



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Markkinointi	Päivämäärä	27.10.2008
Tekijä(t)	Mika Rekola	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	75
Otsikko	Luksuksen maku, kuluttajien näkemykset luksuksesta		
Ohjaaja(t)	Ulla Hakala, Helena Rusanen		

Tiivistelmä

Tutkimuksen tarkoituksena on määritellä lukijalle luksustuotteen ja –palvelun peruspiirteet, sekä selvittää miksi luksusta tavoitellaan. Luksustuotteenä käytetään tutkimuksessa pääasiallisesti luksusautoja. Tutkimuksen tarkoitus jakautuu seuraaviin osaongelmiin: miten luksus tuodaan kuluttajien ulottuville, mitä kuluttaja odottaa luksuksen markkinoinnilta koskien erityisesti luksusautoja ja miten asiakkaiden odotukset tulisi ottaa huomioon luksustuotteen markkinoinnissa?

Tutkimus toteutettiin haastattelemalla ja rakentamalla keskustelua luksuksesta liittyen pääasiassa autoihin. Tutkimuksen edetessä käytiin keskustelua luksuksesta ja luksuksen vuokrauspalvelusta internetin autoharrastajien suosimilla keskustelupalstoilla. Keskustelu aloitettiin esittämällä kohdeyleisölle kysymyksiä joihin vastauksia saatiin yhteensä 78 kappaletta. Kohdeyleisön vastauksia, ilmaisia sekä muuten käytyä keskustelua analysoitiin jälkepäin teemoitteluanalyysiä hyväksikäyttäen.

Tutkimustulokset koostuvat vastaajien henkilökohtaisista mielipiteistä, mieltymyksistä ja kokemuksista. Vastaukset olivat monen aiheen kohdalla kuitenkin yhteneviä joten tulokset ovat myös yleistettävissä. Tuloksissa saatiin selville esimerkiksi luksusautojen ansaitsevan vertaisensa ympäristön sekä myynti- ja palvelutilat. Fyysisiltä puitteilta ja jakelutiloilta edellytettiin tyylikkyyttä, arvokkuutta sekä puhtautta. Vastauksissa ilmeni myös tarve prosessien helppouteen ja yksinkertaisuuteen. Kysyttäessä kuluttajien odotuksia luksuksen markkinoinnilta, luksusta ei vastaajien mukaan ole edes syytä mainostaa kaikille. Palvelulla sen sijaan oli hyvin suuri merkitys ja asiakaspalvelijoiden korkea ammattitaito, asiakasystävällisyys sekä yksittäiset asiat kuten pukeutuminen huomattiin. Nämä asiat korostuivat useimpien vastaajien mielestä ja tästä oltiin jopa valmiita maksamaan enemmän. Joidenkin mielipiteiden mukaan valinta kilpailijoiden välillä kiteytyy asiakaspalvelun sujuvuuteen. Tutkimustuloksissa esille tuli myös luksuksen vahva henkilökohtainen luonne. Haluttiin kuulua pienempää valikoituun joukoon.

Asiasanat	Ylellisyys, autot, markkinointi, kuluttajat, palvelu
Muita tietoja	