



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Tulokkaan onnistunut perehdyttäminen

Case: GoWash

Niina Pitkänen

2018 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Tulokkaan onnistunut perehdyttäminen, case: GoWash

Niina Pitkänen
Palveluliiketoiminta
Opinnäytetyö
Kesäkuu, 2018

Niina Pitkänen

Tulokkaan onnistunut perehdyttäminen, case: GoWash

Vuosi 2018 Sivumäärä 49

Tämä opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena kehittämistyönä toimeksiantajalle. Näin ollen työ koostuu teoriaosuudesta ja toiminnallisesta osuudesta. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää tulokkaiden mielipiteitä koskien läpikäytyä perehdyttämisprosessia. Toisena päätavoitteena opinnäytetyössä oli tuottaa perehdyttämisopas uudelle työntekijälle helpottamaan työssä aloittamista.

Tarkoituksena opinnäytetyössä oli tuoda esille tulokkaiden kokemuksia perehdyttämisprosessista ja luoda kehitysideoita jatkoa varten. Lopputuotoksen perehdyttämisoppaan tarkoituksena oli helpottaa uusien tulokkaiden työssä aloittamista. Tarkoituksena oli, että tulokas pystyy tutustumaan oppaaseen itsenäisesti ja näin ollen säästyy myös aikaa alun perehdyttämisprosessista.

Teoreettinen viitekehys muodostui perehdyttämisen kokonaisuudesta. Siinä syvennyttiin perehdyttämistä koskevaan lainsäädäntöön, perehdyttäjän rooliin ja perehdyttämisen suunnitteluun ja sisältöön. Toisena osuutena teoriaan tuotiin palvelun laatu, jota käytettiin osin apuna perehdyttämisoppaan sisällön tuottamisessa.

Opinnäytetyössä käytettiin tutkimusmenetelminä teemahaastatteluja ja kyselyä. Näillä menetelmillä haluttiin saada käytännönläheisiä ja käyttäjäkohtaisia kokemuksia. Teemahaastatteluja käytettiin nykytilan kartoittamiseen ja perehdyttämisoppaan sisällön tiedonkeruuseen. Kyselyä käytettiin tulokkaiden kohdalla, jotta saatiin näkökulmaa kuinka perehdyttäminen heidän kohdallaan on käytännössä toteutettu. Kyselyn avulla löydettiin prosessin onnistumiset ja koetut heikkoudet. Sekä teemahaastattelujen että kyselomakkeiden pohjalta luotiin kehitysideoita jatkoa varten ja saatiin tietoa ja toiveita lopun perehdyttämisoppaaseen.

Opinnäytetyössä saavutettiin alkuun asetetut tavoitteet. Opinnäytetyössä saatiin luotua perehdyttämisopas toimeksiantajan ja tulokkaiden toiveiden pohjalta helpottamaan tulokkaan työssä aloittamista. Samoin työssä saatiin hahmotettua hyvin tämän hetkistä perehdyttämisprosessia ja tulosten pohjalta löydettiin kehitysideoita jatkoa varten, jotta prosessi vastaa paremmin tulokkaiden asettamia vaatimuksia.

Asiasanat: Palvelun laatu, perehdyttäminen, perehdyttämisopas, tulokas

Niina Pitkänen

Successful Orientation of a New Employee, case: GoWash

Year	2018	Pages	49
------	------	-------	----

This bachelor's thesis was executed as a functional thesis to a commissioner. The study consists of a theoretical and practical section. The first objective of this thesis was to create an orientation guide to new employees. The second objective was to develop the orientation process of the employer, which the new employee follows.

The main purpose of this thesis was to map development areas for the orientation process and to create an orientation guide to support the new employee at the beginning of the job. The thesis establishes a guide, which the new employees can study by themselves, and in that way save time in the orientation process.

The theoretical areas that are covered in this thesis are the law on orientation, how to plan and develop orientation and also the quality of services and customer service. The theoretical framework provided a smooth delivery of the orientation guide and a basis for conducting theme interviews.

In this thesis the used research methods were theme interviews and questionnaire. The theme interviews collected information about the organization and the current orientation process. With the questionnaire, the main purpose was to collect newcomers' experiences about the orientation process and to further the development ideas with the information. There were two theme interviews and a questionnaire for the new employees. The orientation guide and development ideas were developed based on the used methods. These research methods were chosen to collect personal and practical data and experiences.

The objectives of this study were met. In this process an orientation guide and development ideas were created to support newcomers at the beginning of their job careers and to develop the whole orientation process with the employer.

Keywords: New employee, orientation, orientation guide, quality of service

Sisällys

1	Johdanto	6
2	M. Jordan Oy	7
3	Perehdyttäminen perustana laadukkaaseen palveluun	10
3.1	Perehdyttäminen.....	10
3.1.1	Laadukkaan perehdyttämisen hyödyt	13
3.1.2	Perehdyttäjän rooli	17
3.1.3	Perehdyttämisen sisältö ja suunnittelu	17
3.1.4	Lainsäädäntö perehdyttämisen tukena	19
3.2	Laadukas palvelu.....	20
4	Perehdyttämisoppaan ja kehitysideoiden rakentuminen.....	23
4.1	Teemahaastattelu	23
4.1.1	Teemahaastattelujen toteutus	24
4.1.2	Teemahaastattelujen tulokset.....	25
4.2	Kysely	26
4.2.1	Kyselyn toteutus.....	27
4.2.2	Kyselyn tulokset	27
4.3	Kehitysideat perehdyttämisprosessille	29
4.4	Perehdyttämisoppaan rakentuminen	31
5	Johtopäätökset	31
	Lähteet	33
	Kuvat	35
	Taulukot	35
	Liitteet	36

1 Johdanto

Kjelin ja Kuusisto (2003, 14) mainitsevat perehdyttämisen tarkoittavan kaikkia niitä toimia, joilla tuetaan tulokasta työn alussa, vastaavasti Ketola (2010) mainitsee perehdyttämisen olevan pohjimmiltaan suunniteltua vastaanottoa uuteen työyhteisöön. Tämä opinnäytetyö luodaan kehittämään ja helpottamaan uuden tulokkaan työssä aloittamista toimeksiantajayrityksessä. Toimeksiantajana työssä toimii M. Jordan Oy/GoWash autopesulat. Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa perehdyttämisopas uudelle työntekijälle tukemaan työssä aloittamista. Toisena tavoitteena on kartoittaa tämän hetkistä perehdyttämisprosessia ja kehittää sitä vastaamaan paremmin tulokkaiden vaatimuksia.

Tämä opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta ja toiminnallisesta osuudesta. Teoriaosuus käsittelee perehdyttämisprosessia, palvelun laatua ja asiakaspalvelua. Perehdytys osiossa syvennyttään perehdyttämistä koskevaan lainsäädäntöön, perehdyttäjän rooliin, perehdytyksen suunnitteluun ja sisältöön. Asiakaspalvelu ja palvelun laatu on tuotu teoreettisen viitekehyksen pohjalle. Nämä ovat asioita, jotka ovat palvelualalla tärkeässä roolissa ja laadukkaalla palvelulla ja asiakaspalvelulla voidaan saada jopa merkittävää kilpailuetua yritykselle. Lopputuotoksen perehdyttämisoppaaseen on tarkoituksena sisällyttää seikkoja asiakaspalvelun tärkeydestä ja laadukkaan palvelun tuottamisesta.

Tarkoituksena työssä on luoda selkeä ja ytimekäs perehdyttämisopas, johon uusi tulokas pysyy itsenäisesti perehtymään, ja näin ollen säästyy myös aikaa alun perehdyttämisprosessista. Oppaan tarkoituksena on tukea työssä aloittamista. Tarkoituksena on saatujen tulosten pohjalta luoda kehitysideoita toimeksiantajalle jatkoa varten, jotta perehdyttämisprosessi vastaa paremmin tämän hetkisiä vaatimuksia.

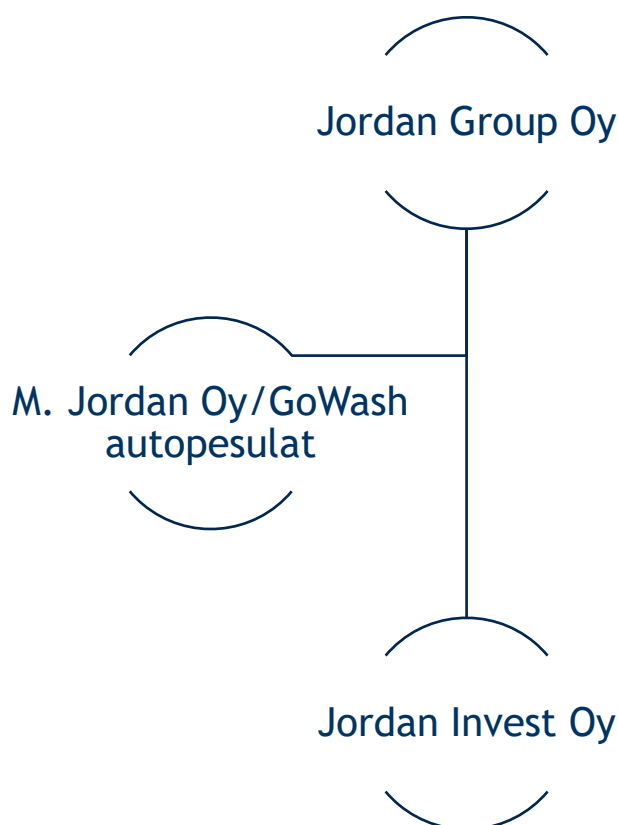
Aiheen valintaan vaikutti toimeksiantajan toive ja oma kiinnostus perehdyttämisprosessia kohtaan. Toimeksiantajan yrityksessä ei ole ollut käytössä perehdyttämiseen erillistä kirjallista materiaalia, eikä siitä ole aikaisemmin kerätty palautetta uusilta tulokkailta. Nämä toimivat myös vaikuttavina seikkoina aiheen valinnassa.

Lähes jokaisella toimeksiantajayrityksen työntekijällä on yksi toimipiste jossa he pääsääntöesti työskentelevät, mutta he voivat sijaistaa myös muussa toimipisteessä. Näin ollen perehdyttämisen olisi äärimmäisen tärkeää olla yhteneväinen.

2 M. Jordan Oy

Toimeksiantajana toimii nopeasti liiketoimintaa kasvattava autopesualan yritys M. Jordan Oy/GoWash autopesulat. Kyseessä on autopesuja tarjoava yritys. Yritys on perustettu 29.12.2014 ja toimintansa se on aloittanut 1.9.2015 avaamalla ensimmäisen toimipisteensä Helsingin Konalaan. Tämän jälkeen toiminta on laajentunut; 5.12.2016 avautui toimipiste Espoon Espoonlahteen ja viimeisimpänä vastikään 1.2.2018 avautui piste Vantaan Tammistoon. Tiedossa on jo neljännen toimipisteen hankinta ja toteutus.

Alla nähdään konsernin rakenne kokonaisuudessaan. Tässä työssä toimeksiantajana toimii M. Jordan Oy/GoWash autopesulat. Ylempänä löytyy emoyhtiö Jordan Group Oy ja alempana Jordan Invest Oy/kiinteistöyhtiöt (Kiinteistö Oy Ristipellontie ja Kiinteistö Oy Amiraalin Puistotie). (Jordan 2018.)



Kuva 1: Konsernin rakenne (Jordan 2018)

Yrityksen arvot koostuvat: asiakaslähtöisyydestä, vastuullisuudesta ja toiminnan selkeydestä. Asiakaslähtöisyydellä pyritään joustavaan ja henkilökohtaiseen palveluun jossa jokainen asiakas kohdataan yksilöinä. Vastuullisuuteen sisältyy niin vastuu ympäristöstä ja näin ollen esimerkiksi oman kierrätysjärjestelmän omaaminen, ja asiakkaiden sekä työntekijöiden mahdollisuus luottaa yritykseen. Toiminnan selkeydellä pyritään selkeään ja helppokäyttöiseen palvelun tarjoamiseen. (Jordan 2018.)

Yritys tarjoaa rajattomia autopesuja kiinteällä kuukausihinnalla 19,00-49,00€/kk. Mahdollisuutena on myös ostaa yksittäisiä pesuja, jotka ovat hinnaltaan 14,00€-29,00€. Verrattuna muihin kilpailijoihin ei alalta löydy vastaavaa. Samalla tavalla kuukausihinnalla autopesuja tarjoaa pääkaupunkiseudulla Juhlapesu, mutta tarjonta ja hinnat ovat heillä eriluokissa eikä yritykseltä löydy toimipisteiltä henkilökuntaa. Muutoin huoltoasemien yksittäiset pesut ovat yleisesti aina alkaen 17 eurosta ylöspäin. Toimitusjohtaja Markus Jordan sanookin yrityksen kilpailuetujen olevan pitkälti henkilöstö, hinnoittelu, ympärivuorokautinen aukiolo, nopeus, sijainti ja saavutettavuus. (Jordan 2018.)

Liiketoiminnan kasvun myötä työntekijöiden määrä kasvaa koko ajan huomattavasti. Tällä hetkellä yrityksessä työskentelee noin 20 henkilöä. Lähes kaikki työntekijät työskentelevät toimipisteillä ja vastaavat siellä asiakaspalvelusta ja autopesuista. Osaan asiakkaiden sopimuksista kuuluu auton esipesu käsin, jonka työntekijät hoitavat. Työntekijät hoitavat myös asiakaspalvelun, johon kuuluu muun muassa jäsenmyynnit, yksittäispesujen myynnit, muutokset olemassa oleviin sopimuksiin ja päivittäiset ylläpitotehtävät. Sopimukset ovat aina autokohtaisia ja sidonnaisia yhteen autoon. Erikseen löytyvät kertaveloitettavat sopimukset, joita käyttävät muun muassa taksit. (Jordan 2018.)

Työntekijöiden keski-ikä on hyvin alhainen. Yrityksen toimitusjohtaja kertoo, että työpaikka on monelle ensimmäinen ja yrityksessä halutaan myös tarjota nuorille ponnahduslauta työelämään. Yritys haluaa tarjota viihtyisän työympäristön, jossa voi kehittämään itseään ja oppia uutta, esimerkiksi asiakaspalvelutilanteita. (Jordan 2018.)

Vastaavia kilpailijoita ei kovinkaan paljoa löydy ja yritys on saanut hyvän asiakaskunnan itselleen sekä yksityishenkilöistä että yrityksistä. Toimeksiantajayritykselle asiakassuhteet ovat ensiarvoisen tärkeitä ja asiakkaat ovat tulonlähde.

Toimitusjohtajan haastattelussa (haastattelu kokonaisuudessaan liite 1) luotiin SWOT-analyysi, joka on hyvin yleinen yritystoiminnan analysointimenetelmä. Se on hyvä tapa hahmottaa yrityksen toimintaympäristöä ja työpaikalla tapahtuvaa oppimista kokonaisuutena. Tässä SWOT-analyysi on tehty, jotta voidaan hahmottaa autopesula alaa yleisesti ja ymmärtää, mitä kaikkea siihen kohdistuu, etenkin kun kyseessä on harvinaisempi ala työskennellä. (Opetushallitus 2018.)

SWOT-tulee englannin kielisistä sanoista: strength (vahvuus), weakness (heikkous), opportunity (mahdollisuus) ja threat (uhka). Nämä voidaan jaotella sisäisiin ja ulkoisiin tekijöihin. Sisäisiä ovat vahvuudet sekä heikkoudet ja ulkoisia uhat sekä mahdollisuudet. (Opetushallitus 2018.)

<p><u>Vahvuudet:</u> Hyvä henkilöstö Pesuloiden sijainnit Hinnoittelu 24/7 aukiolo Kasvollisuus (henkilöstön paikallaolo)</p>	<p><u>Heikkoudet:</u> Pesulaverkoston riittämättömyys (vain 3 paikkaa) Henkilöriski (vain 1 henkilö hallitsee osa-alueen) Toimialan vanhoillisuus (asiakkaiden pinttyneet mielikuvat; rahaa ei käytetä autopesuun) Kone maahantuoja on vähän Kaupunkien haluttomuus edesauttaa liiketoimintaa->tarjota tontteja</p>
<p><u>Mahdollisuudet:</u> Saada aikaan uutta ja erilaista pääkaupunkiseudulla Liiketoiminta on lähtenyt hyvin käyntiin -> laajentuminen Pääkaupunkiseudulla vielä huikea käyttämätön potentiaali Pesut poistuvat huoltoasemilta pikkuhiljaa Kaupungistuminen/muuttoliike -> käyttäjäkunta laajenee Autojen pihapesun totaalkieltäminen Kierrätysjärjestelmän pakollisuus. Iso investointi mikäli sitä ei ole. ”Netflix ilmiön” yleistymisen: ostetaan kuukausihinnoiteltuja palveluita.</p>	<p><u>Uhat:</u> Pieni toimija, mikäli esim. iso osuusliike haluaa lähteä alalle, niin heillä on rahaa sekä tontteja Halpuuttaminen, mikäli kilpailijat laskevat hintoja Maahantuojaisten monopoliasema: voivat hinnoitella kuten haluavat Yleinen hintojen nousu (vesi, sähkö, kaukolämpö), miten voidaan reagoida ja vyöryttää hintojen nousu asiakkaille Mahdolliset tietullit/ruuhkamaksut -> vaikuttaa autoilijoihin negatiivisesti Mahdollinen tiukka autopesualan säättely Ilmastonmuutos</p>

Taulukko 1: Yrityksen SWOT-analyysi

Taulukossa 1 nähtävä SWOT-analyysi täydentää hyvin kokonaisuutta koskien autopesula-alaa yleisesti. Vahvuudet löydettiin henkilökunnasta, sijainnista, hinnoittelusta ja aukioloajoista. Heikkouksina sen sijaan voidaan ajatella pesulaverkoston riittämättömyyttä, sillä yrityksellä on tällä hetkellä vain kolme toimipistettä. Samoin heikkouksissa tulee esille alan harvinaisuus, näin ollen kone maahantuoja on vain vähän, josta syystä heillä on yhdenlainen monopoliasema. Maahantuoja pystyvät hinnoittelemaan oman mielen mukaan. Samoin kaupunkien haluttomuus edesauttaa liiketoimintaa nähtiin heikkoutena.

Ulkoisista tekijöistä mahdollisuuksista monet pohjautuvat nimenomaan alan harvinaisuuteen ja harvinaisuus luo näitä. Mahdollisuuksissa esille nousivat pääkaupunkiseudun potentiaalisuus käyttäjistä ja laajentuminen. Samoin mahdollisuutena nähtiin yhdenlaisen ”Netflix ilmiön” lisääntyminen eli halutaan ostaa kuukausihinnoiteltuja palveluita, jolloin esimerkiksi kulut pysytään laskemaan hyvin tarkasti. Uhkina nähtiin mahdollisia yleisiä hintojen nousuja kuten veden, sähkön tai kaukolämmön, sillä tällöin hintojen nousu näkyisi myös palveluiden hinnoittelussa. Vaikka yrityksellä on melko edulliset hinnat, niin uhkina nähtiin kilpailijoiden hintojen halpuuttaminen. Kyseessä on pieni toimia, eli mikäli jokin iso osuuskauppa lähtisi alalle, niin heillä olisi resursseja esimerkiksi rahallisesti huomattavasti enemmän.

3 Perehdyttäminen perustana laadukkaaseen palveluun

Tässä osiossa käydään läpi perehdyttämistä, mitä itse perehdyttäminen tarkoittaa, mitä se yleisesti pitää sisällään ja minkälaisia haasteita siihen kohdistuu. Osiossa syvennytään siihen kuinka tulokkaan eli uuden työntekijän perehdyttäminen saadaan kasattua onnistuneeksi kokonaisuudeksi. Kauhanen (2009, 152) mainitsee, että perehdyttämisen lopullisena tavoitteena tulee olla laadukas tuote tai palvelu. Teoriaan on näin ollen tuotu esiin laadukas palvelu, jotta ymmärretään ylipäätään mitä kohti perehdytyksessä tulee suunnata ja mitä laadukas palvelu itsessään tarkoittaa.

3.1 Perehdyttäminen

Perehdyttämisprosessi on tärkeässä roolissa yrityksessä ja siihen on hyvä käyttää aikaa sekä resursseja ja suunnitella sen toteutusta. Henkilö, joka hallitsee työnsä ja on siihen sitoutunut, haluaa kantaa vastuuta ja epäselvissä tilanteissa kysyy, kertaa ja ottaa selvää asioista. Perehdyttämisen tärkeys on usein tiedossa yrityksissä, mutta se on silti yksi laiminlyödyimmistä toimita. (Työturvallisuuskeskus 2018; Kjelin & Kuusisto 2003, 9.)

Perehdyttäminen on suunniteltua tulokkaan vastaanottoa ja organisaatioon tutustuttamista. Hyvä ja kattava perehdyttäminen sekä työhönopastus antavat uudelle työntekijälle valmiudet työskennellä oikein ja turvallisesti. (Kjelin & Kuusisto 2003, 9.) Tätä tukee myös Suomen laki, joka velvoittaa työnantajaa huolehtimaan riittävästä perehdyttämisestä (Finlex 2018).

Aikaisemmin on puhuttu erikseen työhön opastamisesta ja alku- ja yleisperehdyttämisestä. Nykyisin Kupiaksen ja Peltolan (2009, 13) mukaan perehdyttäminen on kuitenkin laajentunut kattamaan niin työhönopastuksen kuin alku- ja yleisperehdyttämisen. Tämä on tapahtunut pitkälti siksi, että organisaatiot ja työtehtävät ovat muuttuneet monimutkaisemmiksi ja työntekijöiden on hyvä hahmottaa, miksi kyseinen yritys on olemassa ja kuinka se toimii. Toisin sanoen perehdyttäminen on tulokkaan tutustuttamista organisaatioon, työnkuvaan ja toimintaperiaatteisiin. (Kupias & Peltola 2009, 13.)

Kjelin ja Kuusisto (2003, 14) mainitsevat perehdyttämisen olevan prosessi joka alkaa aivan ensimmäisistä kontakteista, joita uuden tulokkaan ja yrityksen välillä tapahtuu. Perehdytyksen voidaan näin ollen sanoa alkavan jo ennen rekrytointia. Perehdyttäminen on laaja ja moniulotteinen prosessi. Perehdyttämällä tarkoitetaan kaikkia niitä toimia, joilla tuetaan uutta tulokasta työn alussa. (Kjelin & Kuusisto 2003, 14.)

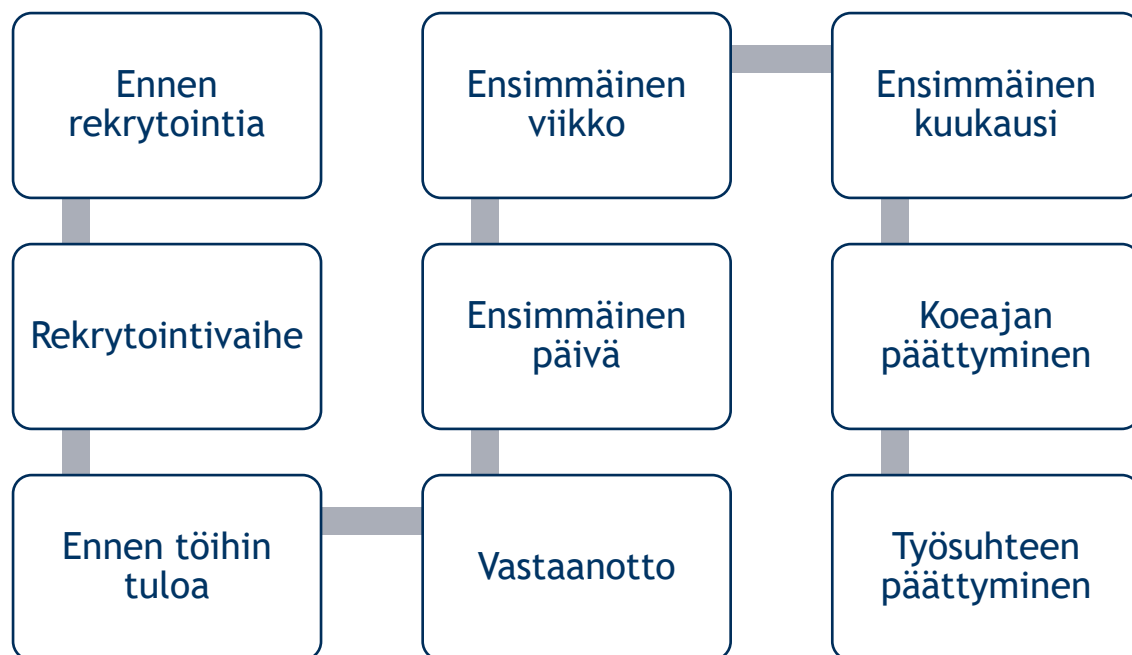
Kupias ja Peltola pitävät perehdyttämisenä kaikkia niitä toimenpiteitä, joiden avulla uuden työntekijän kokonaisvaltaista osaamista, työympäristöä ja työyhteisöä kehitetään niin, että hän pääsee mahdollisimman hyvin alkuun uudessa työssään ja pystyy mahdollisimman nopeasti selviytymään työstään tarvittavan itsenäisesti. Perehdyttämisprosessin voi jakaa eri vaiheisiin. Jo ennen rekrytointia aletaan miettimään hankinta tarvetta uudelle työntekijälle. Tässä vaiheessa asetetaan vaatimukset uudelle tulokkaalle ja tarvittava osaaminen. Rekrytointivaihe on prosessissa tärkeässä roolissa, sillä siinä hakijoille kerrotaan työtehtävät ja vaatimukset organisaatiossa. Kun uusi tulokas on valittu, alkaa perehdyttämisen suunnittelu ja painopisteet valikoituvat uuden tulokkaan mukaan. (Kupias & Peltola 2009, 102 - 103.)

Uuden työntekijän vastaanottoon kannattaa panostaa. Hyvä ensivaikutelma työyhteisöstä kantaa pitkälle; huonoa vastaanottoa on hankala lähteä jälkikäteen paikkaamaan. Ensimmäisinä päivinä hoidetaan alta pois kiireisimmät käytännön asiat. Näihin lukeutuvat muun muassa: avaimet, työvaatteet ja muut aloittamista helpottavat käytännöt. Ensimmäisen viikon aikana tähdätään siihen, että tulokas pääsee kiinni työhön. Tässä on tärkeää, että tulokas saa hahmotettua kokonaiskuvaa ja pääsee tutustumaan työyhteisöön. Ensimmäisen viikon aikana on hyvä saada ymmärrystä tulokkaan kokemuksista ja osaamisen tasosta, jotta voidaan luoda hänen näköisestä perehdyttämisprosessi. Ensimmäisen kuukauden aikana tavoitteena on, että tulokas pääsee kiinni tuottavaan työhön ja sisälle toimintakulttuuriin joka työyhteisössä vallitsee. (Kupias & Peltola 2009, 106 - 107.)

Koeaika on maksimissaan kuusi kuukautta. Kehittymisprosessi, joka perehdyttämiseen liittyy, on mahdollisesti lyhempi. Prosessin tavoitteena on, että tulokas pääsee mahdollisimman hyvin alkuun uudessa työssään, hänet on otettu työyhteisöön jäseneksi ja ennen kaikkea että hän tuntee olevansa osa organisaatiota. Perehdyttäminen jatkuu mahdollisesti tarpeen ja suunnitelman mukaan. (Kupias & Peltola 2009, 109.)

Perehdyttäminen voi myös päättyä niin, että tulokas jättää yrityksen. Irtisanomisperusteesta tai koeajasta johtuen lähtö voi olla hyvinkin nopea. Lähtö voi olla myös etukäteen tiedossa

oleva asia, esimerkiksi kesätyöntekijöiden tai määräaikaisesta työsuhteesta johtuen. Alla nähdään vielä kuvassa 2 koottuna perehdyttämisen prosessin eri vaiheet. (Kupias & Peltola 2009, 109.)



Kuva 2: Perehdyttämisen prosessin vaiheet (Kupias & Peltola 2009, 102)

Kankaan ja Hämäläisen (2010, 2) mukaan perehdyttäminen pitää sisällään kaikkia niitä toimenpiteitä, joissa uusi työntekijä: oppii tuntemaan työpaikkansa toiminta-ajatuksen sekä liiketoiminnan, tulee tutuksi työpaikan muiden työntekijöiden kanssa sekä sisäistää työhönsä kohdistuvat odotukset ja vastuun. Kangas ja Hämäläinen (2010, 2) pitävät äärimmäisen tärkeänä sitä, että uusi tulokas saa yleiskuvan yrityksestä, toiminnan tarkoituksesta, arvoista ja toimintatavoista. Uuden tulokkaan on hyvä hahmottaa yrityksen omistussuhteen pääpiirteittäin, tutustua koko työyhteisöön ja asiakaskuntaan (Kangas & Hämäläinen 2011, 2).

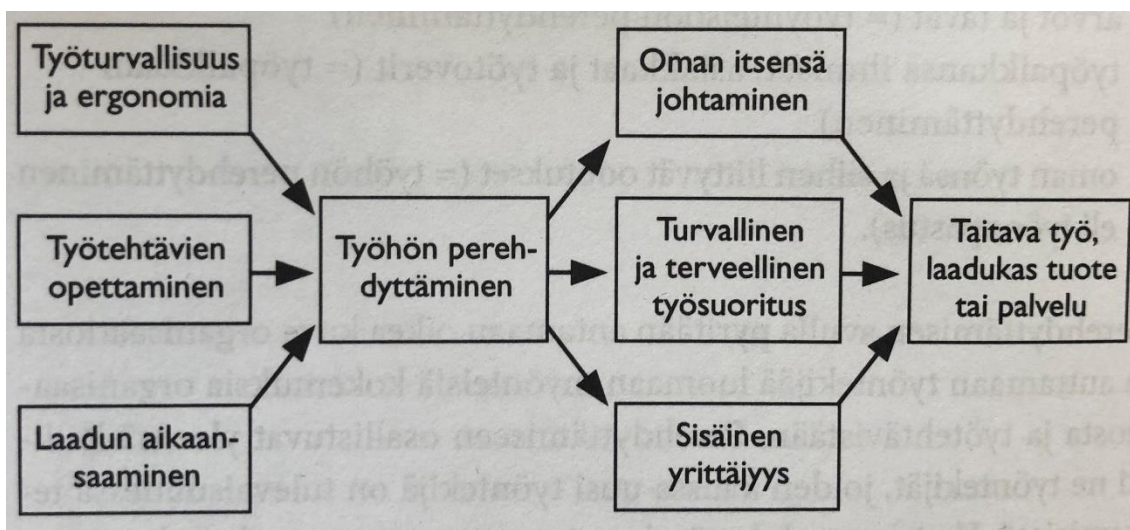
Uuden työntekijän perehdyttäminen sitoo valtavasti sekä aikaa että resursseja. Jokaisen yrityksen on kuitenkin hyvä tiedostaa perehdyttämisen tärkeys, ja varsinkin usein se onkin tiedossa ja sitä suunnitellaan ja kehitetään. (Kupias & Peltola 2009, 9.) Kuten aikaisemmin mainittiin, työnantajalla on vastuu toteuttaa perehdyttäminen kattavasti, mutta vastuu on myös itse työntekijällä sekä muilla työyhteisön jäsenillä että nimetyllä perehdyttäjällä. Itse työntekijän vastuulla on sisäistää hänen työhönsä kohdistuvat odotukset ja työtehtävänsä. (Kupias & Peltola 2009, 2.)

Perehdyttämistä helpottavat erilaiset perehdyttämissuunnitelmat, -oppaat ja -kansiot. Ne tukevat perehdyttämisprosessia ja tulokas voi mahdollisesti perehtyä asioihin etukäteen tai myöhemmin kerrata omatoimisesti aineiston avulla asioita. Ne toimivat myös rakenteellisena tukena prosessille. (Kangas & Hämäläinen 2010, 6.)

Perehdyttäminen yksinomaan käsitteenä tuntuu hyvin yksinkertaiselta. Hyvä perehdyttäminen pitää sisällään kuitenkin merkittävän paljon eri asioita. Se helpottaa työssä aloittamista ja pitää sisällään uuden työntekijän osaamisen kehittämistä, opastusta työtehtävään, työympäristöön ja koko organisaatioon. (Kupias & Peltola 2009, 19.)

3.1.1 Laadukkaan perehdyttämisen hyödyt

Kun perehdyttäminen hoidetaan hyvin ja laadukkaasti, se takaa tulokkaalle parhaan mahdollisen pohjan tottua nopeasti organisaation tapoihin ja työyhteisöön. Yleisesti voidaan sanoa, että isommissa yrityksissä jopa vasta vuoden päästä voidaan olettaa, että henkilö pystyy antamaan täyden työpanoksen omassa tehtävässään. Pienemmissä yrityksissä tämä voi tapahtua nopeastikin. Perehdyttämisessä pyritään tavoittelemaan työn hallintaa ja laadukasta palvelua tai tuotetta. Se ei ole pelkästään työhön opastamista, vaan siinä on kannustettava omatoimisuuteen ja yrittäjähengen. Kuvassa 3 nähdään kaavio työhön perehdyttämisen kokonaisuudesta. Alkuun on äärimmäisen tärkeää tiedostaa työturvallisuus, saada ymmärrystä työtehtävistä ja kuinka laatua saadaan aikaan. Tämän jälkeen alkaa itse työhön perehdyttäminen. Kun työ hallitaan riittävästi, voidaan kannustaa työntekijää omatoimisuuteen ja itsensä johtamiseen; nämä takaavat myös työssä kehittymistä. Kokonaisuuden päämääränä on laadukas tuote tai palvelu. (Kauhanen 2009, 152.)



Kuva 3: Työhön perehdyttämisen kokonaisuus (Kauhanen 2009, 152)

Moisalo (2010, 103-105) kiteyttää myös hyvin, mistä onnistunut perehdyttäminen koostuu. Tärkeässä roolissa on perehdyttäjä. Valinnassa kannattaa huomioida se, ettei paras työntekijä

ole välttämättä paras perehdyttäjä. Perehdyttäminen on vuorovaikutustilanne, jossa siirretään tulokkaalle osaamista ja organisaatiokulttuurin tapoja. Perehdyttämisjärjestelmän on oltava kunnossa ja sitä on kehitettävä tarpeen vaatiessa.

Työkavereiden on tärkeää olla mukana varhaisessa vaiheessa. Tulokas on hyvä tutustuttaa työtovereihin ja työympäristöön heti alussa. Kuitenkin pitäen huolen siitä, että perehdyttämisvastuu ei lipsahda työtovereille, sillä heillä saattaa olla toimintatapoja, jotka eivät välttämättä ole hyvän käytännön mukaisia. (Moisalo 2010, 103 - 105.)

Ensimmäisenä päivänä perehdytettävälle on hyvä järjestää mielekästä tekemistä. Tulokasta ei pidä jättää yksin huoneeseen lukemaan vanhoja henkilöstömappeja tai kansioita. Ensimmäisenä päivänä on hyvä varata riittävästi aikaa tulokkaan vastaanottoon. Alun hetket ovat äärimmäisen ratkaisevia. (Moisalo 2010, 103 - 105.)

Oman esimiehen on hyvä seurata perehdyttämistä. Palautteen keruu prosessiin osallistuneilta on tärkeää. Tämä luo prosessin kehittämismahdollisuuksia ja onnistumisia. (Moisalo 2010, 103 - 105.)

Laadukas ja hyvin hoidettu perehdyttäminen on perusta luoda työpaikalle motivoituneita ja sitoutuneita työntekijöitä ja pohja hyvälle yhteistyöhengelle. Laadukkaasti hoidetulla perehdyttämisellä vältetään helposti ylimääräisten kustannusten syntymistä. Näitä kustannuksia voivat olla tapaturmat, poissaolojen lisääntyminen, erilaiset sekaannukset, virheet ja niistä aiheutuneiden reklamaatioiden ja ongelmien selvittäminen. Vajaa perehdyttäminen voi myös johtaa asiakassuhteiden katkeamiseen, joka voi aiheutua tietämättömyydestä tai osaamattomuudesta. (Kangas & Hämääläinen 2010, 5.)

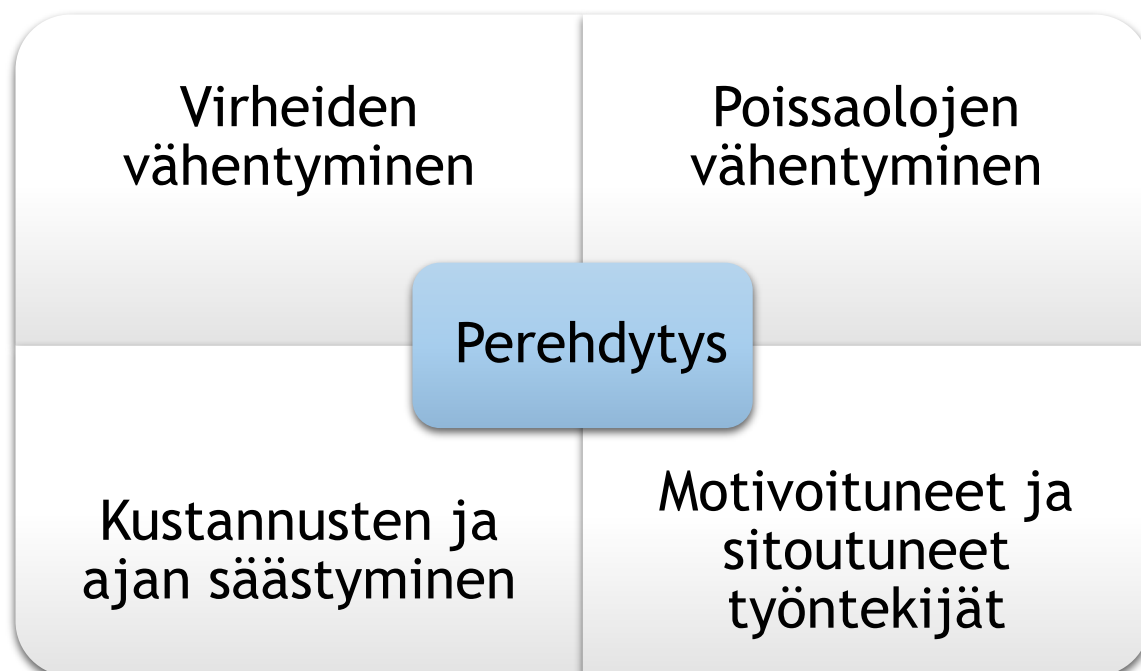
Kupias ja Peltola (2009, 113) kuvaavat hyvän perehdyttämisen tunnuspiirteiden koostuvan hyvästä vuorovaikutuksesta ja palautteen saamisesta sekä antamisesta. Siitä, että tulokkaat ovat todella oppineet ja pystyvät työskentelemään itsenäisesti jatkossa. Hyvä perehdyttäminen tehostaa myös koko työyhteisön toimintaa. Seuraavalla sivulla kuvassa 4 nähdään hyvän perehdyttämisen tunnuspiirteet kiteytettynä. (Kupias & Peltola 2009, 112 - 113.)



Kuva 4: Hyvän perehdyttämisen tunnuspiirteitä (Kupias & Peltola 2009, 113)

Kjelin ja Kuusisto (2003, 20) mainitsevat perehdyttämisen vaikuttavan myös yrityksen menestykseen. Laadukkaalla perehdyttämisellä voidaan saada aikaa jopa kilpailuetua. Etenkin toistuvat virheet tai suuremmat ongelmat vaikuttavat väistämättä asiakastyytyväisyyteen laskevasti ja pahimmillaan koko asiakassuhteen katkeamiseen. Uusi jäsenhankinta on aina kalliimpaa organisaatiolle kuin jo olemassa olevien asiakassuhteiden ylläpito. (Kjelin & Kuusisto 2003, 20.) Perehdyttäminen ja oikeanlainen työhönopastus ovat valtavan hyvää ennakoivaa toimintaa (Työturvallisuuskeskus 2018).

Laadukkaasta perehdyttämisestä hyötyy moni; niin itse työntekijä, työnantaja kuin koko työyhteisö. Puutteellisesti hoidettuun perehdytykseen ei löydy minkäänlaista järkevää selitystä. Kun perehdytys hoidetaan hyvin, se ottaa huomioon uuden työntekijän osaamisen tason ja pyrkii hyödyntämään sitä jo perehdyttämisprosessin aikana. Seuraavalla sivulla kuvassa 5 nähdään laadittuna yhteenveto laadukkaasta perehdyttämisen hyödyistä työnantajalle. Laadukkaasta perehdyttämisen hyöty itse työnantajalle on suuri. Näin voidaan välttyä virheiltä, vähennetään poissaoloja, säästetään aikaa ja kustannuksia ja ennen kaikkea saadaan työpaikalla motivoituneita ja sitoutuneita työntekijöitä.



Kuva 5: Laadukkaan perehdyttämisen hyödyt työnantajalle

Hyvä perehdyttäminen on suunnitelmallista ja kokonaisuutena eheä. Tärkeää on, että jokainen työyhteisön jäsen on omalta osaltaan vastuussa uuden tulokkaan vastaanottamisesta. Näin he ovat heti alusta asti mukana tutustumassa tulokkaaseen ja luomassa vastaanottoa. Perehdyttämistä on tärkeää suunnitella ja kehittää. On tärkeää ottaa huomioon tavoiteltu toimintakonsepti, nykytilanne ja käytettävissä olevat resurssit. (Kupias & Peltola 2009, 81, 87.)

Laadukkaalla perehdyttämisellä on vaikutus itse yrityskuvaan. Yrityskuvalla tarkoitetaan sitä mielikuvaa, minkä henkilö yrityksestä luo. Ihmisten omat kokemukset ja toisilta kuullut mielipiteet ja arvostelut vaikuttavat tähän luotuun kuvaan yrityksestä. Näin ollen niin vanhat että uudet työntekijät kertovat mielikuvansa ulkopuolisille ja se vaikuttaa heidän luomaan yrityskuvaan ja esimerkiksi halukkuuteen hakea töihin kyseiseen yritykseen. Niin laadukkaasti että huonosti hoidetulla perehdytyksellä voidaan vaikuttaa myös tähän yrityskuvan luomiseen. (Kangas & Hämäläinen 2010.)

Kokonaishyötyjä perehdyttämisestä on vaikea lähteä tarkkaan laskemaan tai arvioimaan, sillä se on varsin vaativaa. Työhön perehdyttäminen on kuitenkin äärimmäisen tärkeässä ja keskeisessä roolissa yrityksessä. Laadukkaasta perehdytyksestä syntyvää työmotivaatiota, työssä viihtymistä ja asioiden omaksumisesta syntyviä säästöjä voidaan kuitenkin tarkastella ja arvioida. (Kauhanen 2010, 153.)

3.1.2 Perehdyttäjän rooli

Esimies on aina loppujen lopuksi se, joka on vastuussa perehdyttämisen toteuttamisesta. Asiaa voidaan kuitenkin helpottaa nimetyillä perehdyttäjillä. Nimetyt perehdyttäjät koordinoivat perehdyttämisen kokonaiskuvaa ja huolehtivat, että uusi tulokas saa riittävän perehdytyksen eri saroilta. Usein perehdyttäminen toteutetaan muiden toimien ohella. Toisinaan perehdyttäjä irtaantuu kokonaan omasta työstään keskittyäkseen perehdyttämään uutta tulokasta. Useimmiten perehdytykseen osallistuvat jollakin tapaa kaikki ne työntekijät, jotka ovat uuden tulokkaan kanssa tulevaisuudessa tekemisissä, mutta vastuu perehdytyksen toteuttamisesta on yksiselitteisesti esimiehellä. (Kupias & Peltola 2009, 82 - 83; Kauhanen 2009, 151.)

Perusedellytys hyvälle perehdyttäjälle on oikeanlainen ammattitaito, motivaatio ja myönteinen asenne sekä itse työtä että uusia tulokkaita kohtaan. Pää tavoitteena perehdyttämiselle on uuden tulokkaan tietojen ja taitojen kehittäminen työhön liittyen. Hyvä perehdyttäjä tukee toimillaan tulokkaan oppimista, osaamista ja omaa hyvät ohjaajan taidot. Perehdyttäjällä olisi hyvä olla tietoa ja ymmärrystä oppimisesta, jotta hän pystyy omalta osaltaan parhaiten tukea perehdyttäjän osaamista. (Kupias & Peltola 2009, 111 - 112.)

Perehdyttäjän valinnassa kannattaa olla huolellinen. Välttämättä aina pisimpään töissä ollut tai paras työntekijä ei ole automaattisesti paras perehdyttäjä. Kuten yllä mainittiin, perehdyttäjältä vaaditaan tietynlaista motivaatiota ja innostuneisuutta. Perehdyttäjällä täytyy olla kykyjä ja mahdollisuuksia perehdyttämisen toteuttamiseen. (Kupias & Peltola 2009, 83.)

Hyvä ja laadukas perehdyttäminen vaatii suunnittelua, eikä se koskaan tapahdu itsestään. Itse perehdyttämistä ja koko prosessia on hyvä kehittää aika ajoin. Perehdyttämisestä vastuussa olevat henkilöt ovat usein olennaisena osana kehittämässä prosessia. (Kupias & Peltola 2009, 83.)

3.1.3 Perehdyttämisen sisältö ja suunnittelu

Perehdyttämisen on oltava systemaattista ja tarkoituksenmukaista, jotta kaikki perehdytyksen osa-alueet tulevat suoritettua. Perehdyttäminen on hyvä nähdä sijoituksena tulevaan, vaikka se viekin aikaa ja resursseja. Laadukas perehdytys luo parhaimmillaan huipputekijöitä. Sille on hyvä määrittää selkeät tavoitteet; tavoitteet voivat olla jokaiselle työntekijälle samat, mutta niihin pääsemistä kannattaa miettiä yksilöllisesti jokaisen tulokkaan kohdalla. Yleisellä tasolla tavoitteena perehdyttämiselle on sujuva työn hallinta ja laadukas palvelu tai tuote. (Moisalo 2011, 323; Kangas & Hämäläinen 2010, 9; Kauhanen 2009, 152.)

Uudelle työntekijälle poikkeuksetta kaikki on uutta. Perusrunko perehdyttämiselle voidaan pitää samana, mutta sitä on voitava soveltaa ja muuttaa tilanteen niin vaatiessa. Tulokas oppii useimmiten työhönsä liittyvät perusasiat varsin nopeasti, mutta itse työn oppimiseen voi kulua viikkoja ellei jopa kuukausia. (Kangas & Hämäläinen 2010, 2.)

Vaikka perehdyttämistä kuvataan prosessina, ei pidä ajatella, että se kulkee aina täysin saman kaavan mukaan. Tilanteet sekä työntekijät muuttuvat ja pitää pystyä elämään muuttuvien tilanteiden ehdoilla. Päämäärä on saavuttaa jokaisessa prosessissa tarkoitettu tulos. Alussa on hyvä huomioida uuden tulokkaan taustaa esimerkiksi työkokemus ja osaaminen alalla, koulutustausta, odotukset työltä, kehityskohteet ja motivaatio. Näiden pohjalta voidaan lähteä toteuttamaan perehdyttämisprosessia. (Moisalo 2011, 324.)

Jotta tulokas saa parhaan mahdollisen vastaanoton, on hänen tuloon hyvä valmistautua etukäteen. On hyvä tiedottaa työyhteisölle uudesta saapuvasta työntekijästä, jotta jokainen tietää kuka tulee ja milloin sekä mihin tehtävään. Perehdyttäjän kannattaa varata aikaa jo etukäteen tulokkaan saapumiseen ja koota valmiiksi tarvittavia työohjeita, työvaatteita ja muuta aineistoa. Hyvän ensivaikutelman luominen on tärkeä perusta toimivalle yhteistyölle, tällöin uusi tulokas uskaltaa helpommin keskustella, kysyä ja tarttua työstä toimeen. (Kangas & Härmäläinen, 9.)

Perehdyttämisen alussa on hyvä käydä perusrakenne ja toiminta läpi, jotta tulokas pääsee mahdollisimman hyvin alkuun työssään ja pystyy myös omatoimiseen toimintaan. Perusrakenteella ja toiminnoilla tarkoitetaan pitkälti rakennusten sijaintia ja missä osassa mikäkin toiminto tapahtuu ja työturvallisuutta. Alussa on hyvä antaa tulokkaalle avainhenkilöiden yhteystiedot mahdollisten ongelmantilanteiden varalta. (Moisalo 2011, 323.)

On vaikeaa lähteä suoraan määrittelemään, mikä on riittävää perehdyttämistä, mitkä ovat parhaat mahdolliset toimintatavat tai milloin työntekijä on valmis työskentelemään täysin itsenäisesti. Nämä edellä mainitut asiat ovat seikkoja, jotka yrityksen täytyy itse määrittää perehdytystä suunniteltaessa ja ne ovat asioita, jotka saattavat vaihdella tulokas kohtaisesti. Suunnitteleminen vaatii sitä, että yrityksessä on mietitty etukäteen kehittymisen tavoitteet. Suunnittelussa on äärimmäisen tärkeää ottaa huomioon tavoiteltu toimintakonsepti, nykytilanne ja käytettävissä olevat resurssit. (Kupias & Peltola 2009, 86-87.)

Osaamiskartoitukset ovat oivallinen keino hahmottaa tulokkaan osaamisen tasoa. Kuten aiemmin mainittiin, perehdyttämisessä on hyvä huomioida tulokkaan aiempi osaaminen, jotta tiedetään ylipäätensä, mitä tulevalle työntekijälle täytyy opettaa. Osaamiskartoituksessa päästään siis syvemmälle tulokkaan osaamisesta ja näin pystytään keskittymään juuri niihin seikkoihin, joissa tulokkaalla saattaa olla puutteita. Tässä säästetään paljon myös aikaresursseja, kun saadaan yleiskuvaa uuden tulokkaan osaamisesta. Osaamiskartoitus pitää sisällään kuusi eri osa-aluetta: tehtäväkohtainen osaaminen, tiimi- tai työyhteisöosaaminen, organisaatioosaaminen, toimialaosaaminen, työsuhteosaaminen ja yleis- tai perusosaamisen. (Kupias & Peltola 2009, 90.)

Tulokkaan sopeutuminen työyhteisöön riippuu tietysti myös pitkälti hänestä itsestään. Yleisesti sanotaan, että sosiaalisesti joustava henkilö sopeutuu melkeinpä mihin vain työympäristöön. Yhtälailla kuitenkin sisäänpäin kääntyneempi voi olla loistava tiimipelaaja. Yleinen edellytys kuitenkin on se, että henkilö suhtautuu myönteisesti toisten kanssa olemiseen ja saa tästä myönteistä energiaa. Tulokkaan lähtökohdat ja jopa persoonallisuus on hyvä huomioida perehdytysprosessia suunniteltaessa. (Sundvik 2006, 152.)

3.1.4 Lainsäädäntö perehdyttämisen tukena

Kuten jo aiemmin tuli esille, Suomen Laki velvoittaa työnantajaa toteuttamaan riittävän perehdytyksen uudelle työntekijälle. Laki toimii pohjana ja rajoina perehdyttämisen toteuttamiselle. Etenkin työsopimuslaki, työturvallisuuslaki ja laki yhteistoiminnasta yrityksissä koskevat ja käsittelevät perehdyttämistä. Näissä on mainittu suoria määräyksiä ja viittauksia liittyen perehdytykseen. Työnantajia velvoitaviin säädöksiin kuuluvat perehdytyksen ja kouluttamiseen liittyvät seikat. (Kupias & Peltola 2009, 20.)

Työsopimuslaki veloittaa työnantajaa pyrkimään edistämään työntekijän mahdollisuuksia kehittyä tyourallaan kykyjensä mukaan. Työsopimuslaki vaatii työnantajaa huolehtimaan, että työntekijät voivat suoriutua työstään myös yrityksen toimintaa, tehtävää työtä tai työmenetelmiä muutettaessa tai kehitettäessä. (Kupias & Peltola 2009, 21.)

Työturvallisuuslaki veloittaa työolosuhteiden oltava turvallisia työntekijöille. Työnantajan on huolehdittava siitä, että olosuhteet työntekoon ovat turvallisia, eivätkä vaaranna työntekijöiden terveyttä. Työntekijää on opastettava ja ohjeistettava tarpeeksi työpaikan haitta- ja vaaratekijöistä. Opastuksen määrä ja laatu riippuvat pitkälti työntekijän aikaisemmasta kokemuksesta, koulutuksesta ja ammatillisesta osaamisesta. Työturvallisuus ei pidä sisällään vain opastusta, kuinka käyttää esimerkiksi eri työvälineitä, se pitää myös sisällään asiakkaiden kanssa mahdollisesti tuleviin konflikteihin. Asiakkaat saattavat uhkailla oikeuksillaan tai käyttäytyä aggressiivisesti. Kyseessä ei myöskään ole pelkästään fyysinen turvallisuus, vaan myös psyykkinen. Suurin uhka psyykkiselle turvallisuudelle on työpaikkakiusaaminen, ja työnantaja on veloitettu estämään tällaisen tapahtuminen. (Kupias & Peltola 2009, 24-25.)

Edellä mainittuja työsopimuslakia ja työturvallisuuslakia täydentävät vielä tasa-arvolaki ja yhdenvertaisuuslaki. Nämä velvoittavat työnantajaa edistämään työpaikalla tasa-arvoa ja kieltävät syrjinnän työelämässä esimerkiksi iän, etnisen alkuperän, kansallisuuden, kielen, uskonnon, vakaumuksen, mielipiteen, terveydentilan, vammaisuuden, sukupuolisen suuntautumisen tai muun henkilöön liittyvän seikan takia. (Kupias & Peltola 2009, 25.)

3.2 Laadukas palvelu

Kauhanen mainitsee (2009, 152), että perehdyttämisen lopputuloksena on laadukas tuote tai palvelu. Grönroosin mukaan (2000, 34) etenkin länsimaissa eletään palvelutaloudessa ja se tarkoittaa sitä, että yli puolet maan bruttokansantuotteesta tuotetaan palvelualoilla. Kilpailu palveluyritysten välillä on nykypäivänä tiukkaa, eikä asiakkaille riitä enää tavallinen tarjonta ja ideat. Palvelutalous kasvaa jatkuvasti ja suurimpia syitä tähän ovat: vapaa-ajan lisääntyminen, odotettavissa olevan eliniän kasvu, tuotteiden monimutkaistuminen, elämän monimutkaistuminen, huoli ekologiasta ja resurssien niukkuudesta kasvaa ja uusien tuotteiden määrän kasvu. (Grönroos 2000, 34.)

Palvelun laatua ei ole helppo määrittää toisin kuin esimerkiksi tuotteen. Tuotteen laatu määrittyy pitkälti teknisistä ominaisuuksista. Grönroos (2000, 62) mainitsee tekstissään ”... laatu on mitä tahansa, mitä asiakkaat sanovat sen olevan, ja tietyn tuotteen tai palvelun laatu on mitä tahansa, miksi asiakas sen kokee”. Palvelun laadun määrittää siis yksiselitteisesti asiakas (Grönroos 2000, 62).

Näin ollen, jotta voidaan tarjota laadukasta palvelua, on ymmärrettävä mitä asiakas haluaa ja odottaa palveluntarjoajalta. On tärkeää luoda asiointi asiakkaan kannalta vaivattomaksi. Mikäli palveluntarjoaja haluaa, että asiakas tulee toistamiseenkin, täytyy jokainen kohtaaminen asiakkaan kanssa hoitaa menestyksekkäästi. Mikäli asiakkaille ei tarjota, mitä hän haluaa tai tarvitsee tulee yritys mahdollisesti menettämään nämä kyseiset asiakkaat. (Bell & Zemke 2006, 8; Rowson 2009, 5.)

Palvelut ovat aineettomia ja subjektiivisesti koettuja prosesseja. Näissä prosesseissa tuotanto- ja kulutustoimenpiteet tapahtuvat samaan aikaan. Vuorovaikutustilanteet, jotka asiakkaan ja palveluntarjoajan välille syntyvät, vaikuttavat olennaisesti koettuun palveluun. (Grönroos 2000 63.)

Voidaan sanoa, että palvelun laadulla, asiakkaan kokemana, on kaksi eri ulottuvuutta: tekninen eli lopputulosulottuvuus ja toiminnallinen eli prosessiulottuvuus. Esimerkkinä tästä voi olla hotellivieras, joka saa huoneen ja sängyn; tämä usein yrityksen näkökulmasta koetaan kokonaisuudessaan palvelun laaduksi, mutta tässä on kyse vain teknisestä laadusta. Se, kuinka palvelu asiakkaalle tarjotaan, vaikuttaa yhtälailla koettuun palvelun laatuun. Eli se kuinka asiakas kokee palvelun ja samanaikaisen tuotanto- ja kulutusprosessin vaikuttavat ja tässä on kyse toiminnallisesta eli prosessiulottuvuudesta. (Grönroos 2009, 100 - 103.)

Asiakaspalvelu itsessään tarkoittaa vuorovaikutusta asiakkaan kanssa liittyen tuotteeseen tai palveluun; asiakaspalvelu on inhimillistä vuorovaikutusta. Asiakaslähtöisessä palvelussa ei ole väliä, onko kyseessä tuote vai palvelu, tärkeintä on tuoda esille lisäarvo ja hyöty jonka asiakas saa yhteistyöstä. Asiakaspalvelulla on suuri merkitys laadukkaan palvelun tuottamiseen.

Asiakaspalvelussa työskentelevien henkilöiden täytyy olla työstään kiinnostuneita ja motivoituneita. Asiakaspalvelutilanteet ovat muuttuvia, mikä tekeekin niistä mielenkiintoisia. (Kannisto & Kannisto 2008, 6 - 7.)

Asiakaspalvelijoita ovat kaikki yrityksen henkilöt, jotka työskentelevät asiakasrajapinnassa, eli kaikki, jotka ovat asiakkaaseen yhteydessä suoraan tai välillisesti (Kannisto & Kannisto 2008, 6 - 7). Asiakas on henkilö, joka ostaa palveluita tai tuotteita palveluntarjoajalta. Usein puhutaan, että asiakkaana on yritys, mutta loppupeleissä sielläkin ostopäätöksen tekee henkilö tai joukko henkilöitä. (Selin & Selin 15.)

Laadukkaaseen asiakaspalveluun kannattaa panostaa ja se on myös seikka, jota kilpailijat eivät pysty yritykseltä viemään. Asiakaspalvelutilanteissa on äärimmäisen tärkeää lunastaa annetut asiakaslupaukset. Rubanovitsch ja Aalto (2013, 26) sanovat, että asiakaslupauksen pitää ennen kaikkea vastata kysymykseen: ”Miksi asiakkaan kannattaa kääntyä juuri meidän yrityksen puoleen?”. On tärkeää tietää, mitä asiakkaille halutaan tarjota ja miksi juuri nimenomaan heidän puoleensa kannattaa kääntyä, näin ollen asiakaslupaukset ovat hyvä mieltä ja kirjata ylös. (Rubanovitsch & Aalto 2013, 26.)

Kanniston ja Kanniston (2008) mukaan hyvä asiakaspalvelu koostuu tietyistä seikoista. Asiakkaan tarpeisiin ja toiveisiin on vastattava ja hänelle on annettava riittävästi aikaa. Asiakas on asetettava etusijalle ja hänen toiveitaan on kuunneltava. Jokainen asiakas on kohdattava yksilönä ja kohdeltava ihmisenä. Palveluntarjoajan on pidettävä asiakaspalvelu tasalaatuisena ja luotettavana.

Asiakkaiden käyttäytymistä on tutkittu vuosien mittaan paljon, sillä palveluntarjoajia löytyy markkinoilta valtavasti. Sanotaan, että jopa 96 % tyytymättömistä asiakkaista eivät palaa ja valita palveluntarjoajalle, tämä johtaa siihen, ettei yritys voi edes tietää epäonnistuneensa. Näistä 96 % seitsemän henkilöä tulevat kuitenkin kertomaan eteenpäin kuinka huonoa palvelua he saivat tai kuinka huonoja tuotteet olivat. Näitä numeroita nostaa entisestään internet, mikäli asiakas kirjoittaa sosiaaliseen mediaan esimerkiksi omaan Facebookiin tyytymättömyydestään palveluntarjoajaan tavoittaa se parhaimmillaan satoja ellei tuhansia ihmisiä. Uuden asiakkaan saaminen maksaa yleisesti moninkertaisesti enemmän kuin pitää jo olemassa oleva asiakas. (Rowson 2009, 9.)

Grönroos (2003, 26) mainitsee, ettei asiakas osta tuotetta tai palvelua, vaan niistä saamiaan hyötyjä. Asiakkaat etsivät tuotteista ja palveluista arvoa itselleen, he etsivät ratkaisuja ja paketteja, joiden käytöstä he saavat itselleen arvoa. Palveluntarjoajan tehtävänä on toimittaa asiakkaille ratkaisuja, jotka sisältävät riittävät komponentit tähän. Asiakkaat etsivät ratkaisuja, jotka palvelevat heidän arvonluontiprosessejaan. Kun asiakkaat hyödyntävät ostamaansa palvelua tai tuotetta syntyy arvo. Käytännössä tätä ennen palvelut tai tuotteet ovat vain olemassa ja odottavat hyödyntämistä. (Grönroos 2003, 27.)

Selinien kertoman mukaan, kun asiakas tekee hankintapäätöksen, hänellä on WIFM-kanava auki, jossa hän miettii, mikä vaihtoehto tuottaa hänelle eniten hyötyä. WIFM on lyhenne englanninkielisestä lauseesta ”What’s In It For Me?”. Kun ollaan vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa, on äärimmäisen tärkeää määritellä selkeät hyödyt, jotka asiakkaalle yhteistyöstä muodostuu. Hyöty on eriasia kuin etu, ja usein niin sanotuissa myyntiargumenteissa jäädään edun tasolle. Etuja ovat esimerkiksi: moderni, luotettava, helppokäyttöinen, nopea ja tehokas. Hyötyjä ovat esimerkiksi: tuotettavuuden lisääntyminen, elämänlaadun parantuminen, kustannussäästöt, imagon parantuminen ja ajan säästö. Hyödyt ovat tärkeää listata yrityksessä, jotta ne tulevat tiedostetuimmiksi. Mikäli ostajalla on jonkin asteisia pelkoja tai epäluuloja asiakaspalvelijan on pyrittävä poistamaan tai vähentämään näitä esteitä ostopäätöksen tieltä. (Selin & Selin 2005, 26 - 27.)

Asiakaspalvelijalle tulee väistämättä toisinaan eteen hankalaksi koettuja asiakkaita. Tässä tilanteessa on tärkeä miettiä mikä asiakkaasta tekee hankalan, mikä toiminnan taustalla voi olla, mikä on asiakkaalle tärkeää tilanteessa, mikä tämän käyttäytymisen ja toimintamallin positiivinen tarkoitus voisi olla. Hankalaksi koettu asiakas muuttuu usein haasteelliseksi asiakkaaksi. Asiakas ei välttämättä itse tiedosta käyttäytymismalliaan, eivätkä asiakas ja asiakaspalvelija ajattele ja toimi samalla tavalla. (Selin & Selin 2005, 30 - 31.)

Jokaista asiakasta voi ärsyttää eri asia, ärsyyntymistä voi aiheuttaa esimerkiksi: jatkuvat virheet, työntekijöiden tietämättömyys, puheluihin vastaamattomuus, jatkuva odottaminen tai jonottaminen, epäystävällinen asiakaspalvelu, vajavainen kommunikointi virheiden sattuessa tai virheiden vähättely. Jokainen asiakas kokee tilanteet eritavalla. (Rowson 2009, 12.)

Arantola (2003, 22) sanoo ”Pitkistä asiakkuuksista on etua yritykselle sekä asiakkaiden muuttuvan käyttäytymisen että sisäisen tehokkuuden kautta”. Pitkät ja uskolliset asiakassuhteet ovat yritykselle arvokkaita. Uskolliset asiakkaat kiinnittävät vähemmän huomiota kilpailijoihin, he valittavat helpommin ja kertovat myönteisiä kokemuksia eteenpäin. Skandinaavisessa kulttuurissa valittaminen on harvinaisempi toimintamalli. Näin ollen uskollisen asiakkaan huomioita kannattaa kuunnella, sillä hän haluaa näillä keinoilla parantaa palveluntarjoajan toimintaa ja se kannattaa nähdä investointina toiminnan kehittämiseen. Yleisesti tyytymättömällä asiakkaalla on kaksi vaihtoehtoa: valittaa tai vaihtaa. Tyytyväinen asiakas tulee uudelleen, hän nostaa myyntiä asioimalla yrityksessä ja kertomalla siitä muille. (Arantola 2003, 23.)

Edellä mainitut kappaleet tyytymättömän asiakkaan käyttäytymismalleista ovat kriittisiä ja yrityksessä on hyvä miettiä, mitä palvelua asiakkaille tarjotaan ja mikä on se laatu palvelussa, johon halutaan tähdätä. Jokaista asiakasta on äärimmäisen hankala miellyttää, mutta yrityksessä voidaan aina määrittää, mikä on se laatu taso, mitä asiakkaalle yleisesti halutaan

tarjota. Hyvällä perehdyttämisellä pystytään vaikuttamaan laajasti sekä asiakaspalvelun laatuun että tarjottuun palvelun laatuun.

4 Perehdyttämisooppaan ja kehitysideoiden rakentuminen

Toimeksiantajan yrityksessä ei ole aikaisemmin ollut käytössä perehdyttämiseen selkeää virallista materiaalia, eikä siitä ole kerätty systemaattisesti palautetta tulokkailta. Tarkoituksena toiminnallisessa osuudessa oli laatia selkeä ja käytännöllinen uuden työntekijän perehdyttämisooppa tukemaan työssä aloittamista. Toisena tarkoituksena oli tuoda esille toimeksiantajalle tulokkaiden palautteita perehdyttämiproessia kohtaan ja luoda saatujen tulosten pohjalta kehitysideoita jatkoa varten.

Opinnäytetyössä toteutettiin kaksi teemahaastattelua, yksi toimitusjohtajalle (liite 1) ja toinen toimitusjohtajalle ja perehdyttäjälle (liite 2). Toimitusjohtajan haastattelussa tarkoituksena oli saada informaatiota koskien liiketoimintaa, työntekijöitä ja palvelun laatua. Perehdyttäjän ja toimitusjohtajan haastattelussa tavoitteena oli kartoittaa nykytilaa, ja saada ymmärrystä kuinka perehdyttäminen on tällä hetkellä pyritty toteuttamaan. Lisäksi uusille tulokkaille toteutettiin kyselylomake (liite 3), jonka avulla selvitettiin tulokkaiden tyytyväisyyttä tämän hetkistä perehdyttämiproessia kohtaan.

4.1 Teemahaastattelu

Haastattelu on yksi käytetyimpiä tiedonkeruun menetelmiä. Se on hyvin joustava menetelmä saada tarvittavaa informaatiota ja sopii moniin tutkimustarkoituksiin. Haastattelussa on mahdollisuus saada esiin motiiveja, jotka ovat vastausten taustalla. Eleet ja muut ei-kielelliset toiminnot auttavat ymmärtämään paremmin vastauksia ja merkityksiä. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 34.)

Yleisesti haastattelut voidaan jakaa strukturoituihin ja strukturoimattomiin haastatteluihin. Välismaastosta löytyy puolistrukturoitu haastattelu, tästä varmasti tunnetuin on teemahaastattelu. Teemahaastattelu rakentuu tiettyjen teemojen ja aihepiirien ympärille, mutta muotoilu ja rakenne saattavat vaihdella. Se on huomattavasti avoimempi eikä rakennu tarkkojen, yksityiskohtaisten, valmiiksi muotoiltujen kysymysten mukaan vaan hieman väljemmin, mutta nimensä mukaisesti käyden läpi ennalta määrättyjä teemoja. Teemahaastattelulle on ominaista, että aihepiirit ja kysymykset ovat ennalta määrättyjä, mutta kysymysten paikkaa ja muotoa voidaan vaihdella. Samoin haastattelussa voidaan jättää kysymättä osa ennalta määritetyistä kysymyksistä ja toisaalta voidaan kysyä ennalta määrittelemättömiä kysymyksiä. (KvaliMOTV; Hirsjärvi, Sajavaara & Remes 2013, 208 - 209.)

Haastattelu on hyvä nauhoittaa ja nauhoituksen jälkeen aineisto voidaan purkaa eri tavoin. Litteroinnilla aineisto kirjoitetaan puhtaaksi analysointia ja hallitsemista helpottavaan muotoon tekstinkirjoitusohjelmalla. Päätelmiä voidaan tehdä myös suoraan nauhoitteelta. Päätelmien tekeminen suoraan nauhoitteelta tai tallenteesta on tavallista silloin, kun haastattelu on ollut lyhyt ja haastateltavia on ollut vain muutama. (KvaliMOTV 2018; Hirsjärvi & Hurme 2014, 138).

Litteroinnin tarkkuuteen vaikuttaa se, mikä merkitys sillä tulee olemaan. Pääasia on, että saadaan kirjoitettua koko puhuttu haastattelu ylös. Mikäli kielenkäyttö ei ole analyysin kohteena niin erikoismerkkejä ei tarvitse käyttää. Samoin toisinaan voidaan jättää osa haastattelusta pois, mikäli ne eivät liity keskeisesti aiheeseen. Tämä saattaa aiheuttaa toisinaan ongelmia, sillä vaarana on, että jotain jää huomaamatta ja kokonaan tutkimuksen ulkopuolelle. (KvaliMOTV.)

Litterointi vie aikaa ja siihen on hyvä suunnitella käytettäväksi ainakin yksi työpäivä. Litteroinnin keston vaikuttavat toki monet seikat, kuten kuinka epäselvästi tai nopeasti haastateltava puhuu, haastattelut pituus ja muoto. (KvaliMOTV.)

Kun aineistoa käsitellään, niin muodosta riippuen, valitaan tulosten analysoinnin muoto. Ydinasiانا kerätystä aineistosta on analyysin, tulkintojen ja johtopäätösten teko. Tulokset voidaan tuoda esille erilaisilla taulukoilla, kuvioilla tai diagrammeilla, jotka helpottavat tulosten havainnointia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013, 221.)

4.1.1 Teemahaastattelujen toteutus

Teemahaastattelujen tarkoituksena oli saada ymmärrystä, kuinka perehdytys on tällä hetkellä pyritty toteuttamaan, näin saadaan hahmotettua vastaako se yleisesti laadittuja kriteerejä perehdyttämiselle, joita tuli esille alun teoreettisessa viitekehyksessä. Nykytilan kuvaukseen käytettiin apuna perehdyttäjän ja toimitusjohtajan haastattelua. Toimitusjohtajan yksilöhaastattelulla selvitettiin yrityksen toimintaperiaatteita ja asetettuja odotuksia työntekijöiltä; nämä nousivat esille alun toimeksiantajayrityksen esittelyssä ja sisältyy osin lopun perehdyttämisoppaaseen. Toimitusjohtajalta saatiin ymmärrystä pitkälti yrityksen toimintaan liittyen.

Teemahaastattelut toteutettiin kahtena eri päivänä saman viikon sisällä. Perehdyttäjän ja toimitusjohtajan haastattelu toteutettiin 25.4.2018. Toimitusjohtajan yksilöhaastattelu toteutettiin 27.4.2018. Haastattelut nauhoitettiin ja aineisto analysoitiin läpi kirjaamalla ylös nousseet vastaukset. Ylös kirjatut tiedot käytiin läpi haastateltavien kanssa eli varmistettiin, että vastaukset ovat ymmärretty oikein ja kaikki tarpeellinen on kirjattuna ylös. Aineistoa ei lähdetty kummassakaan litteroimaan sanasta sanaan, sillä kyseessä oli lyhyet haastattelut ja tarkoituksena kummassakin oli tiedon keruu; äänenpainoilla tai eleillä ei ollut merkitystä vastausten osalta.

Haastattelukysymykset rakentuivat käydyn teorian pohjalta; teorian avulla löydettiin avainkysymyksiä, mitä haastattelussa haluttiin nostaa esille ja selvittää. Teoriaosuudessa käyty palvelun laatu ja asiakaspalvelu tukivat toimitusjohtajan teemahaastattelun toteuttamista.

Haastattelussa käsiteltiin läpi teemoja: liiketoiminta, työntekijät, tarjotut palvelut ja palvelun laadun ylläpito.

Perehdyttäjän ja toimitusjohtajan haastattelussa käsiteltiin yrityksen perehdyttämisprosessia alkaen aina ensi kontakteista tulokkaan kanssa. Haastattelussa selvitettiin, kuinka tulokkaan tuloon valmistaudutaan, miten sitä suunnitellaan ja kehitetään, kuinka varmistetaan että osa-alueet tulee käytyä läpi, mitä haasteita perehdyttämiseen liittyy ja kuinka sitä tulisi heidän mielestä kehittää jatkoa ajatellen. Tätä teemahaastattelua tuki koko perehdytyksen kokonaisuus teoriaosuudessa. Perehdyttämisen teoriassa ymmärrettiin perehdyttämiselle oleellisia osa-alueita.

4.1.2 Teemahaastattelujen tulokset

Perehdyttäjän ja toimitusjohtajan teemahaastattelulla saatiin kartoitettua nykytilaa perehdyttämisprosessista eli kuinka perehdyttäminen on pyritty tällä hetkellä toteuttamaan. Alla tullaan käymään läpi teemahaastattelun pohjalta luotu nykytilan kuvaus.

Tällä hetkellä perehdyttämisprosessin hoitavat toimipisteen päälliköt ja jokaisella toimipisteellä on oma yksikön päällikkö, joka ylläpitää yleisesti toimintaa. Apuna perehdyttämisessä toimii toisinaan myös muut pidempään työpaikalla työskennelleet, mutta pääsääntöisesti vastuu perehdytyksestä on päälliköllä.

Uuden työntekijän tuloon valmistaudutaan jo haastatteluvaiheessa, työhaastattelussa käydään läpi organisaatio, odotukset työntekijältä, työhistoriaa ja tulevaisuuden näkymiä. Mikäli työntekijä vaikuttaa haastattelun perusteelta sopivalta, niin hänen kanssaan sovitaan niin kutsuttu testipäivä. Testipäivän tarkoituksena on, että työntekijä saa hyvän kuvan itse työnteosta. Päivän aikana kerrotaan, mitä työnkuvaan kuuluu, katsotaan kuinka autot ohjataan pesuihin ja kuinka autot esipestään. Tarkoituksena on antaa tulokkaalle yleiskuva työstä, näin sekä tulokas itse että yritys näkevät soveltuuko henkilö työhön.

Työvaatteet varataan toimipisteelle ennen ensimmäistä virallista työpäivää, avaimet annetaan kun sille on tarve; yleisesti uuden työntekijän ei alussa tarvitse työskennellä yksin. Yleisesti tiedotus työyhteisölle uudesta työntekijästä tapahtuu lisäämällä tulokas työyhteisön sisäiseen WhatsApp-ryhmään. Itse toimipisteellä on yleisesti tiedossa tulokkaan saapuminen.

Perehdytykseen ei ole tiukkaa runkoa tai ohjeita. Perehdyttäminen itsessään tapahtuu konkreettisesti paikan päällä. Alkuun tulokkaalle esitellään toimitilat eli mistä löytyy mitäkin ja yleinen työturvallisuus. Työntekijät työskentelevät koneiden kanssa, näin ollen alkuun käy-

dään läpi tärkeimmät hätä-seis-nappulat ja ohjeistetaan, ettei koneita pidä lähteä korjailemaan itsenäisesti. Tätä varten yrityksellä on oma huoltohenkilö. Perehdyttäminen toteutuu omalla painollaan työnohella. Tavoitteena on, että työntekijä omaksuu työtehtävät ja kykenee toimimaan osana tiimiä. Työtehtävät ovat poikkeuksetta monelle uusia, sillä vastaavia työtehtäviä on harvassa.

Perehdytykseen käytetään yleisesti yksi kokonainen työpäivä, mutta tämä jälkeen työntekijän ei tarvitse olla vielä vuorossa yksin. Asioita käydään läpi kun ne tulevat eteen, kuten jäsenyyden teko tai rekisterin muutos. Kun koetaan, että tulokas on tarpeeksi osaava, hänet voidaan jättää itsenäisesti työvuoroon.

4.2 Kysely

Kysely on yksi tapa kerätä informaatiota. Kysely on yleinen survey-tutkimuksen menetelmä. Survey tulee englanninkielestä ja termillä tarkoitetaan tiedon keräämistä standardoidusti valitusta kohderyhmästä. Sanalla standardi tarkoitetaan asioiden selvittämistä vastaajilta täsmälleen samalla tavalla. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2013, 193.)

Kyselyllä on monia positiivisia puolia; sillä voidaan kerätä aineistoa hyvin laajasti ja lomakkeella pystytään selvittämään monia asioita. Se on äärimmäisen tehokas keino aineiston keruuseen, sillä menetelmällä säästetään hyvin ylimääräisen ajan menettämistä. Aikataulu ja kustannukset voidaan samoin arvioida hyvin tarkasti kyselylomakkeen kanssa, sillä materiaalit ja käytettävä aika kyselyn suorittamiseen on arvioitavissa. (Hirsjärvi ym. 2013, 195.)

Kyselyn muotoja löytyy erilaisia, se voidaan tehdä esimerkiksi posti- ja verkkokyselynä tai kontrolloituna kyselynä. Kysymykset voidaan muotoilla yleisesti kolmella eri tapaa: avoimiksi kysymyksiksi, monivalintakysymyksiksi tai asteikkoihin perustuviin kysymyksiin. Avoimessa kysymyksessä kysytään selvittettävä asia ja jätetään tilaa vastausta varten. Monivalintakysymyksissä esitetään kysymys jolle on valmiit vastausvaihtoehdot. Asteikkoihin perustuvissa kyselyissä esitetään väittämiä joihin vastaaja vastaa annetun skaalan mukaisesti, asteikko voi olla vaikka 1-5, jossa 1 tarkoittaa täysin samaa mieltä ja 5 täysin erimieltä. (Hirsjärvi ym. 2013, 199 - 200.)

Kyselylomakkeen laatija päättää kysymysten muotoilun. Yleisesti avoimissa kysymyksissä annetaan vastaajalle vapaus sanoa mitä hän on mieltä. Monivalintakysymyksissä vastaukset rajataan tiettyihin raameihin. (Hirsjärvi ym. 2013, 200.)

Vastausten osalta on aina tärkeää arvioida tulosten luotettavuutta. Yleisesti sitä voidaan havainnoida esimerkiksi mittaustulosten toistettavuudella, eli mikäli toinen tutkija tekisi saman tutkimuksen, niin hän pääsisi samaan tulokseen. Samalla on hyvä arvioida tulosten onnistumista vastata määritettyyn ongelmaan. (Hirsjärvi ym. 2013, 231.)

4.2.1 Kyselyn toteutus

Tulokkaiden osalta luotiin kyselylomake (liite 3), joka koostui avoimista kysymyksistä. Avoi-
miin kysymyksiin päädyttiin, jotta vastaajilla olisi ”vapaus” kertoa mielipide eikä vastauksia
rajata millään tavalla, näin tietoa ei myöskään jää saamatta. Lomakkeet pidettiin nimettö-
minä, jotta saataisiin mahdollisimman rehellisiä vastauksia; kehitysideat pohjautuivat pitkälti
nimenomaisesti tulokkaiden vastauksista.

Kyselylomake kohdistettiin viidelle uudelle tulokkaalle, jotka tällä hetkellä hallitsevat työnsä
jo suhteellisen hyvin, eli heillä on käsitys siitä mitä kaikkea pitäisi osata. Kyselylomaketta ei
siis teetetty monta vuotta talossa olleille, sillä he ovat usein mukana jo perehdyttämässä.
Kaikki vastaajista ovat työskennelleet talossa keskimäärin 3 - 8 kk. Tähän päädyttiin, koska
haluttiin selvittää tyytyväisyyttä nimenomaan tämän hetkistä perehdyttämisprosessia kohtaan
ja mahdolliset uudet tulokkaat tulevat käymään tämän perehdyttämisprosessin läpi. Kyselylo-
makkeet toimitettiin toimipisteille, joissa tulokkaat pystyvät täyttämään ne itsenäisesti ja
myöhemmin lomakkeet käytiin hakemassa.

Perehdyttämistä ei ole tällä hetkellä hoidettu tietyn kaavan mukaan, joten koettiin tarpeel-
liseksi kyselyn alussa selvittää miten perehdyttäminen heidän kohdallaan on toteutettu. Sa-
moin selvitettiin mikä perehdyttämisessä oli onnistunutta ja mitä sen sijaan tulokas jäi kai-
paamaan. Työssä tuotettiin kehitysehdotusten lisäksi uuden tulokkaan perehdyttämisopas, jo-
ten lomakkeella selvitettiin samalla kirjallisen perehdyttämismateriaalin tarpeellisuutta ja
sisältöä ja tämän pohjalta osa oppaan sisällöstäkin rakentui. Viimeisimpänä kyselyssä kysyt-
tiin, kuinka hyvin he ovat saaneet toimintamalleja ongelmatilanteisiin perehdytyksessä kuten
sairastumisen, hankalan asiakkaan tai koneen vikatilanteen kohdalla.

Valittuihin kysymyksiin päädyttiin, sillä haluttiin saada selvyys kuinka perehdyttäminen on
konkreettisesti heidän näkemyksen mukaan toteutettu ja vastaako se saatua nykytilan ku-
vausta. Haluttiin löytää perehdyttämisprosessin ongelmakohtia ja onnistumisia. Toimintamal-
lit tuotiin pohjalle, sillä työpaikalla on yleisesti havaittu puutteita tulokkaiden osaamisessa
toimia tilanteissa, ja yhteisten pelisääntöjen noudattamista kohtaan.

4.2.2 Kyselyn tulokset

Tulokkaiden kyselylomakkeen alussa selvitettiin kuinka tulokkaat ovat perehdytetty. Tässä
kävi ilmi puutteita jonkin verran jokaisen kohdalla. Vastauksissa nousi esille, että asiat ovat
saatettu käydä läpi, mutta hieman liian suppeasti ja he ovat joutuneet liikaa itse oppimaan
tai ottamaan selvää asioista. Näin ollen monet asiat ovat opittu kantapäähän kautta. Yleisesti
kaipaamaan jäätettiin selkeyttä toimintamalleihin ja kertomista koneiden vikatilanteista (lä-
hinnä mitä mikäkin tarkoittaa ja kuinka se voidaan mahdollisesti ratkaista). Toivottiin myös
laajempaa ohjeistusta sopimusten tekoon liittyen, niin sopimusehtoihin kuin maksutapoihin ja

laskutukseen asiakkaan kohdalla. Koettiin, että selkeämmät ohjeistukset vähentäisivät turhia soitteluja. Organisaation kuvaus ja konsernin rakenne on käyty usein suppeasti läpi.

Jokaisen tulokkaan vastaus puolsi positiivista vastaanottoa työpaikalla. Koettiin selvästi, että ilmapiiri on ollut avulias ja työkavereilta on saatu paljon tukea ja neuvoja. Perehdytysprosessissa on äärimmäisen tärkeää, että tulokas kokee itsensä heti tervetulleeksi työyhteisöön. Tämä madaltaa kynnystä muun muassa avun pyytämiselle, luo viihtyvyyttä ja motivaatiota työskentelyyn.

Tulosten pohjalta ei havaittu puutteita esimerkiksi työturvallisuuteen liittyen. Tämä on tärkeä seikka, kun työskennellään koneiden ja kemikaalien kanssa.

Tulokkaiden yhdessä kysymyksessä selvitettiin, ovatko he saaneet selkeät toimintamallit ongelmatilanteiden varalle kuten sairastumisen, haasteellisen asiakkaan tai koneiden vikatilanteiden osalta. Tässä lähes jokaisen vastauksen kohdalla huomattiin jonkinasteisia puutteita. Osa kertoi, että he eivät ole saaneet oikeastaan minkäänlaisia toimintamalleja. Yksi mainitsi saaneensa ohjeistukset asiakkaiden suhteen, mutta ei ohjeita, kuinka toimia sairastuessa tai koneen vikatilanteessa. Kaksi mainitsi saaneensa lyhyet ohjeistukset, mutta kokivat että laajemmin olisi voitu kertoa. Yhdessä vastauksessa mainittiin, että pienen ja tiiviin työyhteisön ansioista ohjeistuksia ja apua on saanut kuitenkin hyvin nopeasti, mutta selkeät ohjeistukset toisivat varmuutta työskentelyyn.

Kyselylomakkeen avulla selvitettiin kirjallisen perehdytyskansion tarpeellisuutta. Jokainen vastaus puolsi kirjallisen perehdytyskansion puolesta. Perehdytyskansioista mainittiin, että se voisi hyvin olla jopa ”kotiläksynä” tulokkaalle ja hän voisi itse käydä sitä läpi ja kysyä perehdyttäjältä asioista, jotka ovat jääneet epäselviksi.

Tulokkaiden mielestä kaiken kaikkiaan kirjallisen perehdytyskansion olisi hyvä pitää sisällään ainakin: tärkeimmät seikat koneiden toiminnasta, pesuohjelmat lyhyesti, koneiden mahdollisia vikatilanteita ja ratkaisuja niihin, asiakaspalvelun tärkeys, vinkit ohjelmiston ja kassajärjestelmän käyttöön, toimintamalleja ongelmatilanteisiin ja yleiset sopimusasiat asiakkaiden kohdalla.

Kaiken kaikkiaan tulokkaiden kyselylomakkeiden avulla saatiin esille paljon arvokasta tietoa läpikäydystä perehdyttämisprosessista. Vastauksissa huomattiin paljon samankaltaisuutta vastaajien välillä, joka niin ikään tuki tulosten luotettavuutta. Haluttuihin kysymyksiin saatiin selvyys; eli perehdyttämisprosessin toteuttamiseen ja siihen liittyvät onnistumiset ja epäonnistumiset. Samoin saatiin selvitettyä kirjallisen perehdytysmateriaalin tarpeellisuutta ja sisältöä.

4.3 Kehitysideat perehdyttämispöressille

Perehdyttämispöressin kehitysideat luotiin perustuen teoriaosuuteen ja toiminnalliseen osuuteen. Teorian pohjalta löydettiin perehdyttämispöressille olennaisia ja tärkeitä osa-alueita, joiden nykytilan kuvauksen pohjalta huomattiin puuttuvan toimeksiantajayrityksen perehdyttämispöressistä.

Alla nähdään luotu taulukko 2, jossa tuodaan esille mahdollinen havaittu ongelma, joka on noussut esille tuloksista tai huomattu olennaisesti puuttuvan pöressistä, ja kehitysidea jolla tämä voidaan ratkaista. Taulukosta ovat tummennettuna asiat, jotka pystytään sisällyttämään uuden tulokkaan perehdyttämispöressiin, tällä ratkaistaan samalla havaittu ongelma.

Havaittu ongelma	Kehitysidea
Henkilöitä ei ole perehdytetty selkeään rungon mukaan / samalla tavalla	Laaditaan yksinkertainen perusrunko perehdytyspöressin vaiheista
Opittu kantapään kautta tai työkavereiden vinkeistä / liian moni henkilö osana perehdytyspöressia	Perehdytyksen hoitaa vain 1 nimetty henkilö joka käy perehdytyksen suunnitelmallisesti läpi
Perehdyttämispöressistä ei ole kerätty palautetta tulokkaalta	Jokaiselta tulokkaalta kerätään perehdytyspöressin päätteeksi palaute -> edistää perehdytyspöressin kehittämistä
Tulokkaalle ei ole annettu palautetta työstä	Jokaiselle tulokkaalle annetaan palautetta työstä perehdytyspöressin päätteeksi ja käydään yhdessä läpi tulokkaan kehittymistä
Puutteelliset ohjeet toimintamalleista esimerkiksi sairastuessa, haasteellisen asiakkaan ja koneiden vikatilanteiden kohdalla	Toimintamallit käydään alussa läpi osana perehdyttämistä
Puutteelliset ohjeet jäsenpömissusten teosta	Jäsenpömissuksen teko käydään tulokkaan kanssa läpi perusteellisesti: mitä pömissusta tehdessä täytyy huomioida ja mitä pitää kertoa asiakkaalle. Alusta sivusta seuraten ja pikkuhiljaa selviytyen tilanteista itsenäisesti

Sopimusehdot on käyty läpi puutteellisesti	Sopimusehdot käydään läpi. Tulokas voi itse tutustua sopimusehtoihin ja opetella ne. Ehdot pitää tulokkaan opetella pääpiirteittäin.
Konsernin rakenne on jäänyt käymättä läpi	Konsernin rakenne otetaan osaksi perehdyttämisprosessia
Organisaation kuvaus on käyty läpi suppeasti	Organisaation kuvaus käydään läpi heti alkuun tulokkaan kanssa

Taulukko 2-Syntyneet kehitysideat

Perehdyttämisprosessille on tärkeää, että sitä suunnitellaan ja kehitetään ajan mittaan. Kun perehdyttämisprosessi suunnitellaan hyvin ja siitä vastaa nimetyt perehdyttäjät, se pystytään toteuttamaan systemaattisesti ja tarkoituksenmukaisesti. Näin pystytään myös takaamaan, että jokainen osa-alue tulee käytyä läpi, sillä prosessiin ei osallistu liian moni henkilö. Perehdyttämiselle voidaan perehdyttäjien ja esimiehen toimesta luoda suunnitelma, jossa osa-alueet ovat kirjattuina ylös jolloin pystytään tarkastamaan, että osa-alueet tulevat läpi käydyiksi.

Palautteen kerääminen prosessista on äärimmäisen tärkeää, ja sen huomattiin puuttuvan tällä hetkellä yrityksen perehdyttämisprosessista. Palautetta on hyvä kerätä niin itse tulokkaalta kuin myös antaa tulokkaalle palautetta. Molemminpuolinen palautteenanto auttaa kehittämään prosessia vastaamaan paremmin vaatimuksia. Tässä kohtaa pystytään puuttumaan ajoissa samalla mahdollisiin puutteisiin tulokkaan osaamisessa, mikäli tulokas kokee, ettei esimerkiksi hallitse tiettyjä osa-alueita vielä mielestään kunnolla.

Selkeät toimintamallit puuttuivat prosessista ja konsernin ja organisaation kuvaus koettiin myös hyvin nopeasti läpikäydyksi. Toimintamallit pystytään sisällyttämään oppaaseen. Selkeät ohjeet antavat varmuutta työskentelyyn, kun tulokas tietää kuinka toimia tilanteissa tai kehen he voivat ottaa epäselvissä tilanteissa yhteyttä.

Monet tulokkaat kokivat, etteivät ole saaneet tarpeeksi ohjeistuksia jäsen sopimusten myyntiin. Miettien asiakaspalvelun ja palvelun laadun kannalta tämä on tärkeää hoitaa laadukkaasti ja kertoa tarpeelliset seikat asiakkaalle. Tässäkin voidaan tulokkaalle itselleen antaa sopimusehdot opeteltaviksi pääpiirteittäin ja hän voi kysyä perehdyttäjältä neuvoja mikäli jokin kohta ehdoista mietityttää. Perehdyttäjän kanssa voidaan harjoitella myyntitilanteita enemmän, alkuun sivusta seuraten ja pikkuhiljaa ruveta selviytymään tilanteista itsenäisesti. Tulokkaalle on hyvä antaa mahdollisia myyntiargumentteja tueksi. Kaiken kaikkiaan pienillä muutoksilla pystytään luomaan prosessia paremmaksi.

Kokonaisuudessaan toimeksiantajayrityksen perehdyttämisen prosessi ei ole pitkä ja nykytilan kuvauksesta saatiin selville, että perehdyttämiseen käytetään pitkälti yksi työpäivä ja tämän jälkeen perehdyttämistä toteutetaan tilanteiden mukaan. Tämä tietysti johtaa siihen, että tulokas saattaa kohdata uuden tilanteen täysin yksin ja joutuu oppimaan asioita ”kantapään kautta” tai saa hajanaisia vinkkejä työkavereilta; tämä nousi esille myös kyselyn tuloksista.

4.4 Perehdyttämisen oppaan rakentuminen

Perehdyttämisen opas (liite 4) itsessään toteutettiin pitkälti yhteistyössä yrityksen toimitusjohtajan kanssa. Oppaaseen haluttiin kuvaus organisaatiosta, odotuksista työntekijältä, toimintamalleja ja mitä asiakkaille halutaan tarjota. Toimitusjohtajalta saatiin suurin osa tiedoista, jotka oppaaseen laitettiin koskien yrityksen toimintaa ja odotuksista työntekijöiltä.

Alusta asti oli selvää, että perehdyttämisen oppaan alkuun laitetaan kattava organisaation kuvaus, jotta uusi tulokas saa mahdollisimman hyvän ja selkeän kokonaiskuvan GoWash autopesuloista työpaikkana ja havainnollistetaan selkeästi konsernin rakenne. Tämä oli myös seikka joka koettiin tarpeelliseksi; yleinen konsernin rakenne ja organisaation kuvaus on yleisesti annettu jo työhaastattelun yhteydessä mikä tulee esille nykytilan kartoituksessa, joten pienen jännityksen ohella se saattaa helposti tulokkaalta unohtua. Tulokkaiden vastaukset myös puolsivat tämän puolesta ja se koettiin usein unohtuneeksi kertoa tai suppeasti läpi käydyksi.

Tulokkaiden kyselyn avulla selvitettiin kirjallisen perehdytysmateriaalin tarpeellisuutta ja mitä tällaisen olisi hyvä pitää sisällään. Vastauksista poimittiin toiveita oppaan sisältöä koskien ja niitä sisällytettiin tähän. Kyselyistä nostettuja seikkoja oppaaseen olivat: asiakaspalvelun tärkeys, toimintamalleja, jäsensovimukseen liittyviä seikkoja, kattava organisaation kuvaus ja konsernin rakenne.

Oppaan tarkoituksena on tukea tulokkaan aloitusta työpaikalla, joten siitä haluttiin tehdä selkeä ja ytimekäs. Tällä säästetään myös aikaa, sillä tulokas pystyy tutustumaan tähän itsenäisesti. Opas toimii tukena ja infopakettina tulokkaalle sisältäen yhteisiä pelisääntöjä ja toimintamalleja.

5 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa ja kehittää toimeksiantajayrityksen perehdyttämisen prosessia ja luoda lopputuotoksena perehdyttämisen opas uudelle työntekijälle, joka sisältäisi pääpointteja yrityksestä ja yrityksen toiminnasta. Tarkoituksena oli helpottaa tulokkaan työssä aloittamista ja kehittää perehdyttämisen prosessia vastaamaan paremmin tulokkaiden vaatimuksia.

Asetettuihin tavoitteisiin päästiin ja työssä saatiin luotua perehdyttämisorja toimeksiantajalle ja kehitysideat koskien yrityksen perehdyttämisen prosessia. Perehdyttämisorja luotiin toimeksiantajan ja tulokkaiden toiveiden mukaiseksi. Orja pystytään pitämään sähköisessä muodossa ja näin mahdollisia muutoksia voidaan korjata. Orjasta on mahdollista lähteä laajentamaan ja kattamaan orjituksen myös itse työntekoon ja ohjelmiston käyttöön. Tulokkaille suunnatuilla kyselyillä saatiin kerättyä yritykselle arvokasta tietoa tyytyväisyydestä yrityksen perehdyttämisen prosessia kohtaan.

Tulosten analysoinnissa esille nousi hieman tulokkaille osoitetun kyselyn suppeus, ja se olisi voitu laatia jopa kattavammaksi. Vaikka vastaukset haluttuihin osa-alueisiin saatiin, niin muutamat vastauksista olivat lyhyitä ja tietoa olisi voinut kerätä laajemmin. Perehdyttämisen huomattiin kuitenkin olevan suuri vaikutus tulokkaiden kokemuksiin työstä ja itse motivaatioon. Laadukkaasti hoidettu perehdyttäminen luo varmuutta työskentelyyn ja välttää suuremmilta virheiltä, sillä ei jouduta oppimaan liikaa asioita ”kantapään kautta”.

Prosessissa oli mielenkiintoista huomata kuinka se muokkautui pitkin matkaa kokonaisuudeksi. Alkuperäinen idea laajentui ja työ saatiin kattamaan suurempaa osa-alueetta yrityksen perehdyttämisestä. Aikaisemmin perehdyttämisestä ei ole kerätty suoraa palautetta, ja tulokkaiden kyselyistä nousi esille erittäin tärkeitä havaintoja ja kehitysehdotuksia. Vastaukset olivat hyvin samankaltaisia vastaajien välillä, joka tuki tulosten luotettavuutta ja koettua prosessia. Vastausten pohjalta saatiin luotua ideoita jatkoa varten ja hyöty toimeksiantajalle on arvokas, sillä näiden pohjalta perehdyttämisen prosessia pystytään kehittämään entisestään ja saatiin yleisesti hahmotettua kuinka perehdyttämisen toteutus on tällä hetkellä koettu.

Yleisesti opinnäytetyön tekeminen oli antoisaa, ja kehitti omaa osaamista aihealueeseen liittyen. Koin aiheen itselleni mieluisaksi, joka omalta osaltaan auttoi työn loppuun saamisessa, samoin mahdollisuus toteuttaa työ omalle työnantajalle tuki prosessia positiivisesti. Toimeksiantajan kanssa pidettiin tapaamisia, joissa työn etenemistä seurattiin ja mahdollisia puutteita tai virheellisiä tietoja korjattiin. Työyhteisössä vastaanotto opinnäytetyön tekoon oli todella positiivinen ja esimerkiksi haastatteluihin suhtauduttiin yhteistyökykyisesti. Haastatteluissa saatiin aikaan rakentavaa keskustelua.

Valmis perehdyttämisorja luovutettiin toimeksiantajayrityksen käyttöön. Perehdyttämisorja voidaan antaa uudelle työntekijälle alussa ja hän pystyy tutustumaan oppaaseen myös itsenäisesti. Yrityksessä perehdyttämisorjasta tullaan hyödyntämään uuden työntekijän saattamisessa osaksi työyhteisöä. Tulokkaiden vastausten pohjalta ja luotujen kehitysideoiden avulla toimeksiantaja sai käyttöönsä avaimia perehdyttämisen prosessin suunnitteluun ja kehittämiseen.

Lähteet

Painetut

Arantola, H. 2003. Uskollinen asiakas - Kuluttaja-asiakkuuksien johtaminen. Porvoo: WS Bookwell.

Bell, C. & Zemke, R. 2006. Huippupalvelun johtaminen. Helsinki: Rastor.

Grönroos, C. 2000. Nyt kilpaillaan palveluilla. 5. painos. Porvoo: WS Bookwell.

Grönroos, C. 2003. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. 2. painos. Porvoo: WS Bookwell.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2014. Tutkimushaastattelu - teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Tallinna: Gaudeamus.

Kangas, P. & Hämäläinen, K. 2010. Perehdyttämisen suunnittelu ja toteutus. 3. painos. Helsinki: Työturvallisuuskeskus TTK, palveluryhmä.

Kannisto, P. & Kannisto, S. 2008. Asiakaspalvelu. 1. painos. Jyväskylä: Gummerus.

Kauhanen, J. 2009. Henkilöstövoimavarojen johtaminen. 10. painos. Helsinki: WSOY.

Kjelin, E. & Kuusisto, P. 2003. Tulokkaasta tuloksetekijäksi. Talentum Media. Helsinki

Kupias, P. & Peltola, R. 2009. Perehdyttämisen pelikentällä. Helsinki: Gaudeamus.

Moisalo, V. 2010. Arjen johtaminen. Vantaa: Hansaprint.

Moisalo, V. 2011. Uusi HR - Arjen henkilöstöjohtamista. Kuopio: Suomen Graafiset Palvelut.

Rowson, P. 2009. Successful customer service. Great Britain: Crimson.

Rubanovitsch, M. & Aalto, E. 2013. Myy enemmän myy paremmin. 8. painos. Saarijärvi: Saarijärven Offset.

Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. 2005. Haastattelu - Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus. Jyväskylä: Gummerus.

Selin, E. & Selin, J. 2005. Kaikki on kiinni asiakkaasta. Pieksämäki: Tietosanoma.

Sundvik, L. 2006. Toimiva työyhteisö - Esimiehen haasteet ja ratkaisut. Helsinki: Edita.

Vilkkä, H. 2015. Tutki ja kehitä. Helsinki: PS-kustannus.

Vilkkä, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi

Sähköiset

Finlex. Työturvallisuuslaki. 2018. Viitattu 18.4.2018.
<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2002/20020738>

Kansallinen sivistysliitto. Opintokeskus Kansio. Jäsenhankinta. Viitattu 14.4.2018.

<https://www.kansio.fi/jarjestotoiminnan-kasikirja/yhdistysjohdon-opas/jasenet/jasenhankinta/>

Ketola, H. 2010. Tulokkaasta tuottavaksi asiantuntijaksi. Viitattu 30.4.2018.
<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/24954/9789513940157.pdf?sequence=1>

KvaliMOTV. Haastattelu. Viitattu 16.4.2018.
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3.html

KvaliMOTV. Litterointi. Viitattu 18.4.2018.
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_2_1.html

KvaliMOTV. Teemahaastattelu. Viitattu 16.4.2018.
http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html

Opetushallitus. 2018. SWOT-analyysi. Viitattu 20.4.2018.
http://www.oph.fi/saadokset_ja_ohjeet/laadunhallinnan_tuki/wbl-toi/menetelmia_ja_tyovalineita/swot-analyysi

Työturvallisuuskeskus. 2018. Viitattu 14.4.2018.
https://ttk.fi/tyoturvallisuus_ja_tyosuojelu/toiminta_tyopaikalla/vastuut_ja_velvoitteet/tyohon_perehdyttaminen_ja_tyonopastus

Julkaisemattomat

Perehdyttäjän ja toimitusjohtajan haastattelu. M. Jordan Oy. 2018.

Toimitusjohtajan haastattelu. Jordan, M. M. Jordan Oy. 2018.

Kuvat

Kuva 1: Konsernin rakenne (Jordan 2018)	7
Kuva 2: Perehdyttämisen vaiheet (Kupias & Peltola 2009, 102)	12
Kuva 3: Työhön perehdyttämisen kokonaisuus (Kauhanen 2009, 152).....	13
Kuva 4: Hyvän perehdyttämisen tunnuspiirteitä (Kupias & Peltola 2009, 113)	15
Kuva 5: Laadukkaan perehdyttämisen hyödyt työnantajalle.....	16

Taulukot

Taulukko 1: Yrityksen SWOT-analyysi	9
Taulukko 2-Syntyneet kehitysideat	30

Liitteet

Liite 1: Toimitusjohtajan teemahaastattelun runko.....	37
Liite 2: Perehdyttäjän ja toimitusjohtajan teemahaastattelun runko	38
Liite 3: Tulokkaiden kyselylomake.....	39
Liite 4: Uuden tulokkaan opas	41

Liite 1: Toimitusjohtajan teemahaastattelun runko

1. Teema: Liiketoiminta

- Yrityksen kilpailuedut?
- Yrityksen kilpailijat?
- Mitkä ovat yrityksen vahvuudet ja heikkoudet?
- Mitkä ovat yrityksen mahdollisuudet ja uhat?
- Arvot?
- Asiakaslupaus? Visiot?

2. Teema: Työntekijät

- Mitä työntekijältä odotetaan?
- Mitä tarjottavaa yrityksellä on uudelle työntekijälle?

3. Teema: Palvelun laatu

- Mikä on se hyöty jonka asiakas saa, mikäli liittyy asiakkaaksi? (Miksi jäsenyys kannattaa?)
- Kuinka paljon palvelun laatuun kiinnitetään huomiota ja miten se pidetään yllä?

Liite 2: Perehdyttäjän ja toimitusjohtajan teemahaastattelun runko

- Miten uuden työntekijän tuloon valmistaudutaan? (organisaatio kuvaus, avaimet, työvaatteet, tiedotus työyhteisölle)
- Miten perehdytys tällä hetkellä toteutetaan? Kenen toimesta?
- Onko perehdytykselle selkeät tavoitteet ja suunnitelma?
- Miten varmistetaan, että kaikki osa-alueet tulee käytyä läpi?
- Mitä haasteita perehdytykseen kohdistuu?
- Miten perehdytystä pitäisi mielestänne kehittää jatkoa ajatellen?
- Perehdytykseen käytetty aika?

Liite 3: Tulokkaiden kyselylomake

Hei! Teen opinnäytetyötä liittyen yrityksemme perehdyttämiseen. Tämän kyselyn tarkoituksena on kartoittaa tyytyväisyyttä perehdyttämiseen kohtaan ja selvittää kirjallisen perehdytysmateriaalin tarpeellisuutta.

Luethan kysymykset ajatuksella läpi ja vastaa jokaiseen kohtaan vähintään muutamalla lauseella. Kiitos!

1. Miten sinut on perehdytetty työtehtäviin?

2. Mikä oli onnistunutta perehdytysprosessissa?

3. Mitä jäit kaipaamaan perehdytysprosessiltasi?

4. Koetko, että kirjallisesta perehdytyskansiosta olisi hyötyä uudelle työntekijälle?
Mitä tällaisen olisi hyvä pitää sisällään?

5. Onko sinulle annettu alussa selkeät toimintamallit ongelmatilanteiden varalta?
(esimerkiksi haasteellinen asiakas, sairastuminen, koneiden vikatilanne tms.)

Liite 4: Uuden tulokkaan opas



Tulokkaan perehdyttämisopas

Sisällys

1	Organisaatio.....	3
1.1	GoWash.....	3
1.2	Arvot.....	5
1.3	Työyhteisö.....	5
2	GoWash työpaikkana.....	6
2.1	Työaika.....	6
2.2	Palkanmaksu ja vuosilomat.....	6
2.3	Sairastuminen ja muut poissaolot.....	7
3	Mitä me asiakkaille tarjoamme.....	7

1 Organisaatio

Tervetuloa osaksi GoWash työyhteisöä! Toivomme kaikin puolin, että viihdyt uudessa työpaikassasi ja pyrimme tekemään kaikkemme, jotta työt luistavat! Mikäli sinulla herää kysymyksiä missään vaiheessa niin käänny ihmeessä esimiehesi tai kollegan puoleen, me kaikki autamme mielellämme.

Tämä oppaan tarkoituksena on tarjota sinulle riittävästi tietoa GoWashista työpaikkana, jotta tiedät ennen kaikkea minne olet saapunut. Tutustumalla tähän oppaaseen saat yleisen kuvan organisaatiostamme, käytännön seikoista ja informaatiota liittyen työsuhteeseesi. Tämä tarkoituksena on lähtökohtaisesti tukea työsi aloitusta, itse työhön opastus tullaan käymään myöhemmin läpi, kun pääset itse konkreettisesti työn äärelle.

1.1 GoWash

GoWash on perustettu 29.12.2014 ja toimintansa se on aloittanut 1.9.2015 avaamalla ensimmäisen toimipisteensä Helsingin Konalaan. Tämän jälkeen toiminta on laajentunut ja 5.12.2016 avautui toimipiste Espooseen Espoonlahteen ja viimeisimpänä vastikään 1.2.2018 avautui piste Vantaan Tammistoon. Tiedossa on jo neljännen toimipisteen hankinta sekä toteutus.

Alta löydät toimipisteidemme sijainnit:



GoWash Konala: Ristipellontie 13, 00390 Helsinki (GoogleMaps)



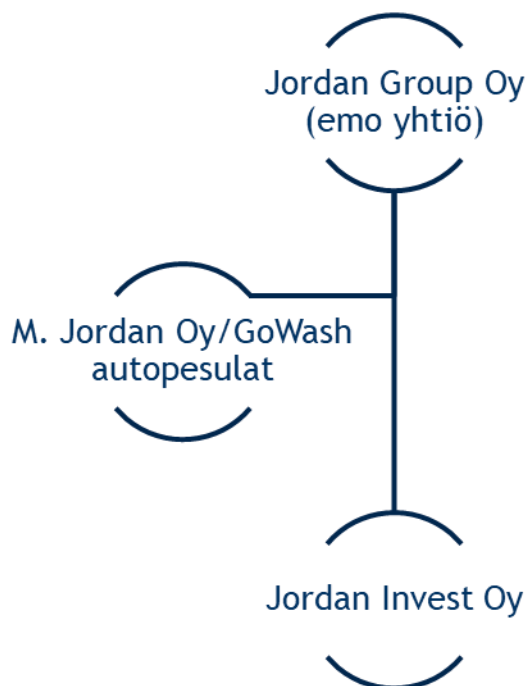
GoWash Espoonlahti: Amiraalin puistotie 9, 02320 Espoo (GoogleMaps)



GoWash Tammisto: Nilsaksentie 7, 01510 Vantaa (GoogleMaps)

Meiltä löytyy kattava verkosto niin yritys- kuin yksityisasiakkaita. Voimme ylpeänä todeta, että olemme saaneet jalkautettua toimintamme kattamaan hyvin pääkaupunkiseutua. Visioimme onkin olla johtava autopesula pääkaupunkiseudulla!

Alla näkyy konsernin rakenne kokonaisuudessaan. Sinä työskentelet M. Jordan Oy:llä/GoWash autopesulat. Ylempänä löytyy emoyhtiö Jordan Group Oy ja alempana Jordan Invest Oy/kiinteistöyhtiöt (Kiinteistö Oy Ristipellontie ja Kiinteistö Oy Amiraalin Puistotie).



1.2 Arvot

Arvot ovat pohja yrityksemme toiminnalle, ja ne myös ohjaavat meidän jokapäiväistä toimintaa. Arvomme koostuvat asiakaslähtöisyydestä, toiminnan selkeydestä ja vastuullisuudesta.

Asiakaslähtöisyys	<ul style="list-style-type: none"> •Pyrimme joustavaan palveluun ja kohtaamme jokaisen asiakkaan yksilönä
Toiminnan selkeys	<ul style="list-style-type: none"> •Selkeys toiminnassa •Tarkkuus ja helppous
Vastuullisuus	<ul style="list-style-type: none"> •Haluamme, että niin asiakkaat kuin työntekijät voivat luottaa meihin •Pidämme lupauksemme •Vastuullisuus ympäristön puolesta. Omaamme mm. oman kierrätysjärjestelmän ja kierrätämme käyttövedet

1.3 Työyhteisö

Työyhteisömme koostuu tällä hetkellä noin 20 työntekijästä ja kasvaa jatkuvasti. Osa työskentelee meillä kokoaikaisesti ja toiset osa-aikaisina tuntityöntekijöinä. Toimintaamme johtaa toimitusjohtaja Markus Jordan.

Meillä on jokaisella toimipisteellämme oma päällikkö:

- Konala: Eemeli K.
- Espoonlahti: Kristian D.
- Tammisto: Teemu H.

Toimipisteen päälliköt pitävät pitkälti huolta yksikön siisteydestä, työvuoroista sekä mahdollisista tarvittavista tilauksista. Mikäli sinulla herää kysymyksiä toimipisteellä työskennellessäsi liittyen toimipisteen käytäntöihin, ohjeistuksiin, toimintaan, tarvike tilauksiin tai yleisiin asioihin niin voit kääntyä yksikön päällikön puoleen.

Koneiden huolloista ja korjauksista meillä vastaa Christer. Mikäli kohtaat koneiden kanssa ongelmia voit olla yhteydessä Christeriin. Ethän koskaan lähde huoltamaan koneista itsenäisesti.

Laskutuksesta meillä vastaa Niina P. Mikäli asiakas kysyy laskutuksesta tai muusta aiheeseen liittyvästä, etkä tiedä kuinka vastata, voit ohjata heidät olemaan suoraan yhteydessä laskutukseen.

2 GoWash työpaikkana

Kanssasi on tehty tai tehdään kirjallinen työsopimus. Työsopimuksessa tulee ilmi tärkeimmät seikat palkanmaksusta, työtehtävistä, työsopimuksen muodosta ja koeajasta. Alallamme ei ole omaa työehtosopimusta näin ollen noudatamme työläinsäädäntöä.

Alta löydät vielä hieman kattavammin informaatiota työskentelystä ja toimintamalleista.

2.1 Työaika

Pidäthän huolen, että saavut sovittuun työvuoroosi aina ajallaan. Huomioithan, ett-ei vaatteiden vaihto tms. kuulu työaikaan. Mikäli myöhästyit työvuorostasi, niin ilmoitathan siitä viipymättä toimitusjohtajalle tai yksikön päällikölle. Mikäli et tavoita kyseisiä henkilöitä, niin ilmoita myöhästymisestäsi sillä hetkellä mahdollisesti vuorossa olevalle henkilölle.

Toimipisteemme ovat auki seuraavasti:

- Maanantaista perjantaihin kello 7:00-21:00
- Lauantaisin kello 8:00-19:00
- Sunnuntaisin kello 10:00-19:00

Näiden mukaan työvuorotkin näin ollen sijoittuvat. Alamme on hyvin sää riippuvainen, joten työvuoroja ei pystytä tekemään aina etukäteen kovin pitkälle. Pyrimme kuitenkin ilmoittamaan työvuorot niin pian kuin mahdollista. Pyhäpäivien aukioloajat saattavat poiketa normaalista ja näistä ilmoitetaan aina erikseen.

Tauot pyritään järjestämään hyvin joustavasti rauhallisempina hetkinä, niin etteivät asiakkaat tai työtoverit jää pulaan.

Tarjoamme työntekijöille työvaatteet (turvakengät, työhousut ja työtakki/fleece/paita), käytäthän työvuorossasi annettuja työvaatteita. Nämä ovat myös osa työturvallisuutta. Samoin

saatavillasi on työnantajan tarjoamana hengitys- ja kuulosuojaimet, niiden käytöstä työntekijä saa päättää itse.

2.2 Palkanmaksu ja vuosilomat

Palkanmaksu tapahtuu jokaisen kuun viimeisenä päivänä, mikäli kuun viimeinen päivä ei ole pankkipäivä, niin palkat laitetaan maksuun edeltävänä pankkipäivänä.

Jokaisella toimipisteellä on tunti- ja vuorokortit, jonne kirjataan ylös tehdyt työtunnit; perehdyttäjasi opastaa sinut tämän käyttöön. Palkanmaksukausi on aina 21-20 päivä, eli esimerkiksi 31.5.2018 maksetaan palkka aikaväliltä 21.4.-20.5.2018.

Kuten aikaisemmin mainittiin, alallamme ei ole omaa työehtosopimusta, joten palkkaus rakentuu työehtosopimuksen ja lainsäädännön mukaan. Näin ollen sunnuntaista maksamme laissa vaaditun +100 %, mutta esimerkiksi arkipyhät eivät ole automaattisesti palkallisia vapaita, eikä niistä makseta lisää, sama käytäntö toimii iltalisten suhteen.

Kokoaikaisilla työntekijöillä kertyy vuosilomia. Mahdolliset kertyvät vuosilomat pidetään sovituksi. Lomat sovitaan joustavasti toimitusjohtajan ja muiden työntekijöiden kesken, niin etteivät ne mene liikaa päällekkäin -> kaikki eivät voi olla lomalla samaan aikaan. Pidetyistä vuosilomista saadaan normaali palkka pidetyltä loma-ajalta.

Osa-aikaisilla tuntityöntekijöillä kertyy lomarahoja, lomarahat maksetaan kerralla aina huhtikuussa tai mikäli työsuhte päättyy, niin kertyneet lomarahat maksetaan viimeisimmän palkan yhteydessä. Sama pätee kokoaikaisten kohdalla; kertyneet pitämättömät lomat maksetaan viimeisimmän palkan yhteydessä.

2.3 Sairastuminen ja muut poissaolot

Mikäli sairastut, niin ilmoitathan siitä viipymättä toimitusjohtajalle. Jos et tavoita häntä, niin ilmoita sairastumisesta yksikön päällikölle. He hoitavat työvuoroosi korvaavan työntekijän ja opastavat, kuinka toimia esimerkiksi sairaslomatodistuksen suhteen. Yleisesti kolme ensimmäistä päivää voit olla poissa esimiehen hyväksynnällä ilman sairaslomatodistusta. Jos sairastut työaikana niin ilmoita siitä välittömästi toimitusjohtajalle tai yksikön päällikölle. Mikäli olet yksin vuorossa, niin pyrimme saamaan tilallesi heti uuden työntekijän.

Vuosiloman aikana sairastuessasi voit pyytää siirtoa lomalle, ilmoitathan toimitusjohtajalle mikäli kohtaan tällaisen tilanteen. Tästä täytyy toimittaa asianmukainen dokumentti. Oikeutta loman siirtoon ei ole silloin, mikäli olet itse aiheuttanut työkyvyttömyyden tahallaan tai törkeällä huolimattomuudella.

Työtapaturmat tulisi hoitaa työterveydenhuollossa. Työtapaturmiin lukeutuvat työpaikalla sattuneiden onnettomuuksien lisäksi työmatkalla sattuneet tapaturmat. Ensisijaisesti suosittelemme muutoin julkisen terveydenhuollon käyttöä.

3 Mitä me asiakkaille tarjoamme

Yksinkertaisesti sanottuna asiakkaat ovat meidän tulon lähde. Myös arvomme puoltavat asiakaspalvelun sekä asiakkaiden tärkeydestä. Meiltä löytyy kattava verkosto niin yritys- kuin yksityisasiakkaita.

Alta löydät lyhyesti kuvattuna jäsenyysvaihtoehdot, joita asiakkaille tarjoamme. Hinnat muodostuvat automäärien mukaan sopimuksella. Ensimmäinen sopimukselle liitettävä auto on

aina hinnaltaan 1. auton hinta. Mikäli samalle sopimukselle lisätään autoja, niin lisättävät autot saadaan 2. auton hinnalla. Mikäli samalle sopimukselle liitetään 5 autoa tai enemmän, saa asiakas kaikki autot 2. auton hinnalla.

Yhdellä kortilla asiakas saa pesettää autoaan meidän jokaisella toimipisteellä. Jäsenyys on aina 12kk määräaikainen. Tulet saamaan lisää informaatiota perehdyttäjältä liittyen sopimusten tekoon ja sopimusehtoihin. Kokonaisuudessaan löydät meidän sopimusehdot nettisivuiltamme www.gowash.fi.

Toimipisteiltämme löytyy samat pesulinjat, yhteensä kolme erilaista: pesukatu (maksimi koko 2,40m x 2,50m), pakettiautopesukone (3,20m x 2,58m) sekä Exclusive halli (2,40m x 2,58m).

Ohessa jäsenyysvaihtoehdot:

EXCLUSIVE	24/7	NIGHT
1. Auto 49€/kk 2. Auto 31€/kk	1. Auto 29€/kk 2. Auto 19€/kk	1. Auto 19€/kk 2. Auto 16€/kk
Pesu käytössä 24/7 Esipesu käsin Tarjolla KAIKKI pesuvaihtoehdot Käytössä kaikki kolme autopesukonetta	Pesu käytössä 24/7 Pesuvaihtoehto BASIC Käytössä kaksi autopesukonetta (pesukatu, pakettiautopesukone)	Pesu aikarajoitettu 20-08 Pesuvaihtoehto BASIC Käytössä yksi autopesukone (pakettiautopesukone)

Mikäli asiakas ei halua ottaa jäsenyyttä tarjoamme yksittäispesuja. Alta löydät vaihtoehdot yksittäispesujen osalta. Yksittäispesuja voidaan luonnollisesti osaa toimipisteen aukiolojen puitteissa.

EXCLUSIVE / 29€	SUPER / 24€	BASIC / 19€	LIGHT / 14€
Pesuun sisältyvät: Vuodenaikaan soveltuva esipesuaine Esipesu käsin Harjaton ja pehmo-harjallinen vaihtoehto ShineTecs-vaha	Pesuun sisältyvät: Vuodenaikaan soveltuva esipesuaine Harjaton ja pehmo-harjallinen vaihtoehto ShineTecs-vaha	Pesuun sisältyvät: Vuodenaikaan soveltuva esipesuaine Harjaton ja pehmo-harjallinen vaihtoehto Kiillotusvaha	Pesuun sisältyvät: Harjaton ja pehmo-harjallinen vaihtoehto

TERVETULOA!