

Saimaan ammattikorkeakoulu  
Liiketalous Lappeenranta  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Markkinointi

Anastasia Yliaska

## **Markkinatutkimus sovelluksen tarpeesta Case: Lappeenrannan kaupunki**

Opinnäytetyö 2017

## Tiivistelmä

Anastasia Yliaska

Markkinatutkimus sovelluksen tarpeesta, Case: Lappeenrannan kaupunki, 27 sivua, 1 liite

Saimaan ammattikorkeakoulu

Liiketalous Lappeenranta

Liiketalouden koulutusohjelma

Markkinointi

Opinnäytetyö 2017

Ohjaajat: lehtori Sami Lanu, Saimaan ammattikorkeakoulu, tietohallintopäällikkö Juuso Mikkonen, Lappeenrannan kaupunki

Tämä opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Lappeenrannan kaupungille. Työn tarkoituksena oli tehdä markkinatutkimus. Tutkimuksessa selvitettiin, onko sovellukselle todellista tarvetta Lappeenrannassa ja minkälaisen sovelluksen kaupungin asukkaat haluavat.

Työssä käytettiin laadullista tutkimusmenetelmää. Teoriaosuudessa käsiteltiin digitaalista asiointia, digitaalisia palveluja, asiakkaan osallistamista ja mobiiliapplikaatioiden käyttöä. Lähdeaineistona olivat kirjallisuus, Internet ja kaupungin intranetissa saatavilla olevat materiaalit. Empiriaosuuden tutkimustietoa varten laadittiin kysely, jossa oli 13 kysymystä. Kyselyyn vastattiin kaupungin nettisivulla.

Kyselyn tuloksista selvisi, että Lappeenrannan asukkaat käyttävät monia eri sovelluksia. Enemmistö vastaajista oli sitä mieltä, että sovellukselle on tarvetta kaupungissa. Sovelluksesta tulisi tehdä monipuolinen, sujuvasti toimiva ja helpokäyttöinen.

Asiasanat: digitaalinen asiakaskokemus, sovellus, asiakkaan osallistaminen

## **Abstract**

Anastasia Yliaska

A market research about the need for an application, Case: City of Lappeenranta, 27 pages, 1 appendix

Saimaa University of Applied Sciences

Business Administration Lappeenranta

Degree Programme in Business Administration

Specialisation in Marketing

Bachelor's Thesis 2017

Instructors: Mr Sami Lanu, Senior Lecturer, Mr Juuso Mikkonen, IT Manager, the City of Lappeenranta

The work was commissioned by the City of Lappeenranta. The purpose of the study was to accomplish a market research. The target of the research was to examine if Lappeenranta has a real need for an application, and what kind of application city residents want.

Qualitative research method was used in this thesis. The theoretical part contained digital transactions, digital services, customer inclusion and the use of mobile applications. The information was gathered from literature, the Internet and materials in the city's intranet. For the empirical part and data a questionnaire was created, which included 13 questions. The questionnaire was answered on the web page of city.

The results of the study show that people living in Lappeenranta use many different applications. The majority of answerers thought that the application is needed. The application should be versatile, work smoothly and is easy to handle.

Keywords: digital customer experience, application, customer inclusion

## Sisällys

1	Johdanto .....	5
1.1	Tausta .....	5
1.2	Tavoitteet ja tutkimuskysymykset .....	5
1.3	Tutkimusmenetelmä.....	6
1.4	Teoreettinen viitekehys .....	6
1.5	Case-yritys .....	6
2	Digitaalinen asiointi .....	7
2.1	Digitaaliset palvelut .....	8
2.2	Asiakkaan osallistaminen.....	9
2.3	Mobiiliapplikaatioiden käyttö .....	10
3	Lappeenrannan verkkopalveluiden seuranta .....	11
3.1	Vuoden 2015 tilastot .....	11
3.2	Vuoden 2016 tilastot .....	12
4	Lappeenrannan kaupunkisovelluskysely.....	13
4.1	Taustaa .....	13
4.2	Kyselyn tulokset .....	13
4.3	Analyysi.....	20
5	Yhteenveto ja pohdinta .....	24
	Kuvat .....	26
	Lähteet .....	27

## Liitteet

Liite 1      Lappeenrannan kaupunkisovelluskysely

# 1 Johdanto

## 1.1 Tausta

Tämän opinnäytetyön tilaaja on Lappeenrannan kaupunki ja se käsittelee kaupungin sähköisiä palveluja, tarkalleen ottaen Lappeenrannan omaa sovellusta. Mahdollisuus opinnäytetyöhön tuli tietoisuuteen toukokuussa 2016, kuukausi sen jälkeen, kun Markkinointiosuuskunta Visio oli tehnyt 24 tunnin innovoinnin aiheesta. Valmentaja Jyri Hänninen jakoi ilmoituksen, jonka kirjoitti innovoinnin toimeksiantaja Juuso Mikkonen Lappeenrannan kaupungin tietohallinnosta. Kuukausi muu Visiosta ei ottanut aihetta itselleen, joten päätin ottaa haasteen vastaan ja tarttua tähän mahdollisuuteen syksyllä 2016.

Valitsin tämän aiheen, koska se on monipuolinen ja mielenkiintoinen. Minua kiinnostavat digitaalisuus sekä teknologia. Aihe ja opinnäytetyön tekeminen Lappeenrannan kaupungille tuovat arvoa ansioluettelooni. Tämän tutkimuksen tekeminen on myös tärkeä, sillä kaupunki on esittänyt mielenkiintonsa omaa sovellusta kohtaan.

## 1.2 Tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Opinnäytetyön tavoitteena on tehdä markkinatutkimus, joka on empiirisen osuuden sisältöpohja. Datan keruuta varten rakennan kyselylomakkeen kaupungilla käytössä olevan Questback–työkalun avulla. Valmiiseen kyselyyn vastataan kaupungin nettisivuilla ([www.lappeenranta.fi](http://www.lappeenranta.fi)). Kyselytutkimuksen suorittamisen jälkeen analysoin tulokset ja lopussa teen yhteenvedon.

Tutkimuskysymykset ovat:

- Onko sovellukselle todellista tarvetta Lappeenrannassa?
- Minkälaisen sovelluksen kaupungin asukkaat haluavat?

Tämän tutkimuksen tekeminen on iso apu kaupungille, joka tekee tulosten perusteella jatkosuunnitelmia siitä, tuleeko Lappeenrantaan oma sovellus.

### **1.3 Tutkimusmenetelmä**

Tässä opinnäytetyössä käytetään laadullista tutkimusmenetelmää. Laadullisessa tutkimuksessa pyrkimyksenä on kuvata jotain ilmiötä tai tapahtumaa, ymmärtää tiettyä toimintaa, antaa teoreettisesti mielekäs tulkinta jollekin ilmiölle. Tyyppillinen piirre on myös se, että tutkittavien mielipiteet pääsevät esille. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 85, 125.)

Markkinatutkimuksen avulla hankitaan tietoja markkinatilanteista ja niiden muutoksista. Analyysin tavoitteena on arvioida toimenpiteitä sekä ymmärtää paremmin markkinaa ja siellä vaikuttavia tekijöitä. Tutkimustiedolla halutaan saavuttaa laadukkaampia päätöksiä. (Lotti 2001, 18-19.)

### **1.4 Teoreettinen viitekehys**

Teorian viitekehys keskittyy seuraaviin teemoihin: digitaaliset palvelut, asiakkaan osallistaminen ja mobiiliapplikaatioiden käyttö. Teoriaosuus alkaa digitaalisesta asioinnista. Se johdattaa loogisesti kolmeen edellä mainittuihin teemoihin. Kokonaisuus on muodostettu siten, että kaikki teemat tukevat toisiaan ja ovat pohjana tutkimukselle.

### **1.5 Case-yritys**

Lappeenranta on noin 73 000 asukkaan kansainvälinen yliopisto- ja matkailukaupunki. Merkittävänä Lappeenrannan vahvuutena on 1960-luvun lopulta alkaen ollut yliopisto. Yliopiston, ammattikorkeakoulun ja ammatillisen koulutuksen ansiosta tarjolla on asiantuntijoita, osaajia ja tekijöitä erilaisiin tuotannollisiin ja kaupallisiin tehtäviin. Kaupunginjohtajana toimii Kimmo Jarva. Lappeenrannan strategia korostaa kaupunkilaisten omaa aktiivisuutta sekä vuorovaikutusta kaupungin ja asukkaiden välillä. Asukkaiden halutaan osallistuvan kaupungin kehittämiseen. Toimintatavoissa korostuvat kuntalaisten osallisuus ja asiakas-keskeisyys. (Lappeenrannan kaupunki)

## 2 Digitaalinen asiointi

Digitalisaatio ilmiönä on ollut kovassa nousussa viime vuosien aikana. Tämän seurauksena tieto kulkee todella nopeasti ja matkapuhelinten mahdollistama tavoitettavuus saa ihmiset pitämään yhteyttä toisiinsa sekä asioimaan digitaalisesti. Kun puhutaan yleisesti palveluasioinnista, hyvän asiakaskokemuksen tuottaminen on erittäin tärkeässä roolissa. Kaikille asiakkaille halutaan tarjota parasta mahdollista palvelua. Tavoitteena jokaisessa palvelutapahtumassa on se, että asiakaskohtaamisen alussa luodaan luottamuksellinen side. Samat asiat pätevät myös digitaalisessa asiointissa. Haasteena kuitenkin pidetään digitaalisen palvelukokemuksen kehittämistä sellaiseksi, että sillä pystytään täyttämään asiakkaan tarpeet ja jättämään jälkeensä positiivisen mielikuvan (Filenius 2015, 26). On luotava sellaiset olosuhteet, joissa asiakas kokee palvelutapahtuman onnistuneeksi. Onnistunut digitaalinen asiakaskokemus saadaan, kun asiakkaan tarpeet on täytetty, tietojärjestelmät toimivat ongelmitta ja palvelun käytettävyys on helppoa sekä sujuvaa. Kuvassa 1 on esitetty digitaalisen asiakaskokemuksen palveluprosessi, johon kuuluu kuusi vaihetta.



Kuva 1 Digitaalisen asiakaskokemuksen palveluprosessi (Filenius 2015)

Digitaalisen asiakaskokemuksen palveluprosessin ensimmäinen vaihe on saavutettavuus. Tällä tarkoitetaan sitä, onko palveluun mahdollista päästä kaikissa tilanteissa. Toisessa vaiheessa ovat hakeminen ja löytäminen. Tässä ytimenä on se, miten löydetään yritys ja palvelu. Kolmas vaihe sisältää valinnan ja päätöksenteon, jossa selvitetään, miten valitaan oikea tuote ja palvelu muiden vaihtoehtojen joukosta. Neljäs vaihe on transaktio. Tällä tarkoitetaan toimenpidettä, jolla suoritetaan esimerkiksi ostos, tilaus tai muu haluama toiminto. Viides vaihe on käyttöönotto. Tässä opitaan, miten saadaan palvelu käyttöön ostotapahtu-

man jälkeen. Viimeisessä vaiheessa ovat hankinnan jälkeiset toimenpiteet, joissa saadaan selville se, kuinka tuotteen tai palvelun käyttöä tuetaan ja asiakkuutta hoidetaan. (Filenius 2015, 79.)

Tuoreen tutkimuksen mukaan Suomen mahdollisuudet onnistua digitalisaation saavuttamisessa ovat nousseet. Menestys ei ole kuitenkaan vielä huipussa kaikilla tasoilla. Digibarometrissa mitataan digitaalisuuden yhteiskunnallista hyötykäyttöä. Digisuorittajana Suomi tekee ahkerasti töitä ja pyrkii tasaisella rytmillä kohti maailman kärkeä. (Digibarometri 2017.)

Myös suomalainen teleoperaattori DNA Oyj on tutkinut suomalaisten kuluttajien digitaalista asiointia. Digitaaliset elämäntavat-tutkimuksesta selviää muun muassa se, että suomalaiset arvostavat digitaalista asiointia sekä mahdollisuutta hoitaa omia asioitaan normaalisti paikan päällä yrityksessä. Se, miten mieleiseksi ihmiset kokevat nettiasioinnin, riippuu paljon itse palvelusta ja tilanteesta. Tutkimuksen tulokset kertovat myös, että yli 65-vuotiaat käyttävät innokkaasti nettiä. Osa heistä on kuitenkin pidättyväisiä digitaalisiin palveluihin. He kokevat, että uusia palveluja tulee liian nopeasti ja niitä on jo liikaa. (DNA Oyj 2017.)

## **2.1 Digitaaliset palvelut**

Digitaalisia palveluita luodaan sillä tarkoituksella, että ne voisivat tukea yrityksen tavallista liiketoimintaa, joka tapahtuu fyysisesti toimipaikassa. Digitaalisuus mahdollistaa sen, että yritykset tekevät asioita paremmin, nopeammin ja pienemmällä rahan kulutuksella. Menestyäkseen markkinoilla, palvelun on tarjottava käyttäjälleen tehokasta ja miellyttävää käyttäjäkokemusta (Ruokonen 2016, 33). Tämä näkyy siinä, että digitaalista palvelua käyttäessä tehdään vähän klikkauksia ja samalla saadaan runsaasti hyödyllistä tietoa asiakkaalle (Ruokonen 2016, 33).

Ajan kuluessa digitaalista palvelua pitää uudistaa ja osoittaa uudelleen, että sillä on jotakin arvoa. Jos näin ei käy, palvelu tulee poistumaan markkinoilta. Uusia palvelun ominaisuuksia on saatava nopeasti aikaan ja tehokkuutta sekä käyttömukavuutta on pidettävä yllä jatkuvasti.

Kun palvelut ja jakelukanavat saavat digitaalisen muodon, myös käytettävissä olevan digitaalisen datan määrä kasvaa nopeasti. Jokainen ihmisen tekeminen jää muistiin, ja tästä voi syntyä uutta tietoa. Jatkossa tästä tiedosta luodaan tuotteita ja lopulta liiketoimintaa. Data mahdollistaa erilaisia kohdennettuja tai personoituja palveluja käyttäjille. (Ruokonen 2016, 42.) Digitaalisilla kanavilla voidaan täydentää yrityksen tavallisia liiketoimintoja. Niiden avulla pystytään tavoittamaan sellaisia asiakasryhmiä, jotka eivät muuten käyttäisi yrityksen fyysisiä palveluja erinäisistä syistä, esimerkiksi liian pitkän välimatkan vuoksi. Käyttämällä laadukkaita digitaalisia sisältöjä voidaan herättää kohderyhmien mielenkiintoa, hankkia uusia asiakkaita, sitouttaa ja palvella nykyisiä asiakkaita, nostaa brändin tunnettavuutta sekä lisätä verkkoliikennettä digitaalisessa palvelussa (Ruokonen 2016, 131).

## **2.2 Asiakkaan osallistaminen**

Asiakkaan osallistamisella tarkoitetaan sellaista toimintaa, jolla saadaan asiakkaat vaikuttamaan jollakin tietyllä tavalla yrityksen palveluun tai tuotteeseen. Yritys pyrkii saamaan mielipiteitä suoraan asiakkailta. Nämä asiakkaat voivat olla nykyisiä palvelun tai tuotteen käyttäjiä. Myös uusilta potentiaalisilta asiakkailta on mahdollista kysyä, mitä mieltä he ovat. Parhaita tapoja selvittää, mitä mieltä asiakkaat ovat yrityksen palvelusta, ovat asiakaspalaute ja kyselyt. Näiden avulla voidaan saada melko nopeasti tietoa palvelun tai tuotteen laadusta asiakkaan näkökulmasta.

Nykyään myös online-chatpalvelut ovat lisänneet mahdollisuuksia kohdata asiakas läheltä. Niillä pyritään palvelemaan nopeasti paikasta ja laitteesta riippumatta, sillä tällaisia yhteyskanavia on käytettävissä sekä tavallisella pöytäkooneella että mobiililaitteella. Online-chat on käytännöllinen väline olla suorassa yhteydessä asiakkaaseen ja neuvoa heidän kysymyksissä.

Asiakkaiden osallistaminen palveluiden kehittämiseen tuottaa useita hyötyjä. Asiakasymmärrys lisääntyy, koska heidän mukanaolosta prosessissa saadaan arvokasta tietoa käyttäytymisestä ja taidoista, joita voidaan mahdollisesti käyttää hyödyksi jatkossa. Kun asiakkaat osallistuvat omalla toiminnallaan yrityksen kehitykseen, he ovat jo valmiiksi sitoutuneita tähän tekemiseen. Asiakkaille

muodostuu myös positiivinen kuva yrityksestä, joka ottaa asiakkaat mukaansa ideoimaan uusia asioita tai korjaamaan ongelmallisia kohteita. Asiakkaat saavat sellaisen tunteen, että heitä kuunnellaan avoimesti, heihin luotetaan vahvasti ja kaikkien mielipiteet halutaan saada vastaan.

### **2.3 Mobiiliapplikaatioiden käyttö**

Monet asiantuntijat ovat sitä mieltä, että applikaatio tarjoaa runsaasti työkaluja mukavan käyttäjäkokemuksen luomiseen. Tutkimusten mukaan käyttäjät myös viettävät aikaa applikaatioissa keskimäärin yhdeksän prosenttia pidempään kuin vastaavissa mobiilioptimoituissa palveluissa. (Filenius 2015, 83.)

Yrityksen kannattaa hankkia oma mobiilisovellus. Se tuo monia hyötyjä liiketoimintaan. Sovelluksen kautta yritys on näkyvillä jatkuvasti. Kun ihmiset viettävät enemmän aikaa älypuhelimien äärellä, muodostuu samalla suora yhteys sovellusten lisääntyvään käyttöön. Applikaatiot tarjoavat yleistietoa, ilmoittautumismakkeita, hakufunktioita, käyttäjätilejä, viestipalveluja, uutisseiniä ja monia muita ominaisuuksia. Tällä tavalla yritys on läheisessä vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa. Mobiilisovellus voi lisätä yrityksen bränditietoisuutta. Henkilö lataa sovelluksen, jos se on hyvin brändätty ja suunniteltu. (Forbes 2014.)

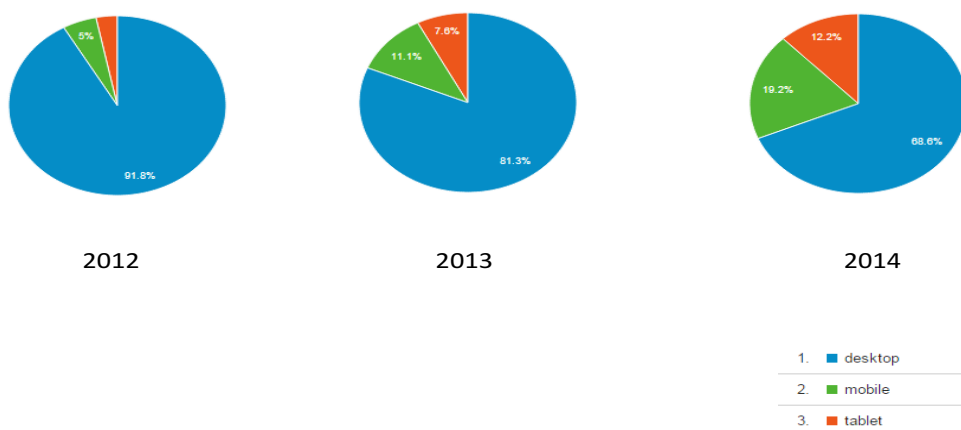
### 3 Lappeenrannan verkkopalveluiden seuranta

Kaupungin nettisivustosta (lappeenranta.fi) kerätään joka vuosi kävijätietoja ja niistä muodostetaan koottuja tilastoja. Tässä luvussa tarkastellaan kahden edellisen vuoden 2015 ja 2016 tietoja.

#### 3.1 Vuoden 2015 tilastot

Huhtikuussa 2015 tehtiin verkkosivu-uudistus, joten tiedot ovat kahdelta ajankaksolta. Suosituimmat maat, joissa käytiin lappeenranta.fi-sivustolla, olivat Suomi, Venäjä, Yhdysvallat, Ruotsi ja Saksa. Suomessa sivut avattiin useimmin Lappeenrannassa ja Helsingissä. Sivulatauksia oli yhteensä 3 218 812 kertaa vuoden 2015 aikana. Eniten luettiin palvelut-sivua, etusivua sekä sivua, jossa on karttoja ja liikenneasioita. Tietoa haettiin paljon kulttuurista ja liikunnasta, kasvatuksesta ja opetuksesta, rakentamisesta ja maankäytöstä sekä tapahtumista. Suurimmaksi osaksi sivustolle hakeuduttiin hakuliikenteen kautta. Tarkalleen ottaen siihen käytettiin hakukone Googlea. Kuvassa 2 selviää, että työasemakäyttö oli vähentynyt vuosien 2012 ja 2014 välisenä aikana. Mobiili- ja tabletkäyttö olivat puolestaan lisänneet suosiota.

#### Mobiili-, tablet- ja työasemakäytön muutos



Kuva 2 Mobiili-, tablet- ja työasemakäytön muutos (Kävijäseuranta 2015)

### 3.2 Vuoden 2016 tilastot

Lappeenranta.fi sivua ladattiin koko vuoden aikana yhteensä 3 003 962 kertaa. Suosituimmat sivut, joissa käytiin, olivat samat kuin edellisen vuoden 2015 tilastoissa eli palvelut, kartat ja liikenne sekä yhteystiedot. Palvelut-osiosta katsottiin eniten seuraavia sivuja: kulttuuri ja liikunta, kasvatus ja opetus, tapahtumat, rakentaminen ja maankäyttö sekä päätöksenteko ja talous. Kasvatus ja opetus-sivustolla etsittiin tietoa varhaiskasvatuksesta, lukuvuoden lomista ja työajoista sekä perusopetuksesta. Päätöksenteossa ja taloudessa kiinnostavina pidettiin esityslistoja ja pöytäkirjoja, kaupunginvaltuuston suoria lähetyksiä sekä lautakuntia.

Nuorten palveluiden kohdalla ladatuimmat sivut olivat nuorisotoimen tapahtumakalenteri, Kaamospuhallus-tapahtuma, nuorisotila Monari, Etelä-Karjalan Ohjaamo sekä yleisesti nuorisotilat. Kulttuuri ja liikunta-osiossa käytiin eniten seuraavilla sivuilla: kirjasto, Lappeenrannan uimahalli ja kuntosali, liikuntapaikkojen kunnossapitotilanne, kirjaston aukioloajat ja yhteystiedot, Lauritsalan uimahalli ja kuntosali sekä hiihtoladut. Työ ja elinkeinot-sivustolla ylivoimaisesti ladatuin linkki oli Avoimet työpaikat. Latauksia tälle sivulle tehtiin vuoden 2016 aikana yhteensä 13 366 kertaa. Paikallisliikenne on yksi Lappeenranta.fi sivuston suosituimmista ja aikataulujen katselumäärä on huomattavasti suurempi kuin muiden alisivujen. Englanninkielisellä sivustolla katsotuimmat sivut olivat palvelut, kartat ja liikenne sekä kaupunki-info. Venäjänkielisellä sivustolla olivat samat katsotuimmat sivut kuin englanninkielisellä.

Vuonna 2016 työasemakäyttö oli 51,8 prosenttia, mobiilissa 35,5 ja tabletilla 12,7. Tuoreimmissa tiedoissa ajanjaksolla 1.1. – 30.6.2017 tilanne on kääntynyt niin, että työasemakäyttö on enää alle puolet kokonaiskäytöstä. Sitä käytettiin 49,6 prosenttia. Puhelimen osuus oli 39 prosenttia ja tabletin 11,4 prosenttia.

## **4 Lappeenrannan kaupunkisovelluskysely**

### **4.1 Taustaa**

Kyselyssä oli 13 kysymystä. Laadin kyselylomakkeen yhdessä kaupungin suunnittelijan kanssa. Se oli rakennettu kaupungin käyttämällä Questback-työkalun avulla. Pakollisiksi asetettiin kysymykset 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10 ja 12. Vapaaehtoisina jäivät kysymykset 5, 6, 11 ja 13. Syy siihen, miksi kaikkia kysymyksiä ei laitettu pakollisiksi oli se, että ne olivat tyyliltään avoimia. Niihin sai vastata vapaamuotoisesti ja näin vastaajalle annettiin vapaus valita, vastata kysymykseen tai siirtyä seuraavaan.

Kyselyn avaus tapahtui 21.6.2017 kaupungin nettisivulla. Kyselyn avauksesta kirjoitettiin tiedote, joka julkaistiin kotimaisessa tiedotejakopalvelussa ePressissä. Kyselystä tiedotettiin kolme kertaa myös kaupungin sosiaalisen median kanavissa, Facebookissa ja Twitterissä. Ensimmäisen kerran tiedote kirjoitettiin kyselyn avauspäivänä ja kaksi muuta kertaa olivat elokuussa, jolloin tarkoituksena oli muistuttaa asukkaita jäljellä olevasta vastausajasta. Kysely suljettiin 28.8.2017. Kysely oli avoinna yhteensä yhdeksän ja puoli viikkoa. Vastauksia tuli tämän ajanjakson aikana 278 kappaletta.

### **4.2 Kyselyn tulokset**

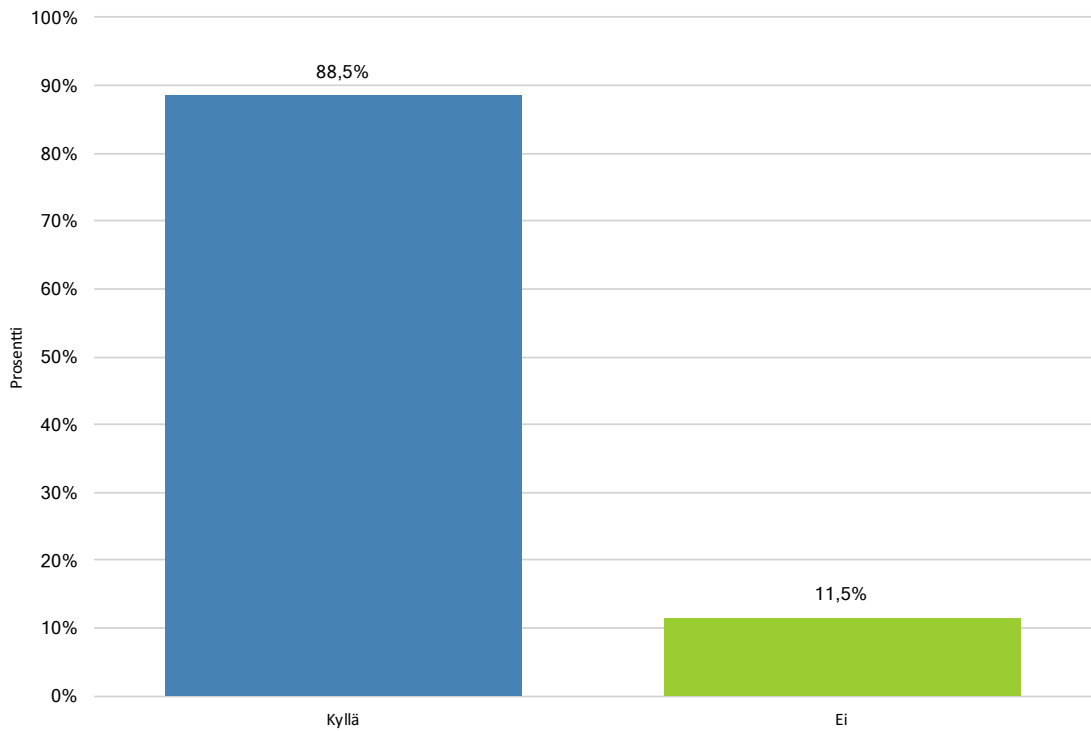
Kyselyyn vastanneista 61,5 prosenttia oli naisia ja 38,5 prosenttia oli miehiä. Enemmistö vastaajista eli 22,3 % oli iältään 31–40-vuotiaita. Seuraavaksi eniten vastasivat 41–50-vuotiaat (20,5 %), 21–30-vuotiaat (18,7 %), 51–60-vuotiaat (16,9 %), 61-vuotiaat ja tätä vanhemmat (13,3 %) ja vähiten vastasivat 11–20-vuotiaat (8,3 %). 276 vastaajaa omistaa älypuhelimien, kaksi ei omista. Enemmistö vastaajista (74,8 %) käyttää seitsemää tai useampaa sovellusta. 20,1 prosentilla vastaajista on käytössä kolmesta kuuteen sovellusta. Yhtä tai kahta sovellusta käyttää 4,3 prosenttia vastaajista ja kaksi henkilöä ilmoitti, että he eivät käytä ollenkaan sovelluksia.

Lappeenrannan asukkaat käyttävät monia eri sovelluksia. Suosiossa ovat sosiaalisen median kanavat Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Snapchat ja YouTube, sähköposti (Gmail ja Mail) sekä viestintäsovellukset (WhatsApp, Messenger, Skype). Vastaajat käyttävät myös ahkerasti erilaisia uutissovelluksia kuten esimerkiksi Helsingin Sanomat, Iltalehti, Ilta-Sanomat ja Etelä-Saimaa. Musiikkisovellus Spotify on usealla vastaajalla käytössä. Nettitelevisiot Katsomo, Ruutu ja Yle Areena ovat ilmoitettu vastauksissa. Pelejä ja kuvankäsittelyohjelmia ladataan sovellusten avulla.

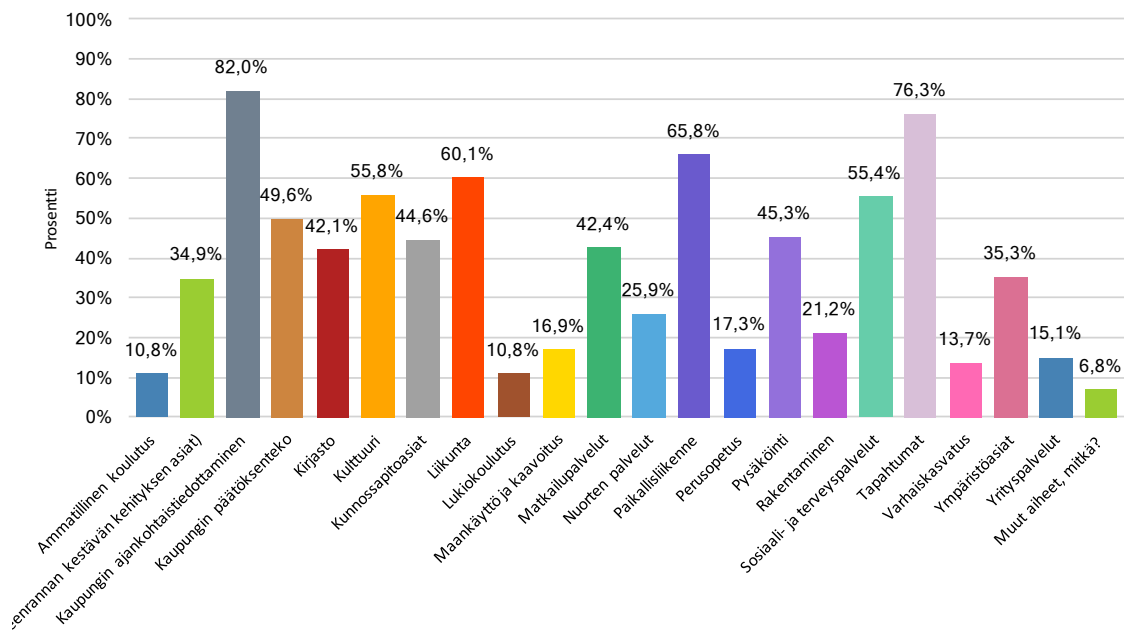
Pankkisovellukset ovat lisääntyvässä käyttöasteessa vastaajien keskuudessa. Kartta- ja hakusovelluksia sekä sääpalveluja käytetään myös. Kielenopiskeluun liittyvät sovellukset ja kääntäjät ovat muutamalla vastaajalla käytössä. Pilvipalvelulla, esimerkiksi Google Drive, on myös käyttäjiä. Vastauksista ilmenee se, että kaupungissa on asukkaita, jotka käyttävät Lappeenrannan bussitsovellusta. Myös VR-sovellus esiintyi muutaman kerran. Suosittuja ovat erilaiset terveyteen, ruokaan ja kuntoiluun liittyvät sovellukset. Muutamilla vastaajilla on käytössä Wilma-sovellus. Veikkauksen sekä Postin sovellukset esiintyivät muutamien asukkaan vastauksissa.

Kaksi henkilöä vastasi, että he eivät käytä sovelluksia. Yhden vastausta ei pysty kirjoittamaan, koska se on tyyliltään sopimaton tähän työhön. Toinen henkilöistä vastasi, että hänellä ei ole puhelinta.

Kuvassa 3 selviää vastaus siihen, pitäisikö Lappeenrannalla olla kaupunkisovellus. Enemmistö vastaajista eli 88,5 prosenttia on sitä mieltä, että sovellukselle on tarvetta kaupungissa. Kuvassa 4 selviää, minkälaiset asiat Lappeenrannan asukkailla ovat kiinnostuksen kohteina. Suosituimmat vastaukset olivat kaupungin ajankohtaistiedottaminen, tapahtumat, paikallisliikenne, liikunta ja kulttuuri. Vähiten klikkauksia saivat asialistan ulkopuolella olevat aiheet, ammatillinen koulutus, lukiokoulutus, varhaiskasvatus ja yrityspalvelut.



Kuva 3 Seitsemännen kysymyksen tulos



Kuva 4 Kahdeksannen kysymyksen tulos

Tulokset kysymykseen ”Mihin asioihin haluaisit vaikuttaa/osallistua niihin liittyvään valmisteluun?” olivat seuraavat: oman asuinalueen asiat 69,4 %, kaupungin palvelut 67,3 %, laajat kehittämishankkeet 56,1 %, kaupungin strategiset painopistealueet 28,1 % ja muut 6,1 %. 89,9 prosenttia vastaajista osallistuisi sovelluksen kautta ajankohtaisten asioiden pikagallupeihin, 10,1 prosenttia vastaajista ei osallistuisi näihin gallupeihin.

Kaupungin asukkailla on monia eri mielipiteitä siihen, miten kaupunkisovelluksen mahdollisen online asiakaspalvelun tulisi toimia. Monien vastaajien mielestä chat-palvelu on sopiva tapa järjestää toimiva yhteys asiakaspalveluun. Muutammat vastaajat ehdottavat, että tiettyyn kellonaikaan päivästä (esimerkiksi virka-aikaan klo 8–16) olisi kaupungin asiakaspalvelija tavoitettavissa reaaliaikaisen, sähköisen keskustelun avulla ja offline sen ulkopuolella. Olisi mahdollisuus soittaa tai jättää soittopyyntö. Pari asukasta kyseenalaisti kysymyksen ja sanoi tavallisen sähköpostin tai Lappeenrannan oman Facebookin riittävän. Yksi vastaaja ei usko itse sovelluksen tuovan asiakaspalveluun mitään uutta. Toivotaan myös sitä, että rakennettaisiin niin hyvä, infopainoinen ja mahdollisimman helppo sovellus, ettei online-asiakaspalvelua tarvita. Viestinjätto on yksi vaihtoehto ja myös usein kysyttyä -osio voisi olla käytössä. Yhdessä vastauksessa asukas esittää oman mielipiteensä näin: ”Pitäisi päättää, halutaanko applikaatio kehittää kansalaisten vaikuttamisen edistämiseksi ja asukkaiden mukaan ottamiseksi kaupungin yhteisiin asioihin vai tietopankiksi yhteisten asioiden ja arjen pyörittämiseen (liikkuminen, palvelut yms. tiedonhaku).”

Yksi asukas kirjoittaa, että voisi olla vapaa keskustelupalsta, joka on kuitenkin rajoitettu jollakin tavalla vain kaupungin asioiden käsittelyyn. Online-asiakaspalvelun kautta voisi antaa kiitokset, kun on aihetta ja jättää myös rakentavaa palautetta sekä ideoita. Vastaus on noin vuorokauden kuluessa, joihinkin asioihin saisi tiedon heti, esimerkiksi onko vapaita varauksia vai ei. Tämän jälkeen tulisi välittömästi vastaus, että viestinne on vastaanotettu. Esiintyi myös kysymys, voisiko tällaisen asiakaspalvelun yhteyteen rakentaa erilaisia ajanvarausjärjestelmiä. Yhdessä vastauksessa lukee seuraavasti: ”Ihmettelen, miksi pitää kehittää erillinen sovellus, kun voisitte tehdä nettisivut, jotka toimisivat kaikilla päätelaitteilla (tietokone, puhelin, tabletti). Ajankohtaiset tiedotteet

pystyisi tilaamaan sähköpostiin tai rss-syötteenä. Monesti puhelimella on vaikea kirjoittaa pitempiä tekstejä tai lukea niitä. Usein mobiilisovellus on kaiken lisäksi niin suppea, että moni asia täytyy tarkistaa erikseen kaupungin nettisivulta. Esimerkkinä voi olla se, kun nettisivuista on tehty mobiiliversio, on sen sisältö usein paljon rajoittuneempi kuin täysversion. Tässä tapauksessa mobiilisivustoa selaillessa ei näe kaikkia asioita kuin pöytäkoneella.” 90,6 prosenttia vastaajista antaisi luokiteltua palautetta kaupunkisovelluksen kautta, jos siihen olisi mahdollisuus.

Asukkailla on monenlaisia toivomuksia sovelluksen sisällön suhteen. Useimmat haluavat juuri niitä toimintoja, jotka on mainittu kyselyn viimeisessä kysymyksessä eli hakutoiminnot, sijaintipalvelut, omat asioinnit ja aikataulut. Kaikki kaupungin tapahtumat (muutkin kuin kaupungin järjestämät) halutaan löytyvän samasta paikasta esimerkiksi tapahtumakalenterista. Joidenkin vastaajien mielestä tapahtumat ovat tällä hetkellä vaikeasti löydettävissä niiden monimutkaisen sijainnin takia. Mobiililiput kaupunginorkesterin konsertteihin ja kirjaston lainojen uusiminen tulivat ilmi vastauksissa.

Yksi asukas sanoo, että mahdollisuus palvelun käyttöön ilman käyttäjän paikannusta on ehdoton. Aikataulujen kohdalla kaivataan eri toimipisteitä ja niiden aukioloaikoja (toimistot, kirjasto, museot). Lisäksi toiveena on se, että aukioloajat päivittyvät muun muassa juhlapyhien aiheuttamien muutosten johdosta. Poikkeukset aukioloajoissa on päivitettävä säännöllisesti. Bussiaikatauluista on yksi kattavampi vastaus ja se kuuluu näin: ”Bussiaikataulut ja reitit olisi hienoa olla nopeasti sekä helposti käytettävissä. Tällä hetkellä nettiselaimessa toimiva kartta-/aikataulupalvelu on ihan ok, mutta mobiililaitteella kartan näkymän raahtaminen Keskusta–Sammonlahti-välillä on hieman vaivalloista. Olisi hienoa voida tallentaa yleisiä käyttämiäni reittejä, jolloin saisin helposti valittua reitin, jota minun tarvitsee käyttää heti/kohta. Jos nämä kartalta haettavat (lähtöpaikka-määränpää) aikataulut olisivat reaaliaikaisesti päivittyviä, eli poikkeukset aikatauluissa olisi huomioitu jo reittivaihtoehtoja tarjottaessa, se olisi mahtavaa.” Eräs vastaaja toivoo, ettei olisi päällekkäisyyksiä, sillä esimerkiksi Lappeenrannan bussit -sovellus on jo olemassa.

Ajankohtaiset asiat ja valmistelussa olevat päätökset ovat toivelistalla. Lappeenrannan kartta, josta löytyisivät kaikki palvelut merkittyinä, helpottaisi etenkin vasta kaupunkiin muuttaneen arkea ja joka olisi käytettävyydeltään sujuva. Olisi hyvä olla mahdollisuus koota lista omista mielenkiinnon kohteista ja tapahtumista. Sovellus voisi ilmoittaa ja muistuttaa uusista tapahtumista ja omista menoista. Voisi olla mahdollista ilmoittaa kaupungin vastuulla olevista alueista/kiinteistöistä havaitut puutteet helposti sovelluksen kautta oikeaan osoitteeseen. Kaupungin infran ylläpitotöistä tiedottaminen, kaupungin avoimet työpajat, Myö tehää ite -talkoista tiedottaminen ja yleisesti asukastoiminnasta tiedottaminen nousivat myös esille asukkaiden vastauksissa.

Yksi asukas toivoo sovellukseen kauppakohtaisia tarjouksia, kun hän on kaupan lähellä/sisällä. Jos kauppoilla on joitakin kanta-asiakkuuksia, niin myös niiden kortit. Halutaan antaa palautetta, mahdollisesti nykyisen palautepalvelun tavoin. Lisäksi vastauksissa mainitaan mahdollisuus siirtää itselle mielenkiintoiset toiminnot ensimmäiseksi. On personoitava oma asiointi, jonne voi lisätä juuri ne toiminnot, joita itse käyttää. Sovellukseen ehdotetaan ilmoitustaulua (osta, myy, ilmoita, mainosta). Mainoksia ei haluta muualle kuin tähän ilmoitustauluun.

Eräs vastaaja sanoo, että hän ei tarvitse sovellusta ollenkaan. Hän käyttää kannettavaa tietokonetta viimeisessä kysymyksessä olevien asioiden hoitamiseen. Se on hänen mielestään paljon helpompaa. Yhdessä vastauksessa kommentoidaan sovelluksen toteutusta: ”Jos sovellus toteutetaan, niin toteuttakaa se hyvin, esimerkiksi jonkin osaavan firman kanssa, joita Lappeenrannassa on useita. Jos sovellus teetetään osaamattomalla ihmisellä, niin silloin tehdään vain hallaa itselle.”

Yhden vastaajan mielestä nuorten palveluihin tulisi kiinnittää erityistä huomiota ja markkinoida sovellusta kouluissa. Toinen vastaaja ehdottaa, että sovellukseen voisi tulla kuukausi- tai vuosimaksullinen, virtuaalinen kulttuurikortti, jolla pääsee kaupunginorkesterin konsertteihin, teatteriin ja museoihin. Eräs asukas ei osaa sanoa, mitä toimintoja sovelluksessa tulisi olla. Hänellä on toistaiseksi tietämättömyyttä siitä, mikä kaupunkisovellus on. Hän kuitenkin mainitsee, että jos tällainen sovellus toteutetaan, kannattaa miettiä viestintää ja brändäystä

tarkkaan. Avoimet keskustelupalstat kaupungin asioista on yksi toimintoehdotus.

Yhden asukkaan vastaus on hyvin kattava ja se heijastaa monien muiden vastaajien ajatukset. Tämä vastaus näyttää tältä: ”Sovelluksen tulisi olla ulkoasultaan yksinkertaisesti ja loogisesti, mutta tyylikkäästi toteutettu, jotta kaiken tasoisten käyttäjien olisi mahdollisimman helppo käyttää sitä. Sovelluksessa voisi olla omat osiot eri aihealueille, esimerkiksi Ajankohtaista, Liikkuminen, Palvelut, Vaikuttaminen, Tapahtumat ja niin edelleen. Ajankohtaista-osiossa olisi kaupungilta tulleita tiedotteita, uutisia ja muita ajankohtaisia asioita. Liikkuminen-osiossa voisi olla reittihaku busseille, pyöräilylle, kävelyille ja kaikille yhdistettynä sekä muuta aiheeseen liittyvää ohjeistusta ja vinkkejä. Palveluissa voisi olla kaupungin omien toimipisteiden aukioloajat, yhteystiedot ja muut perustiedot. Samat asiat voisivat löytyä myös kirjastoille ja muille julkisille paikoille, isoille kaupoille kuten Prisma ja kaikille pienemmillekin yrityksille, jotka haluavat sovellukseen mukaan. Vaikuttamisen osiossa voisi mahdollisesti olla kaupungin päätöksentekoon liittyviä kyselyitä ja mahdollista taustamateriaalia aiheisiin, jotta asukkaat tietävät mihin ottavat kantaa. Tässä osiossa voisi olla tietoa myös muista ajankohtaisista päätettävistä asioista kaupungissa. Tapahtumat-osiossa taas olisi tietenkin Lappeenrannassa järjestettävistä tapahtumista tietoa helposti saatavilla, esimerkiksi jaoteltuna omiin kategorioihin: teatteri, musiikki ja niin edelleen. Sovellus olisi toteutettava niin, että sen kautta on todellakin helppo ja nopea löytää etsimänsä tieto. Ihmiset kiinnostuisivat myös enemmän kaupungissa meneillään olevista asioista ja heidän olisi helppo ottaa kantaa.”

### 4.3 Analyysi

Vastaajien iän perusteella voi päätellä sen, että eniten kyselyyn vastasivat työelämässä olevat ihmiset, sillä 31–50-vuotiaiden yhteenlaskettu vastausosuus oli 42,8 prosenttia. Vähiten vastasivat nuoret, 11–20-vuotiaat. Enemmistö vastaajista eli 74,8 prosenttia käyttää seitsemää tai useampaa sovellusta, mikä tarkoittaa sitä, että heille sovellukset ovat tuttuja ja niillä on tarvetta käyttöön. Parilla sovelluksella pärjää 4,3 prosenttia vastaajista. Näille ihmisille pieni määrä sovelluksia riittää. Kaksi henkilöä ilmoitti, että he eivät käytä ollenkaan sovelluksia. Nämä kaksi henkilöä ovat todennäköisesti he, jotka eivät omista älypuhelinia.

Lappeenrannan asukkaat käyttävät monipuolisesti eri sovelluksia. Käytössä ovat sosiaalinen media, sähköposti, viestintäsovellukset, uutissovellukset, erilaiset viihteelliset sovellukset, pankkisovellukset, kartta-, haku- ja sääsovellukset, liikennesovellukset sekä terveyteen liittyvät sovellukset. Tämä kaikki merkitsee sitä, että kaupungin asukkailla on kokemusta monista eri sovelluksista. Näistä voi luoda sellaisen mielikuvan, että ne ovat sen tyyppisiä sovelluksia, joita tarvitaan tavallisena arkena ollakseen ajan tasalla sekä itselle kuuluvista että ympärillä olevista asioista. Sovellusten käyttötarkoitus on jokaisen kohdalla selkeä ja on ymmärrettävää, minkä takia tällaisia sovelluksia ladataan omaan mobiililaitteeseen ja käytetään säännöllisesti.

Enemmistön mielestä Lappeenrannalla pitäisi olla kaupunkisovellus ja sille on tarvetta kaupungissa. Voi olettaa, että kaupunkisovelluksen hankinnasta positii-visesti ajattelevat tulevat olemaan sovelluksen käyttäjiä, kun se aikanaan tehdään ja lopulta julkaistaan. Lappeenrannan asukkaita kiinnostavat ne asiat, jotka liittyvät jollakin tavalla jokapäiväiseen toimintaan. He haluavat tietysti tietää, mitä ajankohtaista tietoa on saatavilla kaupungin suunnalta. Tapahtumat kiinnostavat siltä osin, mitä on milläkin hetkellä tapahtumassa ja mitä on mahdollisesti tulossa myöhemmin. Paljon ihmisiä liikkuu yhdestä paikasta toiseen paikkaan bussilla, joten paikallisliikenne on monen kiinnostuksen kohde. Erilaiset liikuntapalvelut kiinnostavat aktiivisesti liikkuujia. Kulttuurin puolella tapahtuvat sekä odotettavissa olevat asiat kiinnostavat myös.

Tuloksista selvisi, että vähiten vastauksia saivat ammatillinen koulutus, lukio-koulutus ja varhaiskasvatus. Tästä voi tehdä sellaisen oletuksen, että näiden kohteiden valinneet ihmiset pitävät niitä tärkeinä sekä ajankohtaisina juuri tällä hetkellä. Ne, jotka eivät pidä varhaiskasvatusta ja toisen asteen koulutusta kiinnostavina asioina, ovat todennäköisesti itse käyneet nämä vaiheet läpi. Yrityspalvelujen kohdalla voidaan olettaa suurimman osan vastaajista olevan ei kiinnostuneita rakentaa omaa yritystä tai hankkia lisää tietoa liiketoimintaan liittyen.

Lappeenrannan asukkailla on voimakas halu vaikuttaa ja osallistua valmisteluun asioihin, jotka koskevat omaa asuinalueita, kaupungin palveluja ja laajoja kehittämishankkeita. Mitä lähemmäksi asiat kuuluvat ihmisten elämään, sitä enemmän he haluavat mahdollisuuksia vaikuttaa niiden toimintaan. Kun tarkastellaan kaupungin strategisia painopistealueita, vaikuttamisen kiinnostavuus laskee jyrkästi, mutta halukkaita silti löytyy. 89,9 prosenttia vastaajista osallistuisi sovelluksen kautta ajankohtaisten asioiden pikagallupeihin. Kaupungin yksi päätaivoitteista on lisätä asukkaiden vaikuttamiskeinoja sekä osallistamisen tapoja, ja tällä tuloksella on suora vaikutus ja mahdollisuus päästä tavoitteeseen.

Monet vastaajat ovat sitä mieltä, että chat-palvelu on sopivin tapa järjestää toimiva yhteys asiakaspalveluun. Chatin avulla pystyy kätevästi ja nopeasti kysymään asioita mobiililaitteella paikasta riippumatta. Se auttaa erityisesti silloin, kun ei ole mahdollista saapua itse paikalle kaupungin asiakaspalveluun. Ehdotus, että kaupungin asiakaspalvelija olisi tavoitettavissa virka-aikaan chatin kautta ja muuna aikana viestin jättäminen offline-tilassa, kuulostaa järkevältä. Asiakaspalvelijan ollessa yhteydessä henkilön kanssa vastauksia voi saada lyhyessä ajassa. Virka-ajan ulkopuolella lähetetty viesti mahdollistaa sen näkemisen seuraavana arkipäivänä ja siihen vastaamiseen tuolloin.

Pari asukasta sanovat tavallisen sähköpostin tai Lappeenrannan oman Facebookin riittävän. Toiveena on niin hyvä, infopainoitteinen ja mahdollisimman helppo sovellus, ettei online asiakaspalvelua tarvita. Tässä kohdassa tulee esille asian toinen puoli. Kaupungin asiakaspalveluun pystyy ottamaan yhteyttä sekä puhelimitse että sähköpostitse ja sosiaalisen median kanavat ovat myös olemassa. Nämä yhteystavat pelaavat saman roolin kuin sovelluksessa oleva

chat. Toisaalta kaupungin asiakaspalvelupisteessä saattaa olla satunnaisesti erittäin kiireistä, kun samaan aikaan paikan päällä, sähköpostin ja puhelimen äärellä on palvelua odottavia asiakkaita. Juuri tässä tapauksessa ratkaisuna voi olla se, että sovellukseen liitetään chat-toiminto tavallisen asiakaspalvelun tueksi ja näin mahdollistetaan asiakaspalvelun sujuvuus kaikilla tavoilla.

Kysymykseen 11 tuli vastauksia myös siitä, että online-asiakaspalvelun kautta voisi antaa kiitokset, kun on aihetta, ja jättää rakentavaa palautetta sekä ideoita. Vastaus tulisi vuorokauden kuluessa, joihinkin asioihin saisi tiedon heti. Viestin lähettämisen jälkeen tulisi välittömästi vastaus, että viestinne on vastaanotettu. Palautteen antaminen on erinomainen keino olla suorassa yhteydessä kaupungin viranomaisiin. Asukkaiden äänet tulevat kuuluviin ja kaupunki rakentaa siten vahvempaa sidettä heihin. Kun saadaan monenlaista palautetta, asioita tarkastellaan lähietäisyydeltä ja samalla syntyy vaikutelma siitä, että kaupunki ja sen asukkaat tekevät yhdessä töitä paremman tulevaisuuden eteen.

Yhdessä kommentissa sanotaan, että erillisen sovelluksen sijaan tehtäisiin sellaiset kaupungin nettisivut, jotka toimisivat kaikilla päätelaitteilla. Kaupungin tavoitteena on rakentaa sovellus nettisivujen tueksi. Tarkoitus ei ole tehdä toisintoa nettisivuista. Jatkoa ajatellen voidaan ehdottaa, että nettisivuja kehitetään mobiiliyhtävällisempään muotoon, jotta niitä päästään katsomaan sujuvasti myös puhelimella ja tabletilla. Enemmistö vastaajista antaisi luokiteltua palautetta kaupunkisovelluksen kautta, jos siihen olisi mahdollisuus. Tämä kertoo hyvin sen, että vapaamuotoisella sekä luokitellulla palautteella kaupunki pystyy osallistamaan asukkaita ja kuulemaan heidän mielipiteitään asioista.

Yksi asukas mainitsi vastauksessaan, että sovellus ei saa olla maksullinen. Jos tulee maksullinen, hän ei ota sitä käyttöön. Maksullisuus saattaa joltain osin karsia käyttäjiä. Kun tavoitteena on tavoittaa enemmän asukkaita ja aktivoida heidät vaikuttamaan sekä osallistamaan kaupungissa tapahtuvaan toimintaan, täytyy pyrkiä ilmaiseen sovellukseen.

Kyselyn viimeisestä eli 13. kysymyksestä on vaikeaa tehdä syvällistä analyysiä, koska vastauksissa ilmeni paljon teknisiä ominaisuuksia, joihin en pysty tässä vaiheessa itse vaikuttamaan. Kysymyksen tarkoitus oli selvittää itse asukkailta, mitä toimintoja he toivovat sovellukseen. En voi päättää yksin, mitä toimintoja tulee applikaation lopulliseen versioon ja miten ne tulisivat toimimaan. Syy tähän on se, että en saanut tehtäväksi tutkia teknisiä asioita sovelluksen rakennusvaiheessa.

Lappeenrannan verkkopalveluiden seurannassa suosituimmat maat, joissa käytiin [lapeenranta.fi](http://lapeenranta.fi)-sivustolla, olivat Suomi, Venäjä, Yhdysvallat, Ruotsi ja Saksa. Suomessa sivustolla käyvät omat kansalaiset. Muiden maiden kävijät ovat mahdollisesti turistimatalle Lappeenrantaan haluavia ihmisiä tai he haluavat muuten vain ottaa selvää kaupungista. Ladatuimmat sivut olivat samat vuonna 2015 ja 2016. Niistä voidaan nähdä yhteys kyselyyn vastanneiden kiinnostuksen kohteisiin.

Mobiilikäytön lisääntyminen vuodesta 2012 kesäkuun loppuun vuonna 2017 kertoo siitä, että kehitys on ollut nopeaa ja mahdollisuudet suorittaa erilaisia toimintoja mobiilissa ovat kasvaneet paljon. Tästä voidaan hyvin vetää yhteys kyselyn tuloksiin, kun selvisi, että lähes kaikilla vastaajilla on älypuhelin ja monet käyttävät useita sovelluksia.

Lappeenrannan kaupunkisovellusta rakennettaessa on muistettava, että onnistunut digitaalinen asiakaskokemus saadaan, kun asiakkaan tarpeet on täytetty, tietojärjestelmät toimivat ongelmitta ja palvelun käytettävyys on helppoa sekä sujuvaa. Kokonaisuudessaan applikaatio tarjoaa monipuolisia toimintoja. Se tuomaa hyötyä yrityksen liiketoimintaan ja asiakkaat lähemmäksi yritystä.

## 5 Yhteenveto ja pohdinta

Opinnäytetyöni tavoitteena oli tehdä markkinatutkimus sovelluksen tarpeesta Lappeenrannan kaupungille. Tavoite saavutettiin, sillä tutkimusta varten suoritettu kysely kaupungin asukkaille tuotti haluttua tulosta. Kyselyyn vastasi riittävästi ihmisiä, mikä auttoi minua tekemään perusteellisen tutkimuksen. Analyysissä pystyin arvioimaan toimenpiteitä ja ymmärtämään paremmin vastaajien mielipiteitä ja mitkä tekijät olivat vaikuttaneet niihin. Molempiin tutkimuskysymykseeni sain vastaukset. Enemmistö vastaajista on sitä mieltä, että sovellukselle on tarvetta Lappeenrannassa. Kyselyn tuloksista selvisi, minkälaisen sovelluksen kaupungin asukkaat haluavat.

Tutkimuksen tulokset ovat hyödyllisiä, koska kaupunki tekee niiden perusteella päätöksen siitä, tuleeko Lappeenrantaan oma sovellus. Kaupunki saa tietoa asukkaita kiinnostavista asioista, mihin he haluavat vaikuttaa ja minkälainen sovellus olisi sisällöltään. Tuloksia voidaan pitää luotettavina, sillä kyselyyn olivat vastanneet sovelluksen mahdolliset tulevat käyttäjät. Heidän mielipiteet ovat tässä tapauksessa todella arvokkaita. Kaupungin kannattaa ottaa ne tarkkaan huomioon, jos ja kun ollaan applikaation rakennetta suunnittelemassa.

Opinnäytetyöprosessi alkoi lähes vuosi sitten, kun tapasin toimeksiantajan ensimmäisen kerran. Sen jälkeen aloitin suunnittelemaan työtäni ja etsimään sopivaa kirjallisuutta. Suoritin ammattiharjoittelun Lappeenrannan kaupungilla ja sain töiden ohella tehdä opinnäytetyötä. Harjoittelun aikana koin erittäin tärkeäksi sen, että olin töissä yrityksessä, jolle teen opinnäytetyön. Oli kätevää, että tapaaminen työryhmän kanssa koskien kyselyn sisältöä ja rakennusta sovittiin minun työaikana. Seuraavat keskustelut asiasta tapahtuivat samassa rakennuksessa. Kaikki toimenpiteet menivät sujuvasti ja auttoivat minua etenemään kirjoitusprosessissa. Nyt loppuvaiheessa voin arvioida tämän pitkän prosessin sopivan minulle, koska pystyin tekemään työtä rauhallisesti koko ajan ilman kiirettä. Vaikka samaan aikaan minulla oli muita koulutehtäviä hoidettavana, opinnäytetyön tekeminen ei kärsinyt tästä. Onnistuin ajankäytön suunnittelussa ja järjestin kaikille tehtäville sopivasti aikaa. Tutkimuksen tulokset aion esitellä toimeksiantajalle myöhemmin.

Tämä projekti on ollut haastava, mutta todella mielenkiintoinen. Motivaatio oli koko ajan korkealla ja tiesin, mihin suuntaan olen menossa työssäni. Tähän auttoi oma tuntemus siitä, että työn aihe on itselleni kiinnostava. Opin hallitsemaan laajaa kokonaisuutta. Opinnäytetyön tekeminen yritykselle oli opettavainen kokemus ja toi vastuuta.

## **Kuvat**

Kuva 1. Digitaalisen asiakaskokemuksen palveluprosessi, s. 7

Kuva 2. Mobiili-, tablet- ja työasemakäytön muutos, s. 11

Kuva 3. Seitsemännen kysymyksen tulos, s. 15

Kuva 4. Kahdeksannen kysymyksen tulos, s. 15

## Lähteet

- DNA Oyj 2017. DNA tutki: Digitaalisen asiointin suosio kasvaa – myös ikääntyneemmillä. <https://www.ficom.fi/ajankohtaista/jäsenistön-tiedotteet/dna-tutki-digitaalisen-asiointin-suosio-kasvaa—myös>. Luettu 16.9.2017.
- Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus: menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo.
- Forbes 2014. Here's Why Your Business Needs Its Own Mobile App. <https://www.forbes.com/sites/allbusiness/2014/11/17/heres-why-your-business-needs-its-own-mobile-app/#3aeeb1c1327f>. Luettu 24.9.2017.
- Lappeenrannan kaupunki. <http://lappeenranta.fi/fi/Kaupunkimme>. Luettu 18.6.2017.
- Lappeenrannan kaupunki 2016. Lappeenranta.fi-sivuston kävijäseuranta 2015. Saatavilla Lappeenrannan kaupungin intranetissa.
- Lappeenrannan kaupunki 2017. Lappeenranta.fi-sivuston kävijäseuranta 2016. Saatavilla Lappeenrannan kaupungin intranetissa.
- Liikenne- ja viestintäministeriö, Tekes, Teknologiateollisuus ja Verkkoteollisuus (15.6.2017). Digibarometri 2017. Helsinki: Taloustieto Oy. <http://www.digibarometri.fi>. Luettu 12.9.2017.
- Lotti, L. 2001. Tehokas markkina-analyysi. Helsinki: WSOY.
- Ruokonen, M. 2016. Biteistä bisnestä! Digitaalisen liiketoiminnan käsikirja. Jyväskylä: Docendo.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

## Liitteet

### Liite 1 Lappeenrannan kaupunkisovelluskysely

## **Lappeenrannan kaupunkisovelluskysely**

Tämä kysely toteutetaan osana opinnäytetyötä, jonka toimeksiantajana on Lappeenrannan kaupunki. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, onko kaupungilla tarvetta hankkia oma kaupunkisovellus, josta on mahdollista saada tietoa Lappeenrannan palveluista ja toiminnasta. Kyselyllä selvitetään mitä kyseisen sovelluksen tulisi sisältää. Kyselyn vastaamiseen kuluu aikaa noin 5 minuuttia. Jokainen vastaus on tärkeä ja edistää tutkimuksen tekemistä.

1. Sukupuoli

Nainen

Mies

2. Ikä

11-20

21-30

31-40

41-50

51-60

61-

3. Onko sinulla älypuhelin?

Kyllä

Ei

4. Kuinka montaa sovellusta käytät?

1-2

3-6

7 tai enemmän

Ei yhtään (jos henkilö vastaa tähän, siirtymä kysymykseen 6)

5. Millaisia sovelluksia käytät pääasiallisesti?  
\_\_\_\_\_ (avoin vastaus)
6. Miksi et käytä sovelluksia?  
\_\_\_\_\_ (avoin vastaus)
7. Tulisiko mielestäsi Lappeenrannalla olla oma kaupunkisovellus?  
Kyllä  
Ei
8. Minkä tyyppiset ajankohtaiset asiat kiinnostavat sinua?  
Ammatillinen koulutus  
Green reality (Lappeenrannan kestävä kehityksen asiat)  
Kaupungin ajankohtaistiedottaminen  
Kaupungin päätöksenteko  
Kirjasto  
Kulttuuri  
Kunnossapitoasiat  
Liikunta  
Lukiokoulutus  
Maankäyttö ja kaavoitus  
Matkailupalvelut  
Nuorten palvelut  
Paikallisliikenne  
Perusopetus  
Pysäköinti  
Rakentaminen  
Sosiaali- ja terveystalvet  
Tapahtumat  
Varhaiskasvatus  
Ympäristöasiat  
Yrittäjäpalvelut  
Muut aiheet, mitkä? (avoin vastaus)

9. Mihin asioihin haluaisit vaikuttaa / osallistua niihin liittyvään valmiste-  
luun?  
Kaupungin strategiset painopistealueet  
Laajat kehittämishankkeet esim. kouluverkkouudistukset, pyöräilyreitit,  
keskustan kehittäminen  
Oman asuinalueen asiat  
Kaupungin palvelut  
Muu: \_\_\_\_\_
10. Osallistuisitko sovelluksen kautta ajankohtaisten asioiden pikagallupeih-  
hin?  
Kyllä  
Ei
11. Miten toivoisit kaupunkisovelluksen mahdollisen online asiakaspalvelun  
toimivan?  
\_\_\_\_\_ (avoin vastaus)
12. Jos sinulla olisi mahdollisuus antaa luokiteltua palautetta kaupunkisovel-  
luksen kautta, antaisitko?  
Kyllä  
Ei
13. Millaisia toimintoja toivoisit kaupunkisovelluksesta löytyvän kuten haku-  
toiminnot, sijaintipalvelut, omat asiointit, aikataulut jne.?  
\_\_\_\_\_ (avoin vastaus)

Kiitos vastauksestasi!