

Opinnäytetyö (AMK)

Myyntityö

AMYYS13

2017

Niko Aaltonen

PEREHDYTTÄMISEN VAIKUTUS PIENYRITYKSESSÄ

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Myyntityön koulutusohjelma

2017 | 34+5

Rantanen Helena

Niko Aaltonen

PEREHDYTTÄMISEN VAIKUTUS PIENYRITYKSESSÄ

Tässä opinnäytetyössä oli tarkoituksena selvittää perehdytyksen vaikutuksia pienyrityksen työntekijöiden keskuudessa, jossa laajat palvelut/tuotteet hankaloittavat syvällisemmän perehdytyksen tekemistä. Saatua tietoa voidaan jatkossa käyttää järjestelmällisemmän ja syvällisemmän perehdyttämistavan käyttöönotossa. Järjestelmällisemmällä perehdyttämisprosessilla voitaisiin varmistaa jokaiselle työntekijälle tasalaatuisempi perehdytys ja lisäksi voitaisiin varmistaa jokaisen työntekijän saavan perehdytyksen kaikkiin heidän työssään tarvitsemiin osa-alueisiin.

Opinnäytetyö toteutettiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena, ja aineistonkeruumenetelmä tehtiin puolistrukturoiduilla kyselylomakkeilla. Kysely suoritettiin perehdytyksessä mukana olleille työntekijöille kolmessa osassa. Tietoa kerättiin ennen perehdytystä tehdyllä kyselylomakkeella, tästä heränneellä lisäkysymyksellä ja perehdytyksen jälkeen suoritetulla kyselylomakkeella.

Tämän työn tulosten perusteella havaittiin, että työntekijä nauttii enemmän työstään syvemmän perehdytyksen jälkeen, kun hän tiedostaa paremmin mitä on myymässä ja miten hän sen asiakkaalleen myy. Työn aikana tapahtunut kehitys perehdytysmateriaaleissa todettiin myös positiiviseksi, perehdyttämistä tukevaksi perehdytystavaksi. Opinnäytetyön tutkimusjoukko oli suppea, jonka vuoksi tuloksia ei voida yleistää.

ASIASANAT:

työhyvinvointi, motivaatio, perehdyttäminen

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Professional Sales

2017 | 34+5

Rantanen Helena

Niko Aaltonen

THE EFFECTS OF ORIENTATION IN SMALL BUSINESS

The purpose of this thesis was to solve orientation's effects in employees at a small business where extensive service/product selection complicates the making of a depth orientation. Received information can be used to obtain a systematic and more depth orientation process. Depth orientation process could help to obtain a more uniform orientation for all employees and to make sure that every employee gets orientation for all the areas where they need it.

The research used qualitative methodology and the data was collected with semi-structured questionnaires. Inquiry was carried out in three sections to all employees that took part into orientation. Information was collected with questionnaires before orientation and after orientation. Before orientation there was also one additional question that came out in the first questionnaire.

The results of this thesis discovered that sales person enjoys more of his/hers work after the orientation. It helps when sales person knows better what he/she is selling and how to sell it for the customer. Improvement in orientation material during the thesis effected also positively to the orientation habit. In this thesis the set of research was narrow and therefore results couldn't be generalized.

KEYWORDS:

wellbeing at work, motivation, orientation

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 TYÖNTEKIJÄN PEREHDYTTÄMINEN	8
2.1 Perehdyttämisen perusteet	8
2.2 Perehdyttäjä, perehdyttämisen prosessi ja perehdytyksen suunnitelmallisuus	9
2.3 Perehdytyksen eri tyylilajit	11
2.3.1 Vierihoidon perehdytys	11
2.3.2 Malliperehdyttäminen	12
2.3.3 Yhteiskehittäminen	12
2.4 Perehdyttäminen työturvallisuuden kannalta	14
3 TYÖNTEKIJÄN MOTIVOINTI, PALKITSEMINEN SEKÄ TYÖHYVINVOINTI	15
3.1 Motivaatio ja myyntiasteet motivaation esteenä	15
3.2 Palautteen antaminen ja vastaanottaminen sekä palkitseminen	16
3.3 Työhyvinvointi	17
4 KYSELYN TOTEUTUS	19
4.1 Kohdejoukko	19
4.2 Aineistonkeruumenetelmä	20
4.3 Tutkimuksen toteutus	21
4.4 Perehdytyskansion laatiminen	22
5 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET	23
5.1 Ennen perehdytystä, kyselylomake 1	23
5.2 Perehdytyksen jälkeen, kyselylomake 3	26
5.3 Johtopäätökset	30
6 POHDINTA JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET	31
6.1 Reliabiliteetti ja validiteetti	32
6.2 Kehittämisehdotukset	32
LÄHTEET	34

LIITTEET

Liite 1. Liitteen otsikko.

Liite 2. Kaavat, kuvat, kuviot ja taulukot

KUVIOT

Kuvio 1. Oletko Saanut riittävän perehdytyksen?	23
Kuvio 2. Työntekijöiden työsuhteen keston prosentuaalinen jakautuminen.	24
Kuvio 3. Mihin osa-alueeseen kaipaisit lisää perehdytystä?	25
Kuvio 4. Kaipaisitko jatkossa myös laajempaa perehdyttämistä, millaista ja mihin?	27
Kuvio 5. Miten hyvin tunnet nykyisin myytävät tuotteet/palvelumme (asteikko 1-5)?	28
Kuvio 6. Miten hyvin tunnet myymäsi autotarvikkeet?	29
Kuvio 7. Miten arvostetuksi tunnet itsesi työntekijänä?	29

KUVAT

Kuva 1. Työhyvinvoinnin portaat (Työturva 2009b).	17
---	----

1 JOHDANTO

Perehdyttämällä tarkoitetaan työntekijän tutustuttamista työpaikkaan, -yhteisöön, -ympäristöön ja –tehtävään (Lahden Ammattikorkeakoulu 2007). Työnopastukseen kuuluvat siis kaikki ne asiat, jotka liittyvät itse työn tekemiseen (Työturvallisuuskeskus 2015). Perehdyttämistä tarvitaan jokaisessa työyhteisössä, sen koosta tai toimialasta riippumatta. Tarve perehdyttämislle voi tulla myös yrityksen vanhalle työntekijälle, esimerkiksi silloin kun työmenetelmät muuttuvat tai palvelun laadussa havaitaan puutteita. (Työturva 2009a.)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää pienyrityksen työntekijöiden saaman perehdytyksen vaikutusta työhyvinvointiin ja motivaatioon. Tutkimuksessa selvitettäviä ongelmia on havaittu yrityksen työtilanteissa vastaan tulleiden ongelmien kautta. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää mitä keinoja toimeksiantoyrityksessä voidaan hyödyntää ja selvittää onko tällä vaikutusta työntekijöiden työhyvinvointiin sekä motivaatioon. Lisäksi selvitetään syventävän perehdytyksen tarpeellisuutta työntekijöiden näkökulmasta. Tutkimuksen apuvälineenä käytetään toimeksiantoyritykselle teetettyä perehdytyskansiota.

Lisäksi tutkimuksessa kerätään tietoa siitä, miten toimeksiantoyritys on aiemmin perehdyttänyt työntekijöitään ja mitä perehdytystyylejä yrityksellä on ollut aiemmin käytössä. Kerätyn tiedon avulla tutkitaan, onko syvällisemmällä perehdyttämisellä positiivista vaikutusta yrityksen työntekijöiden työssä viihtymiseen, motivaatioon ja heidän asiantuntemuksensa kartuttamiseen. Opinnäytetyöstä kehittyneen tarpeen myötä laadittiin myös perehdytyskansio. Perehdytyskansion materiaaliksi valittiin aihe, joka herätti eniten perehdytystarvetta työntekijöille teetetyn kyselylomakkeen vastauksissa.

Toimeksiantoyrityksen työntekijöitä perehdytetään asiantuntemuksen parantamiseksi valitsemalla yksi tuoteryhmä laajasta tuote-/palveluvalikoimasta. Näin työntekijät keskittyvät hetkellisesti yhden tuoteryhmän yleisen asiantuntemuksen parantamiseen tai lisäarvon luomiseen, ja kehittyvät näin työntekijöinä. Tutkimus tehtiin pienyrityksessä, joka tarjoaa erittäin laajat palvelut. Tästä johtuen myyjiltä vaaditaan laajaa asiantuntemusta hyvin erilaisien palveluiden ja tuotteiden myymiselle. Perehdyttämisen ongelmana ei ole siis varsinaisesti työhön tullessa tehtävä perehdytys, vaan myöhemmässä vaiheessa tuotettavat mahdollisesti tuoteryhmiin syventävät perehdytykset. Kattavan

palvelu-/tuotevalikoiman takia työntekijöille on mahdotonta opettaa koko tuote-/palveluvalikoimaa yhdellä kerralla.

Tutkimuksen teoriamateriaali pohjautuu tutkittuun tietoon siitä, minkälainen on hyvä perehdytys sekä hyvä perehdyttäjä. Lisäksi teoria käsittelee mikä motivoi yrityksen työntekijöitä ja mikä vaikuttaa työyhteisön työhyvinvointiin.

Hyvin hoidettu perehdyttäminen nopeuttaa itse perehdytysprosessia, luo perehdytettävälle myönteisen yrityskuvan ja muun muassa vähentää turvallisuusriskejä. Tästä johdettava positiivinen suhtautuminen lisää myös työhön sitoutumista ja näin myös poissaolot sekä työntekijöiden vaihtuvuus vähenevät. (Työturva 2009a.) Perehdyttäminen vie aikaa, mutta siihen kuluneen ajan saa myöhemmässä vaiheessa moninkertaisena takaisin (Kangas & Hämäläinen 2007, 2).

2 TYÖNTEKIJÄN PEREHDYTTÄMINEN

2.1 Perehdyttämisen perusteet

Uuden työntekijän tullessa uuteen työtehtävään tai työympäristöön herää tarve koulutautumiselle ja valmentamiselle. Toisin sanoen herää tarve perehdytykselle. (Kupias & Peltola 2009, 9.) Perehdyttämisellä tarkoitetaan yrityksen johdon tapaa, jolla työntekijät opetetaan tuntemaan yrityksen toimintatapoja, toimintaperiaatteita, toiminta-ajatusta sekä yrityksen liikeidea. Perehdyttämisen aikana työntekijä oppii myös tuntemaan yrityksen asiakkaat, muun henkilökunnan sekä esimiehet. Työntekijän tulisi tietää perehdytyksen päätyttyä myös häneen kohdistuvan vastuun ja odotukset koko työyhteisön toiminnassa, oppia työtehtävänsä sekä niitä koskevat turvallisuusohjeet. (Kangas & Hämäläinen 2007, 2.) Kiteytettynä perehdyttämisessä päätavoitteena on auttaa työntekijää tulemaan toimivaksi osaksi työyhteisöään. Tällöin työntekijältä odotetaan työntekijänsä hallitsemista ja työyhteisössä sosiaalistumista. (Kjelin & Kuusisto 2003, 46.) Onnistunut perehdyttäminen luo perehdytettävälle myönteistä asennoitumista niin työyhteisöön, kuin työtään kohtaan (Kangas & Hämäläinen 2007, 2).

Toimeksiantoyrityksessä sekä muissa sen kaltaisissa pienyrityksissä on helposti toteutettavissa yrityksen henkilöstöön ja johtoon tutustuttaminen. Tärkeämpää kuitenkin on varmistua työntekijän tiedostavan omat vastuunsa, odotuksensa sekä työtehtävänsä, sillä erityisesti pienyrityksessä yksittäiseltä työntekijältä odotetaan suhteellisen laajaa asiantuntemusta. Esimiehen ollessa poissa työntekijä on usein yrityksessä ainoa paikalla oleva henkilö, jolta odotetaan riittävää asiantuntemusta. Järjestelmälliseen perehdytykseen käytettävä aika saadaankin monin kerroin takaisin, kun työntekijä ei joudu kysymään tietämättömästään asiasta aina erikseen. Tämä korostuu tietämättömän asian tullessa eteen sopimattomana aikana, kuten silloin kun esimies ei ole itse paikalla opastamassa. Tällaisessa tilanteessa uuden työntekijän virheen tekemisen mahdollisuus on korkealla ja järjestelmällisen perehdytykseen hyödyt tulevat hyvin esille, jos tilanteelta vältytään.

Perehdyttämisellä on yritykselle suuri merkitys. Onnistuessaan se on aina niin työntekijän kuin myös koko työyhteisön etu. Mahdolliset virheet saadaan minimoitua kuten myös niiden korjaamiseen vaadittava aika. Myös työtapaturmat ja muut turvallisuusrisikit vähenevät. Perehdyttämisellä on lisäksi positiivinen vaikutus työntekijän motivaati-

oon, kun työntekijä kokee itsensä ennemminkin hyödyksi, kuin muiden työntekijöiden taakaksi. (Kangas & Hämäläinen 2007, 4.) Tästä voidaan todeta, että perehdyttämislä siis välttään usein monilta ongelmilta ja parhaimmillaan jopa parannetaan työntekijöiden motivaatiota sekä työtulosta. Tämä on hyvä huomioida tätä opinnäytetyötä tehtäessä, sillä kaikki työntekijöiltä tuleva innostus vaikuttaa suuresti toimeksiantajana toimivassa pienyrityksessä, jossa työntekijä on usein ainoa asiakkaan kohtaava henkilö.

Perehdyttämistä tarvitaan uusiin tehtäviin astumisen lisäksi myös työyhteisössä tapahtuvien muutoksien takia, esimerkiksi yrityksen johdon vaihtumisen, liikeidean muuttamisen tai työtehtävissä vaihtuvien työmenetelmien, kuten koneiden tai laitteiden muuttua. Edellä mainitut muutokset vaativat koko henkilökunnan perehdyttämistä, jotta työyhteisö oppii tietämään ja toimimaan tapahtuneiden muutoksien vaatimalla tavalla. (Kangas & Hämäläinen 2007, 3-4.)

Käytä ensimmäisen tason (yksinumeroisissa) otsikoissa tyyliä *1 Otsikko*, toisen tason (kaksinumeroisissa) otsikoissa tyyliä *1.1 Otsikko* ja kolmannen tason otsikoissa tyyliä *1.1.1 Otsikko*. Käyttämällä otsikkotyyliä kaikissa työsi otsikoissa voit hyödyntää asiakirjan automaattista sisällysluetteloa.

2.2 Perehdyttäjä, perehdyttämisprosessi ja perehdytyksen suunnitelmallisuus

Vastuu perehdyttämisestä on aina lähimmällä esimiehellä, joka voi tarvittaessa delegoida perehdyttämisen toiselle asiantunnevalle perehdyttäjälle (Työturvallisuuskeskus 2015). Yksittäisen myyjän tehtävät, toimintatavat ja asiakkaat vaihtuvat useasti. Yksi esimiehen tärkeimmistä tehtävistä onkin varmistua siitä, että työntekijä ymmärtää mitä on tekemässä ja miten hänen on toimittava. Esimiehellä on mahdollisuus kehittää työntekijöitään ja yhtenä tärkeimmistä tehtävistä on varmistaa työntekijöiden tasalaatuinen toiminta, sekä myyjien itsevarmuus. (Rubanovitsch & Aalto 2008, 170-171.) Perehdyttäjältä odotetaan ymmärrettäviä ohjeita, joiden avulla ohjauksessa oleva työntekijä voi tehdä tuottavaa ja laadukasta työtä. Lisäksi perehdyttäjä osaa ohjata työntekijän käyttämään oikeanlaisia ja turvallisia työtapoja, sekä kannustaa työntekijää itsenäiseen tiedonhankkimiseen ja ongelmien ratkaisemiseen. Perehdyttäjä toimii myös rakentavan palautteen antajana. (Lahden Ammattikorkeakoulu 2007.)

Myyynnissä toimivan esimiehen tulisi selvittää jokaisen työntekijänsä vahvuudet, heikoudet, sekä kannustettava työntekijöitään kehittämään itseään ja ottamaan myös oma-aloitteisesti selvää yrityksen tuotteista ja toimintatavoista. Lisäksi esimiehen tulee opastaa uuden tuotteen tai palvelun myymisessä. Myyntitekniikkaa on mietittävä tuotekohtaisesti ja käytävä läpi sopivia kysymyksiä asiakkaalle myynnin tukemiseksi. Järjestelmällisellä myynnin ohjaamisella ja työntekijän taitojen kehittämällä voidaan kasvattaa myyntiä merkittävästi. Yhden tuotteen koulutuksella voidaan myös parantaa paitsi kyseisen, myös muiden yrityksen tuotteiden myyntiä. (Rubanovitsch & Aalto 2008, 172-174.)

Perehdytysprosessin ymmärtäminen on avainasemassa, jotta perehdytyksestä tulee toimiva. Aluksi on tarpeellista määritellä sen hetkinen tilanne perehdyttämisessä ja se mitkä ovat yrityksen tärkeimmät kehittämistarpeet. Tämän jälkeen tulee yrityksessä sopia toimenpiteistä, joita tehdään perehdyttämisen hyväksi. Kun tarpeelliset toimenpiteet on määritelty, on vuorossa toteutus, jonka aikana perehdytys tapahtuu. Viimeisenä vaiheena on perehdyttämisen seuranta. (Kangas & Hämäläinen, 2007, 23.) Seuraamalla perehdytystä saadaan selville, saavutetaanko toivotut tavoitteet, onnistuiko perehdytys kuten haluttiin ja mitä voitaisiin mahdollisesti tehdä toisin perehdytyksen parantamiseksi (Työturvallisuuskeskus 2015).

Perehdytystä ja opastusta tukemaan on hyvä tehdä kirjallinen suunnitelma, josta pystytään helposti seuraamaan perehdytyksen etenemistä. Näin säästetään aikaa ja tuetaan omaa muistia. (Työturvallisuuskeskus 2015.) Perehdyttämisen suunnittelu vaatiikin perehdyttäjältä paitsi suunnitelmallisuutta, myös dokumentointia sekä jatkuvuutta ja huolellista valmistautumista (Työturva 2009a). Jos kyseessä on uusi työntekijä, on perehdyttäjän hyvä aloittaa sellaisilla valmisteluilla ennen uuden työntekijän aloittamista, joihin hän ei uutta työntekijää vielä tarvitse (Hyppänen 2013, 218). Ensimmäisenä työpäivänä tutustetaan uusi työntekijä työyhteisöön ja hoidetaan muiden työntekijöiden esittely, (Talouselämä 2013) tutustumisen jälkeen siirrytään varsinaiseen perehdyttämiseen (Hyppänen 2013, 218). Varsinainen perehdyttäminen on hyvä aloittaa selvittämällä mitä kaikkea perehdytyksen aikana on käytävä läpi (Talouselämä 2013).

On hyvä huomioida, että ennakoivalla perehdytyksen suunnittelulla voidaan välttää kahdelle hengelle maksettavan palkan määrää, jos perehdyttäjä hoitaa itsenäisesti perehdytyksen valmisteluita. Hyppänen (2013, 218) painottaa perehdytyksen suunnittelussa huomioitavaksi myös sen, että jokaisella mahdollisella perehdyttäjällä olisi uuden työntekijän aloittaessa varmasti varattu riittävästi aikaa perehdyttämistä varten.

Perehdyttämisen haasteina voidaan pitää suunnitelman pysymistä ajan tasalla sekä perehdyttäjän motivoituneena pysymistä useiden eri työntekijöiden kanssa. Tämän lisäksi on myös huomioitava perehdytettävien oppimiskyky, -tavat ja asenne. (Lahden Ammattikorkeakoulu 2007.) Tärkeää on myös, että perehdyttämisen tuloksia seurataan ja arvioidaan, sillä sen avulla selviää, saavutettiinko määritellyt tavoitteet. Seurannan ja arvioinnin avulla saadaan tietoa, miten perehdytystä tulisi kehittää. (Penttinen & Mäntynen, 2007, 7.)

2.3 Perehdytyksen eri tyylilajit

2.3.1 Vierihoidoperehdytys

Vierihoidoperehdytyksellä tarkoitetaan työntekijöiden henkilökohtaisella tasolla toteutettua perehdyttämistä, joka toimii hyvin perehdytettävien henkilöiden määrän ollessa riittävän pieni. Useassa työyhteisössä perehdytyksessä lähdetäänkin liikkeelle juuri vierihoidoperehdyttämisestä, jossa jokainen työntekijä otetaan vastaan yksilöllisesti ja perehdytetään kädestä pitäen. Vierihoidoperehdyttäminen tapahtuu uuden työntekijän seurattessa perehdyttäjän työntekoa ja perehdyttäjän samalla kertoessa yrityksestä, työyhteisöstä ja uuden työntekijän työtehtävistä. Tämä on tyyli, joka liittyy yleensä kaikkiin perehdyttämistyyliin, mutta useasti se on myös ainut perehdyttämisen tyyli. Tämän tyylin onnistumiselle on erittäin olennaista, että perehdyttäjä osaa ja tietää perehdyttämänsä asian mahdollisimman hyvin sekä hänellä on aikaa hoitaa tämä tehtävä. Perehdyttämisestä muodostuu dialogi siinä vaiheessa, jossa työntekijän tarpeet määrittelevät sen minkälaiseksi perehdytysprosessi muotoutuu. Perehdytykseen voidaan myös liittää mukaan koko työyhteisö tai -ryhmä, jolloin perehdytysprosessi kehittyy jatkuvasti. Työntekijälle on selkeää, kun hänellä on henkilökohtainen vastuuhenkilö, mutta samalla koko prosessi on valitun perehdyttäjän varassa. (Kupias & Peltola 2009, 36-37.) Usein perehdytystä voidaan suunnitella tarkkaan uuden työntekijän tehtävän mukaan, jolloin se voidaan toteuttaa sen mukaan, mihin tehtäviin työntekijältä odotetaan asiantuntemusta. Tällöin keskitytään tarkasti tiettyihin osa-alueisiin ja niiden perehdyttämiseen.

2.3.2 Malliperehdyttäminen

Malliperehdyttäminen on vierihoitoperehdytystä huomattavasti heikommin tilanteeseen mukautuvaa, tiettyjä kaavoja noudattavaa perehdyttämistä, joko tiettyjen mallien tai materiaalien avulla. Malliperehdyttämistä käytetään yleensä yhtenä osana muuta perehdytystä tukemassa. Malliperehdyttämisessä käytetään perehdyttämisen apuvälineinä malleja sekä materiaaleja. Se tuo perehdyttämiseen apuvälineitä ja materiaaleja työntekijöiden oppimisen tueksi, mutta hienoimmatkaan mallit eivät välttämättä varmista tämän perehdyttämisen onnistumista, mutta sen sijaan selkeät mallit tukevat hyvin perehdyttäjien tasalaatuista toimimista. (Kupias & Peltola 2009, 36-37.) Perehdytysmateriaalit on hyvä antaa työntekijöille myös kirjallisessa muodossa, sillä opittavaa voi olla paljon ja näin työntekijä voi opiskella myös itsenäisesti. Lisäksi on tärkeää keskustella työntekijän kanssa itseopiskelun aikana heränneistä kysymyksistä ja näin varmistaa perehdytysmateriaalista opittujen asioiden olevan varmasti oikeita. Yleisimpiä perehdytysmateriaaleja voivat olla esimerkiksi Tervetuloa taloon –kansio, yrityksen intranet ja muut yrityksen verkosta löytyvät yhteiset perehdytysmateriaalit. (Hyppänen 2013, 219.)

Liian mallien mukaan tapahtuvan perehdytyksen heikkoutena on jäykkyys, jolloin perehdytyksen kehitystarpeita ei enää huomioida. Tässä tapauksessa vastuuta on hyvä siirtää takaisin työyhteisön suuntaan, jolloin perehdytystä voidaan taas kehittää ja saada aikaan uusi laadukas perehdytystyyli. Tärkeintä on, että perehdytyksestä vastuussa olevilla työntekijöillä riittää aikaa perehdyttämislle, sekä halua kehittää prosessia jatkuvasti. Jatkuva perehdyttämisen prosessin kehittäminen ja toimiva perehdyttämistyyli pitääkin sisällään vierihoitoperehdyttämistä sekä mallien mukaan toimimista. (Kupias & Peltola 2009, 39-40.)

2.3.3 Yhteiskehittely

Yhteiskehittelyssä perehdytys tapahtuu vastavuoroisesti perehdyttäjän ja perehdytettävän välillä. Tällöin yrityksen vanhoihin perehdytystyyleihin voidaan saada toimivia ideoita perehdytettävältä henkilöltä. Yhteiskehittelyssä perehdyttäjä ja perehdytettävä voivat yhdessä rakentaa toimivan perehtymisprosessin. (Kupias & Peltola 2009, 36.) Joissakin tapauksissa yhdistämällä perehdyttäjät ja perehdytettävät työntekijät toimimaan keskenään, saattaa perehdyttäminen toimia myös toisin päin. Näin esimerkiksi uuden työmenetelmän kanssa, jolloin perehdytettävä voi yhtä hyvin perehdyttää perehdyttä-

vää työntekijää, kun kummallakaan ei ole aiempaa tietoa asiasta. (Valpola & Åman 2008, 27.) Tämän tarkoituksena on se, että molemmat osapuolet voivat kehittyä perehdyttämisen prosessin aikana. Tässä tapauksessa myös korostuu perehdytettävän työntekijän kuuntelu ja tämän näkemysten hyödyntäminen. (Kupias & Peltola 2009, 41.)

Yrityksen perehdytystä tulisi myös räätälöidä kullekin työntekijälle sopivaksi. Tällöin yrityksen tuotteista/palveluista muodostetaan omat moduulinsa, joita eri tavalla yhdistelemällä voidaan rakentaa kullekin työntekijälle sopivanlainen perehdytys. Räätälöidyssä perehdyttämisessä on huomioitava työntekijän sen hetkiset osaamiset, joista saadaan selville osa-alueita joissa työntekijä ei välttämättä kaipaa paljota perehdytystä ja keskittyä niihin osiin, joissa on perehdytyksen tarvetta. Tällainen perehdytys vaatii toimiakseen työyhteisöltä jäsenettyä ja jatkuvasti kehittyvää perehdyttämistä. (Kupias & Peltola 2009, 39-40.) Työntekijältä voi saada myös hyödyllistä tietoa tämän aiemmista työtehtävistä tai mahdollisista havainnoista joita hänelle on nykyisestä työstä perehdytyksen aikana syntynyt. Tällä tavoin yritys voi saada kehitysideoita ja samalla perehdytettävä työntekijä kokee saavansa arvostusta. (Hyppänen 2013, 221.) On kuitenkin huomioitava, että yrityksellä on usein myös pysyviä asioita, jotka on työntekijälle dialogisessakin perehdyttämisessä kerrottava (Kupias & Peltola 2009, 41).

Tyylejä perehdyttää on yhtä monia kuin paikkojakin, joissa työntekijöitä perehdytetään. Tämä tulee huomioida mietittäessä, minkälainen perehdytys on sopivin millekin yritykselle ja millä tyylillä perehdytystä saava henkilö parhaiten oppii. Tästä johtuen tässä teoriaosuudessa tarkastellaan erilaisia perehdytystyylejä, jonka kautta mietitään, mikä perehdytystyyli on sopivin tässä opinnäytetyössä mukana olevalle pienyritykselle.

Tässä opinnäytetyössä päädyttiin käyttämään vierihoitoperehdyttämistä yhdistämällä siihen massaperehdyttämistä sekä myös yhteiskehittelyä. Pienyrityksessä työntekijöiden määrä on sen verran pieni, että vierihoitoperehdyttäminen toimii myös perehdyttämisen myöhäisemmässä vaiheessa. Tiettyjen asioiden tehostamiseksi osa perehdytyksestä tuotetaan kuitenkin massaperehdyttämällä eli perehdyttämällä useampaa työntekijää samanaikaisesti. Dialogisella perehdyttämällä saadaan työntekijältä mahdollisesti uusia ideoita ja samalla työntekijä kokee itsensä arvostetuksi (Hyppänen 2013, 221). Koska perehdytysmateriaalit toimivat ja tukevat itse perehdyttämistä, tullaan osana tätä opinnäytetyötä tekemään malliperehdyttämisen tyypillinen perehdytyskansio. Sen vaikutusta perehdyttämisen laatuun tullaan vertaamaan aiempaan perehdytystapaan, jossa minkäänlaista perehdytysmateriaalia ei ole ollut uuden työntekijän tukena.

2.4 Perehdyttäminen työturvallisuuden kannalta

Työsuojelulainsäädännöstä löytyy useita työnantajaa velvoittavia määräyksiä, jotka vaativat perehdyttämisen järjestämistä (Työturvallisuuskeskus 2015).

Työssä mahdollisesti esiintyviin vaaratilanteisiin tulisi aina saada perehdytys. Työsuojelun lainsäädännöstä löytyykin useita perehdyttämistä vaativia määräyksiä ja lakeja, joista esimiehen tulisi työyhteisössä vastata. Perehdyttäjältä vaaditaankin tarkkaa tietoa oman alansa työsuojeluun liittyvistä lainsäädännöistä ja määräyksistä. (Työturva 2009a.) Työturvallisuuslaissa vaaditaan opetusta ja ohjausta työntekijälle. Työntekijä on oikeutettu saamaan riittävät tiedot työpaikan haitta- ja vaaratekijöistä sekä tämän lisäksi on huolehdittava, että työntekijä saa riittävän yleisen perehdytyksen. Perehdytyksen ajan tasalla pysymisestä on myös huolehdittava ja tarpeen vaatiessa perehdytettävä työntekijän tiedot vastaamaan tätä hetkeä. (Työturvallisuuskeskus 2015.) Työturvallisuuslain on tarkoitus ehkäistä työstä ja työtapaturmasta johtuvia työntekijän fyysisiä ja henkisiä haittoja (Finlex 2014). Kuten työturvallisuuslaissa mainitaan ”*Työnantaja on tarpeellisilla toimenpiteillä velvollinen huolehtimaan työntekijöiden turvallisuudesta ja terveydestä työssä. Tässä tarkoituksessa työnantajan on otettava huomioon työhön, työolosuhteisiin ja muuhun työympäristöön samoin kuin työntekijän henkilökohtaisiin edellytyksiin liittyvät seikat*” (Finlex 2014). Tämän lisäksi puutteet perehdyttämisessä tai muussa työhön opastamisessa ovat suurimpia työtapaturmien syitä (Fennia 2015).

Tämän opinnäytetyön pienyrityksen huomioitavana vaaratilanteena on esimerkiksi yrityksessä sattuva ryöstötilanne. Tällaista ei toistaiseksi ole koskaan yrityksessä tapahtunut, mutta siihen on silti työntekijälle annettava riittävä perehdytys. Näin työntekijä osaa tarpeen vaatiessa toimia kyseisessä vaaratilanteessa oikein. Lisäksi tämänlainen harvoin eteen tuleva asia saattaa helposti unohtua perehdyttäessä, ellei perehdyttämistä varten ole tehty järjestelmällistä pohjaa, jossa jokainen perehdytettävä asia olisi listattuna.

3 TYÖNTEKIJÄN MOTIVOINTI, PALKITSEMINEN SEKÄ TYÖHYVINVOINTI

3.1 Motivaatio ja myyntiesteet motivaation esteenä

Motivaatio koostuu motiiveista. Motiivit voivat olla tiedostettuja tai tiedostamattomia ja ne syntyvät tarpeista, haluista, vieteistä, palkkioista ja rangaistuksista. Motivaatio on motiivien muodostama tila. (Terveysverkko 2011.) Hyvä fyysinen ja henkinen peruskunto on tärkeä pohja hyvää myyntimotivaatiota ajateltaessa. Tämän lisäksi hyvä työilmapiiri, johtaminen ja yrityskulttuuri vaikuttavat työssä viihtymiseen sekä myyjän motivaatioon. Nämä eivät kuitenkaan yksin voi tuottaa myyjälle hyvää motivaatiota työtänsä kohtaan, jos hänellä ei ole riittävää kiinnostusta tehdä asioita työssään paremmin. (Adeptus 2012.)

Kuten Hernberg (2014) mainitsee, työntekijän työssä viihtymistä voi tukea ja tehdä asioita joilla työntekijöitä motivoidaan, mutta viime kädessä jokaisen myyjän motivaatio työntekoa kohtaan lähtee yksilötasolta. Tämän lisäksi myyjä voidaan motivoida myös antamalla heidän tekemästä tuloksesta tunnustusta rahallisen palkkion muodossa. Aina pelkkä rahapalkkiokaan ei takaa myyjän motivoituneisuutta, sillä samanlaisen palkkiojärjestelmän parissa työskentelevien myyjien tulokset vaihtelevat. Niinpä rahaa parempina motivaatioon vaikuttavina asioina voidaankin pitää myyjän itsenäistä työssä toimimista, mahdollisuutta kehittyä työssään ja työn merkityksellisyydessä. Näiden lisäksi työstä saatua kiitosta ei pidä missään nimessä unohtaa. (Hernberg 2014.) Myyjä on yhtä monenlaisia kuin on ihmisiäkin ja tästä johtuen jokaista myyjää motivoi jokin heitä kiinnostava asia. Tästä johtuen myyjien tuottamaa tulosta ei voida suoraan arvioida esimerkiksi asettamalla tietyn suuruisen palkkion. Tässä opinnäytetyössä tullaan tarkastelemaan perehdyttämisen vaikutuksia työntekijöiden motivaatioissa.

Voimakas motivaatio käsittää sen millaisella teholla työntekijä tekee työnsä eli työskenteleekö työntekijä täydellä vai puoli teholla. Vaikka työntekijät toimisivat voimakkaalla motivaatiolla, se ei yksin vielä takaa mitään, sillä lisäksi tulee ottaa huomioon motivaation kesto. Jos työntekijä pystyy esimerkiksi toimimaan erittäin motivoituneena pelkästään jonkin tietyn ajanjakson, saattaa tulos olla heikompi mitä toisella työntekijällä, jolla riittää motivaatiota tasaisesti ympäri vuoden. (Adeptus 2012.)

Motivoituneellakin myyjällä saattaa olla esteitä, jotka vaikuttavat negatiivisesti hänen tuottamaansa tulokseen. Myyjä saattaa murehtia, valmistella myyntejään liikaa, olla sosiaalisesti epävarma, esiintymispelkoinen tai jotenkin muuten estää itseään myymästä. Tämän välttämiseksi myyjälle on kohteliasta kertoa mahdollisista ongelmista ja koittaa tätä kautta etsiä näille vastauksia, jotta ne eivät enää haittaisi myyntiä. Myyjän heikko motivaatiotaso usein johtuu jonkin myyntiesteen olemassaolosta. (Adeptus 2012.) Myyntityö herättää näitä pelkoja, sillä myyntiä on helppo mitata ja vertailla. Tunnetuin ”myyntipelko” on se, että sanotaan asiakkaan ostavan, jos se ostaa. (Vuorio 2014.) Tällöin myyjä kokee, ettei pysty vaikuttamaan asiakkaan ostopäätökseen millään tavalla, eli hän ei kykene myymään tuotettaan/palveluaan.

3.2 Palautteen antaminen ja vastaanottaminen sekä palkitseminen

Esimiesten on tärkeää osata antaa palautetta työntekijöilleen, sekä työntekijöiden ottaa sitä vastaan. Palautteen antamisella on suuri merkitys, sillä ilman palautetta työntekijä voi kokea työnsä yhdentekeväksi. Palautetta annettaessa on myös mietittävä tarkkaan palautteen antotapaa. Erityisesti negatiivista palautetta annettaessa palaute ei saa olla haukkuvaa, vaan sen on oltava rakentavaa, koska negatiivisella palautteella ilman rakentavaa parannusehdotusta ei saavuteta muutoksia. Yritykselle onkin erittäin arvokasta, jos sen työntekijä osaa ottaa palautetta vastaan ja muuttaa käyttäytymistään myyntitilanteissa saamiensa ehdotusten mukaan. Lisäksi positiivinen palaute ja myyjän onnistumisen huomioiminen osoittavat esimiehen kiinnostusta omien myyjiensä työtä kohtaan. Tällöin myyjän on myös helpompi vastaanottaa kritiikkiä esimieheltään, kun hänellä ei ole tunnetta siitä, että pelkästään hänen huonot suorituksensa tulevat huomioituksi. (Rubanovitsch & Aalto 2008, 174-176.)

Perinteinen työntekijän palkitseminen perustuu työntekijän rahalliseen tulokseen. Toisaalta voidaan myös huomioida työntekijän laadullisia mittareita, kuten asiakastyytyväisyyttä ja organisaation sisäistä toimimista. (Rubanovitsch & Valorinta 2009, 106.) Myyntitavoitteiden asettamiselle on olemassa kolmea koulukuntaa. Ensimmäinen näistä on liian suurien tavoitteiden mukaan toimiva, joissa myyntitavoitteet ovat käytännössä mahdottomia. Toisessa tavoitteet ovat realistisia ja suurin osa työntekijöistä pystyy saavuttamaan ne. Kolmannessa yhdistetään aiemmat kaksi tavoitteiden asetustapaa. (Rubanovitsch & Valorinta 2009, 109) Esimerkiksi (opinnäytetyön perehdytysosion) tavoitteiden asettamisen on oltava oikeanlaisia, jotta ne antavat myyjälle riittävästi mo-

tivaatiota toimia mahdollisimman tehokkaasti. Tavoitteita asettaessa on myös hyvä miettiä tapauskohtaisesti minkälainen palkinto on jokaisessa tapauksessa oikeanlainen, sillä palaute voi olla täysin riittävä tapa palkita työntekijä.

3.3 Työhyvinvointi

Työhyvinvointi käsittää työntekijän turvallisen, terveellisen ja tuottavan työn, jonka työntekijä ja työyhteisö kokevat mielekkäänä ja palkitsevana (Työturva 2009b). Työntekijän työhyvinvoinnin kannalta on erittäin tärkeää työntekijän työssä oppiminen, osaaminen ja sitä kautta onnistuminen (Työturva 2009a). Työssään viihtyvän työntekijän asenne työtään kohtaan paranee ja työhyvinvointia pidetäänkin avaimena tuloksellisuuteen. (Jytyliitto 2015).

Työturvan (2009b) internetsivuilla oleva työhyvinvoinnin portaikko (Kuva 1.) kuvaa hyvin asteittain ihmisen tarpeita, jotka tulee täytyä myös hyvän työhyvinvoinnin saavuttamiseksi.



Kuva 1. Työhyvinvoinnin portaat (Työturva 2009b).

Osana työhyvinvointiin kuuluu työnantajan huolehtia myös työntekijöiden ergonomias-
ta. Kuten työturvallisuuslaissa määritellään, tulee työpisteen rakenteet sekä työssä
käytettävät työvälineet valita ja mitoittaa sen mukaan, mitä työn luonne ja työntekijän
edellytykset vaativat. Tärkeää on, että työ pysytään tekemään aiheuttamatta työnteki-
jälle vaarallista kuormitusta tai aiheuttamatta työntekijälle terveydellistä haittaa. (Finlex
2014.)

4 KYSELYN TOTEUTUS

Tutkimuksen tarkoituksena on etsiä keinoja työntekijöiden syvällisemmän perehdyttämisen tueksi. Tarkoituksena on erilaisen perehdyttämisen vaikutuksen lisäksi tutkia sen vaikutusta työntekijöiden motivaatioon sekä työhyvinvointiin.

Tutkimusongelmana on saada selville:

1. Mitä perehdytyksen eri tyylejä voidaan toimeksiantajayrityksessä hyödyntää?
2. Voiko kyseessä olevassa pienyrityksessä lisätä työntekijöiden työhyvinvointia ja motivaatiota perehdyttämällä myyjä syvällisemmin?
3. Kokevatko myyjät syvällisemmän, tarkasti tiettyyn aiheeseen paneutuvan perehdyttämisen tarpeelliseksi?

Ensimmäiseen tutkimusongelmaan haetaan vastausta opinnäytetyön teoriaosuudesta. Opinnäytetyön toiseen ja kolmanteen osaan haetaan vastausta työntekijöille teetettyjen kyselylomakkeiden vastauksia vertailemalla, ennen perehdytystä ja perehdytyksen jälkeen.

Tässä työssä syventävällä perehdyttämällä tarkoitetaan pidempi aikaista jaksoa, jolloin työntekijä perehdytetään yksityiskohtaisemmin johonkin tiettyyn osa-alueeseen.

4.1 Kohdejoukko

Tutkimusjoukko muodostui kahdeksasta henkilöstä, jotka käsittelevät kyseisten tuotteiden/palveluiden myymistä päivittäin. Joukko kattaa 80 prosenttia työyhteisön työntekijöistä. Ulkopuolelle jäi ainoastaan toimitusjohtaja sekä kaksi automekaanikkaa, jotka eivät ole tekemisissä opinnäytetyössä käsiteltävän asian kanssa. Tutkimusjoukon henkilöt työskentelevät yrityksessä joko pääasiallisesti myyjinä, mutta osa tutkimusjoukon henkilöistä toimii muissa tehtävissä, joiden ohella he kuitenkin tekevät myös väliaikaisesti myyjän tehtäviä. Tästä syystä kaikki tutkimukseen osallistuvat tarvitsivat perehdytyksessä läpikäytyjä asioita jossakin työnsä vaiheessa. Joukossa oli vanhoja, useita vuosia työtä tehneitä, kuin myös lyhyempiaikaisia tuuraajia, joka tullaan huomioimaan tutkimuksen tuloksissa.

4.2 Aineistonkeruumenetelmä

Tässä opinnäytetyössä aineisto kerättiin tekemällä työntekijöille lyhyt puolistruktuurinen kyselylomake. Ennen perehdytystä sekä perehdytyksen jälkeen jokaiselle työntekijälle teetettiin kyselylomake, joista kerätyillä tiedoilla selvitettiin onko menetelmällä ollut vaikutusta myyjien tuotetuntemuksen, itseluottamuksen, motivaation ja työhyvinvoinnin parantumiseen. Lomake tehtiin puolistrukturoiduksi, jotta vastauksiin saatiin riittävää joustavuutta, niin vastaajien kuin myös opinnäytetyön tekijän takia (Virsta 2015). Lomakkeessa käytettiin monivalintakysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä. Monivalintakysymyksillä pyrittiin keräämään helposti käsiteltäviä ja vertailtavia vastauksia. Tämän lisäksi avoimilla kysymyksillä pyrittiin keräämään tietoa, jota ei välttämättä osattu ajatella tai ottaa huomioon. Spesifisillä kysymyksillä pyrittiin vähentämään tulkinnan mahdollisuuksia ja ohjaamaan työntekijä vastaamaan siihen aiheeseen, jota on alunperin haluttu selvittää. (Hirsjärvi ym. 2009, 199-202.) Kysymykset asetettiin siten, että työntekijän oli helppo vastata ja vastauksista voitiin tehdä johtopäätöksiä tutkimuksen hyödyistä ja vaikutuksesta yrityksen työntekijöiden työmotivaatioon ja työhyvinvointiin. Tutkimustulosten, johtopäätösten ja pohdinnan pohjalta tehtiin tarvittavia muutoksia yrityksen nykyisten sekä uusien työntekijöiden perehdytyskäytäntöihin.

Tutkimuksen eettisyydestä huolehdittiin noudattamalla yleistä huolellisuutta ja tarkkuutta kyselylomakkeen suunnittelussa (Hirsjärvi ym. 2009, 24). Perehdytys ja kyselylomakkeet teetettiin jokaiselle työntekijälle samalla tavalla, jotta tiedonkeruulla ei ole vaikutusta saatuihin tuloksiin. Tutkimus pilotoitiin ennen varsinaisen tutkimuksen aloittamista, jolloin varsinaiseen kyselylomakkeeseen tehtiin tarvittavat muutokset ja näin lisättiin tutkimuksen luotettavuutta. Suppea tutkimusjoukko huomioitiin tuloksia analysoitaessa ja pohdittiin sen vaikutusta saatuihin tuloksiin. Tulokset käsiteltiin sellaisenaan kuin ne saatiin, jotta tutkimus täyttää myös tältä osin eettiset ehdot. Hirsjärven ym. (2009 23-24) mukaan toimeksiantajan kanssa tulee sopia erikseen mitkä tiedot ovat julkisia ja mitkä tulee pitää salassa. Näin tehtiin myös tässä opinnäytetyössä. Tutkimuksessa kerätty aineisto hävitettiin asianmukaisesti ja tutkimuksessa mukana olleet henkilöt esitettiin anonyymeinä.

4.3 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus tehtiin pienyrityksessä, joka tarjoaa erittäin laajat palvelut. Tästä johtuen myyjiltä vaaditaan laajaa asiantuntemusta hyvin erilaisien palveluiden ja tuotteiden myymiselle. Perehdyttämisen ongelmana ei ole siis varsinaisesti työhön tullessa tehtävä perehdytys, vaan myöhemmässä vaiheessa tuotettavat mahdollisesti tuoteryhmiin syventävät perehdytykset. Kattavan palvelu-/tuotevalikoiman takia työntekijöille on mahdollista opettaa koko tuote-/palveluvalikoimaa yhdellä kerralla.

Aiemmin työntekijä on saanut perehdytyksen jolla pärjää työtehtävissä, mutta mitään syventävää perehdytystä ei ole tämän jälkeen annettu, vaan ongelmista on kerrottu siinä kohtaa, kun myyjä on jossain vaiheessa kohdannut uuden ongelman myydessään tuotetta/palvelua, jota hän ei ole aiemmin päässyt käsittelemään. Kun yrityksessä myydään polttoainetta, lounasta, ravintola-annoksia, veikkauksen palveluita, monenlaisia autotarvikkeita, -pesuja, -huoltoja ja perävaunujen vuokrauksia, eivät tuotteet keskenään tue toisiaan. Näin yhden tuoteryhmän tunteminen ei tue toista tuoteryhmää, vaan jokainen tarjottu palvelu on opetettava erikseen alusta alkaen. Tällöin myyjät jäävät helposti vaille syvällisempää perehdytystä ja joutuvat itsenäisesti, oman motivaationsa mukaisesti syventämään tuotetuntemustaan. Tutkimuksessa myyjien asiantuntemusta kehitettiin perehdyttämällä heitä myytäviin autotarvikkeisiin, joka havaittiin ennen perehdytystä teetetyn kyselylomakkeen eniten kysymyksiä herättäneeksi kohdaksi. Jokainen myyjä sai perehdytyskansion ja kaikille järjestettiin myös henkilökohtainen, noin puolentunnin kestoinen, perehdytyskansiota täydentävä käytännönohjaus. Kyseisessä perehdytyksessä hyödynnettiin siis vierihoito- ja malliperehdytyksen tyylejä. Käytännönohjauksessa käytiin läpi perehdytyskansion herättämiä kysymyksiä, kerrottiin tarkemmin autotarvikkeiden myymisestä ja siitä minkälaiselle autolle ja asiakkaalle ne sopivat. Tämän tarkoituksena oli auttaa myyjää palvelemaan paremmin asiakkaitaan, sekä lisätä työhyvinvointia onnistuneiden kokemusten kautta.

Tutkimustulokset kerättiin työntekijöillä teetettyjen kyselylomakkeiden avulla. Kyselyt teetettiin ennen työntekijöiden perehdytystä sekä sen jälkeen. Kyselylomakkeessa päädyttiin käyttämään monivalintakysymyksiä, joiden avulla työntekijöiltä saatiin riittävästi keskenään vertailtavia tuloksia, sekä avoimia kysymyksiä, joiden avulla voitiin havaita muita mahdollisia yhtenäisiä ongelmia.

4.4 Perehdytyskansion laatiminen

Opinnäytetyötä varten tehdyn perehdytyskansion aihe saatiin ensimmäisen kyselylomakkeen viidennen kysymyksen ”mihin osa-alueeseen kaipaisit lisää perehdytystä?” saatujen vastausten pohjalta. Näin pystyttiin toimeksiantoyrityksen kannalta keskittymään ensimmäisenä asiaa, johon työntekijät kokivat eniten perehdytystä kaipaavan.

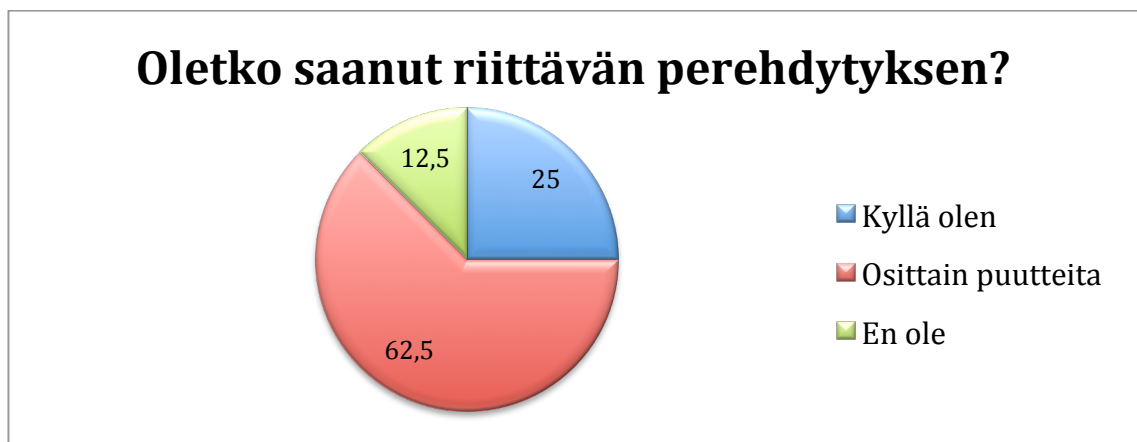
Perehdytyskansion sisältö valitun osa-alueen osalta rakennettiin omien kokemusten perusteella siten, mitä kysymyksiä itselle ko. aiheesta ovat asiakkaat useimmiten esittäneet. Lisäksi huomioitiin se mitä kysymyksiä työntekijöille useimmiten ko. aiheesta herää.

Perehdytyskansion sekä kyselylomakkeiden voidaankin todeta onnistuneen, sillä perehdytyksessä pystyttiin keskittymään eniten perehdytystä kaipaavaan osa-alueeseen ja lisäkysymyksenä toteutetun autotarvikkeiden tuotetuntemusta kartoittavan kysymyksen vastauksista voitiin havaita, että perehdytys oli autotarvikkeiden osalta onnistunut.

5 TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

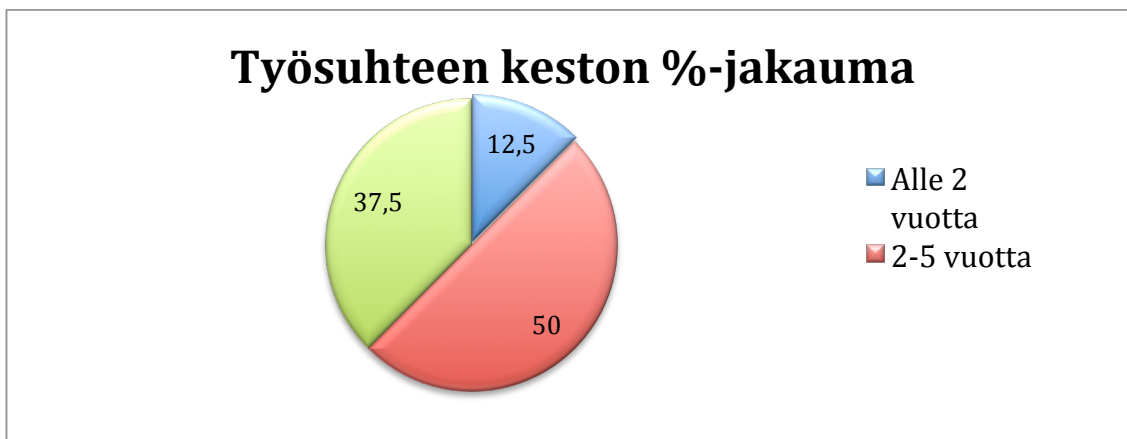
Tuloksia tarkastellaan seuraavaksi tutkimuksen kulun mukaisesti, ensin ennen perehdytystä, jonka jälkeen perehdytyksen jälkeen tehdyn kyselyn perusteella ja lopuksi näistä saatuja tuloksia vertaamalla. Lisähuomiot havainnoinnista tullaan käsittelemään omana kappaleenaan. Kaikkiin kysymyksiin vastasi kahdeksan henkilöä.

5.1 Ennen perehdytystä, kyselylomake 1



Kuvio 1. Oletko Saanut riittävän perehdytyksen?

Tutkimuksen kyselylomakkeessa ennen perehdytystä kartoitettiin työntekijöiden käsitystä aiemmin saamastaan perehdytyksestä, joka näkyy myös yllä olevassa kuviossa (Kuvio 1). Tästä havaittiinkin perehdytyksessä olevan osittaisia puutteita ja osan jopa kokevan, ettei riittävää perehdytystä ole ollut. Kyllä olen vastanneissa huomio kiinnittyi siihen, että 100% näin vastanneista työskentelivät täysiaikaisesti muissa, kuin myyjän tehtävissä.



Kuvio 2. Työntekijöiden työsuhteen keston prosentuaalinen jakautuminen.

Toisessa kysymyksessä (Kuvio 2.) käy hyvin ilmi yrityksessä työskentelevien työntekijöiden työsuhteiden pituudet. Työsuhteen kestojen voidaankin todeta olevan prosentuaalisesti suhteellisen pitkiä, sillä 50 prosenttia vastanneista on työskennellyt yrityksessä kahdesta viiteen vuoteen ja 37,5 prosenttia yli viisi vuotta. Vain yksi kyselyyn vastanneista oli työskennellyt yrityksessä alle kaksi vuotta.

Kolmannessa, avoimessa kysymyksessä jossa kysyttiin millaisena työntekijät kokivat perehdytyksensä yritykseen tullessa, puolet vastanneista kertoivat ongelmaksi laajojen tuotteiden/palveluiden määrän, jolloin kaikkia asioita ei työhön tultaessa tehtävässä perehdytyksessä ole mahdollista käydä läpi.

”Pikainen perehdytys. Ajan myötä oppisin asioita enempi.”

”Perus perehdytys oli ihan hyvä, mutta näin montaa asiaa ei 2 päivän aikana opita.”

”Minulle riittävä perehdytys, koska työvuosia jo paljon takana. Nuorille toivoisin pidempää perehdytystä, koska kaikki asiat ovat uusia.”

Kysyttäessä millaiseksi myyjät kokivat saamansa perehdytyksen uusiin tuotteisiin oli havaittavissa selkeää hajontaa. Puolet työntekijöistä (50 prosenttia) kokivat saavansa hyvän perehdytyksen uusista tuotteista, kun taas toinen puoli (50 prosenttia) tunsu ettei uusiin tuotteisiin saa minkäänlaista perehdytystä.



Kuvio 3. Mihin osa-alueeseen kaipaisit lisää perehdytystä?

Kyselylomakkeessa kartoitettiin myös sitä mihin osa-alueeseen myyjät kaipaisivat ensimmäisenä syvällisempää perehdytystä, jota voitaisiin käyttää hyödyksi tutkimuksessa ja tämän jälkeen miettiä onko muihinkin osa-alueisiin aiheellista tehdä syvällisempi perehdytys. Kyselylomakkeen avoimessa kysymyksessä kysyttiin, mihin osa-alueeseen kaipasit lisää perehdytystä. Kahdeksasta kyselyyn osallistuneesta kuusi kaipasi lisäperehdytystä myynnissä oleviin autotarvikkeisiin, kuten moottoriöljyihin (Kuvio 3). Tästä tuloksesta pystyttiin helposti näkemään se osa-alue, jota tutkimuksessa lähdettiin myyjille perehdyttämään.

”Autotarvikkeet, lähinnä öljyt yms. jääneet hieman vähemmälle.”

”En mihinkään. Paitsi autotarvikkeisiin.”

”Myyvälän autotarviketuotteisiin. Niistä on koe tuntevani oikeastaan mitään.”

Kaksi eriävää vastausta tulivat henkilöiltä joista toinen on työskennellyt yrityksessä vain puoli vuotta ja toinen jo useamman vuoden. Suoraa yhteyttä ei siis tullut työsuhteen pituuteen, mutta lyhyimmän ajan työskennelleellä työntekijältä ei voida vielä odottaa samanlaista näkemystä siitä, mihin tämä kaipaisi syventävää perehdytystä, koska ollaan vasta perehdyttämisen alkuvaiheessa.

Koska perehdytyksessä havaittiin puutteita autotarvikkeita kohtaan, teetettiin erillisellä kyselylomakkeella vielä yksi lisäkysymys ennen perehdytystä (Kyselylomake 2), jossa

kysyttiin myyjien tuotetuntemusta autotarvikkeista, yhdestä viiteen asteikolla. Näin voitiin lisäksi tarkastella paremmin perehdytyksen vaikutusta siinä osa-alueessa, johon perehdytys opinnäytetyössä kohdistui. Tällä kysymyksellä havaittiin kuvio 5:n mukainen parannus 1.75:stä 2.75:een.

Työntekijöitä motivoivat asiat erosivat toisistaan suhteellisen laajasti. Motivoiviksi asioiksi mainittiin muunmuassa hyvä työilmapiiri, hyvät työajat, erilaiset työpäivät ja helposti vaihdettavissa olevat työvuorot. Yhtä vastanneista ei motivoinut mikään. Puolet vastanneista (50 prosenttia) mainitsivat heitä motivoiviksi asioiksi mukavat työkaverit sekä –asiakkaat ja asiakkailta saatavan positiivisen palautteen.

“Hyvä työilmapiiri ja hyvät työajat.”

“Mukavat asiakkaat, positiivinen palaute asiakkailta ja joskus työnantajalta.”

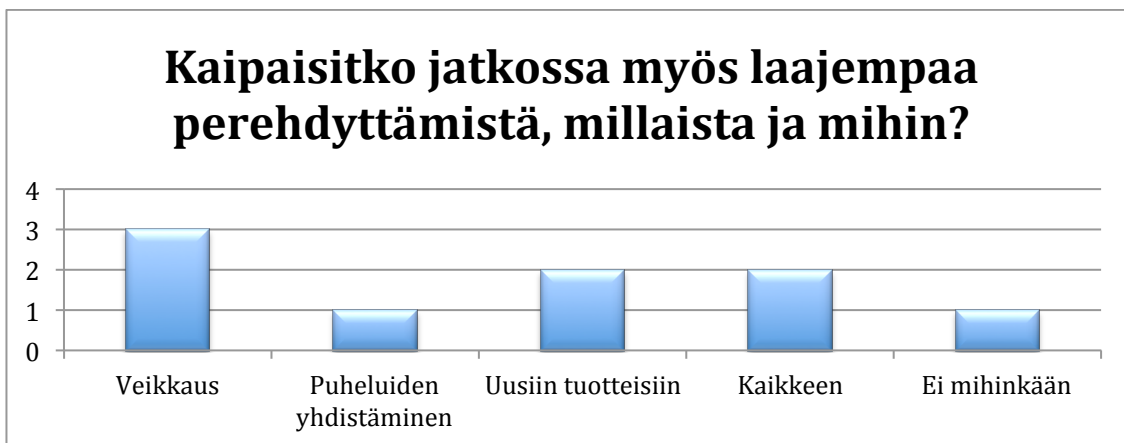
“Ei mikään.”

Arvostetuksi tulemisen kokemista lisäisi kyselyn mukaan kiitoksen ja palautteen saaminen. Perehdyttäminen ei esiintynyt ensimmäisen kyselylomakkeen kymmenennen kohdan vastauksissa, jossa kysyttiin mikä voisi lisätä arvostetuksi tulemisen tunnetta.

5.2 Perehdytyksen jälkeen, kyselylomake 3

Kolmannen, perehdytyksen jälkeisen kyselylomakkeen vastaukset kuvaavat sitä, miten hyödylliseksi syvällisempi perehdyttäminen koettiin. Ensimmäisessä kohdassa kysyttiin tuntevatko perehdytetyt työntekijät perehdyttämisen jälkeen paremmin myymään tuotteita/palveluita ja vastaus oli 100 prosenttisen yhtäläisesti kyllä.

Toisena kysymyksenä kartoitettiin, voisiko teetetyllä perehdytystavalla parantaa yrityksessä aiemmin käytössä ollutta perehdyttämisprosessia, johon saadut vastaukset olivat myös 100 prosenttisen yhtäläisesti kyllä.



Kuvio 4. Kaipaisitko jatkossa myös laajempaa perehdyttämistä, millaista ja mihin?

Kolmannessa, avoimessa kysymyksessä pyrittiin saamaan tietoa jatkossa kehitettäviin ja perehdytyksessä keskityttäviin ongelmakohtiin (Kuvio 4.). Kysyttäessä mihin työntekijät jatkossa kaipaisivat laajempaa perehdytystä havaittiin vastanneista kolmen kaipaavan lisäperehdytystä veikkausmyyntiin, kahden kaipaavan perehdytystä kaikkiin osa-alueisiin ja kahden kaipaavan jatkossa perehdytystä uusiin tuotteisiin. Vaikkei tässä kohtaa vaihtoehtoja sen enempää rajattu, vaan käytettiin täysin avointa kysymystä, olivat vastaukset kuitenkin erittäin samankaltaisia. Lisäksi saatiin yksittäisiä vastauksia, joissa kaivattiin lisää perehdytystä puheluiden yhdistämiseen ja yksi vastanneista ei kaivannut perehdyttämistä mihinkään. Verrattaessa tämän kysymyksen vastauksia ensimmäisessä kyselylomakkeessa kerättyyn tietoon siitä missä tehtävässä työntekijä pääasiallisesti toimii havaittiin myös se, että pääasiallisesti myyjän tehtävissä olevat henkilöt vastasivat kyselyyn samankaltaisesti ja kaipasivat perehdytystä juuri veikkaukseen liittyen. Ei mihinkään vastaus saatiin puolestaan henkilöltä, joka ei työskentele pääasiallisesti myyjän tehtävissä.

Opinnäytetyön aikana heränneen kehittämistarpeen johdosta koottu perehdytyskansio sai vastanneilta myös positiivista palautetta. Kysyttäessä onko perehdytyskansiosta hyötyä myynnintukena vastanneista 100 prosenttia oli sitä mieltä, että siitä on hyötyä myynnintukena.

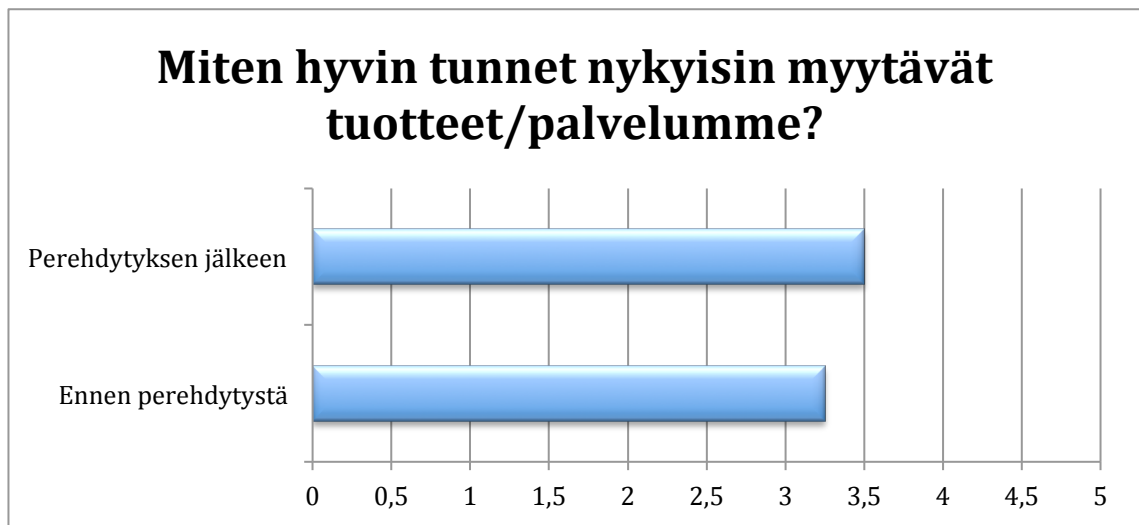
Kysymyksessä viisi, kysyttäessä nostiko perehdyttäminen työmotivaatiota tai työhyvinvointia havaittiin vastauksissa samankaltaista hajontaa pääasiallisesti myynnissä työskentelevien sekä pääasiallisesti muissa tehtävissä työskentelevien välillä. Jokainen pääasiassa myynnissä työskentelevistä henkilöistä koki perehdytyksen nostaneen

myös motivaatiota sekä työssä viihtymistä, koska asiantuntemus myytäviin tuotteisiin kasvoi.

”Kyllä, koska on huomattavasti mukavampaa myydä tuotteita joista tietää jotain, jolloin itsevarmuus myymisessä nousee.”

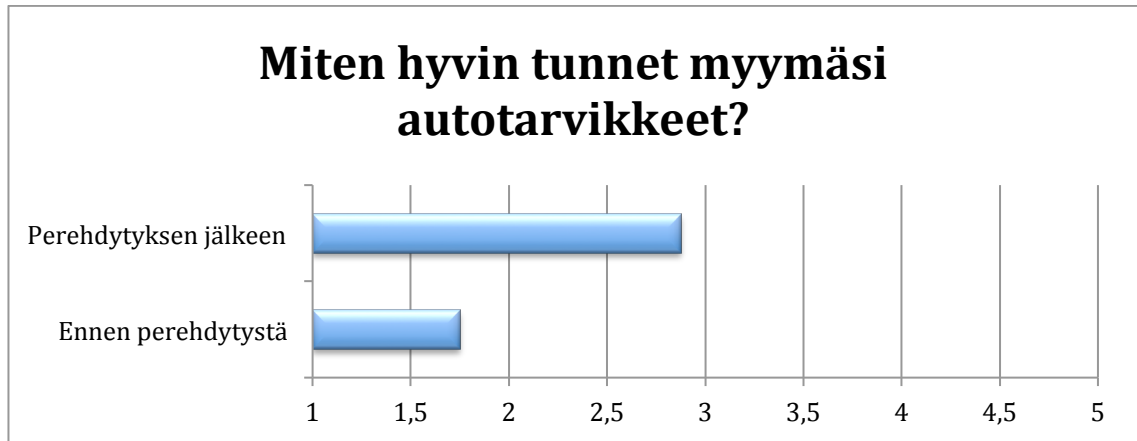
”Jep. Nyt on helpompaa mennä asiakkaan avuksi.”

”Kyllä. Sain itsevarmuutta tilanteisiin, koska tunnen tuotteita paremmin.”



Kuvio 5. Miten hyvin tunnet nykyisin myytävät tuotteet/palvelumme (asteikko 1-5)?

Kysyttäessä miten hyvin tunnet nykyisin myytävät tuotteet/palvelumme (Kuvio 5.) saatiin vastauksesta myös positiivinen. Koska jatkokysymyksenä esitetty vastaava kysymys autotarvikkeista kohdistuu kuitenkin paremmin opinnäytetyössä perehdytettävään asiaan, päädyttiin keskittymään tähän osa-alueeseen laajemman katsonnan sijasta. Näin opinnäytetyössä annettavan perehdytyksen vaikutusta saatiin verrattua tarkemmin perehdytettävään asiaan eli autotarvikkeisiin.



Kuvio 6. Miten hyvin tunnet myymäsi autotarvikkeet?

Lisäkysymyksenä toteutetun autotarvikkeiden tuotetunemusta kartoittavan kysymyksen vastauksista kootun kaavion (Kuvio 6.) avulla voidaan havaita autotarvikkeiden asiantuntemuksessa selkeä kasvu. Kasvu nousi reilusta puolestatoista melkein kolmeen, kun asiantuntemusta tuli arvioida asteikolla yhdestä viiteen.

Jokainen työntekijä sai myös henkilökohtaisen ohjauksen, joka varmistettiin kolmannen kyselylomakkeen kahdeksannella kysymyksellä, jotta saatuja tuloksia voitiin verrata tältä osin tasavertaisesti, kun kaikille työntekijöille muodostettavasta henkilökohtaisesta perehdyttämisestä ei aluksi ollut täyttä varmuutta.



Kuvio 7. Miten arvostetuksi tunnet itsesi työntekijänä?

Perehdytyksellä ei havaittu kehitystä siinä miten arvostetuksi työntekijä itsensä työyhteisössä kokee, joka voidaan havaita myös yllä olevasta kaaviosta (Kuvio 7).

Arvostetuksi tulemisen tunnetta lisäksi avoimissa kysymyksissä havaittu kiitoksen ja palautteen saaminen.

5.3 Johtopäätökset

Tässä opinnäytetyössä johtopäätöksenä havaittiin, että myyjä nauttii enemmän työstään, kun tiedostaa mitä on myymässä ja miten hän sen asiakkaalleen myy. Tämän voi todeta vaikuttavan myös positiivisesti myyjän motivaatioon ja työhyvinvointiin, joka saatiin selville kyselylomakkeen monivalintakysymyksillä. Siinä miten arvostetuksi myyjä kokee itsensä työyhteisössä, ei perehdyttämisellä ollut vaikutusta, vaan tähän koettiin kiitoksen ja palautuksen saaminen tärkeimmiksi asioiksi, joka puolestaan havaittiin kyselylomakkeen avoimien kysymyksien avulla.

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että eri tyyleillä perehdyttäminen kasvatti selkeästi myyjien asiantuntemusta. Malliperehdyttäminen eli tässä tutkimuksessa perehdytyskansio toimi hyvänä perehdyttämisen tukena ja sen avulla oli myös helppo pitää huoli siitä, että jokainen työntekijä sai varmasti riittävän perehdytyksen kaikkiin työssään tarvitsemiinsa osa-alueisiin. Vierihoitoperehdyttämisellä puolestaan saatiin henkilökohtaisempaa ja selkeästi keskenään eriävää perehdyttämistä, koska tämä tapa huomioi paremmin työntekijöiden keskenään eriävät lähtökohdat.

Yrityksessä työntekijöille aiemmin teetettyjen, uusiin tuotteisiin perehdyttämisissä havaittiin puoliin jakoa, joista toinen puoli sai ja toinen puoli ei saanut perehdytystä uusiin tuotteisiin. Tutkimuksen ongelmat osoittautuivat aiheellisiksi sekä tutkimuksessa käytettävät menetelmät havaittiin työntekijöiden vastauksien perusteella hyödyllisiksi. Johtopäätöksenä tästä tuloksesta voidaan sanoa, että yrityksen nykyinen perehdytystapa olisi korvattavissa järjestelmällisemmällä mallilla, jolla varmistettaisiin jokaiselle myyjälle tasalaatuinen perehdytys uusiin tuotteisiin. Tässä järjestelmällisemmässä mallissa voitaisiinkin hyvin hyödyntää kaikkia opinnäytetyössä tutkittuja perehdyttämisen tyylejä.

6 POHDINTA JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää syvällisemmän perehdytyksen vaikutuksia pienyrityksen työntekijöiden keskuudessa, jossa laajat palvelu-/tuotevalikoimat hankaloittavat syvällisen perehdytyksen tekemistä. Saaduilla tuloksilla voidaan jatkossa miettiä järjestelmällisemmän ja syvällisempää perehdyttämistä tukevan perehdyttämistyylin käyttöönottoa. Järjestelmällisemmällä perehdyttämisprosessilla voitaisiin varmistaa jokaiselle työntekijälle tasalaatuisempi perehdytys ja lisäksi voitaisiin varmistaa jokaisen työntekijän saavan perehdytyksen kaikkiin heidän tarvitsemiinsa osa-alueisiin.

Opinnäytetyön ongelmana oli selvittää, minkälaisia perehdytystapoja toimeksiantoyrityksessä voitaisiin ottaa käyttöön ja tässä onnistuttiinkin tekemällä perehdytyskansio, joka sai työntekijöiden keskuudessa todella positiivisen vastaanoton. Perehdytyskansion laatiminen on ollut askel eteenpäin toimeksiantoyrityksen perehdytyskäytännöissä. Perehdytyskansio on selkeä ja asiasisällöltään ytimekäs, joka helpottaa niin työssä aloittavaa työntekijää, kuin myös vanhaa työntekijää. Perehdytyskansiossa olevat asiat on esitelty lyhyesti, mutta kattavasti. Kuitenkin jälkikäteen ajateltuna, olisi perehdytyskansio voinut tehdä sisällöltään laajemman, mutta siihen ei ollut mahdollisuuksia työn aikataulujen vuoksi. Perehdytyskansion ohella myös opinnäytetyön teoriaosuutta pystyy jatkossa hyödyntämään työelämässä perehdytyksen suunnittelussa ja toteutuksessa.

Lisäksi tässä opinnäytetyössä tutkittiin voiko perehdyttämällä parantaa myyjien työhyvinvointia ja motivaatiota. Opinnäytetyön tulosten perusteella perehdyttämällä voidaan todeta olevan vaikutusta myyjien työhyvinvointiin sekä motivaatioon, sillä työntekijöiltä saaduista vastauksista nousi selkeästi esiin työntekijöiden työhyvinvointi, kun asiantuntemus myytäviin tuotteisiin kasvoi. Onkin hyvä pohtia, kuinka paljon perehdyttäminen todellisuudessa vaikuttaa myyjien motivaatioon ja olisiko aiemmin tapahtuneella perehdytyksellä ollut vaikutusta myyntitulokseen. Perehdytyksen hoiti kohdeyrityksessä työskennellyt opinnäytetyön tekijä.

Perehdyttämiseen käytettiin opinnäytetyössä suhteellisen vähän aikaa, joten positiivisia tuloksia saataisiin varmasti vielä parannettua antamalla työntekijöille jatkossa laajempaa syvällistä tuotteisiin/palveluihin perehdyttämistä.

6.1 Reliabiliteetti ja validiteetti

Asetettuihin tutkimusongelmiin saatiin kyselylomakkeen avulla vastattua, joten kyselylomake oli onnistuneesti laadittu ja validi. Tarkempiin tuloksiin oltaisiin päästy, jos kysymykset olisivat olleet vielä spesifisempiä.

Tulosten luotettavuutta varten muodostettiin lisäkysymys, jonka avulla voitiin tarkemmin mitata myyjien tuotetietämystä siinä tuoteryhmässä, johon perehdytys kohdistui. Jälkikäteen pohdittuna, tämän lisäkysymyksen avulla perehdytys onnistuttiin pitämään aiheesta, josta suurin osa työntekijöistä hyötyi. Lisäksi myös tiedonkeruu saatiin toteutettua tarkemmin, kun kysymys oli spesifisempi, juuri perehdyttävään asiaan pohjautuva.

Työn reliabiliteettiin vaikuttaa osaltaan myös kohdejoukon suppeus, sillä perehdyttävään asiaan liittyvissä tehtävissä olevia työntekijöitä ei toimeksiantoyrityksessä ollut enempää. Suppea määrä voi vaikuttaa myös tutkimustulokseen, eikä tuloksia voida tästä syystä yleistää. Tämän lisäksi suppeassa tutkimusryhmässä yhdenkin negatiivisen vastaajan tulokset voivat vaikuttaa paljon lopullisiin tuloksiin.

Kyselylomake pilotoitiin, sillä haluttiin varmistaa aineistonkeruun luotettavuus ja tehdä opinnäytetyö oikeaoppisesti. Lisäksi opinnäytetyössä kiinnitettiin huomiota, että tutkittavien henkilöiden anonymiteetti säilyi läpi prosessin. Tämä taattiin sillä, että tutkimukseen osallistuneet henkilöt täyttivät kyselylomakkeet anonymisti ja kerätty aineisto hävitettiin asianmukaisesti, kun opinnäytetyö oli valmis.

Opinnäytetyö on ollut pitkä, mutta antoisa prosessi. Lisäksi opinnäytetyöprosessi on ollut hyvä oppimiskokemus tutkimuksen tekemiseen. Työn tekemisen aikana kehitystä tapahtui käytännöntutkimuksen toteuttamisessa, vaikka jälkikäteen ajateltuna olisi voitu tehdä asiat eri järjestyksessä ja näin välttyä turhalta työltä. Haastetta tähän työhön toi kyselylomakkeen tekeminen, sillä kyselylomake oli avainasemassa tämän työn onnistumiseen. Yhteistyö toimeksiantajan kanssa on ollut antoisaa ja ongelmattonta koko opinnäytetyöprosessin aikana.

6.2 Kehittämisehdotukset

Tutkimuksen perusteella toimeksiannon antaneessa yrityksessä tulisi kehittää perehdyttämismateriaaleja sekä tehdä suunnitelmallinen lista asioista, joihin uusi työntekijä

tulee perehdyttää. Tiettyjä perehdytyksen osia voitaisiin pitää syventävinä ohjauksina, joita tulisi toteuttaa vain pidempiaikaisille työntekijöille, jolloin tuuraajien tai lyhyempiaikaisten työntekijöiden perehdyttämiseen ei kuluisi kohtuuttomia aikoja. Selkeä perehdytyslista pitäisi huolen kaikkien tasapuolisesta perehdyttämisestä ja siitä olisi helppo tarkistaa ovatko kaikkien myyjien tiedot jokaisella osa-alueella varmasti ajan tasalla.

Perehdyttämiseen olisi helppo yhdistää myös palautteen antaminen ja varmistaa näin, ettei sekään pääsisi esimieheltä unohtumaan. Palaute auttaa työntekijää tuntemaan itsensä tärkeäksi (Rubanovitsch & Aalto 2008, 174). Tutkimuksen mukaan palautteen ja kiitoksen saaminen lisäisivät myyjien arvostetuksi tulemista, joten tämä olisi hyvä huomioida jatkossa paremmin.

Kahdeksasta vastanneesta kuusi koki tarvitsevansa lisää opastusta autotarvikkeisiin, eli myyjiltä voitaisiinkin kysyä useammin mielipiteitä ja saada selville tämänkaltaisia, selkeästi parannusta kaipaavia osa-alueita. Myyjät kuitenkin näkevät ja kokevat useasti työyhteisön eri tavoin mitä sen esimiehet. Perehdytyskansio puolestaan antaa hyvän rungon perehdyttämiselle, kunhan se on ajan tasalla. Jatkossa kun työntekijä on tutustunut perehdytyskansioon, voitaisiin myös kysyä, työntekijän mielipidettä onko kansiossa kaikki tarpeellinen tieto ja onko tieto työntekijän mielestä ajan tasalla. Näin perehdytyskansiota voitaisiin muokata jatkuvasti ja sinne saataisiin varmasti ne asiat joita työntekijät tarvitsevat. Perehdytyskansion päivityksen ja tietojen lisäämisen ottaisi hoitaakseen kauppias, joka voisi saada tietojen lisäämiseen vinkkejä muilta perehdytystä antavilta työntekijöiltä.

Opinnäytetyöprosessin aikana heräsi ajatus, että toimeksiantoyrityksessä tulisi olla perehdytyskansio jokaisesta tuoteryhmästä. Jatkotutkimuksissa tulisikin perehtyä työntekijöiden tietoihin eri tuoteryhmistä ja perehdyttää heitä tarpeen mukaan lisää, jos tietoa ei jostakin yrityksessä myytävästä palvelusta/tuotteesta riittävästi ole.

LÄHTEET

- Adeptus, 2012. Suuntaammeko energiamme myynnissä oikeisiin asioihin. Viitattu 30.12.2014.
<http://www.adeptus.fi/myyntiestteet/suuntaammeko-energiamme-myyynnissa-oikeisiin-asioihin/>
- Fennia 2015. Perehdyttäminen ja työhön opastus. Viitattu 30.4.2015.
<http://www.fennia.fi/Yritykset+ja+yritt%C3%A4j%C3%A4t/V%C3%A4lty+vahingoilta/Perehdytt%C3%A4minen+ja+ty%C3%B6h%C3%B6nopastus/p1352442257796?packedargs=locale%3D1351236282049>
- Finlex. 2014. Työturvallisuuslaki. Viitattu 2.5.2015.
<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2002/20020738#L1P1>
- Hirsjärvi S. Ym. 2009. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.
- Hernberg K. 2014. Raha ei motivoi. Viitattu 30.12.2014.
<http://uusimukavuusalue.com/2014/11/17/raha-ei-motivoi/>
- Hypänen R. 2013. Esimiesosaaminen liiketoiminnan menestystekijä. Porvoo: Bookwell Oy.
- Jytyliitto 2015. Työhyvinvointi. Viitattu 1.5.2015.
<http://www.jytyliitto.fi/fi/tyosuhde/tyoelamankehittaminen/tyohyvinvointi/Sivut/default.aspx>
- Kangas P. & Hämäläinen J. 2007. Perehdyttämisen suunnittelu ja toteutus. Nykypaino Oy.
- Kjelin, E. & Kuusisto, P-C. 2003. Tulokkaasta tuloksetekijäksi. Jyväskylä: Talentum Media Oy.
- Kupias P. & Peltola R. 2009. Perehdyttämisen pelikentällä. Tampere: Juvenes Print.
- Lahden Ammattikorkeakoulu 2007. Hyvä perehdytysopas, Sarja b oppimateriaalia. Viitattu 5.5.2015
<http://www.lpt.fi/lamk/julkaisu/perehdyttamisopas.pdf>
- Penttinen, A. & Mäntynen, J. 2007. Työhön perehdyttäminen ja opastus- ennakoivaa työsuojelua. 2. Painos. Työturvallisuuskeskus. Helsinki
- Rubanovitsch M. & Valorinta V. 2009. Älykäs myynnin ohjaaminen. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Rubanovitsch M. & Aalto E. 2008. Haasteena myynnin johtaminen. Helsinki: OY Imperial Sales AB.
- Talouselämä 2013. Uuden työntekijän perehdytys – näin se käy. Viitattu 16.4.2015
<http://www.talouselama.fi/uutiset/uuden+tyontekijan+perehdytys++nain+se+kay/a2215606>.
- Terveysverkko 2011. Mitä on motivaatio ja mistä se syntyy? Viitattu 4.5.2015.
<http://www.terveysverkko.fi/tietopankki/tyoikaisille/motivaatio>
- TYVE 2015. Perehdyttäminen ja työnopastus. Viitattu 21.4.2015
http://turva50.me.tut.fi/index.php?main_select=6&sub_select=2.
- Työturva 2009a. Työhön perehdyttäminen ja opastus -ennakoivaa työsuojelua. Viitattu 2.5.2015
http://www.tyoturva.fi/files/800/Tyohon_perehdyttaminen2009.pdf
- Työturva 2009b. Työhön perehdyttäminen ja opastus -ennakoivaa työsuojelua. Viitattu 2.5.2015
http://www.tyoturva.fi/tyoelaman_kehittaminen/tyohyvinvoinnin_portaat
- Työturvallisuuskeskus 2015. Perehdyttäminen ja työnopastus. Viitattu 5.5.2015.
<http://tyoturvallisuuskeskus.mobiezine.fi/zine/4/article-138>

Valpola A. & Åman I. 2008. Ammattitaito kuntoon – Uusia keinoja työnopastukseen. Teknologiateollisuus Ry.

Virsta. Puolistrukturoitu haastattelu. Viitattu 2.5.2014. <https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/04/02/>.

Haastattelulomake ennen perehdytystä

Turun Ammattikorkeakoulu
Tekniikka, ympäristö ja talous
Tradenomi 2015
Niko Aaltonen

Haastattelulomake (ennen perehdytystä)

1. Kuinka kauan olet työskennellyt yrityksessä?

2. Missä tehtävässä toimit pääasiallisesti?

3. Millaisena koit perehdytyksen yritykseen tullessa? Mikä oli hyvää ja mikä huonoa (tai millaisen perehdytyksen sait)?

4. Oletko saanut riittävän perehdytyksen kaikkiin myynnissä vaadittaviin osa-alueisiin?

5. Mihin osa-alueeseen kaipaisit lisää perehdytystä?

6. Millaiseksi koet saamasi perehdytyksen uusiin tuotteisiin?

7. Mikä sinua motivoi nykyisessä työssäsi?

8. Miten hyvin tunnet nykyisin myytävät tuotteet/palvelumme? 1-5

- 1 En lainkaan
- 2 Kohtalaisesti
- 3 Hyvin
- 4 Erittäin hyvin
- 5 Erinomaisesti

9. Miten arvostetuksi tunnet itsesi työntekijänä? 1-5

- 1 En lainkaan
- 2 Kohtalaisen arvostetuksi
- 3 Arvostetuksi
- 4 Hyvin arvostetuksi
- 5 Todella arvostetuksi

10. Mikä mielestäsi lisäisi arvostetuksi tulemistä?



Liite 1. Haastattelulomake ennen perehdytystä.

Turun Ammattikorkeakoulu
Tekniikka, ympäristö ja talous
Tradenomi 2015
Niko Aaltonen

Haastattelulomake (ennen perehdytystä, lisäkysymys)

1. Kuinka hyvin tunnet autotarvikkeet? 1-5
- 1 En lainkaan
 - 2 Kohtalaisesti
 - 3 Hyvin
 - 4 Erittäin hyvin
 - 5 Erinomaisesti



Liite 2. Haastattelulomake lisäkysymykselle ennen perehdytystä.

Turun Ammattikorkeakoulu
Tekniikka, ympäristö ja talous
Tradenomi 2015
Niko Aaltonen

Haastattelulomake (perehdytyksen jälkeen)

1. Tunnetko perehdytyksen jälkeen mielestäsi paremmin myymiäsi tuotteita/palveluita?

2. Uskoisitko teille teetetyn tylisten perehdytysten parantavan aiempaa perehdyttämistä?

3. Kaipaisitko myös jatkossa laajempaa perehdyttämistä, millaista ja mihin?

4. Onko mielestäsi perehdytyskansiosta hyötyä myynnintukena?

5. Nostiko perehdyttäminen mielestäsi motivaatiota tai työssä viihtymistäsi?

6. Miten hyvin tunnet tuotteet/palvelut nyt perehdytyksen jälkeen? 1-5

- 1 En lainkaan
- 2 Kohtalaisesti
- 3 Hyvin
- 4 Erittäin hyvin
- 5 Erinomaisesti

7. Miten hyvin tunnet autotarvikkeet nyt perehdytyksen jälkeen? 1-5

- 1 En lainkaan
- 2 Kohtalaisesti
- 3 Hyvin
- 4 Erittäin hyvin
- 5 Erinomaisesti

8. Saitko perehdytyskansioon lisäksi henkilökohtaisen ohjauksen?

9. Miten arvostetuksi tunnet itsesi työntekijänä nyt perehdytyksen jälkeen?

- 1 En lainkaan
- 2 Kohtalaisen arvostetuksi
- 3 Arvostetuksi
- 4 Hyvin arvostetuksi
- 5 Todella arvostetuksi



Liite 3. Haastattelulomake perehdytyksen jälkeen

Perehdytyskansio Autotarvikkeet

Öljyt:

1. Tarkista osoitteesta <https://neste.fi/suositustaulukko/> auton rekisterinumerolla öljyysuusitus.
2. Jos vaihtoehtoja on monta, tulee sinun kartoittaa asiakkaan kanssa oikea öljyalaatu.

NESTE OIL		Audi A3 1.6 2003 - 2008	
Käyttökohde:		Tilavuus	
Muutturi, BCU		4,6 litraa	
Tuote:	Käyttöolosuhte:	Tarkasta / Vaihto:	
Neste City Pro 5W-40	Normaali	15000 km / 12 kuukautta	Vaihto
» Tuotelehdet			
» Käyttöturvallisuustiedote (PDF)			
Neste City Pro 5W-40	Normaali	15000 km / 12 kuukautta	Vaihto
» Tuotelehdet			
» Käyttöturvallisuustiedote (PDF)			
Neste City Pro W LongLife III	Normaali	15000 km / 12 kuukautta	Vaihto
» Tuotelehdet			
» Käyttöturvallisuustiedote (PDF)			
Neste City Standard 5W-40	Normaali	15000 km / 12 kuukautta	Vaihto
» Tuotelehdet			
» Käyttöturvallisuustiedote (PDF)			
Neste City Standard 10W-40	Normaali	15000 km / 12 kuukautta	Vaihto
» Tuotelehdet			
» Käyttöturvallisuustiedote (PDF)			

Esimerkin Audissa ensimmäinen vaihtoehto on ympyröity punaisella. Valinta tehdään yleisesti ensimmäisen (ylimmän) vaihtoehdon mukaan ellei autossa tule huomioida jotakin muuta, kuten pitkäälle vaihtovälille tarkoitettua öljyä.

Öljyjen merkinnät

5W-40 – Öljyn viskositeetti (On vastattava autossa käytettävää viskositeettia.)
C2 tai C4 merkintä – Käytetään useimmissa hiukkassuodattimella varustetuissa automalleissa.

Neste City Pro – Nesteen täyssynteettinen moottoriöljy
Neste City Standard – Nesteen synteettinen moottoriöljy

2-T Marine tai Super – Nesteen kaksitahtiöljyt (Marine veneille ja Super muille kaksitahtimoottoreille)
Biosaw – Nesteen teräketjuöljy moottorisahoille

Öljypurkin takana on lueteltu autojen eri vaatimukset. (Vaatimus löytyy auton käyttöohjekirjasta.)



- API SN, SM/CF
- ACEA C3
- MB 229.31
- VW 502.00/505.00
- BMW Longlife -04
- Porsche A40
- Renault RN0700 ja RN0710
- Täyttää GM dexos2 vaatimukset
- Ford WSS-M2C917A

Yleisimpiä öljyjä

Neste City Pro 5W-30 W Longlife
-Audin, Volkswagenin, Skodan, Seatin pitkänvaihtovälin öljy

Neste City Pro 5W-40
-Yleisin käytettävä täyssynteettinen öljy

Muista aina tarkistaa öljyvaatimus osoitteesta <https://neste.fi/suositustaulukko/>

Liite 4. Perehdytyskansion sivu 1.

NESTE OIL		Nissan Juke 1.6 2010 -	
Käyttökohde:		Tilavuus	
Muutturi, MR16DE		4,3 litraa	
Suodattimen tilavuus:	0,2 litraa		
Tuote:	Käyttöolosuhte:	Tarkasta / Vaihto:	
Neste City Pro 5W-40	Normaali	30000 km / 12 kuukautta	Vaihto
» Tuotelehdet	Väkeä	15000 km / 6 kuukautta	Vaihto
» Käyttöturvallisuustiedote (PDF)			
Neste City Pro C2 5W-30	Normaali	30000 km / 12 kuukautta	Vaihto
» Tuotelehdet	Väkeä	15000 km / 6 kuukautta	Vaihto
» Käyttöturvallisuustiedote (PDF)			
Neste City Pro W LongLife III	Normaali	30000 km / 12 kuukautta	Vaihto
» Tuotelehdet	Väkeä	15000 km / 6 kuukautta	Vaihto
» Käyttöturvallisuustiedote (PDF)			
Neste City Standard 5W-30	Normaali	30000 km / 12 kuukautta	Vaihto
» Tuotelehdet	Väkeä	15000 km / 6 kuukautta	Vaihto
» Käyttöturvallisuustiedote (PDF)			

Esimerkin Nissanissa öljyn vaihtovälillä ei ole merkitystä öljyn valinnassa. Huomiota on vaihtovälin lisäksi kiinnitettävä C2 tai C4 merkintään, joka on tarkoitettu hiukkassuodattimella varustetuille autoille.



Perehdytyskansio Autotarvikkeet

Jäähdytysneste:

Värillä valitaan oikea jäähdytysneste!

Neste Jäähdytinneste - On vihreää ja käytetään autoissa, joissa vihreää tai sinistä nestettä.

Neste Superjäähdytinneste - On punaista ja käytetään autoissa, joissa punaista nestettä.

Muita nesteitä:

AdBlue –urealiuos – Päästöjä pienentävä lisäaine uusille autoille.

Diesel 100 – Dieselin joukkoon lisättävä jäänestoaine.

Voltera Pro – Uusi kehittynyt lasinpesuneste, joka muodostaa tuullasiin vettä ja likaa hylkivän kalvon.

Pyyhkijänsulat:

Pyyhkijänsulat luokitellaan kahteen eri sarjaan. Osassa uusia autoja on Aerotwin ensiasennus sulat ja toisissa vanhanmallisella kiinnityksellä olevat. Tämä selviää myös Bosch pyyhkijänsulkien sopivuustaulukosta.

Myymälän ylärivissä olevat sulat ovat Aerotwin mallisia ja alarivissä olevat ovat ns. normaaleja sulkia.

Normaalit pyyhkijänsulat:

AR xx U sulat ovat vanhanaikaisella kiinnitysmekanismin avulla olevia sulkia.

-Näissä ainoa muuttuva asia sarjanumeroiden välillä on sulan pituus.



Vanhanmallisella kiinnityksellä olevissa meillä myytävissä Boschin sulissa on suojakuori (1), jonka avaamalla sulka saadaan asennettua pyyhkijänvarteen. Vanhanmallisen pyyhkijänsulan varren kiinnitys tapahtuu AINA koukkumaisen varren päähän (2).

Aerotwin pyyhkijänsulat:

AP xx U pyyhkijänsulat ovat uudentyyppisellä Aerotwin kiinnityksellä olevia.

-Näissä ainoa muuttuva asia sarjanumeroiden välillä on sulan pituus.

Osassa aerotwineilla varustetuissa autoissa on lisäksi omanlaisensa kiinnitykset ja nämä vaativat tietyn sulkapaketin, eikä AP xx U sulat silloin käy.



Liite 5. Perehdytyskansion sivu 2.