

Anni Ollikainen

# VERKKOKAUPAN ASIAKASPALVELU- CHATIN VAIKUTUS ASIAKASTYYTY- VÄISYYTEEN

Opinnäytetyö  
Johdon assistenttityö ja kielet

2017



**Kaakkois-Suomen  
ammattikorkeakoulu**

<b>Tekijä/Tekijät</b>	<b>Tutkinto</b>	<b>Aika</b>
Anni Ollikainen	Tradenomi	Tammikuu 2017
<b>Opinnäytetyön nimi</b>		43 sivua 23 liitesivua
Verkkokaupan asiakaspalvelu-chatin vaikutus asiakastytyväisyyteen		
<b>Toimeksiantaja</b>		
e-ville.com distribution Oy		
<b>Ohjaaja</b>		
Lehtori Nina Hartikainen		
<b>Tiivistelmä</b>		
<p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, millainen vaikutus verkkokaupan asiakaspalvelu-chatilla on kaupan asiakkaiden asiakastytyväisyyteen. Verkkokauppa e-ville on Kiinassa toimiva suomalainen verkkokauppa, jonka päätoimiala on elektroniikka. Verkkokaupan asiakaspalvelu toimii sähköpostin välityksellä. Asiakaspalveluun tulee päivittäin yli 100 sähköpostiviestiä, ja asiakas saa vastauksen viestiinsä viimeistään seuraavana arkipäivänä. Yrityksessä haluttiin tutkia, miten verkkokaupan asiakkaat ottavat asiakaspalveluchatin vastaan, kuinka paljon viestejä tulee ja mitä niissä kysytään.</p> <p>Työn viitekehyksessä käsiteltiin asiakaspalvelua ja sähköistä viestintää. Lisäksi teoriaosuudessa käsiteltiin chatin teoriaa, sosiaalista mediaa ja sähköposti-asiakaspalvelua. Teoriaa varten tutkittiin erilaisia asiakaspalvelun ja myynnin, viestinnän ja sosiaalisen median kirja- ja verkkolähteitä.</p> <p>Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena eli produktiivisena työnä. Työ alkoi verkkokaupalle sopivan chatti-ohjelmiston valinnalla benchmarking-menetelmää hyödyntäen. Tutkijan tehtävänä oli ylläpitää chattia testijakson ajan, jolloin tapahtumat raportoitiin työpäiväkirjaan. Chatin viestien ja asiakaspalveluun tulevien viestin määrästä pidettiin kirjaa, ja chatin kautta tulleita myyntejä seurattiin viikoittain. Lisäksi osana työtä verkkokauppa e-villelle on tehty ohje Live Agent -ohjelmistosta Google Driven Slides-sovelluksella. Ohjeesta selviää ohjelmiston käyttötarkoitus, asetukset, kuinka niitä muutetaan ja mitä ominaisuuksia ohjelmistossa on.</p> <p>Asiakastytyväisyys tutkittiin kyselyllä, joka tuli verkkokaupan asiakkaalle jokaisen chatti-keskustelun jälkeen. Käytyjä chatti-keskusteluja oli yhteensä 1234, joista positiivista palautetta tuli 260 ja negatiivista 26 keskustelusta. Sanallista palautetta tuli 84 keskustelusta. Kyselyssä selvisi, että verkkokaupan asiakkaat olivat tyytyväisiä chatin nopeuteen, ystävällisyyteen ja tuotetietämykseen. Asiakkaat olivat tyytymättömiä chatti-ikkunan liian nopeaan sulkeutumiseen, huonoon yhteyteen ja viestiin vastaamattomuuteen. Kokonaisuudessaan asiakkaat kokivat chatin positiivisena. Asiakastytyväisyyteen vaikutti vastauksen nopeus ja ongelman nopea ratkeaminen.</p>		
<b>Asiasanat</b>		
asiakaspalvelu, chatti, verkkokauppa, myynti		

Author (authors)	Degree	Time
Anni Ollikainen	Bachelor of Business Administration	January 2017
<b>Thesis Title</b>		
Impact of customer service chat on customer satisfaction in an online store		43 pages 23 pages of appendices
<b>Commissioned by</b>		
e-ville.com distribution Oy		
<b>Supervisor</b>		
Nina Hartikainen, Senior Lecturer		
<b>Abstract</b>		
<p>The objective of this thesis was to research how customer service chat executed by an online store influences customer satisfaction. The case company of the thesis is a Finnish e-commerce company e-ville, which is based in Shenzhen, Southern China. The company's main business is electronics. The author of this thesis did internship and after that was working for the case company from fall 2015 to summer 2016. e-ville's customer service centre receives roughly 100 e-mails in one day. The case company wanted to find out how the customer service chat influences customer satisfaction, but also how many messages the chat receives, what are the customers' main problems/questions, and what kind of impact the chat has on the company's sales.</p>		
<p>The main research method was productive. The project started by deciding which chat program is the most suitable for the case company by utilising benchmarking method. Hence, the main research method used in this thesis is productive. The idea of the project was to maintain the customer service chat, write a diary of progress, and make an electronic manual for the chat program.</p>		
<p>When the chat was finished, the customers got an opportunity to give feedback to the customer service agent by giving verbal feedback and pressing positive or negative button according to their experience. The chat conversion rate was 1234. 84 customers left verbal feedback, and 260 customers gave positive feedback, while 26 customers gave negative feedback. The main questions concerned delivery, taxes and products. The research revealed that the case company's customers were satisfied with the chat option, because they received answers quickly.</p>		
<b>Keywords</b>		
customer service, chat, online store, sales		

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	VERKKOKAUPPA E-VILLE .....	7
3	ASIAKASPALVELUN MÄÄRITELMÄ.....	8
3.1	Asiakaspalvelun aktiivisuuden asteet .....	9
3.2	Sähköiset viestintäkanavat .....	10
3.3	Yhteydenottokanavat .....	11
4	CHATTI ASIAKASPALVELUSSA.....	13
5	TUTKIMUSASETELMA JA MENETELMÄVALINTA .....	16
5.1	Benchmarking.....	16
5.2	Swot-analyysi.....	17
6	CHATTI-OHJELMISTO .....	18
6.1	Chatti-ohjelmiston valinta.....	18
6.2	Live Agent -ohjelmisto .....	21
6.3	Chatin aloitus .....	24
6.4	Aikataulun suunnittelu.....	27
6.5	Opinnäytetyöpäiväkirja .....	28
6.6	Ohje Live Agent -ohjelmistoon.....	29
6.7	Verkkosivujen kävijäseuranta .....	31
7	CHATIN VAIKUTUS ASIAKASTYYTYVÄISYYTEEN .....	33
7.1	Nopean reagoinnin vaikutus asiakastyytyväisyyteen .....	35
7.2	Chatin vaikutus verkkokaupan myyntiin.....	36
7.3	Chatin vaikutus sähköpostien määrään.....	37
7.4	Chatissa kysytyt kysymykset .....	39
7.5	Projektin tulokset .....	39
8	POHDINTA.....	41
	LÄHTEET .....	42
	LIITTEET	
	Liite 1. Kuvaluettelo	
	Liite 2. Live Agent -ohjelmiston käyttöohje	

### Liite 3. Asiakkaiden palautteet chatista

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii verkkokauppa e-ville. Opinnäytetyön aiheena on tutkia, kuinka asiakaspalvelu-chatti vaikuttaa verkkokaupan asiakastyytyväisyyteen, myyntiin ja asiakaspalveluun tulevien sähköpostien määrään. Suoritin perusharjoittelun ja syventävän työharjoitteluni verkkokauppa e-ville. Pääasiassa elektroniikkaa myyvä verkkokauppa sijaitsee Shenzhenissä, Etelä-Kiinassa. Pääasiallinen työtehtäväni oli vastata verkkokaupan asiakaspalvelusta sähköpostin välityksellä. Lisäksi työkuvaani kuului tuotteiden lisääminen verkkokauppaan, valokuvaus ja kuvankäsittely, blogiin liittyvät työtehtävät, kuten blogi-kirjoitusten kirjoittaminen ja oikoluku. Käytän tässä työssäni yrityksen käyttämää vakiintunutta nimeä e-ville.

Työharjoittelujakson jälkeen jäin e-ville töihin. Osana työtehtävistä oli tutkia, millainen vastaanotto asiakaspalvelu-chatilla on. Tutkimusjakso alkoi erilaisten chatti-ohjelmistojen vertailulla ja selvityksellä, mikä ohjelmisto sopisi yrityksen käyttötarkoitukseen parhaiten. Ohjelman valinnan jälkeen sain koulutuksen ohjelmistoon. Asiakaspalvelun sähköpostiviestien käsittely siirtyi tälle samalle ohjelmistolle, joten kyseessä oli suuri muutos koko asiakaspalvelu-tiimille. Perheytyksen jälkeen työtehtäviini kuului asiakaspalvelu-chatin ylläpito testijakson ajan. Testijakson jälkeen raportoin asiakkaiden kokemuksista asiakaspalvelu-chatista. Raportoin myös, millainen vaikutus chatilla on asiakastyytyväisyyteen, myyntiin ja asiakaspalveluun tulevien sähköpostien määrään. Asiakaspalvelu-chatin ohella työskentelin sähköposti-asiakaspalvelussa.

Opinnäytetyöni on toiminnallinen eli produktiivinen opinnäytetyö. On mielenkiintoista tehdä konkreettinen työ, jonka suunnitteluun, sisältöön ja lopputulokseen pääsen itse vaikuttamaan. Opinnäytetyöhön kuuluu myös tekemäni ohje Live Agent -ohjelmistosta. Ohjeesta selviää, kuinka ohjelmisto toimii ja mitä ominaisuuksia siihen kuuluu. Tekemäni ohjeisto jää nykyisille ja tuleville työntekijöille työn tueksi ja ohjeeksi.

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia, kuinka asiakaspalvelu-chatti vaikuttaa verkkokaupan asiakaspalveluun, asiakaspalveluun tulevien sähköpostien määrään sekä asiakkaiden kokemuksiin. Tavoitteena oli myös tutkia, millaisia asioita asiakkaat kysyvät chatissa ja kuinka nopea reagointi vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen.

Verkkokauppa e-villen asiakaspalveluun tulee päivittäin noin 150 sähköpostia, asiakkaat saavat vastauksen kysymykseensä viimeistään seuraavana arkipäivänä. Asiakkaat ovat toivoneet kauan puhelimitse toimivaa asiakaspalvelua, jotta he saisivat nopeasti ja helposti vastauksen tarvitsemiinsa kysymyksiinsä. Verkkokaupan chatti-asiakaspalvelu haluttiin testata, ja tulevaisuudessa myös puhelimitse toimiva asiakaspalvelu on tarkoitus testata. Asiakastytyväisyyden kannalta on tärkeää, että asiakas saa nopeasti vastauksen haluamaansa kysymykseen. Monille asiakkaille yhdenkin päivän vastausaika on liian pitkä ja asiakkaiden kokemusten perusteella vastauksen odotus on turhauttavaa.

Asiakkaiden tyytyväisyyttä chattiin ja asiakaspalveluun mitattiin chatin päättymisen jälkeen vastattavalla mielipidekyselyllä. Kyselyllä selviää, mitä mieltä asiakkaat ovat olleet chatista, asiakaspalvelutilanteesta ja kuinka asiakaspalvelua voisi parantaa. Myös chatin ja yleensäkin asiakaspalvelun laatua haluttiin kontrolloida ja kehittää.

## 2 VERKKOKAUPPA E-VILLE

Verkkokauppa e-ville on pääasiassa elektroniikkaan erikoistunut verkkokauppa Etelä-Kiinassa, Shenzhenissä. Verkkokaupan henkilökunta koostuu suomalaisista ja kiinalaisista työntekijöistä, ja tällä hetkellä henkilöstöä on yli 20. Verkkokaupan perusti vuonna 2006 Ville Majanen. Majanen oli vaihtopiskelemassa vuonna 2006 Hongkongissa. Tuolloin Majanen myi nettikameran Suomeen. Yhden kameran myynti johti toiseen ja tämä johti lopulta oman verkkokaupan perustamiseen. Alkuun toiminta oli pienimuotoista ja verkkokauppaa pyöritettiin Majasen kotoa käsin Hongkongista. Yritys kasvoi pikkuhiljaa, ja toimisto laajeni Majasen kotoa Hongkongissa sijaitsevaan toimistoon. Vuonna 2010 toimisto siirtyi Shenzheniin, Manner-Kiinaan. Suurin osa tehtaista ja tavarantoimittajista sijaitsee Shenzhenissä, joten toimiston ja varaston muutto oli luonteva jatkumo yritykselle.

Tiimi koostuu eri alan asiantuntijoista, asiakaspalvelu- ja markkinoinnin sekä ohjelmoinnin tiimistä sekä varastotyöntekijöistä. Verkkokauppa e-ville toimittaa paketteja ympäri maailmaa, mutta pääasiassa asiakaskunta kuitenkin koostuu suomalaisista asiakkaista. Verkkokaupalla on nyt yli 250 000 asiakasta, ja yritys on kokonaan suomalaisomisteinen. Vuonna 2014 e-ville avasi varaston ja

myymälän Suomeen, Mäntsälään. Varaston perustaminen oli tärkeä vaihe yritykselle, koska toimintaa haluttiin laajentaa ja samalla pakettien toimitusaikaa lyhentää.

Verkkokauppa e-villellä on ollut toiminnan alusta saakka suomenkielinen asiakaspalvelu. Yritykselle on ollut tärkeää, että asiakaspalvelu on ystävällistä ja reilua. Asiakaspalvelun tavoitteena on olla ystävällisyyden lisäksi kaverillinen ja helposti lähestyttävä. Verkkokauppa e-villen missio on myydä suomalaisille kuluttajille sopivia kiinalaisia tuotteita niin edulliseen hintaan kuin mahdollista.

Koska e-ville toimii kiinalaisten tehtaiden läheisyydessä, kaupassa on erilaisia viikoittain vaihtuvia uutuustuotteita ja vaihtoehtoisia tuotemerkkejä. Verkkokauppa e-ville lupaa panostaa laadukkaisiin suomenkielisiin tuote-esittelyihin, luotettavaan pakettien toimitukseen, ilmaiseen asiakaspalautukseen ja 30 päivän tyytyväisyystakuuseen. Lisäksi lupauksena on ystävällinen ja reilu suomenkielinen asiakaspalvelu.

### 3 ASIAKASPALVELUN MÄÄRITELMÄ

Jokainen meistä käyttää lukuisia palveluita päivittäin. Matkustamme joukkoliikennevälineissä, käymme ostoksilla, vapaa-aika kuluu uimahallissa tai kirjastossa, näemme ystäviä ravintolassa tai kahvilassa. Useinkaan ei tule erityisemmin ajateltua, kuinka paljon ympärillä onkaan päivittäisiä palveluntuottajia. (Korkeamäki, Pulkkinen, & Selinheimo 2000, 9.)

Asiakaspalveluun kuuluu kaikki se, mitä asiakkaan hyväksi tehdään joko välittömästi tai välillisesti. Asiakaspalvelu on käytännössä viestintää ja vuorovaikutusta asiakkaan kanssa. Vuorovaikutus tässä tarkoittaa sitä, että viestintää tapahtuu molempiin suuntiin. Asiakasta tulee kuunnella ja hänen toiveisiinsa pitää pyrkiä vastaamaan. Palveluammatteja ovat kaikki ammatit, joissa jollain tavoin toimitaan asiakkaan hyväksi. Kun asiakaspalvelua ajatellaan laajasti, useimpiin ammatteihin sisältyy asiakaspalvelua, sillä asiakas voi olla myös organisaation sisäinen asiakas. (Hämäläinen, Kiiras, Korkeamäki & Pakkanen 2016, 8.)

Palvelu ei ole aina kasvokkain tapahtuvaa, eikä asiakas ole aina itse edes paikan päällä palvelun aikana. Nykyään yhä useammin asiakasta palvellaan



netissä, puhelimessa tai erilaisissa itsepalveluautomaateissa tai verkkopalveluissa. Automaateissa ja verkkopalveluissa koko palveluidea perustuu asiakkaan itsenäiseen toimintaan ohjeiden mukaisesti. (Hämäläinen ym. 2016, 8.)

Jokaisella yrityksellä on oma tapansa toimia asiakkaita palveltaessa. Asiakaspalvelun peruslinjat olisi tarpeellista määritellä jo liikeideassa, sillä siellä määritellyt linjaukset on helppo siirtää käytäntöön eli työhön perehdytykseen ja koulutukseen. Jokaisella asiakaspalvelutehtävissä toimivalla tulee olla selkeä käsitys siitä, miten hänen pitää kohdella asiakkaita, jotta yrityksen asiakaspalvelun tavoitteet tulisivat täytetyiksi. (Korkeamäki ym. 2000, 12.)

Palvelutapahtuma on aina erilainen, sillä palvelu on aina tapaus- ja tilannekohtaista. Asiakaspalvelu ratkaisee asiakassuhteen jatkuvuuden ja samalla luo asiakastyytyvyyden. Hyvän ja huonon palvelun tuottaminen kestää usein aivan yhtä kauan. Asiakaspalvelun kehittäminen alkaa miettimällä, mistä palvelusta on kyse ja kuinka tärkeä henkilö asiakas on sille, joka palvelee ja koko yritykselle. (Korkeamäki, Pulkkinen, & Selinheimo 2000, 12.)

Asiakas harkitsee ostoksiaan ja varsinaista tarvetta hyvin monelta eri kantilta. Onko tämä tuote sopiva minulle? Tarvitsenko minä oikeasti juuri tätä tuotetta? Onko väri vaihtoehto varmasti hyvä? Ovatko tuotteen ominaisuudet hyvät ja käyttötarkoitukseen sopivat? Asiakkaan harkitessa asiantunteva ja rohkaiseva myyjä on erittäin tärkeä osa perinteistä myynnin edistämistä. (Johansson 2012.)

### 3.1 Asiakaspalvelun aktiivisuuden asteet

Asiakaspalvelun eri aktiivisuusasteet voidaan jakaa viiteen eri asteeseen: passiivinen, reaktiivinen, aktiivinen, proaktiivinen ja meta-aktiivinen asiakaspalvelu. Passiivisella asiakaspalvelulla tarkoitetaan sellaista asiakaspalvelua, jossa viestitään vain lakisääteiset asiat. Reaktiivisella asiakaspalvelulla tarkoitetaan sitä, että vastataan, kun joku kysyy. Aktiivisella asiakaspalvelulla tarkoitetaan sitä, että viestitään säännöllisesti ja suunnitelman mukaisesti. Proaktiivisella asiakaspalvelulla tarkoitetaan sitä, että viestitään ennakoivasti ja viestinnän laatua mitataan. Meta-aktiivisella asiakaspalvelulla tarkoitetaan sitä, että osallistetaan asiakkaita ja hyödynnetään avointa toimintatapaa. Meta-aktiivinen on aktiivisuuden asteista uusin. Tässä toimintatavassa annetaan

asiakkaiden käyttöön tietoa, foorumeita ja rajapintoja, jolloin heidän on mahdollista rakentaa uusia tietokokonaisuuksia ja sovelluksia. (Kortesuo 2014, 62.)

### 3.2 Sähköiset viestintäkanavat

Suomi on hyvin harvaan asuttu maa, joka on riippuvainen ulkomaankaupasta. Tietoyhteiskuntavertailussa Suomi ei enää valitettavasti keiku kärkisijoilla, Suomella on kuitenkin pitkä digitaalisen vuorovaikutuksen historia ja kansa, joka on tottunut digitaalisten kanavien teknologioiden käyttöön. Suomen kotimaan markkinat voivatkin olla mielenkiintoinen e-myyntin kokeilu- ja kasvu- alusta. (Parviainen 2013, 223.)

Suomalaiset ovat nykyään hyvin tottuneita hoitamaan asioitaan digitaalisesti. DNA:n Digitaalinen elämäntapa -tutkimuksesta selviää, että reilu kolmannes hoitaa ajanvarauksensa sähköisissä palveluissa. Tutkimuksen mukaan kaikkein aktiivisimmin 25–34-vuotiaat hoitavat asioitaan digitaalisesti. DNA:n teetämän tutkimuksen mukaan 71 prosenttia vastanneista oli tyytyväisiä. Nämä asiakkaat olivat ostaneet verkkokaupasta vaatteita tai jalkineita. Kodin elektroniikkaa ostaneet asiakkaat olivat myös tyytyväisiä, 73 prosenttia vastanneista olivat tyytyväisiä ostokokemukseen. Tutkimuksessa selvisi, että iäkkäämmät käyttävät digitaalisia asiointipalveluja vähemmän kuin nuoret. Monimutkaiset, asiantuntijaa ja henkilökohtaista palvelua vaativat asiat halutaan edelleen hoitaa perinteiseen tapaan. Tutkimuksen perusteella on syytä odottaa, että sähköinen asiointi ja chatti-asiakaspalvelu kasvavat yritysten asiakaspalvelukanavissa. (Koskenranta 2016.)

Suomessa väestön ikääntyessä on paljon kansalaisia, jotka eivät ole vielä tottuneet ostamaan tuotteita verkosta. Tämän vuoksi on erityisen tärkeää, että verkkokaupassa on oikea asiakaspalvelija, joka opastaa ostoprosessissa ja auttaa tuotteiden valinnassa. Kun asiakaspalvelu toimii, asiakkaat kertovat hyvästä asiakaspalvelusta eteenpäin. (Rämänen 2016.)

Sähköisessä viestinnässä pätevät täysin samat kirjoittamisen säännöt kuin missä tahansa asiatekstissä. Virkkeet aloitetaan aina isolla alkukirjaimella ja päätetään pisteeseen, yhdyssanat kirjoitetaan yhteen ja on suotavaa pyrkiä noudattamaan kirjoitetun kielen suosituksia. Kirjallisessa viestinnässä on otet-

tava huomioon, ettei viestin vastaanottaja voi nähdä pieniä tai suuria signaaleja, joita voidaan välittää kehon kielellä tai äänensävyllä. Fyysinen elekieli on pakko korvata muilla ilmaisuilla, koska kohteliaisuutta ja ystävällisyyttä täytyy pyrkiä välittämään keskustelukumppanille myös verkossa. Tämän vuoksi fraasien ja hymiöiden käyttäminen sähköisessä viestinnässä on erittäin tärkeää. (Kortesuo & Patjas 2011, 10.)

Parviaisen (2013, 227) mukaan inhimillisen kanssakäymisen ja sitä kautta myyntityön luontainen vuorovaikutuspsykologia ei ole levinnyt verkkoympäristöön tai digitaaliseen vuorovaikutukseen vielä laajasti. Normaalisti kasvotusten tapahtuvassa vuorovaikutuksessa silmiin katsomisella ja jäməkällä kädenpuristuksella herätetään aina luottamusta ja kaupat vahvistetaan kättä päälle - eleellä. Sähköisesti asioitaessa vastaavia psykologisia voimakeinoja ei juuri-kaan ole käytössä.

Sähköiseen viestintään liittyy erityispiirteitä, joita ei muissa kirjallisen viestinnän kanavissa ole. Tekstiä ei saa kirjoittaa pelkillä suuraakkosilla, sillä se tulkitaan huutamiseksi. Pelkkien pienaakkosten käyttö ei ole hyväksyttävää, sillä silloin teksti muuttuu hankalasti luettavaksi. Sähköisissä kanavissa ei myöskään kannata käyttää joitakin erikoismerkkejä, kuten euron symbolia tai ajatusviivaa. On hyvin mahdollista, että ne muuttuvat matkan varrella joksikin muuksi. On suositeltavaa käyttää varmuuden vuoksi euron symbolin sijaan lyhennettä e tai kirjoittaa sana euroa. Sähköisen asiakaspalvelun eri kanavissa on eroja, ja nuo erot tulee tunnistaa jotta voi tuottaa kuhunkin sopivaa tekstilajia. Yhteisö- ja mikroblogipalvelu Twitterissä mennään suoraan asiaan, koska tilaa on rajattu määrä. (Kortesuo & Patjas 2011, 11.)

### 3.3 Yhteydenottokanavat

Asiakaspalvelukeskuksissa asiakasyhteydenotot on jaettu kahteen eri luokkaan: inbound ja outbound. Inbound tarkoittaa sisään tulevia puheluita, sähköposteja, chattikeskusteluita ja muita yhteydenottoja, joissa aloite tulee asiakkaalta. Outbound tarkoittaa soittoja, sähköposteja tai muita yhteydenottoja yritykseltä asiakkaalle päin. Näiden kahden termin lisäksi on tullut termi nimeltä somebound. Tämä tarkoittaa sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa asiakas-

kohtaamista, jonka alullepanijaa ei voi tarkkaan määritellä. Suurin osa asiakaspalvelukeskuksista on erikoistunut inboundiin. (Kortesuo 2014, 58–59.)

Verkkokaupassa asiakkaan ja henkilökunnan välinen vuorovaikutus on tavallista kauppaa vähäisempää. Useimmat asiakkaat tekevät ostopäätöksensä, päätöksen ostaa tai olla ostamatta, ottamatta yhteyttä verkkokaupan henkilökuntaan. Yhteydenotto asiakaspalveluun lähtee useimmiten asiakkaan aloitteesta. Selkeät ja toimivat yhteydenottomahdollisuudet ovat erittäin tärkeää verkkokaupalle. Yhteydenottotapoja ovat puhelinpalvelu, sähköposti tai yhteydenottolomake, chatti tai kysymys-vastauspalsta. On myös tavallista, että yhteydenottoja tulee sosiaalisen median kautta. Kaikkien kanavien, joissa yritys on läsnä, tulee olla asiakaspalvelun seurannassa ja yrityksen pitää vastata asiakkaan esittämiin kysymyksiin. Reaaliaikaisella asiakaspalvelulla tarkoitetaan puhelinta ja chattia. Kun yrityksellä on käytössä reaaliaikainen asiakaspalvelukanava, on otettava huomioon se, että kuluttajille suunnatuissa verkkokaupoissa asiointi tapahtuu useimmiten muuhun kuin normaaliin toimistoi-kaan. Tyypillisesti ostaminen on vilkkainta alkuillasta myöhään iltaan, ja tämä tulee ottaa huomioon myös reaaliaikaisen asiakaspalvelun aukioloajoissa. Reaaliaikaisissa asiakaspalvelukanavissa tulee huomioida se, että asiakkaiden odotusajat ovat kohtuullisia. Mitä nopeammin asiakas saa vastauksen kysymykseensä, sen parempi. Sähköposti ei ole luonteeltaan reaaliaikainen palvelu, asiakkaalla alkaa kello käydä sillä hetkellä, kun kysymys on lähetetty, usean päivän odotusaika on suuri miinus kaupalle. (Lahtinen 2013, 242–243.)

Kortesuon mukaan sähköpostiasiakaspalvelun odotusaikoja tai odotusarvoja ei ole tutkittu. Odotusajan käsitykseen vaikuttaa myös kulttuuri, itäeurooppalainen ymmärtää odottaa vastausta pidempään kuin suomalainen. Työelämässä ja B2B-asioinneissa siedettävänä vastausaikana pidetään kahta tuntia. Tämä aika koskee vain työpäiviä, viikonloppuisin kollegalla ei ole vastausvelvollisuutta, ellei siitä ole sovittu. Ihannetilanne kuluttaja-asiakaspalvelussa on, että sähköposteihin vastataan kahden tunnin sisään. Pisin vastausaika saisi olla kuusi tuntia aukioloaikoina. (Kortesuo 2016c.)

#### 4 CHATTI ASIAKASPALVELUSSA

Suomen kielessä englanninkielinen sana chat kirjoitetaan chatti. Sana chatti on kotimaisten kielten keskuksen eli Kotuksen suosittama sana. Sana chatti lausutaan Suomessa tsätti. (Kielitoimiston sanakirja, s.v.chatti)

Chatin nimityskin ilmaisee sen, että kyse on juttelemisesta asiakkaan kanssa. Tämän vuoksi puhekieli on paljon sallitumpaa kuin monessa muussa kirjallisessa kanavassa. Chatissa ei voi käyttää yrityksen sisäistä ammattikieltä, korporaatiokieltä. Jos keskustelu on muuten epämuodollista, ammattikielisyydet ovat niin räikeitä, että uskottavuus ja palveluhenkisyys kärsivät heti. (Korteso & Patjas 2011, 66.)

Chattia käyttävät asiakkaat ovat tyytyväisempiä, kuin ne asiakkaat, jotka soittavat, lähettävät sähköpostia tai käyttävät sosiaalista mediaa saadakseen apua. Tieto kävi ilmi asiakaspalveluohjelmisto Zendeskin teettämästä tutkimuksesta. Tutkimuksen mukaan syynä chatin suosioon asiakkaiden keskuudessa on vuorovaikutteisen keskustelun helppous. Tutkimus osoitti, että asiakaspalvelu-chatin myötä asiakastyytyväisyys paranee. Tutkimuksen tekijät arvioivat, että kuluttajat ovat onnellisempia kun asiakaspalvelija on täysillä mukana asiakaspalveluprosessissa, kuten kysymällä enemmän kysymyksiä liittyen prosessin viänmääritykseen tai kysymällä siitä, kuinka asiakkaan päivä on mennyt. (Brooks 2015.)

Chatti tarkoittaa sitä, että keskustelu on ajantasaista ja siihen voi osallistua kun on samaan aikaan tietokoneella muiden keskustelussa olevien kanssa. Chatissa kommentit ovat lyhyitä puheenvuoroja, ne ovat pituudeltaan yhdestä lyhenteestä tai sanasta yleensä maksimissaan pariin, kolmeen lauseeseen. Yleensä kommentit noudattavat puhekielen viestintää, eikä viesteissä välttämättä käytetä isoja kirjaimia tai välimerkkejä. Sen sijaan lyhenteitä voi käyttää, sillä ne nopeuttavat kirjoittamista huomattavasti. (Korteso 2009, 54.)

Chattaavien asiakaspalvelijoiden pitää olla erittäin hyviä kirjoittajia ja sujuvia viestijöitä. Vaatimus on kovempi kuin sähköpostitse toimivassa asiakaspalvelussa, sillä chatti vaatii kirjoittajalta enemmän. Chatissa on hyvä käyttää luontevaa, asiakkaan ymmärtämää kieltä. Chattiasiakaspalvelussa on oleellista viestiä asiakkaalle, minkä tyypisissä asioissa chatti voi auttaa. Vaikka chatti

on mainio yksityinen kanava asiakkaan ja yrityksen välillä, se ei ole luonteva paikka käydä monimutkaista tai emotionaalisia keskusteluita. (Kortesuo & Patjas 2011, 67.)

Hyvällä sosiaalisessa mediassa työskentelevällä asiakaspalvelijalla on kohtalainen kokemus sosiaalisesta mediasta ja muusta asiakaspalvelutyöstä. Tällaisella työntekijällä on hyvä olla hallussa substanssiosaaminen ja kanavaosaaminen. Tunne- ja viestintätaitojen on oltava hyvät, eikä saa hermostua helposti. Lisäksi on myös tärkeää osata selittää asiansa lyhyesti. Sosiaalisen median asiakaspalvelussa on tärkeää, että työntekijällä on valmius esiintyä omalla nimellä ja kuvalla julkisesti, erityisesti asiantuntija-alalla se on välttämätöntä. Verkkoasiakaspalvelussa voi kuitenkin käyttää vain etunimeä, jos on riski, että asiakkaat käyttäytyvät aggressiivisesti tai näyttävät pettymyksensä työasioiden ulkopuolella. (Kortesuo 2014, 66.)

Kortesuo & Patjas toteavat, että pieni puhekielisyys on hyväksyttävissä tai jopa tarpeen, jotta kirjoittaminen chatissa olisi riittävän nopeaa ja sujuvaa. Chatti on tehokas väline, koska taitava asiakaspalvelija pystyy hoitamaan useamman asiakkaan yhtä aikaa. Sillä välin kun asiakas kirjoittaa omaa vastaustaan, asiakaspalvelija voi kirjoittaa viestiä toiselle asiakkaalle. Tämä luonnollisesti vaatii tietynlaista ihmistyyppiä, sellaista jolle moniajo on luontevaa. (Kortesuo & Patjas 2011, 67.)

Todellinen läsnäolo ja taito asettua asiakkaan asemaan on asiakaspalvelussa ratkaisevaa. Tämä viestii kiinnostuksesta ja antaa asiakkaalle tunteen, että juuri hänen asiaansa hoidetaan. Hyvä asiakaspalvelija lähtee liikkeelle aina asiakkaan todellisuudesta. Asiakaspalvelijalle kysytyt asiat ovat usein itsensänselviä, usein toistuvia asioita. Kuitenkin asiakkaalle nämä asiat saattavat olla uusia ja outoja. Voi sanoa, että asiakaspalvelija on onnistunut, kun hän kohtaa asiakkaan hänen todellisuudessaan. (Javne & Marckwort 2013, 46.)

Jos haluaa hoitaa chattiasiakaspalvelua tehokkaasti, on osattava nopean kirjoittamisen tekniikat ja luonteva arkikieli. Luonteeltaan pedantti viimeistelijä ei ole oikea ihminen chattaamaan. Virkkeen väsäämässä ei saa mennä viittä minuuttia, sillä muuten asiakas lähtee linjoilta kesken kaiken. Chattiasiakaspalvelijan on oltava napakka. Chatti ei ole kuulumisien vaihtamiseen tarkoitettu.

tu paikka, eikä monimutkaisten asioiden hoitopaikka. Jos keskustelu lähtee rönkyilemään, asiakaspalvelun tehtävänä on ehdottaa kanavan vaihtoa. ”Voisiko soittaa sinulle, niin saadaan asia selvitettyä nopeammin?” ”Pystytkö viemään läppäriin lähimpään huoltopisteeseen, niin saisit apua nopeammin?” (Kortesuo & Patjas 2011, 67-68.)

Suomessa chatti on vielä melko uusi, kasvava asiakaspalvelukanava. Sähköpostiin ja puhelimeen verrattuna chatin edut ovat kiistattomat. Chatista jää kirjallinen dokumentti, jonka asiakas voi saada omaan sähköpostiinsa. Hyvä asiakaspalvelija voi hoitaa useampaa keskustelua samaan aikaan, jos keskusteluissa on rutiiniluontoisia kysymyksiä. Chattia varten on mahdollista luoda vakiovastauksia vaikkapa siihen, kuinka toimitaan, kun verkkokaupan maksupainike ei toimi. Valmiiden vastauksien vuoksi ohjeita ei tarvitse kertoa monta kertaa puhelimesta tai kirjoittaa joka kerta alusta alkaen. Sähköpostiin verrattuna chatti on nopeampi ja kommunikatiivisempi. Asiakas saa välittömästi chatissa lisätietoa kysymästään aiheesta. Asiakkaalle chatti on huomattavasti edullisempi kuin puhelin, sillä yleensä asiakkaalla on kiinteät maksu internetin käytöstä. Chatin etuna on se, että jos asiakaspalvelussa on ruuhkaa, asiakkaan ei tarvitse jonottaa puhelimesta. Asiakkaan on mahdollista jättää viesti, johon vastataan heti kun tilanne rauhoittuu. Chatissa odotusajan voi käyttää hyödyksi, jos toinen osapuoli joutuu jostakin syystä jättämään keskustelun hetkeksi kesken, äänimerkki ilmoittaa keskustelukumppanille, kun poissa oleva palaa takaisin linjoille. Tällä välin keskustelukumppanin on mahdollista käydä toista chatti-keskustelua tai tehdä vaihtoehtoisesti muita töitä. Ikea käyttää asiakaspalvelussaan robotti-chattia, joka ei ole varsinainen chatti vaan automatisoitu tiedonhakupalvelu. Ikean sivuilla asiakas voi esittää kysymyksiä Anna-robotille. Robotti on monipuolinen hakukone, joka osaa tervehtiä, ehdottaa tuotteita ja hyvästellä, robotti ei kuitenkaan osaa vastata monimutkaisiin tai yllättäviin kysymyksiin. Robotti-chatti toimii aloilla, joissa tuotevalikoima on laaja ja joissa halutaan olla säästeliäitä, sen sijaan asiantuntijapalveluissa robotti-chatti ei toimi. (Kortesuo 2009, 57-59.)

Robotti chattiasiakaspalvelijat säästävät yrityksen resursseja, mutta niitä voi hyödyntää vain mekaanisissa asioissa kuten helppossa tuotetietämyksessä tai aukioloajoissa. Robotti ei tunnista välttämättä aina asiakkaan käyttämiä sanoja, ja silloin asiakas turhautuu helposti. (Kortesuo & Patjas 2011, 69.)

Verkossa asiakasta on vaikea ohjata valikoimalla tai saatavuudella, koska kaikki maailman tuotteet ovat nykyisin saatavilla muutamassa päivässä. Myyjän pitäisi pystyä poistamaan turhaa arpomista ja epäröintiä eli rohkaista asiakasta. Moni asiakas haluaa myös inhimillistä tukea, turvaa ja läsnäoloa ostamisen hetkellä. Myös tunne, että asiakas löytää saman ihmismyyjän liikkeestä kaupan jälkeenkin on tärkeää. (Parviainen 2013, 229.)

Finnchat Oy on asiakaspalvelu-chat palveluja tarjoava yritys. Finnchatin mukaan valtaosa verkkokaupoista tarjoaa asiakastukea vain sähköpostitse tai yhteydenottolomakkeella. Kumminkin vaihtoehdot ovat hitaita tapoja palvella asiakasta, ja tämä edellyttää asiakkaalta kärsivällisyyttä. Finnchatin mukaan lähes puolet online-kuluttajista kertoo henkilökohtaisen asiakaspalvelun kuuluvan verkkokaupan tärkeimpiin ominaisuuksiin. (Finnchat. s.a.)

## 5 TUTKIMUSASETELMA JA MENETELMÄVALINTA

Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä. Projekti on tavoitteellinen, tietyn ajan kestävä prosessi. Projektissa tärkeää on suunnitella realistinen aikataulu ja työskentelytapa. Koska opinnäytetyö toteutettiin yritykselle, työnantaja oli vahvasti mukana projektissa. Projektissa toteutettiin kolmikanta-periaatetta, suunnitteluvaiheessa oli mukana työnantajan edustaja, verkkokaupan toimitusjohtaja ja asiakaspalvelun esimies. Opinnäytetyön ohjaajalle toimitettiin säännöllisesti tietoa työ etenemisestä. (Vilkkä & Airaksinen 2013, 47–49).

### 5.1 Benchmarking

Chatti-ohjelmistojen vertailu toteutettiin benchmarking menetelmällä, suomeksi voi käyttää nimitystä benchmarkkaus. Benchmarkkaus termi tarkoittaa samaa kuin vertailukehittäminen eli sitä, että jotakin toista projektia verrataan omaan kehittämishankkeeseen. Benchmarkkauksen avulla hahmotetaan syvällisesti, missä ollaan menossa, millaisia tekijöitä on hyvä ottaa huomioon ja miten hanketta on tarkoitus viedä eteenpäin. (Benchmarkkaus s.a.)



Benchmarkingin idea perustuu siihen ajatukseen, että menestys rakentuu yksinkertaisten pienten asioiden oivaltamiseen. Helpoiten nämä asiat löytyvät seuraamalla kilpailijoiden toimintaa. Benchmarking menetelmässä on hyvä lähtökohta miettiä, miksi joku pärjää paremmin kuin minä. Kun on ensin selvittänyt sen, miten saman asian voisi tehdä paremmin, toisena asiana on tärkeää viedä kerätyt tiedot käytäntöön. (Spym 2012.)

## 5.2 Swot-analyysi

SWOT-analyysi on kehitetty Yhdysvalloissa 1960-luvulla, lyhenne SWOT tulee englannin sanoista Strengths (vahvuudet), Weaknesses (heikkoudet), Opportunities (mahdollisuudet) ja Threats (uhat). SWOT on edelleen useiden kotimaisten ja ulkomaisten tutkimusten mukaan liikkeenjohdon suosituin yksittäinen strategiatyökalu. Analyysissä strategista asemaa tarkastellaan vertailemalla yrityksen vahvuuksia ja heikkouksia kilpailuympäristön luomiin uhkiin ja mahdollisuuksiin. SWOT-analyysin tarkoitus on tuottaa selkeä ja ymmärrettävä kokonaiskuva yrityksen tilanteesta strategisten valintojen tueksi. Organisaatiossa on tärkeää miettiä analyysiä tarkastellessa, kuinka vahvoja puolia voi käyttää hyväksi ja vahvistaa niitä, miten on mahdollista poistaa heikkoja puolia, lieventää tai välttää niitä, kuinka voi varmistaa mahdollisuuksien hyödyntämisen, miten voi poistaa uhat, lieventää niitä tai kääntää mahdollisuudeksi. (Vuorinen 2013, 64–65)

Verkkokauppa e-villien SWOT-analyysi (kuva 1) on tehty pohtien chatin vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia. Chatin vahvuutena oli, että asiakkaan on helppo pitää yhteyttä verkkokaupan asiakaspalveluun. Chatin ansiosta asiakas sai yhdellä klikkauksella vastauksen kysymykseen. Lisäky-symyksien myötä myös lisämyynti on helpompaa ja siihen on paremmat mahdollisuudet kuin perinteisessä, sähköpostitse toimivassa asiakaspalvelussa. Chattaaminen Kiinasta käsin on heikkous, sillä aikaeron vuoksi chatin aukioloaika on rajoitettu. Myös internet-yhteys oli selvä heikkous, sillä välillä yhteys oli huono eikä viesti välttämättä tullut perille saakka. Tulevaisuudessa chattiasiakaspalvelu voisi toimia Suomesta käsin. Näin aikaeroa ja internet-yhteyden heikkoutta ei olisi ongelmana. Uhkana olisi chatin ulkoistaminen ul-

komaille, sillä silloin verkkokauppa e-villen valttikortti, suomenkielinen asiakaspalvelu vaihtuisi mahdollisesti englanninkieliseen asiakaspalveluun.



Kuva 1. SWOT-analyysi verkkokauppa e-villen asiakaspalvelu-chatista

Chatin SWOT-analyysi oli projektin kannalta hyödyllinen ja tärkeä. Analyysin avulla hahmottui paremmin chatin positiiviset ja negatiiviset puolet, sekä mitä chatissa voisi parantaa.

## 6 CHATTI-OHJELMISTO

### 6.1 Chatti-ohjelmiston valinta

Projekti alkoi verkkokauppa-ohjelmistojen kartoittamisella. Tutkin ja vertailin, millaisia ohjelmistoja markkinoilla on ja millaisia chatti-ohjelmistoja muut yritykset käyttävät. Chattailin myös useassa eri verkkokaupassa asiakaspalvelijan kanssa ja testasin, kuinka eri yritysten chatti toimii. Otin huomioon vastauksen odotusajan, chatti-asiakaspalvelijan oman aktiivisuuden ja yleisesti chatin ulkoasun ja käytettävyyden. Testauksesta ei ole olemassa dataa, mutta työn aloitusvaiheessa itselleni oli tärkeää nähdä ja kokea kunnolla, kuinka eri verkkokauppojen chatit toimivat. Samalla pohdin myös, millaiseksi haluan e-villen chatin ja asiakaspalvelun muotoutuvan. Ajatuksena oli, että chatti tulisi olemaan mahdollisimman helposti lähestyttävä. Jo nelkätään kirjoitustvillillä

on suuri vaikutus chatin henkeen ja siihen, millainen tunnelma siellä on, sen vuoksi ajatuksena oli kirjoittaa chatissa niin kuin puhuisin asiakkaalle myyjänä kaupassa.

Chatti-ohjelmistoa valittaessa on mietittävä monta eri asiaa. Monen eri asiakkaan palveleminen yhtä aikaa on erittäin tärkeää. Täytyy miettiä, onko chatti-asiakaspalvelija ”passiivinen”, eli ottaako asiakas itse yhteyttä asiakaspalvelijaan vai tuleeko asiakaspalvelija kysymään asiakkaalta avun tarvetta. Käytin ohjelmistojen tutkimiseen paljon aikaa, sillä halusin perehtyä kunnolla erilaisiin ohjelmistoihin ja miettiä, millainen chatti käy e-villen tarpeisiin.

Chatti-ohjelmiston valinnassa on tärkeää keskittyä ensin perusasioihin. Rämänen mukaan on tärkeää varmistaa ohjelmaa valittaessa, että chatti-ohjelmistossa viesti kulkee ilman viiveitä chatti-palvelijalta asiakkaalle ja toisin päin. Chatti-ohjelmistoa valittaessa täytyy kiinnittää huomiota, että chatti-palvelijan näkymä on mahdollisimman ammattimainen. Rämänen viittaa tällä siihen, että chatti-palvelijan pitäisi pystyä mahdollisimman helposti seuraamaan useamman asiakkaan keskustelun kulkua yhtäaikaaisesti. (Rämänen 2014.)

Tein chatti-ohjelmistoista vertailutaulukon (taulukko 1), johon listasin eri ohjelmistojen tärkeimmät ominaisuudet ja niiden keskinäiset erot. Etsin ohjelmistoja itse, mutta sain myös neljä eri ohjelmistoa vertailtavaksi e-villen toimitusjohtajalta. Löysin erilaisia chatti-ohjelmistoja paljon, mutta yhdessä asiakaspalvelun esimiehen kanssa päätimme rajata vertailun kuuteen kappaleeseen. Kaikki ohjelmat olivat keskenään hyvin erilaisia. Vertailin keskenään kuutta eri ohjelmistoa: Zopimia, Smartsuppia, Giosgia, Crispia, Live Agentia ja Freshdeskia.

Taulukko 1. Chatti ohjelmistojen vertailutaulukko

### Chatti ohjelmistojen vertailutaulukko

	Zopim	Smart-supp	Giosg	Crips	Live Agent	Freshdesk
<b>Yhteensopivuus / Prestashop</b>	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä
<b>Hinta /kk</b>	Pro versio	Pro versio 19€/kk	39€/kk	Ilmainen	36€/3kpl	0-65€

	40€					
<b>Google Analytics yhteensopivuus</b>	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Ei	Kyllä	Kyllä
<b>Valmisvastaukset</b>	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä
<b>Automaattinen poissaoloviesti</b>	Ei	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä
<b>Kieli asiakkaalle</b>	Suomi	Englanti	Suomi, Englanti	Suomi	Suomi, Englanti	Englanti
<b>Kieli hallinnassa</b>	Suomi	Englanti	Suomi, Englanti	Suomi	Suomi, Englanti	Englanti
<b>Visualization näkymä</b>	Kyllä (pallo)	Kyllä	Kyllä	Ei	Ei	Kyllä
<b>Useampi asiakaspalvelija samaan aikaan</b>	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Ei	Kyllä	Kyllä
<b>Viestin jättömahdollisuus kun chatti on kiinni</b>	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä
<b>Äänimerkki kun uusi viesti saapuu</b>	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä
<b>Monen asiakkaan palveleminen yhtä aikaa</b>	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä
<b>SSL-salaus</b>	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä
<b>Toimivuus mobiilissa</b>	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä	Kyllä

Vertailin eri ohjelmistojen yhteensopivuutta e-villien verkkokauppa-alustan Prestashopin ja Google Analyticsin kanssa, hintaa, viestipohjien ja automaattisen poissaoloviestin lisäämismahdollisuutta sekä millainen kieli chatissa näkyy asiakkaalle ja millainen kieli asiakaspalvelijalla on ohjelmiston hallinnan puolella. Lisäksi vertailin visualisointi-näkymää, kuinka monta asiakaspalvelijaa pystyy käyttämään chattia samaan aikaan, onko asiakkaan mahdollista jättää viesti, kun chatti on kiinni, kuuluuko äänimerkki, kun uusi viesti saapuu, onko monen asiakkaan palveleminen yhtä aikaa mahdollista, onko ohjelmistossa SSL-salaus ja kuinka chatti toimii mobiililaitteissa. Visualisointi-näkymällä tarkoitetaan tässä yhteydessä sitä, millainen näkymä chatti-ohjelmiston hallinnan puolella on ja kuinka asiakaspalvelija näkee asiakkaat. Erilaiset ohjelmistot näyttävät asiakkaiden läsnäolon tai lukumäärän diagram-

meina, taulukoina, listauksena tai vaikka palloina. SSL-salaus tarkoittaa verkkopalveluiden yhteydessä käytettävää salausmenetelmää. Lyhenne SSL tulee englannin kielen sanoista secure sockets layer.

Kun olin tehnyt vertailutaulukon, lähetin sen e-villen toimitusjohtajalle ja asiakaspalvelun esimiehelle, ja he tekivät lopullisen päätöksen ohjelman valinnasta. Verkkokauppa e-vilille päädyttiin ottamaan ohjelma nimeltä Live Agent. Monipuolisessa ohjelmistossa pystyy hallinnoimaan yrityksen kaikkia viestintäkanavia. Ohjelmiston kautta voi pitää yhteyttä asiakkaisiin chatin, sähköpostin ja sosiaalisen median, Facebookin ja Twitterin kautta. Live Agent -ohjelmistoon voi ostaa haluamiaan osia, verkkokauppa e-ville otti käyttöönsä chatti- ja sähköpostipaketin.

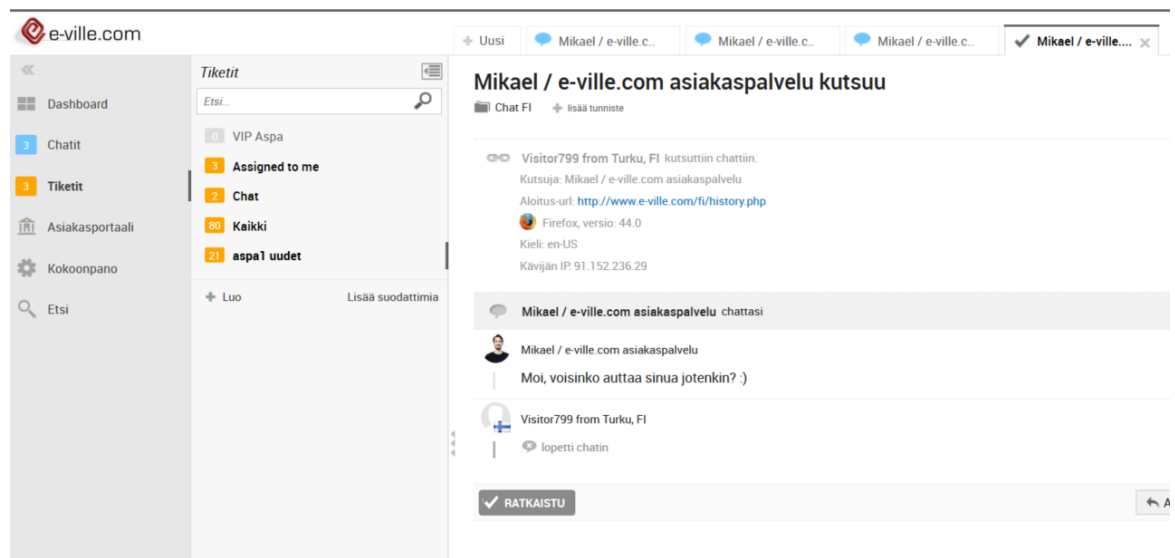
## 6.2 Live Agent -ohjelmisto

Tutustuin Live Agent -ohjelmistoon ensin ohjelmiston internet-sivujensa kautta. Luin kaiken tiedon, mitä sivuilla oli kerrottu ohjelmistosta. Internet-sivuilla oli kerrottu, mitä ohjelmistolla voi tehdä, mihin se on suunniteltu sekä ketkä sitä käyttävät. Lisäksi siellä oli kerrottu yritysten kokemuksia kyseisestä ohjelmistosta. Myöhemmin tutustuin Live Agent -ohjelmistoon videopalvelu Youtuben kautta. Katsoin sekä Live Agentin itsensä tekemiä videoita että asiakkaiden tekemiä videoita. Videoiden avulla sain hyvin kokonaisvaltaisen käsityksen, millainen ohjelmisto on kyseessä.

Live Agent -ohjelmistosta pystyy näkemään paljon tietoja asiakkaista; kuinka paljon asiakkaita on tällä hetkellä kaupassa, missä tuotesivuilla asiakkaat ovat ja kuinka kauan yksi asiakas on viihtynyt tuolla sivulla. Tiedoista näkee myös asiakkaan käyttämän laitteen, eli käyttääkö asiakas puhelinta vai tietokonetta ja mikä käyttöjärjestelmä ja selain on käytössä. Asiakas pystyy ottamaan yhteyttä asiakaspalvelijaan e-villen internetsivujen oikealla reunassa olevasta call-to-action painikkeesta. Painike oltaisiin haluttu lisätä verkkokaupan alareunaan oikealle puolelle, sillä paikkana tämä olisi ollut loogisin ja paras vaihtoehto. Internetsivun rakenteen vuoksi se ei ollut mahdollista, sillä oikealla alareunassa oli jo sijoitettu ”viimeiseksi katsomasi tuotteet” call-to-action painike.

Kun chatti on auki, painike on vihreän värinen. Testijakson aikana call-to-actionin väri muuttui välillä nunnaiseksi. Kun chatti on kiinni, painike muuttuu

harmaan väriseksi. Chatin ollessa offline-tilassa asiakas pystyi jättämään yhteydenottopyynnön. Jätetty viesti tuli chatin omaan kansioon, josta vastasin sähköpostitse takaisin asiakkaalle. Keskustelu asiakkaan kanssa jatkui sähköpostitse. Chatti toimii yhteydenottokanavana molempiin suuntiin, asiakas voi ottaa yhteyttä asiakaspalvelijaan tai sitten menin kysymään asiakkaalta, tarvitseeko hän apua. Halutessaan yhteydenoton sai myös automatisoitua niin, että chat kysyy automaattiviestillä asiakkaalta, tarvitseeko hän apua vai ei. Asetuksesta pystyi siis valitsemaan kysyykö itse asiakkaalta vai valitseeko automatisoidun vaihtoehdon.



Kuva 2. Näkymä Live Agent -ohjelmistosta, tältä chatti näyttää asiakaspalvelijan silmin.

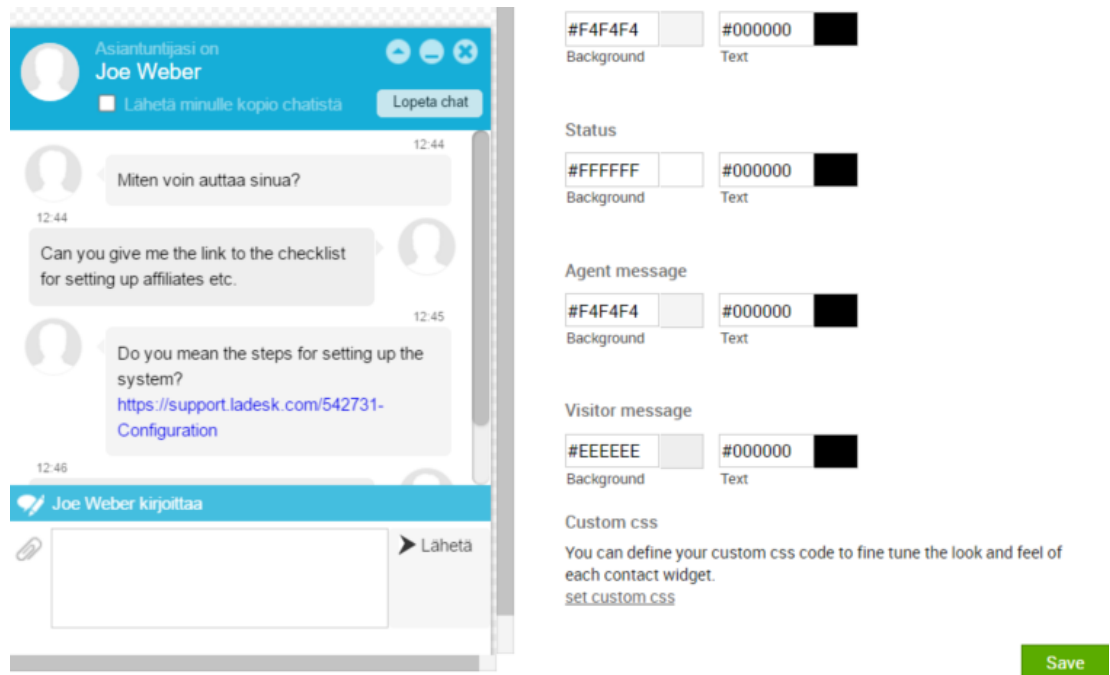
Live Agent -ohjelmiston chatti on monipuolinen. Ohjelmistossa on mahdollista muuttaa chatti-näkymää niin, että se on yhtenäinen yrityksen muun ilmeen kanssa. Chatti-ikkunan nimeä, tervetulo-viestiä, kokoa, ulkoasua ja sijaintia voi muuttaa (kuva 2). Myös väriä pystyy muuttamaan monipuolisesti, reunan väriä, chatti-napin, tilan, asiakaspalvelijan ja asiakkaan viestin väriä voi myös vaihtaa. Ulkoasulle on olemassa neljä erilaista muotoa, klassinen yksinkertainen chatti-ikkuna, suorakaiteen muotoinen ikkuna, kolmion muotoinen, sivun kulmasta tuleva ikkuna tai sitten puhekuplan muotoinen ikkuna.

Live Agent -ohjelmisto käyttää nimitystä "tiketti", kun asiakaspalvelija on saanut asiakkaalta uuden viestin. Tiketti on numeroitu asiakascase eli yhteydenottokeiju jostakin tietystä asiasta. Helppo tiketti voi olla lyhyt puhelu tai yksi kysymys-vastaus-pari meilissä. Kun puhutaan monimutkaisesta tiketistä, sillä tarkoitetaan ketjua, jossa tiketti voi alkaa somesta ja siirtyä sähköposti kautta puhelimeen. Monimutkainen tiketti voi jatkua viikkotolkulla. Yksi asiakas tuot-

taa asiakkuutensa aikana luonnollisesti useita tikettejä: palveluiden avaamisia ja sulkemisia, reklamaatioita, kysymyksiä ja kehuja. (Kortesuo & Patjas 2011, 12.)

Chatti-ikkunan asetuksia on mahdollista muuttaa monipuolisesti (kuva 3). Jos chatissa on yhtä aikaa monta asiakaspalvelijaa, asetusta on mahdollista muuttaa niin, että kun asiakas painaa chatti-nappia, keskustelu ohjautuu automaattisesti sen asiakaspalvelijan luokse, jonka kanssa asiakas on keskustellut aikaisemmin. Asetuksen pystyy laittamaan myös niin, että ikkuna avautuu satumanvaraisesti sille asiakaspalvelijalle, joka on sillä hetkellä vapaana. Ohjelmisto pystyy myös katsomaan keskimääräisen käyttöasteen niin, että asiakaspalvelija, jolla on vähän keskusteluja sillä hetkellä käynnissä, saa uuden asiakkaan omalle linjalleen. Asiakaspalvelija pystyy keskustelemaan monen asiakkaan kanssa yhtä aikaa. Live Agent -ohjelmistossa pystyy määrittämään asetuksen, mikä on maksimimäärä keskusteluja yhdelle asiakaspalvelijalle. Kun asiakaspalvelijalla on maksimimäärä keskusteluja, uusi chatti-keskustelu ohjataan seuraavalle vapaana olevalle asiakaspalvelijalle. Asetuksissa on olemassa myös vaihtoehto, jossa kaikki asiakaspalvelijat saavat tiedon uudesta chatti-keskustelusta. Keskustelu tulee sille asiakaspalvelijalle, joka ehtii painaa ensimmäisenä ”vastaa”-nappia.

Kun asiakaspalvelija on chatissa asiakkaan kanssa, hänelle voi tulla vastaan tilanne, että asiakas kysyy jotakin, mihin asiakaspalvelijalla ei ole vastausta. Live Agent -ohjelmistossa on mahdollista kutsua toinen asiakaspalvelija samaan chatti-keskusteluun. Ennen kuin asiakaspalvelija kutsuu kollegan keskusteluun, hänen on mahdollista kirjoittaa viesti. Tuohon viestiin on mahdollista kirjoittaa, että mistä chatti-keskustelussa on kyse ja mitä asia koskee. Viesti näkyy vain tuolle kutsutulle kollegalle. Live Agent -ohjelmistossa asiakaspalvelija pystyy kirjoittamaan jokaisen tiketin kohdalle omia muistiinpanoja, kuten tilausnumeron tai lisätietoja tilauksesta.



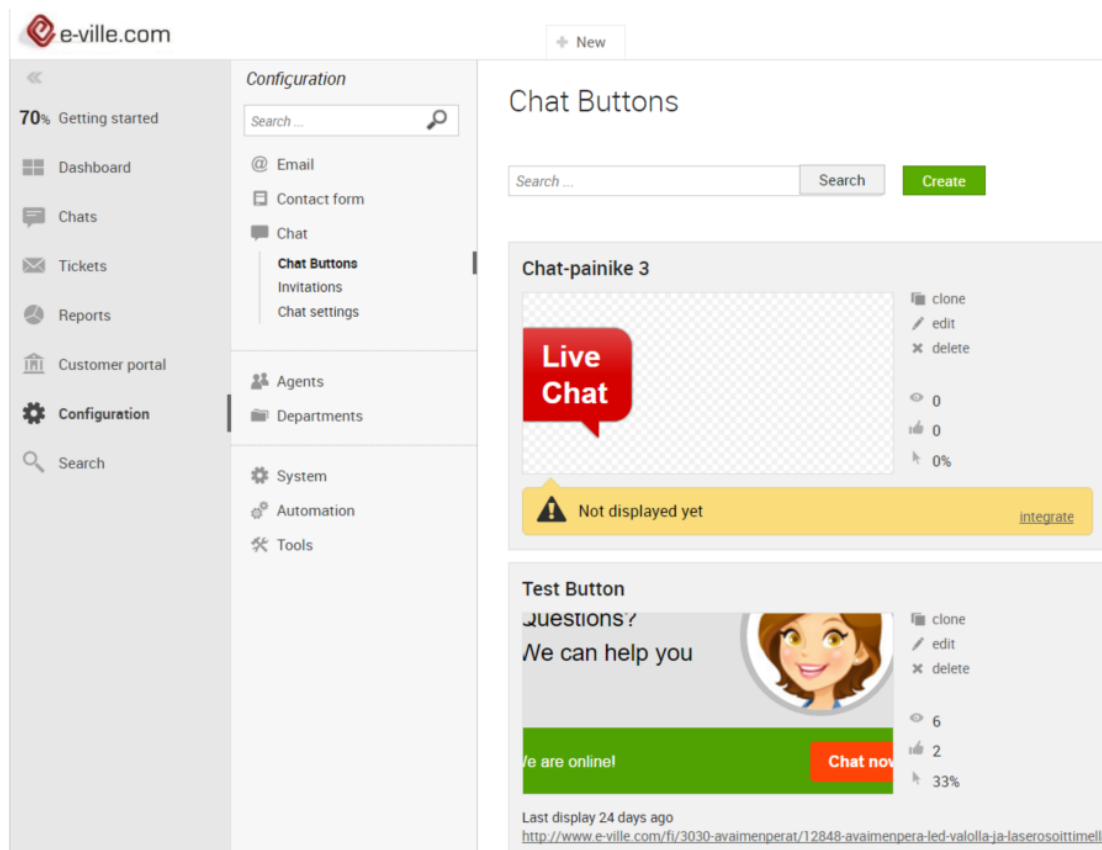
Kuva 3. Live Agent -ohjelmiston hallinnan näkymä, josta voi muokata chatin keskusteluikkunan ulkoasua.

Chatti on asiakasystävällinen, sillä sen kautta pystyy lähettämään ja vastaanottamaan liitteitä. Tämä toiminto on ollut käytännön työssä merkityksellinen ja tarpeellinen, sillä jos asiakas on saanut tuotteen mukana matkalla rikkoutuneen CD-levyn, asiakaspalvelija pystyy antamaan liitetiedosto-toiminnon avulla välittömästi uuden CD:ssä olevan tiedoston asiakkaalle.

### 6.3 Chatin aloitus

Kun olin tutustunut hyvin Live Agent -ohjelmistoon, verkkokaupan ohjelmoija asensi sen verkkokaupan ohjelmistoon. Tämän jälkeen kävin läpi yhdessä asiakaspalvelun esimiehen kanssa chatin asetuksia ja ulkoasua läpi, ja valitsimme e-villelle sopivat sekä muutimme asetukset haluamaksemme. Kuvasta 4 näkyy, millainen Live Agent -ohjelmiston näkymä on hallinnan puolella.



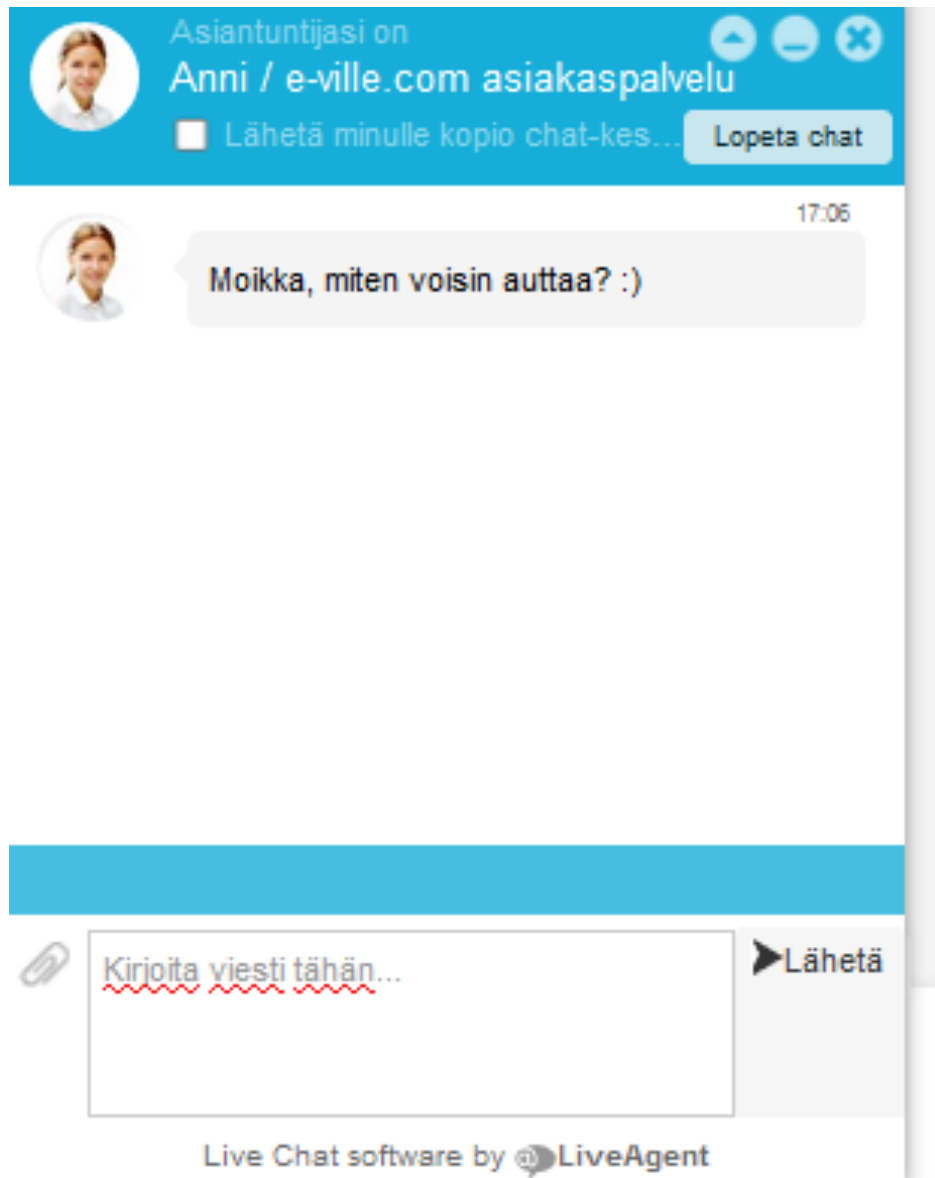


Kuva 4. Live Agent -ohjelmiston hallinnan näkymä, josta voi muokata chatin napin ulkoasua. Keskustelin ennen chatin avausta siitä, millä nimellä asiakaspalvelu-chattia ylläpidetään, minkä nimen asiakas näkee, kun hän chattailee asiakaspalvelijan kanssa. e-villen toimitusjohtajan toivomus oli, että olisin chatissa omana itsenäni, omalla nimelläni ja mahdollisesti omalla kuvallani, sillä kasvokuva tuo asiakkaalle heti paremman kuvan asiakaspalvelusta kuin pelkkä harmaa tyhjä laatikko. Testijakson alussa en ollut valmis olemaan chatissa omalla nimelläni tai kuvalla. Sain luvan kokeilla, millainen vastaanotto olisi miespuolisella asiakaspalvelijalla, joten päätin olla chatissa nimellä "Mikael". Päätin nimen itse, mielestäni nimi Mikael oli helposti lähestyttävä ja nuorekkaan oloinen. Sen jälkeen etsin kuvapankista sopivan kasvokuvan. Sopivan kasvokuvan löytäminen oli haastavaa, sillä kuvapankit olivat täynnä epäsuomalaisen näköisiä kasvoja. Halusin kuitenkin, että kuva näyttäisi aidolta, suomalaiselta Mikaelilta, joka palvelee chatissa asiakkaita hymy huulilla. Etsinnän jälkeen löysin mielestäni sopivan kasvokuvan, hyväksytin sen e-villen toimitusjohtajalla ja asiakaspalvelun esimiehellä. Kuvasta 5 näkyy, millaiseen kuvaan päädyin.



Kuva 5. Asiakkaille näkyvä kuva chatissa, kuvassa vasemmalla puolella kuvitteellinen henkilö nimeltä Mikael. Oikealla puolella näkyy, mitä kuvaa käytin kun olin chatissa omalla nimelläni

Testijakson puolivälissä oli aika luopua Mikaelina olemisesta, sillä halusin kokeilla, millaista on työskennellä asiakaspalvelu-chatissa omalla nimellä. Vaihdoin nimekseni oman nimeni, mutta en halunnut esiintyä omalla kuvallani. Etsin erilaisista kuvapankeista sopivia kuvia. Tämänkään kuvan löytäminen ei ollut helppoa, sillä kuvapankin kuvat ovat yleensä hyvin epäaidon näköisiä. Halusin, että kuvassa esiintyvä ihminen näyttäisi suomalaiselta ja että henkilö olisi helposti lähestyttävä. Kuvasta 5 näkyy oikealla puolella, millaiseen kuvaan päädyin kun halusin esiintyä chatissa omalla nimelläni.



Kuva 6. Chatti-ikkunan ulkoasu

Kuvasta 6 näkyy, millaiselta chatti näyttää asiakkaan silmin katsottuna. Live Agent -ohjelmiston chatin ulkoasua oli mahdollista muokata monipuolisesti, testijakson aikana testasimme erilaisilla teemoilla olevia chatti-ikkunoita. e-villen kaupan ulkoasun väreinä on tummanpunainen ja turkoosi, raikas turkoosi soveltui hyvin chatti-ikkunan väriksi.

#### 6.4 Aikataulun suunnittelu

Opinnäytetyön aloitusprosessissa suunnittelin itse aikataulun, jossa oli käyty läpi chatin ajankohta, tavoitteet, millaisia asioita chatissa käsitellään ja mitä on tavoitteena testata käytännössä. Chatin testijakson ajankohta oli 15.2–30.4.2016.

Verkkokauppa e-villen asiakaspalvelun esimies suunnitteli aikataulun ja sen, mitä teknisiä asioita chatissa testataan milläkin viikolla. Joka viikolle oli eri aihe, mitä testataan. Testit sijoituivat ajanjaksolle 14.3.–10.4.2016. Testattavia asioita olivat chatin nimi, chatin näkyvyys mobiilissa, chatin yhteydenottolomakkeen näkyvyys, info-laatikon näkyvyys chatissa, chatin näkyvyys mobiililaitteissa ja chat-napin väri (taulukko 2). Chatissa testattavien asioiden testijakso alkoi viikolla 11. Ajanjaksolla 14.3.–20.3.2016 testattiin chatti-napin call-to-actionia.

Taulukko 2. Taulukko chatissa testattavista asioista.

What we want to test	Variations	Testing period	How many visitors started to chat	How many new emails in aspa1	How many new emails in aspa2
Chat-button call-to-action	Avaa chat-palvelu	14.3. - 20.3.2016	70	174	330
Chat in mobile	not available	14.3. - 30.4.2016	70	174	330
Offline contact form	off	14.3. - 27.3.2016	70	174	330
Ask info before chat	On	14.3. - 20.3.2016	70	174	330
Ask info before chat	Off	21.3.-27.3.2016	280		
Chat-button call-to-action	LiveChat	21.3. - 27.3.2016			
Chat in mobile	available				
Chat-button color	e-ville red	28.3. - 3.4.2016			
Chat-button color	green	4.4. - 10.4.2016			
Offline contact form	on	28.3. - 10.4.2016			
Knowledge bank	Available				
Knowledge bank	not available				

Call-to-actionista käytetään lyhennettä CTA. Call-to-action on käskymuotoinen kehoitus painaa nappia. Call-to-actionin tarkoitus on houkutellessa vastaanottajaa suorittamaan jokin tietty toimenpide. Yleisesti call-to-actionit ovat suunniteltu napin muotoiseksi ja niin, että se erottuu selkeästi taustastaan. (Koodiviidakko 2013.)

Verkkokauppa e-villen kaikki call-to-action napit ovat käskymuodossa. Napit on suunniteltu niin, että asiakkaan ei tarvitse miettiä, mitä napista tapahtuu. Napit on käskymuodossa ”siirry kassalle”, siirry valitsemaan maksutapa” ja ”siirry maksamaan tilaus”.

## 6.5 Opinnäytetyöpäiväkirja

Opinnäytetyöpäiväkirja on henkilökohtainen sanallisessa tai kuvallisessa muodossa oleva opinnäytetyöprosessin dokumentointi. Opinnäytetyöprosessi on laaja ja pitkälle ajanjaksolle sijoittuva opintokokonaisuus, joten voi olla mahdollista, että projektin loppuvaiheessa ei muista, mitä ratkaisuja työn alkuvaiheessa on tehty. Opinnäytetyöpäiväkirjaan on hyvä kirjata kaikki ideat ja

työn aihealueeseen liittyvät pohdinnat. Opinnäytetyöpäiväkirja auttaa vain siinä tapauksessa, että sitä kirjoitetaan järjestelmällisesti. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 19-22.)

Opinnäytetyöpäiväkirjan kirjoitus alkoi samaan aikaan kuin asiakaspalveluchatti avattiin. Kirjasin päivittäin opinnäytetyöpäiväkirjaan mitä chattiin liittyviä asioita päivän aikana tapahtui ja kuinka työpäivä eteni. Opinnäytetyöpäiväkirjan puolivälistä lähtien kirjasin myös montako tuntia päivässä ja mihin kello-aikaan chatti oli auki. Päiväkirjan kirjoittamisen avulla oli helppo katsoa jälkeenpäin projektin etenemistä ja chatissa tapahtunutta kehitystä.

## 6.6 Ohje Live Agent -ohjelmistoon

Aloitin kirjoittamaan Live Agent -ohjelmiston ohjetta huhtikuussa, kun chatin testijakso oli päättymäisillään. Siinä vaiheessa projektia olin käyttänyt ohjelmistoa kaksi kuukautta, joten ohjelmisto oli minulle jo tuttu. Tein ohjeen Google Driven Slides -sovelluksella. Google Slides toimii samalla tavoin kuin Microsoft Powerpoint, eli sen avulla on mahdollista tehdä monisivuisia esityksiä, lisätä tekstin lisäksi kuvia, linkkejä, valita erilaisia teemoja ja fontteja, upottaa videoita ja animaatioita.

Valitsin Google Driven Slide -sovelluksen siitä syystä, että ohje on helppo jakaa sähköpostitse kaikille, jotka tarvitsevat sitä. Ohje aukeaa näppärästi tietokoneella ja mobiililaitteilla. Google Slidessa on myös toiminto, että kaikki voivat muokata esitystä ja muutokset näkyvät kaikille samaan aikaan. Sovelluksessa on myös mahdollista keskustella heidän kanssaan, joille esitys on jaettu. Google Slidessa on myös hyvä puoli se, että sovellus tallentaa tiedot, eikä tarvitse painaa erikseen ”tallenna tiedosto”-komentoa. Google Slide on myös yhteensopiva Microsoft PowerPointin kanssa, sovelluksessa oleva tiedostomuoto on mahdollista tallentaa omalle laitteelle Microsoft PowerPoint-esityksenä.

### **Ohjeen kirjoitus**

Aloitin ohjeen tekemisen teeman valinnalla, valitsin yksinkertaisen mallin, jossa on e-villen tunnusväri tummanpunainen. Ohje etenee kronologisesti, ensimmäisenä kerron, millainen ohjelma Live Agent on ja mitä sillä voi tehdä.

Jos aiheesta oli video tai muuta tärkeää tietoa Live Agentin omilla internet-sivuilla, merkitsin aiheen linkkinä niin, että linkkiä painamalla pääsee katsomaan videon tai lukemaan aiheesta lisää. Kerroin ohjeessa myös, millainen on ohjelmiston perusnäkyvä, mitä toimintoja siinä on ja mitä erilaiset merkit ja kuvakkeet tarkoittavat. Käytin ohjeessa paljon kuvakaappauksia itse ohjelmas-  
ta.

### **Ohjelman ominaisuudet**

Ohje etenee loogisesta eteenpäin, viidennessä slidessa on yksityiskohtaisempaa tietoa, mikä on tulostaulu ja mitä sillä tehdään, mitä henkilötiedotkohdassa on ja mitä tietoja siellä voi muokata. Seuraavaksi vuorossa on asetukset, siellä voi muokata sähköpostin yleisiä asetuksia, muokata eri osastoja ja sähköpostin allekirjoitusta. Tehokkuusraportista näkee, kuinka kukin agentti on työskennellyt. Raportista on mahdollista tarkistaa työaika, kuinka monta vastausta/chatti-viestiä on lähettänyt, kuinka moni on ollut yhteydessä chatissa ja kuinka monta plussaa/miinusta asiakkaat ovat antaneet chatissa. Raportista näkee kaikkien viestien keskiarvon, eli kuinka monta viestiä on käsitelty tunnissa.

### **Tiketti**

Seuraava osio käsittelee mikä on tiketti, kuinka tiketit on jaoteltu, miten asetuksia muokataan ja kuinka tikettiin vastataan. Koin tässä vaiheessa hyväksi vaihtoehdoksi käyttää kuvankäsittelyohjelmaa ja kuvakaappausta. Otin Live Agent -ohjelmasta kuvakaappauksia, ympyröin jokaisen tärkeän napin punaisella ympyrällä ja laitoin kunkin ympyrän viereen numeron. Jokaisessa numeroidussa kohdassa on kerrottu sliden vasemmalla puolella, mitä nappia painamalla tapahtuu.

### **Chatti**

Seuraava osio käsittelee kuuden sliden verran chatin eri toimintoja. Ohjeessa on näytetty kuvan avulla, mistä kohtaa näkee verkkokaupassa aktiivisena sillä hetkellä olevat asiakkaat ja mistä kohtaa heihin voi ottaa yhteyttä. Ohjeeseen on myös lisätty erilaisia kuvia chatti-näkymästä ja kuvien avulla on näytetty, kuinka chatti-keskusteluja voi siirtää asiakaspalvelijalta toiselle ja kuinka keskustelu lopetetaan.

## Lisäosat

Viimeisenä ohjeessa on kerrottu Live Agent -ohjelmistoon saatavilla olevista lisäosista. E-ville otti käyttöönsä sähköposti- ja chatti-paketin, ei muita lisäosia. Ohjelmistoon on mahdollista liittää myös Facebook, Twitter, Mailchimp ja Wordpress-ohjelmistot. Vaikka e-ville ei ottanutkaan kyseisellä hetkellä muita lisäosia käyttöönsä, mielestäni oli tarkoituksenmukaista, että ne olivat mukana ohjeessa. Voi olla mahdollista, että tulevaisuudessa kyseiset lisäosat tulevat yrityksen käyttöön.

### 6.7 Verkkosivujen kävijäseuranta

Verkkosivujen kävijäseuranta on internetissä tapahtuvan toiminnan tärkeimpiä tehtäviä. Seurannan tarkoitus on nähdä, mikä verkkokaupassa toimii, mistä kävijät tulevat ja miten erilaiset markkinointitoimenpiteet vaikuttavat kävijämääriin. Seurannan yleisimmät kohteet ovat: kävijämäärät, keskimääräinen sivustolla käytetty aika, suosituimmat yksittäiset sivut, liikenteen lähteet, kuten hakukone, mainos tai suora osoite. (Leino 2011, 224.)

Google Analyticsin avulla voi mitata organisaation myyntiä, tuloksia ja saada tietoa kävijöistään. Sivustolta näkee, kuinka kävijät käyttävät sivustoa, miten he saapuvat sinne ja miten kävijät saa palaamaan takaisin. Google Analytics -ohjelmassa on monipuolisesti analysointityökaluja, erilaisia raportteja ja tuloksia. (Google Analytics.)

Google Analytics -ohjelmistolla pystyy määrittämään seurantatunnuksen. Jokaiselle eri kanavalle on mahdollista määrittää oma tunnuksensa. Tuolla tunnuksella Google Analytics näyttää, mitä kautta asiakas on tullut kauppaan. Verkkokauppa e-villen kehityspäällikkö teki asiakaspalveluchattiin oman seurantatunnuksen. Kun asiakas kysyi jostakin tuotteesta, kopioin verkkoseurantakoodin tuotteen linkin perään. Kun asiakas oli mennyt linkin kautta katsomaan tuotetta ja ostanut sen, ostos näkyi Google Analyticsissä. Seurantatunnuksen avulla pystyin seuraamaan, kuinka monta ihmistä oli ostanut kauttani tuotteita, kuinka kauan asiakkaat ovat viipyneet kaupassa ja kuinka monta ihmistä oli mennyt tuon koodin kautta kauppaan. Seurantatunnus on tunnus, joka vastaa kutakin Analytics-sivustoa. Seurantatunnukset tehdään URL-osoitteiden rakennustyökalulla. URL-osoitteiden rakennustyökalun avulla on mahdollista lisätä parametreja muokatuihin verkkonohjaisiin mainoskam-

panjoissa tai sähköpostimainoskampanjoissa verkkokaupan käyttämiin URL-osoitteisiin. Kun käyttäjä klikkaa muokattua linkkiä, yksilölliset parametrit lähetetään Google Analytics -tilille. Näin verkkokauppa saa selville, mitkä URL-osoitteet ohjaavat tehokkaimmin käyttäjiä sivustolleen. (Google analytics - ohjeet s.a.)

Google Analytics on maksuton web-analytiikkasovellus, jota käytetään selaimen välityksellä. Sillä voidaan seurata vapaasti määritettävien tavoitteiden toteutumista ja verkkokaupan liikevaihtoa sekä sitä, millainen internetmarkkinointi on johtanut näihin. (Tulos s.a.)

Live Agent -ohjelmiston chatti on yhdistetty Google Analytics -sivustoon. Google Analyticsistä näkee reaaliaikaisesti chatin tapahtumat eli myynnin, asiakasmäärän, tilausnumerot ja conversion. Google Analytics -sivuston kautta chatin vaikutusta verkkokaupan myyntiin pystyy arvioimaan ja tulokset ovat näkyvillä välittömästi. Google Analytics rekisteröi, kun asiakas aloittaa ja lopettaa chatti-keskustelun. (Live Agent s.a.)

Google Analyticsin kautta pystyy tarkkailemaan, mitä kautta asiakas on tullut verkkokauppaan, mitä hän on ostanut, paljonko konversio on, kuinka kauan hän on viihtynyt kaupassa. Konversio tarkoittaa verkkosivustolle asetetun mittattavan tavoitteen täyttymistä. Verkkokaupassa tämä tarkoittaa onnistunutta tuotteen tilausta. Konversiota mitataan konversioprosenttina. Verkkokaupassa konversioprosentti saattaa olla välillä 0,10-30 prosenttia. Konversion parantaminen eli konversio-optimointi on sivujen muokkaamista ja muutosten vaikutusten testaamista sivuston käyttäjillä. (Tulos s.a.)

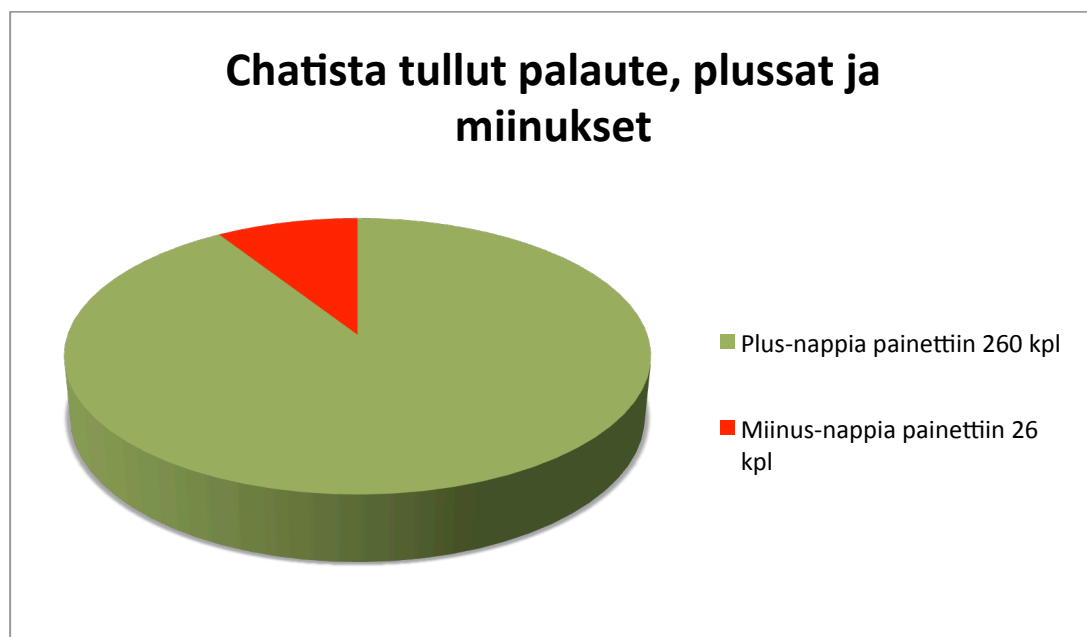
Asiakaspalvelu-chatin testijakson alussa chatin kautta tulevaa myyntiä seurattiin chatille tehdyn seurantalinkin avulla. Ainutlaatuinen koodi eli seurantalinkki liitettiin jokaisen verkkokaupan internetsivuston url-osoitteen perään. Jos chatissa asiakas kysyi jostakin tuotteesta, välitin asiakkaalle suoran linkin verkkokaupassa olevaan tuotteeseen, mutta lisäsin tämän linkin perään chatin seurantalinkin. Jos asiakas osti tuotteen linkkaamastani linkistä, osto näkyi evillien Google Analytics -verkkosivustolla. Myynnin seuranta tuota kautta ei ollut kuitenkaan luotettava, sillä asiakas ei välttämättä ole ostanut tuotetta suoraan chatin linkin kautta. Live Agent -ohjelmistossa oli Google Analytics -



lisäosa, joka kirjaa automaattisesti chatin kautta tehdyt ostokset Google Analyticsiin. Testijakson alkupuolella seuranta ei toiminut, näin ollen myynnin seuraamisesta saatu tieto ei ole luotettava.

## 7 CHATIN VAIKUTUS ASIAKASTYYTYVÄISYYTEEN

Käyn läpi tässä luvussa, mitä mieltä verkkokauppa e-villen asiakkaat ovat asiakaspalvelun laadusta ja uudesta chatista. Aina kun asiakas lopettaa chat-keskustelun, on hänen mahdollista antaa asiakaspalvelijalle plussaa tai miinusta sen mukaan, miten asiakas on itse kokenut chatti-keskustelun. Asiakkaiden kokemukset chatista on nähtävissä liitteessä 2. Samassa lopetusvaiheessa on myös mahdollista antaa sanallista palautetta asiakaspalvelijalle. Tässä vaiheessa asiakkaan on myös mahdollista lähettää chatti-keskustelu omaan sähköpostiinsa, jotta hänelle jää dokumentti käydystä keskustelusta talteen. Chatti-ohjelmisto Live Agent arkistoi asiakkaiden antamat palautteet sekä plussat ja miinukset. Nämä palautteet ovat ajanjaksolta 15.2.2016–1.5.2016. Tänä aikana 280 asiakasta jätti palautteen chatti-keskustelun jälkeen. Tässä 280 palautteessa on mukana myös ne asiakkaat, jotka eivät ole jättäneet sanallista palautetta, mutta antoivat positiivista palautetta painamalla ”plus” tai negatiivista palautetta painamalla ”miinus” nappia. Sanallista palautetta tuli tämän ajanjakson aikana 84 kappaletta. Chattikeskustelun jälkeen plus-nappia painettiin yhteensä 260 kertaa (kuva 7), miinus-nappia painettiin yhteensä 26 kertaa. Otantajakso oli kokonaisuudessaan 11 viikkoa pitkä.



Kuva 7. Asiakkaiden jättämä palaute chatista, plus-napin ero verrattuna miinus-napin painamiseen

Asiakkaiden kommenttien perusteella asiakaspalvelu-chatti on ollut pidetty lisä verkkokauppaan. Tein jokaiselle viikolle taulukon, johon on kirjattu asiakkaan antama palaute chatista (liite 3). Kommentit on kirjattu taulukkoon sellaisenaan, niitä ei ole muokattu eikä kommentteja ole jätetty pois. Taulukossa on myös mukana chatissa testattavat asiat, testijakso alkoi viikolla 11. Chatissa testattiin, kuinka chatin call-to-action napin väri, näkyvyys mobiililaitteessa ja sähköpostin kirjoittamispakko ennen chatin avautumista vaikuttaa chatin käyttöön.

Asiakkaiden jättämät kommentit olivat suurelta osin pelkästään positiivista. Osa asiakkaista ikään kuin jatkoi chatissa käytyä keskustelua tuohon palautteenanto-laatikkoon, sen huomaa muun muassa näistä kommentteista: ”Kyllä on alkuperäispakkauksessa lähdössä takuuseen” ja kommentista ”mistä mä löydän sen Y-tunnksen?se paketti sisältää sen led-kasvi valaisimen”.

Asiakkaat antoivat positiivista palautetta asiakaspalvelusta ylipäättään: ”Hyvää ja ystävällistä palvelua”, ”palvelu pelaa, kiitos”. Myös tuotetietous oli asiakkaiden mieleen: ”Anni osasi kertoa yleisti puhelimista ja ehdottikin minulle parempaa mallia mitä olin itse suunnitellut eka ostavaksi”.

Negatiivista palautetta tuli chatin yhteydestä, vastaamattomuudesta tai chatti-ikkunan liian nopeasta sulkeutumisesta: ” Olet todella hyvä asiakaspalvelia...! Yhteys taitaa vaan välillä pätkiä mutta se ei ole mikään ihme kun ollaan toisella puolella maapalloa...”, ” en saanut vastausta kysymykseeni, rupean kirjoittamaan lomaketta” ja ” juu kiitoksia muutoksesta. ei tarvitse niin nopeasti sulkea chattia kuitenkaan kun tässä on kaikkea muutakin usein yhtä aikaa”.

## Ranking agents

All

Requester	Agent	Comment	Date
	Mathias / e-ville.com - Kundenservice		
Visitor988 from FI	Rebuked Anni / Asiakaspalvelu		Apr 29 (4 months ago)
Marjut marjut.mikkola@gmail.com	Rewarded Anni / Asiakaspalvelu	Erinomainen asiakaspalvelu ja mielenkiintois	Apr 29 (4 months ago)
Visitor447 from FI	Rewarded Anni / Asiakaspalvelu		Apr 29 (4 months ago)
Visitor935 from FI	Rewarded Anni / Asiakaspalvelu	kiitos avusta	Apr 29 (4 months ago)
Aleksi M aleksi.martikainen@suomi24.fi	Rewarded Anni / Asiakaspalvelu		Apr 29 (4 months ago)
Visitor369 from Vantaa, FI	Rewarded Anni / Asiakaspalvelu		Apr 29 (4 months ago)
Visitor438 from Vantaa, FI	Rewarded Anni / Asiakaspalvelu		Apr 29 (4 months ago)

Kuva 8. Live Agent -ohjelmiston hallinnasta näki asiakkaiden asiakaspalvelu-chatista lähettämän palautteen.

Asiakkaan jättämät kommentit sai näkyville Live Agent -ohjelmistosta joko listauksena tai raporttina (kuva 8). Kokonaisuudessaan verkkokauppa e-villen asiakkaat olivat tyytyväisiä chatin nopeuteen ja että asia tuli hoidettua heti. Asiakkaat olivat tyytyväisiä myös asiakaspalvelun ystävällisyyteen ja joustavuuteen. Lyhyen otannan jälkeen voi todeta, että verkkokaupan asiakkaat ovat olleet tyytyväisiä asiakaspalvelu-chattiin ja sen asiakaspalveluun sekä nopeuteen.

### 7.1 Nopean reagoinnin vaikutus asiakastyytyväisyyteen

Suuri osa asiakkaista oli tyytyväisiä siihen, että he saivat vastauksen kysymykseensä nopeasti. Kirjallisesta palautteesta 14 oli sellaisia, joissa oli selkeästi tuotu esille chatin nopeus. Tällaisia vastauksia olivat: ”nopea ja ystävällinen palvelu”, ”nopeaa ja hyvää asiakaspalvelua”, ”palvelu oli asiantuntevaa ja ystävällistä sekä nopeaa”, ”oli heti asialla!”, ”chat palvelu nopeuttaa asioiden hoidossa paljon” ja ”chat on teidänkin osalta hieno ja nopeuttava asiakaspalvelu ratkaisu”. Vastauksista tulee selvästi ilmi, että asiakas on tyytyväinen kun

hän saa vastauksen kysymykseensä, eikä sitä tarvitse odotella useiden tunti-  
en tai jopa päivien ajan.

## 7.2 Chatin vaikutus verkkokaupan myyntiin

Chatin testijakson aikana seurasin, millainen vaikutus chatilla on verkkokau-  
pan myyntiin. Testijakson alussa chatissa käytettiin myynnin seuraamiseen  
seurantalinkkiä, sillä Google Analyticsiin automaattisesti päivittyvä myynnin  
seuranta ei toiminut, automaattinen seuranta alkoi toimia testijakson loppu-  
puolella huhtikuussa. Kirjasin kaikki chatin kautta tulleet myynnit taulukkoon,  
taulukko on myös eritelty mistä myynti on tullut, seurantalinkin kautta vai  
suoraan Google Analyticsistä (taulukko 3).

Taulukko 3. Asiakaspalvelun chatin kautta tulleet myynnit

<b>Chatin kautta tulleet myynnit / kevät 2016</b>		
Helmikuu 2016	74.90 €	Seurantalinkin kautta tulleet myynnit
Maaliskuu 2016	745.75 €	Seurantalinkin kautta tulleet myynnit
	658.82 €	Google Analyticsin kautta näkyvät myynnit
Huhtikuu 2016	1542.75 €	Google Analyticsin kautta näkyvät myynnit
<b>Myynnit yhteensä</b>	<b>3022.22 €</b>	

Testijakson aikana chatista tuli tuloja yhteensä 3022,22 euroa. Todellisia tuloja tuli mitä luultavimmin enemmän, sillä seuranta ei toiminut alusta saakka niin kuin olisi pitänyt. Kokonaisuudessaan chatin kautta saatu palaute sekä kalliiden tuotteiden, kuten polkupyörien ja älypuhelimien myynti osoittautui helpommaksi kuin sähköpostin välityksellä tapahtuva asiakaspalvelu ja myynti. Chatissa tämän kaltaisten tuotteiden myynti osoittautui helpommaksi, sillä chatissa sai heti kerrottua tuotteiden ominaisuuksia, vertailtua erilaisia malleja, asiakkaalta pystyi kysymään välittömästi lisätietoa tuotteen käyttötarkoituksesta tai asiakkaan arvostamista ominaisuuksista tuotteessa.

### 7.3 Chatin vaikutus sähköpostien määrään

Tässä luvussa käyn läpi, onko asiakaspalvelu-chatilla ollut vaikutusta asiakaspalveluun tulevien sähköpostien määrään. Alla olevasta taulukosta näkee, paljonko asiakaspalveluun on tullut sähköpostia ja kuinka moneen sähköpostiin on vastattu. On monta syytä, miksi asiakaspalveluun tulee paljon viestejä, mutta vastauksia on vähemmän kuin saapuneita viestejä. Asiakaspalvelun sähköpostiin tulee jonkin verran roskapostiksi luokiteltavia viestejä, kuten mainoksia ja kutsuja erilaisiin tilaisuuksiin. Lisäksi osa asiakkaista lähettää samaan aiheeseen liittyen monta viestiä. Tämän kaltaisia päällekkäisviestejä tulee päivittäin. Yleensä asiakkaat kysyvät seuraavassa, täysin uudessa viestissä, miksi edelliseen viestiin ei ole vastattu. Asiakkaat saavat vastauksen sähköpostiviestisiinsä aina viimeistään seuraavan arkipäivän aikana.

Taulukossa 4 on kirjattu koko testijakson aikana asiakaspalveluun tulleet chat-pyyntö, chatissa vastatut viestit, chatin yhteydenottolomakkeen kautta tulleet viestit, chatin yhteydenottolomakkeen kautta vastatut viestit, asiakaspalveluun tulevat sähköpostiviestit ja asiakaspalveluun vastatut sähköpostiviestit.

Asiakkaiden yhteydenotto on aina suoraan verrannollinen kaupan myynnin kanssa. Mitä enemmän kauppaan tulee myyntiä, sitä enemmän on asiakkaita ja sitä myötä on myös asiakkaita, jotka ottavat yhteyttä. Varsinkin aika ennen joulua ja joulun jälkeen on kiireistä aikaa ylipäättään kaupan alalla, niin myös verkkokaupassa ja asiakaspalvelussa.

Taulukko 4. Vertailu asiakaspalveluun tulleista sähköposteista.

	<b>VK 7</b> 15-21.2	<b>VK 8</b> 22-28.2	<b>VK 9</b> 29.2- 6.3	<b>VK10</b> 7-13.3	<b>VK11</b> 14-20.3
Tulevat chat pyynnöt	94	112	58	71	94
Chatissa <b>vastatut</b> viestit	85	95	66	50	126
Chatin yhteydenottolomakkeen <b>tulevat</b> viestit	107	110	118	67	16
Chatin yhteydenottolomakkeen <b>vastatut</b> viestit	85	95	89	97	19
Aspaan <b>tulevat</b> sähköpostiviestit	556	501	552	497	534
Aspaan <b>vastatut</b> sähköpostiviestit	407	411	411	510	504

	<b>VK12</b> 21- 27.3	<b>VK13</b> 28.3- 3-4	<b>VK14</b> 4-10.4	<b>VK15</b> 11- 17.4	<b>VK16</b> 18- 24.4	<b>Vk17</b> 25- 30.4
Tulevat chat pyynnöt	197	155	85	151	133	153
Chatissa <b>vastatut</b> viestit	210	143	83	141	143	143
Chatin yhteydenottolomakkeen <b>tulevat</b> viestit	4	6	6	-	-	-
Chatin yhteydenottolomakkeen <b>vastatut</b> viestit	4	3	6	-	-	-
Aspaan <b>tulevat</b> sähköpostiviestit	495	471	745	489	405	479
Aspaan <b>vastatut</b> sähköpostiviestit	534	423	592	509	476	351

Verkkokauppa e-villen asiakaspalvelun sähköpostiliikennettä alettiin seurata toukokuussa 2015 alkaen. Koska sähköpostiliikenteen seurantaa ei ollut täsmälleen samalta ajalta vuodelta 2015, ajanjaksoa ei voinut verrata edelliseen vuoteen. Kevät 2016 oli tietysti mielessä myös poikkeuksellinen aika verkko-kauppa e-villelle. Yleensä joulun jälkeinen aika on ollut helmikuusta, kiinalaisesta uudesta vuodesta lähtien hiljaisempi. Hiljaisina aikoina asiakaspalvelun työntekijöiden aikaa on voitu käyttää muidenkin työtehtävien kuin asiakaspalvelun hoitamiseen, mutta chatin testiajanjaksolla sähköpostitse toimivassa asiakaspalvelussa kevätkin oli kiireinen.

Ennen chatin testijakson aloitusta olin kuvitellut, että sähköpostiviestien määrä olisi vähentynyt radikaalisti. Olin yllättynyt, että näin ei käynyt, mutta toisaalta tavallista korkeampi myynti lisäsi ylipäättään viestien määrää. Jälkikäteen voi miettiä, paljonko asiakaspalveluun olisi tullut sähköposteja, jos chattia ei olisi ollut?

#### 7.4 Chatissa kysytyt kysymykset

Asiakkaat kysyivät chatissa toimitusajasta, veroista ja tuotteista. Kysymykset olivat hyvin samanlaisia asioita kuin sähköpostitse kysyttäessä. Toimitusajoista kysyvät asiakkaat olivat kiinnostuneita, kuinka kauan paketin toimitus Kiinasta Suomeen kestää. Myös ne asiakkaat, jotka olivat jo tilanneet tuotteensa, kysyivät, kauanko toimituksessa menee ja missä paketti on tällä hetkellä. Pakettien seurantasivu ei ollut siis selvillä kaikilla asiakkailla. Pakettien seurantaan tuli sitä selkeyttävä muutos chatin olemassaolon, kevään 2016 aikana. Chattiin tuli myös kysymyksiä tullauksesta ja veroista. Yleensä tullaus- ja verokysymykset koskevat arvonlisäveron rajaa, tuontiveroa ja kuinka tullaus ylipäättään tapahtuu. Tuotekysymykset voivat koskea kaikkea, mikä liittyy verkkokaupassa myytäviin tuotteisiin. Yleisesti kysymykset liittyivät lisätietoon tuotteesta tai asiakkaat kaipasivat apua tuotteiden vertailussa. Usein chattiin esitettiin myös tuoteidea-kysymyksiä. Jos asiakas kysyi jostakin tuotteesta, jota ei löytynyt vielä verkkokaupasta, oli kyseessä tuoteidea. Tässä tapauksessa kiitin asiakasta hyvästä tuoteideasta, ja kehoitin häntä seuraamaan uutuustuote-kategoriaa. Tämän jälkeen tuoteidea kirjattiin sille tarkoitettuun tiedostoon. Verkkokauppa e-villen tuotepäälliköt käyvät läpi säännöllisesti asiakkaiden toivomia tuotteita ja lisäävät potentiaaliset tuotteet kauppaan.

#### 7.5 Projektin tulokset

Projektin loputtua chatista tulleita tuloksia analysoitiin, chatin kautta tulleet myynnit ja asiakkaiden kommentit käytiin läpi. Kommenttien perusteella voi sanoa, että asiakkaat olivat kokonaisuudessaan tyytyväisiä chattiin ja sitä kautta nopeutuneeseen asiakaspalveluun. Ongelmallisena analysoinnissa koettiin tuloksien luotettavuus, sillä chatin myynnin seuranta alkoi toimia testijakson lopussa. Testiaksso suoritettiin verkkokauppa e-villen toimistolla Kiinassa.

Kiinan sijainti ja internet-yhteyden heikkous aiheutti haasteita, yhteyden pätkiminen ja hitaus olivat selvästi chatin heikkoudet. Tulevaisuudessa chatilla olisi loistava mahdollisuus parantaa verkkokauppa e-villen asiakaspalvelua. Chattia olisi hyvä testata Suomesta käsin. Näin asiakaspalvelu olisi tavoitettavissa reaaliaikaisesti, sillä verkkokauppa e-villen asiakkaat koostuvat pääasiassa suomalaisista asiakkaista. Tätä olisi hyvä testata ensin ruuhka-aikoina, kuten jouluna.

Ajallisesti chatti olisi voinut olla päivittäin kauemmin auki, näin reaaliaikaisen asiakaspalvelun saatavuus olisi ollut parempi. Koska hoidin samaan aikaan myös sähköpostitse toimivaa asiakaspalvelua, chatti ei voinut olla koko työpäivän ajan päällä.

Ohjelmistona Live Agent koettiin hyväksi ja monipuoliseksi. Syksyllä 2016 verkkokauppa e-ville pääsi Live Agent ohjelmiston esittelysivulle (kuva 9). Sivulla on esitelty ohjelmistoa käyttävät yritykset, mihin käyttötarkoitukseen he käyttävät ohjelmistoa, kuinka monta asiakaspalvelijaa sitä käyttää, kuinka monta ratkaistua tickettiä asiakaspalvelijat käsittelevät ja kuinka tyytyväisiä yritysten asiakkaat ovat olleet ohjelmistoon. (Live Agent tapaukset s.a.)



Kuva 9. Verkkokauppa e-ville pääsi Live Agent -ohjelmiston esittelysivulle.

Live Agent -ohjelmisto on suosittu ja sitä käyttävät monet muut yritykset, myös suuret yritykset kuten kiinalainen elektroniikkayhtiö Huawei.



## 8 POHDINTA

Projektityönä tehty chatti-asiakaspalvelun kokeilu oli todella mielenkiintoinen projekti. Koin, että kehityin projektin aikana asiakaspalvelijana, kirjoittajana ja työelämän kannalta tuo ajanjakso oli tärkeä minulle. Olen aikaisemmin työskennellyt asiakaspalvelualalla työskennellessäni kaupan alalla eri myymälöissä. Aikaisemmin en ollut työskennellyt asiakaspalvelualalla sähköisen viestintän välityksellä. Opin työharjoittelujakson aikana, millaista on työskennellä sähköpostitse toimivassa asiakaspalvelu-tiimissä. Chatin myötä sain työhön rentouden ja asenteeni muuttui entistä kunnianhimoisemmaksi.

Chatissa oli hyvä esiintyä hieman rennommin, niin että asiakas kokee olevansa samalla viivalla myyjän kanssa. Kun työskentelin chatissa, koin tilanteen aivan samanlaiseksi kuin olisin palvelemassa asiakasta kaupassa. Opin aikataulutamaan opinnäytetyön projektin järkevästi ja opin kokonaan uuden ohjelmiston käytön. Koin kevään aikana, että uuden oppiminen on mielenkiintoista ja itsensä haastaminen tekee itse työstäkin mielenkiintoisen.

Mielestäni asiakaspalvelun ja asiakastyytyväisyyden kannalta chatin jatkuminen olisi ollut järkevää, sillä e-villen asiakkaat olivat tyytyväisiä chattiin. Chatin päättymisen jälkeen jatkoin asiakaspalvelun työtehtävissä, hoidin sähköpostitse toimivaa asiakaspalvelua. Sain useita yhteydenottoja asiakkailta, viesteissä kysyttiin, minne chatti hävisi. Sähköpostiasiakaspalveluun tuli 17.5.2016 viesti: *"Hei, missä asiakaspalvelun "chatti" on? Joskus on ja esim nyt ei. Olisi asiaa"*. Samankaltaisia viestejä tuli muitakin. Tämänkaltaiset viestit osoittivat, että asiakkaat olivat tyytyväisiä siihen, että he saivat hoidettua asiansa hyvin nopealla aikataululla, sillä sähköpostitse asioiden hoito on hidasta verrattuna chattiin.

Chatin testijakson päättymisen jälkeen e-villen toimitusjohtaja päätti, että chatia ei jatketa. Toimitusjohtaja oli tyytyväinen chatin myötä parantuneeseen asiakaspalveluun, mutta chatin kautta tullut myynti olisi pitänyt olla parempaa.

Asiakaspalvelu ja viestintä ovat aina olleet itselleni mieluista ja luontevaa, niinpä asiakaspalvelu-chatti oli mielenkiintoinen projekti. Tulevaisuudessa toivon, että pääsisin jatkossakin työskentelemään sähköisessä asiakaspalvelussa.

## LÄHTEET

- Benchmarkkaus. s.a. Benchmarkkaus ohjeet. Saatavissa: <http://oppimisymparisto.wikispaces.com/benchmarkkaus> [viitattu 27.3.2016].
- Brooks, C. 2015. Live chat wins over customers looking for quick answers. Saatavissa: <http://www.businessnewsdaily.com/7993-live-chat-customer-support.html> [viitattu 30.11.2016].
- Finnchat. s.a. Parempi palvelukokemus ja isompi asiakastyytyväisyys. Saatavissa: <http://www.finnchat.com/miksi-live-chat/> [viitattu 20.11.2016].
- Google Analytics. s.a. <https://www.google.fi/intl/fi/analytics/features/index.html> [viitattu 20.11.2016].
- Google Analytics -ohjeet. s.a. Saatavissa: <https://support.google.com/analytics/answer/1008080?hl=fi> [viitattu 20.11.2016].
- Henriksson, R. 2014. Mitä minä tästä hyödyn: asiakkaan kokemien hyötyjen tunnistaminen ja hyödyntäminen markkinoinnissa ja myyntityössä. USA: Books on Demand.
- Hämäläinen, K., Kiiras, H., Korkeamäki, A. & Pakkanen, R. 2016. Palvelun taitajaksi. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Javne, B. & Marckwort, R. 2013. Sujuvaa asiakaspalvelua sähköpostitse. Helsinki: Suomen Yrityskirjat Oy.
- Kielitoimiston sanakirja. Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy. Saatavissa: <http://www.kielitoimistonsanakirja.fi/> [viitattu 28.11.2016].
- Koodiviidakko. 2013. 10 vinkkiä call-to-actionien käyttöön. Saatavissa: <http://www.viidakko.fi/ajankohtaista/koodiviidakko-vinkit-ja-ohjeet/uutinen/10-vinkkia-call-to-actionien-kayttoon.html> [viitattu 21.9.2016].
- Korkeamäki, A., Pulkkinen, I. & Selinheimo, R. 2000. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Porvoo: WSOY.
- Kortesuo, K. 2016c. Sähköpostiasiakaspalvelun odotusaika. Sähköpostiviesti 3.12.2016. Vastaanottaja A. Ollikainen. Kouluttajan ja tietokirjailijan ohje sähköpostiasiakaspalvelun odotusaikaan liittyen.
- Kortesuo, K. 2014. Sano se someksi 2. Helsinki: Helsingin seudun kaupunkamari.

Kortesuo, K. & Patjas, L-M. 2011. Kuka vastaa? Asiakaspalvelu sosiaalisessa mediassa. Kuopio: Suomen Graafiset Palvelut Oy.

Kortesuo, K. 2009. Tekstiä ruudulla. Helsinki: Infor.

Koskenranta, R. 2016. Digitaaliset palvelut kovassa käytössä - Chat-asiakaspalveluille on kysyntää. Saatavissa:

<https://www.yrittajat.fi/uutiset/538017-digitaaliset-palvelut-kovassa-kaytossa-chat-asiakaspalveluille-kysyntaa> [viitattu 25.11.2016].

Lahtinen, T. 2013. Verkkokaupan käsikirja. Helsinki: Suomen Yrityskirjat Oy.

Leino, A. 2011. Sosiaalinen netti ja menestyvän pk-yrityksen mahdollisuudet.

Live Agent. s.a. Tapaukset. Saatavissa: <https://www.ladesk.com/use-cases/liveagent-eville/> [viitattu 7.12.2016].

Live Agent. s.a. Live Agent -ohjelmiston ominaisuudet. Saatavissa:

<https://www.ladesk.com/features/chat-embedded-tracking/> [viitattu 30.3.2016].

Parviainen, P. 2013. Myyntipsykologia, näin meille myydään. Jyväskylä: Docendo Oy.

Qualitas Forum. s.a. Benchmarking. Saatavissa: <http://www.qualitas-forum.fi/Apualaatuunjainnovaatioon/Benchmarking.aspx> [viitattu 27.3.2016].

Rämänen, R. 2016. Saatavissa: <http://www.finnchat.com/chat-helpottaa-asiakkaiden-pitamista-ja-lisaa-asiakastyytyvaisyytta/> [viitattu 25.11.2016].

Rämänen, R. 2014. Viisi ohjetta chat-ohjelman valintaan. Saatavissa:

<http://www.finnchat.com/5-ohjetta-chat-ohjelman-valintaan/> [viitattu 15.3.2016].

Spym. 2012. Kilpailijat – osa 2: Mitä on benchmarking? Saatavissa:

<http://www.spym.fi/blogi/kilpailijat-osa-2-mita-on-benchmarking/#> [viitattu 27.3.2016].

Teoksessa Markkinoinnin kilpailukeinot, toim. Johansson, H. Saatavissa:

<http://www.tuotantotalous.com/markkinoinnin-kilpailukeinot/> [viitattu 21.2.2016].

Tulos. s.a. Digitaalisen markkinoinnin sanasto. Saatavissa:

<http://www.tulos.fi/sanasto/> [viitattu 17.2.2016].

Vilkkä, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä:

Gummerus Kirjapaino Oy.

Vuorinen, T. 2013. Strategiakirja: 20 työkalua. Helsinki: Talentum.

Kuva 1. SWOT-analyysi verkkokauppa e-villen asiakaspalvelu-chatista

Kuva 2. Näkymä Live Agent -ohjelmistosta, tältä chatti näyttää asiakaspalvelijan silmin.

Kuva 3. Live Agent -ohjelmiston hallinnan näkymä, josta voi muokata chatin keskusteluikkunan ulkoasua.

Kuva 4. Live Agent -ohjelmiston hallinnan näkymä, josta voi muokata chatin napin ulkoasua

Kuva 5. Asiakkaille näkyvä kuva chatissa, kuvassa vasemmalla puolella kuvitteellinen henkilö nimeltä Mikael. Oikealla puolella näkyy, mitä kuvaa käytin kun olin chatissa omalla nimelläni

Kuva 6. Chatti-ikkunan ulkoasu

Kuva 7. Asiakkaiden jättämä palaute chatista, plus-napin ero verrattuna miinus-napin painamiseen.

Kuva 8. Live Agent -ohjelmiston hallinnasta näki asiakkaiden asiakaspalvelu-chatista lähettämän palautteen.

Kuva 9. Verkkokauppa e-ville pääsi Live Agent -ohjelmiston esittelysivulle.

Live Agent -ohjelmiston Google Drive Slide -sovelluksella tehty käyttöohje

# Live Agent ohje

sähköposti / **chat** / sosiaalinen media

1

## Mikä Live Agent on?



---

Live Agent on ohjelmisto, josta voi hallita:

Sähköposteja

Chattia

Puhelinasiakaspalvelu

Sosiaalista mediaa:

Facebook, Twitter, blogi

**Lisätietoa ohjelmasta**

[Live Agentin sivuilta](#) sekä

[Youtubesta](#)



Live Agentin perusnäkökulma näyttää tältä.

2

# Live Agentin perusnäky

Etusivulla on nähtävissä kaikki tärkeät tiedot:  
**Osasto** e-villellä käytössä tällä hetkellä osastot Aspa1 FI, Aspa 2 FI, Asiakaspalvelu FI, Chat FI ja VIP aspa, Kundenservice ja Customerservice.

Oma nimesi, taso, ansaitut merkit (merkit lisääntyvät kokemuksen myötä)

Työaika, sähköposti- ja chat-viestien määrä

Osastot  
Lisää tai poista agentti osastolta, voit lisäksi määrätä mitä palveluita agentti tulee tälle osastolle.

Aspa1 FI		
Chat FI		
Asiakaspalvelu FI		
Aspa2 FI		
VIP aspa		

Tallenna



Mikael / e-ville.com asiakaspalvelu

Taso: Master (7)

Ansaitut merkit:



3

# Live Agentin perusnäky

Tulostaulu Työaika

#1		Mikael / e-ville.com asiakaspalvelu	5:34
#2		Joni / e-ville.com asiakaspalvelu	4:48
#3		Mathias / e-ville.com - Kundenservice	2:12
#4		Julia / e-ville.com asiakaspalvelu	0:00
#4		Tech	0:00
#4		Billing	0:00

Tulostaululla on nähtävissä:  
Kaikki Live Agentia käyttävät agentit eli asiakaspalvelijat

Työaika	Vastauksia	Chat-viestejä
5:34	39	132
Ei luokiteltu	Ei ole luokiteltu %	Plusset
0	0%	7
Plusse %		
100%		

Chat-keskusteluissa asiakas pystyy antamaan asiakaspalvelijalle plussia tai miinusta, myös nämä näkyvät lukumäärän muodossa.

# Tulostaulu

---

Tulostaululla pystyy valitsemaan mitä näkymää haluat tarkastella:

Tulostaulu	Työaika	
#1	Taso	34
	Merkit	
#2	Työaika	48
#3	Vastauksia	12
	Chat-viestejä	
#4	Ei luokiteltu	00
#4	Ei ole luokiteltu %	00
#4	Plussat	00
#4	Plusssa %	00

5

# Henkilötiedot

---

Tästä pystyy muokkaamaan agentin:

**Kuvaa**

**Nimeä** / tämä näkyy sähköpostin lähettäjänä

**Sähköpostiosoitetta** / tällä kirjaudutaan sisään

*ohjelmaan, tämä osoite ei näy muille*

**Roolia** / mitkä oikeudet agentilla

**Salasanaa**

**Sukupuolta**

Kuva



Vaihda

Nimesi Mikael / e-ville.com asiakaspalvelu

Sähköpostisi anni.ollikainen@e-ville.com  
Sähköpostiosoite on myös käyttäjätunnus, käytetään kirjaututtaessa

Rooli Agentti voi katsella ja vastata tikettiin

Salasana Vaihda salasana

Sukupuoli  Mies  Nainen

Tallenna

6

# Asetukset / sähköposti / osastot / allekirjoitus

Osastot ovat siitä syystä, että eri sähköpostiosoitteisiin tulevat viestit saadaan helposti lajiteltua.

Kaikki valmiit mailipohjat ovat osasto-kohtaisia, esim. ruotsinkieliset pohjat ovat käytettävissä vain Kundservice-osastolla, ja vain agentit jotka ovat Kundenservicen käyttäjiä, voivat käyttää näitä valmispohjia.

Osastot

Uusi Osastot

Lisää tai poista agentti osastoista. Voit lisäksi määrittää mitä palveluita agentti tekee tälle osastolle.

- Aspa1 FI
- Chat FI
- Asiakaspalvelu FI
- Aspa2 FI
- VIP aspa

Tallenna

Sähköposti-ilmoitukset

- Kun tiketti on annettu agentille
- Kun asiakas vastaa osoitettuun tikettiin
- Kun uusi tiketti on luotu osastossa jonka jäsen agentti on.

Tallenna

7

# Asetukset / allekirjoitus

Allekirjoitus on aina agenttikohtainen sekä osastokohtainen.

E-villessä allekirjoitus vaihdetaan joka kuukauden alussa, allekirjoituksessa esitellään kuukauden tuotetta.

## Allekirjoitus

Määritä allekirjoitus. Se voidaan liittää kaikkien lähtevien viestien loppuun.

PS. Viestin aiheessa mainittu tunnus toimii asiakaspalvelupyynnöksi tunnuksena. Mainitsethan tämän viestisi yhteydessä, mikäli sinulle jäi vielä kysyttävää. Vastaa mielelläni :)

Voit määrittää tietyn allekirjoituksen

Asiakaspalvelu FI

Joko kesä, mökki ja grilli kutsuvat? Vahvista kodin tai kesäesunnon WiFi-signaalin kantamaa ja surffaile netissä vaikka leiturilla. TP-Link WiFi signaalintoistin tarjouksessa maaliskuun ajan: <http://goo.gl/rDnF4s>

Aspa1 FI

Joko kesä, mökki ja grilli kutsuvat? Vahvista kodin tai kesäesunnon WiFi-signaalin kantamaa ja surffaile netissä vaikka leiturilla. TP-Link WiFi signaalintoistin tarjouksessa maaliskuun ajan: <http://goo.gl/rDnF4s>

8



# Asetukset / näkymä / tehokkuusraportti

Asetuksista voi säätää, kuinka monta välilehteä/tikettiä agentilla voi kerrallaan olla auki.

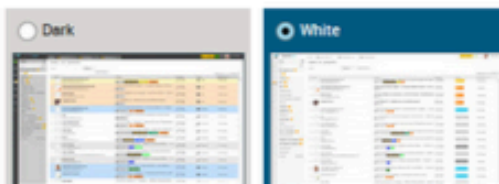
## Asetukset

Määrittä löäasetuksia.

**Maks. keskustelukuorma** 4  
Määrä keskusteluita jotka agentti voi käsitellä

**Chatting Priority** 50  
Chatting priority of agent. New chats will be routed to agents with highest priority (1 - highest, 100 - lowest)

**Agent panel theme**



**Taso** Mester (7)  
Edustaa agentin tietotason tai kokemusta

Tallenna

9

# Tehokkuusraportti

Työaika	Vastauksia	Chat-viestejä	Chatit	Plussat	Rebukes
164:24	1061	2250	527	109	11

Vie CSV-muodossa

Päivämäärä	Työaika	Vastauksia	Chat-viestejä	Chatit	Plussat	Rebukes
25.03.2016	5:34	39 7,01 tunnissa	129 23,17 tunnissa	30 5,39 tunnissa	6 1,08 tunnissa	0 0 tunnissa
24.03.2016	6:22	33 5,18 tunnissa	168 26,39 tunnissa	51 8,01 tunnissa	8 1,26 tunnissa	1 0,16 tunnissa
23.03.2016	5:13	28 5,37 tunnissa	139 26,65 tunnissa	25 4,79 tunnissa	7 1,34 tunnissa	1 0,19 tunnissa
22.03.2016	10:16	40 3,90 tunnissa	327 31,85 tunnissa	85 8,28 tunnissa	15 1,46 tunnissa	2 0,19 tunnissa
21.03.2016	6:11	62 10,03 tunnissa	50 8,09 tunnissa	16 2,59 tunnissa	6 0,97 tunnissa	0 0 tunnissa
20.03.2016	4:59	0 0 tunnissa	0 0 tunnissa	0 0 tunnissa	0 0 tunnissa	0 0 tunnissa
19.03.2016	0:00	0 0 tunnissa	0 0 tunnissa	0 0 tunnissa	0 0 tunnissa	0 0 tunnissa
18.03.2016	7:36	32 4,21 tunnissa	160 21,05 tunnissa	22 2,89 tunnissa	7 0,92 tunnissa	1 0,13 tunnissa

10

---

# Tehokkuusraportti

---

Omaa nimeä painamalla pääsee tehokkuusraportti-osioon

Raportista näkee

- Työajan
- Kuinka monta vastausta/chat-viestiä on lähettänyt
- Kuinka moni on ollut yhteydessä chatissa
- Kuinka monta plussaa/miinusta asiakkaat ovat antaneet chatissa

Raportista näkee kaikkien viestien keskiarvon, eli kuinka monta viestiä on käsitelty tunnissa.

11

---

**Tiketti**

12

---

# Mikä tiketti on?

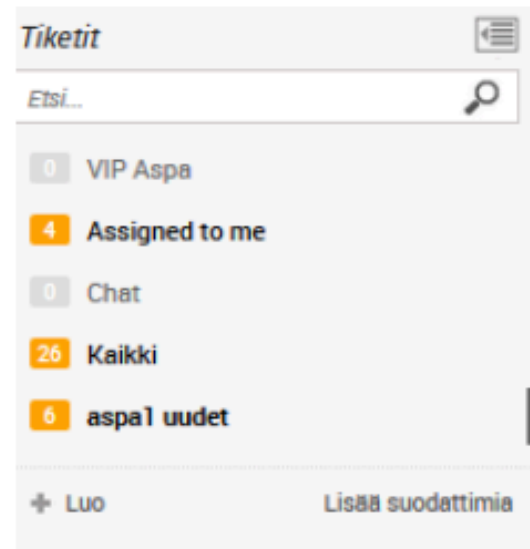
Tiketti on nimitys viestille.

Tiketit on jaoteltu kansioittain, esim tässä:

- Aspa1 uudet tulee kaikki aspa1 tulevat sähköpostit

-Kaikki kansiossa on kaikki asiakaspalveluun tulleet viestit.

-Chat-kansiossa on kaikki chatin yhteydenottomakkeen kautta tulleet viestissä



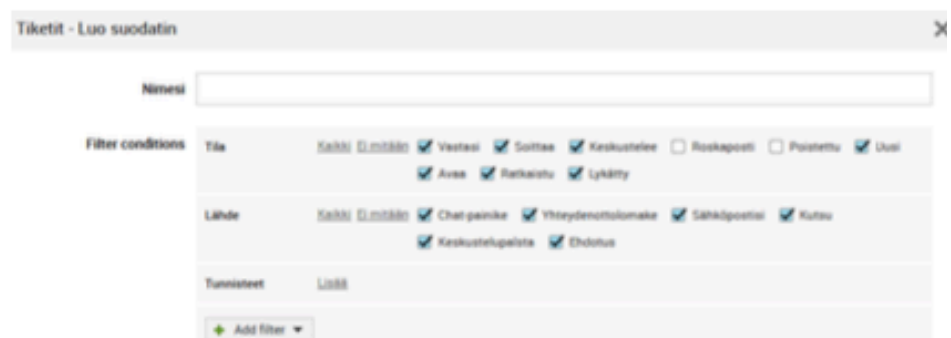
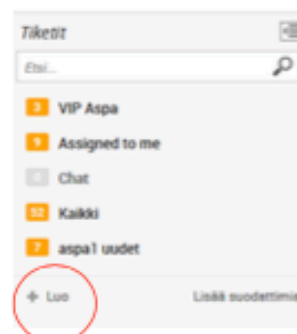
13

# Tiketti suodattimien luominen

Pääset luomaan niitä valitsemalla "tiketit" ja "luo".

Tällä luodaan kansioita, voit luoda kansion eri tilan, lähteen tai tunnisteen perusteella.

Suodattimien perusteella viesti ohjautuvat haluamaasi paikkaan.



# Tikettiin vastaaminen

1. Tästä näkee, onko sama asiakas laittanut viestiä monella eri tiketillä.
2. Tästä pääset vastaamaan viestiin.
3. Vastaamiseen jälkeen lisää tunniste eli tagi (mitä aihetta viesti koskee).
4. Sen jälkeen paina "ratkaise"=asia on käsitelty.
5. Jokaisella viestillä on oma tikettinumero.

Tiketti numerolla löydät viestin Live Agent ohjelmistosta

15

# Lisätietoa tikestä

6. Asiakkaan sähköpostiosoite ja viestin lähetysaika
7. Selain ja käyttöjärjestelmä
8. Agentti voi kirjoittaa omia muistiinpanoja tähän

6. 7. 8.

Tiketti SZO-VBNZI-172

16

---

## Lisätietoa painikkeista

— — —

**Siirrä**-napista voi siirtää tiketin eri osastolle ja osoittaa sen tietylle agentille.

Tässä on myös tekstikenttä, johon voi kirjoittaa miksi on siirtämässä tikettiä, tämä tieto näkyy vain agenteille.

**Lisää**-napista löytyy toimepiteitä mitä voi tehdä tiketille: Lykkää, poista, osoita minulle, eteenpäin, vastaa, lisää muistiinpano

The screenshot shows a horizontal toolbar with five buttons: 'UUSI' (orange with a gear icon), 'Roskaposti' (with a flame icon), 'Siirrä' (with a double arrow icon), 'Ratkaise' (with a checkmark icon), and 'Lisää' (with a dropdown arrow). Below the toolbar is a text input field containing the text 'Klikkaa tästä [Vastaa](#) tai [add note](#)'. At the bottom right of the input field is a 'Sulje ikkuna' button.

Chat

# Linkkejä

---

[Live Agentin kotisivu](#)

[Mobiili](#)

[Hallinta](#)

[Chat napin animointi](#)

[Agenttien merkit](#)



# Chat

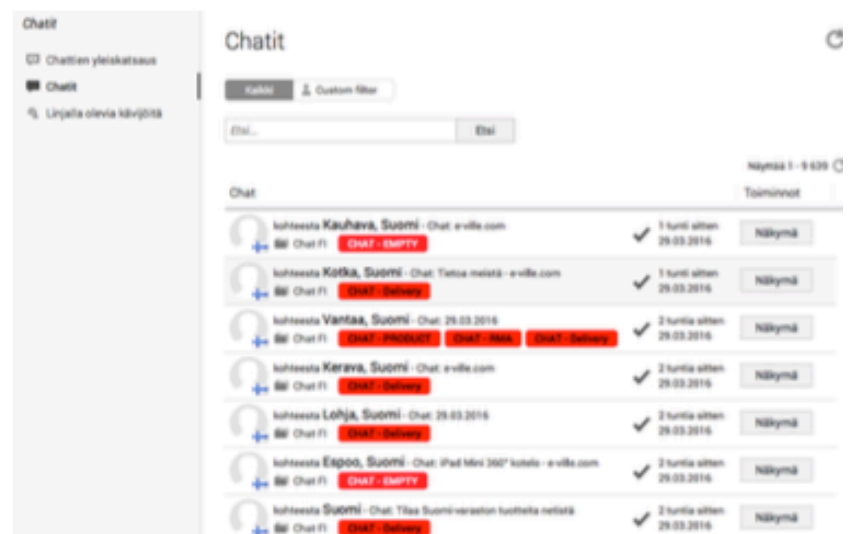
---

Tässä kuvassa olevasta näkymästä on arkistoitu jo käydyt chat-keskustelut, jokaiseen keskusteluun on lisätty tagi aihealueen mukaan.

“Linjalla olevat kävijät”-kohdasta näkee reaaliaikaisesti kaikki kaupassa olevat asiakkaat, ip-osoitteen, paikkakunnan, millä tuotesivulla asiakas on ja kuinka kauan hän on siellä ollut.

Asiakaspalvelija voi myös itse ottaa yhteyttä asiakkaisiin.

Chatin kautta tulleet myynnit tallentuvat Google Analyticsiin.



# Custom filter

Täältä voi valita tietystä kansioista erilaisia viestejä eri filttareiden perusteella.

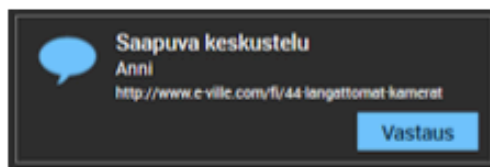
Asetuksista pystyy valitsemaan, minkä mukaan haluat siirtää tiketin, valittavana on: tila, lähde, tunnisteet.

Tikettejä voi siirtää osastoittain, osastoittain tietyille agentille tai vain tietyille agentille.



21

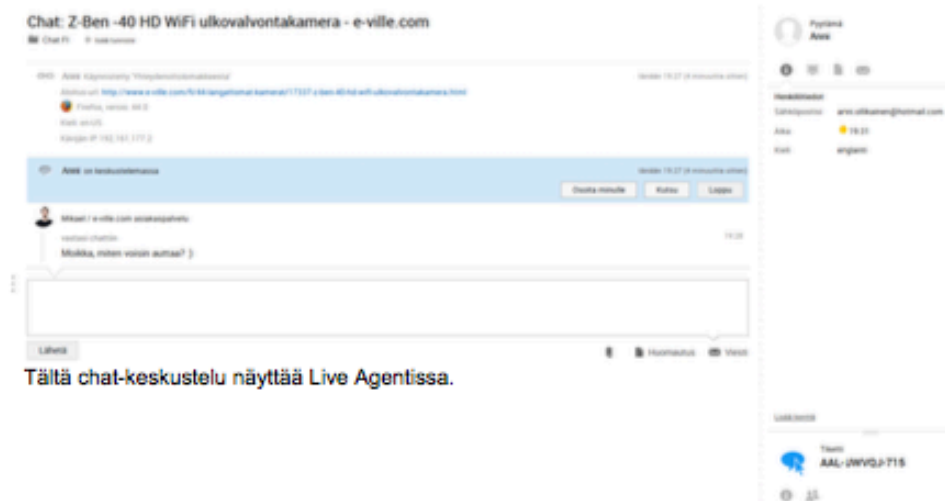
# Kuvia chat-näkymistä



Täältä näyttää asiakaspalvelijan silmin kun asiakas painaa "chat".



Näkymä kaupassa, tältä chat



Tältä chat-keskustelu näyttää Live Agentissa.

22

# Lisätietoa chatista

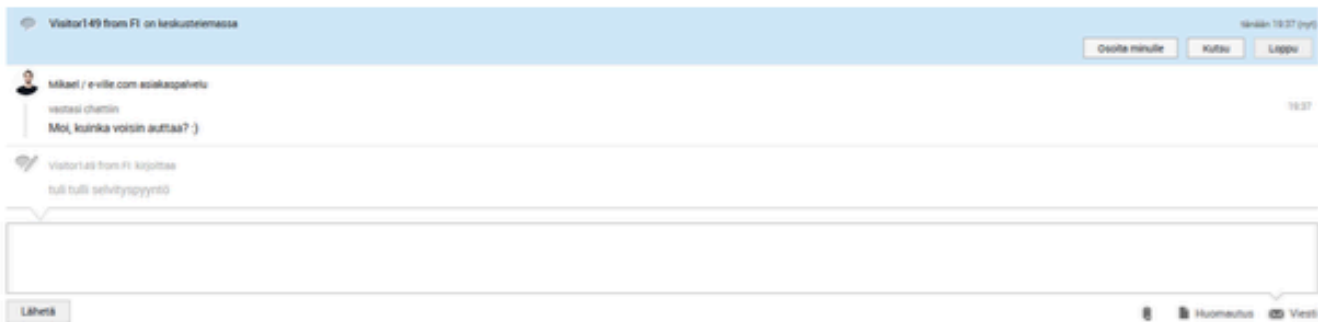
— — —

Agentti saa vastattua asiakkaalle painamalla "vastaus"-nappia.



Chatissa on myös olemassa mielenkiintoinen ominaisuus, sillä agentti näkee reaaliaikaisesti mitä asiakas kirjoittaa chatissa.

Kun asiakas kirjoittaa, agentti näkee ennakoidusti tekstin. Tämä on hyvä ja hyödyllinen ominaisuus, sillä agentti ehtii tehdä toimenpiteitä, kuten etsiä tietoa vielä asiakkaan kirjoittaessa mitä hän haluaa.



23

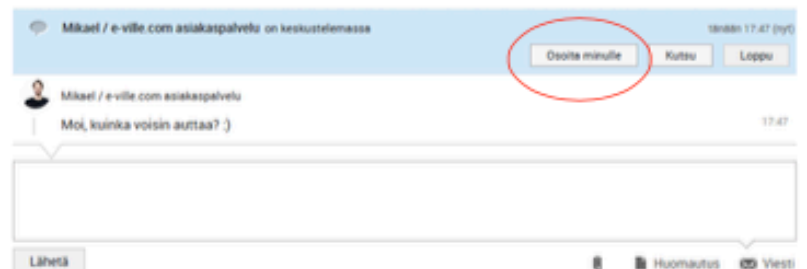
# Osoita minulle-nappi

— — —

Live Agent ohjelmistossa monta eri agenttia voi hoitaa chat-keskusteluja yhtä aikaa.

Agentti voi siirtää keskustelun itselleen painamalla "osoita minulle"-nappia.

Näin keskustelu siirtyy talteen sinne missä on agentille siirretyt tiketit, eli "Assigned to me"-kansioon.



24

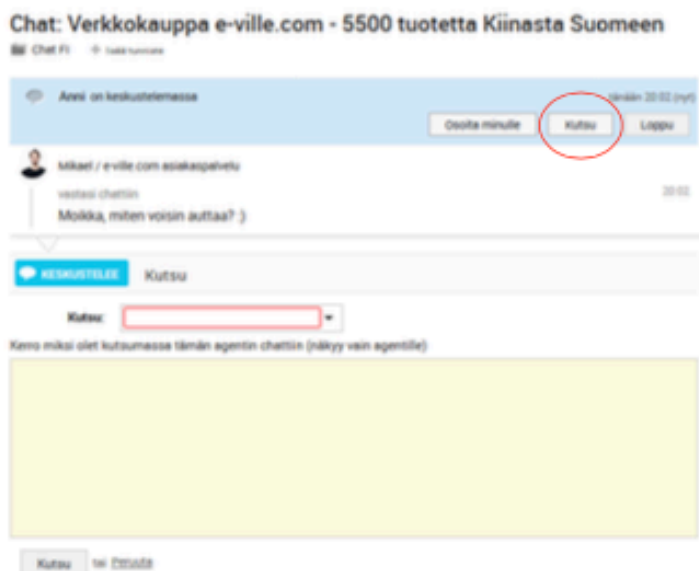


# Kutsu-nappi

Kutsu-nappia painamalla agentti voi kutsua muita agentteja mukaan keskusteluun, esim jos haluaisin että asiakas pääsee keskustelemaan suoraan tuotepäällikön tai vaikka Villen kanssa, painaisin "kutsu" ja kirjoittaisin viesti-kenttään mitä keskustelu koskee ja mistä asiakas haluaa lisätietoja.

Peruuta-napista pääsee takaisin chat-keskusteluun.

"Loppu"-nappia painamalla keskustelu loppuu kokonaan. Silloin keskustelu menee "ratkaistu"-tilaan ja keskustelu arkistoituu.



25

## Lisäosat

Facebook / Twitter / Mailchimp / Wordpress

26

---

# Facebook

---

Voit liittää Facebook-tilin Live Agent-ohjelmaan

Voit seurata ja hallinnoida:

- Seinällä olevia postauksia
- Kommentteja ja privaatti viestejä
- Seurata useita Facebook-sivuja
- Vastata Facebook viesteihin / postauksiin / kommentteihin
- Arkistoida Facebook viestit (tagit)

27

---

# Facebook / Tiketit

---

Facebookin viestejä voi hallinnoida samalla tavoin kuin muitakin viestejä - eli tiketeillä

Saat ilmoituksen uusista Facebook-viesteistä Live Agent-ohjelmaan - sähköposti ja asiakkaiden viestit ovat samassa paikassa.

[Katso video - näin jaat postauksen](#)



28

---

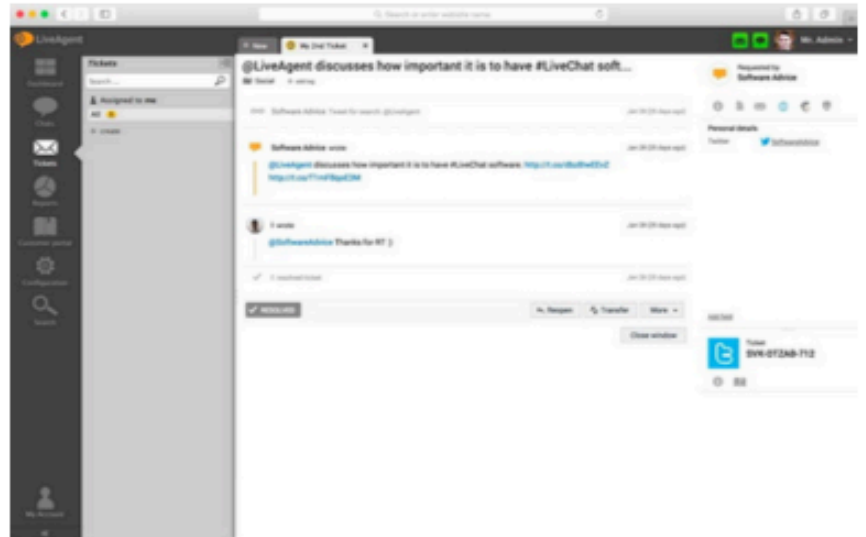
# Twitter

Voit seurata ja hallinnoida twiittejä Live Agentissa.

Monen eri tilien yhdistäminen on mahdollista.

Vastaa twiitteihin vain yhdestä paikasta.

Twiittien kategorisointi ja kommunikointi on helppoa.



29

# Mailchimp / Uutiskirje

Tietojen ja lähetysten hallinta on helppoa, kaikki on samassa paikassa:

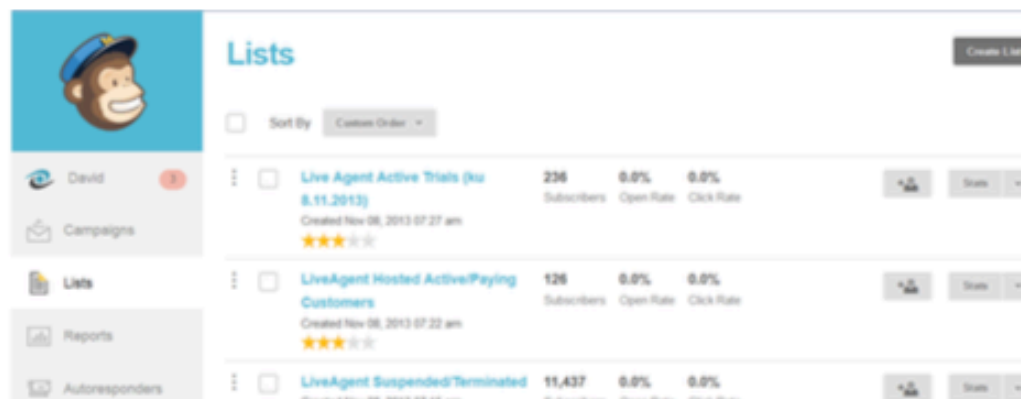
Kampanjat

Postituslistat

Raportit

Asetukset

Lähetys



30

---

## Wordpress / Blogi

---

Voit lisätä chatin blogiisi tai Wordpress-pohjaiselle verkkosivullesi.

Katso lisää [tästä](#).



31

## Lisätietoja?

Live Agentin asiakaspalvelu auttaa osoitteessa **support@ladesk.com**



---

32

**Asiakkaiden palautteet asiakaspalvelu -chatista.**

---

**Viikko 7 / 15-21.2.2016**

Plussaa 10 kpl / miinusta 2 kpl chatti-keskusteluja 74 kpl

**ASIAKKAIDEN PALAUTTEET:**

Kiva kun "kuunnellaan" asiakkaan toiveita.

---

**Viikko 8 / 22-28.2.2016**

Plussaa 15 kpl / miinusta 1 kpl chatti-keskusteluja 90 kpl

**ASIAKKAIDEN PALAUTTEET:**

Asiallista apua! Loistavaa!

Mikael oli kiva! :)

---

**Viikko 9 / 29.2-6.3.2016**

Plussaa 18 kpl / miinusta 1 kpl chatti-keskusteluja 66 kpl

**ASIAKKAIDEN PALAUTTEET:**

olen kyllä tyytyväinen

Kiitos hyvästä palvelusta!

Nopea ja ystävällinen palvelu.

Loistavaa :)

Nopeaa ja hyvää asiakaspalvelua :)

Tiato auttaa vaikka just ei oliska ite laitteita.

asia tuli hoidettua. Kiitos

Heps

---

---

## Viikko 10 / 7.3-13.3.2016

Plussaa 19 kpl / miinusta 1 kpl / chatti-keskusteluja 65 kpl

### ASIAKKAIDEN PALAUTTEET:

KOMMETTI,, NO JOO KUN OLIN VARMA ETTÄ SAAN KOTIIN LÄPPÄRIN PERJANTAIKSI. MITEN KUN PAINAN S-PANKKI NIIN MENE MONIMUTKAISEKSI."JATKA SHOPPAILUA JA SORMI OSUU 5CM YLEMMÄKSI NIIN MAKSUTAPAVAIHTUUU....

Olet todella hyvä asiakaspalvelia...! Yhteys taitaa vaan välillä pätkiä mutta se ei ole mikään ihme kun ollaan toisella puolella maapalloa....

NO COMMENT

Palvelu oli asiantuntevaa ja ystävällistä sekä nopeaa

Oli heti asialla!

---

## Viikko 11 / 14.3.2016-20.3.2016

Plussaa 15 kpl / miinusta 2 kpl / chatti-keskusteluja 71 kpl

Chattiin ei voinut jättää viestiä sillä välin kun chat-asiakaspalvelija ei ole paikalla.

Chatti ei näkynyt lainkaan mobiililaitteissa.

Asiakkaan pitää kirjoittaa sähköpostiosoite ennen kuin hän pääsee aloittamaan keskustelun.

### ASIAKKAIDEN PALAUTTEET:

Todella ystävällistä ja oma-aloitteista palvelua asiakaspalvelijan puolelta. Jatkakaa samaan malliin! hyvin meni.. vastaus kysymykseen tulee huomenissa..

Auttoi ja palvelu pelasi hyvin!!!

Mukava ja asiallinen. :)

Chat palvelu nopeuttaa asioiden hoidossa paljon.

Kyllä on alkuperäispakkauksesa lähdössä takuuseen

Asiantuntevaa, nopeaa ja ystävällistä palvelua, kiitos!

---

---

Toimii :)

Nopeaa ja asiantuntevaa palvelua :)

Komea mies!

Palvelu on teillä ainakin ensiluokkaista Ja siitä voi laittaa kiitokset Ainakin Mikael.

Asiat ratkesi nopeasti, ystävällistä palvelua.

---

## Viikko 12 / 21.3-27.3.2016

Plussaa 43 kpl / miinusta 4 kpl / chatti-keskusteluja 208 kpl

Chattiin ei voinut jättää viestiä sillä välin kun chat-asiakaspalvelija ei ole paikalla.

Chatti ei näkynyt lainkaan mobiililaitteissa.

Asiakas pääsee aloittamaan keskustelun suoraan, ilman että asiakkaan tarvitsee kirjoittaa sähköpostiosoitetta.

Chatti-napin call-to-action painikkeessa luki "LiveChat"

### ASIAKKAIDEN PALAUTTEET:

Kiittoa --- tutkin asiaa ja palaan uusilla kysymyksillä Terv Juhani

Kiitos kätevästä , nopeasta palautteesta !

Mikael tiedän chat palvelussa oli erittäin mukava ja asiantunteva henkilö. Häneltä löytyi vastaus kaikkeen mitä tiedustelin. Iso kiitos vielä hänelle ystävällisyydestä sekä palveluasttiudesta.

teillä on hyvä asiakaspalvelu:)

Hyvää palvelua ja asiantuntevaa, propsit!

Tronsmart kysyy salasanaa mistä se löytyy

Oikein ystävällinen ja aito asiakaspalvelija! terveisin, Asiakaspalvelussa itse työskennellyt

Hienoa toimintaa. Jatkakaa samaan malliin!! suosittelen muillekin

Kiitokset ripeästä ja positiivisesta palvelusta.

Kiitos

Vastaus tulinopeasti toivottovasti myös paketti saapuu joskus

Palvelu pelaa, Kiitos

---

---

## Viikko 13 / 28.3-3.4.2016

Plussaa 33 kpl / miinusta 4 kpl / chat-keskusteluja 140 kpl

Chatti oli avoinna myös mobiililaitteissa.

Call-to-action napin värin testaus, värinä viininpunainen väri, joka on e-villen logossa.

Chatin yhteydenottolomake oli päällä. Tämä tarkoitti sitä, että chatin kautta pystyi lähettämään viestejä, vaikka chatti ei ollut päällä.

### ASIAKKAIDEN PALAUTTEET:

Toiveeni ilmeisesti otettiin huomioon siitä olen kiitollinen

Homma toimi nyt hienosti Kiitos

hieno asiakas palvelu

Kiitos Mikael!

Kiitos todella hienosta asiakaspalvelusta

mistä mä löydän sen Y-tunnuksen?se paketti sisältää sen led-kasvi valaisimen.

juu kiitoksia muutoksesta. ei tarvitse niin nopeasti sulkea chattia kuitenkaan kun tässä on kaikkea muutakin usein yhtä aikaa

Kiitos Mikael!

Hyvää palvelua jo monta vuotta, välillä vähän hidasta. Mutta aina on palveltu

Niin ja todella hyvää palvelua tälläinen CHATTI. SUURET plussat teille. T: Miki

OK. Siis ei mahdu postiluukusta. Mitä jos jätämme unohtamatta ja paketti palautuu teille?

---

## Viikko 14 / 4.4-10.4.2016

Plussaa 17 kpl / miinusta 0 kpl chatti-keskusteluja 83 kpl

Chatti oli avoinna myös mobiililaitteissa.

Call-to-action napin värin testaus, värinä vihreä väri.

Chatin yhteydenottolomake oli päällä. Tämä tarkoitti sitä, että chatin kautta pystyi lähettämään viestejä, vaikka chat ei ollut päällä.

### ASIAKKAIDEN PALAUTTEET:

Asia hoitui niinkuin pitikin! ja kerralla! :)

---



---

Kyllä toimii

Hommat selekis nopeasti!

Katsotaan huomenna, miten asia edistyy.

Loistavaa toimintaa :)

---

## Viikko 15 / 11.4-17.4.2016

Plussaa 31 kpl / miinusta 4 kpl chatti-keskusteluja 141 kpl

Chatti oli avoinna myös mobiililaitteissa.

### ASIAKKAIDEN PALAUTTEET:

Chat on teidänkin osalta hieno ja nopeuttava asiakaspalvelu ratkaisu

kiitos tiedosita suuri apu

eiköhän se nyt riitä,että totesin asian menneen eteenpäin,ehkä ei mene ja tiedä

Tilaus myöhässä lisäkulujen tulemisesta minulle oli ehdotus. En hyväksy, vika ei ole tilaajassa vaan myyjässä. Katson sitten asia ja kun olen loppuviikosta uudestaan yhteydessä asia piti olla ratkaistu

en saanut vastausta kysymykseeni, rupean kirjoittamaan lomaketta

No problem... Just happy to see e-ville is not a scam website. What is the estimated time of delivery?

Syy tilaukseni myöhästymiselle selvisi ja kuten Anni sanoi, siitä olisi pitänyt ilmoittaa minulle, että tuote on väliaikaisesti loppunut. Toki olisi ollut mukava tietää, että onko tuotetta jo tullut lisää ja tarkka päivämäärä, miloin lähtee eteenpäin, mut näillä mennään :)

Kaikkea ei voi tietää..

Asiallista palvelua!

Oikein miellyttävä asiakaspalvelija

Anni osasi kertoa yleisti puhelimesta ja ehdottikin minulle parempaa mallia mitä olin itse suunnitellut eka ostavaksi

Kiitos tiedoista

KIITOS

---

---

## Viikko 16 / 18.4-24.4.2016

Plussaa 22 kpl / miinusta 5 kpl chatti-keskusteluja 143 kpl

Chatti oli avoinna myös mobiililaitteissa.

### ASIAKKAIDEN PALAUTTEET:

Nopeata ja tehokasta apua, kiitos.

HUANOO TOIMINTAAAAA

Yhteys nopeasti. Asiani selvisi nopeasti, siltä osin, kuin se oli hänestä kiinni.

Chat toimii todella nopeasti, joustavasti ja hienosti

asia selvisi nopeasti ja ""korvauksiakin"" sain joten olen tyytyväinen asiakaspalvelun toimintaan =)

Aivan loistavaa palvelua!

Nopeasti ja hoksaavasti hoiti.

---

## Viikko 17 / 25.4.-1.5.2016

Plussaa 37 kpl / miinusta 2 kpl chatti-keskusteluja 153 kpl

### ASIAKKAIDEN PALAUTTEET:

Reipasta ja nopeaa toimintaa toimimattoman tuotteen kohdalla.

Hyvää ja ystävällistä palvelua!

Huippu!

Aivan loistavasti toimittu. Parempaa en osannut odottaa

hyvä

reilua palvelua vaikkei tuotetta löytynyt valikoimista

Kiitos avusta

Erinomainen asiakaspalvelu ja mielenkiintoiset tuotteet. Harkitsen action -kameran ostoa teiltä

---