

TIEDOTE 30.8.2022

Suomen Hiusryttäjä ry, Promise Helsinki Oy

Laaja tutkimus julki: Suomalaiset uskoutuvat kampaajilleen henkilökohtaisimmistakin asioista

Kampaajakäynnissä on kyse huomattavasti moniulotteisemmasta asiasta kuin hiusten lyhentämisestä. Suomalaiset uskoutuvat parturi-kampaajilleen ja kunnioittavat heidän osaamistaan, selviää vasta julkaistusta Suomen laajimmasta parturi-kampaajien työtä käsittelevästä tutkimuksesta.

Tutkimuslöydöt tiivistettynä:

1. Keskivertosuomalainen käy parturi-kampaamossa noin joka toinen kuukausi.
2. Peräti 85 % suomalaisista käy pääsääntöisesti aina samassa parturi-kampaamossa.
3. Parturi-kampaaja on henkilökohtaisten keskusteluiden määrällä mitattuna ylivoimaisesti Suomen sosiaalisin ammatti sekä asiakkaiden että kampaajien oman arvion mukaan. Seuraavina listalla ovat opettaja ja hoitoalan ammatit.
4. Henkilökohtaisuuden vuoksi kampaajia kunnioitetaan. Kun monessa palveluammattissa asiakkaiden huono käyttäytyminen on jopa päivittäistä, useimmilla kampaajilla huonosti käyttäytyviä asiakkaita ei käy ensimmäistäkään koko vuoden aikana.
5. Lähes kaikille kampaajille syntyy kaupallisia kaveruussuhteita vuosien mittaan. Parturi-kampaajat arvioivat myös, että keskustelukemiat vaikuttavat asiakassuhteiden syntyyn paljon enemmän, kuin asiakkaat haluavat myöntää.
6. Noin joka viides asiakas puhuu käynneillään hyvin henkilökohtaisista asioista, kuten ihmissuhteista, seksistä, sairauksista ja muista syvimmistä murheistaan. Osa haluaa kampaajan neuvoja ja kannanottoja hyvinkin vakaviin aiheisiin.
7. Kaveruusmaisen ja kunnioittavan suhteen nurjana puolena suuri osa asiakkaista ei anna palautetta, kun on tyytymätön, vaan asian vaistoaminen ja käsittely jää kampaajan vastuulle.
8. Kampaajan yleisin asiakassuhteen päättymiseen johtava virhe on puhua liian vähän hiuksista ja antaa liian vähän hiustenhoitoon liittyviä vinkkejä ja uusia hiusideoita.
9. Miehistä neljä viidestä on lyhythiuksisia, ja parturikäynnit ovat lyhyitä. He sitoutuvat parturiinsa sujuvana käyntipaikkana ja toimivana rutiinina.
10. Kolme neljästä naisesta arvioi hiuksensa vähintään puolipitkiksi, ja kampaamokäynnit kestävät tyypillisesti yli tunnin. Naiset hakevat kampaajasta ensisijaisesti omien hiustensa erityisasiantuntijaa ja luottokumppania.

11. Yli 80 % suomalaisista asiakkaista arvostaa suomalaisten kampaajien ammattitaidon hyvin korkealle, ja kampaajat ovat omasta ammattitaidostaan yhtä lailla ylpeitä.
12. Valtaosa asiakkaista ja kampaajista kuitenkin arvioi, että kampaajan työtä tunnetaan varsin huonosti, eikä ammatin yleinen arvostus ole kovin korkea. Kampaajan tyypillisin palkkataso on noin 2.000 euroa kuukaudessa
13. Kampaajat pitävät oman työnsä parhaana puolena sitä, että näkee oman työnsä tuloksen, ja asiakkaan ilahtumisen. Työ on vaihtelevaa, ilahduttavaa ja luovaa käsityötä, ja sen ohessa voi kuunnella ihmisiä niin hyvinä kuin huonoinakin hetkinä. Asiakas lähtee kampaamosta usein virkistyneenä ja itseluottavaisena, kun on saanut hiuksensa ryhtiin.
14. Asiakkaiden ilahduttamisen vastapainoksi, parturi-kampaajan työ on sekä fyysisesti että psyykkisesti melko raskasta, ja vaatii palautumista. Asiakkaan kokonaisvaltainen palvelu on intensiivistä ja henkisesti kuluttavaa. Noin joka viides asiakas, joka haluaa olla pääosin hiljaa käynnin aikana, tarjoaa usein tarpeellisen mahdollisuuden rauhoittumiseen.
15. Parturi-kampaaja on usein yhtä aikaa hiusammattilainen, yrittäjä, psykologi, siivoaja, talonmies, ja markkinoinnin someosaaja. Mitä paremmin parturi-kampaajan ammatin tuntee, sen enemmän sitä yleensä osaa arvostaa.

Tausta:

Promise Helsinki teetti keväällä 2022 tutkimuksen suomalaisten ja parturi-kampaajien välisistä asiakassuhteista. Kysymyksiin vastasi väestöedustavalla näytteellä tuhat työkäistä suomalaista ja sata parturi-kampaajaa, tutkimuksen tiedonkeruussa avusti Norstat.

Suomessa on noin 13.000 kampaamo -ammattilaisista, ja heistä noin 10.000 yrittäjiä.

Tutkimuksen toimeksiantajana on hiustenhoitotuotteiden valmistuksen 2022 aloittanut Promise Helsinki.

Promise Helsinki on jakanut tutkimuksen tulokset Suomen Hiusyrittäjille ja parturi-kampaamoille tiedoksi ja vertailupohjaksi omien kokemusten ja asiakastyytyvyyden peilaamiseen.

Tutkimuksessa on asiasta kiinnostuneille tarjolla numeroiden ohella laaja määrä asiakkaiden ja parturi-kampaajien omasanaisia vastauksia ja kuvauksia palvelukohtaisista, keskustelunaiheista ja työstä.

Tuloksia on analysoitu, tulkittu ja peilattu yhdessä hiusammattilaisten kanssa. ja aiheesta aiemmin kerättyä tietoa vasten.

Lisätietoja:

Markku Hakala, toimitusjohtaja, Promise Helsinki, puhelin 040 0712412

Marja Pahkala, toiminnanjohtaja, Suomen Hiusyrittäjät ry, puhelin 044 774 6103

Kari Tervonen, tutkimuksen toteuttaja, Omnicom Media Group, puhelin 050 437 0677

Promise Helsinki on kampaamoalan robin hood, uusi suomalainen yritys, joka haluaa palauttaa hiustenhoitotuotteiden myynnin sinne, missä niiden päälle jotain ymmärretään eli kampaamoihin. Yrityksen motto kuuluu: Osta maito maitokaupasta ja shampoo kampaajalta. Promisehelsinki.fi