

# **Kundundersökning**

## **Konsum Sörsjön**

April-maj 2011

Författare: Mikael du Bouzet

## **SAMMANFATTNING**

I samband med den ekonomiska krisen som har drabbat Konsum Sörsjön under senare år gjordes en kundundersökning för att få reda på kundernas attityder gentemot butiken.

Ett frågeformulär skapades med hjälp av Kooperativa Förbundet och anpassades till Sörsjön. Formuläret trycktes ut i 270 exemplar som delades ut till samtliga fastigheter med brevlådor i Sörsjön, Öjvallberget, Husvallgölen, Åsbo, Morbäckssättern, Storbron, Nornäs, Tyrinäs, Lövnäs och Horrmund. Ca 20 exemplar lades också ut på Konsum Sörsjön för att fylla i enkäten på plats.

Enkäten visade ett lågt deltagande på knappt 12%, vilket gör att resultaten inte går att generalisera för hela målområdet.

Undersökningen har visat att kunderna handlar i Sörsjön av praktiska skäl, men att det finns utrymme för förbättringar i butiken överlag.

# BAKGRUND OCH PROBLEMSTÄLLNING

## Företaget

### Bakgrund

Konsum Sörsjön är en ekonomisk förening som grundades 1917.

### Strukturen

Föreningen har 201 medlemmar år 2010.

### Organisationen

Konsum Sörsjön är en kooperativ handelsförening.

### Marknadsföringen

Konsum Sörsjön marknadsför sig genom annonser i lokalbladet *Dalenbladet* och på Sörsjöns hemsida.

### Framtiden

En renovering av nuvarande bensinanläggning skall göras under 2011, i form av en ny pump, kortpelare, grävd dieseltank, nya rörledningar och påfyllnadslåda med spillkar.

## Problemställning

Konsum Sörsjön befinner sig i kris. Föreningen har redovisat ett dåligt rörelseresultat på -15 799 kr, och tar man bort servicebidraget på 150 000 kr blir realförlusten -165 799 kr i stället. Kommande höjningar i logistikkostnader kommer att förvärra ytterligare kommande resultat om inga konkreta ändringar görs för att vända på trenden.

Bensinanläggningen behöver en omfattande renovering, i form av en ny pump, en ny kortpelare för kortbetalningar, en grävd dieseltank och renovering av rördelar. Det kommer att locka nya kunder och förbättra försäljningen av drivmedel samt göra butiken mer attraktiv än idag.

För att säkra butikens framtid måste man öka köptrogenheten i området samt locka in turisterna. Butiken måste göras mer attraktiv för kunderna. Därför gjordes en undersökning för att ta reda på vilka förändringar kunderna vill ha för att förbättra servicen i butiken.

## Avgränsningar

### Tids- och kostnadsmässiga avgränsningar

Inga tidsmässiga avgränsningar har funnits för denna enkät.

Kostnadsmässigt fanns inga större avgränsningar. Tillgång till papper och kopiator fanns, och enkäterna delades självmant till samtliga brevlådor i berört område.

### Sakliga avgränsningar

Målgruppen som skulle undersökas var samtliga medlemmar samt fast boende och fritidshusägare i målområdet. Avgränsningen bestod i att många fritidshusägare inte har kunnat nås, eftersom dessa huvudsakligen saknar brevlådor till sina fastigheter. Därför har ett betydande antal personer inte kunnat nås i denna undersökning.

# METOD OCH GENOMFÖRANDE

## Val av metod

För att genomföra kundundersökningen användes ett frågeformulär som utformades av Kooperativa Förbundet och anpassades till Coop Nära Sörsjöns butik under april 2011. Enkäten bestod av ett tvåsidigt blad med en 5% rabattkupong som inlöstes när enkäten lämnades in i butiken.

Enkäten utformades på ett vis så att svarande personer fick plats att skriva ned kommentarer och synpunkter för vidarebearbetning av åsikter till nytta för Konsum Sörsjön.

## Förfrågningens genomförande

Enkäten delades ut i samtliga brevlådor i byarna Sörsjön, Öjvallberget, Husvallgölen, Åsbo, Morbäckssättern, Storbron, Nornäs, Tyrinäs, Lövnäs och Horrmund den 15 april 2011. Ca 20 exemplar lades också ut på Konsum Sörsjön för att fylla i enkäten på plats. Det gavs även utrymme på Sörsjöns hemsida att skicka via e-post synpunkter och kommentarer om butiken. Kunderna fick sedan t.o.m. den 6 maj 2011 för att lämna in enkäten i en låda som ställdes i butiken för att garantera anonymiteten.

# UTFORMNING AV ENKÄTEN

Ett frågeformulär med en gemensam mall från Coop Nära beställdes av Kooperativa Förbundet och anpassades till Coop Nära Sörsjöns butik. Svartalternativ anpassades till Sörsjöns geografiska läge samt vilka avdelningar i butiken som finns. Frågor kring bensinanläggningen valdes bort, med tanke på anläggningens dåvarande beskaffenhet och dåliga skick samt att anläggningen snart genomgår reparationer och renoveringar.

Enkäten består av först tre kundbeteendesfrågor:

1. Varför väljer du att handla i Coop Nära Sörsjön butik? Kryssa i max tre alternativ:

- Ren och fräsch butik
- Butiken har mycket ekologiska varor
- Det är bra priser på varorna
- Det finns ett brett sortiment
- Det är enkelt och smidigt att handla
- Trevlig personal och bra kundbemötande
- Bra medlemsförmåner
- Den ligger bra till geografiskt för mig

Kommentar: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. När du inte handlar på Coop Nära Sörsjön, var gör du då huvudsakligen dina matinköp?

- Ica Supermarket i Älvdalen
- Ica Nära i Sälen
- Coop Konsum i Sälen
- Coop Konsum i Särna
- Coop Konsum i Älvdalen
- Ica Maxi i Mora
- Willys i Mora
- Annan butik: \_\_\_\_\_

3. Vad är den huvudsakliga anledningen till att du väljer en annan butik än Coop Nära Sörsjön?

Kryssa i max tre alternativ:

- Bättre prisnivå
- Mer ekologiska varor
- Bättre erbjudanden
- Bättre på färskvaror
- Det är enkelt och smidigt att handla
- Trevlig personal och bra kundbemötande
- Den ligger bra till geografiskt för mig

Kommentar: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Efter följer en betygssättning på samtliga butiksavdelningar enligt nedan:

Svara på följande frågor genom att kryssa i rutan som du tycker stämmer in bäst.  
1=Dåligt 6=Bra

Frukt & grönt. 1  2  3  4  5  6

Kommentar: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Kött 1  2  3  4  5  6

Kommentar: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Specialvaror 1  2  3  4  5  6

Kommentar: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Bröd 1  2  3  4  5  6

Kommentar: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Övriga synpunkter och förslag:**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Deltagarna informerades om att de kunde utnyttja baksidan på bladet för att fritt skriva ned kommentarer, kritik och förslag.

# STATISTISK METOD

## Validitet och reliabilitet

Undersökningens validitet är delvis respekterad. Majoriteten av målgruppen har fått frågeformuläret vid utfrågningstillfället. De tillfrågade fick anonymt svara på frågorna genom att lämna in det ifyllda formuläret i en låda vid butikens ingång, men denna anonymitet visade senare ha brister.

Klagomål har inkommit om att anonymiteten egentligen inte fullständigt garanterades, eftersom det inte tydligt framkom att rabattkupongen skulle vid ett tidigare skede skiljas från formuläret och att dessa skulle inlämnas separat. Detta är att anse som ett fel i undersökningen, som kan ha haft påverkan på antalet svarande personer.

Reliabiliteten är också respekterad, eftersom de flesta deltagare har svarat på samtliga frågor.

# RESULTAT

## Resultatredovisning

Av 270 utdelade enkäter inkom 34 svar, vilket är en svarsfrekvens på knappt 13%. Det låga antalet svarande kan bero på bristande garanti på anonymitet, dålig information i förväg om undersökningen, undermålig utformning av enkäten eller ointresse. Detta låga antal gör att resultatet inte är representativt för målgruppen och återspeglar därför inte gemene medlems och kunds åsikter om Coop Nära i Sörsjön. Resultatet får endast ses som en fingervisning om kundernas åsikter.

Resultaten redovisas i tabellform nedan.





**Andra butiker där kunderna handlar:**

- På hemorten
- ICA Kvantum i Nödinge
- Coop Konsum Bjursås
- ICA Maxi Borlänge
- Butikerna i Sälen
- Hemköp Tandådalen
- Butiker i Stockholm
- Butiker i Närke
- ICA Stöten

**3. Vad är den huvudsakliga anledningen till att du väljer en annan butik än Coop Nära Sörsjön?**

Alternativ 1: **Bättre prisnivå**

Alternativ 2: **Mer ekologiska varor**

Alternativ 3: **Bättre erbjudanden**

Alternativ 4: **Bättre på färskvaror**

Alternativ 5: **Det är enkelt och smidigt att handla**

Alternativ 6: **Trevlig personal och bra kundbemötande**

Alternativ 7: **Den ligger bra geografiskt för mig**

	Alt.1	Alt. 2	Alt. 3	Alt. 4	Alt.5	Alt. 6	Alt.7
					X		
	X			X	X		
							X
							X
							X
	X			X	X		X
						X	
	X			X			X
							X
					X		
						X	
						X	
							X
							X
	X			X	X		
	X			X			X
	X			X			X
	X			X			
<b>Summa</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>9</b>

Svara på följande frågor genom att kryssa i rutan som stämmer in bäst.  
 1=Dåligt 6=Bra

	Frukt & grönt	Kött	Specialvaror	Bröd
	2	1	2	4
	4	4	4	6
	3	5	4	2
	3	3	4	4
	2	4	2	4
	2	2	3	3
	6	6	6	6
	4	3	6	6
	3	6	3	3
	4	6	5	6
	3	3	3	3
	5	5	6	3
	3	4	2	4
	3	3	3	2
	3	6	3	2
	2	3	3	6
	6	5	3	3
	4	5	6	6
	4	4	6	4
	4	4	3	4
	3	3	3	4
	4	4	3	3
	5	2	3	2
	1	2	3	3
	3	2	2	2
	2	6	6	2
	1	2	3	6
	6	3	4	2
	1			4
	4			
<b>Medelvärde</b>	<b>3,33</b>	<b>3,79</b>	<b>3,71</b>	<b>3,76</b>

# RESULTATANALYS

Först analyseras resultaten för de tre kundbeteendesfrågorna. Resultaten inom parentes anger antalet svar per alternativ. Kommentarer som har skrivits ned sammanfattas i redovisningen för varje fråga.

## Fråga 1:

Vad beträffar frågan om varför kunderna handlar på butiken är den i särklass främsta anledningen att det ligger geografiskt bra för kunderna (30). Detta höga antal har med att de flesta som handlar i butiken bor eller vistas i närområdet.

I andra position svarar kunderna att det är enkelt och smidigt att handla i butiken (17), vilket har med samma skäl som ovan att göra. I tredje position anges att personalen i butiken är trevlig och ger kunderna ett bra bemötande (12).

Få svarar på att butiken har ett bra sortiment (3), vilket kan ha med butikens storlek att göra, men också att sortimentet inte passar kundernas önskemål om butiksinnehållet.

Få svarar också att butiken är ren och fräsch och har bra medlemsförmåner (2), vilket torde vara ett tecken på att dessa kunder inte är nöjda med renhållningen i butiken och att Coop Nära inte erbjuder sina medlemmar bra förmåner.

Inga kunder anger att de handlar i butiken för sortimentet av ekologiska varor eller att det är bra pris på varorna (båda 0). Resultatet betyder att prissättningen inte passar kundernas förväntningar. Vad beträffar det ekologiska sortimentet kan svaret bero på att sortimentet på ekologiska varor är begränsat samt att kunderna inte önskar ha dylika produkter i butiken.

Bland kommentarerna anges att det är viktigt att butiken finns kvar i byn och att det finns en vilja att handla på plats under semestern.

Resultatet för denna fråga visar att det främst är den geografiska belägenheten som får kunderna att handla i butiken, följt sedan med nöjdheten med personalen.

## Fråga 2:

Angående frågan om var kunderna handlar utanför Sörsjön är det antingen på Coop Konsum i Sälen (11) eller i en annan butik som ej finns angiven i formen (10).

Sedan är det på ICA Maxi i Mora (7), ICA Nära i Sälen (6) samt Willys i Mora (5) där kunderna handlar.

Få har angett Coop Konsum i Älvdalen och ICA Supermarket i Älvdalen (bägge 2). Endast en kund har angivit Särna som köpställe.

Detta visar att kunderna väljer i första hand att handla inom Coop/Konsum i Sälenområdet när de inte handlar i byn, antagligen för att kunna där även utnyttja sina medlemsförmåner.

### **Fråga 3:**

Vad beträffar frågan om varför kunderna inte handlar i butiken och väljer att handla på annan ort är de tre främsta anledningarna att de andra butikerna där kunderna handlar ligger geografiskt bättre till, har bättre erbjudanden och bättre färskvaror än Coop Nära Sörsjön (9).

Detta resultat betyder att en del av kunderna antingen är tillfälligt besökande eller fritidsboende i Sörsjön, att en del av kunderna får det de önskar i andra butiker än i Sörsjön samt att kunderna väljer andra butiker för att de har bättre färskvaror än i butiken i Sörsjön, antagligen för att det finns ett missnöje med färskvarorna i butiken.

Den fjärde största anledningen är att det är bättre prisnivå i andra butiker (8), vilket visar att vissa kunder är prismedvetna gentemot prissättningen på Konsum Sörsjön

Sedan är det bra bemötande och trevlig personal (5) och enkelhet och smidighet att handla (3) som anges som skäl för att handla i annan butik, vilket tyder på att en mindre andel av de svarande är mer nöjda med personal och enkelhet att handla än i Sörsjön. Detta resultat går emot resultatet i Fråga 1 (se sidorna 10 och 18), och tyder på att en del av kunderna är nöjda med personalen, medan en annan del inte är det.

Inga angav möjligheten att handla ekologiskt som skäl till att handla på annan butik, vilket även återspeglades i fråga 2 (se sidorna 10 och 18).

Bland kommentarerna anges att öppettiderna måste ses om, t.ex. att inte ha lunchstängt samt eventuellt ha öppet längre på kvällar vissa dagar för de som arbetar längre bort och ha andra öppettider under turismens högsäsong. Ett vänligt kundbemötande i butiken har också efterfrågats bland kommentarerna.

## **Bedömning av butikens avdelningar**

Bedömningen av butiken mäts på en skala mellan 1 och 6, där 1 står för ”dåligt” (låg nöjdhetsgrad) och 6 står för ”bra” (hög nöjdhetsgrad).

Vad beträffar bedömningen av butikens avdelningar är nöjdhetsgraden överlag över medel för samtliga avdelningar.

Högst nöjdhetsnivå får köttavdelningen, med ett snitt på 3,79. Efter det följer bröдавdelningen (3,76) och specialvaror (3,71). Minst nöjdhet får avdelningen frukt & grönt (3,33).

Resultaten visar att det finns utrymme för förbättringar i butikens samtliga avdelningar, vilket också återspeglades i kommentarerna, där flera kommentarer hänvisade till fräschare varor bland frukt & grönt.

Det kom flera kommentarer och synpunkter. Det som främst nämns är öppettiderna, som borde ändras, inte minst att slopa lunchstängningen. Det förekom också kritik mot att avdelningen för frukt och grönt borde innehålla fräschare varor, kontrollera mera bäst före-datum på varorna, öka servicegraden i butiken, bättre prismarkera varorna samt att sortimentet borde ses om genom att koncentrera utbudet till basvaror.

## **SLUTLEDNING**

Av denna undersökning får man fram att kunderna handlar i butiken för att den ligger bra till för dem och att det är enkelt att handla. En del av de svarande är nöjda med kundbemötandet, medan en mindre del är missnöjd med det och väljer att handla på annan ort.

Undersökningen har också visat att sortimentet behöver ses om i butiken. Den visade också att intresset för ekologiska varor i sortimentet är obefintligt i Sörsjön.

Kunderna är trogna Coop och handlar mestadels i Sälen eller utanför Norra Dalarna när de handlar på annan butik.

Tillgången till fräscha varor och bättre priser är ett återkommande skäl till att kunderna handlar på annan butik.

Butiken får överlag ett godkänt betyg, eftersom betygsättningen ligger över medel, med betyg mellan tre och fyra av sex för butikens alla avdelningar, vilket ger utrymme för förbättringar.

## **INVÄNDNINGAR**

Undersökningen har ett mycket låg svarsfrekvens (13%), vilket gör att resultaten inte återspeglar målgruppens åsikter om butiken. Ej fullständig garanti på anonymitet är en brist i enkäten.