

HSL  
Työsuhdematkalippu  
Asiakas- ja potentiaalitutkimus  
Kesäkuu - elokuu 2011

# HSL – Työsuhdematkaliput

## Asiakas- ja potentiaalitutkimus kesä-elokuussa 2011

- Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää nykyisten asiakkaiden tyytyväisyyttä HSL:n työsuhdematkalippuun ja samalla saada tietoa siitä, miten palvelua edelleen voitaisiin kehittää.
- Tässä tarkoituksessa haastateltiin 150 HSL:n nykyistä asiakasta, sekä työmatkaseteleitä että matkakortteja käyttäviä asiakkaita.
- Asiakastutkimuksen otos tehtiin HSL:n asiakasrekisteristä.
- Potentiaalitutkimuksen tarkoituksena oli selvittää potentiaalisten asiakkaiden suhtatumista HSL:n työsuhdematkalippuihin ja samalla saada tietoa mahdollista käytön esteistä.
- Tässä tarkoituksessa haastateltiin 50 potentiaalista asiakasta.
- Molemmat tutkimukset suoritettiin puhelinhaastatteluin IROResearch Oy:n puhelinhaastattelukeskuksesta kesä – elokuussa 2011.

# Asiakkaat



Helsingin seudun liikenne

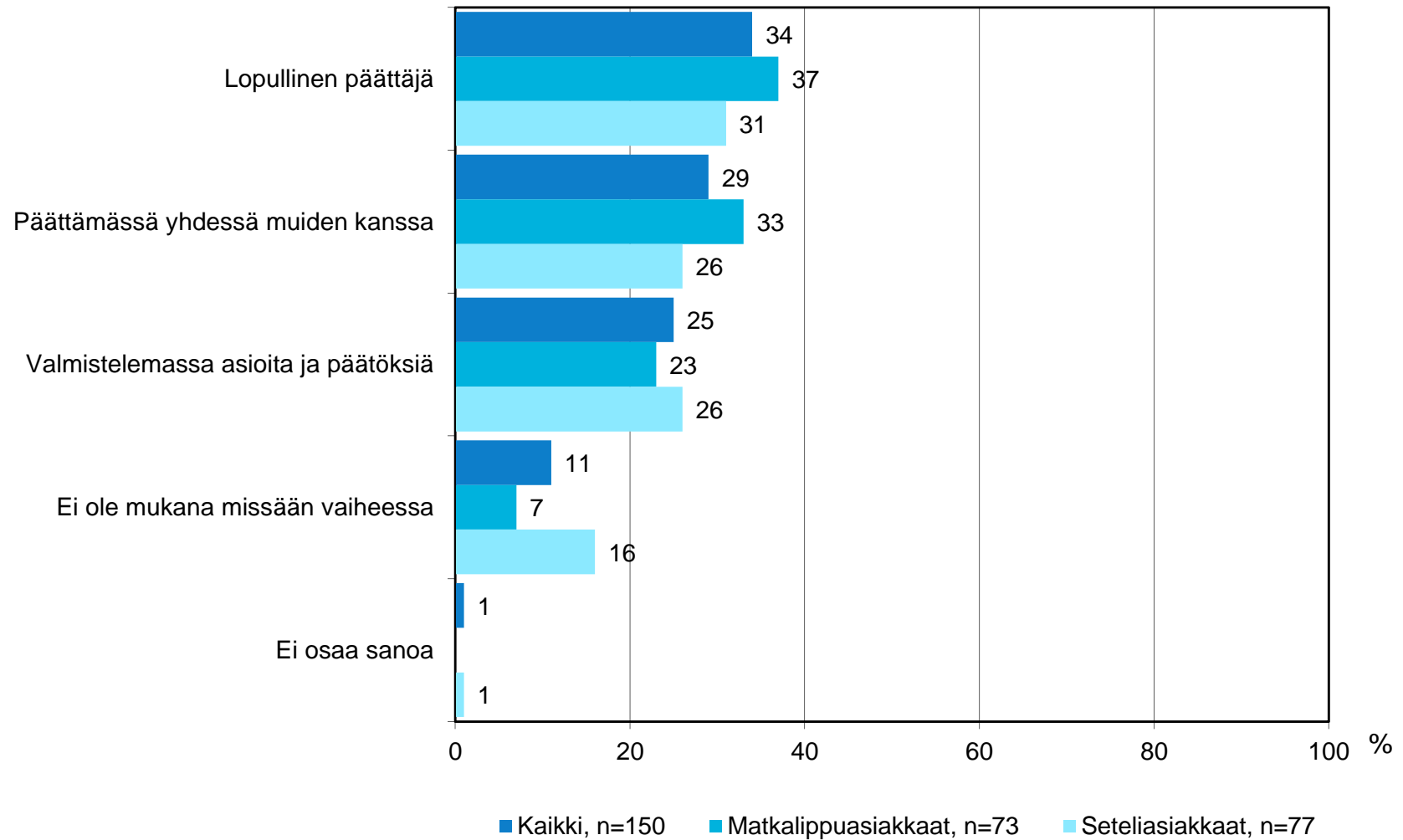
## Aineiston rakenne - asiakastutkimus

	KAIKKI
	N=150
<b>SUKUPUOLI</b>	
Nainen	70
Mies	30
<b>IKÄ</b>	
30 vuotta tai alle	11
31-40 vuotta	25
41-50 vuotta	33
50 vuotta tai enemmän	27
<b>ASEMA</b>	
Yrittäjä	24
Ylin johto	12
Keskijohto, osastopäällikkö	16
Muu esimiesasemassa oleva	5
Asiantuntija	13
Muu toimihenkilö	30
<b>TOIMIPAIKAN SIJAINTI</b>	
Helsinki	79
Espoo	15
Vantaa	4
Kauniainen	1
Kerava	1
Kirkkonummi	-
Muu kaupunki tai kunta	1

	KAIKKI
	N=150
<b>TYÖNTEKIJÄMÄÄRÄ</b>	
Alle 5 työntekijää	27
5 - 9 työntekijää	18
10 - 49 työntekijää	37
50 - 99 työntekijää	6
100 - 249 työntekijää	5
250 - 1000 työntekijää	7
Yli 1000 työntekijää	1
<b>YRITYKSEN / ORGANISAATION LIIKEVAIHTO</b>	
Alle miljoona euroa	36
Miljoona – alle 10 miljoonaa euroa	31
10 miljoonaa – alle 50 miljoonaa euroa	7
50 miljoonaa euroa tai yli	5
Ei osaa sanoa	21

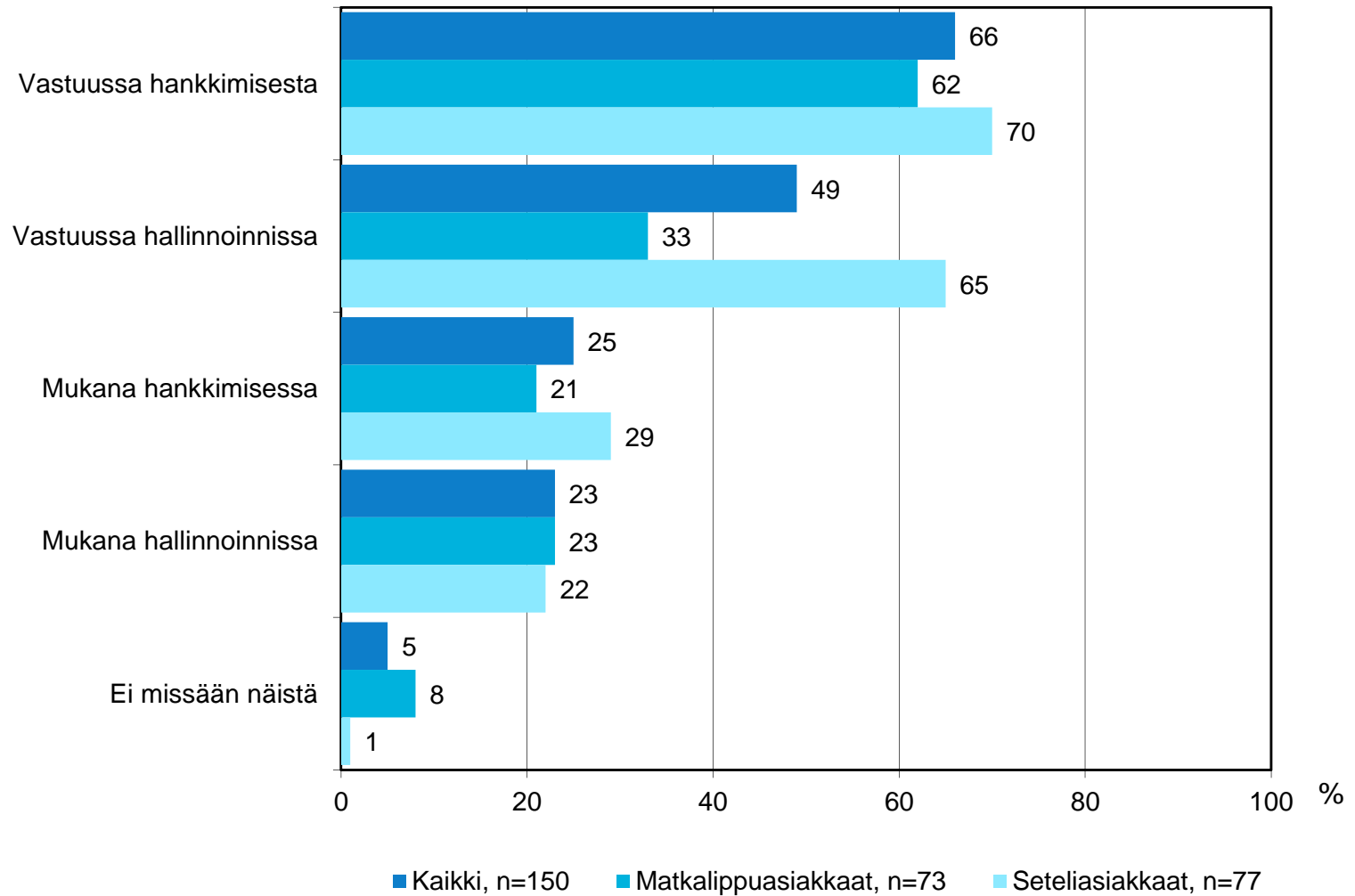
# Vastaajan rooli työsuhdematkalippujen hankintaan liittyvässä päätöksenteossa - asiakkaat

Kaikki vastaajat, N=150



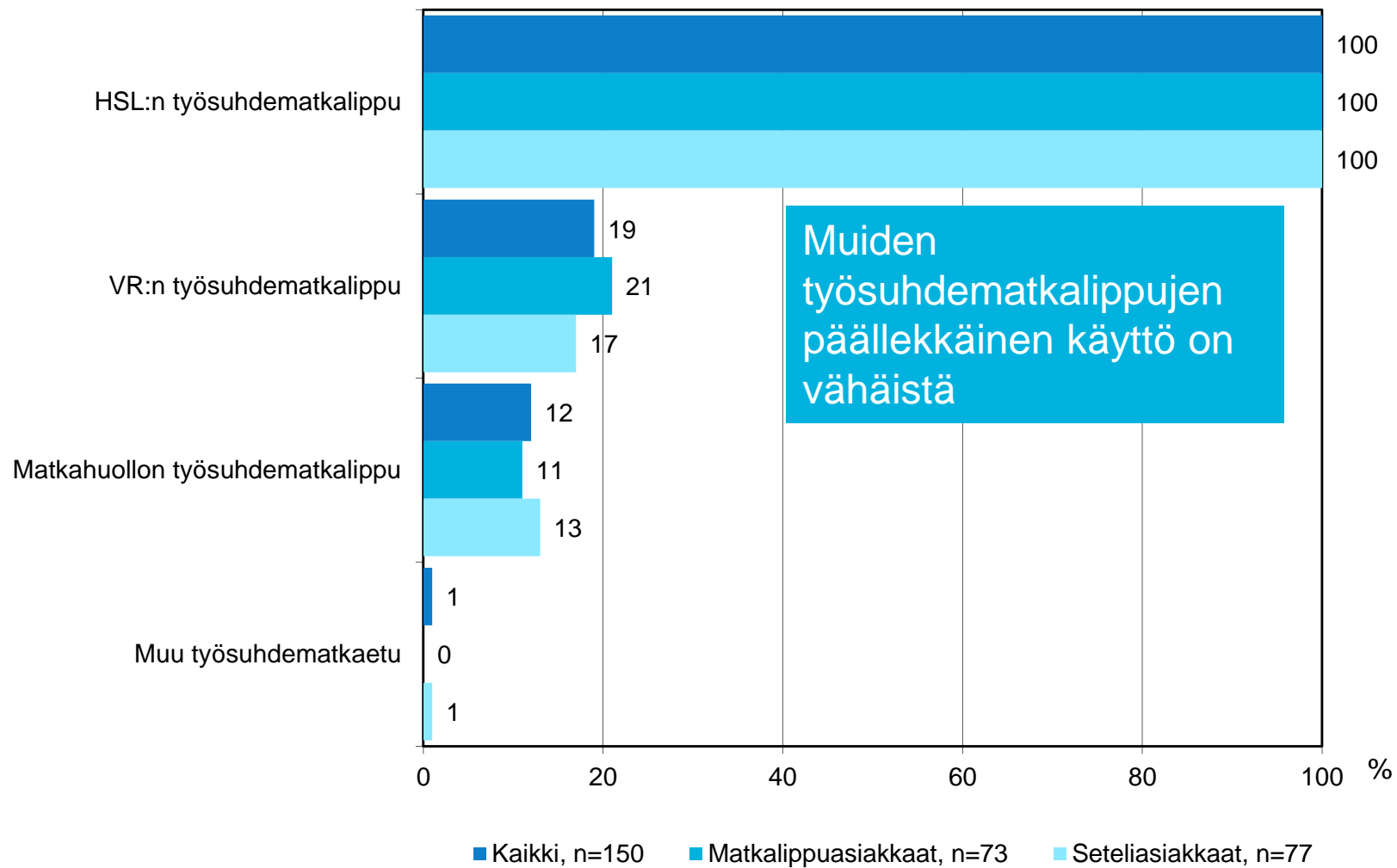
# Vastaajan rooli työsuhdematkalippujen hallinnoinnissa ja hankinnassa - asiakkaat

Kaikki vastaajat, N=150



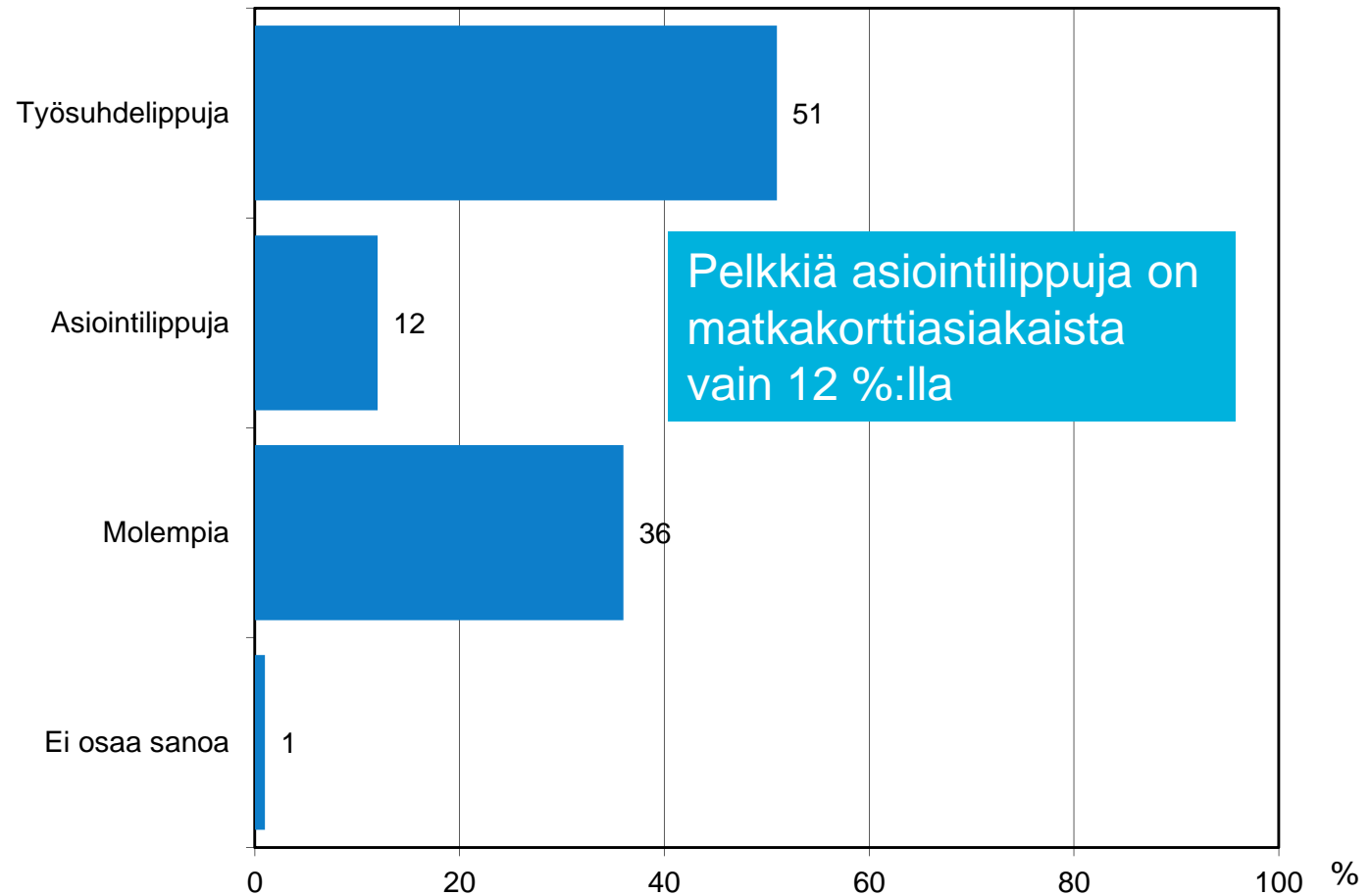
# Mitä seuraavista yrityksessänne tai toimipaikassanne on käytössä?

Kaikki vastaajat, N=150 - asiakkaat



# Ovatko käytössä olevat työsuhdeliput vain työmatkoja varten vai asiointilippuja?

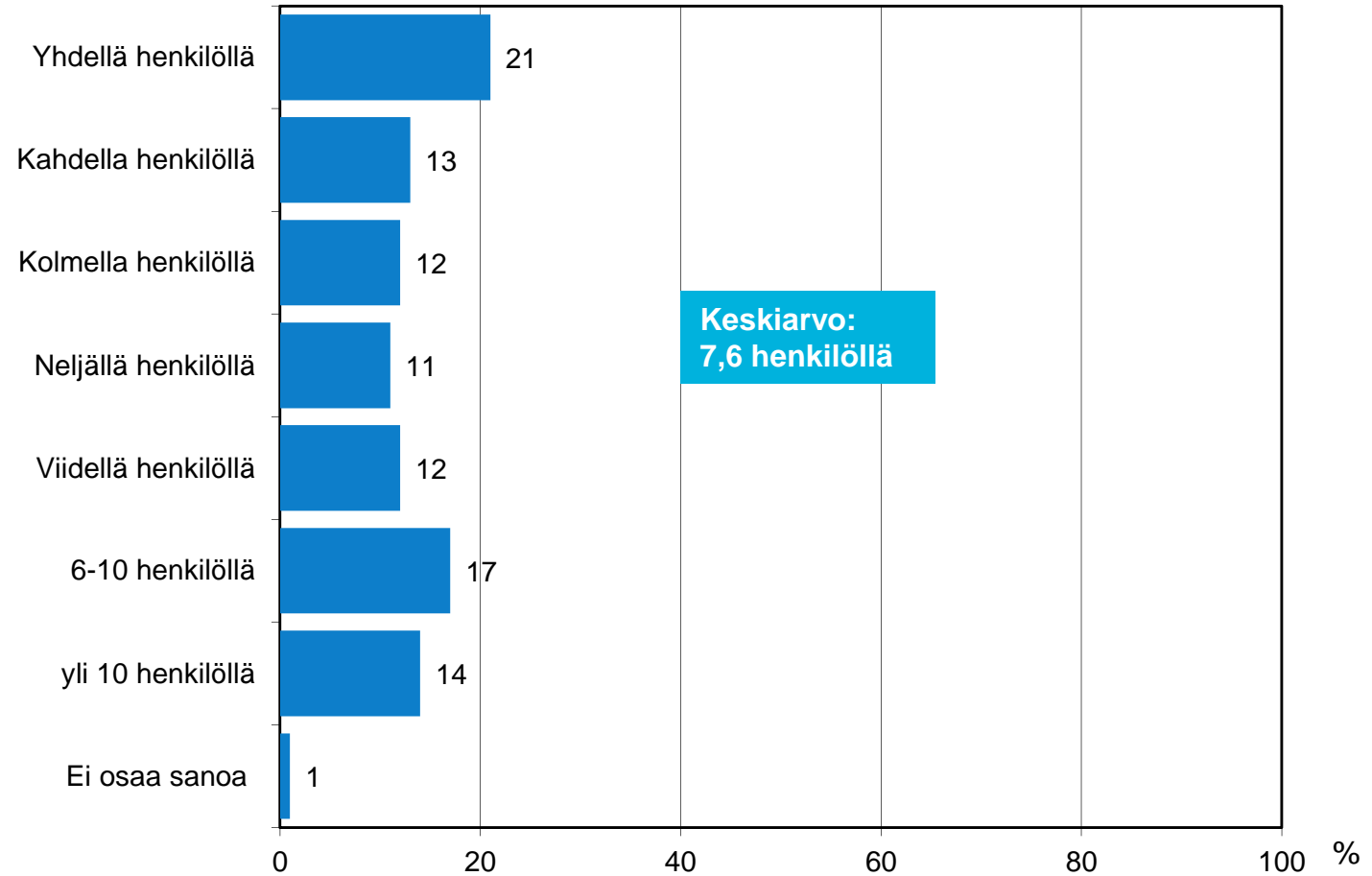
Yrityksessä käytössä joko matkakortit tai matkakortit ja työmatkasetelit, n=76 - asiakkaat



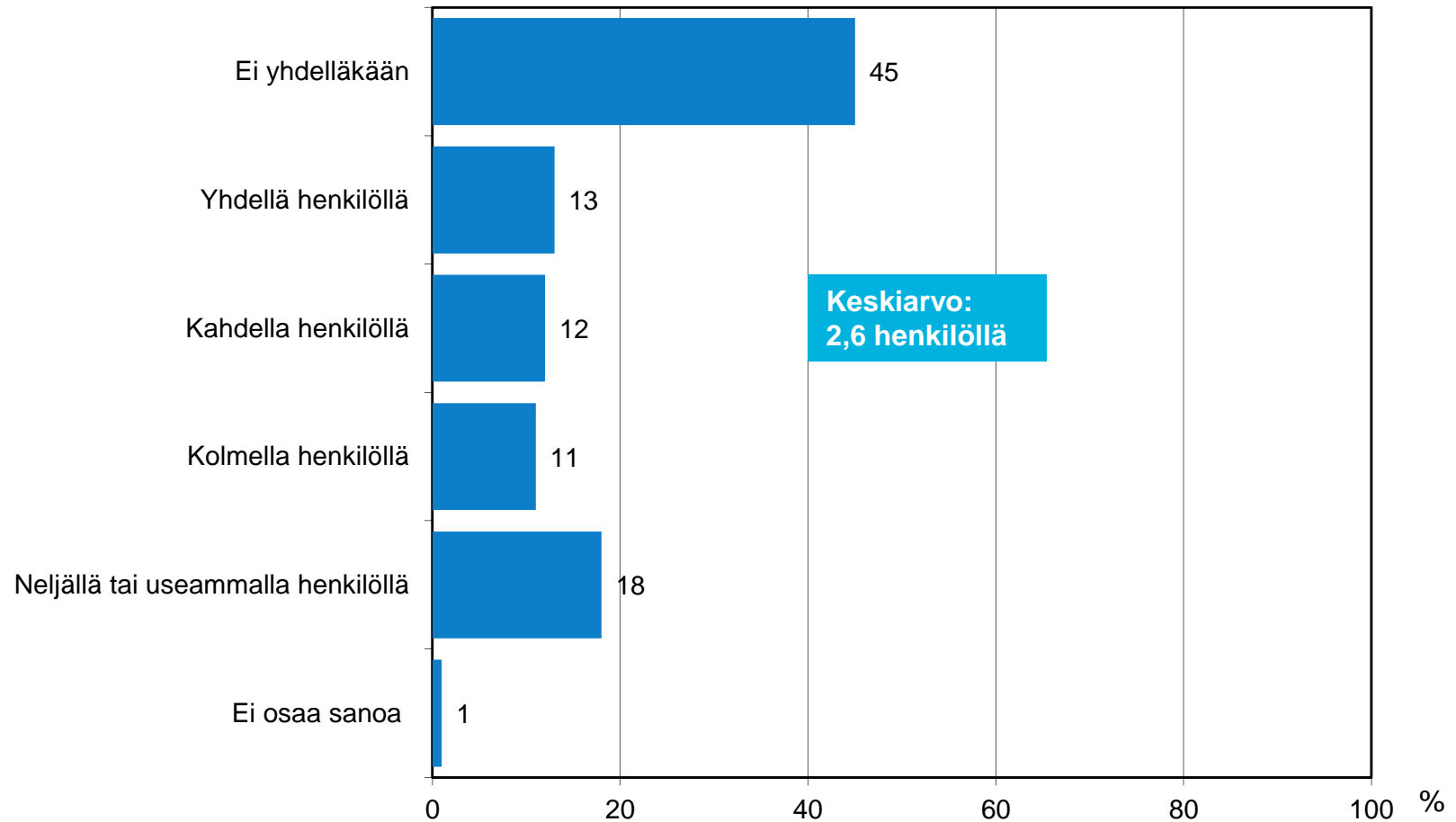


# Arviolta kuinka monella henkilöllä yrityksessänne on käytössä työsuhdematkakortti?

Yrityksessä käytössä joko matkakortit tai matkakortit ja työmatkasetelit, n=76 - asiakkaat

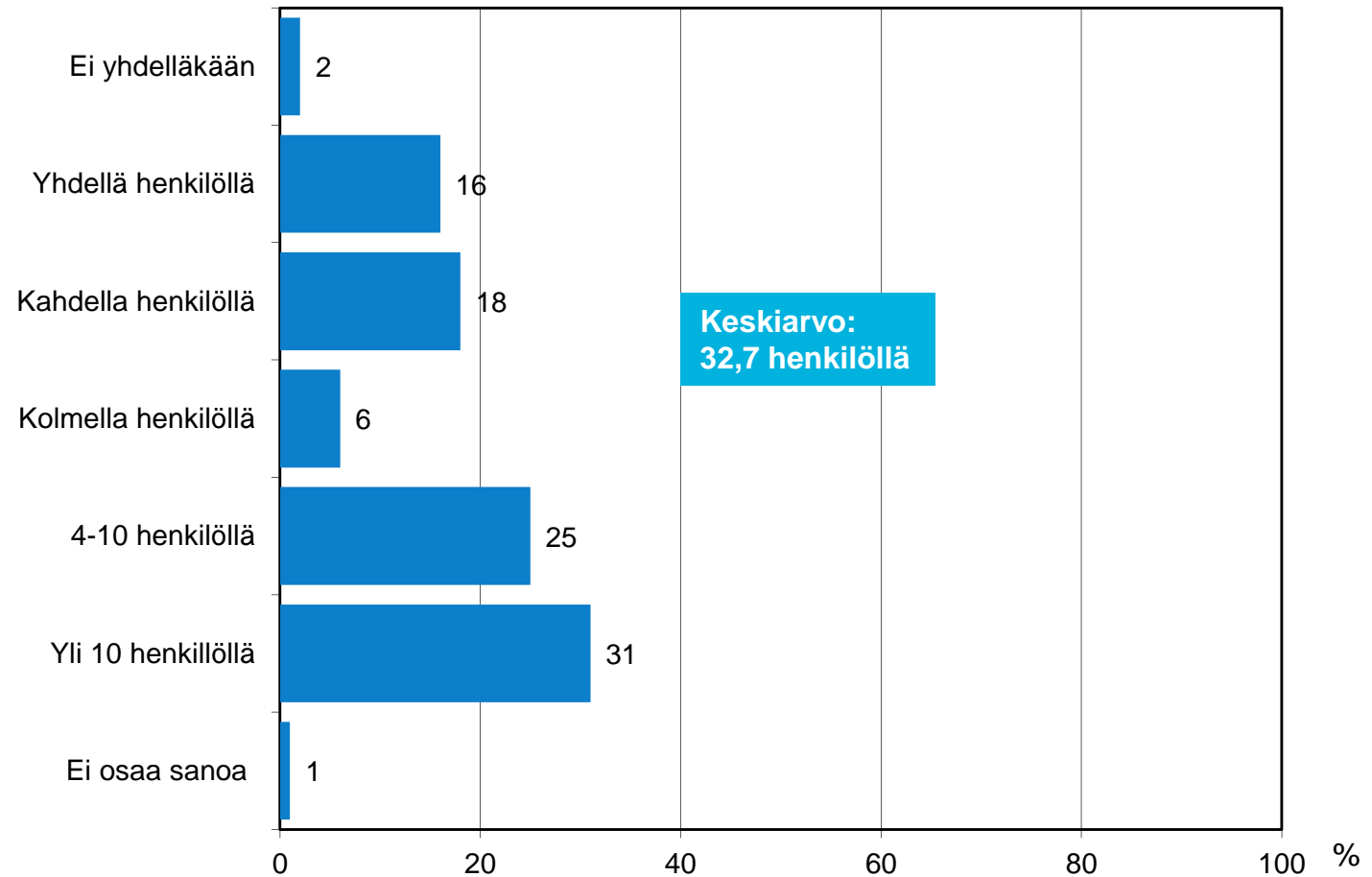


# Arviolta kuinka monella henkilöllä yrityksessänne on käytössä asiointilippu? Yrityksessä käytössä joko matkakortit tai matkakortit ja työmatkasetelit, n=76 - asiakkaat



# Arviolta kuinka monella henkilöllä yrityksessänne on käytössä työmatkasetelit?

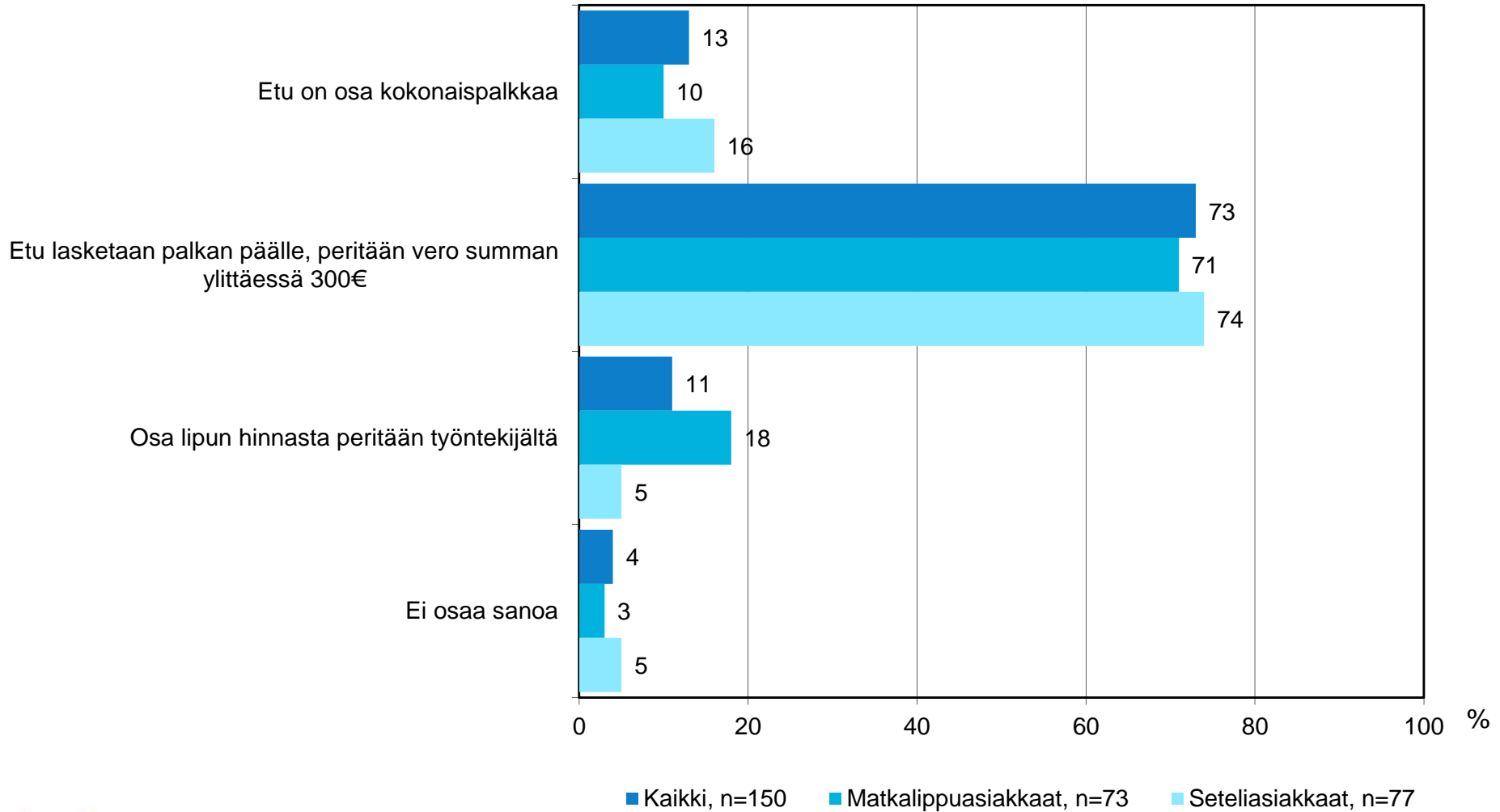
Yrityksessä käytössä joko työmatkasetelit tai työmatkasetelit ja matkakortit, n=83 - asiakkaat



# Millä tavalla työsuhdematkalippu tai työsuhdematketelietu tarjotaan työntekijöille?

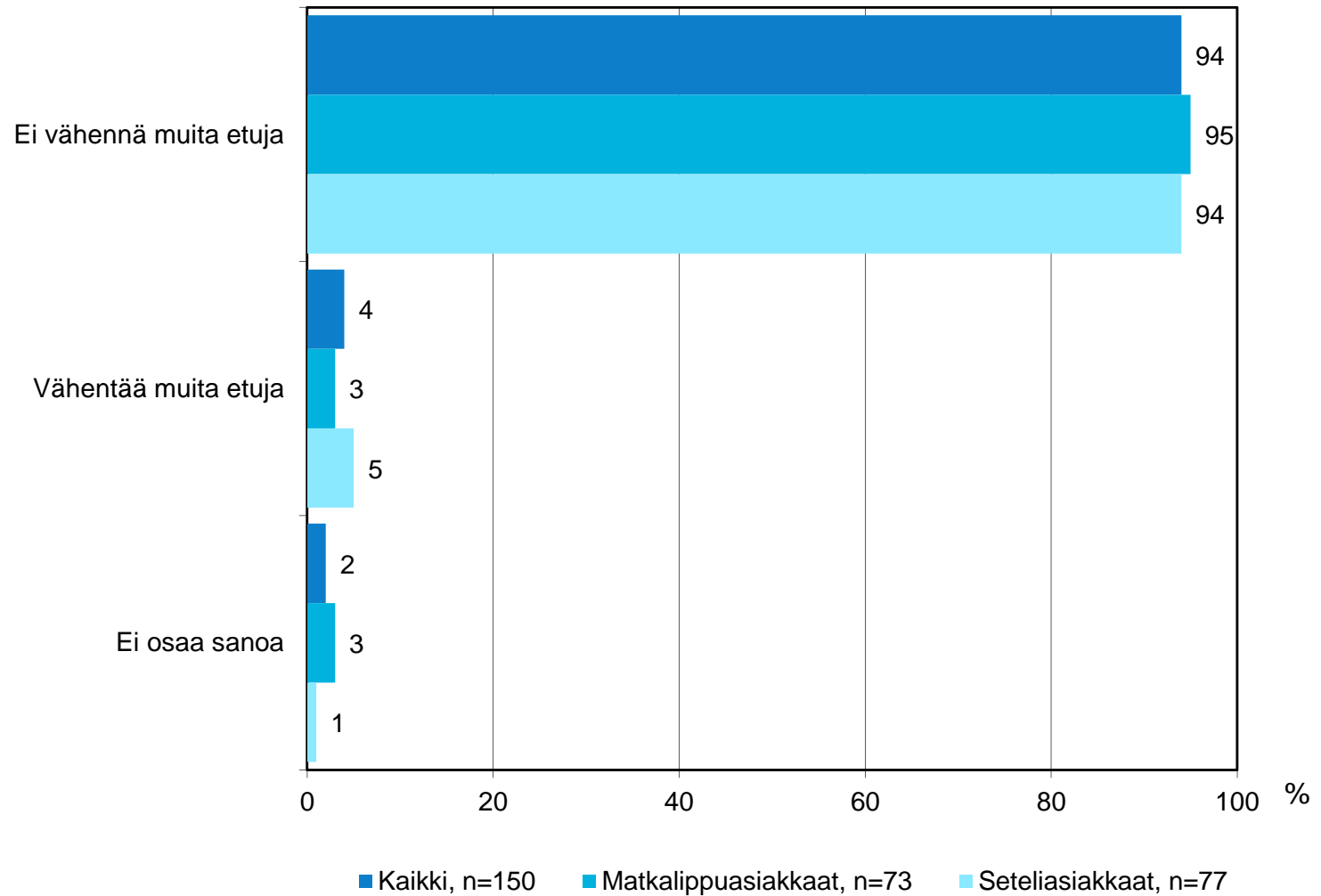
Kaikki vastaajat, N=150 - asiakkaat

Pääosin etu lasketaan palkan päälle



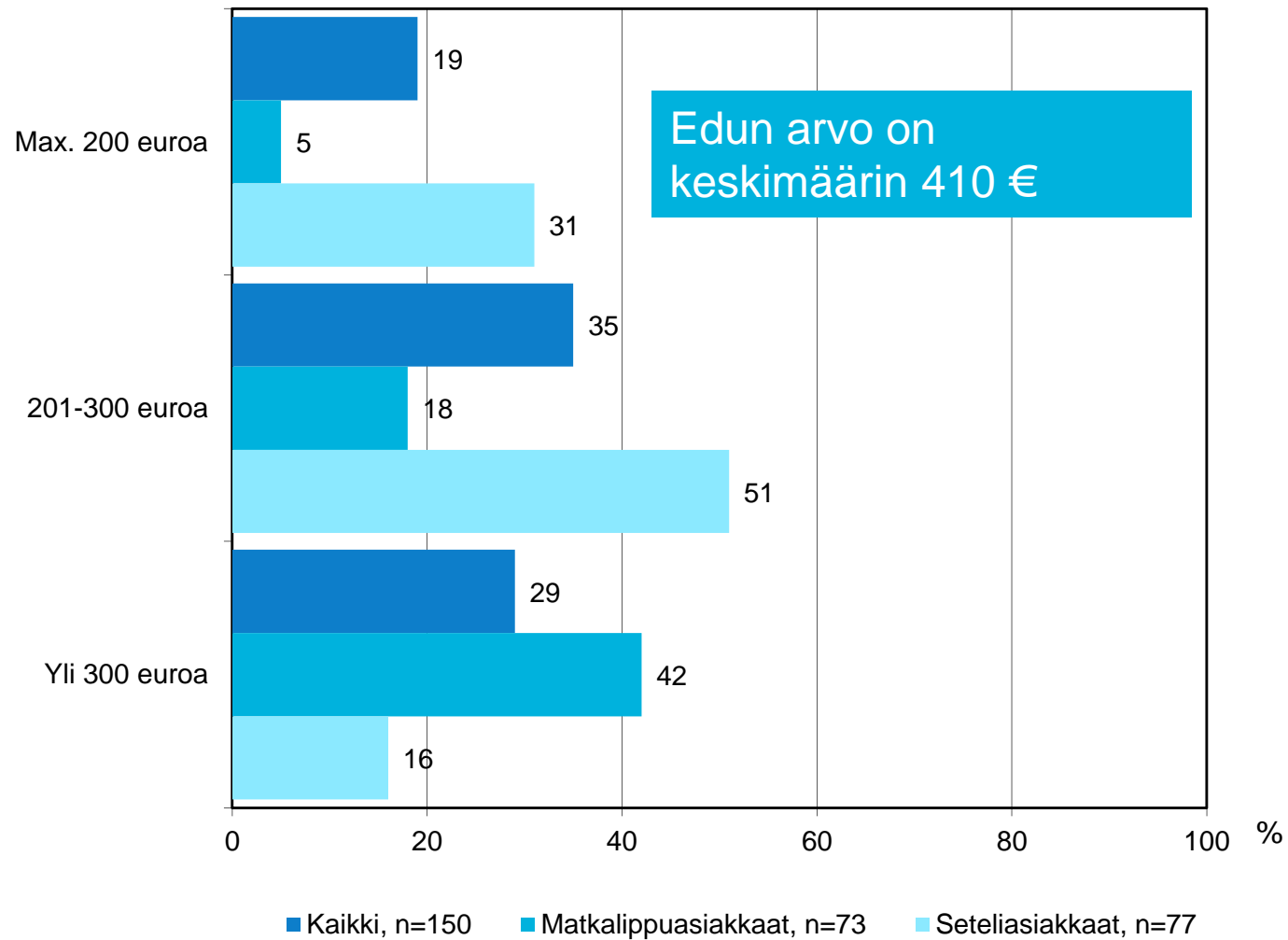
# Miten etu suhteutuu muihin yrityksissä tarjottaviin etuihin

Kaikki vastaajat, N=150 - asiakkaat



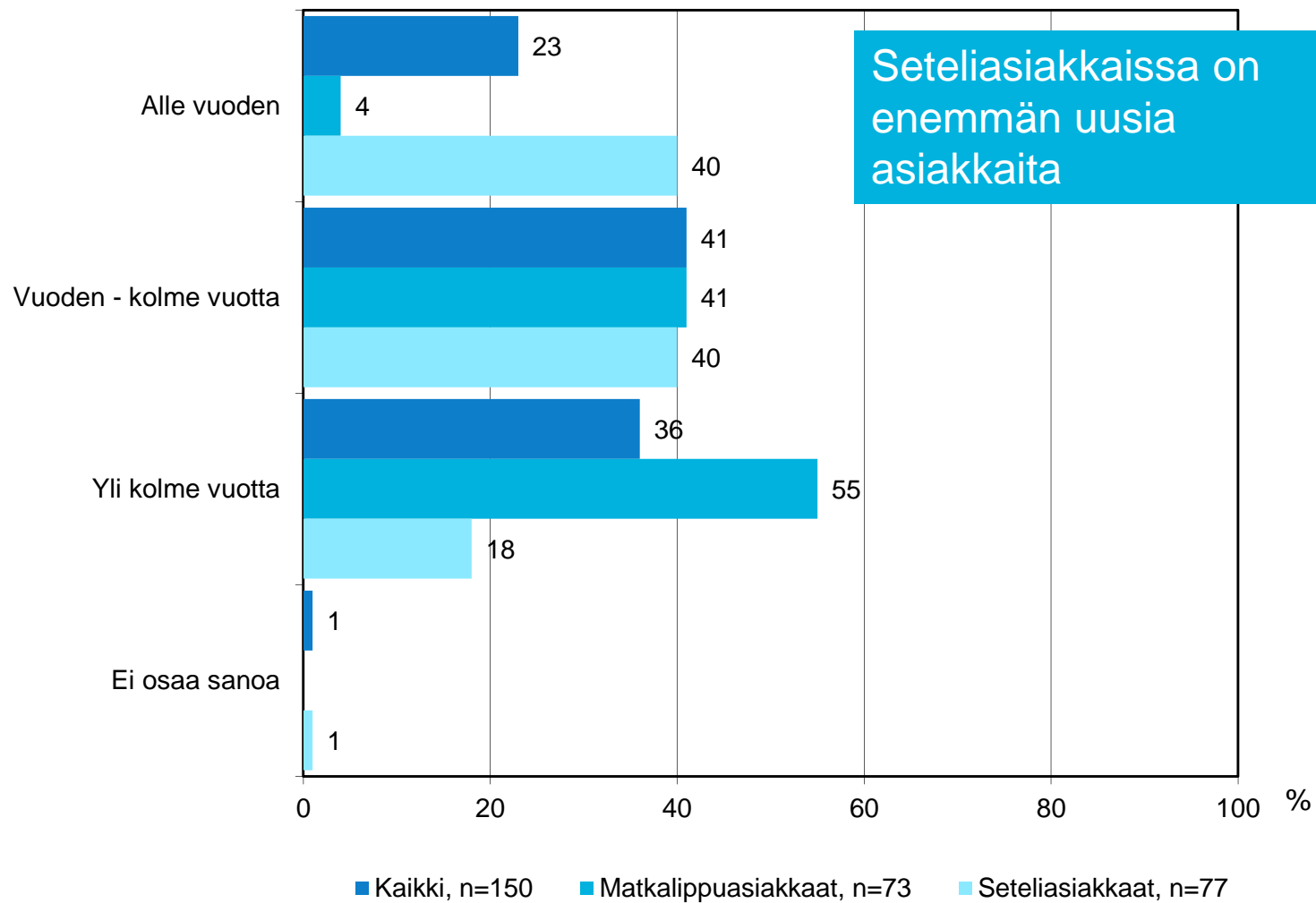
# Miten suuri työsuhdematkalippu tai työsuhdematkaasetelietu tarjotaan työntekijöille?

Kaikki vastaajat, N=150 - asiakkaat



# Miten kauan työsuhdeliput ovat olleet käytössä yrityksessänne?

Kaikki vastaajat, N=150 - asiakkaat

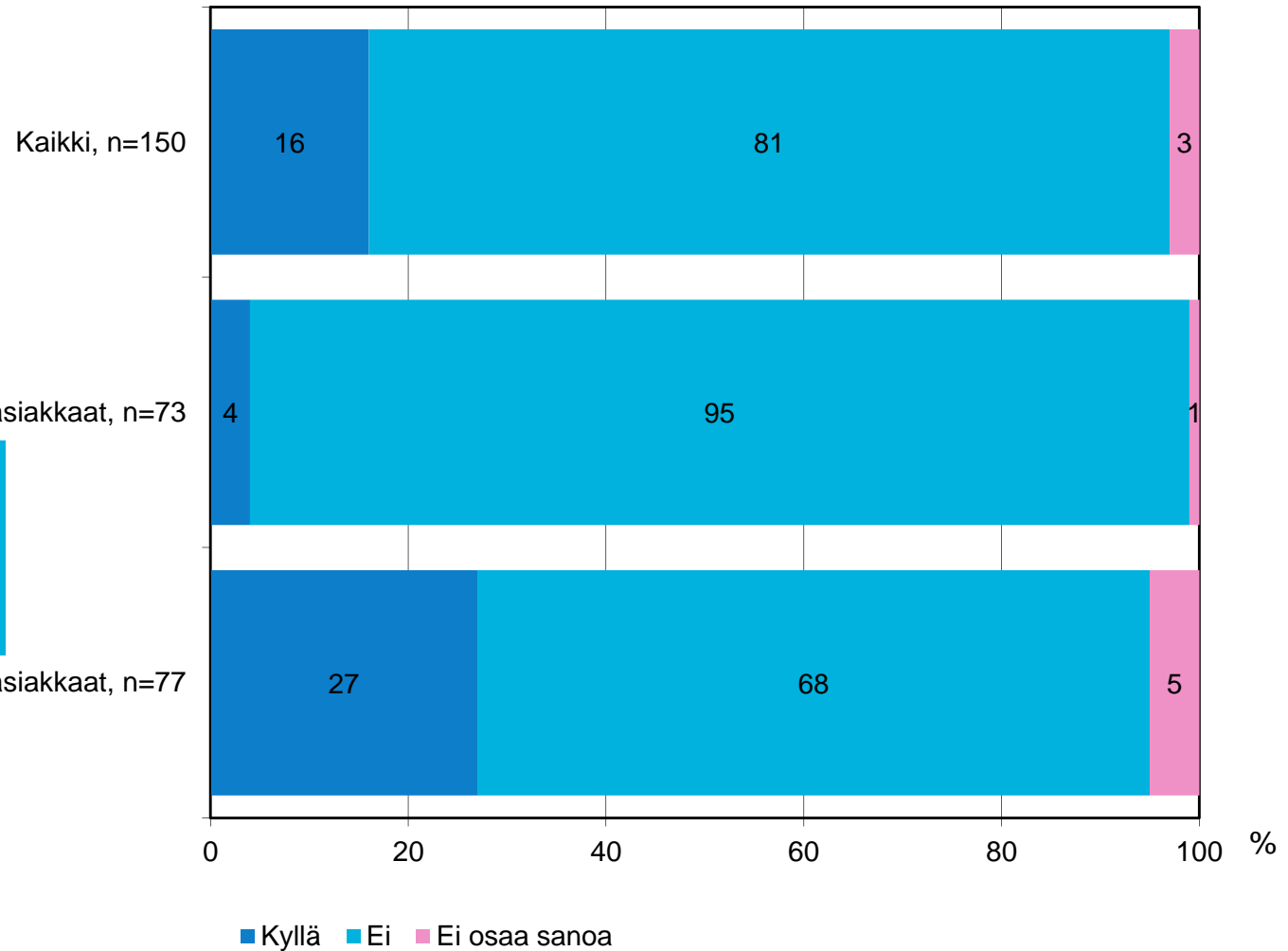


Seteliasiakkaissa on enemmän uusia asiakkaita

# Vaikuttiko verotuksen muuttuminen vuoden 2010 alussa työsuhdelippujen hankkimiseen?

Kaikki vastaajat, N=150 - asiakkaat

Seteliasiakkaissa verotuksen muuttumisella on ollut merkitystä -> uusia asiakkaita

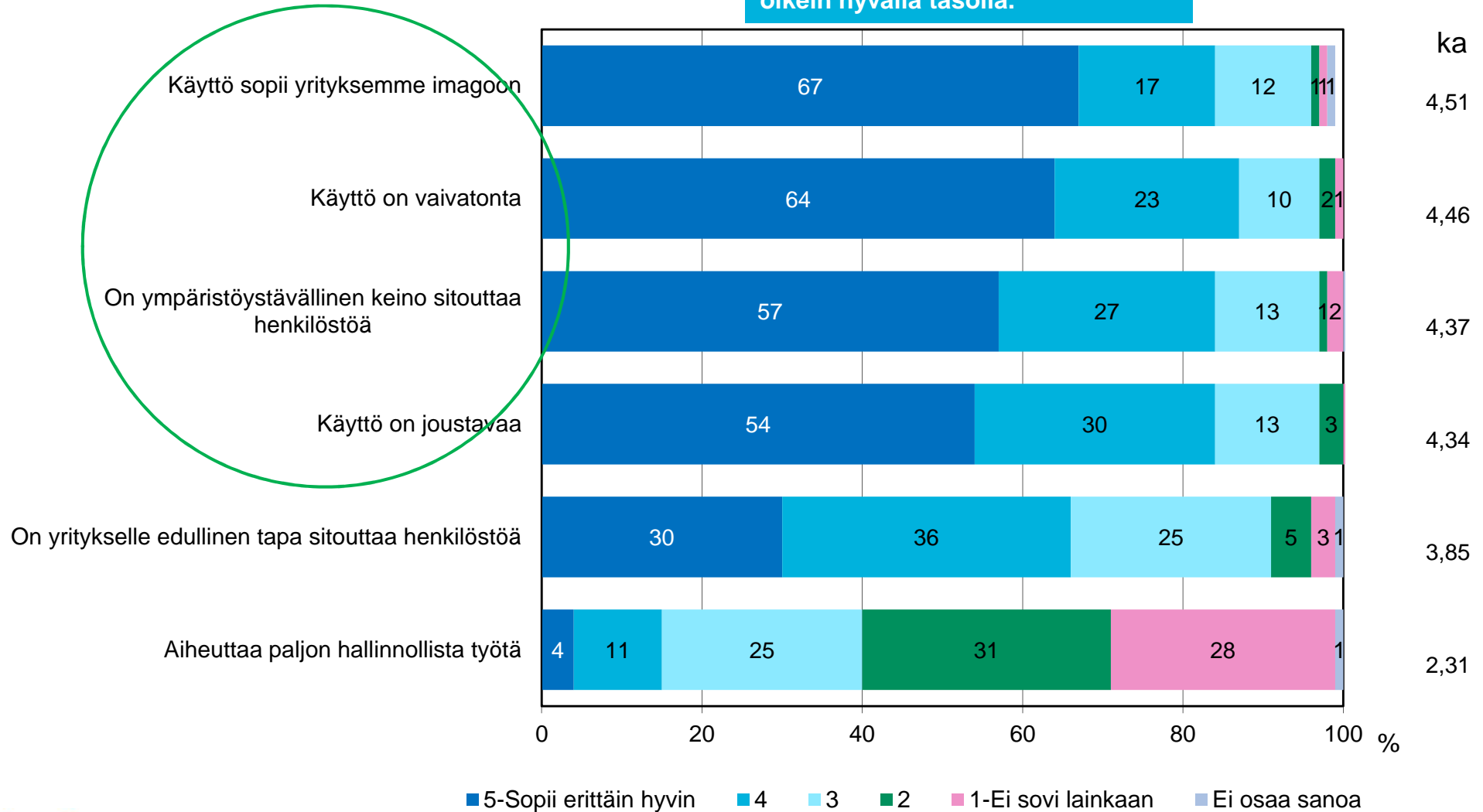




Kuinka hyvin seuraavat asiat sopivat HSL:n työsuhdematkalippujen ja/tai -seteleiden käyttöön yrityksessänne? *Ominaisuudet asteikolla: 1-5*

Kaikki vastaajat, N=150 - asiakkaat

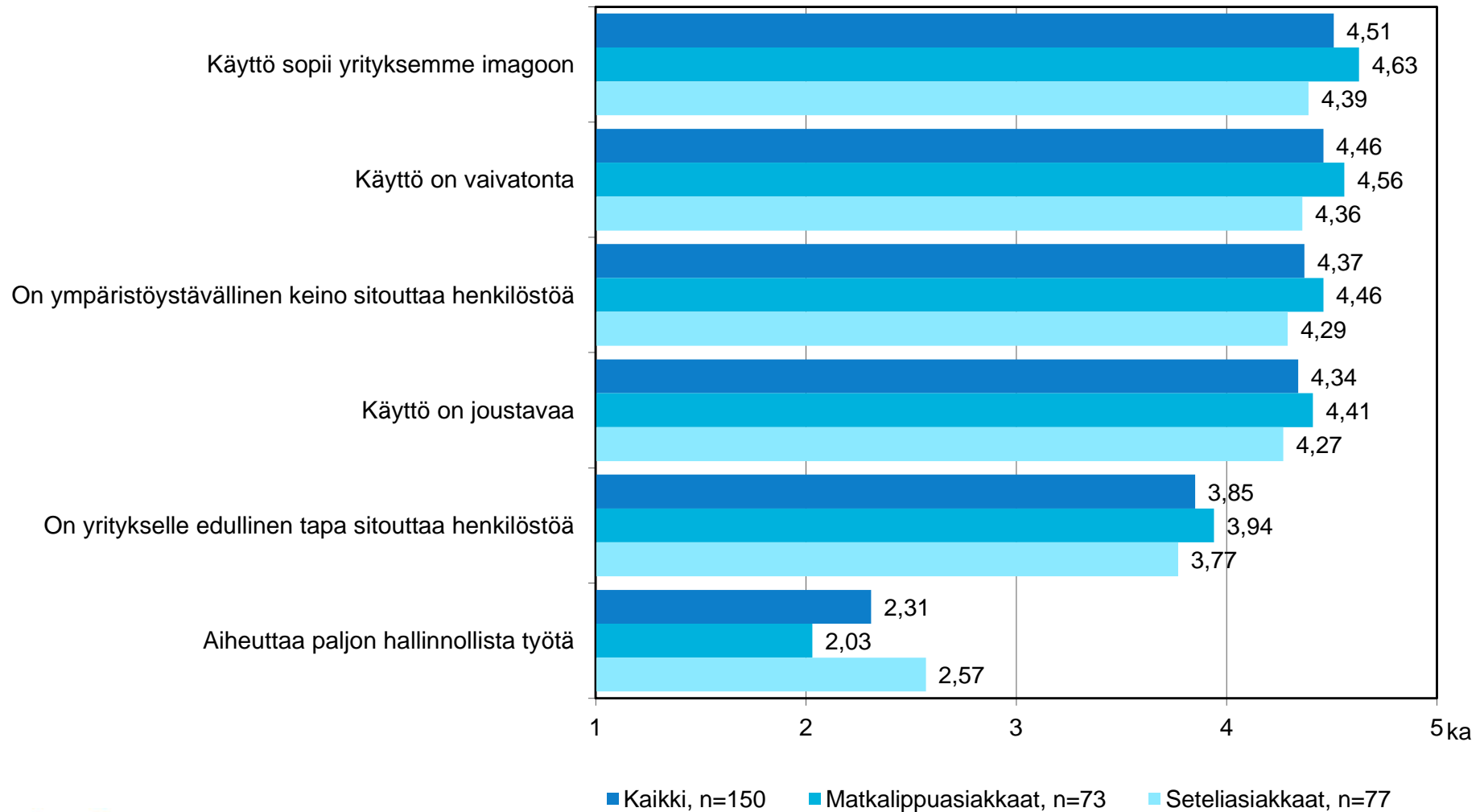
Kaikki muuttujat pl. edullisuus aivan loistavalla tasolla. Edullisuuskin hintamuuttujaksi oikein hyvällä tasolla.



# Kuinka hyvin seuraavat asiat sopivat HSL:n työsuhdematkalippujen ja/tai -seteleiden käyttöön yrityksessänne? *Ominaisuudet asteikolla: 1-5*

Kaikki vastaajat, N=150 - asiakkaat

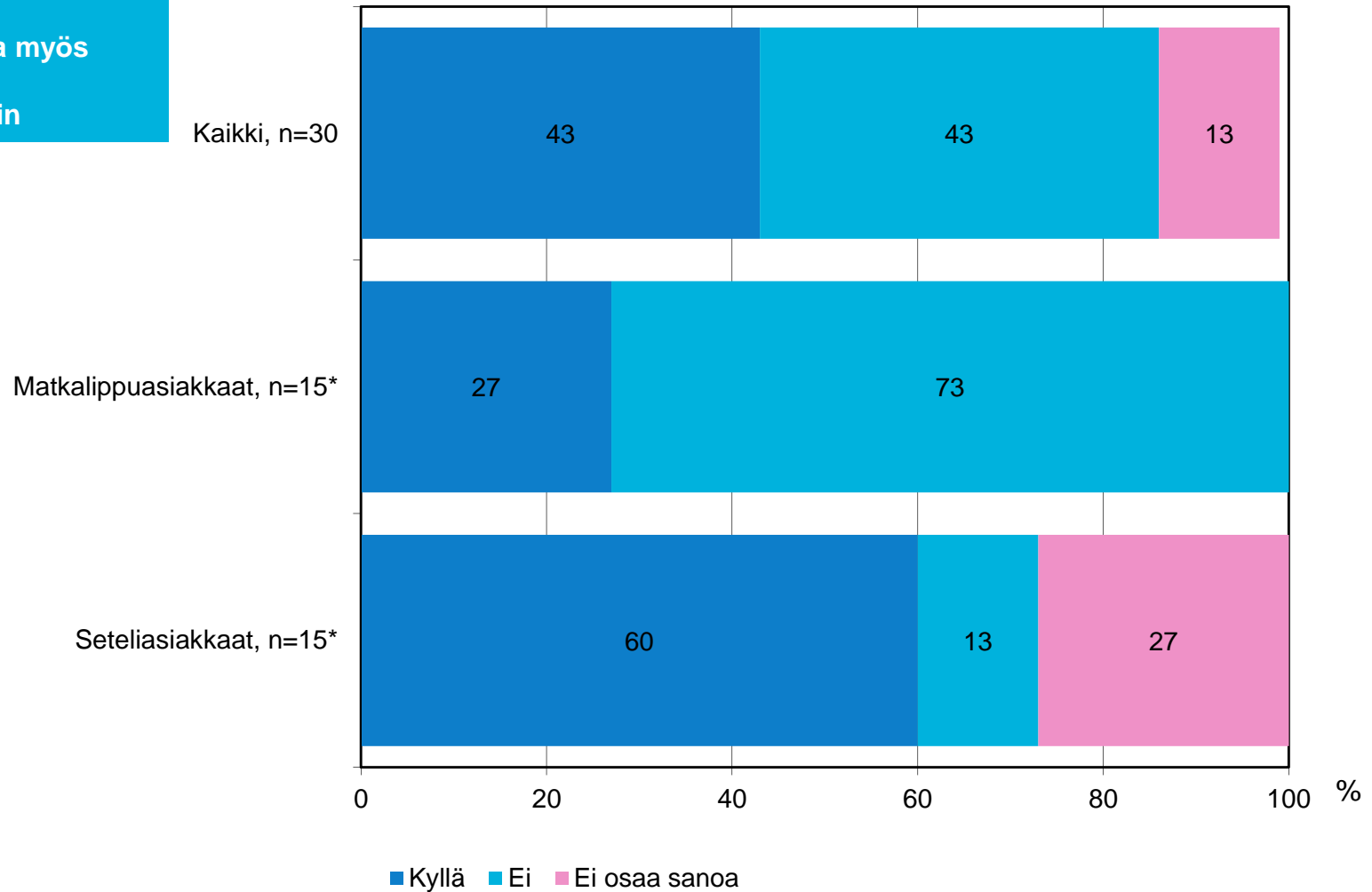
**Matkalippuasiakkaat ovat linjassa hieman positiivisemmalla kannalla**



# Tarjotaanko yrityksessänne työsuhdematkalippuetu myös muissa kuin pääkaupunkiseudun toimipisteissä?

Toimipisteitä myös muualla, N=30 - asiakkaat

Vajaa puolet niistä asiakkaista joilla on toimipiste PKS ulkopuolella tarjoavat työsuhdematkalippuetua myös muissa toimipisteissä, seteliasiakkaat useammin



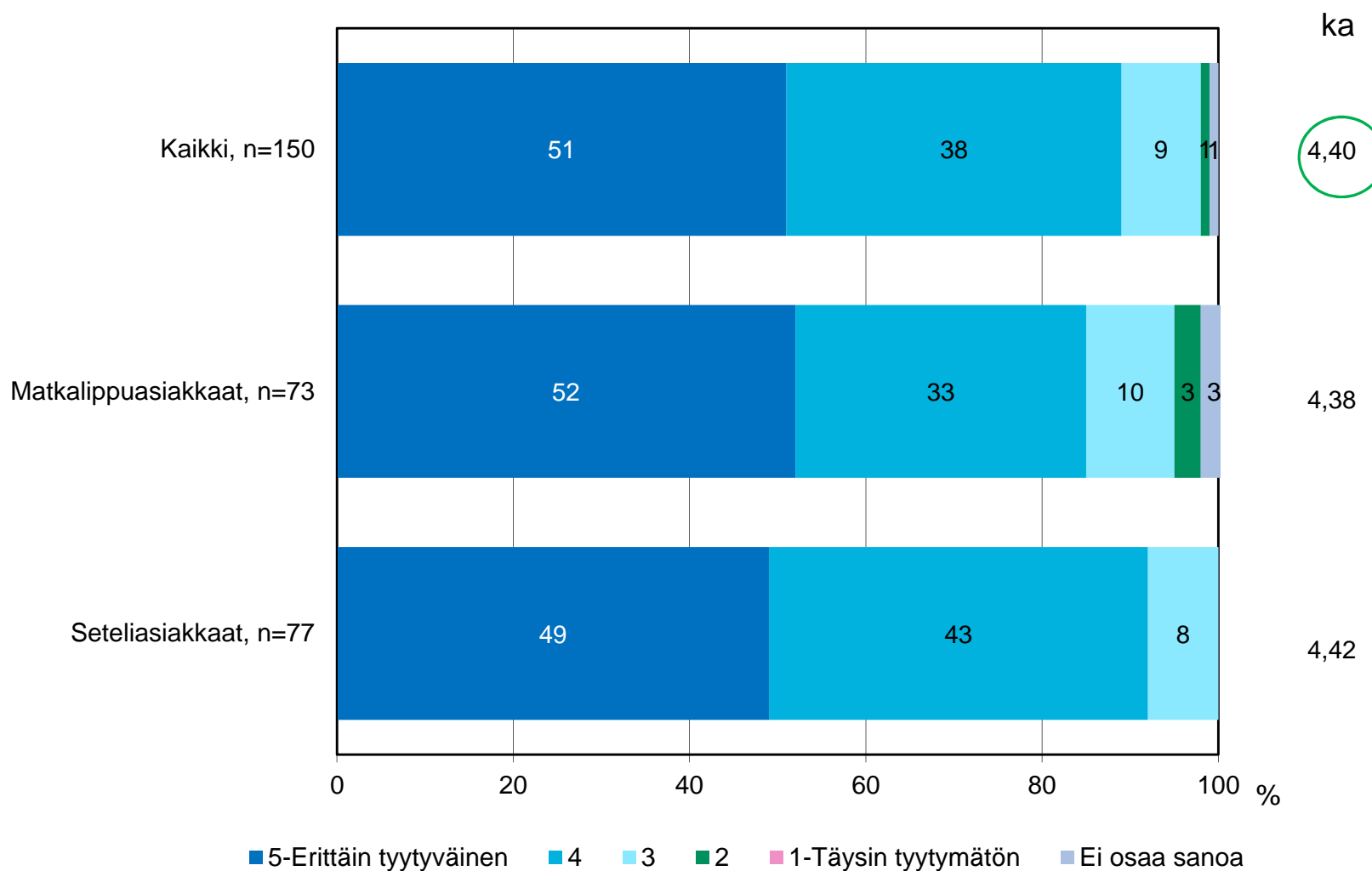
\*) pieni n-luku, tulokset vain suuntaa antavia

Kuinka tyytyväinen olette HSL:n työsuhdematkalippuihin ja/tai –seteleihin yrityksenne kannalta?

Ominaisuudet asteikolla: 1-5

Kaikki vastaajat, N=150 - asiakkaat

Tyytyväisyys HSL:n työsuhdematkalippuihin ja/tai –seteleihin on huippuluokkaa!

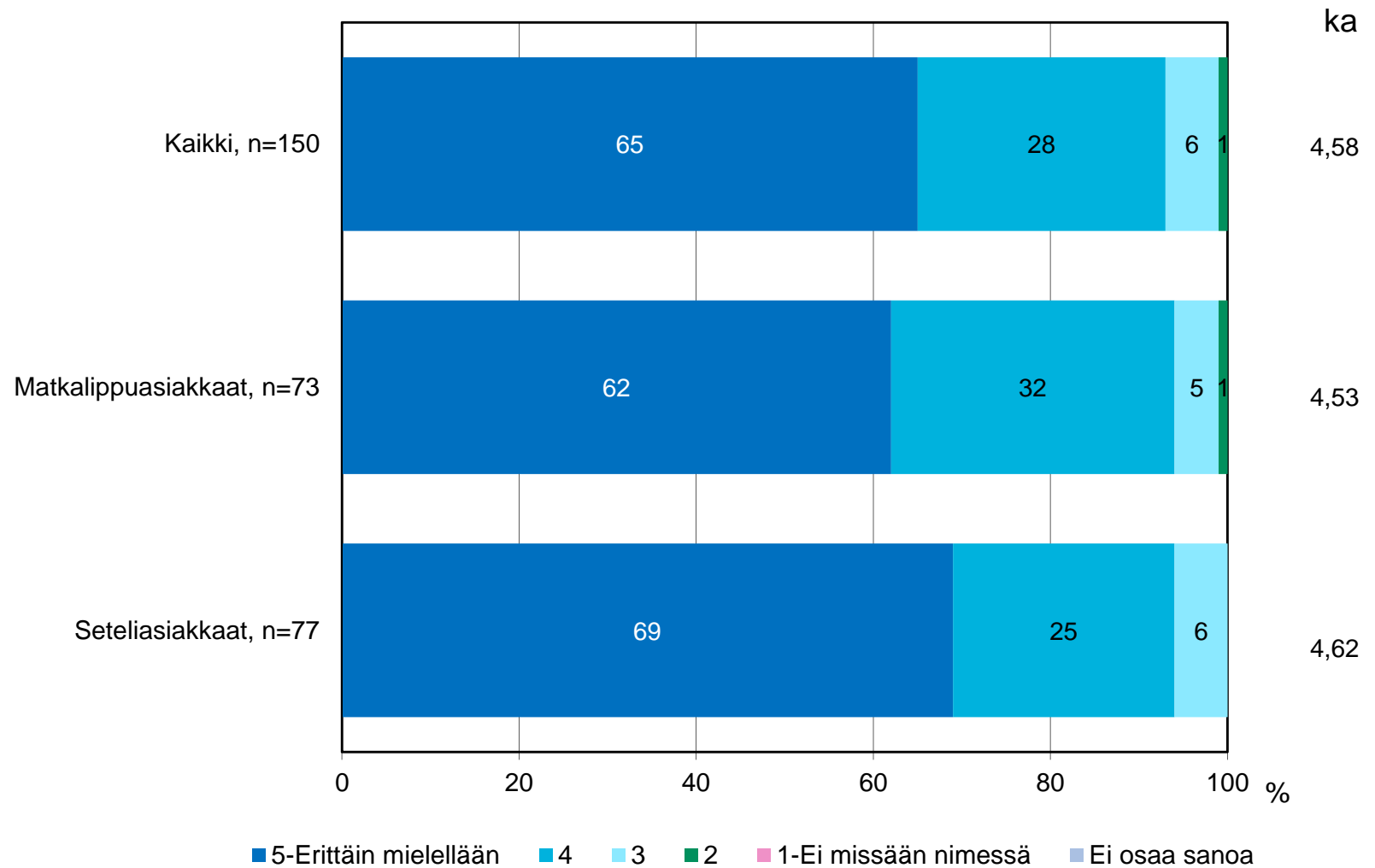


Kuinka todennäköisesti suosittelisitte HSL:n työsuhdematkalippuja ja –seteleitä kollegallenne tai ystävällenne toisessa yrityksessä?

Asteikolla: 1-5

Kaikki vastaajat, N=150 - asiakkaat

Samoin suosittelu on erittäin korkealla tasolla!

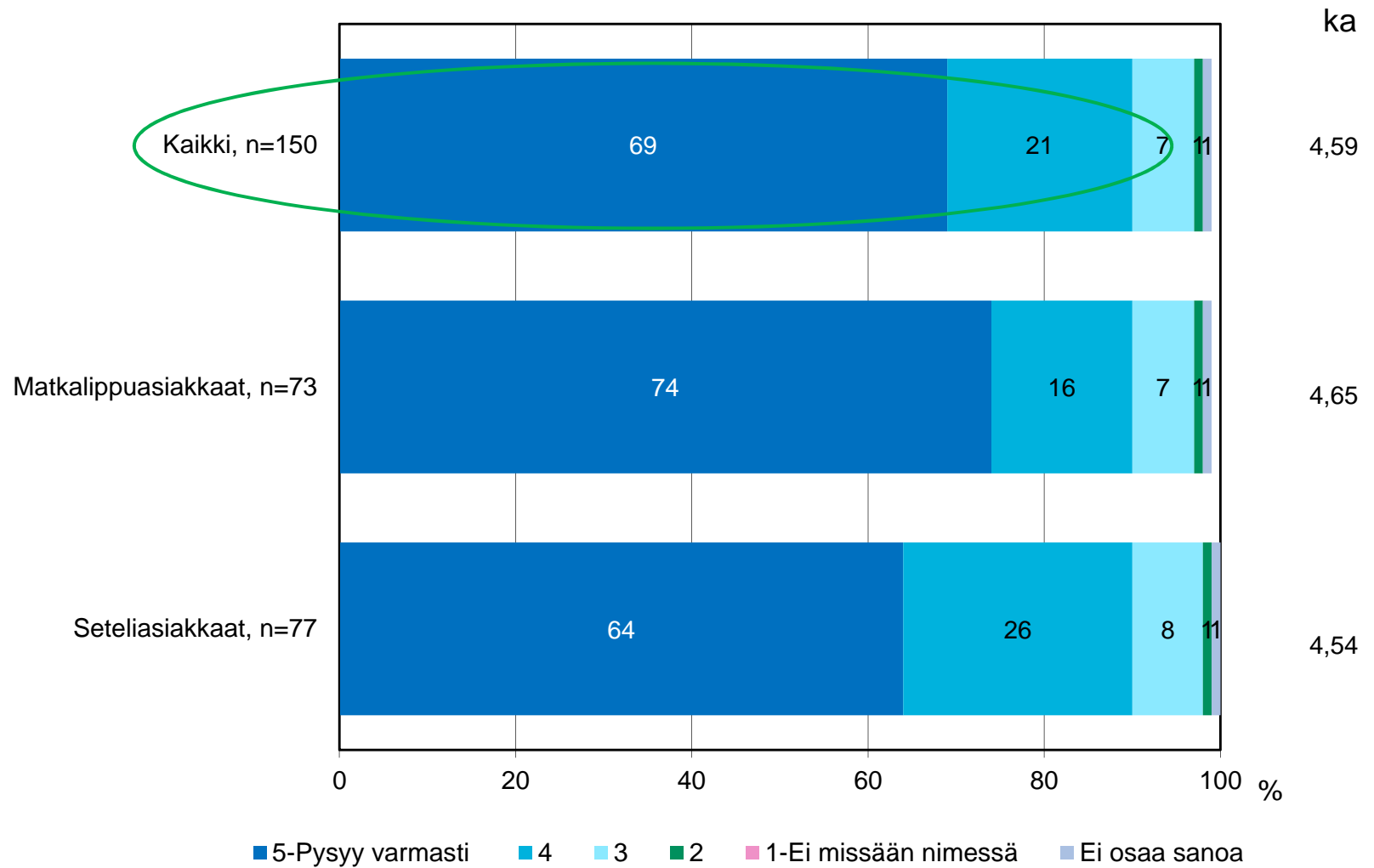


Aikooko yrityksenne jatkossa pysyä HSL:n työsuhdematkalippujen tai –setelien käyttäjänä?

Ominaisuudet asteikolla: 1-5

Kaikki vastaajat, N=150 - asiakkaat

Jatko-ostamisen todennäköisyys on myös huippuluokkaa!

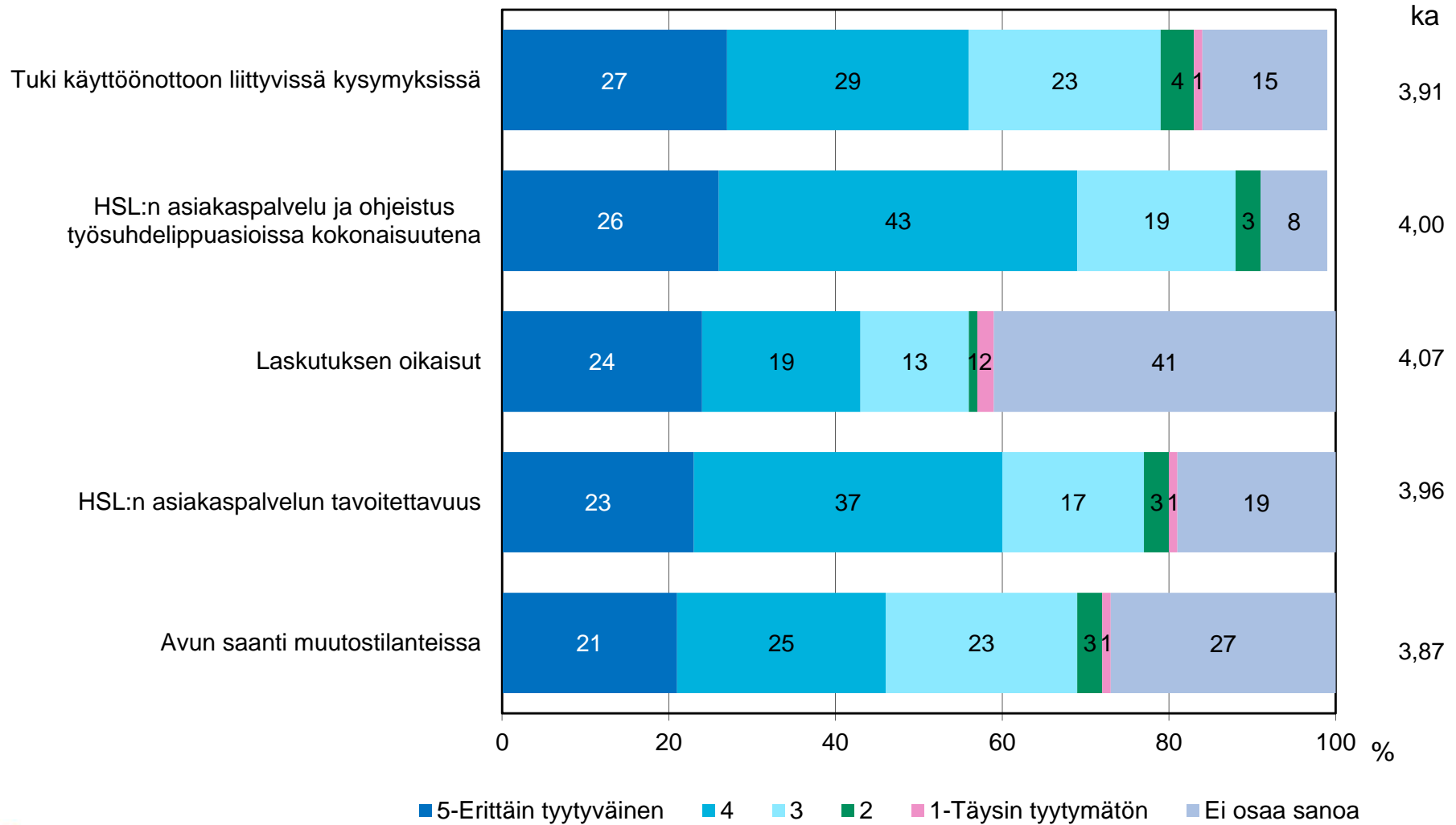


# Tyytyväisyys HSL:n asiakaspalveluun ja ohjeistukseen työsuhdelippuasioissa

Ominaisuudet asteikolla: 1-5

Kaikki vastaajat, N=150 - asiakkaat

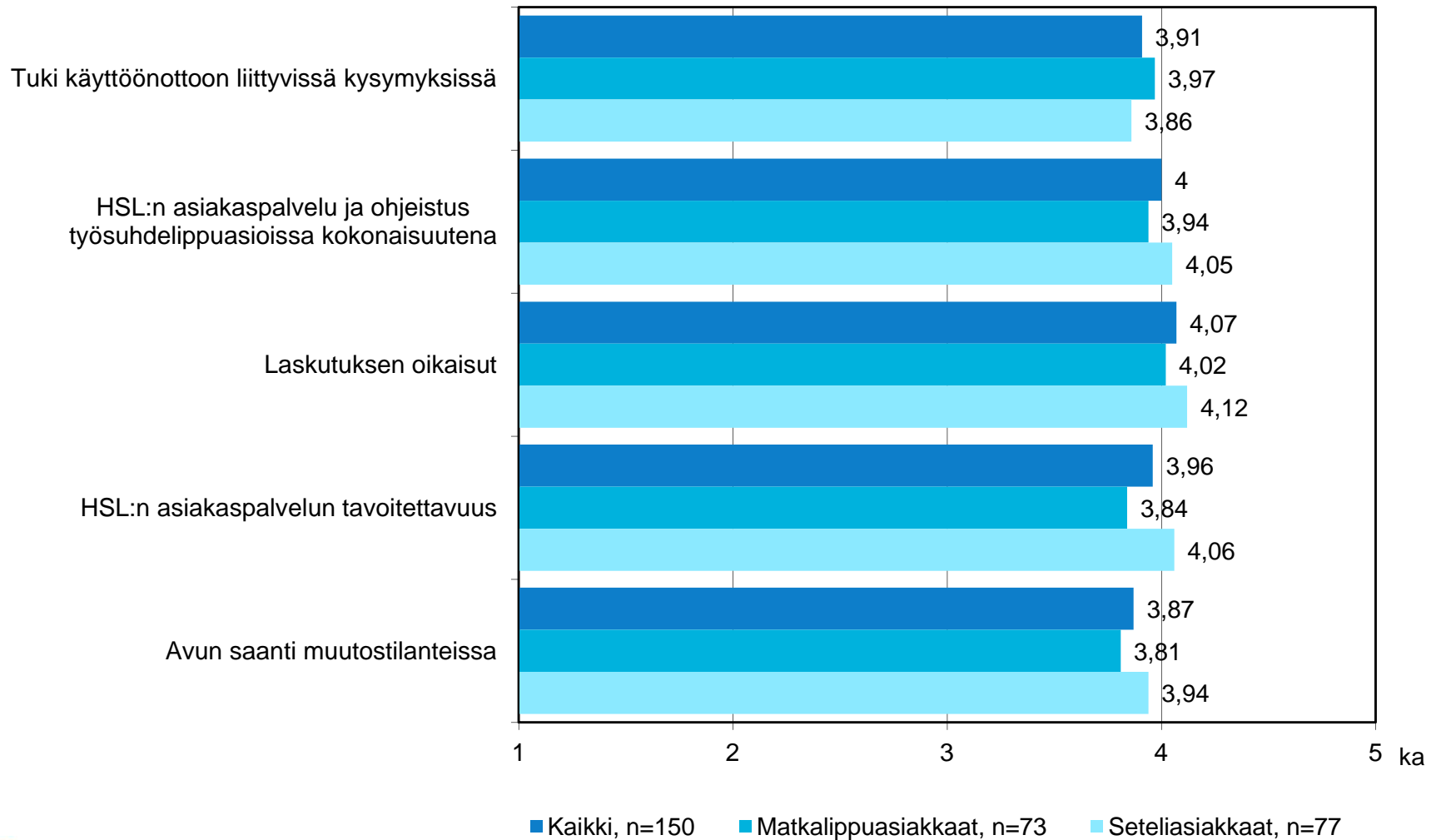
Tyytyväisyys HSL:n asiakaspalveluun on myös erinomaisella tasolla



# Tyytyväisyys HSL:n asiakaspalveluun ja ohjeistukseen työsuhdelippuasioissa

Ominaisuudet asteikolla: 1-5

Kaikki vastaajat, N=150 - asiakkaat

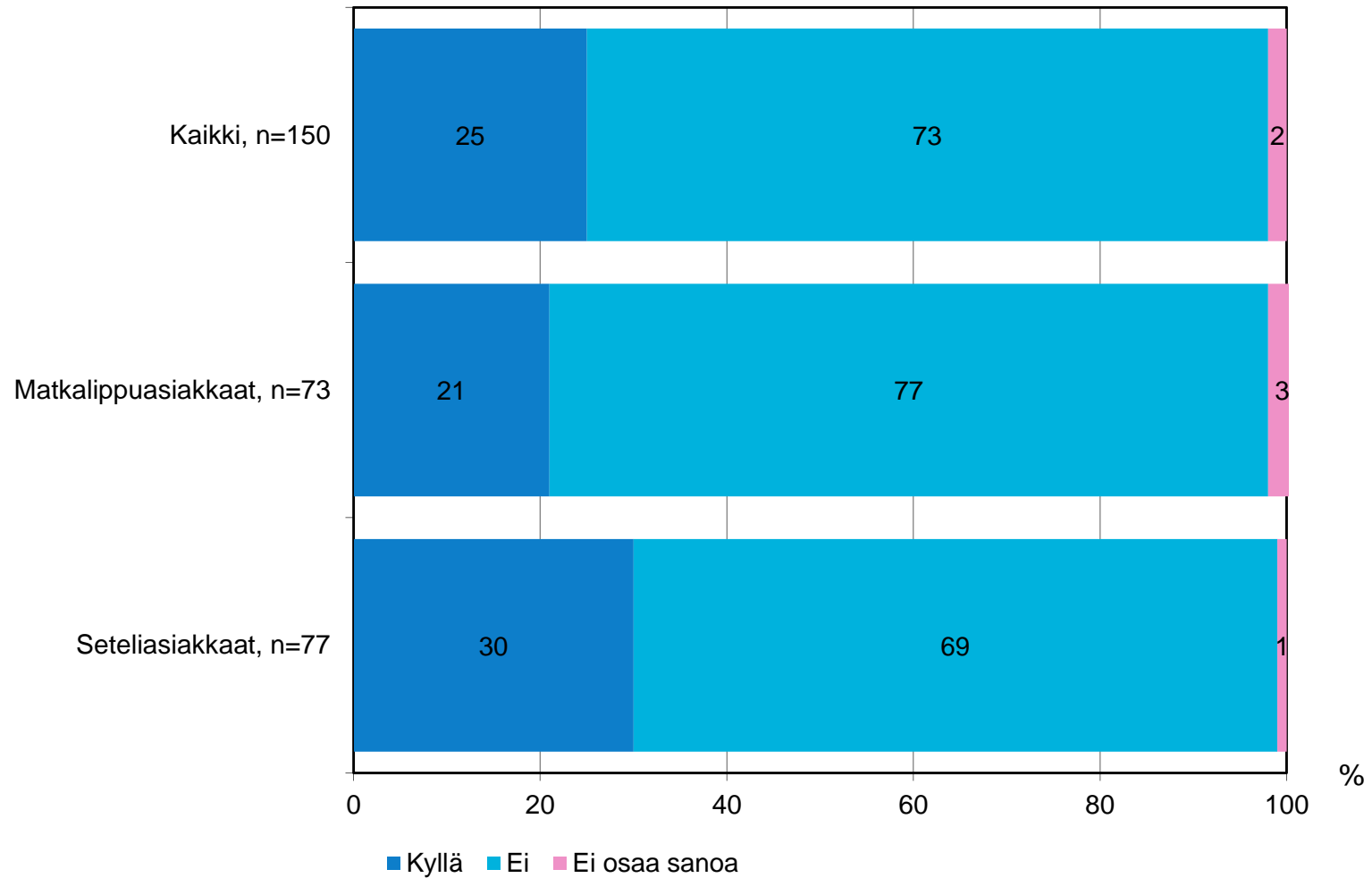




# Onko yrityksenne tehnyt kestävän liikunnan edistämiseksi muita toimenpiteitä kuin työsuhdematkalippuedun tarjoaminen?

Kaikki vastaajat, N=150 - asiakkaat

Joka neljäs asiakas on tehnyt myös muita toimenpiteitä kestävän liikunnan edistämiseksi



# HSL – Työsuhdematkaliput

## Asiakkaat

- Muiden työsuhdematkalippujen (VR, Matkahuolto) päällekkäinen käyttö on vähäistä
- Pääosin työsuhdematkalippu etu lasketaan palkan päälle ja siitä peritään vero summan ylittäessä 300 €
  - Edun arvo on keskimäärin 410 € vuodessa
- Seteliasiakkaissa on enemmän uusia asiakkaita ja tässä ryhmässä verotuksen muuttumisella 2010 alussa on ollut useammin merkitystä päätökseen
- Työsuhdematkalippujen käyttöön liittyvät ratiomuuttajat aivan loistavalla tasolla. Käyttö:
  - on joustavaa
  - sopii yrityksen imagoon
  - on vaivatonta
  - on ympäristöystävällinen tapa sitouttaa henkilöstöä

EIKÄ ole kallista tai liikaa hallinnollista työtä aiheuttavaa



**ASIAKASUSKOLLISUUS KAIKILLA MITTAREILLA  
(KOKONAISTYYTYVÄISYYS, SUOSITTELU JA UUELLEEN  
OSTAMINEN) AIVAN LOISTAVALLA TASOLLA**

# Potentiaali



Helsingin seudun liikenne

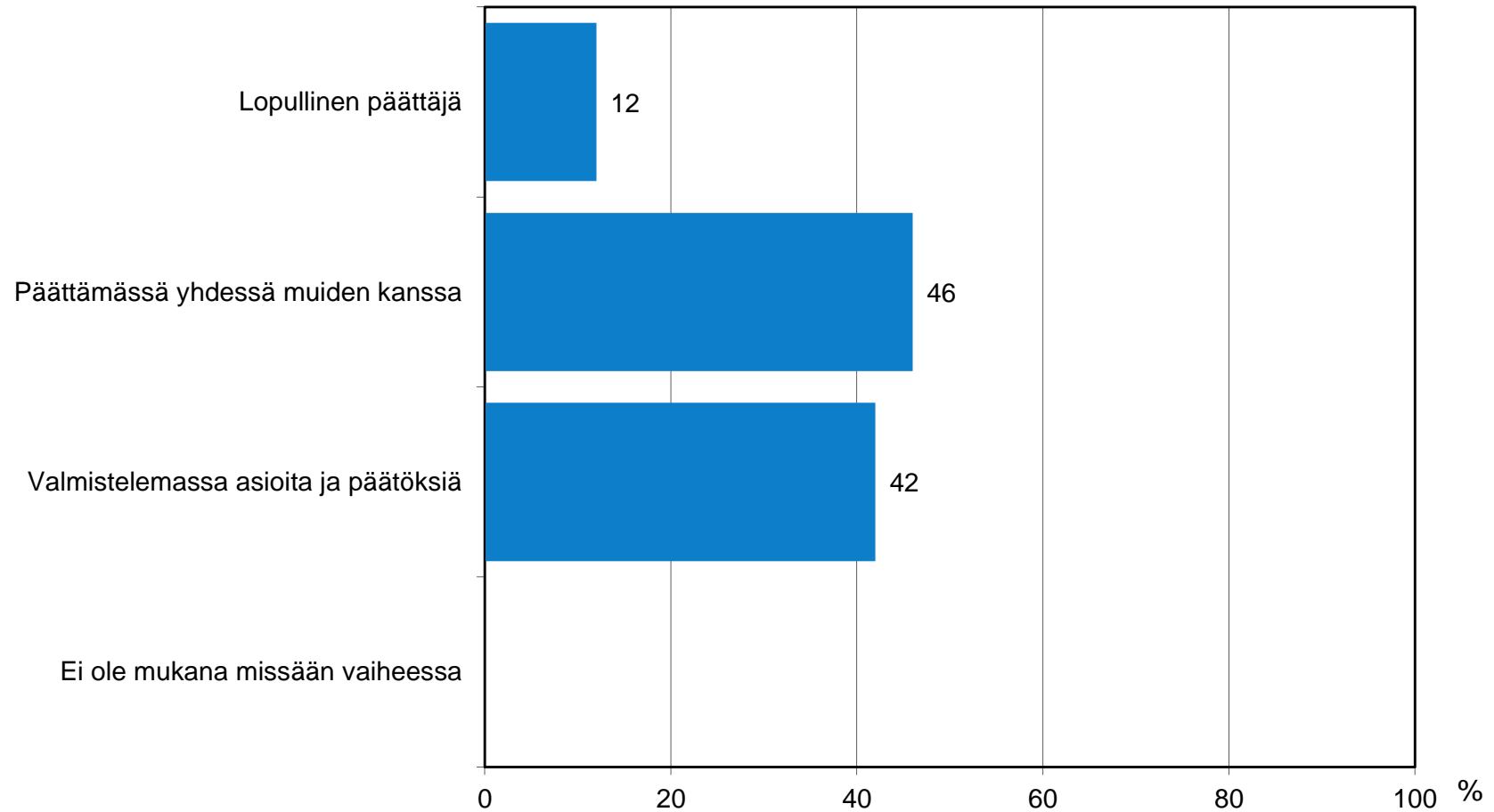
## Aineiston rakenne - potentiaalitutkimus

	KAIKKI
	N=50
<b>SUKUPUOLI</b>	
Nainen	74
Mies	26
<b>IKÄ</b>	
30 vuotta tai alle	6
31-40 vuotta	22
41-50 vuotta	26
50 vuotta tai enemmän	46
<b>ASEMA</b>	
Yrittäjä	2
Ylin johto	28
Keskijohto, osastopäällikkö	20
Muu esimiesasemassa oleva	2
Asiantuntija	36
Muu toimihenkilö	12
<b>TOIMIPAIKAN SIJAINTI</b>	
Helsinki	54
Espoo	12
Vantaa	22
Kauniainen	-
Kerava	2
Kirkkonummi	-
Muu kaupunki tai kunta	10

	KAIKKI
	N=50
<b>TYÖNTEKIJÄMÄÄRÄ</b>	
Alle 5 työntekijää	-
5 - 9 työntekijää	-
10 - 49 työntekijää	-
50 - 99 työntekijää	4
100 - 249 työntekijää	38
250 - 1000 työntekijää	42
Yli 1000 työntekijää	16
<b>YRITYKSEN / ORGANISAATION LIIKEVAIHTO</b>	
Alle miljoona euroa	-
Miljoona – alle 10 miljoonaa euroa	4
10 miljoonaa – alle 50 miljoonaa euroa	28
50 miljoonaa euroa tai yli	48
Ei osaa sanoa	20

## Vastaajan rooli työsuhde-etuihin liittyvässä päätöksenteossa

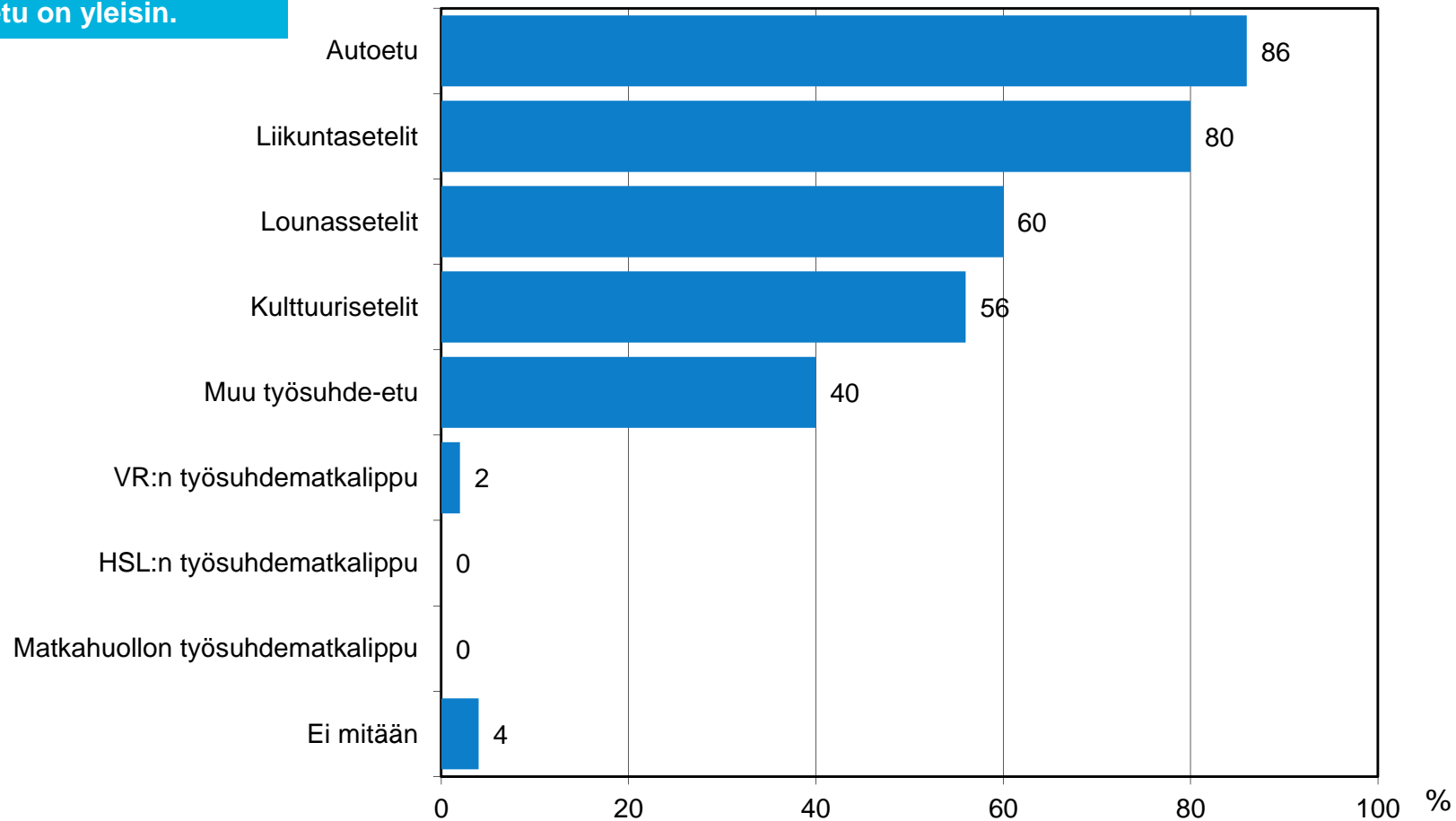
Kaikki vastaajat, N=50



# Mitä seuraavista yrityksessänne tai toimipaikassanne on käytössä?

Kaikki vastaajat, N=50

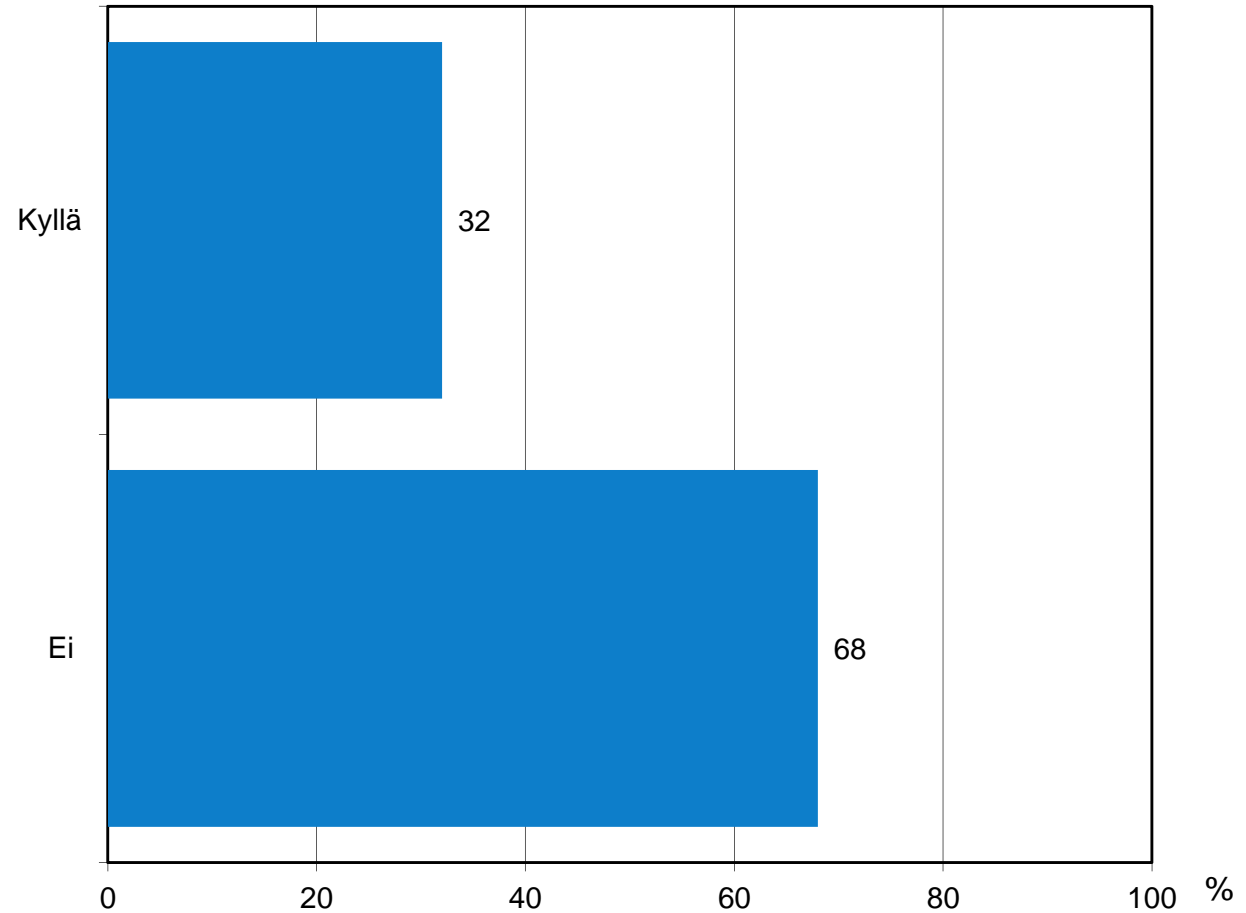
Potentiaalisissa asiakkaissa on monipuolisesti erilaisia etuja käytössä, autoetu on yleisin.



# Onko yrityksessänne harkittu HSL:n työsuhdematkalippujen käyttöönottoa?

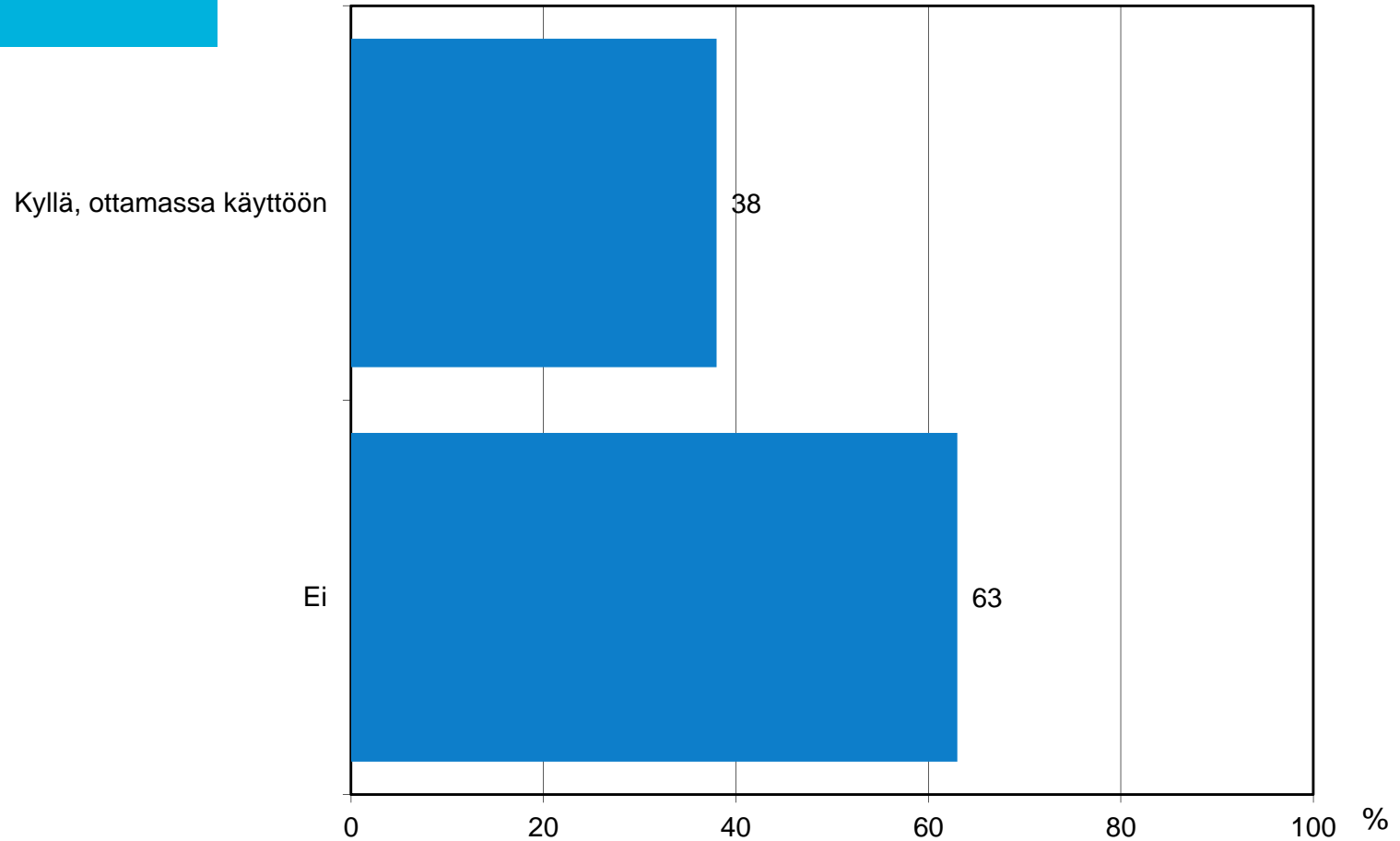
Yrityksessä ei ole käytössä HSL:n työsuhdematkalippuja, N=50

Potentiaalisissa asiakkaisissa kolmannes on harkinnut HSL:n työsuhdematkalippujen käyttöönottoa



# Oletteko ottamassa HSL:n työsuhdematkaliput käyttöön, onko hankintaprosessi kesken? On harkittu työsuhdematkalippuja, N=16\*

Harkitsevista yrityksistä reilu kolmannes on ottamassa lippuja käyttöön, NETTO 12 % koko kohdejoukosta.

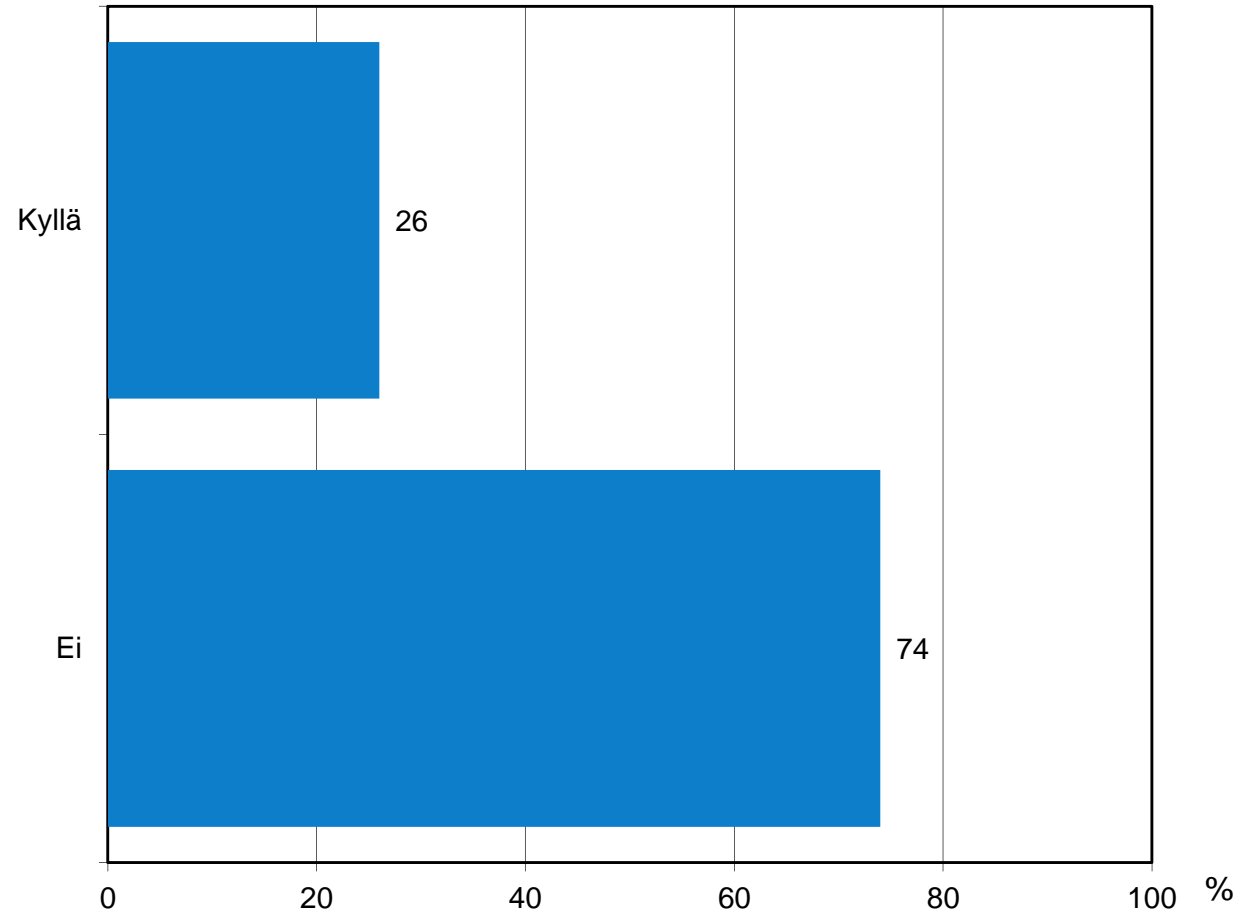




# Onko yrityksenne henkilöstö toivonut HSL:n työsuhdematkalippujen käyttämistä?

Kaikki, N=50

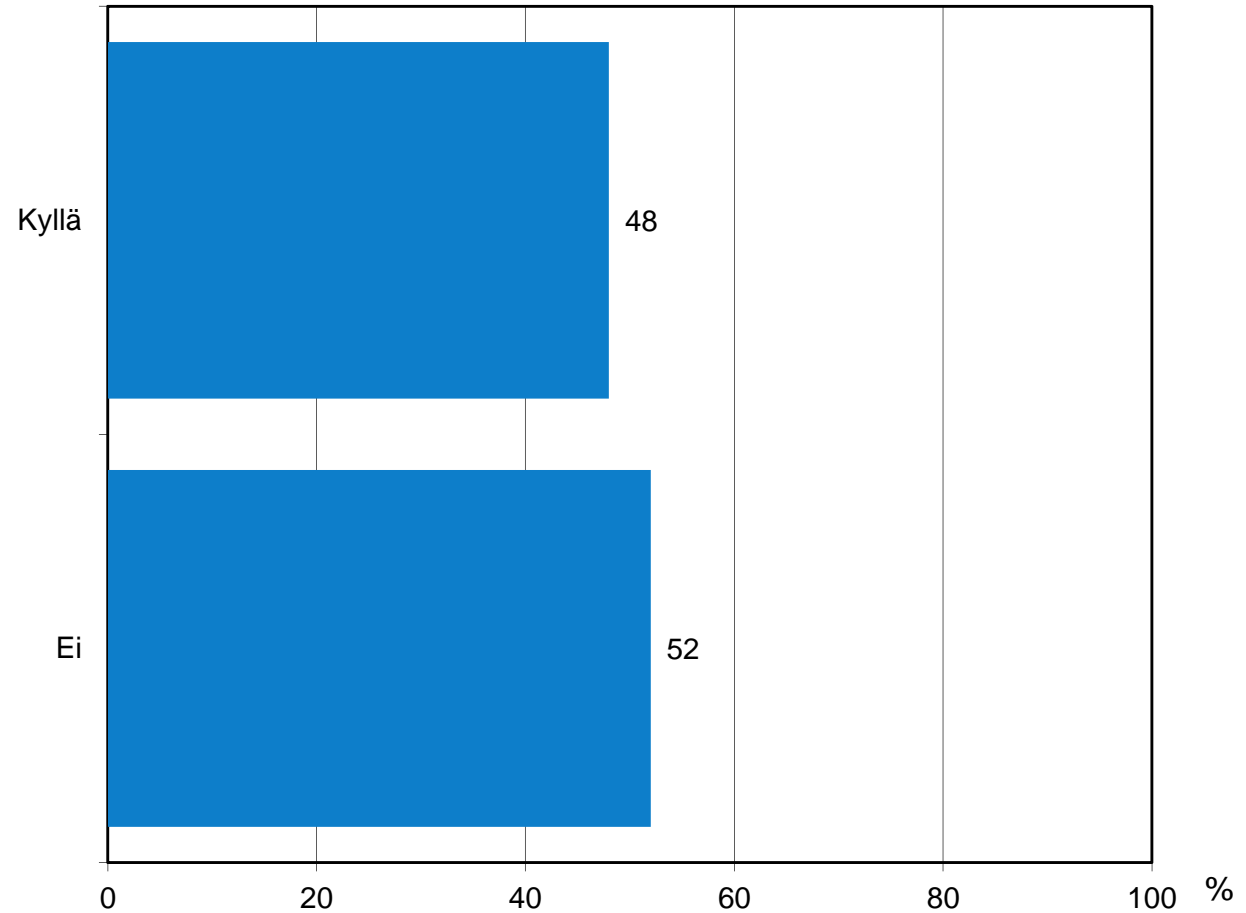
Potentiaalisissa asiakkaisissa neljännes on sellaisia, joissa henkilöstö on toivonut HSL:n työsuhdematkalippujen käyttöönottoa



# Tiesittekö että työsuhdelipun verotus muuttui vuoden 2010 alussa?

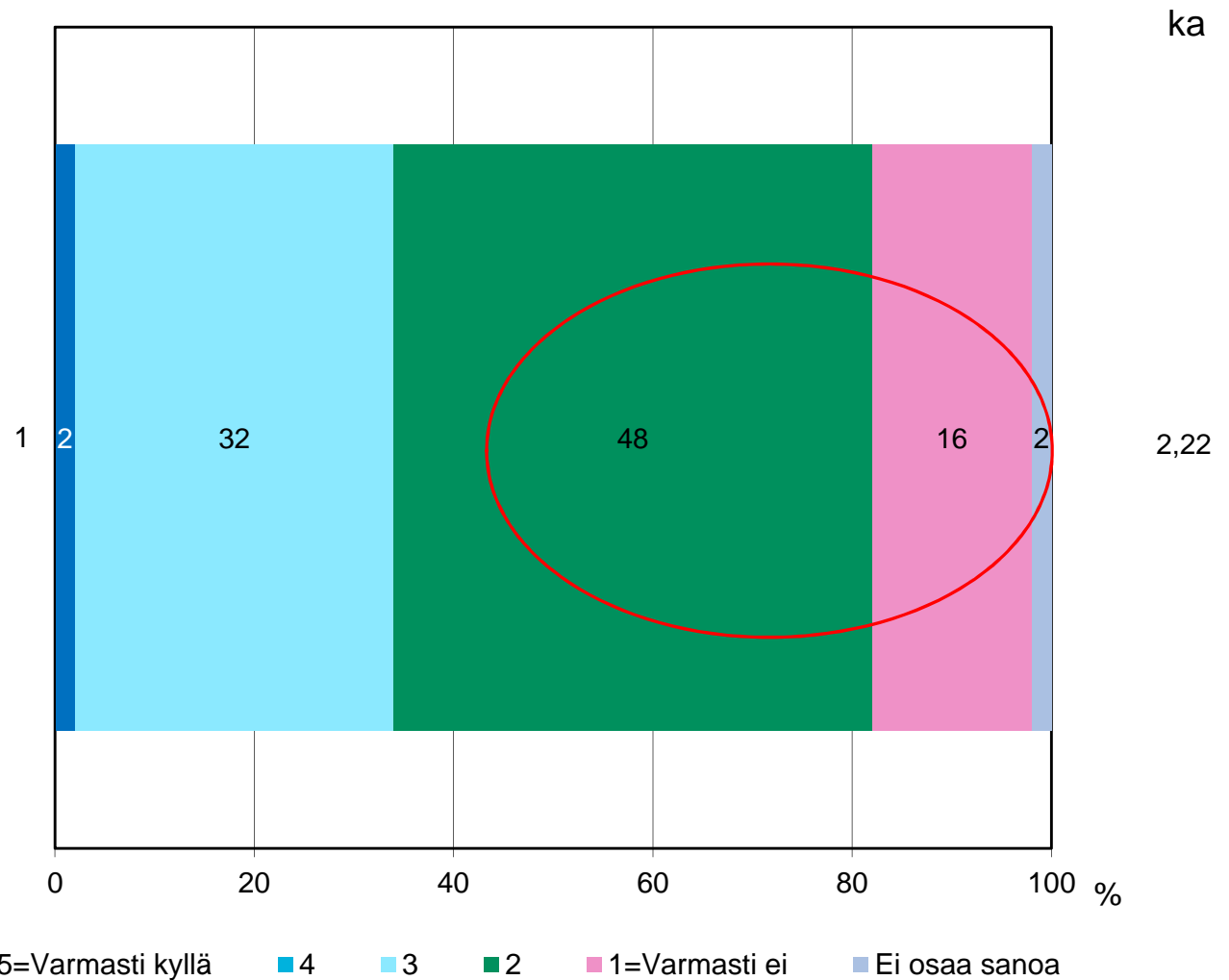
Kaikki, N=50

Tietoisuus verotuksen muuttumisesta 2010 alussa on suhteellisen korkealla tasolla – puolet on asiasta tietoisia.



# Aikooko yrityksenne jatkossa tarjota henkilöstölle työsuhde-etuna HSL:n työsuhdematkalippuja? Kaikki vastaajat, N=50

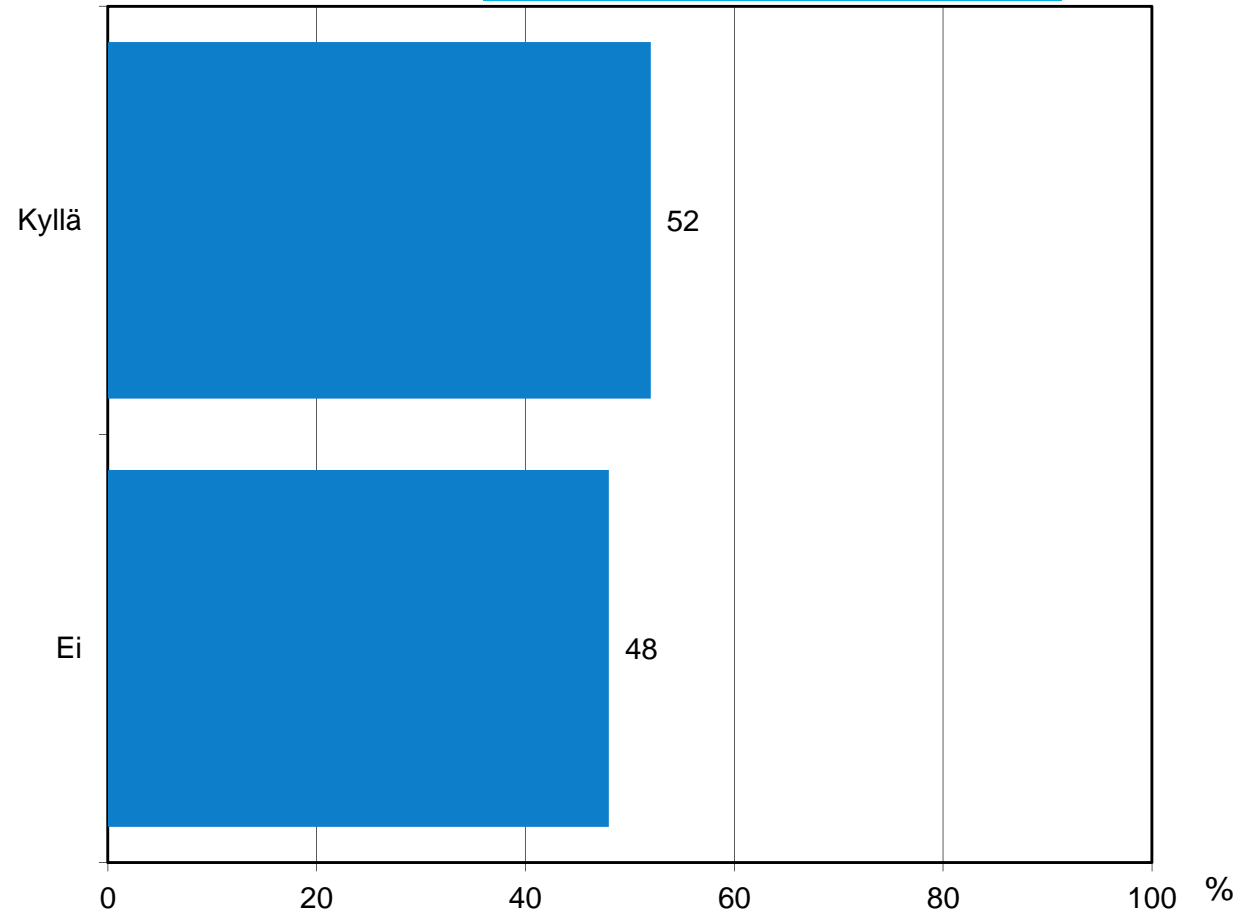
64 % potentiaalista on sellaista, joiden asiakkaisiksi saaminen voi olla suhteellisen hankalaa tai jopa mahdotonta.



Onko yrityksenne tehnyt kestävä liikunnan edistämiseksi muita toimenpiteitä kuin työsuhdematkalippuedun tarjoaminen?

Kaikki vastaajat, N=50

Puolet potentiaalista on tehnyt muita toimenpiteitä kestävä liikunnan edistämiseksi



# HSL – Työsuhdematkaliput

## Potentiaali

- Muiden työsuhde-etujen tarjoaminen on yleistä, autoetu on yleisin tarjolla oleva etu.
- Potentiaalisissa asiakkaissa kolmannes on harkinnut HSL:n työsuhdematkalippujen käyttöönottoa.
- Harkitsevista yrityksistä reilu kolmannes on ottamassa lippuja käyttöön, NETTO 12 % koko kohdejoukosta.
- Potentiaalisissa asiakkaissa neljännes on sellaisia, joissa henkilöstö on toivonut HSL:n työsuhdematkalippujen käyttöönottoa.
- Tietoisuus verotuksen muuttumisesta 2010 alussa on suhteellisen korkealla tasolla – puolet on asiasta tietoisia.
- 64 % potentiaalista on sellaista, joiden asiakkaiksi saaminen voi olla suhteellisen hankalaa tai jopa mahdotonta – 35 % on relevanttia potentiaalia.