

Taloustutkimus Oy, Yrityskuvat 2004: HERTZ JOHTAA KAIKILLA OSA-ALUEILLA

Taloustutkimus Oy teki keväällä 2004 yritys kuvatutkimuksen Suomen johtavien autovuokraamojen keskuudessa. Toimialalla tutkittiin seitsemän yritystä: Avis, Budget, Europcar, Hertz, Scandia Rent, Toyota Rent ja Transvell.

Tutkimuksen kohderyhmänä olivat yrityspäättäjät, vastaajia oli yhteensä 1 477, joista autovuokraamot-toimialaa arvioi 652 vastaajaa.

Tutkimus osoitti, jo yhdeksän kerran peräkkäin, että Hertz on ykkönen. Parhaat arvionsa Hertz saa tärkeimmistä yritys kuvatekijöistä eli tuotteiden laadusta, palvelusta liikkeessä ja henkilökunnan ammattitaidosta.

Vahva osaaminen ja vahva imago

Tutkimus pureutui autovuokraamoalan yritysten tuntemiseen sekä toiminnan arvioimiseen yleisellä tasolla ja 10 eri tekijän suhteen.

Kokonaistunnettuus-alueella Hertz sai johtopaikallaan lukeman 78, kun seuraavaksi paras päätyi lukemaan 56 ja kaksi heikoimmin menestyneistä sai tunnettuuslukemakseen vain 19.

Vastaajia pyydettiin antamaan tuntemilleen yrityksille myös yleisarvosana kouluarvosana-asteikolla 4 – 10. Koko toimialan keskiarvoksi muodostui varsin hyvä 7.77, parhaan yleisarvosanan saavutti jälleen Hertz, jonka arvosana oli 8.09. Yleisarvosanaa, joka ylittää kahdeksikkoon tai sen yli pidetään tämänkaltaisissa tutkimuksissa erinomaisena.

Tutkimus jakaantui kymmeneen yritys kuvatekijään, jotka ovat Palvelu liikkeessä, Puhelinpalvelu, Tuotteiden laatu, Kehityksen seuraaminen, Taloudellinen tila, Johdon kyvykkyys, Henkilökunnan ammattitaito, Näkyminen julkisuudessa, Tulevaisuuden näkymät sekä Yrityksen mainonta. Vastaajia pyydettiin myös nimeämään em. yritys kuvatekijöistä kolme tärkeintä ajatellen yhteistyötä yritysten kanssa. Vastaajat nimesivät tärkeimmiksi tuotteiden laadun, palvelun liikkeessä ja henkilökunnan ammattitaidon.

Tuotteiden laatua arvioitaessa Hertz vei jälleen voiton, samoin tapahtui palvelu liikkeessä –osan kohdalla sekä myös henkilökunnan ammattitaitoa arvioitaessa.

Tutkimus toistaa tuloksissaan samaa kaavaa läpi linjan: Hertz sai parhaat arvოსanat kaikilla osa-alueilla; puhelinpalvelussa, yrityksen mainonnassa, kehityksen seuraamisessa, näkymisessä julkisuudessa, taloudellisessa tilassa, tulevaisuuden näkymissä ja johdon kyvykkyudessa.

- Meille tämä tutkimus osoitti, että olemme tehneet oikeita asioita, Suomen Hertzin toimitusjohtaja, Seppo Sariola tiivistää.
- Olemme olleet tutkimuksen kärjessä niin pitkään kuin niitä on tehty. Tärkeintä meille on se, että saimme parhaat arvოსanat asiakkailtamme, jotka ovat käyttäneet palvelujamme. He ovat parhaat asiantuntijat arvioimaan toimintaamme.
- Rima nousee koko ajan. Olemme perehtyneet tutkimustuloksiin huolellisesti, olemme analysoineet tuloksia ja verranneet niitä toimintamme eri osa-alueisiin. Tällainen tutkimus on meille työkalu, joka antaa tietoa siitä, kuinka voimme edelleen parantaa toimintaamme.

Emme voi jäädä tyytyväisinä myhäilemään. Saamamme arvosanat ovat niin korkeaa tasoa, että joudumme koko ajan juoksemaan säilyttääksemme ne edes samana seuraavassa tutkimuksessa. Yritämme tietenkin edelleen korottaa saamiamme arvosanoja. Pyrimme tekemään parhaasta autovuokraamosta vieläkin paremman.

Lisätietoja tutkimuksesta ja Hertzin toiminnasta antavat toimitusjohtaja Seppo Sariola ssariola@hertz.fi tai Niina Tanner niina.tanner@hertz.fi.

7.10.2004