

OPINNÄYTETYÖ

Luomuksen etäopastusten ja virtuaalikierrosten kehittäminen asiakaskokemusten perusteella

Markku Liinamaa

Kulttuurituottaja YAMK

(60 op)

Arvioitavaksi jättämisaika

(12/2021)

TIIVISTELMÄ

Humanistinen ammattikorkeakoulu
Kulttuurituotannon koulutus (YAMK)

Tekijä: Markku Liinamaa

Opinnäytetyön nimi: Luomuksen etäopastusten ja virtuaalikerrosten kehittäminen asiakaskokemusten perusteella

Sivumäärä: 67 ja 7 liitesivua

Työn ohjaaja: Oona Tikkaaja

Työn tilaaja: Luonnontieteellinen keskusmuseo LUOMUS

Digitaalisuus museoiden yleisötyössä on lisääntynyt räjähdysmäisesti viimeisen kahden vuoden aikana. Koronapandemian suljettua museoiden ovet, museot ympäri maailmaa alkoivat kehittää uusia digitaalisia palveluita. Myös Luonnontieteellisessä museossa otettiin uudet digitaaliset yleisötyön muodot käyttöön vuonna 2021.

Tämän työn tilaajana oli Luonnontieteellinen keskusmuseo Luomus. Luonnontieteellisessä museossa suunniteltiin ja toteutettiin korona-aikana etäopastuksia ja virtuaalikerros Muutosta ilmasta -näyttelystä, mutta vielä ei tiedetty, ketkä palveluja käyttivät ja millaisina he kokivat nämä palvelut. Opinnäytetyön tavoite oli tuottaa tietoa, jonka avulla digitaalisia yleisöpalveluja voidaan kehittää.

Tässä työssä tutkittiin etäopastuksille ja virtuaalikerrokselle osallistuneiden asiakaskokemuksia. Työn aikana tehtiin kaksi kyselytutkimusta, toinen etäopastuksia tilanneille opettajille ja toinen virtuaalikerroksella käynneille. Etäopastukselle osallistuneita opettajia haastateltiin ja virtuaalikerroksen testaajia havainnoitiin, jonka jälkeen heidät haastateltiin. Oppaat pitivät opastuksista päiväkirjoja, joiden avulla selvitettiin etäopastusten teknisten ongelmien yleisyyttä ja verrattiin oppaan ja asiakkaan kokemuksia etäopastuksesta. Benchmarkingin keinoin kartoitettiin muiden museoiden tapoja tuottaa etäopastuksia, selvitettiin heidän saamaansa palautetta ja tulevaisuuden näkymiä.

Työn keskiössä oli asiakaskokemusten selvittäminen. Haastatteluiden ja kyselyiden vastauksista selvisi, että etäopastukset olivat vastanneet asiakkaiden odotuksia, ja asiakastyytyväisyys oli erittäin hyvä. Vuorovaikutus koettiin etäopastuksilla toimivaksi, vaikka parannettavaakin löytyi. Benchmarking vahvisti havaintoa, että etäopastuksia voidaan toteuttaa monella eri tavalla ja niille on jatkossakin kysyntää. Virtuaalikerroksen vaikutus halukkuuteen vieraillla museossa paikan päällä oli suuri ja havainnoinnin myötä huomattiin, että navigoinnin selkeyteen täytyy kierroksella panostaa.

Tämän työn tulosten perusteella laadittiin Luomukselle kaksi luetteloa asioista, joiden avulla etäopastuksia ja virtuaalikerroksia voidaan kehittää ja varmistaa positiiviset asiakaskokemukset jatkossakin. Laadittujen luetteloiden avulla etäopastusten ja virtuaalikerrosten kehittäminen onnistuu myös muissa museoissa.

Asiasanat: asiakaskokemus, etäopastus, virtuaalikerros, digitaalinen, museot

ABSTRACT

Humak University of Applied Sciences
Master's Degree Programme in Cultural Management 60 ECTS

Author: Markku Liinamaa

Title: Development of Luomus' remote guided tours and virtual tours based on customer experiences

Number of Pages: 67 and 7 attachment pages

Supervisor: Oona Tikkaaja

Commissioned by: Finnish Museum of Natural History LUOMUS

Digitalisation in museum public services has exploded over the past two years. The coronavirus pandemic closed the doors of museums, and museums around the world began to develop new digital services. Finnish Museum of Natural History also introduced new forms of digital public services in 2021.

This thesis was commissioned by the Finnish Museum of Natural History Luomus. During the corona pandemic, The Natural History Museum planned and carried out remote guided tours and a virtual tour in the exhibition Change in the Air. It was, however, unknown who used the services and how they perceived these services. The aim of the thesis was to produce information that can be used to develop new digital public services.

In this thesis, the customer experiences of participants in remote guided tours and virtual tours were examined. Two surveys were conducted, one for teachers who had booked remote guided tours and one for those who attended the virtual tour. Teachers who participated in the remote guided tours were interviewed. The persons who attended the virtual tour were first observed and then interviewed. The diaries kept by the guides were used to find out the prevalence of technical problems in remote guided tours and to compare the guide's and the client's experiences of remote guidance. Benchmarking was used to map other museums' ways of producing remote guided tours.

The main focus of the thesis was customer experience. The interviews and questionnaires showed that the remote guided tours met customer expectations, and the customer satisfaction was very good. Benchmarking confirmed the finding that remote guided tours can be implemented in many different ways and will continue to be in demand. The impact of the virtual tour on the willingness to visit the museum on site was significant. The observations show that the tours need attention with the clarity of navigation.

Based on the results of this work, two lists were made for Luomus. The lists include guidelines that can be used to develop remote guided tours and virtual tours and to ensure positive customer experiences in the future. These guidelines will also help other museums to develop remote guide tours and virtual tours.

Keywords: customer experiences, remote guided tour, virtual tour, digital, museums

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO.....	5
	1.1 Opinnäytetyön tavoitteet.....	5
	1.2 Museot muutoksessa.....	6
2	LUOMUS JA DIGITAALISET PALVELUT	8
	2.1 Luonnontieteellinen keskusmuseo Luomus.....	8
	2.2 Digitaalisten yleisöpalveluiden kehittäminen.....	10
	2.3 Luomuksen uudet digitaaliset palvelut	11
	2.4 Mikä on etäopastus ja mikä on virtuaalikierrros?	12
3	ASIAKASKOKEMUKSEN MUODOSTUMINEN.....	18
	3.1 Asiakaskokemuksen määrittely	18
	3.2 Asiakaskokemuksen mittaaminen.....	19
4	KÄYTETYT MENETELMÄT	22
	4.1 Kyselyt.....	22
	4.1.1 Etäopastuksia koskeva kysely	23
	4.1.2 Virtuaalikierrrosta koskeva kysely	23
	4.1.3 Kyselyn tekstianalyysi.....	24
	4.2 Haastattelut	24
	4.3 Havainnointi.....	25
	4.4 Benchmarking.....	26
	4.5 Päiväkirjat	27
5	TULOKSET	28
	5.1 Etäopastusten kyselytutkimus.....	28
	5.2 Etäopastusten haastattelut	30
	5.3 Oppaiden päiväkirjat.....	38
	5.4 Virtuaalikierrroksen kyselytutkimus.....	40
	5.5 Virtuaalikierrroksen testaaminen ja siihen liittyvät haastattelut	45
	5.6 Benchmarkingin tulokset	49
6	KEHITTÄMISEHDOTUKSET	56
	6.1 Toimenpiteet etäopastusten kehittämiseksi	56
	6.2 Toimenpiteet virtuaalikierrrosten kehittämiseksi.....	58
7	POHDINTA.....	62
	LÄHTEET	64
	LIITTEET	68

1 JOHDANTO

1.1 Opinnäytetyön tavoitteet

Tämän työn tavoite on selvittää museoiden uusien digitaalisten yleisöpalveluiden, etäopastusten ja virtuaalikerrosten asiakaskokemuksia ja antaa ehdotuksia näiden yleisöpalvelujen kehittämiseksi Luomuksessa ja laajemmaltikin museokentällä.

Tutkimuskysymykseni on: Millaisia uusien digitaalisten yleisöpalvelujen asiakaskokemukset ovat? Tavoitteeseen pyrin tekemällä haastatteluja ja laatimalla kyselytutkimuksia museon digitaalisia yleisöpalveluja käyttäviltä asiakkailta. Benchmarkingin keinoin kartoitan muiden digitaalisia yleisöpalveluja tarjoavien museoiden ja toimijoiden kokemuksia. Työn tavoitteita kohti kuljen selvittämällä, kuinka asiakaskokemukseen olennaisesti liittyvä vuorovaikutus koetaan etäopastuksella ja vaikuttaako verkossa tehtävä virtuaalikerros asiakkaiden halukkuuteen vierailla myöhemmin myös paikan päällä museossa.

Opinnäytetyöni lähtökohta on Luomuksen käytännön tarve kehittää toimivia etäopastuksia, joita voidaan jatkossa markkinoida rinnakkain museoon saapuville järjestettävien opastusten kanssa. Luomus toimii valtakunnallisena luonnontieteellisenä keskusmuseona ja saavutettavuuden näkökulmasta etäopastukset ja virtuaalikerrokset toisivat palvelut paremmin saataville myös kauempana asuville. Luomuksella halutaan tehdä erilaisia virtuaalikerroksia jatkossakin, koska sillä on myös kohteita, joihin yleisöllä ei ole normaalisti sisäänpääsyä, kuten Kasvimuseon tilat Kaisaniemessä tai vain kesällä auki olevat Geologiset kokoelmat Kumpulassa. Luomuksen vaihtuvien näyttelyiden elinkaarta voidaan pidentää tekemällä niistä virtuaalikerroksia, jotka ovat asiakkaiden katsottavissa vielä näyttelyn poistuttua ohjelmistosta. Virtuaalikerros toimii silloin samalla myös poistuneen näyttelyn dokumentointina.

Vuonna 2020 alkanut koronapandemia sulki museot yllättäen, ja moni museo lähti nopealla aikataululla kokeilemaan uusia yleisöpalveluja. Vielä ei ole olemassa tietoa siitä, miten nämä uudet yleisöpalvelut ovat onnistuneet tavoittamaan yleisönsä ja millä kaikilla eri tavoin museoiden digitaalisia yleisöpalveluita on toteutettu. Aika näyttää, osoittautuvatko uudet yleisöpalvelut niin toimiviksi, että niistä muodostuu museotalle pysyviä toimintatapoja.

Työni näkökulma kohdistuu asiakaskokemuksiin. Työssäni haluan selvittää minkälaisiin asioihin digitaalisia palveluita käyttävät museovieraat kiinnittävät huomiota ja millaiset asiat niissä

ovat heille tärkeitä. Työni kehitysehdotuksissa laadin luettelot asioista, jotka parantavat etäopastusten ja virtuaalikerrosten asiakaskokemuksia. Kehitysehdotusten myötä yleisöpalveluja voitaisiin kehittää ja niistä tulisi entistä houkuttelevampia kohdeyleisöilleen.

Tämän työn tilaajana toimii Luonnontieteellinen keskusmuseo Luomus, joka on Helsingin yliopiston erillislaitos. Työskentelen itse Luomuksen yleisöpalvelutiimin suunnittelijana. Olen ollut kehittämässä Luomuksen opastuksia, työpajoja ja näyttelyitä jo yli 20 vuoden ajan. Olen ollut suunnittelemassa nyt tutkittavana olevia Luomuksen etäopastuksia ja virtuaalikerroksia, mutta en ole itse pitänyt niitä. Tähän työhön liittyen minulla on ollut kaksoisrooli sekä opinäytetyön tekijänä, että Luomuksen työntekijänä.

1.2 Museot muutoksessa

Museoiden uudet digitaaliset palvelut tulivat koronaepidemian myötä nopeasti museoihin keväällä 2020. Kun museot joutuivat sulkemaan ovensa yleisöltä epidemiasta johtuvien rajoitusten vuoksi, monessa museossa mietittiin, millaisia museopalveluita asiakkaille voitaisiin tarjota virtuaalisesti, kun fyysiset kohtaamiset eivät olleet mahdollisia. Moni museo panosti sosiaalisen median kanaviin, jotta museoiden ovien sulkeutumisesta huolimatta, tieto museotyön jatkumisesta tavoitaisi yleisön. Museoiden yleisötyötä lähdettiin vahvasti suuntaamaan verkkoon ja aloitettiin kehittää esimerkiksi etäopastuksia, itsenäisesti käytettäviä verkkomateriaaleja ja suunnitella erilaisia virtuaalikerroksia.

Tämä muutos todetaan myös opetus- ja kulttuuriministeriön teettämässä raportissa.

Toisaalta kulttuuriala on pyrkinyt turvaamaan toiminnan jatkumisen poikkeusolojen keskellä: uudenlaisia toimintamuotoja kehitti 64 % yhteisöjä edustavista vastaajista ja 44 % oli kehittänyt tai ottanut käyttöön yleisölle suunnattuja uusia digitaalisia palveluita (Valtioneuvosto, 2021).

Muutos näkyi museoissa ympäri maailmaa. Museoiden kansainvälisen järjestön ICOM:n (International Council of Museums) 107 maassa tekemästä kyselystä selviää, että vaikka huhtitoukokuussa vuonna 2020 noin 95 % museoista oli suljettuna, museoiden digitaalinen viestintä kasvoi noin 15 % (ICOM 2021a, 3).

ICOM teki museoille vielä jatkokyselyn syyskuussa 2020, josta selviää, että museoiden digitaalisten yleisöpalveluiden määrä oli lisääntynyt edelleen. Noin kolmasosa museoista oli lisännyt verkkonäyttelyitä ja noin puolet livetapahtumia. Museoiden sosiaalisen median käytössä oli tapahtunut eniten kasvua, sillä yli 45 % museoista oli lisännyt sen käyttöä. Kyselyn tuloksista

selviää myös, että ainoastaan 22 %:lla museoista on kokopäiväisiä työntekijöitä, jotka työskentelevät digitaalisten palveluiden parissa. (ICOM 2021b, 17.)

Myös NEMO:n (The Network of European Museum Organisations) kyselytutkimuksessa selvisi, että varsinkin niiden museoiden, jotka olivat lisänneet sisällöntarjontaansa verkossa, verkkovierailut olivat lisääntyneet korona-aikana yli 40 %:ssa museoista (NEMO 2020, 14). Kun museot jälleen avautuivat, verkkovierailujen määrät eivät ole kuitenkaan olennaisesti vähentyneet (NEMO 2021, 18).

Tällä hetkellä Suomessa on menossa Kohti parempia digisisältöjä -hanke, jossa mietitään, kuinka museoiden digitaalisia yleisöpalveluja tulisi kehittää. Tavoitteena on, että digitaaliset yleisöpalvelut tulevat jatkossa osaksi museoiden pysyvää toimintaa. Hanke on viiden suomalaisen museon yhteishanke, jossa järjestetään yhteiskehittämisen työpajoja toimivien ratkaisujen löytämiseksi. Uudet työtavat edellyttävät uudenlaista ajattelua museon yleisötyöstä, joka ei välttämättä ole jatkossa enää sidottu fyysiseen sijaintiin. Erityisesti palveluiden tavoitettavuutta tulisi kehittää palvelumuotoilun keinoin. Yleisöjen ääni pääsi kuuluviin keväällä 2021 toteutetussa kyselyssä, johon vastasi 205 henkilöä. Kyselyssä selvitettiin, miten museoiden yleisöt käyttävät digitaalisia palveluita ja millaisia palveluita museoilta odotetaan. Kyselyn tuloksista julkaistaan raportti keväällä 2022. Kyseessä on opetus- ja kulttuuriministeriön tukema hanke. (Suomen maatalousmuseo Sarka 2021.)

Kansainvälisistä tutkimuksista löytyy jo paljon tietoa siitä, kuinka museot ovat lisänneet digitaalisia yleisöpalveluitaan, ja mitkä niistä ovat osoittautuneet käyttäjien keskuudessa suosituimmiksi. Myös Suomessa on meneillään digitaalisten yleisöpalveluiden kehityshankkeita. Tässä työssä tutkin, millainen kokemus museon digitaalisten yleisöpalvelujen käyttämisestä syntyy. Tämä kehittämistyö pyrkii selvittämään, millaiset asiat vaikuttavat siihen, että museon digitaaliset yleisöpalvelut koettaisiin miellyttävinä.

2 LUOMUS JA DIGITAALISET PALVELUT

2.1 Luonnontieteellinen keskusmuseo Luomus

Luomus on tutkimuslaitos, jonka tehtäviin kuuluu luonnontieteellisten kansalliskokoelmien ylläpitäminen ja kartuttaminen sekä niiden tarjoaminen tutkimuskäyttöön. Luomus toteuttaa tiede- ja ympäristökasvatusta ja toimii luonnon monimuotoisuuden asiantuntijana. Luomuksen ydintehtävät ovat kirjattu yliopistolakiin. (Huotari 2021, Luomus, Yleisesti.)

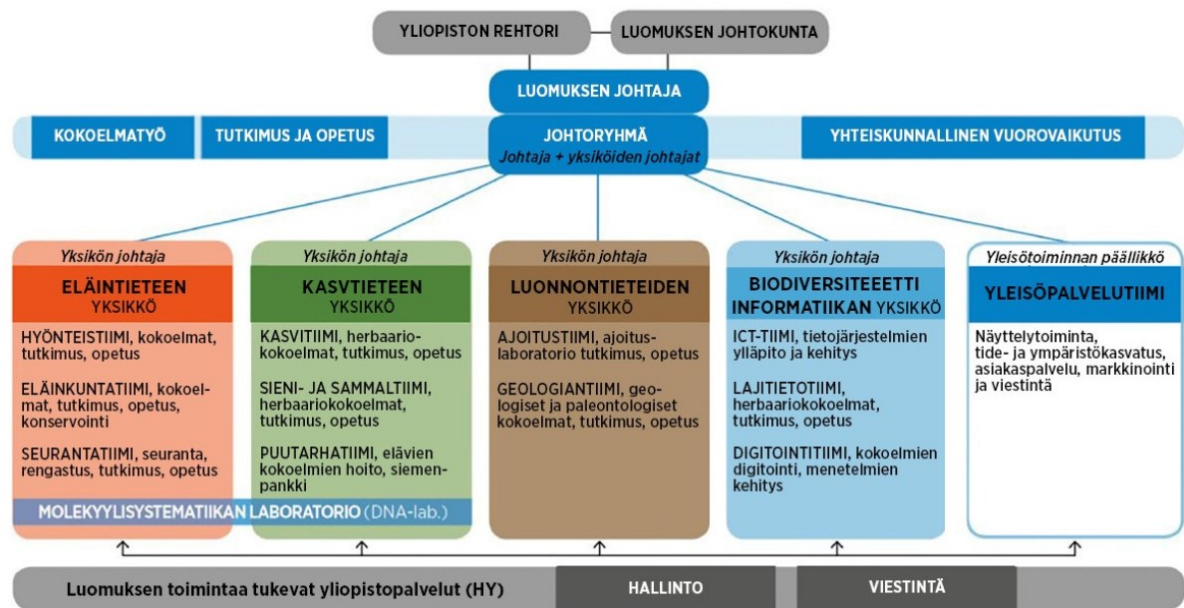
Koska Luomus on Helsingin yliopiston erillislaitos, sen arvot ovat samat kuin yliopiston: totuus, sivistys, vapaus ja yhteisöllisyys. Myös Luomuksen strategia nojaa Helsingin yliopiston strategiaan, joka on tehty vuosille 2021–2030 (Luomus 2020). Neljä strategista painopistealuetta ovat:

1. Tiede ja oppiminen kuuluvat kaikille
2. Avoimuus vahvistaa tiedettä ja yhteistyötä
3. Paras paikka opiskella ja työskennellä
4. Vastuullisuuden ja kestävyuden edelläkävijä

Strategisten painopisteiden lisäksi Luomus on valinnut itselleen viisi yksittäistä kehittämiskohtetta vuosiksi 2021–2024 (mt.). Kehittämiskohteet ovat:

1. Avoin tiede - tutkimusinfrastruktuurit ja -aineistot avoimesti saataville
2. Merkittävä tiedekasvattaja ja -viestijä
3. Merkittävä vaikuttaja yhteiskunnassa
4. Hyvinvoiva työ- ja opiskeluyhteisö
5. Taloudellisen liikkumavaran vahvistaminen

Luomuksen organisaatio koostuu neljästä yksiköstä, biodiversiteetti-informatiikan, eläintieteen, kasvitieteen ja luonnontieteiden yksiköistä, joiden tehtäviin kuuluu vastata tutkimusinfrastruktuurien ylläpidosta ja kehityksestä sekä tutkimuksesta ja opetuksesta. Neljän yksikön lisäksi Luomuksessa toimii yleisöpalvelutiimi, joka vastaa yleisötoiminnasta. (Huotari 2021, Luomus, Organisaatio.) Luomuksessa työskentelee noin 150 henkilöä (mt., Luomus, Henkilöstö).



Kuvio 1: Luomuksen organisaatiokaavio

Luomuksella on kolme yleisölle avoinna olevaa kohdetta, Luonnontieteellinen museo sekä Kaisaniemen ja Kumpulan kasvitieteelliset puutarhat. Yleisökohteissa kävi vuonna 2019 yhteensä yli 350 000 kävijää. Luonnontieteellinen museo oli näistä yleisökohteista suosituin yli 180 300 kävijällään. Koronaepidemian vuoksi vuonna 2020 yleisökohteiden kävijämääriä jouduttiin rajoittamaan ja Luonnontieteellinen museokin jouduttiin sulkemaan yli kolmeksi kuukaudeksi ja tämän vuoksi museon kävijämäärä väheni 50 % edellisvuodesta. (mt., Asiantuntijatyö ja tiedekasvatus, Yleisökohteet.)

Museoviraston vuosittain tekemässä kävijätilastossa Luonnontieteellinen museo sijoittuu kävijämäärällään Suomen 7. suosituimmaksi museoksi (Museovirasto 2020, 2/5). Parhaimmillaan Luonnontieteellinen museo on ollut kävijämäärältään Suomen 3. suosituin museo vuonna 2010 (Museovirasto 2011, 12). Vaikka Luonnontieteellisen museon kävijämäärät eivät ole olennaisesti muuttuneet viimeisen kymmenen vuoden aikana, muiden suosittujen museoiden kävijämäärät ovat nousseet Luonnontieteellistä museota enemmän.

Maksullisia, etukäteen tilattavia opastuksia Luomuksessa järjestetään vuosittain noin 800. Opastuksia järjestetään eri-ikäisille kohderyhmille ja opastuksilla käyvistä ryhmistä eniten on alakouluryhmiä. (Huotari 2021, Asiantuntijatyö ja tiedekasvatus, Yleisökohteet.)

2.2 Digitaalisten yleisöpalveluiden kehittäminen

Projektipäällikkö Emma Harjun ja kulttuuriasianneuvos Tapani Sainion mukaan digitaalisella yleisötyöllä tarkoitetaan kulttuuritoimijoiden toimimista vuorovaikutuksessa asiakkaiden ja kävijöiden kanssa digitaalisten välineiden, alustojen, sisältöjen ja palveluiden kautta. Digitaaliset keinot antavat asiakkaille mahdollisuuden osallistua kulttuurilaitosten toimintaan, mikä vahvistaa toimijoiden yleisösuhdetta. (Harju & Sainio 2018, 3.)

Kun asiakkaat käyttävät yhä enemmän digitaalisia palveluita, niin käytön aikana siitä kertyy automaattisesti paljon tietoa palveluiden tuottajille. Kertynyttä tietoa tarkastelemalla selviää, miten asiakkaat käyttävät digitaalisia palveluita ja keitä he ovat. Saadun tiedon pohjalta on palveluiden yleisölähtöinen suunnittelu helpompaa ja niitä voidaan tarjota myös niille, jotka eivät ole osallistuneet toimintaan aikaisemmin tai ovat osallistuneet vain harvoin. (mt., 3.)

Kulttuurilaitosten digitaalisesta yleisötyöstä on tehty opetus- ja kulttuuriministeriön selvitys vuosina 2017 ja 2018. Selvityshankkeen tuloksista nousi neljä kohtaa, joiden katsottiin olevan tärkeitä menestyksekkäästi digitaalisessa ympäristössä toimimiseen: organisaation strateginen sitoutuminen, uudenlainen osaaminen, uudet yhteistyötavat ja toimintamallit ja ihmisten tarpeiden ymmärtäminen. Sainion, Ängeslevän ja Harjun mukaan organisaation strateginen sitoutuminen tarkoittaa keskustelua digitalisaation merkityksistä, tavoitteista ja sitoutumisesta digitalisuuden aiheuttamiin muutoksiin. Uudenlaisella osaamisella tarkoitetaan, että henkilöstön laaja-alaista ja soveltavaa osaamista tarvitaan lisää digitaalisten toimintatapojen myötä ja siihen tarvitaan yhteistyötä yli ammattirajojen. Uudenlaiset yhteistyötavat vaativat yhteistyöverkostoja, joiden avulla voidaan tuottaa digitaalisia ratkaisuja ja palveluita ja ne vaativat testausta, kehittelyä ja kokeiluja. Ihmisten tarpeiden ymmärtäminen on puolestaan keskeistä, jotta palvelut saadaan saavutettaviksi ja yleisöpohjaa voidaan laajentaa. (Sainio, Ängeslevä & Harju 2019, 13–14.)

Digitaalisen yleisötyön kehityshankkeessa toteutettiin kulttuurialan toimijoille verkkokysely, jossa selvitettiin erikseen sekä digitaalisuuteen että yleisesti yleisötyöhön liittyviä mahdollisuuksia. Digitaalisten mahdollisuuksien osalta vastauksista nousivat kärkeen yleisöpohjan monipuolistaminen ja palveluiden saatavuuden lisäys sekä yleisömäärän kasvattaminen. Organisaation näkyvyyden lisääntyminen nähtiin myös yhdeksi tärkeäksi mahdollisuudeksi digitaalisuuden myötä. (mt., 17.)

Digitaalinen saatavuus on nostettu yhdeksi alueellisten ja valtakunnallisten vastuumuseoiden tehtäväksi museolaissa.

Alueellisen vastuumuseon tehtävänä on toimialueellaan toimia kulttuuriperinnön asiantuntijana sekä kehittää ja edistää museotoimintaa, toimialansa yhteistyötä sekä kulttuuriperinnön tallentamista ja digitaalista saatavuutta (Museolaki 314/2019, 7 §).

Museoalan digitaalisten yleisöpalveluiden kehittäminen koskettaa laajasti ympäri maailmaa. Esimerkiksi Euroopan unionin vuoteen 2023 kestävässä SPICE (Social cohesion, Participation, and Inclusion through Cultural Engagement) -tutkimushankkeessa keskitytään kehittämään museoiden digitaalisuutta (SPICE 2021). Suomesta hankkeessa ovat mukana Aalto yliopisto ja Designmuseo ja siinä tutkitaan esimerkkitapausten kautta yleisön osallisuutta ja yksi heidän tutkimuskysymyksensä on: ”Miten virtuaalitodellisuutta hyödyntävissä museokokemuksissa voidaan lisätä osallisuutta ja sitoutumista kulttuuriperintöön pelillistämisen avulla?” (Vishwanath 2021).

2.3 Luomuksen uudet digitaaliset palvelut

Luomuksessa on viime vuosina panostettu digitoimiseen ja digitaalisiin palveluihin. Kansalliskokoelmien digitoiminen on jatkunut jo monta vuotta. Näytteitä digitoidaan nyt noin 350 000 vuodessa (Huotari 2021, Kokoelmat ja tietoaineistot, Digitoinnin edistyminen). Digitoinnilla tarkoitetaan näytteiden kuvaamista ja näytteisiin liittyvien tietojen siirtämistä tietokantaan, jossa niiden tietoja voidaan käsitellä tietokoneohjelmien avulla. Tiedot saadaan todelliseen hyötykäyttöön vasta, kun ne on saatu digitaaliseen muotoon, ja ovat tietokonein analysoitavissa. (Partanen 2018.) Digitoitiedot voidaan jakaa helposti yleisön saataville nykyaikaisissa tietoverkoissa.

Luomuksen kokoelmat kattavat yli 13 miljoonaa eläin-, kasvi-, sieni-, kivi- ja fossiilinäytettä, joita tutkijat ympäri maailmaa voivat hyödyntää. Digitoituja kokoelmia pääsee selaamaan Luomuksen ylläpitämän Suomen Lajitietokeskuksen kautta. (Huotari 2021, Kokoelmat ja tietoaineistot, Yleisesti.)

Suomen Lajitietokeskus on Luomuksen digitalisaation lippulaivahanke. Lajitietokeskus edistää avointa tiedettä. Lajitietokeskuksen portaalissa, osoitteessa Laji.fi, kuka tahansa voi hakea kaikkea sitä tietoa, jota suomalaisista lajeista on digitaalisesti saatavilla, selata havaintoja suomalaisista lajitietokannoista sekä pitää kirjaa omista luontohavainnoistaan. Lajitietokeskus toimii avoimen tiedon alustana, joka

yhdistää kansalaistiedettä, akateemista tutkimusta, hallintoa, opetusta ja yrityksiä. (mt., Kokoelmat ja tietoaineistot, Lajitietokeskuksen kehitystyö.)

Myös kansalaistieteen avulla kartutetaan luontohavaintoja tutkijoiden käyttöön. Uusin sovellus, iNaturalist Suomi, otettiin käyttöön keväällä 2020. Tämä sovellus kannustaa kansalaisia kirjamaan omia luontohavaintojaan palveluun, jossa tekoäly ja toiset käyttäjät tunnistavat lajeja.

iNaturalist Suomi on osa kansainvälistä iNaturalist-verkostoa. Palvelun avulla tuotetut havainnot tallentuvat myös Suomen Lajitietokeskukseen ja ovat sen kautta tutkijoiden, viranomaisten ja harrastajien käytettävissä. Sinun tarvitsee vain havainnoida! (iNaturalist Suomi 2021.)

iNaturalist Suomen käyttöönoton jälkeen havaintomäärät kasvoivat valtavasti ja Laji.fi-portaalissa oli jo 40 miljoonaa havaintopistettä vuoden 2020 lopussa (Huotari 2021, Kokoelmat ja tietoaineistot, Lajitietokeskuksen kehitystyö).

Digitoinnin seurauksena näytteitä voidaan nykyään myös lainata virtuaalisesti. Virtuaalilainat suojaavat kulumiselta kaikkein arvokkaimpia ja harvinaisimpia näytteitä. Vuonna 2020 Luomuksen kaikkien lainattujen näytteiden lukumäärä oli 9 803 ja virtuaalilainattuja oli 330 näyttettä. (mt., Kokoelmat ja tietoaineistot, Käyttö- ja lainausaktiivisuus, taulukko 7.)

Luomuksen koordinoimasta kasvitietokannasta, Kasviatlaksesta, löytyy yli 7,6 miljoonaa kasvihavaintoa Suomen putkilokasveista. Tietokannan luominen aloitettiin 1960-luvun puolivälissä ja jo vuodesta 2007 lähtien levinneisyystiedot ovat olleet kaikkien saatavilla selainkäyttöisinä. (Kasviatlas.fi 2021.)

Luomuksen kokoelmat ja havaintoaineistot muuttuvat yhä enenevässä määrin tutkijoiden ja luontoharrastajien iloksi digitaaliseen muotoon, mutta yleisöpalvelun perinteiset muodot, näyttelyt ja opastukset, ovat vasta vuonna 2021 astuneet digiaikaan. Tässä työssä keskitytään tutkimaan ainoastaan Luomuksen etäopastuksia ja virtuaalikierrosta.

2.4 Mikä on etäopastus ja mikä on virtuaalikierrros?

Tässä työssä etäopastuksella tarkoitetaan museon henkilökunnan tekemää opastusta museon esineistä, näyttelystä tai teemoista asiakkaille, jotka eivät ole paikan päällä museossa, vaan jotka katsovat ja osallistuvat opastukselle verkon välityksellä.

Museoissa etäopastuksia on toteutettu monella eri tavalla. Toisissa museoissa on etukäteen varattavia maksullisia tai maksuttomia opastuksia, jotka toteutetaan yleensä Zoom - tai Teams -sovellusten kautta. Toisissa museoissa taas on kaikille avoimia livestriimejä, joista ilmoitetaan

etukäteen museon omissa tiedotuskanavissa ja joihin kuka tahansa voi liittyä mukaan. Tallenteet livestriimatuista opastuksista voivat jäädä myös määrääjäksi yleisön saataville. Tekniikan museossa on huomattu, että koululaisille suunnattuja livestriimattuja opastuksia on katseltukin tallenteina enemmän, kuin niillä on ollut seuraajia suorassa lähetystilanteessa (Karttunen 2021). Livestriimattuja opastuksia on museoista lähetetty myös Facebook Live - ja Instagram Live -sovellusten kautta. Esimerkiksi Amos Rexin IGTV:stä löytyvät edelleen heidän tekemänsä miniopastukset seitsemällä eri kielellä (Amos Rex 2021).

Kansallismuseo on yksi ensimmäisiä Suomessa avoimia etäopastuksia järjestäneistä museoista, jonka opastuksille on voinut liittyä verkkoselaimella ilman rekisteröitymistä tai ennakoilmoittautumista (Kansallismuseo 2021). Kansallismuseo aloitti omat etäopastuksensa jo vuonna 2018 (Kansallismuseo 2018) eli ennen koronaepidemiaa, kun monessa muussa museossa niitä lähdettiin suunnittelemaan vasta museoiden suljettua ovensa pandemian vuoksi.

Osassa museoista opas on liikkunut museon näyttelytiloissa etäopastuksen aikana. Monessa museossa on näyttelytiloissa kuitenkin niin himmeä valaistus, ettei se mahdollista hyvälaatuisen kuvan lähettämistä ilman erillistä lisävalaistusta. Myös lasivitriinien sisällä olevien esineiden kuvaaminen on heijastusten takia haastavaa, eikä kaikissa näyttelytiloissa ole saatavilla tarpeeksi hyviä ja luotettavia verkkoyhteyksiä. Tästä syystä osassa museoissa etäopastus on päätetty toteuttaa erillisestä tilasta, jolloin kuvaus- ja ääniolosuhteet ovat paremmat, eikä näyttelysalissa mahdollisesti liikkuvista muista henkilöistä tule ylimääräisiä ääniä. Erillisestä tilasta lähetettävässä opastuksessa voidaan kuitenkin näyttää etukäteen näyttelystä ja sen esineistä otettuja kuvia. Tällöin päästään usein lähemmäksi tutkittavaa esinettä ja sen yksityiskohtia. Etäopastuksella voidaan käyttää myös sellaista lisämateriaalia, mitä itse näyttelyssä ei ole esillä.

Etäopastuksella voidaan myös käyttää äänimaisemia ja jopa hajuja tekemään kokemuksesta monipuolisemman. Esimerkiksi Amos Rexin Egyptin loisto -näyttelyyn liittyvällä etäopastuksella, osallistujat oli etukäteen ohjeistettu varamaan käden ulottuville joka kodista löytyviä mausteita, kuten esimerkiksi kanelia tai rosmariinia. Osallistujat saivat opastuksen tietystä kohdasta tehtäväksi nuuhkia mausteita silmät kiinni, äänimaiseman soidessa taustalla. Äänien ja tuoksujen herättämistä mielikuvista keskusteltiin sen jälkeen yhdessä. Tehtävän jälkeen katsottiin vielä tuoksu- ja äänimaisemaan kuuluva teoskuva. Opastuksella aktivoitiin osallistujia myös kirjoittamaan hieroglyfeillä oma nimi, samalla kun heille näytettiin taulukko aakkosia vastaavista hieroglyfeistä. (Orenius 2021.)

Etäopastuksella sovitaan yleensä opastuksen alussa, millaista keskustelukäytäntöä noudatetaan, aivan kuten tavallisissa etäkokouksissakin tehdään. Kysymyksille ja keskustelulle on opastuksella varattu oma aika, mutta kysymyksiä voidaan esittää myös chatissa tai nostamalla virtuaaliksi ylös ja laittamalla mikrofoni päälle.

Etäopastusten lisäksi monet museot ovat tehneet opastuksia, jotka ovat etukäteen videoituja ja useimmat niistä ovat katsottavissa YouTuben kautta. Tällaiset virtuaaliopastukset ovat melko lyhyitä, 3–10 minuuttia pitkiä videoita ja käsittelevät hyvin tarkasti rajattuja aiheita. Suomen museoliitto on koonnut Opi museossa -sivustolle eri museoiden virtuaaliopastuksia, jotta ne löytäisivät helpommin kohdeyleisönsä (Suomen museoliitto 2021).

Museoiden itse tekemien etäopastusten lisäksi niitä on korona-aikana tehty myös yhteistyönä esimerkiksi eri medioiden kanssa. Porvoon museo toteutti lyhyitä museovideoita yhdessä paikallisen Itäväylä -lehden kanssa (Smolander 2020). Jokaisen uuden virtuaaliopastuksen yhteydessä lehti julkaisi opastuksen aiheesta myös lehdessään artikkelin. Ilta-Sanomien ISTV toteutti korona-aikana useista museoista suorina, kahden tunnin pituisia museovierailuja. Suorien lähetysten jälkeen videot ovat olleet katsottavissa lehden verkkosivuilla. Myös Luonnontieteellinen museo toimi yhden suoran videokierroksen isäntänä vuoden 2021 tammikuussa (Virolainen 2021).

Luonnontieteellisen museon ensimmäinen oma etäopastus järjestettiin helmikuussa 2021. Ensimmäiset etäopastukset olivat Suomen luonto -aiheisia ja ne olivat suunnattu alakoulun luokille 1–6, jotka ovat perinteisesti tilanneet ahkerasti myös paikan päällä opastettuja Suomen luonto -opastuksia. Etäopastus toteutettiin museon näyttelyihin kuuluvasta huoneesta, jonka oven pystyi sulkemaan opastuksen ajaksi. Opas ei liikkunut tilasta etäopastuksen aikana, vaan vuorotteli jaetun näytön kautta jaettujen kuvien ja oman livekuvansa kanssa. Jaetut kuvat olivat still -kuvia museon Suomen luonto -näyttelystä ja lisäksi oppaalla oli konkreettisia esineitä, joita pystyi tuomaan lähelle kameraa ja kääntämään eri kuvakulmista. Havainnollistavia materiaaleja olivat esimerkiksi karhun ja ketun kallot, lintujen munat ja täytetty siili ja kettu. Etäopastuksen runko noudatteli museossa paikan päällä tehtävän opastuksen ideaa, jossa käydään läpi kaikki Suomen neljä vuodenaikaa ja mitä ne merkitsevät eläimille ja kasveille. Tilaajilla oli mahdollisuus lähettää kysymyksiä oppaalle jo etukäteen, jolloin opas pystyi vastaamaan niihin etäopastuksen aikana ja käsittelemään ne aiheeseen sopivassa opastuksen kohdassa. Kevään 2021 aikana museolla järjestettiin yhteensä 30 etäopastusta, joille osallistui yhteensä yli

600 henkilöä. Etäopastusten oli alun perin tarkoitus olla maksullisia, mutta juuri kun etäopastukset oli tarkoitus aloittaa, niin ilmeni, ettei yliopiston Zoom -lisenssi sallinut maksullista toimintaa ja siksi kevään etäopastukset päätettiin tarjota kouluille ilmaiseksi.



Kuva 1: Kuvakaappaus Suomen luonto -etäopastuksesta, jossa opas esittelee karhun kalloa.

Virtuaalikierröksellä tarkoitetaan tässä työssä kierrosta, jossa verkon välityksellä pääsee kokemaan näyttelyn ja paikan olematta itse paikalla. Virtuaalikierrros on usein yhdistelmä virtuaalitodellisuutta, kuvia, videoita, ääniä, kerrontaa, interaktiivisuutta ja muita multimediaformaateja, jotka tarjoavat kokemuksen, jota ei voi kokea pelkästään kuvien tai verkkosivujen kautta (Fredericks 2021, What is virtual tourism?)

Museoiden virtuaalikierröksia on toteutettu usein jo olemassa olevista fyysisistä näyttelyistä ja näyttelyistä otettujen 360°-kuvien avulla on muodostettu virtuaalinen näyttelykokonaisuus. Joissain museoissa koko museo on kuvattu 360°-tekniikalla. Kierroksella kävijä voi edetä vapaasti haluamissaan tiloissa ja tarkentaa haluamiinsa yksityiskohtiin. Matterportin ja Googlen alustat ovat Suomessa usein käytettyjä virtuaalikierrosten alustoja.

Tulevaisuudessa virtuaalikierrros voi olla yhä useammin myös virtuaalivierailu erikseen suunnitellussa virtuaalisessa näyttelytilassa. Tällöin virtuaalikierröksellä olevat kävijät, jotka voivat olla toisilleen entuudestaan tuttuja tai tuntemattomia, voivat katsella näyttelyä yhtä aikaa ja jakaa kokemuksiaan aivan kuten fyysisessäkin näyttelytilassa voisi tehdä. Samaan virtuaaliseen näyttelytilaan voidaan ottaa vain tietty, rajattu määrä kävijöitä. Tällaisia virtuaalinäyttelyjä on jo toteutettu, esimerkkinä Ars Electronica -näyttely vuonna 2020, joka tehtiin Mozilla Hubs -alustalla. (Vishwanath 2021.)

Luomuksen vanhoilla verkkosivuilla oli 2000-luvun alussa muutama yksinkertainen verkkonäyttely, mutta virtuaalikierroksia ei ollut koskaan aikaisemmin toteutettu. Luomuksen verkkonäyttelyiden kehittämistä on vuosien varrella suunniteltu, mutta museon yleisötoiminnan vähäiset henkilöstöresurssit ovat suunnattu fyysisten näyttelyiden suunnitteluun ja rakentamiseen.

Museon ensimmäinen virtuaalikierrros julkaistiin Luomuksen verkkosivuilla helmikuussa 2021. Virtuaalikierrros toteutettiin kuvaamalla ensin museossa esillä oleva Muutosta ilmassa -näyttely 360°-panoraamakuvina. Virtuaalikierroksen käsikirjoitus kirjoitettiin mukailemaan museon jo olemassa olevaa näyttelyä, mutta sen lisäksi kierrokseen lisättiin kertojan ääni johdattamaan kävijän kulkua. Kävijän siirryessä uuteen tilaan, lukijan puhe alkaa kuulua automaattisesti, mutta halutessaan äänet voi laittaa pois päältä erillisestä kuvakkeesta. Virtuaalikierrros on toteutettu suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi. Jokainen kieliversio on oma kokonaisuus ja ne sijaitsevat jokainen eri linkin takana. Kesken kierroksen kieltä ei voi vaihtaa, vaan kielen valinta täytyy tehdä ennen kierroksen alkua. Käyttäjä voi kulkea kierroksella omaan tahtiin ja valita mitä näyttelystä haluaa katsoa, mitä tekstejä lukea näyttelytilan seiniltä tai erillisistä lisätietolaatikoista. Sivupalkista esille saatavan sisällysluettelon avulla näyttelyn voi kiertää myös haluamassaan järjestyksessä. Luomuksen virtuaalikierrros on toteutettu ranskalaisen Kolor yhtiön kehittämällä Panotour Pro ohjelmistolla. Kierrosta on mahdollista muokata myös virtuaalila- seilla katseltavaksi, mikäli sellainen ominaisuus halutaan. Virtuaalikierroksen 360° -kuvaukset ja ääni- ja tekstitiedostojen yhdistämisen suoritti ulkopuolinen yritys.



Kuva 2: Kuvakaappaus Muutosta ilmassa -virtuaalikierrroksesta, jolla tavataan myös mammutteja.

Kuinka ihmiset käyttävät virtuaalikerroksia? Italialainen museologi Maria Chiara Ciaccheri pohtii artikkelissaan, vastaavatko virtuaalikerrokset yleisön todellisiin tarpeisiin. Ciaccherin mukaan museoiden virtuaalikerrosten tavoitteet tuntuvat olevan museoille itselleenkin epäselviä (Chiara Ciaccheri 2020). Halutaanko kävijöiden oppivan enemmän taideteosten merkityksistä, vai halutaanko heidän vain pitävän hauskaa? Vai halutaanko houkutella mukaan ihmisiä, jotka eivät yleensä käy museossa? Ciaccherin mielestä on laajalle levinnyt väärinkäsitys, että virtuaalinen vierailu voisi houkutella todelliseen läsnäoloon, jos henkilö itse ei ole oikeasti motivoitunut. (mt., What is your purpose?)

Virtuaalikerroksen pitäisi Ciaccherin mielestä mahdollistaa monia erilaisia osallistumisen tapoja, jotta niistä tulisi koukuttavampia. Keskimäärin ihmisten tarkkaavaisuus kestää vain 7–10 minuuttia kerrallaan, ja siksi kierroksella tulisi olla esimerkiksi musiikkia tai kysymyksiä, jotka lisääisivät keskittymistä. Ainakin kierroksen jälkipuolella tulisi olla erilaista toimintaa, jotta välittäisiin väsähdys. (mt., Keep the pace.) Googlen Street -sovelluksella voi olla aluksi kiva liikua vapaasti, mutta 10 minuutin päästä ilo voi jo hiipua, kun kokemus on koko ajan samanlainen. Jos kävijä taas voi tehdä liikaa valintoja, se puolestaan voi lamaannuttaa vierailijan. (mt., Autonomy: You have to know how to manage it.) Ihmisten tarpeet ovat kuitenkin aina samat, riippumatta ollaanko verkossa vai läsnä toisten kanssa. Asioiden tulee toimia, olla luotettavia, helppokäyttöisiä, ihmisille tulee antaa mahdollisuus käyttää heidän taitojaan ja antaa heidän tehdä jotain uutta. (mt., People needs are always the same.)

Mutta ymmärtääkseen jostakin asiasta osan, pitäisi ensin hahmottaa kokonaisuus. Virtuaalikerrokset, joille Ciaccheri itse on osallistunut, eivät ole antaneet kierroksen alussa mitään selkeää kokonaiskuvaa tulevasta. Aivan kuten kirjoissa on sisällysluettelo, hänen mukaansa virtuaalikerroksen alussa tulisi myös olla kuvaus määränpästä. Tätä ei pidä sekoittaa siihen, että kierroksen aikana annetaan asiaankuuluva tieto aina tietyissä kohdissa, jotta vierailijan aivot eivät ylikuormittuisi. Jos kävijän oma osaaminen on haasteita korkeammalla tasolla, silloin ihminen helposti kyllästyy. Jos tilanne on taas liian haastava, niin silloin helposti ahdistuu. Verkkokokemuksen täytyisikin tarjota eritasoisia toimintoja, että se soveltuisi erilaisille ihmisille. (mt., Facilitate the understanding.)

3 ASIAKASKOKEMUKSEN MUODOSTUMINEN

3.1 Asiakaskokemuksen määrittely

Asiakaskokemuksen muodostuminen voidaan digitaalisen asiakaskokemuksen asiantuntijan Marko Fileniuksen (2015, 24–25) mukaan jakaa neljään eri vaiheeseen: lähtötilanteeseen, vaiheeseen ennen ostoa, ostotapahtumaan ja vaiheeseen ostotapahtuman jälkeen. Lähtötilanteella Filenius tarkoittaa, että asiakkaalla on usein valmiita odotuksia yrityksen kanssa toimimiseen. Mikäli asiakas on aikaisemmin asioinut yrityksen kanssa, on kuullut muiden antamia palautteita tai lukenut uutisia yrityksestä, hänelle on saattanut muodostua asenteita ja odotuksia brändiä kohtaan. Ennen ostoa -vaiheessa asiakas voi vertailla useita palveluntarjoajia ja samalla hän altistuu yritysten markkinoinnille ennen lopullista hankintapäätöstä. Ostotapahtuma toteutuu, kun päätös on tehty ja siirrytään yrityksen kanssa asiointiin. Ostotapahtuman jälkeen asiakas voi vielä palata hankkimaan lisää tuotteita tai esimerkiksi valittaa ostoksestaan. Yritys puolestaan voi lähestyä asiakasta tyytyväisyys -kyselyllä tai markkinoida hänelle uusia tuotteita. Fileniuksen mukaan asiakaskokemus on aina yksilöllinen ja hyvin henkilökohtainen.

Jain Rajnish, Aagja Jayesh & Bagdare Shilpa (2017, 657) puolestaan kirjoittavat artikkelissaan asiakaskokemuksen yleisesti muodostuvan vain kolmesta eri vaiheesta. Heidän mukaansa toisiaan seuraavat vaiheet ovat: kokemus ennen ostotapahtumaa (pre-purchase experience), ostaja kulutuskokemus (purchase and consumption experience) ja kuluttamisen jälkeinen kokemus (post consumption experience).

Asiakaskokemus on kuitenkin kokonaisuus, jonka yksittäinen käyttäjä muodostaa yrityksen toiminnasta. Kokemus muodostuu kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden kautta. (Löytänä & Korteso 2011, 11.) Kun tarkastellaan asiakaskokemuksen muodostumista psykologiselta kannalta, niin hyvän asiakaskokemuksen tulee tukea asiakkaan minäkuvaa, luoda elämyksiä, jäädä asiakkaan mieleen ja saada hänet haluamaan lisää (mt., 43–49).

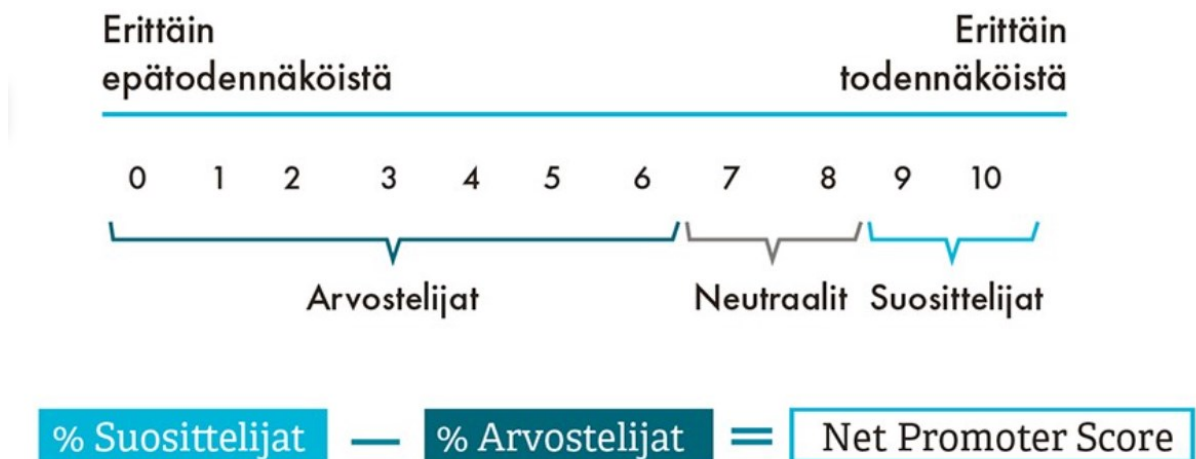
Digitaalisesta asiakaskokemuksen syntymisestä voidaan puhua silloin, kun käytetään digitaalisesti tuotettua palvelua millä tahansa päätelaitteella, jotta voidaan suorittaa haluttu operaatio tai osa siitä (Filenius 2015, 30). Futurelabin toimitusjohtaja Kari Korkiakosken mukaan asiakaskokemuksista kuitenkin kaksi kolmasosaa on tunnetta, ja siksi kaikissa kohtaamisissa tulisi luoda asiakkaalle muistijälki, joka pohjautuu tunteeseen (Korkiakoski 2019, 104).

3.2 Asiakaskokemuksen mittaaminen

Lähtökohta mittaamisen suunnittelulle pitäisi olla siinä, mitä mittaamisella halutaan saada selville. Asiakaskokemuksen mittaamisen tarkoitus on kerätä tietoa, jotta voidaan tehdä toimenpiteitä ja päätöksiä siitä, kuinka asiakaskokemuksia lähdetään kehittämään. (Korkiakoski 2019, 76.)

Asiakkaiden mieltymykset, odotukset ja vaatimukset muuttuvat nopeasti, ja siksi asiakkaiden käyttäytymistä täytyy seurata jatkuvasti. Ei riitä, että tiedetään, mitä asiakkaat haluavat, vaan täytyy seurata myös sitä, mistä asiakkaat eivät enää pidä. Asiakkaat ovat aina yksilöitä ja heille kohtaamiset ovat henkilökohtaisia ja merkityksellisiä ja siksi heitä tulee kohdella kaikissa tilanteissa yksilöinä, riippumatta siitä, onko kohtaaminen ollut onnistunut, tai onko siinä ollut ongelmia. Kokoamalla yksittäiset, henkilökohtaiset tapaukset yhteen ja selvittämällä niissä esiintyvät yhtäläisyydet, voidaan organisaatiossa laatia asiakaskokemuksen kehittämisen kokonaisuus, joka jatkossa otetaan koko ajan huomioon. (mt., 87–88.) Koska asiakaskokemuksen muodostuminen on kuitenkin aina yksilöllistä ja siihen liittyy läheisesti tunnetila jonain tiettyinä hetkenä, siksi sitä ei täysin kattavasti voida myöskään mitata (Filenius 2015, 122).

Kaikkein yleisimpänä ja parhaimpana mittarina asiakaskokemuksen mittaamisessa pidetään Net Promoter Score -mallia (NPS). Sillä tutkitaan asiakkaan tyytyväisyyttä ja suositteluhalukkuutta kysymällä yksi kysymys: Kuinka todennäköisesti suosittelisit tätä palvelua ystävälle tai työtoverille? Kysymykseen vastataan asteikolla 1–10, jossa ykkönen tarkoittaa, ettei ole ollenkaan halukas suosittelemaan ja kymmenen, että erittäin todennäköisesti suosittelisi palvelua. Ne vastaajat, jotka antavat vastaukseksi 9 tai 10 lasketaan ainoastaan suosittelijoiksi. Vastaukset asteikon välillä 1–6 tulkitaan arvostelijoiksi. Vastaukset 7 ja 8 tulkitaan neutraaleiksi eikä niillä ole merkitystä, kun lasketaan varsinaista asiakaskokemuksen arvolukua. Arvoluku saadaan, kun suosittelijoiden prosenttimäärästä vähennetään arvostelijoiden prosenttimäärä. (Filenius 2015, 124–125.) Tunnetuin NPS-mittarin asteikko on kuitenkin 0–10, vaikka joissain yrityksissä on käytössä myös 1–10-asteikko (Kataja 2019).



Kuvio 2 NPS-luvun laskentakaavio Korhiankosken (2019, 66) mukaan.

Lähes kaikilla toimialoilla on käytetty NPS-mittaria (Filenius 2015, 125). Vertaamalla omaa NPS-lukua muiden saman alan toimijoiden keskiarvoon, saa käsityksen omasta toiminnastaan, vaikkei mitään tarkkaa hyvän tai huonon tuloksen rajaa ole olemassa, ja keskiarvot vaihtelevat paljon eri alojen kesken (Trustmary 2021a). Muotoiluasiantuntija Juha Tuulaniemen mukaan erinomaisena arvona voi pitää yli 50 arvoa ja jo pelkästään positiivinen luku kertoo, että asiakaskokemuksen rakentaminen on onnistunut hyvin (Tuulaniemi 2011, luku ”Palvelun lanseeraaminen”).

Vaikka malli on laajasti käytössä kansainvälisesti, mallia on myös kritisoitu, koska sillä on selkeästi useita heikkouksia. Malli ei tunnista asiointiprosessin eri vaiheita, vaan asiakas arvioi asiointin jälkeistä tunnetilaa. Vaikka asiointin alku olisi ollut positiivinen kokemus, loppupuolella tapahtunut negatiivinen kokemus voi kääntää arvion hieman negatiivisemmaksi, kuin malli olisi muuten tuottanut. Koska malli ei paljasta missä vaiheessa asiointia onnistumiset ja epäonnistumiset tapahtuvat, organisaation on vaikea kohdistaa kehittämistoimenpiteitä asiakkaiden huomaamiin kohtiin ja silloin kehitetään vain organisaation omiin arvioihin pohjaavia kohtia. Lisäksi asteikon yläpään numeroita on varsinkin suomalaisten vaikea antaa. Tällä ei sinänsä ole merkitystä, koska mallin käyttö perustuu pitkäaikaiseen seurantaan, jossa verrataan asiakaskokemuksia aikaisempiin kokemuksiin. (Filenius 2015, 125.)

Myös digitaalisen palvelukehityksen parissa työskentelevä Timo Kataja näkee ongelmia siinä, että eritasoiset asiakaskokemukset tuottavat saman NPS-luvun ja asteikko on epäintuitiivinen, sillä kuinka vastaaja voisi hahmottaa mitä eroa on kakkosella ja kolmosella tai kuutosella ja seitsemällä (Kataja 2019). Kun kysymyksen asettelu tehdään konditionaalissa, niin ihmisillä on

tapana kaunistella aikomuksistaan tulevaisuudessaan, eivätkä tulokset ole vertailukelpoisia, jos toiset toimivat kysyvät asiaa verkkosivuillaan ja toiset sähköpostilla (mt.).

Muita asiakaskokemuksen mittareita ovat Customer Effort Score (CES), Customer Satisfaction Score (CSAT) ja CX3D-malli. CES-malli on kehitetty erityisesti asiakaspalveluorganisaatioille ja sillä mitataan arkisten ja rutiininomaisten palvelutilanteiden vaivattomuutta asteikolla 1–5 tai tarvittaessa 1–7. Esimerkiksi kysymykseen: Kuinka helppoa asiointi firman X kanssa oli tänään, voidaan vastata 1, joka tarkoittaa erittäin helppoa tai 7, joka tarkoittaa hyvin hankalaa. (Korkiakoski 2019, 67.) CX3D- mallissa laaditaan 9 kysymyksen kokonaisuus, jossa on kolme kysymystä kolmesta eri alueesta: tehokkuudesta, helppoudesta ja tunteesta (mt., 68).

CSAT-malli mittaa asiakkaan tyytyväisyyttä asteikolla 1–5. CSAT-arvo saadaan, kun ”erittäin tyytyväinen” ja ”tyytyväinen” vastausten summa jaetaan vastaajien lukumäärällä ja kerrotaan sadalla. Saatu prosenttiluku kertoo palveluun tai tuotteeseen tyytyväisten asiakkaiden osuuden. Asiakkaalle esitettävä kysymys on muotoa: Miten tyytyväinen olet saamaasi tuotteeseen/palveluun? (Trustmary 2021b.)

Jokainen näistä mittareista mittaa asiakaskokemusta hieman eri näkökulmasta. Yhdistelemällä eri tavalla saatuja tietoja, saavutetaan palvelun kannalta paras ymmärrys asiakaskokemuksesta. Belinda Gerdin ja Sanna Eskelisen (2018, 81) mukaan digiajan asiakaskokemuksen mittaamisen tulisikin keskittyä neljään eri osa-alueeseen: teknologiaan ja prosesseihin, digitaaliseen presenssiin, asiakaskokemuksesta saatavaan palautteeseen sekä kulttuuriin. Tässä työssä asiakaskokemuksia mitataan Net Promoter Score -mittarilla, joka on laajasti käytössä oleva mittari, ja josta on saatavilla vertailuaineistoa muiden toimijoiden tuloksista.

4 KÄYTETYT MENETELMÄT

Lähestymistapana tässä työssä on tapaustutkimus. Tapaustutkimuksessa tarkoituksena on tutkia mahdollisimman tarkasti yhtä, rajattua tapausta (Holopainen & Pulkkinen 2013, 21). Tehdyistä tutkimuksesta voidaan laatia johtopäätöksiä ja tapaukseen liittyen mahdollisia yleistyksiä sekä toimenpidesuosituksia (mt., 21). Tapaustutkimus toimii lähestymistapana hyvin silloin, kun tarkoituksena on tutkimuksen avulla saada organisaatiolle kehittämisehdotuksia (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 37).

Tapaustutkimuksille on tyypillistä, että niissä halutaan selvittää jotain, jota ei vielä tiedetä, mutta joka vaatii lisätutkimusta. Tarkoituksena on tutkia kohteena olevaa tapausta tarkemmin, jotta tapausta ymmärrettäisiin paremmin ja niitä tapauksen olosuhteita, jotka vaikuttivat tapaukseen. Tutkijalla voi olla etukäteen jonkin aavistus tapauksen tärkeydestä, mutta se selviää vasta tutkimuksen edistyessä. Tapaustutkimuksesta saatuja tuloksia voidaan yleistää koskemaan tapausta laajempaa kokonaisuutta. (Laine, Bamberg & Jokinen 2007, 10, 27.) Tapaustutkimukseen käytetään usein monia erilaisia menetelmiä, kun tietoa hankitaan, jotta tutkittavasta asiasta saadaan tarpeeksi monipuolinen ja kattava kuva (Ojasalo ym. 2015, 37).

4.1 Kyselyt

Kyselytutkimus on menetelmä, jolla voidaan kerätä ja tutkia tietoa monimutkaisista ja moniulotteisista asioista, kuten yhteiskunnan ilmiöistä, ihmisten toimintatavoista, näkemyksistä, arvoista ja asenteista. Tässä menetelmässä tutkimuskysymykset esitetään vastaajille kyselylomakkeilla. (Vehkalahti 2019, 11.) Kyselyissä voidaan käyttää myös avoimia kysymyksiä, koska niiden avulla voidaan saada hyviä ideoita ja lisäksi niiden kautta on mahdollista selvittää perusteellisesti vastaajien näkemyksiä. Saatuja vastauksia voidaan analysoida laadullisin menetelmin ja ne voidaan luokitella teemoittain. Avointen kysymysten vastausten etuna on, että niitä voidaan luokitella monella tavalla. (Valli 2018, Aineiston keruu kyselylomakkeella.)

Kyselytutkimuksen etu on siinä, että se on melko nopea ja tehokas menetelmä. Sen avulla saadaan paljon tutkittavaa aineistoa, joka voidaan kerätä suureltakin joukolta ihmisiä. Kyselytutkimuksessa voidaan samalla kertaa kysyä myös useita eri asioita. Menetelmän huonona puolena voidaan pitää sitä, ettei vastaajien kyselyyn paneutumisen vakavuutta voida päätellä ja kyselyllä saatu tieto voi jäädä pinnalliseksi. Kyselytutkimuksessa ei myöskään aina voida arvioida kuinka

onnistuneita tarjolla olleet vastausvaihtoehdot ovat vastaajien mielestä olleet. (Ojasalo ym. 2015, 121.)

4.1.1 Etäopastuksia koskeva kysely

Tässä työssä käytettiin kyselyjä, joilla selvitettiin Luomuksen yleisöpalvelujen käyttäjiä ja heidän kokemuksiaan etäpalveluista. Kysely toteutettiin keväällä 2021 anonyyminä verkkokyselynä etäopastuksille osallistuneiden luokkien opettajille. Kaikille etäopastuksen varanneille opettajille lähti automaattisesti Luomuksen opastusvarausjärjestelmästä opastusta seuraavana aamuna sähköposti, jossa oli linkki palautekyselyyn. Kysely toteutettiin käyttäen Helsingin yliopiston e-lomakepalvelua, jota käytetään myös kaikissa muissa Luomuksen opastuspalautteiden keräämisessä. Kyselyn vastauksista otettiin Excel -raportti, jossa vastauksia käsiteltiin.

Tämän kyselyn tarkoituksena oli kerätä taustatietoa esimerkiksi siitä, vastaako etäopastus opettajien odotuksia, toimiiko vuorovaikutus opastuksella ja onko keskustelulle varattu tarpeeksi tilaa. Kyselyn toinen tarkoitus oli kerätä tietoa etäopastuksen teknisestä toimivuudesta eli esimerkiksi siitä, onko äänen- ja kuvanlaatu hyvä tai onko tilaajalla ongelmia opastuksella käytettävän Zoom -ohjelman kanssa. Palautekyselyn kysymykset löytyvät liitteestä 1.

4.1.2 Virtuaalikierrosta koskeva kysely

Kaikilla virtuaalikierroksen kävijöillä oli mahdollista antaa palautetta e-lomakkeella, joka aukesi kierroksen lopussa olevan kuvakkeen kautta. Lomakkeella kysyttiin yleisesti sanallista palautetta virtuaalikierroksesta, tiedusteltiin, oliko osallistuja aikaisemmin vierailut museossa ja kuinka todennäköisesti tulee tulevaisuudessa vierailemaan museossa. Työn kannalta kiinnostava kysymys oli, vaikuttaako virtuaalikierron asiakkaan halukkuuteen vierailla museossa paikan päällä. Linkki samaan kyselyyn oli sijoitettu myös Luomuksen verkkosivulle, josta pääsi kuvaketta klikkaamalla sisään virtuaalikierrokselle.

Saavutettavuuden näkökulmasta oli tärkeää kerätä virtuaalikierroksen käyttäjien taustatiedot, kuten sukupuoli, ikä ja missä he asuvat. Kysely toteutettiin 11.2.–31.8.2021 välisenä aikana. Kysely tehtiin valmiiksi ennen kuin virtuaalikierron julkaistiin ja siitä tiedottaminen aloitettiin. Julkaisun jälkeisten päivien arveltiin tuovan virtuaalikierrokselle paljon käyttäjiä, jolloin myös kierrosta koskevaan kyselyyn oli mahdollista saada mahdollisimman paljon vastaajia. Vastauksista otettiin Excel -raportti, jonka avulla vastauksia käsiteltiin. Virtuaalikierroksen palautelomakkeen kysymykset ovat liitteessä 2.

4.1.3 Kyselyn tekstianalyysi

Tekstianalyysissä tutkimus voidaan kohdistaa ilmisältyihin, joita voivat olla esimerkiksi tekstissä käytetyt sanat. Tällaisen lähestymistavan kautta voidaan keskittyä tekstin yksityiskohtiin ja niitä voidaan tutkia uudesta näkökulmasta. Analyysissä raportoidaan vain se, mihin tekstianalyysissä on keskitytty, esimerkiksi tekstin sävyihin, tyyleihin tai valittuihin sanoihin. (Tutkimusbloggaajat, 2017.) Tässä analyysissä tarkasteltiin vain virtuaalikerroksen vierailijoiden vastauksissa käyttämiä adjektiiveja, joilla he kertoivat kokemuksistaan.

Valtaosa adjektiiveista kuvailee suhteellisia ominaisuuksia ja osa näistä suhteellisista adjektiiveista on asenneadjektiiveja. Asenneadjektiivit ovat lähtökohtaisesti arvottavia, kuten esimerkiksi adjektiivit ”ihana” ja ”kauhea”. (Heikkinen, 2020, 97.) Virtuaalikerroksen kyselytutkimuksen avovastauksista tutkittiin kaikki adjektiivit, jotta selvisi, millaisilla kuvailevilla sanoilla kerroksen vierailijat kertoivat kokemuksistaan. Verkossa tehtävän kyselyn avoimeen vastauskenttään ei välttämättä kirjoiteta kovin pitkiä vastauksia, mutta saatuja lyhyitäkin palautteita voidaan kuitenkin helposti luokitella sen mukaan, ovatko ne positiivisia vai negatiivisia. Avovastauksissa käytetyistä adjektiiveista voitiin katsoa, painoutuivatko niissä jotkin tietynlaiset adjektiivit.

4.2 Haastattelut

Haastattelu on hyvä menetelmä silloin, kun halutaan tuoda esille erityisesti yksilön mahdollisuutta kertoa vapaasti itseään koskevista asioista. Haastattelun kautta voidaan löytää uusia näkökulmia aiheeseen, josta ei ole aikaisemmin tehty paljon tutkimuksia. Lisäksi on hyvä käyttää muita tutkimusmenetelmiä tukemaan haastattelusta saatavaa aineistoa. (Ojasalo ym. 2015, 106.)

Tämän työn kannalta olennainen aineisto muodostui haastatteluista saatavasta tiedosta. Työtä varten haastateltiin kuusi Suomen luonto -aiheisen etäopastuksen tilannutta alakoulun opettajaa. Lisäksi haastateltiin yksi yläkoulun opettaja, jonka luokalle järjestettiin Muutosta ilmassa -opastus 360°-virtuaalikerroksen avulla.

Kyseessä oli teemahaastattelu, jossa keskusteluaiheet olivat mietitty etukäteen. Puolistrukturoidussa haastattelussa haastattelija voi vaihdella etukäteen laadittujen kysymysten järjestystä tai tilanteen vaatiessa myös hieman muotoilla kysymysten sanamuotoja ja tarvittaessa jättää pois tilanteeseen soveltumattomia kysymyksiä. (Ojasalo ym. 2015, 108.) Haastattelun kuluessa haastattelija voi myös lisätä joitain kysymyksiä (mt., 108).

Haastateltaville kerrottiin etukäteen haastattelun teema ja lähestymistapa, mutta varsinaisia kysymyksiä ei lähetetty vastaajille etukäteen. Kysymykset olivat jaoteltu asiakaskokemuksen määrittelyn mukaisesti kolmeen ryhmään: ennen etäopastusta liittyviin asioihin, itse opastukseen liittyviin asioihin ja opastuksen jälkeen liittyviin asioihin. Kysymyksiä oli 14 ja lisäksi lähtötilanteesta kysyttiin kolme kysymystä sähköpostilla. Haastattelupyynnöt lähetettiin sähköpostilla etäopastuksen tilanneille opettajille päivä tai kaksi heidän opastuksensa jälkeen. Haastattelut tehtiin Zoomin kautta ja yhden haastattelun kestoksi oli etukäteen arvioitu noin 30 minuuttia. Haastattelut äänitettiin ja äänitteistä vastaukset litteroitiin analyysia varten. Haastattelukysymykset etäopastuksen tilanneille opettajille ovat liitteessä 3.

Virtuaalikerrosten haastateltuihin pyydettiin kolme henkilöä, jotka ennen haastattelua myös testasivat virtuaalikerroksen käytettävyyttä ja toimivuutta. Haastateltavaksi pyydettiin henkilöitä, jotka olivat eri-ikäisiä, eri sukupuolia ja edustivat eri taustoja ja ammatteja. Haastateltavat etsittiin työkavereiden ja ystävien välityksellä. Haastatteluilla ja virtuaalikerroksen testaamisella haluttiin kartoittaa tavallisten kävijöiden näkemyksiä, ja siksi mukaan ei otettu museoalalla toimivia henkilöitä. Haastateltavilta edellytettiin, etteivät he olleet vierailleet Luomuksen virtuaalikerroksella aikaisemmin, jotta testaaminen vastasi palvelun ensikokemusta. Testaukset ja haastattelut suoritettiin yksitellen jokaisen haastateltavan kanssa yhden Zoom -tapaamisen aikana. Yhden testaamisen ja haastattelun kestoksi arvioitiin etukäteen noin 30–45 minuuttia. Tapaamiset äänitettiin ja ne litteroitiin analysointia varten. Virtuaalikerroksen testaukseen ja siihen liittyviin haastatteluihin osallistuvilla luvattiin vastineeksi kolme Luomuksen vapaa-lippua.

4.3 Havainnointi

Virtuaalikerroksen käyttämisestä kerättiin tietoa havainnoimalla testihenkilöiden toimintaa kierroksella käymisen aikana. Tarkkailevassa havainnoinnissa tutkija asettuu kohteensa ulkopuoliseksi seuraajaksi, joka ei osallistu millään tavalla kohteen toimintaan (Vilka 2006, 43). Havainnointia voidaan tehdä testiolosuhteissa tai luonnollisissa olosuhteissa ja havainnoinnin avulla voidaan nähdä, toimivatko ihmiset siten, kuten he kertovat toimivansa (mt., 37).

Toisinaan havainnoinnissa saattaa paljastua tietoa, joka voi olla puutteellista, ja saatu tieto ei ole tarpeeksi monipuolista. Tällaisissa tapauksissa aiheen havainnointia täytyy laajentaa. Tehyjen havaintojen merkitys voidaan joskus joutua tarkistamaan tekemällä lisäksi haastatteluja, jotta havainnoista on mahdollista tehdä päätelmiä ja ne ovat mielekkäitä. (mt., 26.)

Tässä työssä tarkkaileva havainnointi tapahtui Zoomissa, jossa osallistuja kiersi itsekseen virtuaalikerroksella. Testaaja jakoi aluksi työpöytänäkönsä ja koneensa äänet, jotta kaikki virtuaalikerroksella tapahtuvat toiminnot tulivat tallennetuiksi videolle. Testaamisen ajaksi tutkija laittoi kameransa ja mikrofoninsa pois päältä, jotta testaaja koki enemmän olevansa yksin kerroksella, vaikka tiesikin kaiken tallentuvan videolle. Havainnoitavat asiat olivat etukäteen listattu ja havainnoin jälkeen tapahtuvissa haastatteluissa voitiin tarvittaessa vielä kysymällä tarkentaa havaittuja asioita. Haastattelukysymykset virtuaalikerrosta testaaville ovat liitteessä 4.

4.4 Benchmarking

Benchmarking on menetelmä, jolla selvitin, kuinka muissa Suomen museoissa etäopastuksia ja virtuaalikerroksia oli toteutettu. Benchmarking tarkoittaa toisilta oppimista, jonka avulla palveluntuottaja voi kehittää omaa toimintaansa (Tuulaniemi 2011, luku ”Palvelumuotoiluprosessi”). Menetelmää kutsutaan myös vertaisarvioinniksi. Vertaisarvioinnin myötä on mahdollista oppia muiden hyvistä käytännöistä ja silloin on mahdollista vertailla, millaisia valintoja muut alan toimijat ovat tehneet (mt., luku ”Palvelumuotoiluprosessi”). Kiinnostumalla toisten organisaatioiden toiminnasta on itselläkin mahdollisuus ymmärtää lisää omasta alastaan (mt., luku ”Palvelumuotoiluprosessi”).

Kehitystyön kannalta oli tärkeää verrata keskenään samankaltaisia palveluita tuottavia museoita. Kohteeksi valitsin kaksi suomalaista museota, joissa molemmissa oli tehty etäopastuksia ja toisessa oli sen lisäksi toteutettu myös virtuaalikerroksia. Museot valittiin sillä perusteella, että ne olivat keskenään erikokoisia kooltaan, sijaitsivat maantieteellisesti eri puolilla Suomea ja olivat museotyypeiltään erilaisia. Valittujen museoiden etäopastukset olivat myös toteutettu eri tavalla ja eri teknisillä alustoilla. Tarkastelun kohteeksi valikoituivat Kansallisgallerian Ateneum, joka on suuri taidemuseo ja sijaitsee Helsingissä, sekä Maatalousmuseo Sarka, joka on maatalouden valtakunnallinen vastuumuseo pienemmältä paikkakunnalta, Loimaalta. Asiantuntijahaastatteluiden kysymykset ovat liitteessä 5.

Lisäksi selvitin Digimuseon toimintaa, koska se pyrkii olemaan kokoavana alustana eri museoiden virtuaalikerroksille ja etäopastuksille. Digimuseo on ollut yksittäisten museoiden ohella yksi näkyvimmistä tahoista, joka on nostanut näitä uusia palveluja suuren yleisön tietoisuuteen. Yksittäisten museoiden tuottamat digipalvelut ovat saattaneet näkyä vain heidän omassa viestintä- ja markkinointikanavissaan, eikä kattavaa kuvaa tarjonnasta ole ollut saatavilla.

Digimuseo.fi kehittää ja edistää museotoimintaa, museoiden yhteistyötä ja kulttuuriperinnön digitaalista tallentamista ja saatavuutta. Se tuo museopalvelut kuluttajien käyttöön ajasta ja paikasta riippumatta sekä tarjoaa museoille teknologian ja siihen liittyvät palvelut menestykselliseen toimintaan digitaalisessa toimintaympäristössä. (Digimuseo 2021.)

4.5 Päiväkirjat

Päiväkirjat ovat hyödyllisiä, kun halutaan tutkia tarkemmin osallistujan maailmaa. Osallistujan on mahdollista kuvailla päiväkirjoihin omia asioitaan ja ajatuksiaan. Päiväkirja voi olla luonteeltaan hyvin vapaamuotoinen, jolloin siihen kirjoitetaan päivän tapahtumista, ajatuksista ja tunnelmista ilman tarkkaan annettua ohjeistusta. Päiväkirjan pitämistä voidaan myös ohjeistaa hyvin tarkasti ja silloin siihen merkitään vain tietyt, ennalta sovitut asiat. (Pitkänen-Huhta 2011, 98.)

Molemmat Luomuksen etäopastuksia tekevät oppaat pitivät päiväkirjaa kaikista tehdyistä etäopastuksista. Päiväkirjaan he kirjasivat jokaisesta opastuksesta mielestään olennaisimmat asiat heti etäopastuksen jälkeen. Kirjattavia asioita saattoi olla esimerkiksi, kuinka opastus sujui, mikä oli sen huippuhetki, oliko tekniikan kanssa ongelmia tai millainen tunnelma opastuksella oli. Päiväkirjojen pohjalta saatiin kaikkia etäopastuksia koskeva kattava tilasto siitä, kuinka yleisiä tekniset ongelmat etäopastuksilla olivat, sillä niillä on todella suuri merkitys asiakaskokemuksiin, joita tässä työssä tutkitaan.

Etäopastukselle osallistuneiden opettajien haastatteluissa kysyttiin heidän kokemuksiaan opastuksen aikana tapahtuvasta vuorovaikutuksesta. Oppaiden päiväkirjoista saadun tiedosta avulla voitiin verrata, erosivatko opettajien ja oppaiden kokemukset toisistaan. Vuorovaikutuksen kokeminen etäopastuksen aikana on yksi tärkeimmistä seikoista hyvän asiakaskokemuksen muodostumiseksi.

5 TULOKSET

5.1 Etäopastusten kyselytutkimus

Palautekyselyjä lähetettiin 26 opettajalle ja vastauksia kyselyyn tuli helmi-maaliskuussa 2021 yhteensä 12 kappaletta. Vastausprosentti oli 46,15 %.

Ennen etäopastusten aloittamista hankkeessa askarrutti eniten, että kuinka kaikki teknisten asiat tulisivat etäopastuksilla onnistumaan. Ovatko kuvan- ja äänenlaatu tarpeeksi hyviä ja toimiiko Zoom -sovellus ja verkkoyhteydet hyvän asiakaskokemuksen saamiseksi? Kyselyn vastauksissa teknisistä ongelmista kertoi 25 % vastaajista (3 henkilöä). Oppaiden pitämien päiväkirjojen mukaan teknisiä ongelmia esiintyi kuitenkin 37 %:ssa kaikista etäopastuksista. Eniten ongelmia oli äänen kuuluvuuden kanssa: ääni ei kuulunut lainkaan tai se pätki, ääni kuului viiveellä tai se kuului kaksista kaiuttimista yhtä aikaa. Useimmiten ongelma ratkesi nopeasti opastuksen alussa, eikä ongelma häirinnyt opastuksen kulkua. Ongelmia ratkottiin oppaan kanssa sovelluksen chat -ominaisuuden kautta, mutta varmuudeksi tilaajille oli etukäteen annettu oppaan puhelinnumero, johon he voisivat soittaa mahdollisten teknisten ongelmien ilmaantuessa. Kolmella opastuksella ääniongelmat ilmaantuivat opastuksen aikana ja pisimmillään ongelman ratkaisu kesti noin neljä minuuttia. 30 etäopastuksesta ainoastaan yksi opastus jouduttiin keskeyttämään kokonaan, kun teknisiä ongelmia, kuvan pätkimistä ja äänen kuuluvuutta, ei pystytty ratkaisemaan opastuksen alussa, vaikka luokassa oli apuna myös koulun IT-henkilö.

Lähes kaikki kyselyyn vastaajat olivat tyytyväisiä yhteiseen keskusteluun varatusta ajasta, sillä vain yhden vastaajan mielestä sille ei ollut tarpeeksi aikaa. Kaikkien 12 vastaajaan mielestä opastuksella ollut keskustelukäytäntö ja vuorovaikutus oppaan ja oppilaiden välillä toimivat hyvin. Käytettyyn rekvisiittaan ja havainnollistavaan kuvamateriaaliin täysin tyytyväisiä oli 92 % (11 vastaajaa). 83 % vastaajista oli tyytyväisiä etäopastuksen sisältöön, mutta vain 58 % oli täysin tyytyväisiä sisällön määrään. Sisällön sopivaa määrää koskeva tutkimuskysymys oli muotoilultaan epäonnistunut. Vastauksista nähdään, että 42 % oli vain osittain tyytyväisiä, mutta vastauksesta ei pysty erottelamaan oliko sisältöä vastaajien mielestä liikaa vai liian vähän. Sisältöä piti mielekkäänä ja mielenkiintoisena kuitenkin 75 % vastaajista.

Taulukko 1: Etäopastuskyselyn vastaukset (n=12)

Kysymys	kyllä	osittain	ei
Toimiko Zoom -ohjelma hyvin?	10	2	0
Oliko ohjelman toiminnan kanssa epäselvyyksiä ennen opastusta tai opastuksen aikana?	1	2	9
Oliko kuva terävä?	12	0	0
Oliko ääni selkeä?	12	0	0
Oliko äänen ja kuvan kanssa viivettä?	0	2	10
Vastasiko etäopastuksen sisältö odotuksianne?	10	2	0
Oliko sisältö mielekästä ja mielenkiintoista?	9	3	0
Oliko sisältöä liikaa tai liian vähän?	0	5	7
Oliko käytetty rekvisiittia ja kuvamateriaali havainnollistavaa?	11	1	0
Toimiko vuorovaikutus oppaan ja osallistujien välillä?	12	0	0
Oliko keskustelulle riittävästi aikaa?	11	0	1
Toimiko opastuksen keskustelukäytäntö?	12	0	0

Kun lomakkeessa kysyttiin etäopastuksesta ja sen sisällöstä, 11 opettajaa antoi siitä sanallista palautetta. Kahdeksassa vastauksessa korostui opastusten onnistuminen ja tilaajan tyytyväisyys. Kriittisemmissä palautteissa toivottiin käsitteiden parempaa avaamista, vaihtelua etäopastuksen seuraamiseen pienten tehtävien tai videoiden avulla ja oppilaiden osallistamista muutoinkin, kun antamalla tilaa heidän kysymyksilleen.

Oppilaiden palaute: hyvä! Olisimme toivoneet enemmän kuvia museosta. Mielummin kyllä olisimme olleet paikan päällä, mutta oli kiva.

Erittäin oppilaslähtöisesti toteutettu.

Opastus oli hyvin havainnollistettu ja opas oli positiivisen ja innostuneen oloinen. Opastus oli sen verran pitkä, että oppilaiden kyky pelkästään kuunnella ja katsoa niin pitkään on heikkoa.

Luokallani on monia lapsia, joiden äidinkieli ei ole suomi, joten heille jotkut käsitteet ehkä jäivät vielä epäselviksi esim. horros.

Termi etäopastus antaa ymmärtää, että kyseessä on virtuaalikierrros museolla. Hämmästyin vähän, kun kyseessä olikin oppitunti. Aihe oli kyllä hyvä ja mielenkiintoinen ja opas osasi asiansa.

Etäopastuksen teknisestä toteutuksesta sanallista palautetta antoi viisi vastaajaa. Kolmessa vastauksessa tekninen toteutus oli sujunut hyvin. Vain yksi vastaus käsitteli teknistä ongelmaa opastuksen aikana, ja yksi vastaus nosti esiin tilaajan omassa laitteessa olevan puutteen.

Meidän puolelta oli puutteena se, että opettajan pöytäkoneessa ei ole mahdollisuutta käyttää kameraa.

Mielestäni tekninen toteutus oli onnistunut. Opas vuorotteli hyvin kuvien ja keskustelun välillä.

Puheessa oli hieman viivettä, mutta se ei haitannut.

Kyselyn viimeiseen kohtaan, jossa kysyttiin muita kommentteja, ehdotuksia tai toiveita, tuli neljä vastausta. Tässä kohdassa kaikki vastaukset olivat positiivisia ja niistä kävi ilmi, että etäopastus oli ollut mukavaa vaihtelua korona-arkeen ja he mielellään vierailisivat Luonnontieteellisessä museossa etänä uudestaan.

Toivon näille etäopastuksille jatkoa. Minusta tiedolliset esitykset ovat olleet juuri niitä mitkä ovat toimineet hyvin pandemian aikana. Oppilaat seurasivat ihan herkeämättä oppaan puhetta. Käytännön toteuttaminen oli helppoa. Ei täältä maalta tule niin helposti lähdettyä varsinaiselle museokäynnille.

Meidän puheliaat oppilaat olisivat keskustelleet tunnin aikana enemmänkin, mutta ymmärrettävästi tällainen etäopastus sijoittuu tiettyyn aikaväliin :)

Aivan ihana mahdollisuus tällaisena aikana. Ja ilmainen aikana, jolloin rahaa ei ole mihinkään ylimääräiseen.

Kyselytutkimuksen pohjalta voidaan yhteenvetona nähdä, että etäopastus vastasi hyvin vastaajien odotuksiin, ja vuorovaikutus opastuksen aikana oli toiminut kaikkien vastaajien mielestä hyvin. Muutama vastaaja olisi toivonut muutoksia sisällön suhteen, ja vain muutama koki hankaluuksia käytetyn Zoom-alustan kanssa.

5.2 Etäopastusten haastattelut

Tutkimuksessa haastateltiin seitsemää opettajaa, joiden luokat olivat osallistuneet Luomuksen etäopastukselle. Kuusi alakoulun opettajaa osallistui Suomen luonto -etäopastukselle ja yksi yläkoulun opettaja Muutosta ilmassa -etäopastukselle. Haastateltavista yksi oli miesopettaja ja

muut naisopettajia. Iältään haastateltavat olivat 44–54-vuotiaita, he olivat ympäri Suomea, Joensuusta, Kotkasta, Lohjalta, Turusta, ja Visuvedeltä. Kaikki opettajat olivat eri kouluista.

Aluksi haastattelupyynnö lähetettiin vain viidelle opettajalle ja haastateltaviksi valittiin nimen perusteella tasaisesti sekä miehiä että naisia eri puolilta Suomea. Haastatteluun suostuvien opettajien löytyminen osoittautui kuitenkin haastavaksi ja lopulta haastattelupyynnöjä lähetettiin kaikkiaan 13 opettajalle. Haastatteluihin suostuneista suurin osa oli naisia. Haastateltavien sukupuolijakauma noudattelee kuitenkin opettajien yleistä sukupuolijakaumaa, sillä vuonna 2016 perusopetuksen opettajista naisia oli 77 % (Opetushallitus 2021, 3). Kolmen haastateltavan kanssa haastattelusta sovittiin etukäteen, sillä samalla sovittiin, että museo voi nauhoittaa heidän etäopastuksensa omaan sisäiseen käyttöönsä. Jotta haastattelupyynnöön suostuminen tuntuisi opettajista houkuttelevalta, heille luvattiin vastineeksi kolme Luomuksen vapaalippua. Etäopastukselle osallistuneet luokat olivat 3.–6. luokkia ja yksi 7. luokka.

Taulukko 2: Haastateltavien henkilöiden sukupuoli, ikä ja opastukselle osallistuneiden luokkien luokka-aste.

Haastateltava	Sukupuoli	Ikä	Osallistuva luokka
A	nainen	54	4. luokka
B	mies	44	5. luokka
C	nainen	50	5. luokka
D	nainen	52	6. luokka
E	nainen	54	4. luokka
F	nainen	47	3.–4. luokka
G	nainen	54	7. luokka

Haastattelut tehtiin, yhtä haastattelua lukuun ottamatta, 1–5 päivän kuluessa etäopastukselle osallistumisesta, jotta haastateltavat muistaisivat mahdollisimman tarkasti opastuksen yksityiskohtiakin. Yksi haastattelu tehtiin vasta kahdeksan päivää etäopastuksen jälkeen.

Koska asiakaskokemus voi olla erilainen, kun asiakkaat näkevät etäopastuksella koko näyttelytilan muutaman yksittäisten still-kuvan sijaan, niin siksi yksi etäopastus järjestettiin 360°-virtuaalikierroksen avulla. Tällä etäopastuksella opas jakoi Zoom -alustalla oman tietokoneen

näyttönsä ja opastus ”liikkui” virtuaalisessa 360°-näyttelytilassa, jossa opas liikkui omalla hiiressään kierrosta eteenpäin ja kohdensi näkymän aina puhumaansa aiheeseen. Myös tälle kierrokselle osallistuneen yläkoululuokan opettaja haastateltiin, jotta pystyttiin vertailemaan, poikkeavatko hänen ja hänen luokkansa asiakaskokemukset eri tavalla toteutetusta etäopastuksesta.

Asiakaskokemukseen vaikuttaa Fileniuksen (2015, 25) mukaan myös jo ennen varsinaista palvelutapahtumaa olevat mielikuvat, odotukset ja kokemukset. Siksi myös näissä haastatteluissa kysyttiin, kuinka tuttu Luonnontieteellinen museo oli heille ennen etäopastusta, millaisia mielikuvia heillä oli museosta ja oliko kukaan suositellut museota heille.

Vastauksista selvisi, että yli puolet haastateltavista oli vierailut museossa vain kerran ja osalla vierailusta oli kulunut jo pitkä aika, jopa 20 vuotta. Vain kaksi haastateltavaa oli vierailut museossa usein tai useamman kerran ja molemmat heistä olivat vierailleet sekä perheensä että oppilaidensa kanssa. Kaikkien mielikuvat Luonnontieteellisestä museosta ennen etäopastusta olivat positiivisia. Museota kuvattiin mielenkiintoiseksi, elämykselliseksi ja asiakasystävälliseksi. Vastaajien mielestä museossa on erittäin paljon nähtävää ja se on monipuolinen paikka sekä aikuisille että lapsille. Erityisesti heille olivat jääneet mieleen täytetyt eläimet ja luurangot. Kolmen haastateltavan kollegat olivat käyneet museossa aikaisemmin ja kehuneet sitä. Yhdelle heistä oli myös suositeltu museota, mutta yli puolet eivät olleet saaneet suositteluja keneltäkään.

Jokainen opettaja mainitsi useita syitä siihen, miksi he olivat päättäneet varata etäopastuksen luokallensa. Osa oli valinnut sen opastuksen sisällön vuoksi eli koska se käsitteli aihetta, joka oli juuri koulussa menossa, tai koska luonto on sellainen aihe, joka aina kiinnostaa oppilaita. Myös koronan vaikutus tuli esille useammassa vastauksessa, koska pandemia esti vierailijoiden kutsumisen kouluille eikä museoissakaan voinut vierailla. Yhtä tärkeäksi nousi myös opettajien oma kiinnostus luontoa ja luonnontieteitä kohtaan. Muista syistä mainittiin halu tarjota luokalle jotain ekstraa, etäopastuksen saavutettavuus, järjestäjän asiantuntijuus, etäopastuksen ilmaisuus ja halu kokeilla, miten etäopastus toimii. Lisäksi kolmelle opettajalle toinen henkilö oli vinkannut, että tällaisia etäopastuksia olisi saatavissa.

Ihan ensimmäinen asia oli se, että meillä on nelosluokkalaisten kanssa Pohjoismaat ja Balttia käsittelyssä (--) (Haastateltava A).

Ensinnäkin tämä korona-aika, että vierailijoita ei saa pyytää kouluun eikä oikein minnekään voi mennä ja sitten toisaalta tuntu kovinkin hyvältä, että tämmöisestä paikasta, jossa valtava asiantuntemus luonnon suhteen, tarjotaan tämmöistä tilaisuutta myös tänne periferialle, iloiseen Itä-Suomeen Karjalan laulumaille (Haastateltava C).

Mä olen biologiaan erikoistunut luokanopettaja, ja nää tällaiset asiat on mulle tärkeitä ja läheisiä (Haastateltava D).

Taulukko 3: Etäopastuksen varaamiseen vaikuttaneet syyt.

Syy etäopastuksen varaamiseen	Mainintojen lukumäärä
Etäopastuksen sisältö	4
Henkilökohtainen kiinnostus aiheeseen	3
Kollegan suosittelu/ vinkkaus	3
Korona	3
Halu tarjota luokalle jotain ylimääräistä	2
Saavutettavuus	2
Hinta	1
Järjestäjän asiantuntijuus	1
Kokeilunhalu	1

Suurimmalla osalla haastatelluista ei ollut mitään selkeitä odotuksia etäopastukselle, vaan he lähtivät avoimin mielin ja uteliaina katsomaan ja kokeilemaan millainen etäopastus on. Esiin nousi myös se, että koulun arki on niin hektistä, ettei opettaja ollut ehtinyt miettiä etukäteen, mitä opastuksella tulee tapahtumaan. Eräs vastaaja sanoi myös hetken empineen, riittävätkö hänen omat tekniset taitonsa tähän. Muut vastaajat odottivat, että opastus tarjoaa elämyksiä, vuorovaikutteisuutta, yllätyksellisyyttä ja erilaisen tunnin oppilaille. Yksi vastaajista oli odottanut museon tiloissa tapahtuvaa virtuaalikierrosta. Vastaukset paljastivat, että museon etukäteen kertomat tiedot etäopastuksen sisällöstä ja teknisestä toteutuksesta olivat olleet riittämättömiä. Vastaajille ei ollut etukäteen selvää, osallistuuko etäopastukselle muita luokkia yhtä aikaa, tai painottuuko sen sisältö enemmän kasveihin vai eläimiin.

Tieto varattavissa olevista etäopetuksista oli tullut opettajille sähköpostilla joko esimiehen tai muun tahon kautta ja yksi vastaajista oli saanut tiedon naapuriluokan opettajalta. Etäopastusten tekninen varaaminen oli kaikkien mielestä sujunut erittäin hyvin ja näppärästi.

Haastateltavat osasivat nimetä paljon asioita, miksi heidän mielestään kannatti varata etäopastus. Mikään yksittäinen asia ei noussut ylitse muiden, vaan eri syyt saivat jokainen tasaisesti 2–3 mainintaa. Opastuksella oli käsitelty paljon oppilaille tuttuja, jo aiemmin opittuja asioita, mutta yksi vastaaja näki positiivisena myös sen, että aiheita tulee kerrattua eri yhteyksissä. Kaikki vastaajat, jotka nostivat esiin oppilaille jo tutun sisällön, lisäsivät, että kyllä opastuksella opittiin myös uutta asiaa. Vastaajat pitivät tärkeänä, että asiaan saatiin ulkopuolisen vierailijan ja asiantuntijan näkökulmaa, koska jonkun muun kuin oman opettajan kertomana, sen nähtiin tuovan uskottavuutta asialle. Havainnollistavia, oikeita kolmiulotteisia materiaaleja pidettiin hyvinä, koska monet niistä olivat sellaisia, joita kouluilla itsellään ei ole. Materiaaleista mainittiin eläinten pääkallot, täytetyt eläimet ja lintujen munat. Etäopastus pidettiin elämyksellisenä ja kivana kokemuksena, jonka vuoksi se kannatti varata. Yleisesti nähtiin, että tämän ikäiset pitävät eläinten katselusta ja etäopastus innosti lapsia kyselemään asioista. Yksi opettaja piti hyvänä, että oppilaat olivat tehneet etukäteiskysymyksiä ja tutustuneet aiheeseen ennen opastusta, jolloin siitä muodostui isompi kokonaisuus.

Yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että oppilaat olivat kokeneet etäopastuksen mukavana. Oppilaat olivat olleet tosi innoissaan, kyselivät paljon ja lähtivät toisenkin kerran etäopastukselle. Kahden opettajan mielestä heidän oppilaansa eivät olleet täysin mukana, koska toisessa luokassa oli kolmasosa maahanmuuttajataustaisia oppilaita, joille osa käytetyistä käsitteistä oli liian vaikeita ja toiselle luokalle opastuksen sisältö kokonaisuudessaan oli ollut liian helppoa. Opastuksen ajankohtana iltapäivällä, osa oppilaista oli jo vähän väsähtäneitä. Useammalla luokalla koulupäivä oli päättynyt etäopastukseen, eikä opettaja ollut voinut jatkaa keskustelua oppilaiden kanssa etäopastuksesta ja kysellä, miltä se oli oppilaista tuntunut. Yhdessä luokassa oppilaat olivat jälkikäteen ideoineet, että oppaalla olisi voinut olla selfiekeppi, jonka kanssa hän olisi voinut kiertää museossa, ja he olisivat nähneet ne kaikki haluamansa luurangot. Yläkoululuokan oppilaista muutamat olivat jääneet juttelemaan opettajan kanssa, koska heitä oli jäänyt askarruttamaan etäopastuksen taustaan liittyvät asiat. Heitä kiinnostivat esimerkiksi se, mikä oppaan koulutus oli, tekeekö hän museossa muutakin kuin opastaa ryhmiä, olivatko opastuksella nähdyt asiat oikeita ja minkäkokoisia ne olivat.

Sehän oli valtavan jännittävän näköinen oppilaista se työhuone tai se huone, mistä tää opastus oli. Se oli vähän ku joku Harry Potterin salakammio, että siellä oli kivan näköisiä täytettyjä eläimiä ja kirjahyllyjä ja kierreportaat muistaakseni vielä siellä takana, se näytti jännittävältä paikalta. (Haastateltava C.)

Lähes puolet kokivat, että vuorovaikutus oppaan ja oppilaiden välillä oli toiminut hyvin ja vuorovaikutteisuutta oli ollut jopa enemmän kuin oli etukäteen ajateltu.

Yllättävän vuorovaikutteinen tilanne kuitenkin, vaikka oltiin virtuaalisti, niin tuntu, että lapsetkin innostu kyselemään ja että siihen tuli sitä vuorovaikutusta minust ihan mukavasti ja varmaan heräs monille monia ajatuksia sieltä. Minust se oli sellanen mukava hetki, että lapsi ois viihtynyt pidempääkin siinä. (Haastateltava E.)

Neljä vastaajaa koki, että vuorovaikutteisuudessa olisi ollut parantamisen varaa. Jos opas ei kuullut luokassa esitettyjä kysymyksiä, opettaja joutui toimimaan tulkkina ja toistamaan lasten kysymykset. Vuorovaikutuksen kannalta olisi ollut hyvä, että opas olisi kuullut kysymykset originaalissa muodossa. Yksi opettajista arveli, että luokka keskittyi lähinnä kuuntelemaan, koska he eivät olleet tehneet etukäteen kysymyksiä, ja oppilaista saattoi olla myös aika jännittävää tulla lähelle kameraa ja kysyä kuuluvalla äänellä kysymyksensä. Keskustelun painottumista opastuksen loppupuolelle pidettiin haastavana ja toivottiin, että tämän ikäisille pitäisi olla vastavuoroisempaa siinä välissäkin. Koska ruudun tuijottaminen on aika uuvuttavaa, niin toivottiin, että opas nostaisi oppilaat välillä ylös ja herättelisi tekemään jotain.

Ehkä mä tekisin sillai, että herättelisin sitten heitä vielä jossain, niin ku pienillä kysymyksillä tai tällasilla. Enemmän ehkä. (Haastateltava G.)

Suurin osa vastaajista ilmoitti opastuksen vastanneen heidän odotuksiaan ja yksi vastaajista kertoi sen jopa ylittäneen odotukset. Kaikki haastateltavat eivät osanneet kysymykseen vastata, koska he olivat ensimmäisistä kertaa etäopastuksella, eivätkä oikein alun perinkään tienneet mitä siltä odottaa. Yksi vastaaja toivoi, että opastuksen alussa olisi ollut museon yleisesittely, mutta vastauksesta ei selvinnyt, oliko hän sellaista odottanut vai oliko se kehitysehdotus, miten etäopastus toimisi paremmin.

Museon yleisesittelyn puute oli selkeästi etäopastuksen suurin puute, sillä sitä olisi kaivannut yli puolet haastateltavista. Heidän mielestään opastuksen olisi voinut selkeämmin aloittaa siitä, että missä museossa nyt olemme ja missä tämä museo sijaitsee. He kaipasivat tietoa myös siitä, mitä kaikkea museosta löytyy ja mitä siellä tehdään. Yksi vastaajista ehdotti, että museolla voisi olla YouTube -video, jossa kuljetaan museon käytävillä ja kerrotaan mitä siellä on ja luokan voisi pyytää katsomaan tällaisen videon ennen etäopastuksen alkua. Yksi vastaajista kiinnitti huomiota, ettei opastuksella näytetyistä kuvista selkeästi kerrottu, että ne kuvat olivat sieltä

museon omista saleista ja vitriineistä. Vastaajat toivoivat aktiivisempaa vuorovaikusta koko opastuksen ajaksi ja lisäksi pieniä pohdintatehtäviä. Ajankäyttö nousi esille yläkoululle tehdyssä virtuaalikierroksen avulla toteutetussa etäopastuksessa. Yläkoulun etäopastus oli hieman pidempi, ja kun sen lisäksi opastuksen aikana oli teknisiä ongelmia, niin sen kesto oli lopulta 66 minuuttia, joka toimi kyllä kyseisen ryhmän kanssa, jolla oli 75 minuutin pituinen oppitunti, mutta ei olisi toiminut 50 tai 60 minuutin pituisilla tunneilla.

Suomen luonto -etäopastus rakentui kahdenlaisille ruutunäkymille, joissa toisessa näkyi opas koko ruudulla ja toisessa näkymässä näytölle jaettiin kuvia näyttelystä. Tämä rakenne toimi kuuden vastaajan mielestä oikein hyvin ja oli jopa napakymppi. Oppaan näkymistä pidettiin tärkeänä, koska vilkuttelut ja moikkailut tekivät heti tutumman tunnelman. Heidän mielestään siinä oli tarpeeksi vaihtelua ja oppilaiden viereystila kohosi aina kun vaihdettiin näkymästä toiseen ja lisäksi rytmitysikin oli heidän mielestään hyvin mietitty. Koska kouluilla on hyvin eritasoisia laitteistoja, kuvien yksityiskohdat voivat olla vaikeasti nähtävissä ja siksi yksi vastaajista piti parempana käytettyjä konkreettisia materiaaleja, joita opas pystyi liikuttelemaan ja näyttämään kameralle.

Myös virtuaalikierroksen avulla toteutetun opastuksen rakennetta pidettiin onnistuneena. Siinäkin opas otti ensin ryhmän vastaan ja vasta sitten jakoi virtuaalikierron-näkymän ja lopuksi oppilaat saivat tehdä kysymyksiä. Tällä opastuksella opas näkyi katsojille vähemmän eikä käytössä ollut konkreettista lisämateriaalia, mutta toisaalta kohdeyleisönä olevat oppilaat olivat jo vanhempia, yläkoulun oppilaita.

Kun Luomuksen etäopastuksen asiakaskokemusta mitattiin vastaajien suositteluhalukkuutta mittaavalla Net Promoter Score -mittarilla, tulos oli erinomainen 71, kun jo yli 50 arvoa voidaan pitää erinomaisena. Kuusi vastaajaa seitsemästä määriteltiin suosittelijoiksi, koska he antoivat suositteluhalukkuusnumeroksi 9 tai 10. Vain yksi vastaaja antoi numeron 8, joka tässä mittarissa määritellään neutraaliksi eikä oteta lainkaan huomioon NPS-lukua laskettaessa. Tarkat kansainväliset ala- ja organisaatiokohtaiset tulokset ovat saatavina maksullisina. Ilmaiseksi julkaistujen 23 eri alaa käsittelevässä yhteenvedossa ei ole kulttuurialaa, johon museon virtuaalipalveluita voisi suoraan rinnastaa. Näistä lähimpänä olisi ehkä Online entertainment -kategoria, jossa vuonna 2018 Amerikassa kerätyssä tilastossa NPS-lukujen keskiarvo oli 47 ja kärkipaikka piti Netflix luvulla 62 (NICE Satmetrix 2018).

Jokainen organisaatio voi toiminnastaan kertoessaan julkaista oman NPS-lukunsa. Näin teki myös Finna, joka on hakupalveluiden kokonaisuus, joka koostuu suomalaisten kirjastojen, arkistojen, museoiden ja muiden organisaatioiden hakupalveluista. Syyskuussa 2021 julkaistussa kävijätutkimuksen raportissa Finnan NPS eli suosittelemuusindeksi oli 56 (Finna.fi 2021). Luomuksen etäopastuksia koskevia haastatteluja oli määrällisesti niin vähän, ettei niiden pohjalta laskettua suosittelemuusindeksiä voida pitää kovin luotettavana. Tämän työn kannalta itse lukua tärkeämpää oli testata sen toimivuutta asiakaskokemuksen mittarina.

Palveluntuottajan näkökulmasta NPS-lukua tärkeämpää on jatkokysymyksestä saatu tieto, miksi vastaaja oli valinnut juuri tämän numeron. Luomuksen etäopastuksia koskevien haastatteluiden perusteluissa nostetaan esiin, että se toimi todella hyvin ja oli niin asiantuntevasti toteutettu, ettei vastaaja itse olisi pystynyt samaan. Etäopastusta haluttiin suositella kollegalle, koska se tuo uutta näkökulmaa opetukseen, uusia kokemuksia uuden ihmisen esittelemänä eli jotain ekstrapaa tavalliseen koulun arkeen. Etäopastus nähtiin vuorovaikutteisena, joka on helppo saada siihen luokkatilanteeseen ja siitä pystyy rakentamaan myös yhteistyöprojekteja. Opastuksen katsottiin myös soveltuvan monikulttuuriseen kouluun, koska se oli melko lailla ymmärrettävissä myös maahanmuuttajataustaisille lapsille. Yksi opettajista ei olisi suositellut etäopastusta naapuriluokalle, mutta voisi suositella sitä alemmalle luokka-asteelle, esimerkiksi kolmannen luokan opettajalle.

Digitalisoitumisessa opettajat eivät nähneet mitään haittoja tai uhkia, vaan päinvastoin paljon mahdollisuuksia. Ainostaan, jos fyysiset museovierailut jäisivät kokonaan pois, etäopastukset voisivat olla yhden vastaajan mielestä uhka. Useampi vastaaja piti kuitenkin parhaimpana tapana mennä konkreettisesti museoon paikalle, koska etäopastus ei voi korvata aitoa kokemusta. Etäopastukset nähtiin helppona ja halpana tapana päästä vierailemaan museossa varsinkin haja-asutusalueella asuville. Yksi opettajista näki etäopastukset hyvänä kanavana herättää mielenkiintoa digimuodossa ja arveli, että aina joku haluaa mennä myöhemmin sinne museoon myös paikan päälle.

Museoiden etäopastuksien ja virtuaalikierroksien merkityksestä kouluille nousi esille erityisesti taloudellinen puoli. Yli puolet vastaajista kertoi, että heillä on niin pienet määrärahat, etteivät rahat helposti riittäisi, jos lähtisi paikan päälle ja siksi etäopastukset ovat helppo ja vaivaton tapa saavuttaa museoiden yleisöpalveluja. Etäopastus antaa mahdollisuuden myös niille oppi-

laille, joiden perheet eivät koskaan lähtisi museoon. Etäopastukset nähtiin kouluarjen rikastuttajina tarjoten sellaisia asioita, mitä koulussa ei voida tarjota. Museoiden digipalvelujen koettiin tarjoavan tietoa, mahdollisuuksia ja yhteistyötä.

Lopuksi haastateltavat esittivät toiveensa, että museot jatkaisivat etäopastusten järjestämistä ja kehittämistä. Kolme vastaajaa nosti vielä uudestaan opastusten maksullisuuden esille, koska se voi rajoittaa palvelun käyttöä. Myös etäopastusten saavutettavuus muualta Suomesta nousi vielä esille. Hyvänä pidettiin sitä, että etäopastus on suunnattu tietyille ikäryhmälle. Kehitysehdotuksina nousivat netissä tehtävä palautekysely oppilaille ja YouTube -esittelyvideo museosta sekä purkupaketti, johon kuuluisi opettajan käytössä oleva lyhyt museon tekemä nauhoite kertausta varten. Nauhoitteella opas nostaisi esiin joitain käsiteltyjä asioita ja kannustaisi jatkaamaan keskustelua aiheesta vielä heidän opettajansa kanssa.

Haastattelujen perusteella nähdään, että asiakaskokemukset olivat erittäin hyviä, vaikka kehittämiskohteitakin tunnistettiin. Tässä kehittämistyössä myös verrattiin, oliko kahdella eri tavalla toteutetulla etäopastuksella vaikutusta asiakaskokemukseen, mutta sellaista ei tämän aineiston perusteella havaittu.

5.3 Oppaiden päiväkirjat

Oppaiden päiväkirjojen mukaan heidän omaan tunnelmaansa vaikutti paljon se, näkivätkö he kuulijansa. Vaikka näkymä luokkaan oli vain pieni kuva oppaan tietokoneen yläkulmassa, se kuitenkin auttoi aistimaan, millainen tunnelma ja tilanne luokassa oli. Pienestä kuvasta ei erotanut yksityiskohtia, mutta siitä kuitenkin näkyi, että oliko siellä viittaamassa yksi vai yksitoista oppilasta halukkaana esittämään kysymyksiä tai vastaamassa oppaan kysymyksiin.

Haastateltujen opettajien näkemyksiä vuorovaikutuksen toimivuudesta verrattiin siihen, mitä oppaat olivat kirjoittaneet päiväkirjoihin kyseisistä etäopastuksista. Kolmesta opastuksesta opettajien ja oppaiden näkemykset olivat täysin yhteneväiset. Yhdestä opastuksesta sekä opettaja että opas kertoivat oppilaiden olleen innostuneita ja kyselleen paljon, toisesta opastuksesta molemmat kertoivat oppilaiden olleen väsyneitä ja kolmannesta opastuksesta molemmat nostivat ensimmäisenä asiana esiin opastuksella ilmenneet tekniset ongelmat.

Neljästä opastuksesta sekä opettajat ja oppaat mainitsivat jonkin tietyn saman asian, mutta heidän näkemyksensä asiasta poikkesivat toisistaan. Kun opas oli kirjannut, että luokka oli ollut hiljainen, ja oppilaat olivat olleet arkoja esittämään kysymyksiä, niin haastattelussa opettaja oli

arvellut asiasisällön olleen oppilaille niin tuttua, että siksi he eivät olleet esittäneet kysymyksiä. Kun opas arveli, että luokka oli ollut hiljainen, koska se oli jo koulupäivän viimeinen tunti, opettaja näki puolestaan tilanteen olleen oppilaille aika jännittävän, kun olisi pitänyt tulla esittämään kysymyksensä kameralle.

Päiväkirjamerkinnot ja haastatteluissa kerrotut asiat täydensivät toisiaan, ja osassa vastauksia oli nähtävissä suoria syy-seuraussuhteita. Kun luokan mikrofoni ei ollut toistanut oppilaiden ääniä kunnolla, opas oli tietoisesti vähentänyt luokan osallistamista normaalitilanteeseen verrattuna. Haastattelussa opettaja sitten kertoi, että opastus oli jatkunut liian pitkään ilman, että opas olisi esittänyt välillä kysymyksiä lapsille. Kun opas oli kokenut luokan olleen hiljainen ja opastuksesta oli sen vuoksi tullut tavallista opastusta luentomaisempi, niin opettaja olisi toivonut, että opas olisi aktivoinut luokkaa enemmän opastuksen aikana. Kun opettaja oli harmitellut haastattelussa sitä, että opas ei ollut kuullut oppilaiden kysymyksiä suoraan ja opettaja oli joutunut toistamaan kaikki heidän kysymyksensä, opas oli kirjannut oppilaiden kyselleen vähemmän. Kysymysten vähäiseen määrään on voinut vaikuttaa oppilaiden ja oppaan välisen kommunikaation hankaluus.

Yhden opastuksen jälkeen opas ei ollut kovin tyytyväinen itseensä, koska koki opastuksen olleen kankeampi lukuisten keskeytysten katkaistua aina hänen ajatuksensa. Opastuksen aikana kuva ja ääni olivat katkenneet kaikkiaan kolme kertaa, ja lisäksi luokassa oli kuulunut kerran koulun oma kuulutus. Vaikka opettajaakin harmittivat tekniset ongelmat, haastattelussa hän selitti ymmärtävänsä, että katkosten jälkeen, niin aikuisilta kuin muiltakin, kestää hetken taas palata tilanteeseen, ja opas oli hänen mielestään kuitenkin toiminut hyvin ja jatkanut luontevasti.

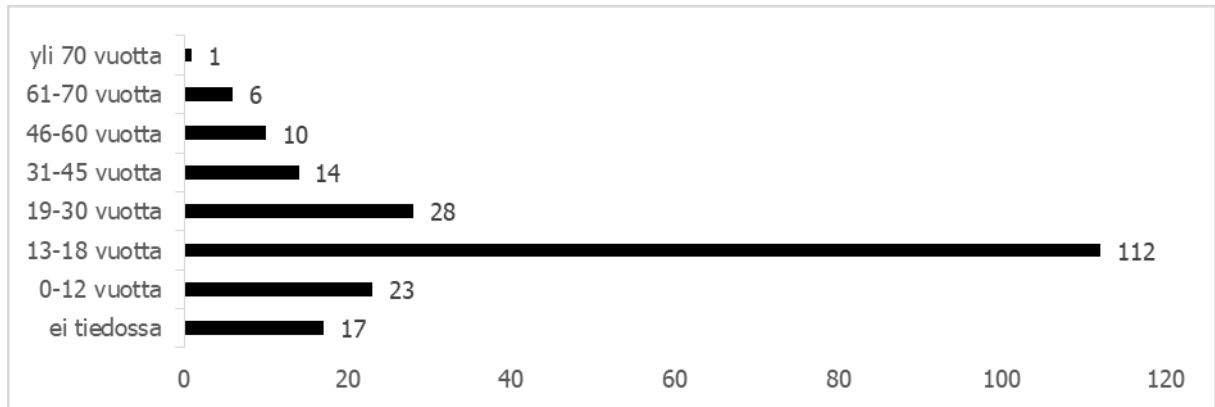
Päiväkirjojen ja haastattelujen keskinäinen vertailu osoitti, kuinka nopeasti johonkin toistuvaan ilmiöön näkee helposti vain yhden selityksen. Kello 13 alkavan opastuksen ajankohta oli haastava alakoulun luokille, mutta opastuksen vaisuun tunnelmaan ei välttämättä ollut aina syynä ajankohta, vaan kyse saattaa olla myös lasten jännittämisestä uudessa tilanteessa tai käsiteltävän asian tuttuus. Monella opastuksella opas ja opettaja olivat kuitenkin kokeneet opastustilanteen samalla tavalla, mikä antaa jatkossa vahvaa pohjaa kehittää museon etäopastuksia yhdessä oppaiden kanssa.

5.4 Virtuaalikerroksen kyselytutkimus

Virtuaalikerroksen tutkimusajankohtana 1.2.–31.8.2021 Luomuksen verkkosivuilla oli yhteensä 291 230 kävijää, joista 4 785 (1,6 %) oli vierailut Muutosta ilmassa -virtuaalikerroksella. Tutkimusajankohtana virtuaalikerrosten sivustoista suosituin oli suomenkielinen sivu, jolla kävijöitä oli 4 628, ruotsinkielisellä kierroksella kävijöitä oli 116 ja englanninkielisellä kierroksella 145 kävijää. Virtuaalikerroksen julkaisun jälkeen kierroksen verkkosivuilla oli useana päivänä noin 180 vierailijaa. Kesällä, hieman yli kolmen kuukauden kuluttua virtuaalikerroksen julkaisusta, päivittäiset kävijämäärät jäivät alle 10 kävijään, kun kierrosta ei enää aktiivisesti markkinoitu. Syksyn tullen virtuaalikerroksen päivittäiset kävijämäärät ovat vakiintuneet 40–80 kävijään. Suomesta olevia kävijöitä oli eniten Helsingistä (2 166). Seuraavaksi eniten kävijöitä oli Espoosta, Oulusta, Tampereelta, Turusta, Kuopiosta, Vantaalta ja Järvenpäästä. Ulkomailta virtuaalikerrosta oli katsottu eniten Yhdysvalloista (37) ja sen jälkeen Ranskasta, Ruotsista, Venäjältä, Itävallasta, Virosta, Britanniaasta ja Italiasta. (Google Analytics 2021.)

75,9 % kävijöistä käytti virtuaalikerroksen katseluun tietokonetta, 20,8 % puhelinta ja 3,4 % tablettia. Keskimäärin virtuaalikerroksella viivytettiin 3 minuuttia ja 25 sekuntia. Pieniltä paikkakunnilta, joilta kierroksella oli käynyt vain yksi henkilö, nähdään yksittäisten vierailujen kestön olleen yli 10 tai 12 minuuttia. (mt.)

Virtuaalikerrosta koskevaan kyselyyn vastasi 232 henkilöä. Koululaisten selkeitä pilailuvastauksia oli 21 kappaletta, joita ei huomioitu tuloksissa. Vastaajista naisia oli 125 (59 %), miehiä 61 (29 %), muun sukupuolisia 10 (5 %) ja 13 (7 %) ei halunnut kertoa sukupuoltaan. Suurin osa vastaajista oli alle 30-vuotiaita (77 %) ja suurin ikäryhmä oli 13–18-vuotiaat, joita vastaajista oli 53 %. 17 vastaajaa ei ilmoittanut ikäänsä.



Kuvio 3: Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma

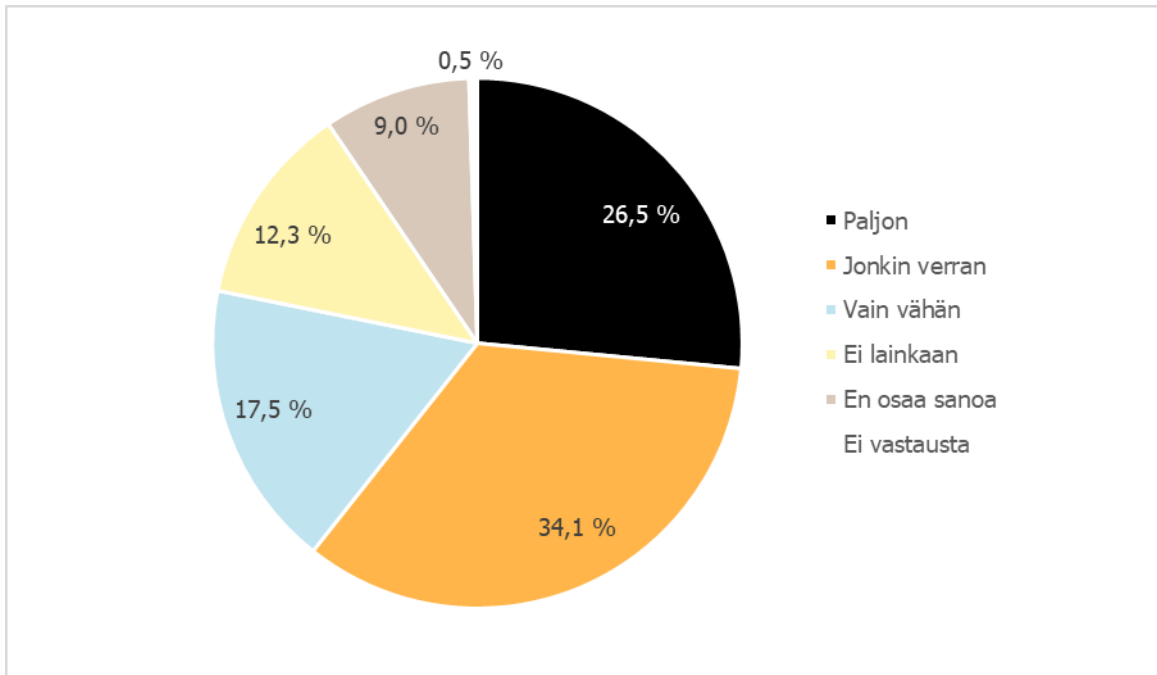
Kyselyyn vastaajista 175 kertoi olevansa Suomesta. Muista maista vastaajia oli 11. Yhdeksän henkilöä, jotka kertoivat olevansa jostain muusta maasta kuin Suomesta, olivat kuitenkin merkinneet kaupungikseen suomalaisen kaupungin. Kyselyssä asuinmaa on saatettu ymmärtää maaksi, josta on kotoisin.

Suomesta olevat vastaajat olivat 44 paikkakunnalta. Eniten vastauksia tuli Helsingistä (50 kpl), Kalajoelta (18 kpl) ja Espoosta (11 kpl). Paikkakuntia, joista oli tullut viisi vastausta tai enemmän olivat Nurmes, Oulu, Kuopio, Nurmijärvi ja Porvoo. Paikkakuntansa kertoneista yli puolet asuivat muualla kuin pääkaupunkiseudulla.

Noin puolet vastaajista (104 henkilöä) oli vierailut Luonnontieteellisessä museossa aikaisemmin ja 39,8 % ilmoitti, ettei ollut käynyt museossa aikaisemmin. 20 henkilöä ei muistanut, oliko käynyt museossa, ja 3 henkilöä ei ollut vastannut tähän kysymykseen.

Hieman yli puolet vastaajista aikoo tulevaisuudessa erittäin todennäköisesti tai todennäköisesti vierailla Luonnontieteellisessä museossa. Melko todennäköisesti vierailevia oli 25,6 % ja ei kovinkaan tai laisinkaan todennäköisiä vierailijoita oli 24,6 % vastaajista. Kolme vastaajaa oli valinnut useamman vaihtoehdon.

Lopuksi kyselylomakkeella kysyttiin siitä, kuinka virtuaalikierrros vaikutti vastaajien halukkuuteen vierailla Luonnontieteellisessä museossa Helsingissä paikan päällä. 26,5 % vastasi, että se vaikutti paljon ja 34,1 % vastasi, että se vaikutti jonkin verran. 17,5 % vastaajista arveli, että se vaikutti vain vähän ja 12,3 % vastasi, että ettei se vaikuttanut lainkaan. Vastaajista 9 % ei osannut sanoa virtuaalikierrroksen vaikutuksesta heidän halukkuuteensa vierailla museossa ja yksi vastaajista ei kertonut näkemystään.



Kuvio 4: Virtuaalikierroksen vaikutus kyselyyn vastanneiden halukkuudesta vieraillla museossa paikan päällä.

Sanallista palautetta antoi 63,4 % kyselyyn vastanneista. Vastauksista 131 oli positiivisia ja 17 positiivisessa vastauksessa ehdotettiin lisäksi toiveita, parannuksia tai lisäyksiä virtuaalikierrokseen. Ainostaan kolme vastausta oli tulkittavissa negatiivisiksi: ”En jaksanut lukee”, ”aika 1/5,5” ja ”Ei ole” (lausetta ei ollut jatkettu). Kaikki kolme tyytymätöntä vastaajaa olivat alle 15-vuotiaita.

Kehitysehdotuksia antaneet edustivat tasaisesti eri sukupuolia, mutta ikänsä puolesta painottuivat 19–45-vuotiaat, joita oli 70 % kehitysehdotuksia antaneista. Neljässä vastauksessa toivottiin, että virtuaalikierrros olisi ollut pidempi. Seitsemän vastaajaa olisi puolestaan toivonut kierrokselle jotain enemmän: tietoa, tutkittavaa, kuvia, erilaisia lajeja, ilmastohistoriaa ja tulevaisuuden näkymiä sekä mahdollisuutta, että kierroksella olisi näytetty koko museo. Tekniseen toteutukseen esitettiin kuusi kehitysehdotusta.

Kehitettävää: kaikki kyltit luettavaksi, nyt ei pienimmät ja tasoilla olleet näkyneet (nainen, 45 vuotta).

Eteen- ja taaksepäin vievät painikkeet voisi jotenkin erottaa toisistaan, ettei tule niin helposti palattua tahtomatta taaksepäin (mies, 39 vuotta).

Itse monesti myös menin vahingossa takaisin sinne mistä olin juuri tullut, joten ehkä selkeämpi ”mene tänne päin” ohje olisi helpottanut (nainen, 26 vuotta).

Hyvä ja laadukas, mutta toivoisin, että televisiolla sovellus toimisi paremmin (mies, 9 vuotta).

Olisi voinut olla toisaalta semmonen freeroam systeemi, missä ihminen voisi kävellä myös museossa (mies, 26 vuotta).

Toivoisin, että audion voisi tarvittaessa pysäyttää ja aloittaa alusta (nainen, 27 vuotta).

Kertoja oli hyvä asia kierroksella, mutta olisin kaivannut kertojan ääntä myös kierroksen yksityiskohdissa, jotka olivat merkitty i-merkillä. Jäin myös kaipaamaan infoa siitä, minkä tyylistä laulua asutuksessa laulettiin, sillä kysymyksessä lienee jokin alkuperäinen laulutyylä, tapa tai muuta vastaavaa? (32-vuotias henkilö.)

Vastaajat kehuivat virtuaalikierroksen ääniopastusta (6 mainintaa) ja erikseen puheen selkeyttä ja miellyttävyyttä (4 mainintaa), kuvan laatua (5 mainintaa) sekä kierroksen sopivaa pituutta (5 mainintaa). Kolme vastaajaa kertoi aikovansa käyttää virtuaalikierrosta omassa opetustyössään. Virtuaalikierroksella oleva muinainen asumus ja erityisesti siellä kuuluva tuvalais -tyylinen kurkkulaulu nousivat yksittäisinä yksityiskohtina esille eniten (4 mainintaa). Virtuaalikierroksen tekstien lisäksi kiitettiin sitä, että myös näyttelytilan seinillä olevat tekstit olivat luettavissa (4 mainintaa).

Kyselyn avoimeen kenttään kirjoitetuissa teksteissä virtuaalikierrosta kuvailtiin 46 erilaisella adjektiiveilla, kun esimerkiksi hauska, ihan hauska ja huippuhauska ovat jokainen eritelty omakseen. Hyvin lyhyitä, yhden tai kahden sanan kuvailuja, kuten ok-, ihan ok-, hyvä ja kiva -vastauksia oli yhteensä 27 kappaletta. Näistä yli 80 % oli 10–17-vuotiaiden kommentteja. Kymmenen eniten käytettyä adjektiiviä, joilla virtuaalikierrosta kuvailtiin, olivat mielenkiintoinen (25 kpl), hyvin toteutettu (19 kpl), kiva (15 kpl), hyvä (14 kpl), hieno (9 kpl), hienosti tehty (5 kpl), sopivan pituinen (5 kpl), ihan hyvä (4 kpl) ja aivan mahtava (3 kpl). Kaikki virtuaalikierrosta kuvailevat adjektiivit löytyvät liitteestä 6.



Kuva 3: Sanapilvi vastaajien sanallisissa palautteissa antamista virtuaalierrosta kuvaavista adjektiiveista.

Vastaajien vapaamuotoisia palautteita:

Todella kiva kierros oli. Rupesi tekemään mieli käydä oikeasti paikan päällä. (nainen, 15 vuotta.)

Isä oppi, että Suomessaakin on ollut mammutteja (nainen, 11 vuotta).

Ihan mahtavasti kasattu ja toteutettu näyttely ja hienoa, että se mahdollistettiin näin upeasti myös muualla Suomessa asuville ja koronan takia kotona pysyville (nainen, 18 vuotta)!

Virtuaalierros oli saatu hyvin rakennettua hyvin yksinkertaiseksi, joten uskon, että vähemminkin kokenut tietotekniikan käyttäjä osaisia käydä tällä virtuaalierroksella (nainen, 16 vuotta).

Vaikka tämä olikin virtuaalinen, tuntui siltä, että olisin fyysisesti ollut museossa. Kuitenkaan fyysistä museokäyntiä tämä ei korvaa, joten aion jatkossakin, jos vain mahdollista, tulla museoon. (mies, 16 vuotta.)

Lopussa johdatetaan ajatuksen tasolla eteenpäin, eikä jäädä epätoivoisena nurkkaan nyyhkyttämään (nainen, 42 vuotta).

Virtuaalierroksen kyselytutkimuksesta selviää, että kierros koettiin hyvin positiivisesti ja erityisesti koululaiset olivat löytäneet sen. Yli 60 % vastaajista arveli kierroksen vaikuttaneen paljon tai jonkin verran halukkuuteen vierailla museossa myös paikan päällä, joka vahvistaa tiedon asiakaskokemuksen onnistumisesta. Vastauksista poimitut adjektiivit kuvailivat positiivisia asi-

oita ja useamman maininnan saaneet sanat, kuten esimerkiksi mielenkiintoinen, sopivan pituinen ja helppokäyttöinen, kertovat kierroksen toimivuudesta. Virtuaalikierroksen positiiviset asiakaskokemukset saattavat vaikuttaa uusien asiakkaiden löytymiseen ja kasvattaa museon kävijämääriä, mitkä olivat Sainion ja Harjun mainitsemia (2019, 17) digitaalisen yleisötyön mahdollisuuksia. Kysely paljasti, että virtuaalikierroksen käyttäjät olivat maantieteellisesti laajalta alueelta, ja siten palvelevat myös alueita, joista museon palvelut eivät ole etäisyyksien vuoksi helposti saavutettavissa.

5.5 Virtuaalikierroksen testaaminen ja siihen liittyvät haastattelut

Ennen virtuaalikierroksen testaamista kartoitettiin testihenkilöiden kokemuksia ja mielikuvia Luonnontieteellisestä museosta, koska Löytänän ja Kortesuon mukaan (2011, 11.) kohtaamiset, mielikuvat ja tunteet vaikuttavat asiakaskokemuksen muodostumiseen. Kaikki kolme testaajaa olivat vierailleet Luonnontieteellisessä museossa, mutta vierailuista oli kulunut aikaa muutamasta vuodesta 20 vuoteen eikä kukaan testaajista ollut nähnyt virtuaalikierroksen Muutosta ilmassa -näyttelyä paikan päällä museossa. Kaikkien testaajien mielikuvat museosta olivat positiivisia ja he kuvailivat sitä tosi isoksi museoksi, joka sijaitsee hyvällä paikalla Helsingissä ja jossa on paljon kaikkea kiinnostavaa esillä. Museo koettiin mukavaksi ja lapsiystävälliseksi kohteeksi, jossa myös itse aina viihtyy. Vain yhdelle testaajista ystävät olivat suositelleet Luonnontieteellisessä museossa vierailua. Virtuaalikierroksen testaamisen ja asiakaskokemusten keräämisen kannalta lähtötilanne oli hyvä, sillä kukaan testaajista ei ollut vierailut aikaisemmin yhdelläkään virtuaalikierroksella missään.

Testaaminen tapahtui lokakuussa 2021, jolloin jokaisen kanssa pidettiin kahdenkeskinen Zoom-tapaaminen, jossa testaamisen jälkeen vielä haastateltiin testaajat. Testaajat olivat 17–62-vuotiaita, edustivat eri sukupuolia ja ammattialoja ja he asuivat kahdella eri paikkakunnalla Etelä-Suomessa. Testattaville ei ollut etukäteen kerrottu mitä asioita testaamisessa tutkitaan, vaan kerrottiin pelkästään, että testaamisen jälkeen heiltä haastatellaan heidän kokemuksistaan. Haastattelussa käytetyt kysymykset ovat liitteessä 6.

Taulukko 4: Virtuaalikerroksen testaajien ikä, sukupuoli ja ammattiala.

Testaaja	Ikä	Sukupuoli	Ammattiala
H	62 vuotta	nainen	terveydenhuollon ammattilainen
I	48 vuotta	mies	projektisuunnittelija/verkkoviestintä
J	17 vuotta	mies	lähihoitajaopiskelija

Testaajat käyttivät virtuaalikerrokseen 10–15 minuuttia ja kaikki testattavat kuuntelivat lukijan puheet alusta loppuun jokaisessa kohdassa.

Joo, mä kuuntelin ne kaikki. En mä muuten olis saanut siitä aiheesta niin hyvin kiinni, jos siellä ei olis ollut sitä kertojaa. (testaaja J.)

Yksi testaajista klikkasi auki vain noin puolet kierroksen varrelta löytyvistä lisätieto -teksteistä, kun taas kaksi muuta testaajaa luki ne yhtä tai kahta tekstiä lukuun ottamatta kaikki. Kierroksen lisätieto -teksteissä oli ainoastaan yksi teksti, jota kukaan testaajista ei avannut. Tuo teksti sijaitsee kierroksen ensimmäisessä tilassa, josta ensimmäisen kerran täytyy ratkaista, miten kierroksella pääsee liikkumaan seuraavaan tilaan. Luultavasti vierailijan huomio kiinnittyy tuossa kohtaa navigointi -ongelman ratkaisemiseen ja eteenpäin vievän kuvakkeen yläpuolella oleva lisätieto -merkki jää huomiotta, varsinkin kun kultasakaali jää kuvassa varjoon ja tulee näkyviin oikeastaan vaan zoomaamalla. Tässä kohtaa kierrosta vierailija ei välttämättä ole huomannut käytettävissä olevaa zoomaus -mahdollisuutta. Näyttelytilan teksteihin ja yksityiskohtiin zoomasi kaksi testaajaa, kun yksi testaaja ei käyttänyt ominaisuutta kertaakaan. Virtuaalikerroksen kuvakkeista yksi on käyttöapuri, jossa on kerrottu zoomaamisesta eri laitteilla. Kukaan kolmesta testaajasta ei kuitenkaan avannut kyseistä kuvaketta, joten yhdeltä testaajalta jäi tieto zoomaus -mahdollisuudesta ehkä kokonaan saamatta, toinen testaaja huomasi ominaisuuden hieman vahingossa ja kolmas testaaja käytti sitä heti alusta asti luontevasti.

Kyselytutkimuksen perusteella oli jo selvinnyt, että virtuaalikerroksen haastavin asia on eteenpäin navigointi ja testaajat vahvistivat tämän asian sekä toiminnallaan että haastatteluissaan. Yksi testaaja joutui neljä kertaa väärään suuntaan, kun muut testaajat joutuivat vain kerran.

Löytänän ja Kortesuon (2011, 44) mukaan erittäin hyvät asiakaskokemukset tukevat ja kehittävät asiakkaan minuutta, identiteettiä ja kuvaa itsestään. Päinvastaisessa tilanteessa asiakaskokemus voisi siis olla erittäin huono, mikäli asiakas tuntee itsensä osaamattomaksi ja huonoksi,

kun ei osaa kulkea virtuaalikierroksella haluamaansa suuntaan. Testaajat kuitenkin osoittivat, että navigoinnin hankaluudesta huolimatta heidän asiakaskokemuksensa virtuaalikierrroksesta olivat erittäin hyviä. Kysyttäessä kuinka todennäköisesti he suosittelisivat virtuaalikierrrosta ystävälleen asteikolla 0–10, jossa 0 tarkoitti, että erittäin todennäköisesti ei suosittelisi ja 10, että erittäin todennäköisesti suosittelisi, vastaukseksi saatiin luvut 8, 9 ja 9 eli NPS-luvuksi tuli todella korkea luku 67. Vaikka testaajat menivätkin vahingossa välillä väärään suuntaan, kuin mihin olivat tarkoittaneet, niin kuitenkin väitteeseen ”Virtuaalikierrrosta oli helppo käyttää” yksi vastasi, että oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä ja kaksi vastasi, että olivat jokseenkin samaa mieltä.

Taulukko 5: Kaikkien kolmen testaajan virtuaalikierroksen aikana tekemät yksittäiset toimenpiteet.

Testauksessa tutkitut asiat	Testaaja H	Testaaja I	Testaaja J
Kierroksella käytetty aika	10 minuuttia 48 sekuntia	13 minuuttia 37 sekuntia	15 minuuttia 6 sekuntia
Montako ääneen luettua tekstiä kuunteli	8/8	8/8	8/8
Montako lisätietotekstiä avasi	11/20	18/20	19/20
Montako lisäkuva avasi	0/4	4/4	4/4
Montaako näytöllä olevaa ohjekuvaketta tutki	0/7	3/7	0/7
Katsoiko sisällysluettelo	Ei	Kyllä	Kyllä, useamman kerran
Kuinka moneen yksityiskohtaan zoomasi	0	8	3
Kuinka monta kertaa meni väärään suuntaan, kun mihin aikoi	4	1	1

Testaajien ensivaikutelmat vaihtelivat paljon toisistaan. Testaaja H koki, että tilat olivat tosi hienot, mutta alku oli hieman vaikea, kun ei heti tiennyt, kuinka kierroksella pääse liikkumaan

eteenpäin. Hän arveli, että jos menisi nyt uudestaan, kokemus olisi erilainen, kun on saanut harjoitusta. Hän koki kuitenkin, että sai hyvän käsityksen esimerkiksi mammuteista ja kuinka tänne Suomeen on tullut asutusta. Testaaja I kuvaili virtuaalikerrosta aika jännäksi kokemukseksi ja myös hän joutui aluksi miettimään navigointia, mutta sen lisäksi hän kiinnitti erityisesti huomiota virtuaalikerroksen visuaaliseen ilmeeseen.

Hyvin oli valokuvissa tavoitettu se samanlainen valo, kun mikä siellä museossa on. Se tunnelma jotenkin vastas sitä museon aitoo tunnelmaa. (testaaja I.)

Testaaja I:n mielestä virtuaalikerroksen laajuus oli hyvin rajattu ja se oli hyvin paketoitu tietokoneella käytettäväksi. Testaaja J kuvaili kokemustaan aika hyväksi ja virtuaalikerros oli hänen mielestään selkeä. Vaikka hänkin joutui aluksi miettimään navigointia, niin sisällysluettelon avulla hän oli nopeasti selvillä missä järjestyksessä ja mihin suuntaa kannattaa edetä.

Jokainen testaaja nosti virtuaalikerroksen parhaimmaksi asiaksi erilaisen asian. Testaaja J mukaan kierros oli selkeä, siellä ei ollut liikaa asioita ja itse aihe oli ollut tosi hyvä. Testaaja H nosti esiin saavutettavuuden, jonka myötä katsoja pystyy olemaan mukana elämässä, vaikka ei pystyisikään esimerkiksi liikkumaan ja testaaja I piti siitä tunteesta, että pystyi itse vaikuttamaan kierroksella liikkumiseen.

Mä tykkäsin siitä, jotenkin siitä tunteesta, että on siellä sisällä ja sitten sai käänellä ja katella ylös ja alas ja sitten zoomata niihin eläimiin. Jotenkin se fiilis siitä, että voi mennä ja jotenkin hallita sitä omaa menemistä ja katsella minne haluaa. (testaaja I.)

Testaajat H ja I mainitsivat navigoinnin ainoaksi asiaksi, mistä he eivät pitäneet. Testaaja J piti sen sijaan koko kierroksesta. Kehitysehdotuksina nousivat navigoinnin helpottaminen numeroiden tai nuolien avulla ja toiveen, että kierroksen loppuun voisi selkeästi lisätä tiedon siitä, että nyt tämä kierros loppui tähän.

Testaajien asiakaskokemukset olivat positiivisia ja testaamisen jälkeen heillä oli kiinnostusta vierailla virtuaalikerroksilla jatkossakin, vaikka fyysistä museokäyntiä pidettiin ensisijaisena tapana tutustua museon näyttelyihin. Esiin nousi käytännön haaste, että mistä ja kuinka saisi tietää uusista tai jo olemassa olevista virtuaalikerroksista. Testauksessa oli selvästi nähtävissä käyttäjien erilainen tapa toimia verkkoympäristössä ja hyödyntää navigoinnissa apuvälineitä, kuten sisällysluetteloja. Testaajien lukumäärä oli pieni eikä siksi anna täysin kattavaa kuvaa kierroksella toimimisesta. Kuitenkin jo muutaman testaajan haastattelu syvensi laajasta kyselyaineistosta saatuja tietoja.

5.6 Benchmarkingin tulokset

Benchmarkingin avulla selvitin kuinka kahdessa muussa museossa etäopastukset ovat järjestetty, millaisia haasteita heillä on ollut ja millaista asiakaspalautetta he ovat saaneet. Ateneumin taidemuseosta haastattelin erikoistutkija Anja Olavista ja Sarka -museosta amanuenssi Riikka Soinista. Molemmat haastattelut tehtiin Zoom -etäyhteydellä. Lisäksi selvitin virtuaalikierrosten ja etäopastusten alustana toimivan Digimuseon toimintaa virtuaalisten palveluiden parissa.

Etäopastukset aloitettiin Kansallisgalleriaan kuuluvassa Ateneumin taidemuseossa vasta koronapandemian myötä, kuten monessa muussakin museossa. Etäopastuksia on kahdenlaisia, joista toinen on niin sanottu kokoelmakierros Taiteilijoiden matkassa ja toinen etäopastus keskittyy aina meneillään olevaan vaihtuvaan näyttelyyn. Vaihtuviin näyttelyihin pohjautuvia etäopastuksia on jo tehty kolmeen näyttelyyn, Magnus Enckellin, Ilja Repinin ja Outi Heiskasen näyttelyihin. Myynnissä on ollut myös etäopastuksia, joihin asiakas on voinut ostaa yksittäisen paikan. Kaikki Ateneumin etäopastukset ovat olleet maksullisia. (Olavinen 2021.)

Vuoden 2021 etäopastusten lukumäärä syyskuuhun mennessä oli yli 800. Ateneumin etäopastusten suurin tilaajaryhmä alkuvuonna 2021 on ollut erilaiset aikuisryhmät, jotka ovat olleet esimerkiksi työhyvinvointiryhmiä ministeriöistä, julkishallinnosta ja yhdistyksistä. Järjestetyistä etäopastuksista kolme neljäsosaa on ollut aikuisryhmille ja neljäsosa kouluille. Vaikka koululaisille suunnattuja etäopastuksiakin on myyty vuoden 2021 alkusyksyyn mennessä jo yli 200, niin aluksi koulut lähtivät hitaasti mukaan, kun ensimmäiset etäopastukset tulivat myyntiin vuotta aikaisemmin. (mt.)

Uusien menetelmien käyttöönotto osoittautui aluksi haastavaksi ja suunnitteluvaiheessa oli kehitetty monenlaisia mahdollisuuksia, jotka eivät kuitenkaan olleet toimineen. Vanhan rakennuksen paksut seinät estivät suorien lähetysten tekemisen näyttelytilasta ja koska saleissa on aina paljon ihmisiä, niin lopulta oli päädytty erillisestä tilasta lähetettävään etäopastukseen, jossa kuvaesitys jaetaan asiakkaille PowerPoint -ohjelmalla. Ateneum toteuttaa etäopastukset Teams -sovelluksella, joka oli valikoitunut jo aikaisemmin koko organisaation käyttämäksi sovellukseksi ja johon käyttölisenssit olivat valmiiksi olemassa. Toiveissa oli ollut saada etäopastukselle liikkuvaa kuvaa, kuten esimerkiksi tervehdysvideo opastuksen alkuun ja äänimaisemia joidenkin teosten taustalle, mutta niitä ei saatu teknisesti toimimaan riittävällä varmuudella ja niistä oli pitänyt luopua. (mt.)

Vaikka Ateneumissa on ollut kuvaesitysten avulla toteutettuja näyttelyesittelyjä, näyttelyintroja, Ateneum -salissa jo ennen etäopastuksia, niin aluksi etäopastuksia lähdettiin kuitenkin suunnittelemaan itsenäisesti omaksi sisällöksi. Myöhemmin huomattiin, että etäopastusten ja näyttelyintrojen tarkoitus on hyvin samanlainen eli esitellä näyttelyä, joten vaihtuviin näyttelyihin tehtävät uudet etäopastukset ja paikan päällä esiteltävät näyttelyintrot noudattelevatkin sisällöllisesti ja kuvavalinnoiltaan hyvin paljon toisiaan. Molemmissa kuraattorin näyttelyajatus pysyy esitysten pohjana koko ajan. (mt.)

Etäopastuksia Ateneumissa tekee 13 opasta. Heillä on museolla käytössä kaksi erillistä tilaa, joista etäopastuksia voidaan pitää, mutta osa oppaista tekee etäopastuksia myös kotoa käsin. Oppaat hoitavat etäopastuksen itsenäisesti eikä siinä ole mukana muita henkilöitä. Oppaiden avuksi on laadittu manuaali, johon on koottu etäopastusta koskevat käytännöt, esimerkiksi, että opas avaa yhteyden ryhmälle viisi minuuttia ennen opastuksen alkua ja ettei opas laita missään vaiheessa itseään kuvakkeeksi sekä erilaisia ohjeita siitä, mitä kannattaa kokeilla, jos opastuksella on teknisiä ongelmia. Teknisiä ongelmia on ollut alun opettelun jälkeen yllättävän vähän. Yleisimmät ovat olleet verkkoyhteyden, äänen tai kuvan katkeamisia. Usein kyse voi olla mute-asetuksista tai muista perusasetuksista. Vain muutaman kerran tekniikka ei ole toiminut ollenkaan ja asiakkaan kanssa on jouduttu sopimaan uusi aika. Pari kertaa opas on opastanut puhelimen kautta, kun kuvayhteys on toiminut, mutta ääniyhteys ei. (mt.)

Eniten oppaita on etäopastuksella pelottanut teknisten ongelmien mahdollisuus, ja minuutit ja sekunnit ovatkin silloin pitkiä, jos yhteydet eivät toimi. Oppaisiin on koitettu valaa rauhallisuutta, että vaikka mitä tapahtuisi, se ei ole maailmanloppu. Oppaat ovatkin hyvin rohkaistuneet pitämään etäopastuksia, koska ongelmia on ollut hyvin harvoin. (mt.)

Ateneumin oppaina työskentelee hyvin eri-ikäisiä henkilöitä ja heidän tapansa rakentaa vuorovaikutusta ryhmään vaihtelee myös ryhmäkohtaisesti. Osa oppaista ajattelee etäopastusta enemmän taidehistoriallisena luentona, kun taas osa oppaista lähtee hyvin voimakkaasti rakentamaan vuorovaikutusta yleisönsä. Ryhmiä on kannustettu pitämään myös omat kamerat auki vuorovaikutuksen parantamiseksi. Koululaisopastusten ote on aina hyvin kyselevä ja opettajan rooli niissä on hyvin tärkeä, varsinkin jos ryhmä osallistuu vain yhdeltä laitteelta. Silloin oppaan on vaikea kuulla heidän puhettaan, ellei opettaja toimi siinä välittäjänä ja toista heidän kommenttejaan ja vastauksiaan. Oppaiden kokemuksen mukaan yksittäisiltä laitteilta osallistuvien ryhmien kanssa vuorovaikutus toimii hyvin ja monet oppaat ovatkin kokeneetkin ne hieman helpompina kuin yhtenä ryhmänä osallistuvat. (mt.)

Oppaiden tulee olla herkkänä siinä, millainen ryhmä etäopastukselle osallistuu ja kuinka vuorovaikutteisena he opastuksen pitävät. Lapset eivät jaksaa vain kuunnella oppaan puhetta, jollei heitä välillä haasteta mukaan, mutta aikuisryhmät voivat kokea sellaisen lapselliseksi. Erään aikuisryhmän antama palaute olikin, että he olisivat toivoneet oppaan vain avaavan näyttelyä tietopohjaisesti, sen sijaan että heitä osallistettiin mukaan. (mt.)

Ateneumin etäopastuksilla chat -toimintoa käytetään hyvin rajoitetusti, koska oppaan on vaikea käyttää sitä opastuksen aikana. Chatin kautta jaetaan lähinnä linkkejä, jotka vievät heidän Suomen taiteen tarina -lyhytelokuviin tai palautelomakkeeseen. Joskus ryhmänvetäjä seuraa etäopastuksen aikana chattiä ja esittää sitten kysymykset oppaalle. (mt.)

Ateneumin etäopastuksilla on käytössä erilaisia osallistavia menetelmiä. Eläytyminen maisemaan tai johonkin teokseen voi tapahtua kuulo-, tunto- tai hajuaistin avulla. Teoksia voidaan katsoa silmiä siristelemällä tai omista käsistä muodostetun kaukoputken läpi. Teoksesta voidaan omalla kädellä peittää siinä näkyvä henkilöahmo ja miettiä, miten teoksen kokee sillä tavalla. Käytössä on myös VTS-menetelmä (Visual Thinking Strategies), jossa teoksesta ei kerrota asiatietoja, vaan kyselemällä tiettyjä kysymyksiä, teos alkaa avautua osallistujien oman puheen ja ajattelun kautta. Etäopastuksen lopussa voi olla myös lopetus, jossa osallistujat saavat kertoa minkä nähdystä teoksista ottaisivat kotiinsa tai luokkansa seinälle ja miksi. (mt.)

Ateneumin etäopastuksista saama palaute on ollut hyvää. Kokonaisarvosana asteikolla 4–10 on ollut ryhmiltä saaduissa palautteissa 9,3 ja yksittäishenkilöistä koostuvissa opastuksissa 8,9. Erityisesti on kiiteltu sitä, että teosta pääsee lähelle ja että kerrankin kuulee kaiken mitä opas puhuu. Etäopastus on koettu myös ylellisenä, kun taidekokemuksen voi saada kotisohvalta viinilasien äärellä. Jotkut asiakkaat ovat toivoneet 45 minuuttia pidempää opastusta, sillä he ovat kokeneet opastuksella kiireen tuntua. Myös videokuvaa on kaivattu. Osallistujien toive selata kuvia omaan tahtiin opastuksen aikana oli aluksi mahdollista, mutta se sekoitti kuvaohjelman ja toiminto jouduttiin poistamaan. Asiakkaat ovat myös toivoneet, että saisivat muistutusilmoituksen, että he muistavat liittyä etäopastukselle. (mt.)

Korona sai Ateneumin kehittämään etäopastuksia ja samalla saatiin tieto siitä, että ovatko asiakkaat valmiita maksamaan digitaalisista tuotteista. Koska palvelulle on toivottu jatkoa ja se on osoittautunut tarpeelliseksi myös saavutettavuuden näkökulmasta, niitä aiotaan järjestää jat-

kossakin. Ateneum on saanut apurahan vuosille 2021–2022 etäopastusten ja etävierailujen kehittämiseksi 5. luokille ja Suomi-kouluille ja hankkeen myötä he voivat tarjota ilmaisen etävierailun noin 400 koululuokalle. (mt.)

Maatalousmuseo Sarka on tarjonnut vuoden 2021 alusta lähtien elokuuhun mennessä 60 etäopastusta. Suurin käyttäjäryhmä on ollut koulut, joita on ollut valtaosa tilaajista. Etäopastuksia on tilattu myös työpaikkojen virkistyspäiville ja myös muutama eläkeläisryhmä on osallistunut opastukselle. Yksityisryhmät voivat tilata Sarka -museon etäopastuksen Digimuseon kautta, mutta kouluille suunnatut etäopastukset varataan suoraan Sarka -museosta. Koululaisryhmien hinta on 40 € ja aikuisryhmien hinta 55 € opastukselta. Etäopastuksen varanneita kouluja on ollut erityisesti pääkaupunkiseudulta, Itä-Suomesta ja Pohjanmaalta. Markkinointia ei ole vielä kohdennettu Pohjois-Suomeen, koska etäopastuksia voidaan järjestää vain rajattu määrä. Tällä hetkellä museossa pohditaan, keitä he haluaisivat etäopastusten asiakkaisiksi ja miten heidät sitten tavoittaisi. Etäopastuksista on tullut Sarka -museolle pysyvä palvelu. (Soininen 2021.)

Sarka -museon etäopastuksia tekee pääasiassa kolme henkilöä, amanuenssi, museolehtori ja freelancer -opas. Jatkossa heillä voi olla tarve kouluttaa lisää freelancer -oppaita, jotta voidaan vastata kysyntään. Etäopastuksia varten museolle hankittiin äänieristetty työtilakoppi, josta etäopastukset ensisijaisesti pidetään. Työtilakopista tehdyt etäopastukset antavat oppaalle työrauhan ja opastus ei myöskään häiritse silloin museossa muita. Työtilan pieni koko vaikuttaa joihinkin käytännön asioihin opastuksen aikana. Se esimerkiksi estää opasta näyttämästä itse mallia silloin, kun lapsia innostetaan tekemään lypsy -taukojumppaa, jossa aluksi mennään kuvitteellisen, matalan lypsyjakkaran päälle kyykkyy. Koronapandemian aikana oli kokeiltu opastamista myös oppaan kodista käsin, mutta verkkoyhteydet eivät osoittautuneet niin luotettaviksi, että sitä olisi jatkettu. Asiakkaalle on haluttu taata hyvä kokemus ja siksi on ollut turvallisempaa toteuttaa etäopastukset museon tiloista. (mt.)



Kuva 4: Sarka -museon työtilakoppi, josta etäopastukset lähetetään. Kuva: Maileena Vaajoensuu (2021). Suomen maatalousmuseo Sarka.

Etäopastukset ovat tuoneet arvokkaan lisän Sarka -museolle, koska museon sijainti on voinut olla haasteellinen joillekin kauempana asuville. Museolla on kuitenkin paljon tarjottavaa erityisesti isojen kaupunkien koululaisille, joille maatalous ei entuudestaan ole kovin tuttu asia. Opastuksen hoitaa yksi opas, mikäli ryhmä liittyy opastukselle vain yhdeltä laitteelta. Jos osallistujat liittyvät jokainen omalta laitteeltaan, yleensä alussa on paikalla myös teknisenä tukena toimiva henkilö, jolle voi soittaa, jos asiakkailta on ääni- tai yhteysongelmia ja opas voi keskittyä rauhassa opastuksen aloittamiseen. Sarka -museon etäopastukset toteutetaan Webex -alustalla. (mt.)

Etäopastuksen aluksi tervehditään ja käydään läpi käytännön asiat mikrofonien käytöstä ja kysymysten esittämisestä. Jaetun näytön avulla opas jakaa Digimuseon sivuilla olevan Sarka -museon 360° -näyttelyn ja opas jää näkyviin asiakkaille pienenä ruutuna koko etäopastuksen ajaksi. Opas voi osoittaa opastuksen aikana hiiren osoittimella niitä esineitä, mistä on kertomassa. Loppuun on varattu aikaa keskustelulle ja kysymyksille. (mt.)

Sarka -museon aikuisille suunnatut etäopastukset ovat tunnin mittaisia ja koululaisopastukset kestävät 45 minuuttia. Aikuisille suunnatut peruskierrokset sijoittuvat joko Ennen koneita - tai Maatalouden aika -näyttelyihin. Yläkouluille on tarjolla äidinkielen opetukseen painottuva Pasmat sekaisin ja jauhot suussa -kierros ja kotitalouteen painottuva Ruokamatka omavaraisuuden aikaan. Alakouluille on tarjolla Lasten elämää aikaan ennen koneita -kierros. Muita heidän etäopastuksia ovat oppilaiden etukäteiskysymysten pohjalta rakentuva Kysy maatalousmuseolta -opastus ja historian tutkimuspaja Hirvikoski 1600-1700 -luvulla. Sarka -museon uusin etäopastus Suomalainen ruoka nyt ja ennen, tulee saataville lokakuussa 2021.(mt.)

Teknisiä ongelmia esiintyy välillä, mutta ne ovat olleet korjattavissa lähes aina. Teknisistä ongelmista yleisimpiä ovat olleet ääneen liittyvät ongelmat. Joskus Webex -alustan kanssa kestää pari minuuttia, ennen kuin ääni alkaa kuulua läpi. Verkkoyhteyksissä on voinut olla ongelmia ja kuvayhteys on pätkinyt, mutta useimmin kyse on ollut siitä, että jokin asetus on ollut asiakkaan päässä väärin ja se on pienellä kokeilulla saatu toimimaan. Joskus on ollut ongelma, että Digimuseon sivuilla oleva video ei ole lähtenyt pyörimään, mutta asia on selvitetty heidän kanssaan. Vain kerran etäopastuksen yhteys pätki niin paljon, ettei asiakkaan saama palvelu ollut tarpeeksi laadukas eikä opastusta sillä kerralla veloitettu. Yleensä opastuksella on yksi koulu- luokka kerrallaan, mutta tosinaan on ollut saman koulun kolmekin luokkaa yhtä aikaa paikalla. Etäopastukselle osallistuvien ryhmien kokoa ei ole ollut tarvetta rajoittaa. (mt.)

Opastusten runko aikuisten etäopastuksissa on melko samanlainen kuin paikan päällä tehtävissäkin opastuksissa, mutta koululaisopastukset ovat suunniteltu erityisesti verkkoympäristöön sopiviksi. Paikan päällä tehtävät koululaisopastukset ovat sitten omanlaisiaan. Silloin kun aikuiset osallistujat ovat liittyneet omilta laitteiltaan, heitä saattaa ujostuttaa avata mikrofonia ja kysyä oppaalta jotain, jolloin opas kehottaa heitä kommentoimaan chatissä. Koululaisopastuksilla chattiä ei käytetä kuin ongelmatilanteissa tai silloin, kun koululla ei ole ollut käytössä mikrofonia. Vuorovaikutus on koettu muuttuvan sitä haastavammaksi mitä useammalta laitteelta asiakkaat ovat liittyneet, koska silloin voi esiintyä päällekkäistä puhetta ja epäselvyyttä kenen vuoro on puhua. Useilta laitteilta liittyneet asiakkaat aiheuttavat oppaalle myös stressiä, koska hän ei voi tietää osallistujien atk-taitojen tasoa ja kuinka paljon asiakas pystyy itse tekemään ongelmatilanteiden tullessa eteen. Haastavinta etäopastusten tekemisessä ovat olleet ne tilanteet, joissa asiakkaalla on ollut tekninen ongelma ja asiakkaalla on ollut hyvin heikot perustiedot tietotekniikasta. Tällaisessa tilanteessa oppaan voi olla vaikea auttaa häntä ratkaisemaan ongelmaa. (mt.)

Sarka -museon etäopastuksista saama palaute on ollut hyvää tai erittäin hyvää. Ryhmiltä on palautelomakkeella kysytty tekniikkaan liittyviä kysymyksiä, kuten kuinka yhteys toimi ja oliko etäopastukselle osallistuminen helppoa sekä toimintatapaan liittyviä kysymyksiä kuten, oliko tyytyväinen vuorovaikutukseen oppaan kanssa. Sisältöön liittyvistä asioista on kysytty avoimilla kysymyksillä, joista saatavien vastausten avulla museo voi kehittää palveluitaan eteenpäin. Palautteista on muun muassa selvinnyt, että asiakkaat toivovat tarinoita. Ihmiset pitävät tarinoista ja niiden kautta on helpompi päästä sisään historiaan, kun se esitetään jonkun tietyn henkilön tarinan ja kohtalon kautta. Erityisesti on kiiteltä innostavaa ja osallistavaa

opasta, joka on avainasemassa hyvän ja vuorovaikutuksellisen etäopastuskokemuksen muodostumisessa. (mt.)

Tutustuttuani Ateneumin ja Sarka -museon tapaan toteuttaa etäopastuksia, huomasin että sekä aikuisryhmien että koululaisryhmien etäopastuksille on selkeästi kysyntää. Ateneumin etäopastusten suurin käyttäjäryhmä oli aikuisryhmät, kun taas Sarka -museossa se oli koululaisryhmät. Vaikka teknisten ongelmien mahdollisuus on aina olemassa, loppujen lopuksi niitä on harvoin ja usein niistä on kuitenkin selvitty ja asiakkaiden palautteet ovat olleet hyvin positiivisia. Omalla suhtautumisellaan opas voi vaikuttaa yllättävien teknisten ongelmien tuomaan jännitykseen. Ateneumin oppaat kokivat hieman helpommaksi etäopastukset, joihin jokainen osallistuja oli liittynyt omalta laitteeltaan, mutta Sarka -museon oppaita miellytti taas enemmän opastus, johon ryhmä oli liittynyt vain yhdeltä laitteelta.

Digimuseon projektipäällikkö Anne Mäkijärven mukaan monien palvelujen siirryttyä verkkoon myös kuluttajat ovat tottuneet tiettyyn laatutasoon. Mäkijärven mukaan museot eivät nyt siirry verkkoon, vaan laajenevat verkkoon. Digitaalisessa ympäristössä toimimisen hyötyjä on hänen mukaansa se, että saatavan tiedon avulla opitaan tuntemaan asiakas. Digimuseo on valinnut lähtökohdaksi virtuaalikierrosten 360° -mallin sekä 3D -galleriat, jotka ovat kokonaan virtuaalisia tiloja, joista museot voivat muokata omanlaisiaan gallerioita. Museoille on saatavissa tällä hetkellä jo kolme erilaista valmista galleriaa. Digimuseo panostaa siihen, että asiakkaiden kulkeminen palvelussa on sujuvaa ja maksaminen helppoa. Etäopastukselle osallistuvalla ei myöskään tarvitse olla ryhmää, vaan myös yksittäiset henkilöt voivat osallistua niille. Digimuseon käyttöliittymä on tehty suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi ja Digimuseo voisikin kurkotella myös ulkomaille, sillä vastaavaa palvelua ei löydy maailmalta. (Mäkijärvi 2021.)

Digimuseon sivuilla oli syksyllä 2021 jo yhdeksän eri museon ja toimijan tuottamia näyttelyjä, jotka ovat kaikki ilmaiseksi katseltavissa. Digimuseo -sivulla on ollut vuoden 2021 alusta marraskuun loppuun asti 88 833 sivukatselua (Vintturi 2021). Suosituin näistä sivuista on ollut Turku Åbo 1827, jonka alisivulla on ollut 7000 sivukatsomista. Seuraavaksi suosituimpia ovat olleet Presidentinlinnan virtuaalikierron (4500 sivukatselua) ja Forum Marinum – Suomen Joutsen (noin 4000 sivukatselua). (mt.)

6 KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Tämän työn ja siinä tehtyjen kyselyiden, haastattelujen ja havainnointien pohjalta laadin Luomukselle kaksi listaa, toisen toimivan etäopastuksen ja toisen helpokäyttöisen virtuaalikierroksen luomiseksi. Listoissa ovat koottuna asiat, joiden avulla etäopastuksia ja virtuaalikierroksia voidaan parantaa ja varmistaa jatkossakin asiakkaiden hyvät asiakaskokemukset.

6.1 Toimenpiteet etäopastusten kehittämiseksi

1. Toimintatavan ja sisällön tarkka kuvaus asiakkaalle

Etäopastus on monelle asiakkaalle edelleenkin uusi kokemus ja siksi on tärkeää kertoa heille tarpeeksi kattavasti, miten opastus toteutetaan, mitä asioita opastuksella käsitellään ja miten se tehdään. Koska eri museot toteuttavat etäopastukset hieman toisistaan poikkeavalla tavalla, myös tekniset perusasiat tulee avata asiakkaalle ymmärrettävästi.

2. Kohderyhmän raja

Erityisesti opettajille on tärkeää, että sisältö soveltuu juuri tietyille luokka-asteelle ja käytettävät termit ovat ikätason mukaisia. Kohderyhmän raja helpottaa opasta valitsemaan opastukselle sopivan osallistamisen tason ja keinot, mutta oppaalla täytyy aina olla herkkyyttä lukea tilannetta ja ryhmää ja toimia sen mukaisesti.

3. Tilan valinta

Tilan tulee olla rauhallinen, jossa opas voi keskittyä opastukseen ilman häiriötekijöitä. Erityistä huomiota täytyy kiinnittää verkkoyhteyden toimintavarmuuteen. Oppaan takana näkyvä tausta kannattaa suunnitella tarkkaan, sillä ruudun kautta seurattavalla opastuksella osallistujilla on aikaa tarkkailla myös takana näkyviä pieniä yksityiskohtia. Taustan avulla voidaan välittää sekä tunnelmaa että vahvistaa tietoa siitä, missä museossa juuri nyt ollaan.

4. Avustajan käyttö

Tekniset ongelmat esiintyvät yleensä opastuksen alussa. Jos osallistujat liittyvät etäopastukselle usealta laitteelta, alussa kannattaa olla toinen henkilö avustamassa ja neuvomassa yksittäisiä asiakkaita, jotta opas voi keskittyä varsinaiseen tehtäväänsä ja aloittaa opastuksen ajallaan.

5. Vuorovaikutuksen vahvistaminen

Mahdollisimman hyvän vuorovaikutuksen saamiseksi asiakkaiden kanssa, oppaan kannattaa pyytää asiakkaita pitämään kamerat päällä, myös silloin kun ryhmä osallistuu

yhdeltä laitteelta yhtenä ryhmänä. Hyvän vuorovaikutuksen saamiseksi oppaan tulee käyttää monipuolisesti erilaisia osallistamisen keinoja koko opastuksen ajan. Erityisesti lasten kanssa toimiessa täytyy muistaa, ettei kysymysten esittämistä ja keskustelua jätetä vain etäopastuksen loppuun.

6. Museon esittely

Etäopastukselle osallistuvat eivät välttämättä ole koskaan vierailleet kyseisessä museossa ja saattavat myös asua kaukana museosta. Asiakkaalle tulee antaa taustatietoja siitä, missä museo sijaitsee, mitä museossa tehdään ja mitä muuta museossa on nähtävillä. Esittely voidaan toteuttaa esimerkiksi ennen varsinaista opastusta katsottavalla videolla. Esittely voi tapahtua myös opastuksen alussa ja se voidaan toteuttaa tarvittaessa myös kuvien avulla, koska videon jakamisessa saattaa esiintyä nykimistä verkkoyhteyksien vuoksi.

7. Havaintomateriaalin käyttö

Havaintomateriaalin esittely tuo vaihtelua opastuksen kulkuun ja erityisesti kolmiulotteinen materiaali saa osallistujat kiinnostumaan siitä, mitä opas pitelee kädessään. Mitä nuorempia osallistujat ovat, niin sitä tärkeämpää on käyttää konkreettisia esineitä.

8. Opastusten ajankohdat

Kun etäopastuksen kohderyhmä on selkeästi rajattu, on helpompaa määrittellä heille sopivat opastusten ajankohdat. Iltapäiväajat eivät ole alakoululuokille toimivimpia aikoja, kun taas aikuisille voidaan tarjota päiväaikojen lisäksi myös ilta-aikoja.

9. Jälkipalvelu

Asiakaskokemuksen muodostumiseen vaikuttaa myös palvelun jälkeiset tapahtumat. Erityisesti koululaisryhmille kannattaa suunnitella jälkepäin katsottava, videoitu oppaan tervehdys, jonka avulla voi vielä kerrata opastuksella käsitellyjä asioita. Jälkepäin katsottava video vahvistaa etäopastuksesta jäävää muistijälkeä. Palautekysely kannattaa toteuttaa verkkokyselynä ja linkin voi jakaa kaikille osallistujille, eikä pelkästään ryhmän vetäjälle.

10. Viestintä ja markkinointi

Tarjolla olevan etäopastuksen markkinointi tulee suunnitella hyvin. Potentiaaliset tilaajat voivat olla missä päin maailmaa tahansa, koska palveluun pääsemiseksi tarvitaan vain verkkoyhteys. Mistä he saisivat tiedon, että tällaisia on saatavissa? Harva kuitenkaan eksyy museon verkkosivuille, varsinkaan kaukana asuvat henkilöt, jotka käyvät museossa vain satunnaisesti.

11. Asiakkaiden laitteistot

Kouluissa voi olla hyvin eritasoisia laitteita. Mikäli luokka osallistuu etäopastukselle vain yhdeltä koneelta, luokan kanssa keskusteltaessa esiintyy usein haasteita, kun opas ei kuule luokassa esitettyjä kysymyksiä ja vastauksia. Museo voisi etukäteen vinkata koulua hankkimaan käyttöönsä erillisen mikrofonin. Tai koulu voisi jopa hankkia koko koulun yhteisen heiteltävän pehmomikrofonin.

12. Oppaiden tukeminen

Oppaat tarvitsevat henkistä tukea teknisten ongelmien kohtaamiseen, sillä opas voi olla turhan kriittinen itselleen, vaikka ongelmat syntyvät hänestä riippumattomista syistä. Opettaja on tottunut työssään pysäyttämään tilanteen, kun jotain yllättävää tapahtuu. Ja samanlaista toimintatapaa pitää museossakin tukea. Elämä jatkuu, vaikka välillä tapahtuu yllättäviäkin asioita.

13. Käytettävän alustan valinta

Etäopastuksia on toteutettu museoissa eri alustoilla ja kaikkien asiakkaat ovat olleet tyytyväisiä. Alustan valinnalla ei ole suurta vaikutusta asiakkaiden tyytyväisyyteen eli etäopastukseen voi valita Zoomin, Teamsin, Webexin tai jonkin muun alustan.

6.2 Toimenpiteet virtuaalikerrosten kehittämiseksi

1. Virtuaalikerroksen pituuden ilmoittaminen

Ensimmäistä kertaa virtuaalikerrokselle osallistuva ei osaa arvioida kuinka laajasta kokonaisuudesta on kyse ja paljonko kierroksella käymiseen kannattaisi varata aikaa. Kierroksesta kannattaa mainita suositeltu vähimmäisaika, joka menee kaikissa virtuaalikerroksen tiloissa käymiseen ja kertojan yleisesittelyjen kuuntelemiseen, vaikka kaikkiin yksityiskohtiin perehtyvillä kuluukin kierrokseen helposti enemmän aikaa.

2. Virtuaalikerroksen kuvailu

Virtuaalikerroksen sisältö tulee pitää rajattuna, eikä sisällyttää siihen liian paljon asioita. Selkeys ja tietynlainen keveys tekevät kierroksesta osallistujalle miellyttävämmän ja houkuttelevamman. Asiakkaille täytyy kertoa myös sisällön laajuus. Kyseessä ei ole koko näyttelyn toisinto, vaan verkkoon soveltuva versio näyttelystä.

3. Kartta ja navigointi

Virtuaalikerroksella eteenpäin liikkuminen on koko kierroksen tärkein toiminto. Kulkuun tulee olla selkeästi merkitty numeroilla tai nuolilla. Kierroksen alkuun kan-

nattaa lisätä kartta, jolloin kävijä osaa hahmottaa kokonaisuuden. Aivan kuten fyysisessäkin museossa vieraillessa, kartan avulla hahmotetaan museon tiloja, kokoa ja kerrosten lukumäärää. Ilman karttaa vierailukokemuksesta tulee labyrintissä seikkailemista. Esiin saatava sisällysluettelo auttaa myös hahmottamaan missä järjestyksessä eri tilat seuraavat toisiaan.

4. Ohjekuvakkeiden korostaminen

Zoomaaminen kierroksen yksityiskohtiin on kierroksen toinen tärkeä toiminallisuus. Vaikka toiminto voi olla monelle itsestäänselvyys, niin ensikertalaiselta tai vähemmän tietokonetta käyttävältä asia saattaa jäädä huomaamatta. Korostamalla kierroksen alussa ohjekuvaketta, jossa zoomaaminen eri laitteilla on selitetty, parantaa käyttäjän kokemusta kierroksesta.

5. Aktivointi kierroksen aikana

Kuinka kauan vierailija jaksaa seurata kierrosta, jos se pysyy koko ajan samanlaisena? Kierroksen varrelle kannattaa lisätä muutamia erilaisia aktivoivia tehtäviä. Jokainen kävijä voi sitten itse päättää haluaako tehdä niitä.

6. Virtuaalikierroksen lopetus

Kävijä saattaa olla epätietoinen siitä, tuliko hän käyneeksi kierroksen kaikissa tiloissa ja jatkuuko kierros vielä. Jos kierrokselle on suunniteltu suositeltava kulkusuunta ja reitti, viimeiseen tilaan tulee lisätä tieto, että tämä kierros loppuu tähän.

7. 3D -katseluominaisuus

Virtuaalikierrokseen on lisättävissä 3D -katseluominaisuus, mikäli sellainen siihen halutaan. Virtuaalikierrosten lisääntyessä ja virtuaalilasien yleistyessä ominaisuus voi olla tulevaisuudessa asiakkaiden toivoma.

8. Markkinointi

Uusien palveluiden markkinointi on aina haastavaa, mutta siihen kannattaa panostaa. Jo etukäteen on hyvä suunnitella, miten virtuaalikierros tavoittaa yleisönsä. Markkinointia kannattaa aika ajoin jatkaa virtuaalikierroksen julkaisun jälkeenkin.

Nämä ohjeet ovat laadittu Luomuksen uusien digitaalisten yleisöpalveluiden kehittämiseksi, mutta ne ovat sovellettavissa myös muiden museoiden ja toimijoiden kehitystyössä. Tässä työssä tehdyt ehdotukset auttavat Luomusta kehittämään sekä etäopastuksia että virtuaalikierroksia, jotta käyttäjien asiakaskokemus olisi jatkossa entistä parempi. Tämän työn tuloksia tul-

laan käsittelemään Luomuksen yleisöpalvelutiimin sisäisissä kehittämistyöpajoissa, ja työ saatetaan koko Luomuksen henkilökunnan luettavaksi julkaisemalla opinnäytetyöstä uutinen Luomuksen intranetissä, jossa on linkki itse työhön.

Tiede ja oppiminen kuuluvat kaikille on Luomuksen yksi neljästä strategisesta painopiste-alueesta. Jotta Luomus voisi toteuttaa omaa strategiaansa, on tärkeää kehittää tässä työssä tutkittuja yleisöpalveluja, jotta ne parhaalla mahdollisella tavalla tarjoavat oppimisen iloa kaikenikäisille. Koska Luomus on myös määritellyt yhdeksi kehityskohteekseen olla merkittävä tiedekasvattaja ja -viestijä, tulee Luomuksen digitaalisten yleisöpalvelujen olla laadukkaita ja kaikille helposti saavutettavia.

Työn tuloksia tullaan esittelemään myös Museopedagogisen yhdistyksen Pedaali ry:n kautta, jolloin se tavoittaa laajasti eri museoissa ympäri Suomea työskentelevät museopedagogit ja aiheesta kiinnostuneet. Vuonna 2021 yhdistyksessä oli jäseniä noin 320 (Pedaali 2021). Lähes jokaisessa museossa on jouduttu miettimään kuinka digitaalista yleisötyötä kannattaisi toteuttaa omassa museossa ja kuinka kiinnostuneita asiakkaat ovat jatkossa digitaalisista yleisöpalveluista, kun pandemiasta ja rajoituksista päästään eroon. Kun jokin uusi toimintamuoto, kuten digitaalinen yleisötyö, otetaan käyttöön, kestää aikansa ennen kuin se vakiinnuttaa paikkansa aikaisempien käytäntöjen rinnalla. Tällaisessa murroskohdassa on tärkeää tutkia palveluiden toimivuutta ja kerätä niistä asiakkaiden kokemuksia. Tämän työn havainnot auttavat jatkamaan museoalan työntekijöiden keskustelua digitaalisesta yleisötyöstä ja sen merkityksestä asiakkaille tulevaisuudessa.

Kulttuuri- ja museoalan lisäksi tämän työn tuloksista kerrotaan luonto- ja ympäristöalan toimijoille valtakunnallisen LYKE-verkoston kautta. Luomus itse kuuluu LYKE -verkostoon, joka koostuu luonto- ja ympäristökoulutoimintaa tarjoavista toimijoista. Verkostoon kuuluu 50 sertifioitua toimipistettä, joissa vieraillee vuosittain noin 10 000 ryhmää ja sen toimintaan osallistuu 200 000 lasta ja nuorta (Suomen luonto- ja ympäristökoulujen liitto ry, 2021). Luontokoulujen toiminta painottuu ulkona oppimiseen ja oppimisympäristönä toimii luonto tai muu toiminnallisen oppimisen mahdollistava paikka kuten museo tai luontokeskus (mt.). Luonto- ja ympäristötoimijat ovat tuottaneet verkkoon jo paljon kaikille avoimia tehtävämateriaaleja, mutta virtuaalisia palveluja ei vielä ole paljon käytössä. Tämä työ avaa mahdollisuuden tarkastella ympäristökasvatustyötä uudesta näkökulmasta.

Keväällä 2022 tämän työn taustoista ja tuloksista tuotetaan noin 30 minuutin videopuheenvuoro jota käytetään virtuaalitapahtumatuotannon täydennyskoulutusmateriaalina Vevent -hankkeessa seuraavan parin vuoden ajan. Hanke on neljän ammattikorkeakoulun yhteishanke, jossa luodaan osaamista, tietoa ja verkostoja kulttuurialalle virtuaalitapahtumatuotannon saamiseksi realistiseksi vaihtoehdoksi tulevaisuudessa.

7 POHDINTA

Tämän työn tarkoitus oli tuottaa Luomukselle ehdotuksia etäopastusten ja virtuaalikierrosten kehittämiseen ja siksi tässä työssä haluttiin selvittää, millaisia Luomuksen uusien digitaalisten yleisöpalveluiden asiakaskokemukset ovat. Tutkimuksen perusteella ilmeni, että lähes kaikkien asiakaskokemukset olivat hyvin positiivisia ja osa käyttäjistä oli jopa yllätynyt digitaalisten yleisöpalveluiden toimivuudesta. Haastatteluiden perusteella ilmeni, että asiakkailta on halukkuutta käyttää virtuaalisia museopalveluita jatkossakin, mutta haasteeksi koettiin digitaalisten yleisöpalveluiden löytäminen.

Työssäni pyrin myös kartoittamaan, kuinka etäopastukset olivat toteutettu muissa museoissa, jotta ymmärrettäisiin, millaisia haasteita he ovat kokeneet ja millaisiin ratkaisuihin muut museot ovat lopulta päätyneet. Kaikkien palveluiden tarjoajien tarkoituksena on kuitenkin saada asiakkaille toimivat etäpalvelut, joten tavoite on kaikille museoille yhteinen. Haastatteluista selvisi, että kysyntää etäopastuksille on jatkossakin ja niistä on tullut pysyvä palvelumuoto monelle museolle. Virtuaalikierrostenkin tulevaisuus näyttää hyvältä, sillä niiden asiakaskokemukset olivat kyselytutkimuksen mukaan hyvin positiivisia. Myös Digimuseoon on liittymässä uusia museoita, joten yleisön löytäminen palvelujen pariin voi olla jatkossa entistä helpompaa.

Tässä tutkimuksessa haastateltavien ennakkokäsitykset ja mielikuvat Luonnontieteellisestä museosta ennen palvelun käyttämistä olivat jo valmiiksi kaikki positiivisia ja se omalta osaltaan vahvisti hyvän asiakaskokemuksen saamista. Tässä työssä testattiin samalla NPS-mittarin toimivuutta asiakaskokemuksen mittaamiseen museotoiminnassa. Tutkimuksen pienestä otannasta johtuen tulos ei ole kovin luotettava, koska satunnaisella, yksittäisellä vastauksella on niin suuri painoarvo, vaikka se toki kertoo, onko tyytyväisiä vai tyytymättömiä enemmän. Hyötymittauksesta saadaan vasta, jos kysely toistetaan, jolloin oma kehitys huonompaan tai parempaan suuntaan olisi todennettavissa. Moni toimija pitää NPS-mittaria toimivana, kunhan vastausmäärät ovat suuria. Mittaria olisikin kannattanut testata virtuaalikierroksen kyselyssä, johon vastasi yli 200 henkilöä.

Etäopastusten haastatteluihin osallistuneiden opettajien ikäjakauma ei ollut kovin laaja, ja sen vuoksi haastattelut eivät antaneet mahdollisuutta verrata sitä, olisivatko nuorempien opettajien odotukset palvelulle olleet toisenlaisia. On myös huomattava, että tässä työssä etäopastusten asiakaskokemukset kerättiin vain opettajilta, mutta jatkossa kannattaisi palautetta pyytää myös

suoraan oppilailta. Vaikka opettaja osaakin tulkita hyvin oppilaidensa tunteja, usein lapset kiinnostävät huomiota aivan eri asioihin kuin aikuiset. Virtuaalikerroksen vastauksissa sen sijaan koululaisten ääni pääsi hyvin kuuluviin. Opettajat olivat löytäneet virtuaalikerroksen ja kokonaiset luokat olivat selvästi vierailleet siellä, sillä palautteen antajien tiedoista näkyi, että vastauksissa oli peräkkäin paljon saman ikäisiä vastaajia samalta paikkakunnalta.

Virtuaalikerroksen kaikki kolme testaajaa vierailivat virtuaalikerroksella ensimmäistä kertaa ja havainnoinnissa tuli esiin, että verkon erilaiset käyttötavat ja rohkeus kokeilla uusia asioita vaikuttivat selvästi siihen tapaan, kuinka he sitä käyttävät. Vaikka tietokoneet ja kännykät ovat yleistyneet ja arkipäiväistyneet 2000-luvun alkupuolelta lähtien, niin Fileniuksen (2015, 25) mukaan usein kuitenkin yliarvioidaan käyttäjien osaaminen ja tekniset taidot. Siksi digitaalisten yleisöpalvelujen helppokäyttöisyyteen tulisi panostaa, jotta palvelut olisivat kaikkien käytettävissä.

Etäopastuksen toteutustapa ei vaikuttanut tässä tutkimuksessa asiakaskokemuksen onnistumiseen. Alakoulun opettajat kokivat positiivisena, että opas näkyi kuvassa paljon ja konkreettisten esineiden käyttäminen ryhmitti opastusta hyvin. Virtuaalikerroksen käyttäminen etäopastuksen pohjana puolestaan toimi erittäin hyvin vanhemmille oppilaille ja aikuisille.

Tämän työn kannalta olisi ollut mielenkiintoista tehdä myös kansainvälistä vertailua, koska digitaalisten yleisöpalveluiden kasvu museoalalla on pandemiasta johtuen ollut laajasti samanlainen ja tapahtunut samaan aikaan kaikkialla maailmassa.

Pyrittäessä hyvän asiakaskokemuksen luomiseen, tulee Löytänän ja Kortesuon (2011, 43–49) mukaan huomioida asiakkaan minäkuvan tukeminen, elämysten luominen, jäädä asiakkaan mieleen ja saada hänet haluamaan lisää. Kaikki nämä asiat tulivat vahvasti esille etäopastusten haastatteluissa ja suurelta osin myös virtuaalikerroksen kohdalla.

LÄHTEET

- Amos Rex 2021. Amoskonst, Instagram IGTV. Viitattu 14.9.2021. <https://www.instagram.com/amoskonst/channel/?hl=fi>
- Chiara Ciaccheri, Maria 2020. Do virtual tours in museums meet the real needs of the public? Observations and tips from a visitor studies perspective. Viitattu 21.9.2021. <https://medium.com/@mchiara.ciaccheri/do-virtual-tours-in-museums-meet-the-real-needs-of-the-public-127325d652e0>
- Digimuseo 2021. Mikä digimuseo. Viitattu 22.5.2021. <https://digimuseo.fi/mika-digimuseo/>
- Filenius, Marko 2015. Digitaalinen asiakaskokemus: Menesty monikanavaisessa liiketoiminnassa. Jyväskylä: Docendo.
- Finna.fi 2021. Finnan uudet käyttäjätutkimukset kertovat kasvusta ja monipuolisesta käytöstä. Viitattu 26.9.2021. <https://www.kiwi.fi/download/attachments/51841503/Finnan%20ka%CC%88ytta%CC%88ja%CC%88kysely%202021%20kvantitatiiviset%20vastaukset.pdf?version=2&modificationDate=1631861503856&api=v2>
- Fredericks, Laura 2021. The Complete Guide to Virtual Tourism in 2021. Blogikirjoitus 16.2.2021. Viitattu 14.10.2021. <https://www.cvent.com/en/blog/hospitality/virtual-tourism>
- Gerdt, Belinda & Eskelinen, Anna 2018. Digiajan asiakaskokemus: Oppia kansainvälisiltä huipuilta. (E-kirja.) Alma talent: Helsinki
- Google Analytics 2021. Luomuksen Muutosta ilmassa 360 -sivujen kävijätiedot. Haettu 27.10.2021. Ei julkaistu.
- Harju, Emma & Sainio, Tapani, 2018. Kulttuurilaitosten digitaalinen yleisötyö – Kooste verkkokokemusten vastauksista. Opetus- ja kulttuuriministeriö. Viitattu 6.9.2020. https://minedu.fi/documents/1410845/3547377/Kulttuurilaitosten_digitaalinen_yleis%3%B6ty%3%B6.pdf/0dbeee76-cf88-424f-aec6-25af5ac958b9/Kulttuurilaitosten_digitaalinen_yleis%3%B6ty%3%B6.pdf.pdf
- Heikkinen, Vesa 2020. Tekstianalyysi: miksi kielellisillä valinnoilla on merkitystä? Helsinki: Gaudeamus
- Holopainen, Martti & Pulkkinen, Pekka 2013. Tilastolliset menetelmät. Helsinki: Sanoma Pro
- Huotari, Essi (toim.) 2021. Luomuksen vuosikertomus 2019–2020. Luonnontieteellinen keskusmuseo. (Verkkajulkaisu.) Viitattu 3.9.2021. <https://vuosikertomus-2019-2020.luomus.fi>
- ICOM 2021a. Museums, museum professionals and COVID-19. Viitattu 2.9.2021. <https://icom.museum/wp-content/uploads/2020/05/Report-Museums-and-COVID-19.pdf>
- ICOM 2021b. Museums, museum professionals and COVID-19: follow-up survey. Viitattu 15.9.2021. <https://icom.museum/en/covid-19/surveys-and-data/follow-up-survey-the-impact-of-covid-19-on-the-museum-sector/>
- Jain, Rajnish & Aagja, Jayesh & Bagdare, Shilpa 2017. Customer experience – a review and research agenda. Journal of Service Theory and Practice, Vol. 27 No. 3, 642-662. Viitattu 3.9.2021. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JSTP-03-2015-0064/full/html>

- Kansallismuseo 2018. Twitter-viesti @NatMuseum_FI 23.4.2018 3:31
- Kansallismuseo 2021. Etäopastukset. Viitattu 6.9.2021. <https://www.kansallismuseo.fi/fi/kansallismuseo/opastukset/etaopastus>
- Karttunen Marianna 2021. Tekniikan museon FB-livestriimit. Opi ja innostu digipedagogiikasta! Pedaali ry ja Trafiikki-museoiden virtuaalikoulutus Zoomissa 12.4.2021. Ei julkaistu.
- Kasviatlas.fi 2021. Tietoja kasviatlaksesta. Viitattu 5.9.2021. <http://kasviatlas.fi/tietoja/>
- Kataja, Timo 2019. NPS ei ole asiakaskokemuksen mittari. Blogikirjoitus 23.10.2019. Viitattu 11.10.2021. <https://timokataja.fi/nps-ei-ole-asiakaskokemuksen-mittari/>
- Korkiakoski, Kari 2019. Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus: Uusi aika, uudenlainen johtaminen. (E-kirja.) Helsinki: Alma Talent.
- iNaturalist Suomi 2021. Osallistu luonnon monimuotoisuuden tutkimiseen. Viitattu 5.9.2021. <https://inaturalist.laji.fi/>
- Laine, Markus & Bamberg, Jarkko & Jokinen, Pekka 2007. Tapaustutkimuksen taito. (E-kirja.) Helsinki: Gaudeamus
- Luomus 2020. Toimeenpanosuunnitelma vuosille 2021-2024. Ei julkaistu.
- Löytänä, Janne & Korteso, Katleena 2011. Asiakaskokemus: Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum
- Museolaki 314/2019, 7 §). Finlex 2021. Viitattu 11.9.2021. <https://finlex.fi/fi/laki/alkup/2019/20190314>
- Museovirasto 2011. Museotilasto 2010. Viitattu 5.9.2020. <https://www.museotilasto.fi/tiedostot/museovirasto/files/Museotilasto2010.pdf>
- Museovirasto 2020. Museokäynnit vuonna 2019. Tilastokortti 2. Viitattu 5.9.2020 https://www.museotilasto.fi/tiedostot/museovirasto/files/Tilastokortti2_2019.pdf
- Mäkijärvi, Anne 2021. Digimuseon etäaamukahvit teemalla museoiden virtuaalipalvelut, 30.9.2021. Zoom -alusta.
- NEMO 2020. Survey on the impact of the COVID-19 situation on museums in Europe. Viitattu 15.9.2021. https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_Report_12.05.2020.pdf
- NEMO 2021. Follow-up survey on the impact of the COVID-19 pandemic on museums in Europe. Viitattu 15.9.2021. https://www.ne-mo.org/fileadmin/Dateien/public/NEMO_documents/NEMO_COVID19_FollowUpReport_11.1.2021.pdf
- NICE Satmetrix 2018. Net promoter benchmarks. Viitattu 21.9.2021. <https://info.nice.com/rs/338-EJP-431/images/NICE-Satmetrix-infographic-2018-b2c-nps-benchmarks-050418.pdf>
- Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2015. Kehittämistyön menetelmät – Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. (E-kirja.) Helsinki: Sanoma Pro Oy

- Opetushallitus 2021. Opettajat ja rehtorit Suomessa 2016. Opetushallituksen esite. Viitattu 22.5.2021. <https://www.oph.fi/sites/default/files/documents/opettajat-ja-rehtorit-suomessa-esite.pdf>
- Orenius, Melanie 2021. Amos Rexin Egyptin loisto -etäopastus ja keskustelu. Pedaali ry:n jäsenilta Zoomissa 18.2.2021. Ei julkaistu.
- Partanen, Anu 2018. Kuka digitoisi luonnon – 13 miljoonaa näytettä odottaa kuvaajaa. Uutinen 21.11.2018. Viitattu 16.10.2021. <https://www.luomus.fi/fi/uutinen/kuka-digitoisi-luonnon-13-miljoonaa-naytetta-odottaa-kuvaajaa>
- Pedaali 2021. Etusivu. Viitattu 28.11.2021. <https://pedaali.fi/>
- Pitkänen-Huhta, Anne 2011. Kielen tutkimusta etnografisella otteella. Teoksessa Paula Kalaja & Riikka Alanen & Hannele Dufva (toim.) Kieltä tutkimassa : tutkielman laatijan opas. Finn Lectura, 98.
- Sainio, Tapani & Ängeslevä, Viivi & Harju, Emma 2019. Kulttuurilaitosten digitaalinen yleisösuhte. Kooste selvityshankkeen tuloksista. Viitattu 13.9.2021. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-263-651-5>
- Smolander, Mia 2020. Porvoon museon videosarjan toinen tuotantokausi alkaa – Kaksi osaa ruotsiksi. Itäväylä 13.5.2020. Viitattu 14.9.2021. <https://www.itavayla.fi/teksti/porvoon-museon-videosarjan-toinen-tuotantokausi-alkaa--kaksi-osaa-ruotsiksi-6.2.48108.2efb42992c>
- SPICE 2021. Citizen curation of cultural heritage. Viitattu 13.9.2021. <https://spice-h2020.eu/>
- Suomen luonto- ja ympäristökoulujen liitto ry, 2021. Mitä on luonto- ja ympäristökoulutoiminta. Viitattu 21.11.2021. <https://www.luontokoulut.fi/luonto-ja-ymparistokoulutoimintaa/>
- Suomen maatalousmuseo Sarka 2021. Kohti parempia digisisältöjä -hankekuvaus. Viitattu 28.10.2021. Ei julkaistu.
- Suomen museoliitto 2021. Virtuaalimuseot -ja opastukset. Viitattu 13.9.2021. <https://opimuseossa.fi/opimuseossa/index.php?k=12378>
- Trustmary 2021a. Mikä on NPS ja miten sitä mitataan. (Blogi.) Viitattu 11.9.2021. <https://www.trustmary.com/fi/blogi/asiakaskokemus/mika-on-nps-ja-miten-sita-mitataan/>
- Trustmary 2021b. Mittari asiakastytyväisyyden mittaamiseen. (Blogi.) Viitattu 12.9.2021. <https://www.trustmary.com/fi/blogi/asiakaskokemus/csat-mittari-asiakastytyvaisyyden-selvittamisen/>
- Tutkimusbloggaajat 2017. Tekstianalyysi. Blogikirjoitus 2.2.2017. Viitattu 24.10.2021. <http://tutkimusbloggaajat.blogspot.com/2017/02/tekstianalyysi.html>
- Tuulaniemi, Juha 2011. Palvelumuotoilu. (E-kirja.) Helsinki: Talentum Media
- Valli, Raine 2018. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Aineiston keruu kyselylomakkeella. (E-kirja.) Jyväskylä: PS-kustannus.

- Valtioneuvosto 2021. Koronapandemian vaikutuksia kulttuurialalla 2020–2021: Raportti kyselyn vastauksista. Valtioneuvoston julkaisuja 2021:26. Viitattu 18.5.2021. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-383-654-9>
- Vehkalahti, Kimmo 2019. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. (Sähköinen pdf.) Helsingin yliopisto. Viitattu 23.10.2021. <http://hdl.handle.net/10138/305021>
- Vilka, Hanna 2006. Tutki ja havainnoi. Helsinki: Tammi
- Vintturi, Jaakko 2021. VS: Digimuseon kävijämääriä. Email jaakko.vintturi@digimuseo.fi 3.11.2021
- Virolainen, Antti 2021. Luonnontieteellisen museon miljoonaluokan kokoelmien eksoottinen helmi löytyy kulissien takaa – tutustu näyttelyihin videokierroksella. Iltasanomat 27.1.2021. Viitattu 14.9.2021. <https://www.is.fi/kotimaa/art-2000007765256.html>
- Vishwanath, Gautam 2021. Gamification in emerging realities. Museot laajenevat verkkoon – digitalisaation mahdollisuudet -webinaari 27.4.2021. Suomen museoliitto. Ei julkaistu.

HAASTATTELUT

- Olavin, Anja 2021. Erikoistutkija. Zoom -haastattelu, 29.9.2021. Haastattelija: Markku Liinamaa.
- Soininen, Riikka 2021. Amanuenssi. Zoom -haastattelu, 23.9.2021. Haastattelija: Markku Liinamaa.

LIITTEET

Liite 1

Palautekysely etäopastuksen tilanneille (e-lomake)

Palaute

Vastaus vaihtoehdot: **kyllä/osittain/ei**

Vastasiko etäopastuksen sisältö odotuksianne?

Oliko sisältö mielekästä ja mielenkiintoista?

Oliko sisältöä liikaa tai liian vähän?

Oliko käytetty rekvisiitta ja kuvamateriaali havainnollistavaa?

Toimiko vuorovaikutus oppaan ja osallistujien välillä?

Oliko keskusteluille riittävästi aikaa?

Toimiko opastuksen keskustelukäytäntö?

Sanallinen palaute opastuksesta ja sen sisällöstä

Toimiko Zoom -ohjelma hyvin?

Oliko ohjelman toiminnan kanssa epäselvyyksiä ennen opastusta tai opastuksen aikana?

Oliko kuva terävä?

Oliko ääni selkeä?

Oliko äänen ja kuvan kanssa viivettä?

Sanallinen palaute opastuksen teknisestä toteutuksesta

Muita kommentteja, ehdotuksia tai toiveita?

Liite 2

Luomuksen virtuaalikierroksen palautelomake (e-lomake)

Palautetta virtuaalikierroksesta

vapaa kenttä

Oletko käynyt Luonnontieteellisessä museossa Helsingissä?

kyllä

en

en muista

Kuinka todennäköisesti vieraillet tulevaisuudessa Luonnontieteellisessä museossa Helsingissä?

erittäin todennäköisesti

todennäköisesti

melko todennäköisesti

en kovin todennäköisesti

en lainkaan todennäköisesti

Vaikuttiko virtuaalikierrros halukkuutesi vieraila Luonnontieteellisessä museossa Helsingissä paikan päällä?

paljon

jonkin verran

vähän

ei yhtään

en osaa sanoa

ikä

vapaa kenttä

sukupuoli

mies

nainen

muu

en halua kertoa

asuinkunta

maa

Liite 3

Haastattelukysymykset etäopastuksen tilanneille opettajille

Taustatietokysymykset

Vastaajan ikä:

Vastaajan sukupuoli:

Lähtötilanne -kysymykset sähköpostilla

- a. Oliko Luonnontieteellinen museo sinulle tuttu, ennen kuin päätit varata etäopastuksen luokallesi?
 - b. Millainen mielikuva sinulla oli Luonnontieteellisestä museosta ennen etäopastusta?
 - c. Oliko kukaan tuttavasi käyttänyt Luonnontieteellisen museon palveluita? Olitko saanut suosituksia Luonnontieteellisen museon palveluista?
1. Mitkä asiat vaikuttivat siihen, että päätit varata etäopastuksen luokallesi?
 2. Millaisia odotuksia sinulla oli etäopastukselle?
 3. Mistä sait tiedon tästä etäopastuksesta?
 4. Kuinka etäopastuksen varaaminen sujui?
 5. Miksi mielestäsi kannatti varata etäopastus? Mitä te siitä saitte?
Onko vielä jotain muuta?
 6. Miten oppilaat kokivat etäopastuksen?
 7. Miten koit vuorovaikutuksen oppaan ja luokan välillä etäopastuksen aikana?
 8. Vastasiko etäopastus odotuksianne?
 9. Jos mietit etäopastusta kokonaisuutena, niin jäikö siitä jotain puuttumaan?
 10. Mitä mieltä olit etäopastuksen rakenteesta, jossa välillä näkyi opas ja hänen esittelemät eläimet ja välillä näytettiin kuvia näyttelystä?
 11. Kuinka todennäköisesti suosittelisit etäopastusta kollegallesi asteikolla 0-10.
(1= erittäin todennäköisesti en suosittelisi, 10= erittäin todennäköisesti suosittelisin)
Mikä vaikutti siihen, että valitsit juuri tämän numeron?
 12. Museot kehittävät nyt uusia digitaalisia palveluita. Näetkö digitaalistumisessa mitään haittoja tai uhkia?
 13. Millainen merkitys museoiden etäopastuksilla ja virtuaalikerroksilla on mielestäsi kouluille?
 14. Oliko vielä jotain, mitä haluaisit sanoa?

Liite 4

Haastattelukysymykset virtuaalikerrosta testaaville

Taustatiedot

Ikä

Sukupuoli

Ammattiala

- a. Onko Luonnontieteellinen museo sinulle entuudestaan tuttu? Oletko käynyt siellä? Jos olet, oletko nähnyt siellä olevan Muutossa ilmassa -näyttelyn?
- b. Millainen mielikuva sinulla on Luonnontieteellisestä museosta?
- c. Onko kukaan ystäväsi käyttänyt Luonnontieteellisen museon palveluita? Oletko saanut suosituksia Luonnontieteellisen museon palveluista?
- d. Oletko vierailut jonkun muun museon tai toimijan virtuaalikerroksilla aikaisemmin?

1. Millainen kokemus tämä oli?
2. Mikä tässä virtuaalikerroksessa oli parasta?
3. Oliko jotain mistä et pitänyt?
4. Miten sitä voisi parantaa?

4. Virtuaalikerrosta oli helppo käyttää (1-5)

Täysin eri mieltä (1)

Jokseenkin eri mieltä (2)

Ei samaa eikä eri mieltä (3)

Jokseenkin samaa mieltä (4)

Täysin samaa mieltä (5)

5. Vaikuttiko tämä virtuaalikerros halukkuuteesi vieraila paikan päällä museossa?

paljon (1)

jonkin verran (2)

vain vähän (3)

ei yhtään (4)

en osaa sanoa (5)

6. Kuinka todennäköisesti suosittelisit virtuaalikerrosta ystävällesi asteikolla 0–10.

(0= erittäin todennäköisesti en suosittelisi, 10= erittäin todennäköisesti suosittelisin)

Mikä vaikutti siihen, että valitsit juuri tämän numeron?

7. Jos tällaisia virtuaalikerroksia olisi enemmän saatavissa, niin kuinka todennäköisesti katsoisit niitä?

erittäin todennäköisesti (1)

todennäköisesti (2)

melko todennäköisesti (3)

en kovin todennäköisesti (4)

en lainkaan todennäköisesti (5)

Liite 5

Kysymykset etäopastusta koskeviin asiantuntijahaastatteluihin.

1. Millaiset ryhmät tilaavat teidän etäopastuksianne?
2. Kuinka monta etäopastusta olette järjestäneet vuonna 2021 (tai keväällä)?
3. Millainen suhde kouluryhmien ja muiden ryhmien määrissä on?
4. Kuinka monta opasta teillä tekee etäopastuksia?
5. Montako henkilöä yhtä etäopastusta on kerralla tekemässä (onko oppaan lisäksi mukana esim. teknistä henkilökuntaa)?
6. Millainen etäopastuksenne rakenne on? Näkyykö opas koko ajan katsojille?
7. Mitkä asiat vaikuttivat siihen, että päädyitte toteuttamaan etäopastukset juuri Teams -sovelluksella? (Kysymys vain Ateneumille)
8. Mistä fyysisestä tilasta etäopastukset toteutetaan? (Kysymys vain Ateneumille)
9. Onko etäopastuksilla ollut teknisiä ongelmia? Jos on ollut, niin millaisia?
10. Onko sisältö suunniteltu juuri etäopastusta varten?
11. Miten vuorovaikutus on toiminut etäopastuksella? Onko chat-käytössä etäopastuksen aikana?
12. Onko etäopastuksella käytössä jotain osallistavia menetelmiä?
13. Kuinka oppaat ovat kokeneet sen, että ovatko osallistujat mukana yhtenä ryhmänä vai omilla päätelaitteillaan?
14. Millaista palautetta olette etäopastuksista saaneet?
15. Mikä on ollut haastavinta etäopastusten tekemisessä?
16. Onko etäopastuksista tullut teille pysyvä palvelu?

Liite 6

Virtuaalikierrroksesta tehdyssä kyselyssä avovastausten teksteistä poimitut adjektiivit niiden yleisyyden mukaan.

Mielenkiintoinen	25
Hyvin toteutettu/tehty/suunniteltu/organisoitu	19
Kiva	15
Hyvä	14
Hieno	9
Hienosti tehty/toteutettu	5
Sopivan pituinen	5
Ihan hyvä	4
Aivan mahtava	3
Helppokäyttöinen	3
Ihan kiva	3
Ihan ok	3
Kiinnostava	3
Selkeä	3
Todella mielenkiintoinen	3
Ajatuksia herättävä	2
Erittäin hieno	2
Erittäin mielenkiintoinen	2
Mahtava	2
Mielenkiintoisesti tehty/toteutettu	2
Mukava	2
Opettavainen	2
Tosi mukava	2
Tärkeä	2
Vaikuttava	2
Aika hauska	1
Erilainen	1
Erittäin kiinnostava	1
Hauska	1
Helposti ymmärrettävä	1
Huippuhauska	1
Hyvin informatiivinen	1
Hyvin tärkeä	1
Ihan hauska	1
Ihan jännä	1
Ihana	1
Kattava	1
Kompakti	1
Laadukas	1
Mieleinen	1

Monipuolinen	1
Mukaansa tempaava	1
Näyttävä	1
Ok	1
Tiivis	1
Tosi hyvä	1
Visuaalisesti erittäin toimiva	1