



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Vilma Lehtinen

Käyttäjäperehdytys verkko- oppimisympäristöön täydennyskoulu- tuksessa

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Viestinnän tutkinto-ohjelma, Digitaalinen viestintä

Opinnäytetyö

19.4.2018

Tekijä(t) Otsikko Sivumäärä Aika	Vilma Lehtinen Käyttäjäperehdytys verkko-oppimisympäristöön täydennyskoulutuksessa 22 sivua + 2 liitettä 19.4.2018
Tutkinto	Medianomi
Koulutusohjelma	Viestinnän tutkinto-ohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Digitaalinen viestintä
Ohjaaja(t)	Lehtori Tero Marin
Toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena on suunnitella täydennyskoulutuksessa käytettävään verkko-oppimisympäristöön käyttäjäperehdytyksen palvelupolku. Työn teoreettisena lähtökohtana toimivat palvelumuotoilu ja käyttäjäperehdytystä käsittelevät tutkimukset ja menetelmät. Työssä eritellään käyttäjäperehdytyksen tärkeimmät tavoitteet ja askeleet niiden saavuttamiseksi sekä keinot palvelupolun toimivuuden arvioimiseksi. Käyttäjäperehdytyksen periaatteet suhteutetaan kaupalliseen verkko-oppimisympäristöön, jota asiakasorganisaatiot käyttävät osana täydennyskoulutussuunnitelmiaan. Tutkimuskysymyksenä on selvittää, miten käyttäjäperehdytysmalli palvelupolun muodossa voi tukea verkkokoulutuspalvelun käyttöönottoa asiakasorganisaatiossa. Menetelmänä sovelletaan palvelupolun mallintamista, joka pohjautuu palveluntarjoajan edustajien ja asiakkaiden haastatteluihin, palautekyselyihin sekä palvelun käyttödataan. Mallintamisen tueksi hahmotellaan käyttäjäpersoonat. Työn tuloksena on käyttäjäperehdytyspolku, jolle määritellään kosketuspisteet kunkin käyttäjäpersoonan näkökulmasta. Käyttäjäpersoonat ja käyttäjäperehdytyspolku esitellään erillisissä, vain työn tilaajan käytössä olevissa liitteissä. Mallin toimivuutta voi arvioida analysoimalla sitä, miten käyttäjä etenee polulla kosketuspisteestä toiseen, esimerkiksi miten käyttäjille lähtevät viestit vaikuttavat heidän toimintaansa palvelun sisällä. Luodun käyttäjäperehdytyspolun periaatteita voi soveltaa täydennyskoulutuksen verkko-palveluissa, joissa käyttäjäperehdytyksessä tulee ottaa huomioon toimijat organisaation eri tasoilla. Työn pohjalta hahmotellaan käyttäjäperehdytyspolun rakentamisen parhaat käytännöt samantyyppisiin palveluihin.	
Avainsanat	palvelupolku, verkkokoulutus, täydennyskoulutus, käyttäjäperehdytys

Author Title Pages Date	Vilma Lehtinen Onboarding for an E-learning Environment in Professional Development 22 pages + 2 attachments 19 April 2018
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Media
Specialisation option	Digital Media
Instructor	Senior Lecturer Tero Marin
The purpose of this thesis is to design a service journey for onboarding users to an e-learning environment in professional development. The theoretical approach of the thesis stems from research conducted in service design and user onboarding. Based on the previous research, the goals and steps for a functioning user onboarding process, as well as the methods to assess the effectiveness of the process are identified. The principles are applied to a commercial e-learning environment, used by client organizations as a part of their plans for professional development. The design choices made to develop the service journey are based on informal interviews with representatives of the service provider and feedback from clients, and usage data of the service. The effectiveness of the service journey for user onboarding can be assessed by analysing how the user proceeds from one service touchpoint to another. These touchpoints are elaborated with concrete examples of how to target, schedule and write the messages for each stage of the onboarding process. The service journey and related user personas are presented in separate attachments available only to the service provider. The service journey for user onboarding designed in this thesis functions as an example of how to apply the principles of user onboarding and the methods of service design to any e-learning environment in professional development, especially when the challenge is to onboard users to an e-learning environment to its full potential on an organizational level. Guidelines for designing an onboarding service journey for similar services are developed.	
Keywords	Service journey, e-learning, professional development, onboarding

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Verkkokoulutus palveluna - tapaus Skhole	2
3	Palvelupolut ja käyttäjän perehdyttäminen	3
3.1	Palvelupolku	3
3.2	Kosketuspisteet	4
3.3	Käyttäjäpersoonat	4
3.4	Käyttäjän perehdyttäminen	5
3.4.1	Tavoitteet	7
3.4.2	Periaatteet	8
3.4.3	Keinot	8
3.4.4	Tasapainottelu seikkailun ja harhailun välillä	9
3.4.5	Toimivat viestit	10
3.4.6	Mittarit	11
4	Tutkimusongelma ja -menetelmät	11
4.1	Tutkimusongelma	11
4.2	Tutkimusmenetelmät	12
4.3	Palvelupolun rakentaminen	13
5	Parhaat käytännöt käyttäjäperehdytyspolun suunnitteluun	17
6	Yhteenveto ja johtopäätökset	19
	Lähteet	20
	Liitteet (vain työn tilaajan käyttöön)	
	Liite 1. Käyttäjäpersoonat	
	Liite 2. Käyttäjäperehdytyspolku	

1 Johdanto

Täydennyskoulutuksen verkko-oppimisympäristöjen käyttö on usein pakolliseksi mielletty osa kiireisiä työtehtäviä. Palvelun käyttöprosentti saattaa jäädä pieneksi, vaikka käyttäjät ovat tyytyväisiä palveluun. Miten varmistaa, että asiakas saa kaiken hyödyn irti palvelusta?

Tämän työn tarkoituksena on suunnitella täydennyskoulutuksessa käytettävään verkko-oppimisympäristöön käyttöönoton perehdytyspolku. Työn teoreettisena lähtökohtana toimivat palvelumuotoilu ja käyttäjäperehdytystä käsittelevät tutkimukset. Työssä esitellään käyttäjäperehdytyksen tärkeimmät tavoitteet ja askeleet näiden saavuttamiseksi sekä keinot palvelupolun tehokkuuden seuraamiseksi. Olennaista työn yleisemmän hyödynnettävyyden kannalta on se, että polulle suunnitellaan olennaisiin kosketuspisteisiin mittarit, joilla voidaan arvioida kunkin kosketuspisteen merkitystä polulla etenemisessä.

Menetelmänä sovelletaan palvelupolun mallintamista, joka pohjautuu palveluntarjoajan edustajien sekä asiakkaiden haastatteluihin ja palautekyselyihin sekä palvelun käyttödataan. Tuloksena on käyttäjäperehdytyspolku, jonka tehokkuutta voi arvioida analysoimalla polulla etenemistä kosketuspisteestä toiseen. Luodun mallin periaatteita voi soveltaa täydennyskoulutuksen verkkopalveluissa, joissa käyttäjäperehdytyksessä tulee ottaa huomioon toimijat organisaation eri tasoilla.

Työ etenee tapausesimerkkinä toimivan verkkopalvelun asemoimisesta Software as a Service -malliin (SaaS), eli avaamalla verkkokoulutusta palveluna. Sen jälkeen käydään läpi käyttäjäperehdytykseen liittyviin käsitteisiin keskittyvä teoreettinen tausta, johon työssä käytetyt menetelmät perustuvat. Työssä käytetyt menetelmät esitellään tarkemmin luvussa 4. Luodut käyttäjäpersoonat ja käyttäjäperehdytyspolku esitellään erillisissä, vain työn tilaajan käytössä olevissa liitteissä. Käyttäjäperehdytyspolun rakentamisen parhaat käytännöt samantyyppisiin palveluihin kootaan luvussa 5. Lopuksi vedetään yhteen työn mahdolliset rajoitteet sekä sovellettavuus muihin verkkokoulutuspalveluihin.

2 Verkkokoulutus palveluna - tapaus Skhole

Korkeakoulutasoisen opettamisen ja opiskelun siirtyminen verkkokoulutuspalveluihin on oppimisen muutoksen keskeisiä tutkimuksen ja kehityksen aiheita. Verkkokoulutuspalveluilla viitataan tässä tieto- ja viestintäteknologioiden välityksellä toteutettaviin koulutuksiin, jotka sisältävät sekä oman selainpohjaisen alustansa että koulutussisällöt. Verkkokoulutukseen palveluna voidaan katsoa sisältyvän myös koko käyttöprosessi, Software as a Service (SaaS) -mallin mukaan (Sinnett 2010). Käsite viittaa tyypillisesti lisenssipohjaisesti ostettavaan sovellukseen tai ohjelmistoon, jota ei ladata omalle päätelaitteelle, vaan käytetään selaimen kautta.

Erilaisia opettamisen ja opiskelun muotoja toteutettiin jo varhaisissa verkkovuorovaikutuksen muodoissa (ks. esim. Molenda 2008). Kaupallisen internetin myötä kehitettiin erilaisia nimenomaan opiskeluun tarkoitettuja palveluja (kuten Blackboard, BSCW), joihin oppilaitokset ostivat lisenssejä hallitakseen suurienkin luento- ja opiskelijamäärien materiaalia ja mahdollistaakseen vuorovaikutuksen. Avoimeen lähdekoodiin perustuvat oppimisjärjestelmät, kuten Moodle, ovat edelleen laajassa käytössä. Näitä oppilaitosten laajasti hyödyntämiä järjestelmiä käytetään tyypillisesti oppilaitoksen itse tuottamien sisältöjen jakamiseen ja vuorovaikutukseen.

Lähes poikkeuksetta aikuis- ja täydennyskoulutuksen puolella kaupalliset toimijat ovat siirtyneet ainakin osittain käyttämään verkkokoulutuspalveluja ja tuottavat itse joko sisällön, alustan tai molemmat. Epäkaupalliset verkkokoulutuspalvelut ovat säilyneet kaupallisten rinnalla ja saaneet verkon ja erityisesti mobiilikäytön laajentuessa yhä enemmän jalansijaa. 2010-luvulla eri yliopistojen tarjoamat massiiviset avoimet verkkokurssit eli MOOC-kurssit, verkkokurssit sekä yksittäisten toimijoiden verkkovideoista käynnistyneet koulutusohjelmat (kuten Khan Academy) tavoittivat laajan käyttäjäkunnan. Sekä alustan että sisällöt palveluprosesseineen tarjoavat kaupalliset verkkokoulutuspalvelut ovat kuitenkin harvinaisempia, muutamina esimerkkeinä perinteiset kustannusyhtiöt, jotka ovat laajentaneet täydennyskoulutustarjontaansa verkkokoulutukseen, kuten Elsevier ja kotimaassa SanomaPro, terveydenhoidon alalla Duodecim.

Suomesta lähtöisin oleva sosiaali- ja terveystieteiden verkkokoulutuspalvelu Skhole toimii tämän tutkimuksen tapausesimerkkinä. Skhole on vuodesta 2014 toiminut perheyritys Helsingin itäisestä kantakaupungista. Skhole sai alkunsa, kun oppilaitokset kaipaivat laadukasta lääketieteen opetusta eikä lääkäreitä ollut aina saatavilla paikalle luennoimaan. Ensimmäiset luennot toteutettiin Lapin ammattikorkeakoululle ja tällä hetkellä

(maaliskuu 2018) Skholella on noin 11 000 käyttäjää ammattikorkeakouluissa ja yksityisten hoivapalveluiden täydennyskoulutuksessa. Skhole tarjoaa koulutukselle sekä alustan, sisällöt että käytön tuen. Skhole on tyyppillinen SaaS, jonka käytöstä maksetaan lisenssiperustaisesti.

3 Palvelupolut ja käyttäjän perehdyttäminen

Tässä luvussa esittelen työssä käytetyt palvelupolun (service journey), kosketuspisteen (touch point), käyttäjäpersoonan (user persona) käsitteet. Lopuksi liitän käsitteet käyttäjän perehdyttämisen (user onboarding) käsitteeseen.

3.1 Palvelupolku

Palvelupolku on palvelumuotoilun kentällä viimeisen vuosikymmenen aikana paljon käytetty käsite, joka viittaa asiakkaan tai käyttäjän jonkin tavoitteen saavuttamiseksi läpikäymään prosessiin, johon nivoutuu yksi tai useampia palveluiden tuottajia (Følstad, Kvale & Halvorsrud 2013, 7). Følstadin ym. (2013) tekemän, palvelupolkuihin liittyvää tutkimusta käsittelevän katsausartikkelin mukaan palvelupolkujen analyysi keskittyy usein nimenomaan käyttäjän kokemuksen tarkastelemiseen, joskaan kokemusta ei analyyseissä kovin tarkasti määritellä. Usein kokemusta lähestytään yksittäisen käyttäjän näkökulmasta. Esimerkiksi Johnston ja Kong (2011) määrittelivät kokemuksen käyttäjän (subjektiiviseksi) tulkinnoiksi palvelun käytöstä sekä näihin tulkintoihin liittyviksi tunteiksi. Yksilön kokemusta palvelupolun varrella voidaan tarkastella joko määrällisesti (esim. lomaketutkimukset) tai laadullisesti (esim. ryhmäkeskustelut) (Følstad ym. 2013). Näiden analyysien pohjalta voidaan arvioida, miksi konversiot tietyssä kohtaa polkua kääntyvät suuntaan tai toiseen.

Palvelupolun erityispiirteenä verrattuna palveluprosessiin keskittyvään palveluketjuanalyysiin (service blueprint) on Zomerdijkin ja Vossin (2011) mukaan se, että siinä voidaan laajemmin huomioida käyttäjän kokemus ja muut ympäröivät olosuhteet. Miller ja Flowers (2016) hahmottavat näiden kahden menetelmän eroja käyttämällä vertauskuvaa teatterimaailmasta. Palvelumuotoilun kohde on ikään kuin teatteriesitys, johon kuuluu lava, takahuone ja taustavoimat. Lava vastaa käyttäjälle näkyvää osaa palvelusta, takahuone tukee lavalla tapahtuva asioita kuten palveluntarjoaja tukee käyttäjän kokemusta, ja taustavoimat mahdollistavat molempien toiminnan. (Miller & Flowers 2016.) Palvelupolun rakentamisessa keskitytään Millerin ja Flowerin (2016) mukaan ”lavaan”

eli käyttäjälle näkyvälle osaan, kun taas palveluketjuanalyysi tarkastelee asiaa keskittyen siihen, mitä tapahtuu taustalla ja käyttäjän näkymättömissä.

Følstadin ym. (2013) mukaan palvelupolut ovat tyypillisesti palvelukehityksen hallinnan ja johtamisen työkalu, jolla voidaan arvioida sitä, miten erilaiset valinnat palvelussa vaikuttavat käyttäjän kokemukseen palvelusta. Kaplanin (2016) mukaan palvelupolulla voidaan tukea liiketoiminnallisia tavoitteita, ja liiketoiminnallinen tavoite onkin määriteltävä, jotta palvelupolusta voidaan saada halutut asiat irti myös palveluntarjoajan näkökulmasta. Mahdollisiksi liiketoiminnallisiksi tavoitteiksi Kaplan (2016) mainitsee esimerkiksi palveluntarjoajan sisäisten prosessien tukemisen (yhteistyö, roolit, omistajuus), asiakaskohderyhmän huomioimisen, määrällisen käyttödatan ymmärtämisen (miksi käyttäjät katoavat tietyssä vaiheessa?) ja ylipäänsä huomion kiinnittämisen asiakkaan kokemukseen. Palvelupolut voivat myös auttaa yrityksen strategian hahmottamisessa, esimerkiksi löytämään painopisteitä kuten myynti- tai asiakkuuden uusimisprosessin kipukohtia (Grocki 2014).

3.2 Kosketuspisteet

Følstad ym. (2013) erottelevat palvelupolkuja käsittelevissä julkaisuissa kaksi eri tapaa ymmärtää kosketuspiste: toinen viittaa niihin hetkiin, jolloin palvelu ja käyttäjä todella ovat vuorovaikutuksessa keskenään, toinen palvelun piirteisiin, jotka mahdollistavat näiden kohtaamisten tapahtumisen. Molemmissa tapauksissa kosketuspiste on keskeinen palvelupolkuun liittyvä käsite, joka tarkoittaa niitä kohtia palvelupolussa, jolloin asiakas tai käyttäjä on tekemisissä palvelun kanssa. (Følstad ym. 2013, 8.) Tässä työssä kosketuspiste ymmärretään monien palvelumuotoilua käsittelevien tutkimusten tapaan palvelupolun kohtana, jossa käyttäjän kokemukseen pyritään vaikuttamaan. Työssä eritellään käyttäytymiseen vaikuttamisen keinot sekä niiden tavoiteltu vaikutus palvelun käyttöön.

3.3 Käyttäjäpersoonat

Palvelupolun kosketuspisteineen saa todennäköisesti paremmin sopivaksi käyttäjän kokemukseen ja sen myötä myös palveluntarjoajan tavoitteisiin, jos käyttäjien eri tavoitteet ottaa huomioon polun suunnittelussa. Palvelumuotoilussa eri käyttäjien tavoitteita havainnollistetaan tyypillisesti käyttäjäpersoonilla. Persoonat ovat yleensä yhdessä palvelun kehittäjien ja käyttäjien kanssa muodostettuja kuvauksia palvelua käyttävistä

henkilöistä, näiden taustoista, kiinnostuksen kohteista ja motiiveista, erityisesti palvelun käytön suhteen (Bank & Cao 2011).

Käyttäjäpersoonan käsitteen palvelumuotoiluun sovellettuna esitteli ensimmäisenä Alan Cooper (1999), joka tiivistä käytännön suunnittelutyössä käyttämänsä menetelmät käyttäjäpersoonien luomisen prosessiksi. Käyttäjäpersoonien rakentamisen päämääränä on saada suunnittelijat näkemään palvelu käyttäjän näkökulmasta (Cooper 2008). Vaikka luodut persoonat ovat kuvitteellisia hahmoja, ne kootaan aina perustuen havaintoihin ja analyysiin käyttäjien toiminnasta ja kokemuksista. Persoonien kuvaamiseen on tarjolla lukuisia valmiita pohjia, joista voi valita tietyn palvelun suhteen tarkoituksenmukaiset ominaisuudet, jotka ottaa persoonien kuvauksen mukaan. (Bank & Cao 2015.)

3.4 Käyttäjän perehdyttäminen

Käyttäjän perehdyttäminen tarkoittaa prosessia, jossa käyttäjä saa ohjeistusta palvelun käyttöön sillä tasolla, että hän pystyy näkemään palvelun hyödyt itselleen. Prosessin aikana käyttäjän on tarkoitus ymmärtää, miten päästä palveluun, miten käyttää palvelua ja mitä hyötyä palvelusta on. Perehdytys muodostuu askeleista, jotka uudelle käyttäjälle tarjotaan palveluun tutustumiseksi. (Renz, Staubitz, Pollack & Meinel 2014.)

Perehdytyksen (onboarding) käsite on lainattu verkkopalveluiden suunnitteluun organisaatiopsykologian puolelta (Renz ym. 2014). Organisaatiopsykologiassa käsite viittaa prosessiin, jossa työntekijä sosiaalistuu organisaatioon eli oppii toimimaan organisaation arvojen ja normien mukaan (Hess 2009). Hess (2009) vertaakin käyttäjäperehdytyksen prosessia organisaatioon perehdyttämisen prosessiin, joka jaetaan tyypillisesti 3 vaiheeseen: 1. mukauttaminen, 2. sulauttaminen ja 3. kiihdyttäminen. Ensin käyttäjä **mukautetaan** palveluun kuten työntekijäkin työhönsä tarjoamalla tälle välineet, joita hän käyttää tavoitteidensa toteuttamisessa. **Sulauttaminen** viittaa käyttäjän tukemiseen palvelun kulttuurin omaksumisessa, eli muistuttamaan olemassa olevien käyttäjien toimintaa. **Kiihdyttäminen** puolestaan tähtää palvelun käytön päämäärien saavuttamiseen tehokkaammin. (Hess 2009.)

Tässä tutkielmassa nähdään palvelusuunnittelun periaatteiden mukaisesti käyttäjäperehdytys osana palvelupolkua. Palvelupolku ei pääty siihen, että käyttäjä tulee perehdytetyksi palvelun käyttöön, vaan käyttäjä pyritään saamaan palvelun säännölliseksi ja

mahdollisesti myös käyttöönsä lisääväksi ja sitä muille suosittelevaksi käyttäjäksi. Tässä mielessä perehdytys eroaa käyttäjähankinnasta (user acquisition).

Käyttäjäperehdytysmallien voidaan nähdä pohjautuvan käyttäjäkeskeiseen suunnitteluun, joka jo 1980-luvulta asti (esim. Norman 1988; Norman & Draper 1986) on ollut yhtenä digitaalisten palveluiden suunnitteluparadigmana: saadakseen käyttäjän lisäämään palvelun käyttöä, on otettava huomioon tämän motivaatio ja kyvyt käyttää palvelua. Tässä tutkimuksessa käyttäjälähtöisyys otetaan huomioon tunnistamalla jatkuvalla vuorovaikutuksella asiakkaiden kanssa eri käyttäjäryhmien syyt käyttää palvelua. Lisäksi perehdytysmallin toimivuutta arvioidaan jatkuvasti sekä laadullisesti että määrällisesti. Jatkuvan arvioinnin periaatetta verkkopalveluiden käyttöasteen seuraamisessa on avannut esimerkiksi Porter (2008). Porter erittelee ”suppilomallissaan” käyttöönoton vaiheet ja paikat, joissa käyttäjien mahdollista tipahtamista polulta tulee seurata.

Porterin malli muistuttaa lähtökohdiltaan markkinoinnin klassista AIDA-mallia (Attention, Interest, Desire, Action), jossa asiakkaan hankkimiseksi on ensin herätettävä tämän huomio, sitten kiinnostus ja näiden jälkeen halu hankkia tuote. Porterin malli ei kuitenkaan pääty tuotteen hankintaan, vaan kiinnostuksen heräämistä seuraa kokeilu, jonka jälkeen säännöllinen ja jopa intohimoinen palvelun käyttö.

Tummennetut vaiheet kuviossa 1 havainnollistavat kohtia, joihin tässä työssä esitetty perehdytyspolku keskittyy. Huomion ja kiinnostuksen herättämisen vaiheet ovat olennaisia lähinnä niiden näkökulmasta, jotka tekevät päätöksen palvelun käyttöönotosta organisaatiossa, vaikka palvelua esimerkiksi kokeilutunnuksilla palvelua kokeilleet ja sitä lopulta käyttävät työntekijät tai opiskelijat olisivatkin vinkanneet hankintapäätöksestä tekeville palvelusta. Tämä työ keskittyy siihen, miten palvelua oman osaamisensa kehittämisessä käyttävät työntekijät tai opiskelijat sekä heidän suorituksiaan seuraavat esihenkilöt tai opettajat perehdytetään palvelun käyttöön niin, että ensimmäisen käyttökerran jälkeen he näkevät palvelun hyödyt itselleen, mikä saa aikaan säännöllistä ja jopa intohimoista käyttöä – eli käytön lisääntymistä ja tyytyväisyyttä palvelun käyttöön.



Kuvio 1. Perehdytyspolun sijoittuminen Porterin (2008) mallissa tummennettuna

Palvelun käyttöön sitoutumisen seuranta suppilon eri kohdissa on tärkeää, koska silloin voidaan tunnistaa, missä kohdin käyttöönottoa sitoutuminen heikentyy sekä millaisia vaikutuksia on sitoutumisen lisäämiseen tähtäävillä muutoksilla. Porter korostaa, että tehtävien muutosten tulee olla tarpeeksi pieniä ja niiden on kohdistuttava rajattuun kohtaan suppiloa, jotta niiden vaikutusta on mahdollista seurata. Riippuen palvelun käyttömääristä muutosten havaitsemiseksi on odotettava jonkin aikaa: niitä voi harvemmin havaita välittömästi.

3.4.1 Tavoitteet

Koulutuspalvelujen käyttö, niin verkossa kuin lähiopetuksena, mielletään usein pakolliseksi, koska se on opettajan tai esihenkilön määräämä ja seuraama tapa osoittaa pätevyys opinnoissa etenemistä tai tiettyjä työtehtäviä varten. ”Pakollisissa” palveluissa haasteena on opettajan roolissa olevan (esim. esihenkilö) iso rooli siinä, miten organisaation koulutuksen tavoitteet toteutuvat verkkopalvelun avulla. Tässä työssä kehitettävä käyttäjäperehdytyspolku pyrkii jakamaan esihenkilön, esimerkiksi yksikön johtajan, tai opettajan työtaakkaa koulutuksen tavoitteiden toteutuksessa.

Toimivan käyttäjäperehdytyspolun – joka onnistuu saamaan käyttäjän näkemään palvelun mahdollisuudet ja hyödyt itselleen – reseptejä käsittelevä kirjallisuus koostuu pääosin tietyn palvelun käyttäjäperehdytystä koskevista kokemuksista, joita ei ole arvioitu tieteellisin menetelmin vaan jotka perustuvat ainoastaan mallin toimivuuteen tietyn palvelun kohdalla. Nämä reseptit voivat kuitenkin olla hyödyllisiä sovellettavaksi ja testattavaksi tarkemmin.

Vaikka useat tehokkaan käyttöperehdytysprosessin reseptit käsittelevät koko Porterin mallin mitalla tehtäviä toimia, tämä tutkielma pyrkii soveltamaan niitä sellaiseen palveluun, jossa olennaiset suppilon saumakohdat ovat pikemminkin käyttäjien intohimoisena tai ainakin pysyvänä käyttäjänä pitäminen (user retention) kuin tämän saaminen huomaamaan palvelun tai tekemään sinne käyttäjätilin. Molemmissa tapauksissa perehdytyspolulle on eriteltävä kosketuspisteet ja niiden päämäärät käyttäjän näkökulmasta sekä suunniteltava sopivat toimet, joilla käyttäjän päämäärien saavuttamista tuetaan.

3.4.2 Periaatteet

Kymmenien palvelujen käyttäjäperehdytyspolkuja useronboard.com-sivustollaan analysoinut Samuel Hulick (2017) nostaa blogikirjoituksessaan toimivan käyttöperehdytysprosessin hieman ylemmälle tasolle ja erittelee kolme periaatetta, jotka tyypillisesti ovat toimivan käyttöperehdytysprosessin taustalla. Perehdytyksen on ensinnäkin oltava **integroitua** palvelun kokonaisuuteen. Sen ei tule olla päälleliimattua, mikä todennäköisesti saisi käyttäjälle aikaan tunteen keskeytetyksi tulemisesta. Tämä ei ole toivottua varsinkaan, jos käyttäjä on juuri innokkaana havaitsemassa, kuinka hyödyllinen palvelu hänelle onkaan.

Perehdytyksen on toiseksi oltava **voimaannuttavaa**, eli saatava käyttäjä näkemään, että palvelun avulla hän voi tehdä juuri niitä asioita, joita hän tavoittelee. Palvelun käytön hallitseminen harvoin on yksi näistä tavoitteista. Sen sijaan käyttäjä haluaa tietää, miten hän voi palvelun avulla toteuttaa juuri hänen tavoitteensa. Kolmas toimivan perehdytyksen ominaisuus on **jämäkkyys**, jolla Hulick viittaa siihen, että palvelun on huolehdittava käyttäjästä myös ensimmäisen tutustumisen jälkeen. Käyttäjälle on tarjottava mahdollisuus saada perehdytystä juuri silloin, kun hän tarvitsee kyseistä ominaisuutta, vaikka tämä tapahtuisi vuoden kirjautumisen jälkeen.

3.4.3 Keinot

Hulick (2017) korostaa, että käyttäjälle on jätettävä mahdollisuus perehtyä palveluun omalla tavallaan ja omia tavoitteitaan vastaavasti. Esimerkiksi paljon käytetyt lyhyet ohjetekstit, jotka korostavat palveluun saapuvalle käyttäjälle tiettyjä palvelun ominaisuuksia ja antavat vinkkejä näiden käyttöön (tooltip), eivät välttämättä ole käyttäjälle kovin hyödyllisiä. Sen sijaan, että olisivat osa palvelua, ne häiritsevät, voimaannuttamisen sijaan kontrolloivat ja jämäkkyiden sijaan ovat epäluotettavia, esittää Hulick (2017). Parempina vaihtoehtoina Hulick (2017) näkee esimerkiksi sen, että käyttäjälle tarjotaan 1) mahdollisuus tyhjän tilan täyttämiseen omien tavoitteiden mukaisesti (empty states), 2) keinot oman etenemisen seurantaan (progress systems) sekä 3) sähköpostiviestejä koko käyttöprosessin ajan (lifecycle emails).

Tyhjän tilan täyttäminen käyttäjän omien tavoitteiden mukaisesti tukee perehdytysprosessia oppimisen mekanismeja hyödyntäen. Tilan ei tarvitse olla kokonaan tyhjä, vaan mallina voi olla ehdotuksia siitä, miten käyttäjä voi täyttää tilan (Agrawal, 2016). Mal-

lioppiminen siis tukee palvelun käytön omaksumista, mutta lisäksi käyttäjän minäpystyvyyden tunne (Bandura 1977) todennäköisesti vahvistuu, kun hän saa palvelussa aikaan haluamiaan asioita. Tyhjän tilan täyttäminen voi nivoutua käyttäjän etenemistä kuvaaviin edistymispalkkeihin (*progress bars*), jotka edelleen vahvistavat käyttäjän pysyvyyden tunnetta hänen nähdessään oman toimintansa seuraukset (Ashwini 2017).

Kun käyttäjä saa toiminnastaan myönteistä palautetta eli esimerkiksi täydennettyä edistymispalkkia, hän todennäköisemmin jatkaa samaa toimintaa. Alvarez (2015) vinkkaa, että tarkoituksenmukaiset edistymispalkit kuvaavat edistymistä riittävän isoina askelina: mieluummin neljäs- kuin kahdeksasosa kokonaisuudesta, parhaimmassa tapauksessa tarjoten vihjeen siitä, missä ajassa palkin tulee täytyä. Olennaisinta on kuitenkin se, että edistymisen tavoite on käyttäjälle selvä ja vastaa tämän omia tavoitteita (Alvarez 2015).

Jatkuvien sähköpostiviestien kohdalla on yhtä lailla otettava huomioon oikea ajoitus käyttäjän tavoitteiden suhteen, muuten niistä voi olla jopa haittaa. Etukäteen suunnitellun ja rytmitetyn, mahdollisesti myös käyttäjän toimintaan palvelussa perustuvan sähköpostiviestinnän etuna on muun muassa käyttäjän tavoittaminen silloinkin, kun hän ei käytä palvelua. Parhaimmassa tapauksessa viesti tavoittaa käyttäjän juuri oikeaan aikaan hänen etsiessään ratkaisua tietynlaiseen ongelmaan, jonka palvelun avulla voisi ratkaista. Sähköpostit toimivat usein käyttäjille myös muistin tukena: sieltä löytyvät usein esimerkiksi käyttäjätunnukset (Renz ym. 2014).

3.4.4 Tasapainottelu seikkailun ja harhailun välillä

Muun muassa Porter (2014) ja Waldron (2015) huomauttavat, että käyttäjäperehdytyksessä on tasapainoiteltava ohjaavuuden ja vapauden välillä: toiset käyttävät haluavat perehtyä itse, toiset toivovat kädestä pitämistä. Perehdytysprosessi voi kuitenkin hyödyttää kumpaakin käyttäjätyyppiä. Ensinnäkin palvelun pääasiallinen hyöty käyttäjälle kannattaa sanoa suoraan ja tarjota esimerkkejä käyttötavoista ja niiden hyödyistä myös käyttäjille, jotka haluavat itse luoda käyttötapaansa. Toiseksi kirjautumista kannattaa helpottaa tarjoamalla mahdollisuus liittää palvelun tunnus jo olemassaolevaan palveluun, kuten sosiaalisen median palveluihin tai koulutuspalvelun kohdalla oppilaitosten käyttäjätunnistusjärjestelmään, kuten Haka-kirjautumiseen.

Viimeisimpänä on rohkaistava käyttäjää käyttämään palvelua. Tässä hyödyllisiä ovat sijaiskokemukset eli esimerkit siitä, miten samaistuttava käyttäjä on onnistuneesti käyttänyt palvelua (Bandura 1977). Esimerkit voi liittää käyttäjäpersooniin, jotka voidaan kohdentaa tietyille käyttäjäryhmälle. Tämä vaatii, että käyttäjältä on aluksi kysytty, missä ympäristössä tai mihin tarkoitukseen hän haluaa palvelua käyttää (Magnin 2018). Mitä tarkemmin määritellään ongelma, johon ratkaisu esitetään, sitä helpommin käyttäjä voi havaita, mitä hyötyä hänelle on, jos hän toimii ehdotetulla tavalla.

Yksittäiset reseptit tarjoavat hyvän inspiraation lähteen siihen, miten soveltaa käyttäjäkeskeisen perehdytyksen periaatteita käytäntöön. Kaikkia yhdistää idea monissa viestintäkanavissa (sähköpostit, in-app messages, chat, tooltips) tapahtuvasta jatkuvasta prosessista, jonka tulee tapahtua oikea-aikaisesti käyttäjän tavoitteisiin nähden. Samoin kaikki korostavat prosessin aikana tapahtuvien toimien, joita palvelupolun käsittein voi nimittää kosketuspisteiksi, mittaamista siltä kannalta, miten hyvin ne auttavat käyttäjää etenemään polulla.

3.4.5 Toimivat viestit

Viestinnän sisällön suunnittelu asiakkaan tavoitteiden näkökulmasta on edellytys myös palvelun liiketoiminnallisten tavoitteiden saavuttamiselle. Galavain (2017) erittelee blogikirjoituksessaan konversiota tuovan viestinnän menestystekijöitä. Viesti toimii sitä paremmin, mitä paremmin sen tarjoama apu sopii siihen tilanteeseen, jossa vastaanottaja sen saa. Esimerkiksi verkko-oppimisympäristön käyttäjä, joka haluaa seurata omaa edistymistään, on todennäköisimmin kiinnostunut omista tuloksistaan suoritettuaan jonkin kurssin. Oikeaan tilanteeseen viestiminen onnistuu varmemmin kohdentamalla viestit tietyille käyttäjäryhmälle, kuten tietyn kurssin suorittaneille. (Galavain 2017.)

Galavain (2017) esittää, että viestin kohdentaminen tietyille käyttäjäryhmälle lisää konversioiden todennäköisyyttä, vaikka kohderyhmän koko olisi pienempi. Palautetta kannattaa kysyä esimerkiksi silloin, kun käyttäjä on tutustunut siihen ominaisuuteen, josta palautetta halutaan saada – mutta ei kuitenkaan liian pitkän ajan kuluttua, jotta käyttäjän muistissa on vielä hänen kokemuksensa. Vaikka kohdentamista ei tekisi tarkemmin, voi vähintään rytmittää viestit lähtemään tietyin väliajoin.

Galavain (2017) näkee perehdytysprosessiin siinä mielessä pyhänä, että hän suosittelee muun viestinnän jättämistä pois siksi aikaa, kunnes käyttäjä on tutustunut palveluun. Perehdytyspolulla on Galavainin (2017) mukaan ensimmäinen viesti kaikista tärkein, ja se avataan kaikista todennäköisimmin. Siihen kannattaa siis sisällyttää olennaisin tieto ja call-to-action, jonka ensisijaisesti haluaa käyttäjien tekevän.

Galavain (2017) korostaa myös henkilökohtaisuuden merkitystä. Pelkkää tekstiä sisältävät viestit toimivat hänen kokemuksensa mukaan paremmin, oletettavasti koska ne muistuttavat enemmän henkilökohtaista viestiä, varsinkin jos niihin sisällyttää automaattisesti käyttäjän tietoja, yksinkertaisimmillaan etunimen. Henkilökohtaisuutta lisää myös se, että viesti ainakin vaikuttaa lähteneen todelliselta henkilöltä, joten viestin tyyli voi olla epämuodollinen, käyttäjäryhmä toki tässäkin huomioon ottaen.

3.4.6 Mittarit

Käyttäjäperehdytyksen toimivuuden mittaamiseen voi käyttää järjestelmästä saatavaa käyttödataa. Jotta mittaamisesta olisi hyötyä, palveluntarjoajan on määriteltävä omat tavoitteensa viestinnälle (Galavain, 2017). Esimerkiksi kunkin viestin kohdalla mitta-reiksi asetetaan se, kuinka suuri osa viestin saajista etenee polulla seuraavaan vaiheeseen ja kuinka nopeasti. Järjestelmän tulee siis tallentaa tietoa siitä, missä vaiheessa perehdytyspolkua käyttäjä todennäköisesti jättää palvelun käytön vähemmälle tai unoh-taa sen kokonaan ja toisaalta mitkä etenemistä tukevat toimet lisäävät todennäköisyyt-tä sille, että käyttäjä saavuttaa tavoitteensa palvelun avulla. Käyttäjiltä voi myös suo-raan kysyä, esimerkiksi palvelun sisäisten viestien tai chatin välityksellä, mikä sai hei-dät jättämään palvelun käytön tiettyyn kohtaan (Magnin 2018).

4 Tutkimusongelma ja -menetelmät

Tämän luvun ensimmäinen alaluku esittelee työssä ratkaistavan tutkimusongelman. Toinen alaluku esittelee työssä käytettävän menetelmän sekä perustelut valitun mene-telmän käytölle tutkimusongelman ratkaisussa.

4.1 Tutkimusongelma

Käyttäjien perehdyttämisen keinoiksi on esitelty monia hyviä periaatteita ja yksityiskoh-taisiakin vinkkejä käyttöönoton parhaiksi käytännöiksi. Organisaation työntekijöilleen

käyttöön ottaman, täydennyskoulutukseen tarkoitetun verkkopalveluun perehdyttämiseen periaatteita ja vinkkejä ei kuitenkaan ole vielä tarkemmin sovellettu. Tämän vuoksi tutkielmani huomio kohdistuu siihen, miten käyttäjäperehdytysmalli palvelupolun muodossa voi tukea verkkokoulutuspalvelun käyttöönottoa asiakasorganisaatiossa. Kehitän käyttäjäpersoonien pohjalta palvelupolkupohjan, sekä asetan polkuun kuuluviin kosketuspisteisiin mittarit, joilla mallin hyödyllisyyttä palvelun käyttöön perehdyttämisessä voi mitata jatkossa eri palveluiden ollessa kyseessä.

4.2 Tutkimusmenetelmät

Esiteltävä käyttäjäperehdytyspolku perustuu palvelun kehittäjien, myyjien ja asiakaspalvelijoiden kanssa käytyihin keskusteluihin, palvelun käyttödataan, käyttäjille suunnattuihin kyselyihin sekä omaan työhöni palveluntarjoajan yhteisövastaavana. Palveluntarjoajien kehityksestä, myynnistä ja asiakaspalvelusta vastaavien kanssa kädyt keskustelut ovat limittyneet omiin työtehtäviini asiakaspalvelussa ja käyttäjäkokemuksen kehittäjänä.

Erillisiä haastatteluja ei siis ole järjestetty tätä työtä varten, vaan käyttäjäprofiilien ja perehdytyspolkujen mallintamisessa hyödynsin jatkuvasti kertyvää ja uudistuvaa tietämystä käyttäjistä sekä tarkastelin palveluntarjoajien edustajien rooleja palvelupolun eri kohdissa. Yksittäisistä keskusteluista, kyselytutkimuksista yhtä lailla kuin käyttäjiä ja palvelunkehittäjiä osallistavista työpajoista muodostuu palvelupolkua jatkuvasti päivittävät käytännöt.

Palveluntarjoaja toteuttaa käyttäjäkyselyitä ja kerää käyttödataa tämän tutkielman tavoitteista riippumatta osana palvelun kehittämistä. Niitä on hyödynnetty perehdytyspolun mallintamisessa soveltuvien osien. Palvelun yleisiin toimitusehtoihin sisältyy näillä menetelmillä kerätyn informaation hyödyntäminen palvelun kehittämisen tueksi. Kyselyn numeerisesta datasta tehdään aina kyselyn päätyttyä yhteenvedot kuvailevalla tasolla. Avoimet vastaukset puolestaan vedetään yhteen teemojen tasolla, jotta paikannetaan mahdollisesti aiemmin tunnistamattomat kipupisteet ja toisaalta käyttäjien hyödyllisiksi kokemat sisällöt.

Lisäksi myyjät sekä asiakaspalvelijat keskustelevat säännöllisesti asiakkaiden kanssa myös kasvotusten, ja palveluntarjoajan sisäisissä kokouksissa tietoa asiakaskokemuksista jaetaan säännöllisen kokousrytmin mukaisesti. Asiakaspalvelun saamat palautteet

ja kehitysehdotukset sekä käyttödata käydään läpi viikottain ja päätetään toimet niihin pohjautuen. Käyttäjäkyselyiden koonnit käydään läpi aina kyselyn päätyttyä. Tässä tutkielmassa ei eritellä yksittäisten asiakkaiden kyselyvastauksia, muuta asiakaspalautetta tai käyttödataa, eikä analyysistä voi tunnistaa yksittäisiä asiakkaita edes organisaatiotasolla.

Usein materiaalin perusteella tehtävät toimet kohdistuvat myös käyttäjäperehdytysmalliin. Materiaalin pohjalta tunnistetaan kehityskohtia ja myös tässä työssä esiteltävä käyttäjäperehdytysmalli perustuu näihin säännöllisesti palveluntarjoajan edustajien läpikäymiin havaintoihin. Edellä esiteltyt käyttäjätiedon keräämisen tavat ovat kaikki hyödyllisiä palvelupolun rakentamisen kannalta. Ne tarjoavat säännöllisesti päivittyvää tietoa siitä, miten käyttäjät kokevat palveluun perehdytyksen, missä polulla eteneminen sujuu ja missä ei sekä mitä toimijoita polun kokonaisuuteen nivoutuu. Käyttödata kertoo, missä kohdin polulla käyttäjän eteneminen sujuu tai ei suju. Kyselydata sekä epämuodollisemmat keskustelut asiakkaiden ja palveluntarjoajan edustajien kesken tarjoavat puolestaan mahdollisia selityksiä käyttödatassa havaituille kipupisteille ja toisaalta polulla etenemistä tukeville tekijöille.

4.3 Palvelupolun rakentaminen

Muodostettava malli käyttäjäperehdytyksen tueksi toteutetaan palvelupolun visuaalisella ja kerronnallisella kuvaamisella sekä siihen kuuluvien käyttäjäpersoonien ja kosketuspisteiden määrittelyllä. Palvelupolun rakentamisen periaatteita pilkkovan Kate Kaplanin (2016) mukaan palvelupolun yhtenä tärkeimmistä päämääristä on yhteisymmärryksen rakentaminen siitä, miten käyttäjän kokemusta voidaan parantaa. Käyttäjän kokemuksen esittäminen visuaalisessa ja tarinallisessa muodossa tukee empaattista käyttäjän roolin asettumista (Miller & Flowers 2016) sekä yhteisymmärryksen rakentamista käyttäjän ja suunnittelijan välille (Kaplan 2016).

Yhteisymmärrykseen pyritään myös työssä esiteltävällä palvelupolulla sekä palveluntarjoajan eri toimijoiden kuten teknisten kehittäjien, myynnin, asiakaspalvelun ja markkinoinnin kesken, että palveluntarjoajien ja käyttäjien välillä. Palvelupolkua voidaan käyttää jatkossa pohjana yhteiskehittämiseksi. Sen ei siis ole tarkoitus olla lopullinen toteutustapa, vaan nimenomaan pohja keskustelulle. Olennaista Kaplanin (2016) mukaan on, että polusta tulee keskustelun tuki, jota kehitetään yhdessä jatkossa eteen-

päin. Tässä työssä esitetään siis tämänhetkinen versio polusta, mutta visuaalinen esitys on muodossa, jossa sitä on mahdollista muokata eteenpäin.

Palvelupolku voidaan esittää hyvin monella tapaa, mutta yleisellä tasolla siihen kuuluu mukaan tyypillisesti a) käyttäjän ja tämän tavoitteiden kuvailu b) kuvaus siitä, mitä käyttäjälle tapahtuu polun varrella c) kuvailu liiketoiminnallisten tavoitteiden ja palveluntarjoajan eri toimijoiden roolien näkökulmasta, toisaalta voidaan tuoda esille myös tunnistetut ongelmakohdat käyttäjän näkökulmasta (Kaplan 2016). Palvelupolku etenee usein kronologisesti esittäen tapahtumia tietyssä ajanjaksona tai toisiaan seuraavina, valikoituina tapahtumina (Grocki 2014). Toisaalta esimerkiksi Kalbach (2016) ja Grocki (2014) esittelevät mahdollisina palvelupolun visualisoinnin tapoina verkoston, ympyrän tai jopa kolmiulotteisen tilan. Palvelupolun osiksi kuvataan tyypillisimmin (ks. esim. Kaplan 2016; Grocki 2014) käyttäjien näkökulmat (usein persoonien muodossa), skenaariot (mitä polulla on tarkoitus saavuttaa), käyttäjän kokemus eli tämän toiminta, ajatukset ja tunteet polun varrella, kosketuspisteet ja kanavat sekä keinot arvioida näiden toimivuutta.

Toimivuuden arviointia tukee kunkin palvelupolun osan omistajuus palveluntarjoajan puolelta, jotta joku on vastuussa palvelupolun perusteella huomattujen epäkohtien muuttamisesta (Kaplan 2016). Tässä mielessä palvelupolku muistuttaa pitkälti palveluketjunkuvausta. Palveluketjunkuvaus keskittyy ”taustalla” tapahtuviin toimintoihin kuten siihen, mitä palveluntarjoajan puolella polun aikana tapahtuu (Miller & Flowers 2016).

Kaplan (2016) huomauttaa myös, että palvelupolku voi olla niin yksityiskohtainen tai suurpiirteinen kuin sen tavoitteiden kannalta on tarpeellista. Tässä työssä esiteltävässä polussa esitystapa on karsittu mahdollisimman yksinkertaiseen kuvaukseen kosketuspisteistä, kanavista, käyttäjän tavoitteista ja polun toimivuuden arvioinnin keinoista. Mahdollisimman yksinkertaisen mallin rakentaminen ja siihen liittyvien kosketuspisteiden testaaminen käytännössä on tarkoituksenmukaista tässä vaiheessa käyttäjäperheytyöpolun kehitystyötä, kun palvelupolkua vasta aletaan toteuttaa, ja tarkoituksena on sen avulla kokeilla, millaiset ratkaisut toimivat.

Polkua olisi mahdollista vielä laajentaa ja syventää lisäämällä siihen myös esimerkiksi Kaplanin (2016) ja Grockin (2014) mainitsemia, palvelupoluissa usein esiteltäviä elementtejä kuten käyttäjän kokemia tunteita polun mittaana, tarkemmat tarinalliset kuvaukset eli skenaariot polun tapahtumista sekä palveluntarjoajan puolella ”takahuoneessa” tapahtuva, polun etenemiselle tarpeellinen toiminta ja siihen liittyvä teknologia,

kuten käyttäjän toimintaa seuraavat työkalut ja automatisoidut viestit sekä näistä vastaavat roolit palveluntarjoajan organisaatiossa.

Käyttäjän ja tämän huolien sekä tavoitteiden kuvailu tapahtuu erikseen hahmoteltavien käyttäjäpersoonien avulla. Monet käyttäjäpersoonien rakentamista käsittelevät ohjeet suosivat aitojen ihmisiä kuvaavien valokuvien käyttämistä käyttäjäpersoonien rakentamisessa, koska niiden uskotaan paremmin herättävän suunnittelijassa sitä empatiaa, jota käyttäjäpersoonilla tavoitellaan. Toisaalta esimerkiksi Cable (2017) kritisoi valokuvien käyttämistä sillä, että ne kuvaavat käyttäjän liian tiivistetysti tietynlaisena, esimerkiksi tiettyä sukupuolta tai etnisyyttä edustavana ihmisenä ja voivat jopa johtaa suunnittelua väärään suuntaan. Tätä on onnistuneestikin pyritty väistämään sisällyttämällä samaan persoonaan useampia kuvia (Hill ym. 2017). Cable (2017) itse ehdottaa sarjakuvamaisten hahmojen käyttöä, jotka kuvaavat hahmojen tunnetiloja, jopa korostavat emotionaalista kokemusta hahmon demografisiin piirteisiin keskittymisen sijaan.

Tässä työssä käyttäjäpersoonat kuvataan, kuten itse palvelupolkukin, äärimmäisen pelkistetyksi. Hahmoja erottaa heidän rooliaan organisaatiossa kuvaavat symbolit: tietokone, organisaatiokaavio ja työasu. Persoonat viittaavat aavistuksen naissukupuoleen, sillä selvä enemmistö käyttäjistä on tällä hetkellä naispuolisia. Tämän työn kannalta persoonien suunnittelijoissa herättämä empatia ei ole keskeisin tavoite. Sen sijaan tavoitteena on löytää tiettyjä täydennyskoulutuksen tavoitteita tukevia kosketuspisteitä kunkin käyttäjäroolin näkökulmasta.

Tämän vuoksi persoonan roolia organisaatiossa kuvaavat hahmot nähtiin tässä yhteydessä tarkoituksenmukaisina. Lisäksi tutkimuksissa (esim. Bornet & Brangier 2016) on saatu tukea sille, että persoonat lisäävät kyllä perusteltujen ideoiden esittämistä ja näkökulmien vertailua suunnittelijoiden kesken, mutta vaikutus suunnittelijan käyttäjään kohdistuvaan empatiaan jää vielä heikoksi. Persoonat toimivat tässä työssä nimenomaan yhteisen keskustelun pohjana sekä palvelun kehittäjien kesken että heidän ja käyttäjien välillä.

Kullekin käyttäjäpersoonalle muodostetaan oma polkunsä, mutta eri persoonien polut menevät osittain päällekkäin. Tarkastelemalla käyttäjäpersoonia yhdessä polun toimuutta voi arvioida myös siitä näkökulmasta, miten käyttäjäpersoonien välinen vuorovaikutus vaikuttaa polulla etenemiseen, voidaan esimerkiksi tunnistaa kohtia, jossa tietyllä käyttäjäpersoonalla on rooli, jonka palvelu voisi ottaa hoitaakseen. Polulle on persoonien pohjalta hahmoteltu myös käyttäjän tavoitteet kussakin kohdassa. Polku

keskittyy siis ammatilliselta kannalta olennaisten tavoitteiden saavuttamiseen palvelun avulla.

Polun kosketuspisteitä kuvatessa persoonia heijastetaan palveluntarjoajan tekemiin valintoihin. Kosketuspisteet on esitetty polussa omilla riveillään, ja ajallisesti toisiinsa liittyvät kosketuspisteet esitetään samoissa sarakkeissa. Kuhunkin kosketuspisteeseen liittyvä kanava esitetään symbolina kosketuspisteen yhteydessä. Keinot polun toimivuuden arvioimiseksi esitetään omalla rivillään, kohdennettuna samoihin sarakkeisiin niihin liittyvien kosketuspisteiden kanssa.

Liitteessä 1 (vain työn tilaajan käyttöön) hahmotellaan perehdytyspolun pohjaksi kolme käyttäjäpersoonaa, joiden palvelupolut kulkevat perehdytyksessä rinnakkain. Liitteessä 2 (vain työn tilaajan käyttöön) esitettävä käyttäjäperehdytyspolku kuvaa mahdollisimman kevyitä toimia, joita palveluun perehdytyksen tueksi voi tehdä jopa ilman käyttöliittymän teknistä muuttamista tai edes erillisiä asiakasrajapintapalveluita.

Kevyimmässä versiossa käyttäjäperehdytyksen periaatteita voi toteuttaa jopa ilman käyttäjäkohtaista käytön seuranta, viestimällä käyttäjille säännöllisellä rytmillä polun mukaisesti. Mitä enemmän on mahdollisuus ottaa huomioon käyttäjän toiminta ja seurata kosketuspisteiden vaikutusta polulla etenemiseen, sitä enemmän käyttäjäperehdytyksellä voi tukea tietyn käyttäjän tavoitteita oikea-aikaisesti.

Tässä työssä kehitetyssä palvelupolussa oletetaan, että palveluntarjoalla on ajankohtaista tietoa siitä, milloin käyttäjä on saanut tunnukset, kirjautunut palveluun, suorittanut tiettyjä opintoja palvelussa ja kuinka usein hän on käynyt palvelussa. Esiteltävä polku toteutetaan mahdollisimman kevyesti ilman muutoksia itse palveluun tai sen käyttöliittymään. Tästä syystä polku keskittyy Hulickin (2017) mainitsemaan sähköpostiviestintään, jonka osana kulkevat ainakin periaatteellisella tasolla myös kaksi muuta Hulickin menestyksen reseptiä eli tyhjän tilan täyttäminen käyttäjän omien tavoitteiden mukaisesti ja mahdollisuus oman etenemisen seurantaan.

Lisäksi polku pyrkii Hulickin (2017) erittelemien menestystekijöiden mukaan integroitumaan palvelun käytön kokonaisuuteen ja käyttäjän tavoitteisiin eli ottamaan huomioon kosketuspisteiden ajoituksessa, milloin niistä on eniten hyötyä käyttäjälle. Tämä toteutuu esimerkiksi ajoittamalla sähköpostiviestit siten, että niiden sisältö vastaa käyttäjän senhetkiseen tarpeeseen tämän tavoitteiden toteuttamisen suhteen. Esimerkiksi tiettyä sisältöä etsivälle käyttäjälle vinkataan, miten sisällön voi helpoiten löytää.

Voimaannuttavuus syntyy siitä, että viesteissä tulee esille se, miten palvelun avulla voi saavuttaa tavoitteet. Esimerkiksi osaamisensa todentamista kaipaaville käyttäjille osoitetaan todistuksen tulostusmahdollisuus. Hulickin jämäkkyyttä polussa noudatetaan esimerkiksi siten, että todistuksen tulostusmahdollisuus ei ole yksittäinen sähköposteihin hukkuva huomio, vaan sitä tarjotaan aina käyttäjän suoritettua kurssin, jos tämä ei ole mahdollisuutta tietyn ajan kuluessa hyödyntänyt.

5 Parhaat käytännöt käyttäjäperehdytyspolun suunnitteluun

Liitteessä 2 esitelty palvelupolku keskittyi siihen käyttöönoton vaiheeseen, jossa palveluntarjoaja on edennyt haasteellisen kiinnostuksen herättämisen vaiheen ohi ja saanut käyttäjän kokeilemaan palvelua, jopa kertomaan sähköpostinsa ja ehkä myös itsestään ja organisaatiostaan. Onnistumisesta saa kuitenkin täyden liiketoiminnallisen hyödyn irti vasta, kun käyttäjät näkevät palvelun hyödyt itselleen ensimmäisten kokeilukertojensa aikana. Liitteessä 2 esiteltiin esimerkki kevyestä ratkaisusta, jota voi soveltaa hyvin monenlaisiin palveluihin, jossa ensimmäisiä kertoja palvelua käyttävät halutaan saada näkemään palvelun hyödyt itselleen ja jatkamaan palvelun käyttämistä. Tässä työssä huomio kohdentui täydennyskoulutukseen tarkoitettuun verkko-oppimispalveluun.

Käsitellyn kaltaisissa palveluissa erityistä on se, että loppukäyttäjät eivät itse ole hankineet lisenssejä palveluun. Sen sijaan he saavat käyttöoikeuden oman työpaikkansa tai oppilaitoksensa kautta ja käyttävät palvelua tavallaan "pakotettuna". Tämä tuo omat haasteensa käyttäjän motivoinnille palvelun käyttöön, joten tutkielma kiinnitti huomiota siihen, mitkä palvelun ominaisuudet ovat käyttäjän omien tavoitteiden kannalta kiinnostavimpia. Tämän vuoksi myös seuraavana esiteltävät viisi vinkkiä käyttäjäperehdytyspolun rakentamiseen lähtevät liikkeelle käyttäjien tarpeiden selvittämisestä. Kuvio 2 esittelee nämä vinkit tiivistetysti.

1. Haastattele asiakkaat sekä palveluntarjoajan edustajat ja tee näiden perusteella persoonat

Muodosta jokaiselle persoonalle vähintään kuvaus työnkuvasta ja suhteesta palveluun, sekä näiden tavoitteet ja huolet. Palvelun käyttäjien tavoitteiden ymmärtäminen auttaa rakentamaan käyttäjäperehdytyspolun niin, että käyttäjä voi saavuttaa omia tavoittei-

taan palvelun avulla. Oletuksena on, että käyttäjä ottaa palvelun käyttöön, jos hän huomaa palvelun edistävän hänen omia tavoitteitaan. Käyttäjän tavoite harvoin on vain se, että hän oppii käyttämään palvelua. Sen sijaan palvelun on saatava käyttäjä huomaamaan, että hän voi saavuttaa tavoitteensa palvelun avulla – jopa silloin, kun käyttäjä itse ei välttämättä edes tiedosta tavoitteitaan.

2. Suunnittele kosketuspisteet ja määrittele, mitä käyttäjän ja muiden sidosryhmien tarkoitus saavuttaa niiden avulla

Tee siis jokaiselle persoonalle perehdytyspolku heidän tavoitteidensa mukaisesti. Jokaisen polun kosketuspisteen tulee palvella sekä käyttäjän että palveluntarjoajan tavoitteita. Mieti, mitkä tekijät lisäävät kosketuspisteestä toiseen etenemisen todennäköisyyttä. Palveluntarjoaja näkökulmasta suunnittele, millä mittareilla polulla etenemistä tai jumiutumista voi mitata.

3. Suunnittele kosketuspisteiden sisältö, esim. viestit

Suunnittele kunkin kosketuspisteen sisältö ja kanavat edellisten pohjalta: kenelle, missä kohdin, miksi ja miten. Viestejä kannattaa toki luetuttaa kriittisillä lukijoilla jo ennen niiden testaamista palvelussa. Todelliseen testiin ne pääsevät, kun niitä käytetään palvelussa ja niiden toimivuutta mitataan palvelupolussa esitettyjen mittareiden avulla.

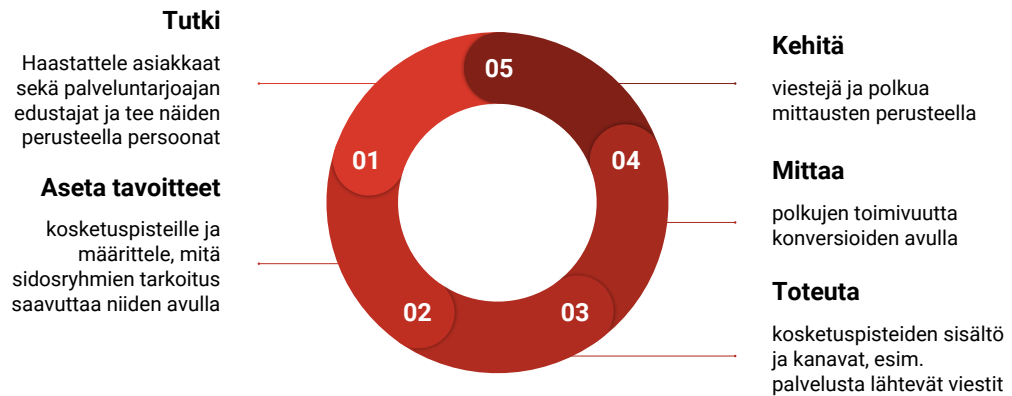
4. Mittaa polkujen toimivuutta konversioiden avulla

Mittareiden avulla tunnistat ne kosketuspisteet, joissa palvelupolku ei etene toivottuun suuntaan tai joissa se toimii erityisen hyvin. Pelkät mittarit eivät kuitenkaan yleensä kerro sitä, mihin suuntaan palvelupolkua tulisi korjata ja millä tavoin. Tässä auttaa se, että kysyy palvelupolun käyttäjältä suoraan, esimerkiksi kohdennettujen kyselyjen avulla, miten voisi auttaa seuraavan askeleen ottamisessa. Sen parempi, mitä tarkemmin nämä kyselyt voi kohdentaa ajallisesti siihen, kun käyttäjä olisi voinut edetä tavoitteeseensa mutta jostain syystä ei tehnyt niin. Hän esimerkiksi poistuu sivulta, koska ei löytänyt kaipaamaansa linkkiä.

5. Kehitä viestejä ja polkua mittausten perusteella

Viimeinen vinkki oikeastaan palaa listan alkuun eli viestien polun ja mittareidenkin uudelleen muotoiluun sen perusteella, miten käyttäjä sekä palveluntarjoaja ovat edenneet

polulla tavoitteissaan. Mittareilla, palautekyselyillä, käyttäjätutkimuksilla ja käyttäjän kanssa polkua kehittämällä polku muotoutuu uudelleen, joko toteuttamaan tehokkaammin alussa esitettyjä tavoitteita tai päivittämään tavoitteet uudelleen käyttäjien ja palveluntarjoajien tavoitteiden muuttuessa.



Kuvio 2. Parhaat käytännöt käyttäjäperehdytyspolun suunnitteluun tiivistettynä

6 Yhteenveto ja johtopäätökset

Työn tuloksena syntyi käyttäjäperehdytysmalli, jota voidaan soveltaa verkko-oppimisympäristön käyttöönottoon erityisesti organisaation täydennyskoulutustarpeissa. Muiden työtehtävien keskellä mallin myötä palvelun käyttöönottoa tukevat palvelun itsensä tarjoamat kannusteet. Polun ja siihen liittyvien kosketuspisteiden toimivuutta muissa palveluissa ja organisaatioissa voidaan arvioida polkuun kuuluvien konversio-mittareiden avulla.

Lisäksi päivittyvä polku kannattaa pitää jatkuvasti sekä käyttäjien että palveluntarjoajan edustajien saatavilla. Polku itsessään neuvoo sillä etenemisessä ja muutoksia kaivattaessa osapuolet voivat helpommin osoittaa, missä kohdin polkua muutostarve sijaitsee. Polun jakaminen voi tapahtua esimerkiksi Alvarezin (2015) suosittelujen edistymispalkkien muodossa, jolloin käyttäjä voi tunnistaa, missä eteneminen sujuu tai ei suju jouhevasti.

Jatkossa polkuun on mahdollista lisätä enemmän kosketuspisteitä, jotka ottavat vielä tarkemmin huomioon käyttäjän senhetkiset tarpeet palvelun käytön suhteen ja voivat kohdentua niiden perusteella. Esimerkiksi jos palvelussa lisätään vuorovaikutusta käyttäjien kesken ja palveluntarjoajan kanssa sisällön kommentointiominaisuuden avulla,

palvelusta lähtevä viestintä ei ole enää yksinomaan palveluntarjoajan aikatauluttamaa. Lisäksi myös muilta käyttäjiltä tulevat viestit voivat olla osa palvelusta lähtevää viestintää.

Näitä tarkennuksia on mahdollista rakentaa esimerkiksi tarkempien käytettävyyss tutkimusten, kenttätutkimusten, päiväkirjamenetelmien, tai käyttäjiä ja palveluntarjoajien edustajia osallistavien työpajojen avulla. Käyttäjien kokemusmaailman avaaminen syvällisemmin käyttäjätutkimusmateriaalin pohjalta voisi olla tulevaisuudessa hyödyllistä. Vaikka tai ehkä nimenomaan koska kyseessä on työpaikan määräämä käyttö, siihen liittyy tunteita turhautumisesta innostukseen, johon palveluntarjoaja voi omalla toiminnallaan vaikuttaa.

Käyttäjäperehdytyspolkua voi jatkaa uutiskirjeillä palvelun uusista sisällöistä ja ominaisuuksista sekä palautteen perusteella tehdyistä muutoksista, jotka on kohdennettu erityisesti niille käyttäjille, jotka eivät ole hetkeen käyneet palvelussa. Polku ei siis pääty kun palvelun käytöstä tulee säännöllistä, vaan tavoitteena on säännöllinen käyttö, jota tulee yhtä lailla tukea käyttäjän tavoitteiden näkökulmasta.

Uusien kosketuspisteiden suunnittelussa on olennaista suunnitella ja hyödyntää mittareita sille, etenevätkö käyttäjät perehdytyspolulla tavoitteidensa mukaan. Lisäksi laadullisilla mittareilla sekä yhteiskehittämisellä perehdytyspolkua voidaan päivittää käyttäjien tavoitteiden muuttuessa.

Lähteet

Abras, C., Maloney-Krichmar, D., & Preece, J. (2004). User-centered design. *Bainbridge, W. Encyclopedia of Human-Computer Interaction. Thousand Oaks: Sage Publications*, 37(4), 445-456.

Agrawal, P. (2016). How to use empty states for better onboarding. <<https://www.trychameleon.com/blog/how-to-use-empty-states-for-better-onboarding>>. (Viitattu 21.3.2018)

Ashwini, A. (2017). How To Create A Growth Strategy For Your Mobile Application? <<https://medium.com/swlh/how-to-create-a-growth-strategy-for-your-mobile-application-2be2b59d1184>>. (Viitattu 29.3.2018)

Alvarez, H. (2015). A Guide to User Onboarding Techniques for Mobile Apps. <<https://www.usertesting.com/blog/2015/11/11/user-onboarding-techniques-for-mobile-apps/>>. (Viitattu 29.3.2018)

- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191.
- Bank, C., & Cao, J. (2015). *The Guide To UX Design Process & Documentation*.
- Bornet, C., & Brangier, E. (2016). The effects of personas on creative codesign of work equipment: an exploratory study in a real setting. *CoDesign*, 12(4), 243-256.
- Cable, S. (2017). Don't use photos in your personas.
<<https://www.cxpartners.co.uk/our-thinking/dont-use-photos-in-your-personas/>>. (Viitattu 14.4.2018)
- Cooper, A. (1999). *The Inmates Are Running the Asylum*. Indianapolis: Sams.
- Cooper, A. (2008). The origin of personas.
<https://www.cooper.com/journal/2003/08/the_origin_of_personas>. (Viitattu 13.4.2018)
- Følstad, A., Kvale, K., & Halvorsrud, R. (2013). *Customer journey measures - State of the art research and best practices*. Oslo, Norway: Report A24488, Oslo, Norway: SINTEF
- Galavan, R. (2017). 12 steps to create a great messaging strategy
<<https://blog.intercom.com/before-you-send-your-first-message/>>. (Viitattu 29.3.2018)
- Grocki, M. (2014). <<https://uxmastery.com/how-to-create-a-customer-journey-map/>>. (Viitattu 13.4.2018)
- Hess, W. (2009). Onboarding: A Sidebar in "Designing Social Interfaces."
<<https://whitneyhess.com/blog/2009/10/06/onboarding-a-sidebar-in-designing-social-interfaces>>. (Viitattu 30.4.2018)
- Hill, C. G., Haag, M., Oleson, A., Mendez, C., Marsden, N., Sarma, A., & Burnett, M. (2017). Gender-Inclusiveness Personas vs. Stereotyping: Can We Have it Both Ways? *Proc. 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 6658-6671). ACM.
- Hulick, S. (2017). Bulletproof User Onboarding.
<<https://ux.useronboard.com/bulletproof-user-onboarding-f34ee03f655f>>. (Viitattu 30.4.2018)
- Johnston, R. & Kong, X. (2011). The customer experience: a road-map for improvement. *Managing Service Quality: An International Journal*, 21(1), 5-24.
- Kalbach, J. (2016). Mapping Experiences: a guide to creating value through journeys, blueprints, and diagrams. Beijing: O'Reilly.
- Kaplan, K. (2016). When and How to Create Customer Journey Maps
<<https://www.nngroup.com/articles/customer-journey-mapping/>>. (Viitattu 10.4.2018)
- Magnin, T. (2018). User Onboarding Best Practices.
<<https://www.appcues.com/blog/user-onboarding-best-practices>>. (Viitattu 30.4.2018)

Molenda, M. (2008). Historical foundations. Teoksessa M. J. Spector, M. D. Merrill, J. Merrienboer, & M. P. Driscoll (toim.) *Handbook of Research on Educational Communications and Technology*. 3. painos, s. 3–20. New York, NY: Lawrence Earlbaum Associates.

Norman, D. A., & Draper, S. W. (1986). *User centered system design; new perspectives on human-computer interaction*. L. Erlbaum Associates Inc.

Porter, J. (2008). *Designing for the social web*. Berkeley: New Riders.

Renz, J., Staubitz, T., Pollack, J., & Meinel, C. (2014). Improving the Onboarding User Experience in MOOCs. *Proceedings EduLearn*.

Sinnett, W. M. (2010). *Software as a service: Experiences of SMBs*. Morristown, N.J.: Financial Executives Research Foundation.

Waldron, J. (2015). 4 Steps to Great User Onboarding.
<<https://www.netguru.co/blog/great-user-onboarding>>. (Viitattu 30.3.2018)

Zomerdijk, L. G., & Voss, C. A. (2011). NSD processes and practices in experiential services. *Journal of product innovation management*, 28(1), 63-80.

Icons made by [Freepik](#) from www.flaticon.com