut. Niiden annetaan itse käydä villihiivojen avulla. Trendinä on luonnollisuus", Juha Viikari sanoo.

Alko (2017)

Liikevaihto: 1174,8 milj. euroa
Liikevoitto: 52,6 milj. euroa
Henkilöstö: 2401 (keskimäärin)
Liikkeitä: 355 myymälää ja 66 noutopistettä
Toimiala: Alkoholi- ja muiden juomien vähittäiskauppa

Laatuvisio

"Strategiamme mukaan valikoiman laadulla on merkittävä rooli asiakaskokemuksen muodostamisessa. Alko on jo nyt tuotelaadussa kotimaassa edelläkävijä, mutta toimintaa kehitetään jatkuvasti asiakaslähtöisesti. Edelläkävijyyttä tarkoittaa esimerkiksi mahdollisuutta käyttää laboratorioita, jota muilla elintarvikealan toimijoilla ei välttämättä ole."

Ihmisenä voittaa vielä elektronisen nenän

Alko testaa juomat haistelemalla, maistelemalla ja laboratoriossa.

Eeva-Stiina Pesonen
 eeva.pesonen@almamedia.fi

Suurin muutos, joka *Alkossa* on tapahtunut sen jälkeen, kun Kauppa-lehden Laatu ratkaisee -sarja viimeksi vieraili siellä noin viisi vuotta sitten, on tuotemäärän kaksinkertaistuminen.

Alkolla oli silloin valikoimissaan 4500 tuotetta. Tänä päivänä niitä on 8300.

"Valikoima on kasvanut todella merkittävästi. Sen on tehnyt mahdolliseksi verkkokauppa, joka avautui vuonna 2016. Jokaiselle pullolle piti aiemmin löytyä paikka myymälän hyllystä, mutta nyt on paljon tuotteita, jotka ovat vain tilaamalla saatavissa", kertoo Alkon laadunvalvonnan päällikkö **Juha Viikari**.

Samantyyppiset tuotteet kilpailevat hyllypaikoista. Esimerkiksi saman hintaluokan viinit, jotka edustavat samaa makutyyppeä, kilpailevat keskenään.

"Jos tuote myy hyvin, se saa li-

sää myymälätilaa ja nousee useamman myymälän pakolliseen valikoimaan. Tuotteita, joita asiakkaat ostavat, me myös tuomme enemmän esille", Viikari sanoo.

Alkossa tehdään kaksi kertaa vuodessa valikoimasuunnitelma ja mietitään, mikä täydentäisi olemassa olevaa valikoimaa.

Alkon tuotteita tutkitaan sekä aistinvaraisesti että laboratoriomenetelmillä, kun tuotteisiin tulee muutoksia. Alkolla on käytössään myös elektroninen nenä, mutta sen tarkkuus on ainakin vielä heikompi kuin Alkon koulutetun makuraadin.

"Se ei ole vielä pystynyt syrjäyttämään meidän raatilaistemme tarkkuudessa. Elektroninen nenä imaisee ilmaa laitteistoon, ja laite jakaa sen eri komponenteiksi, mutta elektroninen nenä ei pysty kertomaan, onko viinin tuoksu miellyttävä vai ei", Viikari sanoo.

Alkon aistinvaraisen testausryhmän tehtävänä on kuvata juoman maku asiakkaalle. Siihen ei elektronin nenä pysty.

ALKON LAATUPROSESSI on edelleen kattavampi kuin laki edellyttää, Viikari kertoo. Tarkkailuprosessia Alko on kehittänyt, mutta se on muuttunut kokonaisuudessa vaativammaksi, koska valikoima on kasvanut niin paljon.

"Tutkittavaa on paljon enemmän.

”Meillä ei ole koskaan ollut niin korkea asiakastytyväisyys kuin tällä hetkellä.”

Juha Viikari
 laadunvalvonnan päällikkö, Alko

Olemme eri menetelmillä pyrkineet löytämään niitä tuotteita, joita kannattaa tutkia. Olemme esimerkiksi kehittäneet tilastollista seurantaa. Heti kun asiakkaalta tulee palaute, saamme palautemassasta löydettyä poikkeamat, joita tutkimme erityisellä tarkkuudella."

Kun vuosikerta vakituisesti myynnissä olevasta viinistä vaihtuu, se tutkitaan aina. Tuotteet tutkitaan myös aina silloin, kun niiden koostumuksessa tapahtuu jokin muutos.

Aistinvaraisen raadin testauksen jälkeen alkoholintarkastuslaboratorio testaa viineistä muun muassa alkoholipitoisuuden, rikkidioksidin, haihtuvat hapot, kokonaishapot, pH:n, sokerit ja sitruunahapot. Li-

säksi laboratorio tekee yliherkkyyss-testauksia ja väriainetestejä.

Viikarin mukaan kaikkien tuotetietojen ylläpito on nykyään täysin sähköistä. Jokainen maistotulos kirjataan sähköisenä, kun ne vielä viisi vuotta sitten kirjattiin kynällä paperille.

ALKON MITTAAMA asiakastytyväisyys on viidessä vuodessa noussut selvästi.

"Meillä ei ole koskaan ollut niin korkea asiakastytyväisyys kuin tällä hetkellä. Olemme kouluarvosanalla mitattuna siellä numeron 8,5 paikkeilla. Viineissä on tyypillisesti hiukan korkeampi asiakastytyväisyys kuin panimotuotteissa", Viikari kertoo.

Asiakastytyväisyyttä on kasvatannut juuri saatavilla olevien tuotteiden merkittävä lisääntyminen. Tyytyväisyyteen vaikuttaa luonnollisesti myös myymälöissä saatava palvelu.

Myymälä voi paikallistasolla päättää noin kolmanneksen valikoimastaan. Valikoimat vaihtelevat myös vuodenajan mukaan.

"Se näkyy kesämökkikunnissa, joissa ovat kesällä etelän ihmiset, jotka ovat enemmän viininkuluttajia."

Sarjassa vierailaan uudelleen laadun huippuyrityksissä.

Saatu aikaan viidessä vuodessa

Alkon verkkokauppa avattiin 2016. Se on nostanut saatavilla olevien tuotteiden määrän 2500:sta 8300:aan.

Tuotteiden määrän kasvu on nostanut asiakastytyväisyyttä selvästi. Reklamaatiot ovat laskeneet. Alko odottaa noin 12000 reklamaatiota vuodelle 2018, jossa olisi 15 prosentin lasku viime vuodesta.

Alkossa on kehitetty uusi sähköinen tuotteiden arviointityökalu. Lisäksi uusien tuotteiden hankintaprosesseja on tehostettu.

Laaduntarkkailun tilastointiseurantaa on kehitetty ja raportointitietojen käyttöä tehostettu.

Maistajaryhmää on kasvatettu ja otettu väkeä myymälöistä mukaan. Koosteet tuotelaatutadatasta välitetyvät suoraan tavarantoimittajille, jolloin korjaavat toimenpiteet tehdään nopeammin.