

**TDC Finland Oy:n Laskutus-tiimin asiakastyytyväisyyskysely  
sisäisille asiakkaille**

Susanna Hiltunen

<p><b>Tekijä tai tekijät</b> Susanna Hiltunen</p>	<p><b>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi</b> 2007</p>
<p><b>Raportin nimi</b> TDC Finland Oy:n Laskutus-tiimin asiakastyytyväisyyskysely sisäisille asiakkaille</p>	<p><b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 36 + 7</p>
<p><b>Opettajat tai ohjaajat</b> Mia Snellman</p>	
<p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli toteuttaa asiakastyytyväisyyskysely TDC Oy Finlandin Laskutus-tiimin sisäisille asiakkaille. Tavoitteena oli kehittää tiimin toimintaa, jotta se voi paremmin palvella niin sisäisiä kuin ulkoisiakin asiakkaita. Tarkoituksena oli lisäksi kerätä ideoita laskulomakkeen ulkoasun ja sisällön kehittämiseksi.</p> <p>Tietoperustassa kuvataan sisäistä asiakkuutta ja asiakastyytyväisyyttä sekä niiden merkitystä ulkoisen asiakkaan kokemaan palvelulaatuun. Lisäksi perehdytään laskun ulkonäköön ja sisältöön liittyviin asioihin.</p> <p>TDC:n Laskutus-tiimi palvelee ulkoisten asiakkaiden lisäksi sisäisiä asiakkaita myyntilaskutukseen liittyvissä asioissa. Laskutuksen toimintaan kuuluu muun muassa myyntilaskujen tekeminen ja lähetys ulkoisille asiakkaille, erilaisten laskutusraporttien laatiminen, laskutusmuutosten- ja korjausten ylläpito, laskutusjärjestelmän kehitys, asiakastapaamiset ja -koulutukset sekä tuote- ja asiakaskehitykseen osallistuminen.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena, jossa tutkittiin koko henkilöstöä eli Laskutus-tiimin sisäisiä asiakkaita. Kysely lähetettiin 230 henkilölle ja vastauksia saatiin yhteensä 44 henkilöltä. Vastausprosentti oli 19 %. Päivittäin Laskutus-tiimin kanssa asioi ainoastaan osa sisäisistä asiakkaista, joten tutkimuksen voidaan nähdä antavan melko kattavan kuvan tiimin ja laskulomakkeen nykytilasta sekä tarvittavista kehitystarpeista.</p> <p>Tulosten mukaan Laskutus-tiimin sisäiset asiakkaat olivat pääosin tyytyväisiä tiimin toimintaan sekä laskulomakkeen ulkonäköön ja sisältöön. Tärkeimmät kehitystarpeet koskivat Laskutuksen kommunikoinnin ja yhteistyön lisäämistä sisäisten asiakkaiden kanssa sekä laskulomakkeen ulkonäön selkiyttämistä ja tuotteiden nimeämisen läpikäymistä, yhtenäisen linjan saamiseksi. Myös laskujen oikeellisuutta ja ajantasaisuutta tulisi edelleen parantaa. Lisäksi tarvitaan koko organisaation prosessien ja toimintamallien parantamista. Nämä asiat nousevat työn perusteella tärkeimmiksi kehittämisehdotuksiksi.</p>	
<p><b>Asiasanat</b> Asiakas. Asiakastyytyväisyys. Viestintä. Laskutus.</p>	

Business Administration

<p><b>Authors</b> Susanna Hiltunen</p>	<p><b>Group or year of entry</b> 2007</p>
<p><b>The title of thesis</b> Customer satisfaction survey to TDC Oy Finland´s Invoicing-team´s internal customers</p>	<p><b>Number of report pages and attachment pages</b> 36 + 7</p>
<p><b>Advisor(s)</b> Mia Snellman</p>	
<p>The purpose of this thesis was to carry out a customer satisfaction survey to TDC Oy Finland´s Invoicing-team´s internal customers. The objective was to develop the team´s performance so that it can better serve both internal and external customers. The objective was also to collect ideas how to develop invoice layout and contents.</p> <p>The theoretical framework consists of describing internal customer and customer satisfaction and what meaning they have to the service quality the external customers experience. In addition, the text goes through invoice layout and contents related things.</p> <p>TDC´s Invoicing-team serves both external and internal customers in matters concerning sales invoices. The team, for example, makes and sends invoices to external customers, generates various sorts of invoicing reports, maintains changes and corrections to invoicing, develops invoicing system, participates in customer meetings and trainings and in product and customer development.</p> <p>The survey was implemented as a quantitative survey to the personnel, who are Invoicing-team´s internal customers. The survey was sent to 230 persons, answers were received from 44 persons and the response percentage was 19 %. Only part of internal customers work with Invoicing-team daily so the survey can be seen to give a fairly comprehensive image of team´s and invoice´s current situation and development needs.</p> <p>According to the results internal customers are mainly pleased with the Invoicing-team´s performance and invoice layout and content. The most important needs for development concerned the need to increase communication and collaboration between Invoicing and the internal customers, and clarifying the invoice and going through product names in order to have a coherent line. In addition, developing processes and operating models in the whole organization is needed. Improving invoice´s accuracy and ensuring real-time invoicing is also something that needs to be done. These are the main development proposals of this work.</p>	
<p><b>Key words</b> Customer. Customer satisfaction. Communication. Invoice.</p>	

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
1.1	Laskutus-tiimin toiminta .....	1
1.2	Tutkimuksen merkitys yritykselle .....	2
2	Sisäinen asiakkuus ja sisäisen asiakastyytyväisyyden merkitys .....	4
2.1	Sisäisen asiakkuuden erityispiirteitä.....	5
2.2	Sisäisen asiakastyytyväisyyden merkitys ulkoiselle asiakkaalle .....	5
3	Laskulomakkeen sisältö ja ulkonäkö osana yritysviestintää.....	9
3.1	Lain asettamat tietosisältövaatimukset .....	9
3.2	Laskun ulkoasu ja teksti.....	10
4	Laskutus-tiimi osana asiakaskokemusta TDC:llä .....	12
4.1	Laskutus-tiimin sisäiset asiakkaat .....	13
4.2	Lasku ja laskuerittelyt TDC:llä.....	14
5	Tutkimuksen menetelmäkuvaus.....	16
5.1	Tutkimusaineiston kuvaus.....	18
5.2	Strukturoitujen kysymysten tulokset ja johtopäätökset.....	18
6	Tulosten analysointi ja kehitysehdotukset.....	20
6.1	Tyytyväisyys Laskutus-tiimin toimintaan .....	20
6.1.1	Laskutus-tiimin yleinen toiminta .....	20
6.1.2	Laskutus-tiimin toiminnan kehitysmahdollisuudet .....	22
6.1.3	Laskutuksen oikeellisuus ja ajantasaisuus .....	24
6.1.4	Laskutuksen oikeellisuuden ja ajantasaisuuden kehitysmahdollisuudet ..	25
6.2	Laskun ja laskuerittelyiden sisältö ja ulkonäkö .....	26
6.2.1	Laskun sisältö ja ulkonäkö.....	26
6.2.2	Laskun kehitysmahdollisuudet.....	27
6.2.3	Puhelaskun erittelyn sisältö ja ulkonäkö .....	28
6.2.4	Puhelaskun erittelyn kehitysmahdollisuudet .....	29
6.2.5	Datalaskun erittelyn ulkonäkö ja sisältö .....	29
6.2.6	Datalaskun erittelyn kehitysmahdollisuudet.....	30
7	Pohdinta ja johtopäätökset .....	32
7.1	Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti.....	32

7.2 Kyselyn kehitys .....	33
Lähteet .....	35
Liitteet.....	37
Liite 1. Malli TDC:n laskusta (TDC 2013e).....	37
Liite 2. Malli puhelaskun erittelystä (TDC 2013e) .....	39
Liite 3. Malli datalaskun erittelystä (TDC 2013e).....	41
Liite 4. Arvosteluasteikko kysymysten vastaukset.....	42

# 1 Johdanto

Opinnäytetyön aihe on Laskutus-tiimin asiakastyytyväisyyskysely organisaation sisäisille asiakkaille. Työn tarkoituksena oli toteuttaa asiakastyytyväisyyskysely TDC Oy Finlandin Laskutus-tiimin sisäisille asiakkaille. Tavoitteena oli kehittää tiimin toimintaa, jotta se voi paremmin palvella niin sisäisiä kuin ulkoisiakin asiakkaita. Tarkoituksena oli lisäksi kerätä ideoita laskulomakkeen ulkoasun ja sisällön kehittämiseksi. Toimeksiantaja on työnantajani TDC Oy Finland. Toimin yrityksessä Laskutuksen kehityskoordinaattorina eli työtehtäviini kuuluu Laskutuksen toiminnan kehittäminen eri tasoilla.

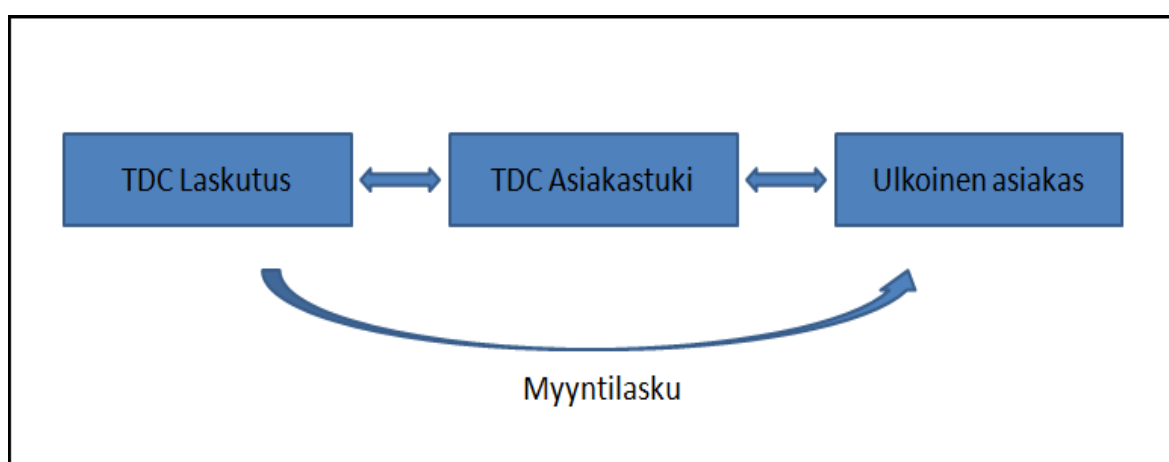
TDC:n tavoitteena on tarjota asiakkaille markkinoiden paras asiakaskokemus. Jotta tähän lupaukseen pystytään vastaamaan, tulee koko organisaation toimia yhdessä ulkoisen asiakkaan hyväksi. TDC:llä pyritään jatkuvasti kehittämään toimintaa vastaamaan paremmin asiakastarpeita ja muuttuvia markkinoita. Tämä merkitsee jatkuvaa toiminnan parantamista myös Laskutus-tiimissä. Tähän työhön liittyvän tutkimuksen tarkoituksena oli saada sisäisiltä asiakkailta palautetta ja kehitysideoita Laskutus-tiimin toiminnan ja prosessien kehittämistä varten. Lisäksi tarkoituksena oli kehittää laskulomaketta. Toiminnan kehittämällä pystytään palvelemaan niin sisäisiä kuin ulkoisiakin asiakkaita tehokkaammin. Sisäisiltä asiakkailta kerättävä tieto auttaa kehittämään myös ulkoisten asiakkaiden palvelemista. Laskutus-tiimi ei usein saa palautetta suoraan ulkoisilta asiakkailta, minkä takia on tärkeää kerätä palautetta sisäisesti. Lähes kaikki organisaation sisällä tapahtuva työ tehdään aina ulkoista asiakasta varten minkä vuoksi on ensisijaisen tärkeää, että myös yrityksen sisäiset prosessit toimivat ja niin sisäiset kuin ulkoisetkin asiakkaat ovat tyytyväisiä.

## 1.1 Laskutus-tiimin toiminta

Laskutus-tiimi palvelee ulkoisten asiakkaiden lisäksi sisäisiä asiakkaita myyntilaskutukseen liittyvissä asioissa. Tiimin toimintaan kuuluu myyntilaskujen tekeminen ja lähetys ulkoisille asiakkaille, laskutusmuutosten- ja korjausten ylläpito, uusien asiakkaiden ja tuotteiden laskutuksen haltuunotto ja laskutuksen oikeellisuuden varmistaminen, erilaisten laskutusraporttien laatiminen sekä sisäisille että ulkoisille asiakkaille ja erilaiset

asiakastapaamiset ja koulutukset. Lisäksi Laskutus-tiimi osallistuu niin laskutusjärjestelmän kehitykseen kuin tuote- ja asiakaskehitykseenkin.

Laskutus-tiimin toiminta on siis hyvin monimuotoista ja siihen sisältyy paljon erilaisia tehtäviä. Osa tehtävistä palvelee suoraan ulkoista asiakasta, kuten laskujen lähetykset ja korjaaminen, mutta iso osa toiminnasta tapahtuu talon sisällä ja sisäisille asiakkaille. Palvelemalla sisäisiä asiakkaita laadukkaasti varmistetaan myös ulkoisten asiakkaiden tyytyväisyys TDC:hen yrityksenä. Esimerkkinä kuviossa 1 kuvattu tilanne jossa asiakas on yhteydessä TDC:n Asiakastukeen liittyen laskulla olevaan epäselvyyteen. Laskutus-tiimi on siis lähettänyt myyntilaskun asiakkaalle ja siinä olevaan epäselvyyteen liittyen asiakas on yhteydessä Asiakastukeen.



Kuvio 1. Kuvattu tilanne jossa ulkoinen asiakas on yhteydessä TDC:hen laskuun liittyen

Kuten kuvio 1 nähdään, Asiakastuki tarvitsee tietoa ja apua Laskutus-tiimistä jotta voi palvella ulkoista asiakasta. Mitä tehokkaammin ja laadukkaammin Laskutus-tiimi palvelee sisäistä asiakasta Asiakastuessa, sitä paremmin he voivat edelleen palvella ulkoista asiakasta.

## 1.2 Tutkimuksen merkitys yritykselle

Tutkimuksella pystytään selvittämään löytyykö isoja ongelmakohtia vai onko Laskutus-tiimin toiminta nykyisellään jo riittävän hyvää. Lisäksi tarkoituksena oli saada hyödyllisiä ideoita laskun ulkonäön parantamiseen jotta laskuista saadaan selkeämpiä ja niillä

voidaan paremmin tarjota tarvittava tieto. Kehittämällä Laskutus-tiimin toimintaa voidaan edelleen vahvistaa ja parantaa asiakaskokemusta niin ulkoisille kuin sisäisillekin asiakkaille.

Tutkimustyyppi oli koko yrityksen henkilöstölle tehty kysely, joka toteutettiin touku-kuussa 2013. Kysely sisälsi Laskutus-tiimin toimintaan ja laskujen ulkonäköön ja sisältöön liittyviä avoimia kysymyksiä sekä väittämiä, joita vastaajien tuli arvioida numeroasteikolla. Tutkimus toteutettiin jotta saataisiin hyödyllistä palautetta toiminnan ja prosessien kehittämistä varten. Parantamalla Laskutus-tiimin toimintaa varmistetaan ajantasainen ja oikeellinen laskutus, joka takaa yrityksen tasaisen kassavirran. Toimintatapojen ja prosessien kehitys säästää myös työaikaa niin Laskutus-tiimissä kuin muualla organisaatiossa. Tämä edelleen lisää tehokkuutta ja varmistaa TDC:n pystyvän palvelemaan asiakkaita mahdollisimman laadukkaasti.

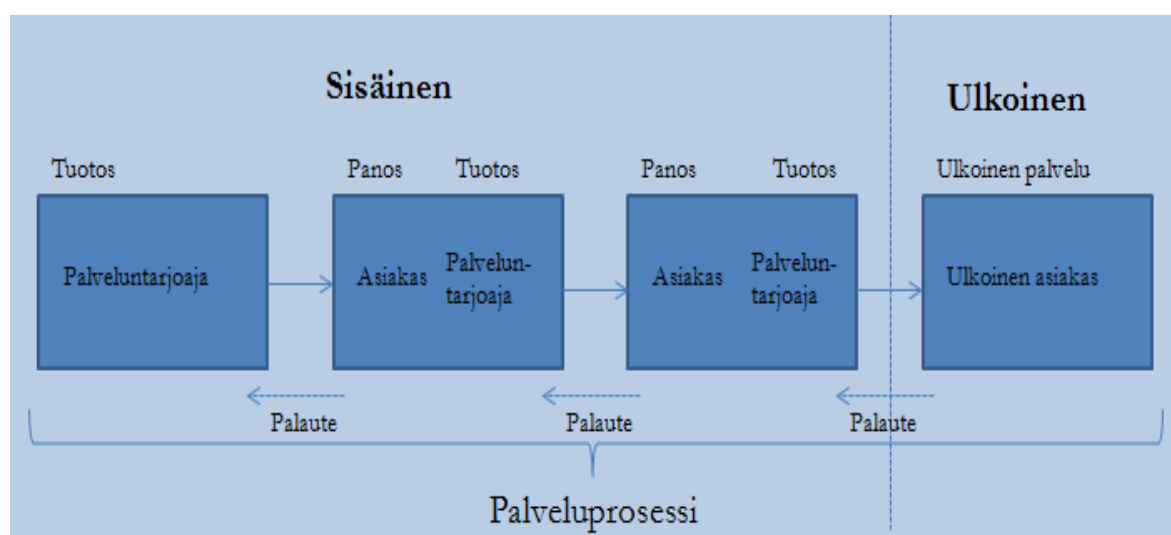
Tärkeää oli selvittää millaisella tasolla Laskutus-tiimin toiminta on tällä hetkellä, mistä löytyvät vahvuudet ja mitä osa-alueita tulisi parantaa. Varmistamalla laskutuksen oikeellisuuden ja ajantasaisuuden vähennetään epäselviä tilanteita ja selvitystyötä niin asiakkaiden kuin TDC:n osalta. Ajantasainen ja oikeellinen laskutus takaa myös oikea-aikaisen kassavirran mikä on luonnollisesti yksi yrityksen toiminnan edellytyksistä. Merkittävä osa laskutusta ovat luonnollisesti konkreettiset laskut, joita lähetetään ulkoisille asiakkaille. Niiden ulkonäköä ja sisältöä kehittämällä pystytään paremmin vastaamaan asiakastarpeeseen sekä vähentämään asiakkaiden mahdollisia yhteydenottoja, kun laskut ovat selkeitä ja ymmärrettäviä.



## 2 Sisäinen asiakkuus ja sisäisen asiakastyytyväisyyden merkitys

Sisäinen asiakas käsite tuo asiakassuhteen organisaation ulkopuolelta sisäpuolelle. Suoraan asiakkaan kanssa tekemisissä oleva organisaation osa, kuten asiakaspalvelu, tarvitsee tukea ja palvelua yrityksen muilta osilta, jotta voi palvella ulkoista asiakasta. Usein nimenomaan asiakaspalvelu tai myynti on suoraan tekemisissä asiakkaan kanssa. He tarvitsevat kuitenkin tuekseen yrityksen muita toimintoja. Sisäisiä asiakkaita eli palvelutoimintoja voi olla useita. Ne kaikki muodostavat kokonaisuuden jossa toiminnot ovat toisten sisäisten palveluntarjoajien sisäisiä asiakkaita kuten kuviosta 2 käy esille. Samoin ne ovat myös itse palveluntarjoajia toisille sisäisille asiakkaille. (Grönroos 2009, 414; Kookas 2012; Löytjä & Korteso 2011, 15–16.)

Jokaisella sisäisellä asiakkuudella on omat tarpeensa ja odotuksensa, jotta he voivat edelleen vastata heiltä odotettuun palveluun. Koko palveluprosessin tuloksena on ulkoisen asiakkaan saama ja kokema palvelu. Käytännössä jokaisella organisaation työntekijöillä on asiakkaita, iso osa asiakkuuksista on kuitenkin sisäisiä. (Grönroos 2009, 414; Kookas 2012; Löytjä & Korteso 2011, 15–16.)



Kuvio 2. Sisäiset palvelutoiminnot ja sisäiset asiakkaat (Grönroos 2009, 414)

Kuten kuviosta 2 voidaan nähdä, palaute palveluprosessin toiminnasta lähtee ulkoisesta asiakkaasta ja siirtyy siitä edelleen sisäiseltä palveluntarjoajalta toiselle. Sen lisäksi, että ulkoinen asiakas arvioi ja antaa palautetta organisaatiolle, myös sisäiset asiakkaat ovat

tärkeitä tekijöitä arvioitaessa palvelutoimintoja. Huomioimalla sisäiset asiakkaat ja heidän asiakastyytyväisyytensä voidaan tehostaa toimintaa, karsia kuluja ja parantaa koko organisaation työtyytyväisyyttä ja ilmapiiriä. Toimivat ja tehokkaat sisäiset palvelutoiminnot varmistavat ulkoisen asiakkaan saaman palvelulaadun. Tämä osoittaa, että sisäisiä asiakkaita tulee palvella yhtä hyvin kuin ulkoisia asiakkaita, jotta voidaan varmistaa palvelulaatu ulkoisille asiakkaille. Asiakkaan suuntaan sisäisten palvelutoimintojen tulee näkyä yhtenä toimivana kokonaisuutena. (Grönroos 2009, 414–415; Kookas 2012.)

## **2.1 Sisäisen asiakkuuden erityispiirteitä**

Sisäisiin asiakkaisiin liittyy myös tiettyjä erityispiirteitä. Asiakkaat ovat kiinteitä eli sisäisellä asiakkaalla ei ole mahdollisuutta kilpailuttaa palveluntuottajaa. Suhde saattaa olla epätasapainoinen ja vaikeasti hallittava sen vuoksi, että osapuolilla ei ole mahdollisuutta vaihtoehtoisin ratkaisuihin. Usein myös ajatellaan, että sisäisiä asiakkaita ei tarvitse palvella yhtä hyvin tai nopeasti kuin ulkoisia. Niitä ei nähdä yhtä tärkeiksi ja niiden asiakastyytyväisyydellä ei usein ajatella olevan merkitystä. (Grönroos 2009, 414–415; Löytjä & Korteso 2011, 124–125.)

Sisäisten asiakassuhteiden olemassaolon ja merkityksen tiedostaminen on organisaatiolle tärkeitä. Jotta voidaan tuottaa palvelua, joka vastaa ulkoisen asiakkaan tarpeita ja odotuksia, täytyy myös sisäisten asiakkuuksien olla tyytyväisiä sisäisiin palveluntarjoajiin. Kuten kuvio 2 osoittaa kaikki palveluprosessin osat vaikuttavat toisiinsa. Sisäiset asiakkuudet ovat usein hyvin monimutkaisia. Eri toiminnot palvelevat toisiaan ja kaikkien toimintojen tuotokset ovat riippuvaisia muiden toimintojen tarjoamista sisäisistä palveluista. (Grönroos 2009, 414–415; Löytjä & Korteso 2011, 124–125.)

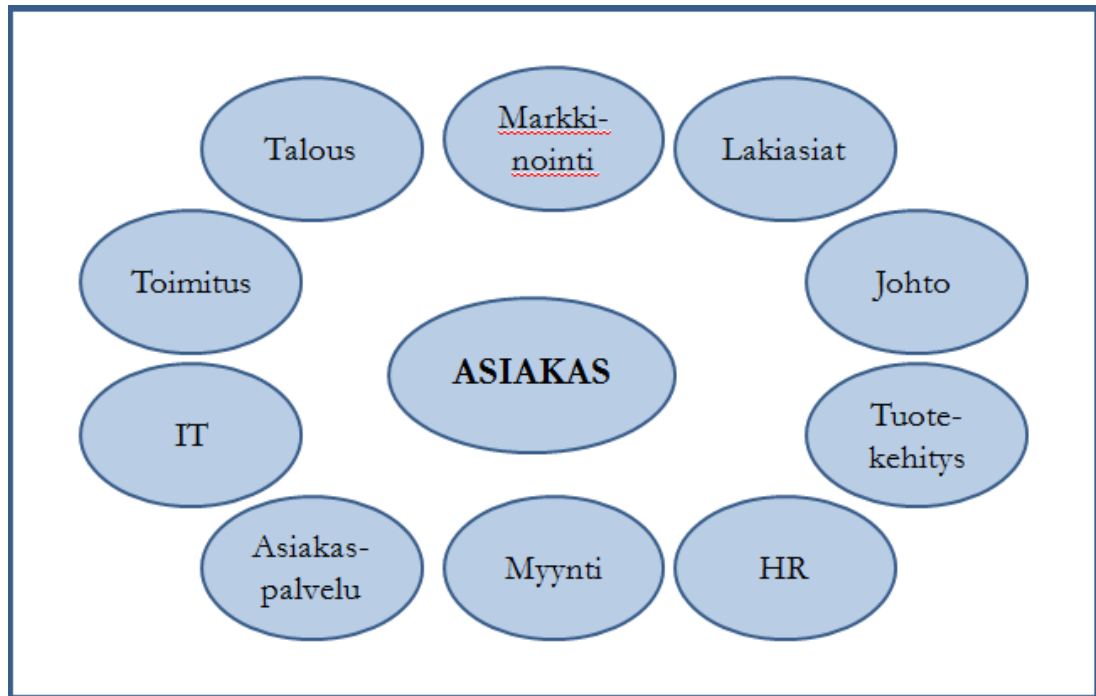
## **2.2 Sisäisen asiakastyytyväisyyden merkitys ulkoiselle asiakkaalle**

Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät voidaan jakaa kahteen tyyppiin: hygieniatekijöihin ja erottaviin tekijöihin. Hygieniatekijät tarkoittavat asioita, joiden tulee olla vähintään minimitasolla, jotta asiakassuhde säilyy. Yritys ei kuitenkaan välttämättä saavuta parempaa kilpailuasemaa tekijöiden jatkuvalla parantamisella. Hygieniatekijöiksi voidaan nähdä esimerkiksi tuotteiden perusominaisuudet. Kilpailuetua synnyttävät erottavat tekijät. Näiden tekijöiden avulla voidaan erottautua kilpailijoista ja luoda onnistunut

asiakaskokemus. Jokaisen asiakaskontaktin avulla voidaan parantaa asiakastytyväisyyttä, sillä kontakti on aina yritykselle mahdollisuus kuulla asiakasta. (Lindroos & Lohivesi 2004, 116.)

Asiakastytyväisyyttäkin tärkeämmäksi tavoitteeksi voidaan nähdä asiakasuskollisuus. Uskollinen asiakas todennäköisesti palaa asiakkaaksi myöhemminkin. Asiakasuskollisuuden vaatimuksena on joko asiakkaan odotusten ylittäminen tai asiakkaan ottaminen mukaan yrityksen toiminnan kehittämiseen. Vain näin voidaan todella tuottaa asiakkaalle lisäarvoa mikä vahvistaa asiakasuskollisuutta. Asiakkaan tarpeet huomioimalla ja pyrkimällä vuorovaikutukseen asiakkaan kanssa pystytään vahvistamaan asiakaskokemusta ja – uskollisuutta. Pitkäaikaiset asiakassuhteet tuovat monia etuja yritykselle. Vuosien varrella asiakkuuden koko usein kasvaa, lisämyynti on helpompaa ja kustannustehokkaampaa ja palvelun tuottaminen asiakkaalle selkeämpää. (Lindroos & Lohivesi 2004, 116–133; Hellman & Värilä 2009, 187.)

Tällainen asiakaspalvelulähtöinen toimintamalli vaatii visiota ja toimintaa mikä erottaa yrityksen sen kilpailijoista. Yrityksen tulee pystyä vastaamaan antamaansa palvelulupaukseen. Toimintamallissa tuotteiden ja palveluiden rinnalle nousee tärkeäksi tekijäksi lisäarvoa tuottava asiakaskokemus. Ottamalla asiakas mukaan keskusteluun, luomalla kumppanuutta ja tarjoamalla asiakkaalle hyvää ja laadukasta palvelua voidaan tuottaa vahva asiakaskokemus. Tämä vaatii asiakkaan laittamista keskiöön, kuten kuvio 3 näyttää. Kuten jo aiemmin on kuvattu, vaikuttavat kaikki yrityksen toiminnot asiakaskokemukseen. (Lindroos & Lohivesi 2004, 116–133; Hellman & Värilä 2009, 187; Löytjä & Korteso 2011, 23–26.)



Kuvio 3. Yrityksen toimintojen organisoituminen, kun asiakas on keskiössä (Löytävä & Korttesuo 2011, 26)

Sisäisten asiakkaiden asiakastyytyväisyyden selvittäminen on tärkeää, koska sen avulla voidaan edelleen palvella paremmin myös ulkoisia asiakkaita. Kaikki yrityksen sisäiset prosessit ja asiakkuussuhteiden toiminta vaikuttavat aina loppujen lopuksi myös ulkoisen asiakkaan kokemaan tyytyväisyyteen yritystä kohtaan. Tarjoamalla asiakkaille kilpailijoita parempaa palvelua ja tuottamalla heille lisäarvoa vahvistetaan yrityksen toimintaa.

Asiakastyytyväisyystutkimus on analyysityökalu, jonka avulla saadaan johtamistyökalujen, kuten tuloslaskelma-, tase- ja myyntiraporttien, tueksi ja lisäksi tietoa yrityksen tai esimerkiksi organisaation osan toiminnasta. Tutkimusten avulla voidaan selvittää millä tasolla yritys pystyy tyydyttämään asiakkaidensa tarpeet. (Lindroos & Lohivesi 2004, 115; Hellman & Värilä 2009, 42–44.)

Asiakastyytyväisyyden mittaaminen ja sitä kautta ylläpito on yrityksen toiminnan kannalta todella tärkeää, vaikkakin sen keinoista keskustellaan nykypäivänä paljon. Tyytyväiset asiakkaat viestivät yrityksestä eteenpäin myönteisesti. Tämä edesauttaa vanhoja asiakkaita ostamaan uusia palveluita ja vastaavasti uudet asiakkaat kiinnostuvat yrityksestä. Taloudelliset luvut ja tulokset sekä markkinaosuus kertovat paljon asiakastyyty-

väisyydestä. Tietoa asiakastytyväisyydestä, niin ulkoisten kuin sisäistenkin osalta, saadaan kuitenkin myös päivittäisessä yhteistyössä suoraan asiakkaalta. Tämän lisäksi tietoa on kuitenkin hyvä ajoittain kerätä myös tutkimusten avulla. (Grönroos 2009, 346–347.)

### 3 Laskulomakkeen sisältö ja ulkonäkö osana yritysviestintää

Lasku on yksi osa asiakasviestintää. Ensisijaista laskulla on se, että siitä käy ilmi tarvittavat tiedot, jotta asiakas voi sen avulla maksaa yritykseltä ostamansa palvelut ja tuotteet. Laskun tulee siis täyttää tietyt tietosisältövaatimukset. Lasku, kuten muutkin yrityksen viestit, edustaa yritystä ja muokkaa näin ollen asiakkaan käsitystä yrityksen tuotteista ja palveluista. Viestin laatijan tulee tuntea tarvittava sisältö, valita tämän jälkeen ilmaisutapa ja edelleen tehdä päätös ulkoasusta. Tärkeää on olla selvillä kenelle viestitään, jotta voidaan viestiä oikealla ja tiedottavalla tavalla. Lähtökohdan tulisi olla se, että viestiä suunnitellaan vastaanottajan näkökulmasta. Eli pohditaan mitä vastaanottaja tarvitsee ja odottaa. Tavoitteena on tasaisen laadukas toteutus, jossa kaikki kolme osaa on otettu huomioon. Laskun kohdalla korostuu erityisesti sisällön merkitys. Julkaisukanavan valinta vaikuttaa myös ulkoasuun sekä toteutus- ja jakelukustannuksiin. (Kylänpää & Piirainen 2002, 15, 58; Lohtaja-Ahonen & Kaihovirta-Rapo 2007, 33–34.)

#### 3.1 Lain asettamat tietosisältövaatimukset

Laki arvonnäköverolain muuttamisesta 209b § (325/2003) määrittelee tiettyjä tietosisältöön liittyviä kriteereitä laskulle. Laskusta tulee lain mukaan käydä ilmi muun muassa

- laskun päivämäärä
- tunniste, jolla lasku voidaan yksilöidä
- arvonnäköverotunniste ja joissakin tapauksissa myös ostajan arvonnäköverotunniste
- myyjän sekä ostajan nimi ja osoitetiedot
- listaus tuotteista, määristä ja luonteesta sekä palvelujen lujuus ja luonne
- toimituspäivämäärä, suorituspäivämäärä tai ennakkomaksun maksupäivä
- veron peruste verokannoittain, yksikköhinnat ilman veroja sekä mahdolliset hyvitykset ja alennukset
- verokanta ja suoritettavan veron määrä
- tarvittaessa todistus kuulumisesta arvonnäköverorekisteriin.

Lasku on siis tosite tai ilmoitus, joka täyttää tietyt lakien asettamat vaatimukset. Lasku voidaan toimittaa paperilla tai sähköisesti, mikäli vastaanottaja on tähän suostunut. Laskusta on hyvä käydä ilmi lain määrittämien tietojen lisäksi ainakin maksuehto, viivästyskorko ja pankkitilin numero. (Kylänpää & Piirainen 2002, 58; Vero 2004.)

### **3.2 Laskun ulkoasu ja teksti**

Kirjallisen viestin ulkoasu kertoo viestin tavoitteesta ja ulkoasua valitaan aina käyttötarkoituksen mukaan. Ulkoasun toteutukseen tulee kiinnittää huomiota, koska se vaikuttaa osaltaan siihen, miten viestiin ja sen lähettäjään suhtaudutaan. Laskun tulee esimerkiksi olla selkeä ja helposti luettava, jotta asiakas löytää siitä helposti tärkeät tiedot maksua ajatellen. Värejä käyttämällä voidaan tehostaa viestintää. Ne vaikuttavat viestin visuaaliseen ilmeeseen ja luovat mielleyhtymiä ja merkityksiä. (Kylänpää & Piirainen 2002, 16–20; Karhu 2005, 278.)

Lasku, kuten yleensä muutkin kirjalliset viestit, muotoillaan standardisoidulle lomakkeelle. Yleisin on A4-koko, joka sopii kaikkiin tulostimiin ja kopiokoneisiin. Viestin tarkoituksen mukaan voidaan käyttää joko vakioasemointia tai vapaata asemointia. Vakioasemoinnissa on määritelty melko tarkasti tekstin asettelu lomakkeella, tietyt tiedot sijoitetaan aina tiettyyn alueeseen lomakkeella. Vakioasemoinnissa esimerkiksi sarakkeet, marginaalit, rivit ja kentät on määritelty tarkasti. Nimensä mukaisesti vapaassa asemoinnissa viestin tekijä suunnittelee itse asemoinnin. Viesti voi olla myös näiden välimuoto. Monesti yrityksillä on omat standardisoidut lomakkeet jotka on suunniteltu yrityksen tarpeiden ja viestintätavoitteiden mukaisesti. (Kylänpää & Piirainen 2002, 16–20.)

Viestin tekstin tulee olla selkeä lajinsa edustaja. Sisältöä, sanastoa ja tyyliä valittaessa tulee ottaa huomioon tavoite ja kohderyhmä. Erityisesti laskun kohdalla on vastaanottajan kannalta tärkeätä, että haettavat tiedot löytyvät helposti ja laskussa vastataan kaikkiin kysymyksiin. Eli laskusta tulee selvittää esimerkiksi mitä laskutetaan, miltä ajalta ja millä hinnalla. Helppolukuisuus, ymmärrettävyys ja silmälähtöisyys ovat tärkeitä asioita. Laskua suunniteltaessa tulee tuntea asia kattavasti eli täytyy olla selvillä tilannetiedot, hyödyt ja haitat. Tulee tuntea kohderyhmä ja sen tarpeet, odotukset sekä ennakkoluu-

lot. Tämän jälkeen täytyy valita sopivimmat asiat ja esittää ne. (Kylänpää & Piirainen 2002, 26–27.)

Viestinnän tavoitteet voidaan jakaa kolmeen pääryhmään. Näitä ovat vaikuttaminen, tiedottaminen ja viihdyttäminen. Tiedottavan tekstin kuten laskun tulee välittää informaation sisältö lyhyesti ja täsmällisesti. Tyyliä ja sävyä tulee pyrkiä objektiivisuuteen, tarkoitus on vedota ensisijaisesti älyyn. Laskua voidaan käyttää kuitenkin myös vaikuttamiseen. Vaikuttava teksti paitsi välittää informaatiota myös suosittelee eli vetoaa järkeen ja tunteeseen. (Kylänpää & Piirainen 2002, 29; Karhu 2005, 41.)



## 4 Laskutus-tiimi osana asiakaskokemusta TDC:llä

Tässä luvussa esitellään työn toimeksiantaja TDC Oy Finland. Lisäksi käydään läpi Laskutus-tiimin sisäisiä asiakkaita sekä millaista yhteistyötä tiimi tekee näiden sisäisten asiakkaiden kanssa. Lopuksi kuvataan millaisia TDC:n laskut ja laskuerittelyt ovat.

TDC Oy Finland on osa kansainvälistä TDC-konsernia. Suomen lisäksi maayhtiöt ovat Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa. Henkilöstöä on yhteensä noin 10 000. TDC Oy Finland tarjoaa tietoliikenne- ja viestintäratkaisuja yritysasiakkaille. Keskittyminen yritysasiakkaisiin on strateginen valinta Suomen markkinoilla. Toiminnassa tavoitellaan erityisesti markkinoiden parasta asiakaskokemusta. Valtakunnallisessa EPSI Rating-tutkimuksessa TDC on ollut neljänä vuotena peräkkäin paras yritysverkkojen toimittaja. TDC:n asiakkaat ovat tutkimuksen mukaan toimialan tyytyväisimpiä, vaativimpia ja uskollisimpia asiakkaita. Heillä on myös korkeammat odotukset palvelun laadusta ja toimivuudesta kuin kilpailijoiden asiakkailla. TDC täytyy pystyä jatkuvasti vastaamaan asiakkaidensa odotuksiinsa ja tämä vaatii jatkuvaa toimintojen ja palveluiden kehittämistä kaikilla osa-alueilla. (TDC 2013a; TDC 2013b; TDC 2013f.)

Data- ja kommunikaatioratkaisujen ohella TDC:n tavoitteena on siis tarjota erinomaista palvelua asiakkailleen. Tuotetarjoamaan kuuluvat dataverkon ja Internet-palveluiden lisäksi erilaiset kiinteät ja mobiiliverkon puheratkaisut. Tämän lisäksi tarjotaan hosting ja tukkumyyntipalveluita sekä tuotteita. (TDC 2013c.)

Markkinoiden parasta palvelua pyritään tarjoamaan palvelemalla asiakkaita läpi koko toimitus- ja organisaatioketjun erinomaisella laadulla. Tämä tarkoittaa korkeata palveluasennetta koko prosessin läpi, myynnistä toimituksiin ja edelleen ylläpitoon sekä laskutukseen. TDC:llä myös Laskutus-tiimi nähdään tärkeänä osana asiakaskokemusta ja näin sen toimintaa halutaan jatkuvasti parantaa. Ajatuksena on, että Laskutus-tiimi voi tarjota asiakkaalle lisäarvoa, ei olla vain välttämätön paha.

Vuoden 2012 TDC-konsernin liikevaihto oli 3,5 miljardia euroa ja käyttökate 1,4 miljardia euroa. TDC Oy Finlandin liikevaihto viime vuonna oli 96,2 miljoonaa euroa ja Suomen osalta liikevaihto kasvoi 3 % vuoteen 2011 verrattuna. Vuoden 2012 tulos oli

6,4 miljoonaa euroa. Suomessa TDC:llä työskenteli vuonna 2012 238 henkilöä. (TDC 2013d; Kauppalehti 2013.)

#### **4.1 Laskutus-tiimin sisäiset asiakkaat**

Laskutus-tiimin sisäisiä asiakkaita TDC:llä ovat organisaation muut osastot ja henkilöt. Tärkeimpinä sisäisinä asiakkaina voidaan nähdä taloushallinnon muut osastot, asiakastuki, myyntiorganisaatio sekä toimitukset. Taloushallinnossa kirjanpidon ja business controllereiden kanssa yhteistyössä toimitaan lakisääteisten normien ja raportoinnin täyttämistä varten sekä yrityksen sisäiseen raportointiin ja toiminnan seuraamiseen liittyen.

Asiakastuen, myynnin ja lisämyynnin kanssa asiat liittyvät pääsääntöisesti suoraan ulkoiseen asiakkaaseen ja heidän palvelemiseensa. Tämä tarkoittaa käytännössä laskutuksen ylläpitoa sekä muutosten hallinnointia, raportointia, asiakastapaamisia, koulutusta ja neuvontaa sekä erilaisiin kyselyihin vastaamista. Toimitusorganisaation kanssa ylläpidetään asiakkuuksia ja hoidetaan muutostilanteita. Yhteistyöhön liittyy paljon tiedon välittämistä molempiin suuntiin sekä toimitus- ja laskutusjärjestelmien kehitystä ja valvontaa. Myyntiorganisaatioon kuuluu myyjien lisäksi asiakassuhdepäälliköitä, myynnin tukihenkilöitä sekä muita myynti-organisaation jäseniä.

Tärkeitä sisäisiä asiakkaita ovat myös projekti- ja tuotepäälliköt, joiden kanssa Laskutus-tiimi tekee yhteistyötä pääasiassa erilaisten projektien yhteydessä. Nämä voivat olla niin uusia asiakkuuksia, uusia tuote- tai palveluratkaisuja kuin vanhojen asiakkuuksien muutostilanteita. Yhdessä pyritään varmistamaan, että kaikki tarpeellinen tulee laskutettua ja tarvittaessa kehittämään järjestelmiä ja toimintamalleja niin, että löydetään jokaiseen tilanteeseen toimivin ratkaisu.

Viestintä kaikkien sisäisten asiakkaiden kanssa on käytännössä hyvin samanlaista. Ei ole siis eroteltavissa esimerkiksi tiettyä viestintäkanavaa tietylle asiakkuudelle. Sisäisten asiakkaiden kanssa viestitään pääsääntöisesti sähköpostitse, puhelimitse, palavereissa tai muuten kasvotusten. Lisäksi nykyään käytetään apuna Lync-viestintää sekä vi-

deoneuvottelua. TDC:llä on toimipisteitä eri paikkakunnilla ja tämä tarkoittaa, että joissakin tapauksissa viestintää ei voida hoitaa kasvotusten.

Tiedottaminen sisäisille asiakkaille tapahtuu yleensä sähköpostitse ja joissakin tapauksissa intranetin kautta. Intranetin kautta tiedotetaan pääasiassa, kun on koko organisaatiota koskevaa tietoa. Tärkeistä muutoksista ja muista sisäisiin tai ulkoisiin asiakkaisiin vaikuttavista asioista pyritään viestimään myös käymällä esimerkiksi muiden osastojen viikkopalavereissa. Varsinainen työ, tiedon vaihtaminen, raportointi, kyselyihin vastaaminen jne. tapahtuu sähköpostitse. Suunnittelu- ja kehitysvaiheessa, sekä esimerkiksi isoissa asiakasprojekteissa, suositetaan palavereita, jolloin voidaan kasvotusten vaihtaa ajatuksia.

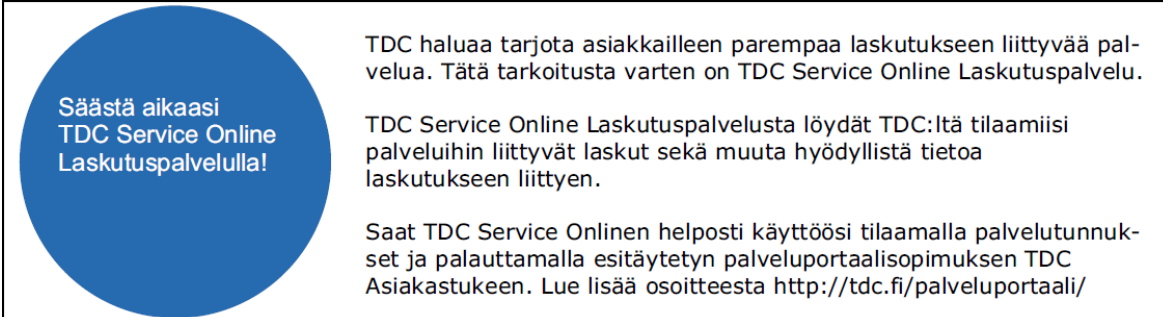
## **4.2 Lasku ja laskuerittelyt TDC:llä**

TDC tekee ja lähettää myyntilaskuja ulkoisille asiakkailleen. TDC:llä laskun ensisijaisia julkaisukanavia ovat postitse lähetettävä paperilasku sekä verkko-operaattorin kautta toimitettava verkkolasku. Molemmissa tapauksissa TDC toimittaa laskutiedot samanlaisina eli laskun ulkoasu ja sisältö eivät TDC:n toimittamassa aineistossa eroa. TDC:n toimittamassa verkkolaskuaineistossa on myös kuvatiedosto missä lasku on samassa muodossa kuin paperilaskulla. Asiakkaan verkkolaskuoperaattorin mukaan kaikki tiedot eivät kuitenkaan aina näy samalla tavalla asiakkaan päässä. Tämä on tiedostettu asia, johon TDC ei pysty vaikuttamaan, syynä ovat verkko-operaattorien käyttämät erilaiset tiedostomuodot. Lisäksi asiakas näkee omat laskunsa TDC Service Online Laskutuspalvelussa PDF-muodossa. Siellä asiakkaan on mahdollista ajaa laskutustiedot myös Excel-muotoon. Tämä on kuitenkin asiakkaille tarjottava lisäpalvelu, joka ei suoranaisesti liity itse laskuun tai sen ulkonäkö ja tietosisältöön. TDC:n toimittamat laskut on standardisoitu A4-kokoon ja niiden asemointi on vakioasemoinnin ja vapaan asemoinnin välimuoto.

Liitteessä 1 on malli TDC:n laskusta. Itse lasku koostuu sivuista 1 – 2. Näiden sivujen jälkeen tulevat tuotteesta ja asiakkaasta johtuen erilaiset laskuerittelyt. Liitteissä 2 ja 3 on mallit puhe- ja datalaskujen erittelyistä. Laskusivuilta löytyy tiedot laskun maksamis-

ta varten, alv-erittely sekä tuotetasolla erittely laskun veloituksista. Erittelysivuilta nähdään tarkemmat laskutustiedot yhteyksittäin tai liittymittäin.

TDC:n laskuilla on itse laskutekstin lisäksi tiedottamiseen ja markkinointiin käytettäviä tekstikenttiä. Niissä kerrotaan muun muassa tärkeistä muutoksista, jotka vaikuttavat asiakkaaseen, lisäksi teksteissä esimerkiksi markkinoidaan TDC:n palveluita ja tuotteita. Alla olevassa kuviossa 4 on malli markkinointitekstistä sekä tiedottavasta tekstistä TDC:n laskulla.



**Säästä aikaasi  
TDC Service Online  
Laskutuspalvelulla!**

TDC haluaa tarjota asiakkailleen parempaa laskutukseen liittyvää palvelua. Tätä tarkoitusta varten on TDC Service Online Laskutuspalvelu.

TDC Service Online Laskutuspalvelusta löydät TDC:ltä tilaamiisi palveluihin liittyvät laskut sekä muuta hyödyllistä tietoa laskutukseen liittyen.

Saat TDC Service Onlinen helposti käyttöösi tilaamalla palvelutunnukset ja palauttamalla esitäytetyn palveluportaaliosopimuksen TDC Asiakastukeen. Lue lisää osoitteesta <http://tdc.fi/palveluportaaali/>

Kuvio 4. Malli TDC:n laskuteksteistä (TDC 2013e)

Liitteessä 1 on myös mallilasku, jossa kyseiset tekstit näkyvät. TDC:n laskuissa on käytetty myös väriä tuomaan tehoa viestintään. Sinistä väriä käytetään myös muussa TDC:n viestinnässä ja tuomalla sama väri myös laskulle, pyritään vahvistamaan asiakaskokemusta. Värin käyttö piristää muuten hyvin tiedottavaa ja asialähtöistä laskulomaketta.

## 5 Tutkimuksen menetelmäkuvaus

Asiakastyytyväisyyden selvittämistä varten valittiin menetelmäksi kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Tutkimus toteutettiin case-tutkimuksena puolistrukturoidulla kyselylomakkeella ja se lähetettiin koko kohderyhmälle eli TDC:n henkilöstölle. Kyselyssä oli strukturoituja arviointikysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä. Kuvioista 5 löytyvät kyselyn kysymykset. Tämä tutkimustyyppi valittiin, koska sen avulla nähtiin saatavan kattavin ja määrällisesti laajin tulos. Lisäksi lomakkeella tehty kysely koettiin kaikkein kustannustehokkaimmaksi ja helpoimmaksi tavaksi toteuttaa tutkimus. Esimerkiksi haastatteluna tehty tutkimus olisi ollut hyvin aikaa vievä ja työläs toteuttaa. (Virtuaali AMK.)

Kyselyn kysymykset tehtiin yhdessä Laskutus-tiimin esimiehen Noora Hyytiäisen kanssa. Niissä pyrittiin hakemaan toiminnan kehittämisen kannalta toimeksiantajalle oleellisia kysymyksiä joilla saadaan konkreettisesti vastauksia siihen mitä ja miten voitaisiin tehdä paremmin. Kysymykset käytiin läpi myös Laskutus-tiimissä keväällä 2013 ja haettiin heiltä kommentteja kyselyä varten. Kysymyksiin ei tehty muutoksia niiden läpikäynnin jälkeen vaan todettiin, että käytetään jo valittuja kysymyksiä. Kyselyn toimivuus ja selkeys testattiin Laskutus-tiimin sisällä ennen kyselyn lähettämistä. Kyselyyn vastasivat testaustarkoituksessa kaikki Laskutus-tiimin jäsenet eli yhteensä kahdeksan henkilöä. Testauksen jälkeen tulokset nollattiin jotta ne eivät vaikuta varsinaisen kyselyn tuloksiin.

Tutkimuksen kohderyhmä oli siis koko yrityksen henkilöstö eli Laskutus-tiimin sisäiset asiakkaat. Kohderyhmää ei lähdetty rajaamaan, koska haluttiin antaa koko henkilöstölle mahdollisuus antaa palautetta ja kehitysehdotuksia Laskutus-tiimin toimintaan ja laskuihin liittyen. Lisäksi kohderyhmän rajaaminen ainoastaan niille henkilöille jotka ovat Laskutus-tiimin tai laskujen kanssa säännöllisesti tekemisissä olisi ollut hyvin haastavaa, koska ei voida tarkkaan määritellä henkilöitä tai muita tiimejä jotka ovat tekemisissä Laskutus-tiimin tai laskujen kanssa. Lähettämällä kysely koko henkilöstölle eli kaikille mahdollisille sisäisille asiakkaille pystyttiin myös lisäämään tiimin tunnettavuutta. Kysely toteutettiin Webropol-kyselynä ja siitä oli ilmoitus myös sisäisessä intranetissä. Linkki kyselyyn lähetettiin sähköpostitse kaikille yrityksen työntekijöille eli Laskutus-tiimin

sisäisille asiakkaille. Koko yrityksen henkilöstö, 230 henkilöä, oli tavoitettavissa kyselyä varten. Oletuksena ei kuitenkaan ollut, että kaikki vastaavat kyselyyn sillä Laskutus-  
tiimin ja laskujen kanssa on käytännössä tekemisissä säännöllisesti ainoastaan osa yri-  
tyksen henkilöstöstä.

Kysely sisälsi numeroasteikko kysymysten lisäksi avoimia kysymyksiä. Asteikko oli 0 -  
10, jossa 10 on paras mahdollinen tulos. Avointen kysymysten avulla haettiin tarken-  
nusta ja konkreettisia kehitysajatuksia arvoasteikko kysymyksiin. Eli ensin arvioitiin  
nykyinen tilanne ja tämän jälkeen annettiin yksityiskohtaisempaa palautetta.

Kyselyssä oli yhteensä 13 kysymystä, joista kuusi oli avoimia, kuten kuviosta 5 nähdään.  
Avoimista kysymyksistä saatuja vastauksia ei ole liitetty tähän työhön, niiden suuren  
määrän ja yrityksen tietosuojan liittyvien asioiden vuoksi. Vastaukset käydään kootusti  
aiheittain läpi luvussa 6.

<p><b>Yleiset kysymykset</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Arvioi Laskutuksen toimintaa yleisesti asteikolla 0-10. (asteikko)</li><li>2. Miten laskutuksen toimintaa voitaisiin parantaa? (avoin)</li><li>3. Palautetta, kehitysehdotuksia, ruusuja, risuja ja muita kommentteja Laskutukselle? (avoin)</li></ol> <p><b>Laskutuksen oikeellisuus - TDC</b> Laskutuksen tavoitteena on laskuttaa oikein ja ajallaan</p> <ol style="list-style-type: none"><li>4. TDC:n laskut ovat oikeellisia sekä ajantasaisia. (asteikko 0-10)</li><li>5. Miten laskujen oikeellisuutta ja ajantasaisuutta voitaisiin parantaa? (avoin)</li></ol> <p><b>Laskun sisältö ja ulkonäkö</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>6. TDC:n laskut ovat selkeitä ja tarvittavat tiedot löytyvät helposti. (0-10 asteikko)</li><li>7. Miten laskun ulkonäköä voitaisiin parantaa ja selkeyttää? (avoin)</li></ol> <p><u>Puhelasku</u></p> <ol style="list-style-type: none"><li>8. Erittelysivut ovat selkeitä ja tarvittavat tiedot löytyvät helposti. (0-10 asteikko)</li><li>9. Miten laskuerittelyä voitaisiin selkeyttää? (avoin)</li><li>10. Ymmärrän helposti mitä tietoa erittelyistä löytyy. (asteikko)</li></ol> <p><u>Datalasku</u></p> <ol style="list-style-type: none"><li>11. Erittelysivut ovat selkeitä ja tarvittavat tiedot löytyvät helposti. (0-10 asteikko)</li><li>12. Miten laskuerittelyä voitaisiin selkeyttää? (avoin)</li><li>13. Ymmärrän helposti mitä tietoa erittelyistä löytyy. (asteikko)</li></ol>
---

Kuvio 5. Kyselyn kysymykset aihealueittain

Kyselyn alussa oli kolme yleistä kysymystä Laskutus-tiimin ja laskutuksen toiminnasta. Tämän jälkeen kysyttiin laskutuksen oikeellisuudesta. Loput kysymykset koskivat laskujen ulkonäköä ja sisältöä. Ensin arvioitiin itse laskusivuja (katso liite 1), tämän jälkeen kysyttiin puhe- ja datalaskujen erittelysivuista (katso liitteet 2 ja 3). Tarkempi kuvaus TDC:n laskuista ja laskuerittelyistä on luvussa 4.2. Kuten jo aiemmin on mainittu, kysymykset laadittiin yhdessä Laskutus-tiimin esimiehen kanssa ja kysymykset valittiin, koska niiden nähtiin antavan tarvittavaa tietoa Laskutus-tiimin toiminnasta ja laskujen sisällöstä ja ulkonäöstä. Tätä kyselyä tehtäessä ei ajateltu olevan tarvetta vastaajien taustatietojen selvittämiseksi, koska haettiin tietoa yleisellä tasolla ja kaikilta sisäisiltä asiakailta, ei esimerkiksi tietyn yksittäisen sisäisen asiakkuuden tarpeiden parantamista varten.

## **5.1 Tutkimusaineiston kuvaus**

Kyselyyn vastasi yhteensä 44 henkilöä. Vastausprosentti on tällöin 19 %. Tämän voidaan katsoa olevan melko hyvä vastausprosentti sillä se on lähes 20 % koko yrityksen henkilöstöstä. Kun arvioidaan, että noin puolet henkilöstöstä on käytännössä säännöllisesti tekemisissä Laskutus-tiimin kanssa, voidaan nähdä, että vastauksien perusteella saadut tulokset antavat melko luotettavan kuvan nykytilasta. Samalla avoimiin kysymyksiin saadut vastaukset tuovat kohtuullisen kattavasti materiaalia toiminnan kehittämistä ajatellen. Avoimia kommentteja oli yhteensä 85 kappaletta, keskiarvo kysymystä kohden on tällöin noin 14 vastausta. Avointen vastausten määrä vaihteli kysymyksissä yhdeksän ja 18 vastauksen välillä.

## **5.2 Strukturoitujen kysymysten tulokset ja johtopäätökset**

Asteikko vastausten, eli kysymysten yksi, neljä, kuusi, kahdeksan, kymmenen, ja kolmeitoista, keskiarvo vaihteli kahdeksan molemmiin puolin, keskimäärin tulokset olivat kuitenkin yli kahdeksan. Asteikolla 0 - 10 kahdeksan voidaan katsoa olevan hyvä tulos. Se tarkoittaa kuitenkin, että myös kehitettävää on. Parhaat tulokset saatiin Laskutus-tiimin toiminnan yleisestä arvioinnista, huonoimmat puolestaan laskujen oikeellisuudesta ja ajantasaisuudesta.

Numeroasteikko kysymykset (asteikko 0 - 10)	Keskiarvo	Vastausten määrä (kpl)
1. Arvioi Laskutuksen toimintaa yleisesti asteikolla.	8,39	44
4. TDC:n laskut ovat oikeellisia ja ajantasaisia.	7,81	43
6. TDC:n laskut ovat selkeitä ja tarvittavat tiedot löytyvät helposti.	8,00	44
8. Puhelaskun erittelysivut ovat selkeitä ja tarvittavat tiedot löytyvät helposti.	8,05	44
10. Ymmärrän helposti mitä tietoa erittelyistä (puhe) löytyy.	8,18	44
11. Datalaskun erittelysivut ovat selkeitä ja tarvittavat tiedot löytyvät helposti.	8,16	44
13. Ymmärrän helposti mitä tietoa erittelyistä (data) löytyy.	8,18	44

Taulukko 1. Arvosteluasteikkokysymysten tulokset ja vastausmäärät

Taulukosta 1 nähdään kaikkien asteikkokysymysten vastausten keskiarvot sekä vastausmäärät. Liitteessä 4 on tarkempi kuvaus kvantitatiivisten kysymysten vastauksista ja vastausten jakautumisesta. Vastausten jakautumista eri arvosanojen välillä on analysoitu luvussa 6 kunkin aihealueen kohdalla. Kaikkien seitsemän kysymyksen keskiarvo oli 8,11 eli kokonaisuutena tulokset ovat hyvät.



## 6 Tulosten analysointi ja kehitysehdotukset

Seuraavassa luvussa käydään läpi saadut tulokset ja avoimien kysymysten vastaukset aihe-alueittain. Lisäksi esitetään kehitysmahdollisuudet aiheittain. Ensin käydään läpi Laskutus-tiimin toimintaa yleisesti sekä laskujen oikeellisuutta ja ajantasaisuutta. Tämän jälkeen käydään läpi laskun ja laskuerittelyiden sisältöä ja ulkonäköä.

### 6.1 Tyytyväisyys Laskutus-tiimin toimintaan

Kuten jo Johdannossa on kuvattu, on Laskutus-tiimin toiminta hyvin moninaista. Yhteistyötä tehdään laajasti eri organisaation osien eli sisäisten asiakkaiden kanssa. Seuraavaksi käydään läpi kyselystä saatuja tuloksia tiimin toimintaan ja laskutuksen oikeellisuuteen ja ajantasaisuuteen liittyen. Lisäksi käydään läpi kehitysehdotuksia, joita on kyselystä saatujen tulosten perusteella tehty. Kyselyn kysymykset 1 – 5 koskevat tätä ai-  
hetta, kuten kuviosta 5 nähdään.

#### 6.1.1 Laskutus-tiimin yleinen toiminta

Laskutus-tiimin toiminta sai yleisellä tasolla arvosanan 8,39 (kysymys 1), kuten taulukosta 1 nähdään. Liitteestä 4 nähdään, että vastausten skaala vaihteli arvosanojen kuusi ja kymmenen välillä eli jonkin verran hajontaa oli vastaajasta riippuen. Paino oli kuitenkin selkeästi kahdeksan ja yhdeksän välillä. Muutama huonompi arvosana pudotti keskiarvoa selkeästi yhdeksästä lähemmäksi kahdeksaa. Tämä kuvastaa sitä, että suurin osa sisäisistä asiakkaista kokee Laskutus-tiimin toimivan hyvällä tasolla. Osa on jopa erittäin tyytyväinen palveluun. Vastaavasti muutama henkilö näkee kuitenkin, että Laskutus-tiimi ei toimi tarvittavalla tasolla.

Avoimeen kysymykseen kaksi 'Miten Laskutuksen toimintaa voitaisiin parantaa?' saatiin yhteensä 17 vastausta ja kysymykseen kolme 'Palautetta, kehitysehdotuksia, ruusuja, risuja ja muita kommentteja Laskutukselle' 18 vastausta. Kysymyksien kaksi ja kolme avointen vastausten perusteella voidaan nähdä, että kehitettävää olisi nopeammissa vasteajoissa kyselyihin ja selvityksiin. Erityisesti Laskutus-tiimin sähköpostikansioon tulevien viestien vastaamista tulisi tehostaa. Lisäksi toivotaan aktiivisempaa osallistumista yrityksen toimintaan, projekteihin ja muuhun kommunikaatioon. Laskutus-tiimin

tulisi olla oma-aloitteisempi ja ottaa vastuullinen ote töihin sekä erityisesti ongelmatilanteissa olla suoraan face-to-face kontaktissa muiden organisaation henkilöiden ja osastojen kanssa. Erään vastaajan mukaan Laskutus-tiimin toimintaa voitaisiin parantaa *”Lisäämällä tunnettavuutta sikäli että olisi paremmin tiedossa mitä kaikkia tehtäviä laskutus tekee.”* Pitäisi siis tuoda paremmin esille laskutuksen tarjoamia mahdollisuuksia, erilaisia asiakas- ja tuoteratkaisuja sekä asiantuntemusta.

Parannettavaa olisi kyselyn mukaan myös myyntiorganisaation ja Laskutus-tiimin yhteistyössä. Tätä ei nähdä suoraan Laskutus-tiimin ongelmana vaan nimenomaan yhteistyön ja prosessien parantamistarpeena. Sama prosessien kehitystarve nousi esiin myös muilta osin. Tärkeä huomioitava asia on laskutusjärjestelmän kehitys sekä integrointi muihin yrityksen järjestelmiin.

Yksittäisinä mainintoina tuli esiin kuittaus, kun laskutusaloite on lisätty laskutukseen, testilaskun toimittaminen myyjälle ennen varsinaisen tuotantolaskun lähetystä ja parempi tiedotus Laskutus-tiimin asioista esimerkiksi sisäisessä intranetissä. Myös resursien määrästä oli mainintoja.

Kehuja Laskutus-tiimin toiminta sai ystävällisestä ja hyvästä palveluasenteesta, apua on aina tarjolla. Kiitosta tuli tarkasta työstä ja haastavien tapausten selvittämisestä sekä usein huomaamattomasta työstä niin sisäisten kuin ulkoisten asiakkaiden hyväksi. Laskutus-tiimin asiantuntemukseen luotettiin ja oltiin tyytyväisiä. Toiminta projekteissa sai myös positiivista palautetta. Hienona asiana nähtiin myös laskutusjärjestelmän integrointi TDC Service Onlineen eli TDC:n palveluportaaliin. Monissa asioissa nähtiin, että ongelma ei ole niinkään Laskutus-tiimin toiminnassa kuin järjestelmissä, prosesseissa tai muissa asioissa joihin Laskutus-tiimi ei suoraan tai yksin voi vaikuttaa. Eräs vastaaja ilmaisi esimerkiksi järjestelmiin liittyvän ongelman näin: *”Kaikenkaikkiaan toiminnanohjausjärjestelmän ja laskutusjärjestelmän tulisi keskustella keskenään, ohjelmat ovat aatamin ajalta. Tämä ei kuitenkaan ole laskutusryhmän syy vaan tilanteen korjaamiseksi tulisi painostaa ohjelman kehittäjiä.”*

### 6.1.2 Laskutus-tiimin toiminnan kehitysmahdollisuudet

Kyselyn tuloksista näkyvä vaihtelevuus vastaajien välillä kuvaa hyvin sitä, miten Laskutus-tiimin toiminnan on arvioitukin näkyvän sisäisille asiakkaille. Pääsääntöisesti kaikki toimii hyvin, mutta yksittäisissä asioissa ja toimintamalleissa on kehitettävää. Sisäisten asiakkaiden kohdalla on hyvin erilaisia asiakaskohtaamisia, joten myös tulokset vaihtelevat luonnollisesti sen mukaan. Osan kanssa asioidaan päivittäin toisten kanssa kerran kuukaudessa. Toiset asiat selviävät nopeasti ja joidenkin asioiden selvittäminen voi vieä pidemmänkin ajan.

Laskutus-tiimin sähköpostikansion tuleville viesteille on suunniteltu ns. asiakaslupausta joka tarkoittaa sitä, että Laskutus-tiimi sitoutuu siihen, että saapuviin sähköposteihin vastataan tietyn ajan sisällä. Tämä vasteaika tulee olemaan noin kaksi päivää. Tätä tullaan seuraamaan ja sisäinen asiakas voisi tarvittaessa tällöin helpommin eskaloida asian eteenpäin, mikäli ei saa vastausta sovitun ajan sisällä. Sähköpostiin tulevien viestien määrää on pyritty syksyllä 2013 vähentämään parantamalla laskutusaloitetyökalun toimintaa ja käymällä organisaation eri tiimeissä esittelemässä, jotta sitä käytettäisiin enemmän. Näin vähennetään osaltaan saapuvan sähköpostin määrää. Ulkoisilta asiakailta tulevia viestejä on pyritty ohjaamaan Asiakastukeen, jonka tulisi olla asiakkaan ensikontakti TDC:hen. Asiakkailta tulevia töitä ja kyselyitä on ohjattu sähköpostin sijaan palvelunhallintajärjestelmään, jonka kautta voidaan avata palvelupyyntöjä. Tässä kohtaa on kuitenkin edelleen parantamisen varaa, tästä tulisi tehdä yhdessä Asiakastuen-tiimin ja Laskutus-tiimin kanssa linjaus ja käydä yhdessä läpi toimintamalli. Kun tiedon kulkua siirretään järjestelmiin, joita voidaan seurata parantaa se tiedon laatua, turhaa selvittelyä useammassa paikassa samanaikaisesti ja edelleen töiden valmistumista.

Laskutus-tiimi pyrkii olemaan aktiivisesti mukana asiakas-caseissa, projekteissa ja muussa asiakaskommunikoinnissa. Tiimin tavoitteena on omalta osaltaan tuoda paremmin esille laskutusta ja sen tarjoamia mahdollisuuksia. Tämä vaatii toisaalta Laskutus-tiimin omaa aktiivisuutta, mutta toisaalta muun organisaation valppautta ottaa Laskutus-tiimi esimerkiksi heti uuden projektin alussa mukaan keskusteluun. Ensisijaisen tärkeätä tämän onnistumiselle on tiedonkulku läpiorganisaation, jotta tiedetään tulevista projekteista ja uusista asiakkuuksista ajoissa. Esimerkiksi TSO Laskutuspalvelun myötä on

pystytty parantamaan asiakaskontakteja ja lähtemään mukaan asiakasprojekteihin heti alusta alkaen.

Eri osastojen välistä yhteistyötä pyritään kehittämään jatkuvasti ja myös Laskutus-tiimi pyrkii parantamaan sitä omalta osaltaan. Jonkin verran on käyty toisten tiimien viikko-palavereissa esittäytymässä ja vastaavasti kutsuttu omiin palavereihin esimerkiksi tuote-päälliköitä esittelemään uusia tuoteratkaisuja tai esimiehiä kertomaan oman tiimin toiminnasta. Prosessien kehitystä tehdään TDC:llä jatkuvasti, niin isoja talotason kehitysprojekteja kuin pienempiä yksittäisiä muutoksia. Laskutus-tiimi pyrkii omalta osaltaan myös arvioimaan prosesseja kriittisesti ja tarvittaessa hakemaan niihin tarvittavia muutoksia. Konkreettinen keino parantaa myyntiorganisaation ja Laskutus-tiimin välistä yhteistyötä voisi olla isompien asiakkuuksien kohdalla laskutuksen aloituspalaveri, jossa käydään yhdessä läpi asiakkaan laskutus ja varmistetaan, että kaikki tulee laskutettua ja oikeilla tiedoilla. Samoin esimerkiksi sopimusuusintatilanteissa voitaisiin istua yhdessä alas käymään muutokset läpi, sen sijaan, että toimitaan pelkän sähköpostin ja toiminnanohjausjärjestelmän välityksellä.

Laskutusjärjestelmää kehitetään TDC:llä jatkuvasti, osa kehityksestä liittyy itse järjestelmän ylläpitoon ja toimintaan, osa taas asiakas- ja tuoteprojekteihin. Ongelmana tässä suhteessa on usein enemmänkin aika ja resurssit kuin järjestelmän taipumattomuus. Monet asiat ovat toteutettavissa, mutta kun kehitettävää on paljon, täytyy töitä priorisoida. Tähän liittyen voisi olla hyvä Laskutus-tiimin tuoda ajoittain esille esimerkiksi intranetin kautta uusia toimintoja ja mitä kehitystä on tehty, jotta muualla organisaatiossa tunnettaisiin laskutusta ja laskutusjärjestelmää paremmin. Eli kerrottaisiin konkreettisesti esimerkiksi kerran kvartaalissa miten järjestelmää on kehitetty, mitä mahdollisuuksia se tuo ja mitä hyötyjä tästä on TDC:lle ja ulkoisille asiakkaille.

Syksyllä 2013 laskutusaloitejärjestelmää on kehitetty niin, että halutessaan aloitteen tekijä saa automaattisesti kuittauksen, kun aloite on lisätty laskutukseen. Testilaskun toimitaminen myyjälle on varteenotettava ehdotus, sen avulla voidaan varmasti vähentää mahdollisia virheitä ja toisaalta lisätä tietoutta laskutuksesta niin sisäisille kuin ulkoisillekin asiakkaille. Tämä vaatii kuitenkin yhdessä sovittavaa toimintamallia, jotta laskutuksen aloitus ei veny liikaa ja saadaan edelleen kassavirta varmistettua. Laskutus-tiimi

pyrkii informoimaan muutoksista ja uusista toimintamalleista tai ratkaisuista muuta organisaatiota paitsi käymällä tiimeissä suoraan esittelemässä, lisäämällä tietoa sisäiseen intranettiin ja viestimällä esimerkiksi sähköpostitse niille henkilöille joita muutokset koskevat. Resurssien määrään Laskutus-tiimi ei suoraan voi itse vaikuttaa.

Vastauksien perusteella käy ilmi, että kokonaisuutena Laskutus-tiimin toimintaan ollaan tyytyväisiä, mutta yksittäisiä parannettavia asioita on. Monet ongelmista tai haasteita koskevat enemmän kokotalon prosessien ja toimintatapojen kehittämistä kuin yksinään Laskutus-tiimin toimintaa. Kyselystä nähdään myös, että tiimin työntekijöitä ja heidän palveluasennetta arvostetaan, ongelmat koskevat käytännössä aina asioita tai toimintatapoja eivät henkilöitä. Yhteistyön ja kommunikaation lisääminen on tärkeätä ja sen avulla parannetaan monia asioita.

### **6.1.3 Laskutuksen oikeellisuus ja ajantasaisuus**

Laskutuksen oikeellisuudesta ja ajantasaisuudesta tulokseksi tuli 7,81 (kysymys 4). Suurin osa vastaajista antoi arvosanan kahdeksan tai yhdeksän (liite 4), mutta vastaajista viisi oli antanut arvosanaksi alle viisi, mikä laskee tulosta. Kaksi vastaajaa oli antanut arvosanan kaksi, joka on todella heikko arvosana. Tämä on selkeästi asia jota tulisi parantaa sillä Laskutus-tiimin toiminnan, yrityksen tasaisen kassavirran sekä asiakastyytyväisyyden kannalta on ensisijaisen tärkeätä pyrkiä varmistamaan oikea-aikainen ja oikeellinen laskutus.

Avoimien vastausten (yhteensä 16 kpl) perusteella erityisinä haasteina vastaajat näkivät etukäteislaskutuksen sekä irtisanomisten läpiviennin. Kun laskutetaan etukäteen, tulee irtisanominen usein liian myöhään laskutukseen ja aiheuttaa näin virheitä laskuissa ja ylimääräistä työtä läpi organisaation. Yksi kyselyyn vastaajista kuvasi tilannetta näin: *”Laskutuksen prosessien biominen niin, että laskutus toimii osana liiketoimintaa ja havaitut puutteet viedään läpi organisaation eikä ainoastaan korjata yksittäisiä asioita.”* Järjestelmiä ja prosesseja kehittämällä voitaisiin vastaajien mukaan parantaa oikeellisuutta ja ajantasaisuutta. Kun manuaaliset työvaiheet vähenevät, myös tiedon laatu nousee. Parantamalla eri osastojen välistä tiedonkulkua ja yhteistyötä voitaisiin edistää laskujen oikeellisuutta ja ajantasaisuutta.

Erityisesti myyntiorganisaation ja Laskutus-tiimin välisen yhteistyön parantaminen nähtiin tärkeäksi: *”Toimituksiin tulee jatkuvasti hinnoittelemattomia töitä, joita toimituspäälliköt joutuvat selvittämään sitten myöhemmin. Eli myynnin ja laskutuksen yhteistyötä parannettava.”* Esimerkiksi sopimusuusinnoissa tieto tulisi saada nykyistä nopeammin laskutukseen, tämä tarve korostuu erityisesti kun laskutetaan etukäteen. Laskutus-tiimi tulisi ottaa paremmin mukaan projekteihin ja kommunikoida enemmän laskutuksen suuntaan. Kyselyn mukaan Laskutus-tiimi voisi vastaavasti kontaktoida asiakkaita enemmän esimerkiksi kun ensimmäinen lasku lähtee tai tehty korjauksia, jotta voitaisiin käydä mahdolliset epäselvyydet yhdessä läpi.

#### **6.1.4 Laskutuksen oikeellisuuden ja ajantasaisuuden kehittymismahdollisuudet**

Haaste laskutuksen oikeellisuuden ja ajantasaisuuden kannalta on etukäteenlaskutus. Sen on kuitenkin arvioitu tuovan talotasolla sellaisia etuja yritykselle, että mahdolliset haasteet on oltu valmiita hyväksymään. Laskutus-tiimi ei suoraan vaikuta siihen milloin laskut lähtevät ja mitä aikaa ne koskevat, nämä ovat talotason linjauksia joilla haetaan toimivaa kassavirtaa ja pienempiä myyntisaamisia. Näiden linjausten puitteissa prosessit ja toimintatavat pyritään saamaan toimimaan mahdollisimman hyvin.

Irtisanomisprosessia on viime vuosina parannettu ja viety muotoon jossa tieto irtisanomisesta pyritään saamaan mahdollisimman nopeasti laskutukseen. Erityisesti vuoden 2013 puolella tätä on kehitetty ja nykyisin tiedon irtisanomisesta pitäisi tulla toiminnanohjausjärjestelmästä ensimmäiseksi laskutukseen, vasta tämän jälkeen varsinainen työprosessi irtisanomisen toteutumiseksi aloitetaan. Tarvittaessa irtisanominen ohjataan lopuksi uudestaan Laskutus-tiimin työhön, mikäli irtisanomisaika on välissä muuttunut. Järjestelmien- ja prosessien kehitystyötä tehdään jatkuvasti kun löydetään uusia mahdollisuuksia parantaa toimintaa. Hyvin harvoin virheet laskutuksessa johtuvat Laskutus-tiimin tekemästä virheestä, yleensä ne aiheutuvat järjestelmässä olevasta virheellisestä tiedosta tai siitä, että tieto esimerkiksi muutoksista ei ole tullut Laskutus-tiimille.

Myyntiorganisaation ja Laskutus-tiimin välisen yhteistyön merkitys korostuu irtisanomisten ohella kun puhutaan laskujen oikeellisuudesta ja ajantasaisuudesta. Tieto tulisi

saada liikkumaan osastojen välillä nopeammin ja laadukkaammin, jotta vältetään turhilla virheillä ja korjauksilla jotka aiheuttavat ylimääräistä työtä monella osastolla. Yhteistyöpalaverit, esimerkiksi uusien asiakkaiden ja sopimusuusintojen kohdalla, ovat tärkeitä. Tämä vaatii yhteisten toimintamallien kehittämistä ja suunnittelua. Laskutus-tiimille täytyy tulla tieto muutoksista jollakin tasolla jotta osataan lähteä kyselymään tarkempia tietoja. Kyselyn avoimissa vastauksissa oli tiivistetty näin: ”Kommunikoimalla, informoimalla laskutusta tulevista muutoksista.”

Laskutus-tiimi voisi omalta osaltaan olla enemmän yhteydessä asiakkaisiin esimerkiksi tilanteissa joissa laskuilla on ollut virheitä tai tehty isoja muutoksia. Nykyisin tieto korjauksista ja muutoksista välitetään usein sisäisille asiakkaille talossa ja he välittävät tiedon edelleen eteenpäin asiakkaalle. Kontaktoimalla suoraan ulkoista asiakasta tarjotaan parempaa asiakaspalvelua ja toisaalta varmistetaan tiedonlaatua kun se ei kulje monen välikäden kautta. Tämä on helppo ja nopea tapa kehittää Laskutus-tiimin toimintaa. Yhteiseksi toimintamalliksi voitaisiin ottaa asiakkaan kontaktointi aina kun tehty isoja muutoksia ja korjauksia laskuille. Käymällä suoraan asiakkaan kanssa lasku läpi todennetaan asiakkaalle laskun oikeellisuus ja toisaalta saadaan nopeasti palaute mahdollisista virheistä.

## **6.2 Laskun ja laskuerittelyiden sisältö ja ulkonäkö**

TDC:n laskut ja laskuerittelyt ovat osa yrityksen asiakasviestintää ja siksi niiden sisällön ja ulkonäön kehittäminen on tärkeää. Laskut ovat tärkeä tiedonlähde ulkoisen asiakkaan ostamiin palveluihin ja tuotteisiin liittyen. Seuraavaksi käydään läpi kyselyn tuloksia liittyen laskun ja laskuerittelyiden sisältöön ja ulkonäköön sekä kehitysehdotuksia näihin liittyen. Kuvioista 5 nähdään, että kysymykset 6 – 13 käsittelevät tätä aihetta.

### **6.2.1 Laskun sisältö ja ulkonäkö**

Kysymykseen kuusi ”TDC:n laskut ovat selkeitä ja tarvittavat tiedot löytyvät helposti” keskiarvoksi saatiin 8. Vastausten skaala vaihteli kolmen ja kymmenen välillä eli jonkin verran hajontaa oli, kuten liitteestä 4 voidaan nähdä. Keskiarvon 8 voidaan katsoa olevan hyvä taso, mutta se merkitsee myös, että kehittämisen varaa on.

Seitsemänteen kysymykseen 'Miten laskun ulkonäköä voitaisiin parantaa ja selkeyttää?' saatiin yhteensä 15 vastausta. Laskun sisältöä ja ulkonäköä voitaisiin vastaajien mukaan parantaa lisäämällä yksikkö ja/tai kuukausihinta näkyviin laskuriveille. Tällä hetkellä laskut näyttävät liian täyteen ahdetuilta, lisäämällä väljyyttä parannettaisiin laskun ulkoasua ja luettavuutta. Avoimissa vastauksissa kommentoitiin selkeyttä esimerkiksi näin: *"Laskut ovat "täyden näköisiä", sisällön hahmottamisessa menee hetki."* Palvelut ja tuotteet tulisi myös nimetä selkeämmin. Osa tätä on laskun tuoterivien muuttaminen vastaamaan tilaussopimuksesta löytyviä nimiä. Laskurivien järjestyksen loogisuutta tulisi myös parantaa. Tärkeää on myös, että jokaiselta tuoteriviltä löytyisi rivin identifioiva Subscriptin ID, jolla palvelua/tuotetta voi seurata läpi toimitus- ja ylläpitoprosessin. Laskulta löytyvät mainostekstit ovat positiivinen asia, niiden avulla voidaan esimerkiksi mainostaa ja tiedottaa asiakkaita. Tekstien tulisi kuitenkin aina olla ajantasaisia.

### **6.2.2 Laskun kehitysmahdollisuudet**

Suoraan laskun (katso liite 1), joka käsittää sivut 1 - 2, tämän jälkeen tulevat erittelysivut, sisältöön ja ulkonäköön liittyviä kehitysehdotuksia ovat palveluiden ja tuotteiden nimeäminen sekä mainostekstit. Muut kyselyssä tulleet ehdotukset koskevat käytännössä laskuerittelyitä. Itse laskun voidaan katsoa siis olevan sisällöltään ja ulkonäöltä toimiva ja tarpeita vastaava, koska sen osalta ei tullut juurikaan kommentteja.

Palveluiden ja tuotteiden nimet tulisi käydä läpi ja muuttaa yhteneväisiksi. Huomiota tulee kiinnittää myös siihen, että kaikista järjestelmistä ja asiakasdokumentaatiosta löytyisi samat nimitiedot jotta laskut ovat selkeitä asiakkaalle. Tämän osalta tulisi käynnistää Laskutus-tiimissä projekti jossa käydään kaikki tuotteet ja niiden nimeäminen läpi. Nimeäminen koskee niin lasku- kuin erittelysivujakin.

Laskuilta löytyvien mainostekstien ajantasaisuutta on pyritty parantamaan ja niiden tekstejä on suunniteltu yhdessä markkinoinnin kanssa. Tähän tullaan tulevaisuudessa kiinnittämään enemmän huomiota. Tavallisesti mainostekstien avulla on tarkoitus viestiä tärkeistä ajankohtaisista asioista tai vastaavasti mainostaa esimerkiksi TDC Service Online-palvelua.



Yksikkö- ja/tai kuukausihinnan lisäämisestä laskulle on tehty työpyyntö laskutusjärjestelmään. Tämä on siis jollakin aikavälillä tulossa laskulle ja parantaa varmasti osaltaan laskujen luettavuutta ja selkeyttä. Laskuja on aikanaan tiivistetty ja poistettu tyhjiä rivejä, koska jokainen laskusivun tulostus maksaa ja näin on haluttu laskea kustannuksia. Luonnollisesti vähentämällä laskujen pituutta vähennetään myös paperin määrää mikä tukee TDC:n Green Office ympäristöohjelmaa. Tämä asia liittyy kuitenkin laskuerittelyn kehittämiseen, itse laskulla (sivut 1 - 2) on erittely ainoastaan pääotsikkotasolla.

Laskurivien järjestystä on melko haasteellista lähteä muokkaamaan, se vaatii järjestelmäkehitystä joten muutoksen tarve tulee analysoida tarkasti. Toinen tärkeä asia on tuote-/palvelurivin identifioiva id ja sen lisääminen kaikille riveille, jotta kyseinen tuote-/palvelu voidaan tunnistaa läpi koko toimitus- ja ylläpitoprosessin. Tämän eteen on tehty töitä vuosittain ja tilanne on huomattavasti parantunut. Käytännössä kaikilta uusilta tuotteilta tämä löytyy jo, mutta on paljon vanhoja laskutusrivejä joilta tieto puuttuu. Näiden selvittäminen ja lisääminen on melko työläs prosessi ja vaatii työtä myös muilta osastoilta kuin Laskutus-tiimistä. Korjauksia pyritään tekemään sitä mukaa kun tapauksia tulee esille. Nämä molemmat asiat liittyvät käytännössä laskuerittelyjen kehittämiseen, ei itse laskun sivuihin.

### **6.2.3 Puhelaskun erittelyn sisältö ja ulkonäkö**

Puhelaskujen erittelysivu sai arvioinnissa keskiarvon 8,05. Arvosanat vaihtelivat nelosen ja kymmenen välillä eli hajontaa oli. Kysymys siitä kuinka helppoa on ymmärtää mitä tietoa erittelystä löytyy, sai keskiarvon 8,18. Tämä on hieman parempi tulos kuin yleinen arviointi erittelysivuista. Hajonta kuitenkin oli tämän kysymyksen kohdalla suurempi (katso liite 5). Tässäkin kohdassa tuloksia voidaan pitää hyvinä, mutta parannettavaa on.

Avoimeen kysymykseen 'Miten (puhe)laskuerittelyä voitaisiin selkeyttää?' saatiin 9 vastausta. Erittely nähtiin vastausten perusteella hieman levottomaksi. Yhden vastaaja kommentoi puhelaskun erittelyä *"Todennäköisesti selkeyttäminen vaatisi erilaisten fonttien ja ryhmittelyiden kokeilemista."* Fonttien ja ryhmittelyyn muokkaus oli useamman vastaajien mukaan aiheellista. Tällä hetkellä erittely näyttää liikaa suoraan tietokannasta ajeltua

raportilta. Asiasisältö on kunnossa ja mutta ulkonäössä kehitettävää, tätä tukevat myös arviointikysymysten tulokset. Erittelysivuilla voisi olla myös ohjaus TSO Laskutuspalveluun, josta voisi saada apua laskuerittelyn tulkitsemiseen.

#### **6.2.4 Puhelaskun erittelyn kehitysmahdollisuudet**

Erittelyn kehittäminen kyselystä saatujen tulosten perusteella on haastavaa, koska ei saatu juurikaan konkreettisia parannusehdotuksia, ainoastaan suuntaa-antavia vastauksia siitä missä nykyisessä erittelyssä on kehitettävää. Laskuerittelyn fontti on pyritty valitsemaan mahdollisimman samankaltaiseksi itse laskusivujen fontin kanssa. Koska tiedot tulevat eri järjestelmistä, ei täysin saman fontin valinta ole ollut mahdollista.

Puhelaskun erittelyyn on täytynyt saada paljon tietoa mahtumaan ja osittain tästä johtuen laskun ulkonäkö kärsii. Tärkeämmäksi on kuitenkin nähty tietosisältö. Asiakkaan on myös mahdollista halutessaan valita tiivistetympiä erittelyitä, jolloin tietoa ei ole yhtä paljon ja tarkasti. Mahdollista on myös jättää erittelysivut kokonaan pois laskulta, jolloin asiakas voi katsoa tarkemmat laskutustiedot TSO Laskutuspalvelusta. Nykyään asiakkaat käyttävätkin yhä enemmän Laskutuspalvelun tarjoamia analysointi työkaluja laskun tarkastamiseen, laskuerittelyn tarkastelun sijaan. Erittelysivuilla Laskutuspalveluun ohjaavaa viestiä kannattaa pohtia, mutta toisaalta se saattaa osaltaan tehdä erittelysivuja entistä levottomammaksi.

Puhelaskujen erittelysivuja on kehitetty keväällä 2013 yhdistämällä eri liikennesuuntia ja poistamalla vanhoja joiden nimitiedot ovat olleet harhaanjohtavia. Tällä on pyritty selkiyttämään laskuerittelyitä ja nimeämisiä, ja toisaalta vähentämään niiden pituutta. Tätä työtä on jatkettu syksyllä 2013.

#### **6.2.5 Datalaskun erittelyn ulkonäkö ja sisältö**

Datalaskujen erittelysivut saivat hieman paremman keskiarvon kuin puhelaskujen. Keskiarvoksi tuli 8,16, hajonta oli arvosanojen kymmenen ja kolme välillä. Kysymyksen kolmetoista, 'Ymmärrän helposti mitä tietoa erittelyistä löytyy', tulos oli lähes sama 8,18.

Avoimeen kysymykseen datalaskuerittelyn osalta saatiin yhteensä 10 vastausta. Dataerittelyiden osalta kommentoitiin englanninkielisten termien kääntämistä suomen kielelle sekä tuoteryhmien ja tuotteiden nimeämistä samalla kaavalla. Erittelyä voitaisiin selkiyttää esimerkiksi tekemällä siitä väljempi, tällä hetkellä tuotteet on listattu ilman rivivälejä. Eräs vastaaja kommentoi erittelyä näin: *”Voisi miettiä asettelua, eli mihin kohtaan mikäänkin tieto tulee ja fontti jotenkin kömpelön näköinen.”* Eli vastauksien perusteella aseteluun ja fonttiin tulisi kiinnittää enemmän huomiota. Samoin veloitusrivien järjestyksen loogisuutta voisi vastaajien mukaan parantaa ja lisätä yksikköhinnan laskuriveille näkyviin. Kuten puhelaskun erittelyissä, myös datapuolella voisi olla viittaus TSO Laskutuspalveluun.

### 6.2.6 Datalaskun erittelyn kehitysmahdollisuudet

Erittelyiden englanninkieliset termit tulisi käydä läpi ja tarkistaa löytyisikö niille suomenkielinen vastine, tämä parantaisi laskun selkeyttä ja loogisuutta sekä antaisi kuvan siitä että laskujen sisältöön on kiinnitetty huomiota. Samalla olisi hyvä käydä läpi tuoteryhmien ja tuotteiden nimeäminen niin että nimeäminen olisi loogista ja samanlaista riippumatta tuotteesta. Tätä on käyty läpi myös Laskun sisältö ja ulkonäkö-kohdassa.

Dataerittelyjen ulkonäköä ja luettavuutta on parannettu lihavoimalla otsikkokenttien tekstit, kuten puhe-erittelyissä oli tehty jo aiemmin. Tämän avulla laskun luettavuutta ja selkeyttä on pyritty parantamaan. Kuvioissa 5 ja 6 nähdään ero vanhan ja uuden erittelyn välillä. Kuten puhe-erittelyissä myös datalaskujen erittelyn fontti on pyritty valitsemaan mahdollisimman samankaltaiseksi itse laskusivujen fontin kanssa. Myös datapuolen erittelyyn ehdotettiin ohjausta Laskutuspalveluun ja tässäkin tapauksessa sitä kannattaa pohtia, mutta toisaalta se saattaa osaltaan tehdä erittelysivuja entistä levottomammaksi.

INTERNET -PALVELUT	
TDC Internet-liittymä, KK-Maksut	Veroton hintaa
TDC Internet liittymä 01.04.2013 - 30.06.2013 10M [redacted], OULU Subscription ID [redacted]	1.470,000
<b>Kilnteät maksut yhteensä:</b>	<b>1.470,00</b>

Kuvio 5. Malli vanhasta datalaskunerittelystä

INTERNET-PALVELUT	
<b>TDC Internet-liittymä, KK-Maksut</b>	Veroton hinta
TDC Internet liittymä 01.10.2013 - 31.12.2013 10M [REDACTED], OULU Subscription ID [REDACTED]	1.470,000
<b>Kiinteät maksut yhteensä:</b>	<b>1.470,00</b>

Kuvio 6. Malli uudesta datalaskunerittelystä

Kuten jo Laskun sisältö ja ulkonäkö-kohdassa mainittiin, on laskun tiivistämiselle ollut aikoinaan omat kustannus- ja ympäristövaikutteiset syyt. Laskurivien järjestystä käytiin myös jo aiemmin läpi. Samoin aiemmin mainittiin jo, että työpyyntö yksikköhinnan lisäämiseksi on tehty ja odottaa toteutusta.

## 7 Pohdinta ja johtopäätökset

Kokonaisuudessaan kyselyn tulosten perusteella voidaan sanoa, että Laskutus-tiimin toimintaan ollaan tyytyväisiä. Toiminta sai hyvät arvosanat ja yleisesti palaute oli positiivista. Kyselyn avulla saatiin myös paljon tietoa ja kehitysehdotuksia toiminnan kehittämisen tueksi. Suoraa negatiiviseksi nähtävää palautetta tuli vähän, kehitystarpeet kohdistuivat pääasiassa nimenomaan koko organisaation yleisten prosessien ja toimintamallien parantamiseen sekä Laskutus-tiimin yleiseen kommunikointiin ja yhteistyön lisäämiseen. Lisäksi laskujen ulkonäössä ja sisällössä nähtiin parantamisen varaa, mutta toisaalta niihin liittyvät kysymykset ovat usein hyvin moninaisia. Toiset arvostavat tiivistä ja lyhyttä laskua, toiset taas haluaisivat laskulle mahdollisimman paljon tietoa. Tämä ongelma on tiedostettu jo aiemmin ja se on tullut esille myös esimerkiksi aiemmissa ulkoisille asiakkaille tehdyissä kyselyissä.

Osaan kehitysehdotuksista on jo löydetty ja tehty ratkaisuja, osa vaatii tarkempaa pohdintaa ja suunnittelua. Kaikkiin asioihin Laskutus-tiimi ei voi itse suoraan vaikuttaa, joissakin tapauksissa linjaukset tehdään talotasolla ja joissakin tapauksissa esimerkiksi järjestelmien toiminta asettaa rajat toiminnan kehittämiseksi. Aina tulee myös tarkkaan arvioida saavutetaanko muutoksella todellista arvoa ja parannusta toimintaan, ja pystytäänkö näin paremmin palvelemaan asiakkaita.

### 7.1 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti

Kyselystä saatujen tulosten perusteella voidaan sanoa, että tutkimus oli validi sillä se mittasi haluttua asiaa. Tutkimus voidaan siis nähdä onnistuneeksi. Valittu menetelmä oli toimiva ja kohderyhmästä tavoitettiin riittävän suuri määrä vastaajia. Mittaamalla ensin strukturoiduilla kysymyksillä nykyistä tyytyväisyyttä ja tämän jälkeen avoimilla kysymyksillä täydentäen tuloksia saatiin kohtuullisen luotettava kuva tilanteesta ja siitä mitä kehitettävää on. Numeeriset tulokset ja avoimien vastausten kommentit tukivat toisiaan.

Tutkimuksen validiteettia heikentävänä asiana voidaan nähdä kyselyn mittarit. Kvalitatiivisten kysymysten asteikko oli melko suuri ja asteikon arvosanojen merkitystä ei ollut

määritelty tarkasti, minkä voidaan nähdä aiheuttaneen hieman tulkintavaikeuksia. Myös kato, eli se, että ei ole saatu vastauksia koko kohderyhmältä, heikentää validiteettia. Nämä seikat on hyvä huomioida, mutta ne eivät ole tässä tapauksessa olleet niin merkittäviä, että ne heikentäisivät tutkimuksen validiteettia liikaa.

Myös tutkimuksen reliabiliteetin voidaan arvioida olevan hyvä. Vaikkakin joissakin kysymyksissä saatiin hyvin paljon toisistaan eroavia yksittäisiä vastauksia, toisaalta suurin osa vastaajista asettui aina keskiarvon kohdalle. Tutkimuksesta saadut tulokset tukivat myös sitä mielikuvaa ja ajatusta, joka Laskutus-tiimin tilanteesta oli jo aiemmin olemassa. Samansuuntaista palautetta, kuin nyt toteutetussa kyselyssä, on saatu aiemmista ulkoisille asiakkaille tehdyistä kyselyistä sekä suoraan sisäisiltä ja ulkoisilta asiakkailta.

Seuraavassa alaluvussa 7.2 on käyty läpi tarkemmin joitakin ehdotuksia tutkimuksen kehittämiseen ja parantamiseen liittyen. Näiden avulla voitaisiin parantaa myös tutkimuksen validiteettia ja reliabiliteettia.

## **7.2 Kyselyn kehitys**

Mikäli vastaavanlaisia kyselyitä toteutetaan jatkossa, on tämän kyselyn tuloksena saatu myös joitakin parannusehdotuksia sitä ajatellen. Kyselyn arvosteluasteikkokysymysten asteikkoa kannattaa pohtia. Esimerkiksi asteikko 1 - 5 voisi sopia tarkoitukseen paremmin ja auttaa niin kyselyyn vastaajia kuin tulosten arvioijia paremmin ymmärtämään eri vaihtoehdot ja niiden erot. Skaala 0-10 on liian suuri ja on haastavaa tulkita onko esimerkiksi arvosana 8 hyvä, tyydyttävä vai erinomainen. Yleisesti se on opittu mieltämään hyväksi arvosanaksi, mutta toisaalta kun skaala ei ollut perinteinen 4-10, asettuu 8 eri arvoon tässä suhteessa.

Kyselyn kysymysten määrää voisi myös vähentää. Erityisesti arvosteluasteikkokysymyksiä voisi olla vähemmän, ne harvoin antavat tilanteesta yhtä kattavan kuvan kuin avoimet kysymykset. Joka toinen kysymys voisi olla arvostelu ja joka toinen avoin, jossa voisi perustella antamaansa arvosanaa ja antaa kehitysehdotuksia.

Jatkossa on hyvä myös pohtia kannattaisiko yhdessä kyselyssä käsitellä vain yhtä aihetta, esimerkiksi ainoastaan Laskutus-tiimin toimintaa tai vastaavasti vain laskujen ulkoasua. Kun pysytään yhdessä aiheessa, on vastaajan helpompi sisäistää asiat ja vastausten voi arvioida olevan näin ollen harkitumpia ja edelleen näin ne tarjoavat enemmän keinoja toiminnan kehittämiseksi. Kyselyssä olisi hyvä myös kysyä vastaajan osastoa organisaatiossa. Tällainen taustoittava kysymys helpottaisi tulosten analysointia kun voitaisiin nähdä koskeeko jokin tietty ongelma koko organisaatiota vai ainoastaan tiettyä sisäistä asiakasryhmää. Näin voitaisiin helpommin lähteä parantamaan nimenomaan jotakin konkreettista osa-aluetta. Osassa avoimista vastauksista toki kävi konkreettisesti ilmi esimerkiksi, että nimenomaan myyntiorganisaation ja Laskutus-tiimin välistä yhteistyötä tulisi parantaa.

## Lähteet

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 3. uudistettu painos. WSOY. Helsinki.

Hellman, K. & Värilä, S. 2009. Arvokas asiakas. Talentum. Hämeenlinna.

Karhu, M., Salo-Lee, L., Sipilä, J., Selänne, M., Söderlund, L., Uimonen, T. & Yli-Kokko, P. 2005. Asiantuntija viestii. Kirjoittajat ja Inforviestintä. Helsinki.

Kauppalehti 2013. Yritykset. Tiedotteet. TDC Oy Finlandin liikevaihdon lievä kasvu toi mukavan tulosparannuksen. Luettavissa:  
<http://www.kauppalehti.fi/5/i/yritykset/tulostiedote/tiedote.jsp?selected=kaikki&oid=20130501/13697472396690>. Luettu: 6.11.2013.

Kookas 2012. Artikkelit. Yrittäjyys. Yrityksen kehittäminen. Sisäisen asiakkuuden merkitys. Luettavissa: <http://www.kookas.fi/articles/read/254>. Luettu: 6.11.2013.

Kylänpää, E. & Piirainen, E. 2002. Liike-elämän kirjallinen viestintä. 3. painos. Mac Laser. Tampere.

Laki arvonlisäverolain muuttamisesta 25.4.2003/325.

Lindroos, J. & Lohivesi K. 2004. Onnistu strategiassa. 2. painos. WSOY. Helsinki.

Lohtaja, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2007. Tehoa työelämän viestintään. WSOY. Helsinki.

Löytävä, J. & Kortesoja K. 2011. Asiakaskokemus. 2.painos. Talentum. Helsinki.

Opinnäytetyökoordinaattorit 2010. Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyön sisältö ja menetelmät. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Ohje.



TDC 2013a. TDC Oy Finland. TDC Oy Yritysten operaattori. Luettavissa:  
<http://tdc.fi/tdcoy/>. Luettu: 6.11.2013.

TDC 2013b. TDC Oy Finland. TDC Business Asiakaslehti. Parasta palvelua. Luettavissa:  
[http://tdc.fi/element.php?dogtag=tdcf\\_tdcbusiness\\_5](http://tdc.fi/element.php?dogtag=tdcf_tdcbusiness_5). Luettu: 6.11.2013.

TDC 2013c. TDC Oy Finland. Ratkaisut Puhe- ja Datapalvelut. Luettavissa:  
<http://tdc.fi/ratkaisut/>. Luettu: 6.11.2013.

TDC 2013d. TDC Oy Finland. TDC:n tulos täytti odotukset. Lehdistötiedote. Luettavissa:  
<http://tdc.fi/publish.php?id=33111>. Luettu: 6.11.2013.

TDC 2013e. TDC Service Online-palveluportaali. Vaatii salasanan ja sisäänkirjautumisen. Luettu: 6.11.2013.




TDC 2013f. TDC Oy Denmark. Introduction to TDC. Luettavissa:  
[http://download.tdc.dk/pub/tdc/om\\_tdc/profil/pdf/FactUK0311.pdf](http://download.tdc.dk/pub/tdc/om_tdc/profil/pdf/FactUK0311.pdf). Luettu: 28.11.2013.

Vero 2004. Etusivu. Syventävät vero-ohjeet. Verohallinnon ohjeet. Laskua koskevat vaatimukset arvonlisäverotuksessa. Luettavissa: [http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat\\_veroohjeet/Verohallinnon\\_ohjeet/Laskua\\_koskevat\\_vaatimukset\\_arvonlisaver\(10160\)](http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Verohallinnon_ohjeet/Laskua_koskevat_vaatimukset_arvonlisaver(10160)). Luettu: 5.11.2013.

Virtuaali AMK. Ylemmän AMK-tutkinnon metodifoorumi. 4.Analyysimenetelmiä. Case-tutkimus. Luettavissa:  
<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464144782/1194348546586/1194356433452.html>. Luettu: 28.11.2013.

# Liitteet

## Liite 1. Malli TDC:n laskusta (TDC 2013e)

	<b>LASKU</b>	Sivu 1(2)	
TDC TESTIASIAKAS / MOBIILIPALVELUT MECHELININKATU 1A 00100 HELSINKI	Päivämäärä 07.03.2012 Laskunumero 812 Maksuehto 14 pv netto Eräpäivä 21.03.2012 Laskutustaso 812 Asiakasnumero 12345678 Viivästyskorko-% 8,00 Asiakkaan viite Matti Meikäläinen		
Liikennemaksut ajalta 01.02.2012 - 29.02.2012 Toistuvat maksut ajalta 01.03.2012 - 31.03.2012			
ALV-erittely:			
Yhteensä veroton	ALV EUR	ALV-%	Yhteensä
644,84	148,30	23,00	793,14
644,84	148,30		793,14
Laskuerittely tuoteryhmittäin on sivulla 2			
	Kehitämme TDC Service Online palveluportaalia jatkuvasti asiakkaidemme tarpeiden mukaisesti. Olemme julkaisseet uuden version eMobilesta ja samalla nimenneet palvelun uudelleen. Vanhan tutun eMobilen toiminnot ja paljon muuta löydät TDC Service Online palveluportaalista nimellä Käyttäjäpalvelut. Käyttäjäpalvelusta tulee 15.3.2012 alkaen ensisijainen palvelukanava viestintäpalveluiden tilausten ja muutosten tekemiseen. Muiden palvelukanavien käytöstä veloitamme jatkossa hinnaston mukaisen maksun. Lisätietoja saa tarvittaessa myös osoitteesta asiakastuki@tdc.fi tai numerosta 0800 772 311.		
Saajan Sänumero Mottagarens kontonummer	IBAN Sampo Pankki FI65 8000 1971 0150 53	BIC DABAFIHH	
Saaja Mottagare	TDC Oy Finland PL 100 FIN-00094 TDC		
TILSIRTO, GIERING Maksajan nimi ja osoite Betalarens namn och adress	TDC TESTIASIAKAS / MOBIILIPALVELUT MECHELININKATU 1A 00100 HELSINKI		
Alle- kijoutas Underskrift		Väseno Ref.nr 12345 67890 12345	
Tilittä nro Från konto nr	Eräpäivä Fördag 21.03.2012	Euro 793,14	
			Maksu välitetään saajalle maksajenvälityksen ehtojen mukaisesti ja vain maksajan ilmoittaman sänumeron perusteella. Betalingen försändas till mottagaren enligt villkoren för betalningsförmedling och endast till det kontonummer som betalaren angivit. PANKKIBANKEN



# LASKU

Sivu 2(2)

Päivämäärä 07.03.2012  
Laskunumero 812  
Laskutustaso 812  
Asiakasnumero 12345678

## LASKUERITTELY

### TDC MOBIILILIITTYMÄ

Kuukausimaksut	480,97
Puhelumaksut	73,33
Tekstiviestit	22,46
MMS-viestit	0,00
Internet-palvelut	0,00
TDC Roaming Mobiiliviestintä ulkomailla	68,08
<b>Yhteensä</b>	<b>644,84</b>

### Yhteensä veroton

**644,84**



TDC Oy Finland  
PL 100  
FIN-00094 TDC

Puhelin  
+358 (0)800 772 311  
Sähköposti  
asiakastuki@tdc.fi

Pankkitili  
800019-71015053  
Y-tunnus  
1535652-8

BIC  
DABAFIHH  
IBAN  
FI65 8000 1971 0150 53

Liite 2. Malli puhelaskun erittelystä (TDC 2013e)

TDC		LASKUERITTELY		839818
Laskunumero:	839818	07.05.2013		Sivu 3
Laskutustaso:	815710			
<b>Palvelu SMS</b>		Kpl	Kesto tt mm ss	Veroton hinta
08-17 ma-pe		13	00 00	4,113
17-08 ma-pe, viikonloput		11	00 00	0,000
			<b>Yhteensä:</b>	<b>4,11</b>
<b>Palvelu SMS - ALV 10%</b>				
17-08 ma-pe, viikonloput		1	00 00	2,000
			<b>Yhteensä:</b>	<b>2,00</b>
<b>TDC matkaviestinliittymiin SMS</b>				
08-17 ma-pe		33	00 00	0,000
17-08 ma-pe, viikonloput		67	00 00	0,000
			<b>Yhteensä:</b>	<b>0,00</b>
<b>Muihin kotimaan matkapuhelinverkkoihin</b>				
08-17 ma-pe		196	00 00	0,000
17-08 ma-pe, viikonloput		310	00 00	0,000
			<b>Yhteensä:</b>	<b>0,00</b>
			<b>Liikennemaksut yhteensä:</b>	<b>6,11</b>
<b>MMS-viestit 01.04.2013 - 30.04.2013</b>		Kpl	Kesto tt mm ss	Veroton hinta
<b>TDC matkaviestinliittymiin</b>				
08-17 ma-pe		1	00 00	0,000
17-08 ma-pe, viikonloput		3	00 00	0,000
			<b>Yhteensä:</b>	<b>0,00</b>
<b>Muihin matkapuhelinverkkoihin</b>				
08-17 ma-pe		5	00 00	0,000
17-08 ma-pe, viikonloput		5	00 00	0,000
			<b>Yhteensä:</b>	<b>0,00</b>
<b>Internet-palvelut 01.04.2013 - 30.04.2013</b>		Kpl	Kesto tt mm ss	Veroton hinta
<b>Internet-yhteys</b>				
08-17 ma-pe	824513 kB	899	521 22 36	0,000
17-08 ma-pe, viikonloput	908026 kB	1490	910 45 36	0,000
			<b>Yhteensä:</b>	<b>0,00</b>
<b>TDC Roaming Mobiliviestintä ulkomailla 01.04.2013 - 30.04.2013</b>		Kpl	Kesto tt mm ss	Veroton hinta
<b>Soitetut puhelut ulkomailla</b>				
08-17 ma-pe		2	10 08	2,939
17-08 ma-pe, viikonloput		9	03 41	1,058
			<b>Yhteensä:</b>	<b>4,01</b>
<b>Paikallispuhelut ulkomailla</b>				
17-08 ma-pe, viikonloput		5	05 01	1,454
			<b>Yhteensä:</b>	<b>1,45</b>
<b>Vastaanotetut puhelut ulkomailla</b>				
08-17 ma-pe		1	02 37	0,209
17-08 ma-pe, viikonloput		15	15 08	1,212
			<b>Yhteensä:</b>	<b>1,42</b>
<b>SMS-viestit ulkomailla</b>				
08-17 ma-pe		8	00 00	0,720
17-08 ma-pe, viikonloput		34	00 00	3,060
			<b>Yhteensä:</b>	<b>3,78</b>
<b>Vastaanotetut SMS-viestit ulkomailla</b>				
17-08 ma-pe, viikonloput		7	00 00	0,000
			<b>Yhteensä:</b>	<b>0,00</b>
<b>Internet-yhteys ulkomailla</b>				
08-17 ma-pe	89 kB	1	03 04	0,059
*** JATKUU ***				
TDC Oy Finland Mehelintiekatu 1a PL 100 FN-00094 TDC	Puhelin 0800 772 311 Sähköposti asiakaspalvelu@tdc.fi	Pankkitili 800019-71015053 Y-tunnus 1535652-8	BIC DABAFHH IBAN FIN80001971015053	



## LASKUERITTELY

Laskunumero : 839818  
Laskutustaso : 815710

07.05.2013

839818  
Sivu 4

Internet-yhteys ulkomailta (jatkoa)	Kpl	Kesto tt mm ss	Veroton hintaa
17-08 ma-pe, viikonloput	7191 kB	9 3 08 54	4,801
		<b>Yhteensä :</b>	<b>4,86</b>

**Liikennemaksut yhteensä: 15,52**

### Kuukausimaksut

	Veroton hintaa
050-5110191 Liittymän kuukausimaksu 01.05.2013 - 31.05.2013	32,000
040-7175252 TDC Mobilidata 1M 01.05.2013 - 31.05.2013	6,000
0400-275373 TDC Mobilidata 1M 01.05.2013 - 31.05.2013	10,000
050-5110191 TDC Mobilidata 1M 01.05.2013 - 31.05.2013	10,000

**Kiinteät maksut yhteensä: 58,00**

### TDC MOBIILILAAJAKAISTA (DNA)

Laskutetut liittymänumerot

043-8263837 043-8264473 043-8264474

### Internet-palvelut 01.04.2013 - 30.04.2013

Internet-yhteys	Kpl	Kesto tt mm ss	Veroton hintaa
08-17 ma-pe	590151 kB	411 365 31 22	0,000
17-08 ma-pe, viikonloput	807725 kB	1123 986 23 29	0,000
		<b>Yhteensä :</b>	<b>0,00</b>

### Kuukausimaksut

	Veroton hintaa
043-8263837 TDC Mobilidata 1M 01.05.2013 - 31.05.2013	10,000
043-8264473 TDC Mobilidata 1M 01.05.2013 - 31.05.2013	6,000
043-8264474 TDC Mobilidata 1M 01.05.2013 - 31.05.2013	6,000

**Kiinteät maksut yhteensä: 22,00**


TDC Oy Finland  
Mehelintie 1a  
PL 100  
FN-00094 TDC

Puhelin  
0800 772 311  
Sähköposti  
asiakastuki@tdc.fi

Pankitili  
800019-71015053  
Y-tunnus  
1535652-8

BIC  
DABAFHH  
IBAN  
FIN80001971015053

Liite 3. Malli datalaskun erittelystä (TDC 2013e)

		LASKUERITTELY		810
Laskunumero:	810			Sivu 1
Laskutustaso:	800	06.03.2012		
<b>INTERNET-PALVELUT</b>				
TDC Internet-liittymä, KK-Maksut				Veroton hinta
TDC Internet liittymä 01.04.2012 - 30.04.2012 500M, Ahertajantie 2 ESPOO C-FI-26432-623591 Subscription ID 623591				1.760,000
TDC Internet liittymä 01.04.2012 - 30.04.2012 500M, Valimotie 17 HELSINKI C-FI-26432-623592 Subscription ID 623592				2.350,000
Konesaliittymä 1 01.04.2012 - 30.04.2012 Valimotie 17, Helsinki IP-VPN 10M (Logica) Internet Primääri 40M (Logica) IP-VPN 10M (Enprima) IP-VPN 10M (Octel)				2.025,000
Sähköpostin reititys 01.04.2012 - 30.04.2012				80,000
<b>Kiinteät maksut yhteensä:</b>				<b>6.215,00</b>
<hr/>				
TDC Oy Finland Mechelininkatu 1a PL 100 FIN-00094 TDC	Puhelin 0600 772 311 Sähköposti asiakaspalvelu@tdc.fi	Pankkiliikenne 000019-71015053 Y-tunnus 1535652-9	BIC DABAF33H IBAN FI650001971015053	

Liite 4. Arvosteluasteikko kysymysten vastaukset

**1. Arvioi laskutuksen toimintaa yleisesti asteikolla 0-10.**

- Vastauksia yhteensä 44 kpl
- Keskiarvo 8,39

Arvosana	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Yhteensä	Keskiarvo
Vastausten määrä	0	0	0	0	0	0	2	4	16	19	3	44	8,39

**4. TDC:n laskut ovat oikeellisia sekä ajantasaisia.**

- Vastauksia yhteensä 43 kpl
- Keskiarvo 7,81

Arvosana	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Yhteensä	Keskiarvo
Vastausten määrä	0	0	2	0	1	2	0	6	14	16	2	43	7,81

**6. TDC:n laskut ovat selkeitä ja tarvittavat tiedot löytyvät helposti.**

- Vastauksia yhteensä 44 kpl
- Keskiarvo 8,00

Arvosana	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Yhteensä	Keskiarvo
Vastausten määrä	0	0	0	1	1	1	1	7	16	13	4	44	8

**8. Puhelaskun erittelysivut ovat selkeitä ja tarvittavat tiedot löytyvät helposti.**

- Vastauksia yhteensä 44 kpl
- Keskiarvo 8,05

Arvosana	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Yhteensä	Keskiarvo
Vastausten määrä	0	0	0	0	2	1	1	6	17	13	4	44	8,05

**10. Ymmärrän helposti mitä tietoa erittelyistä löytyy.**

- Vastauksia yhteensä 44 kpl
- Keskiarvo 8,18

Arvosana	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Yhteensä	Keskiarvo
Vastausten määrä	0	0	0	1	1	0	2	3	18	14	5	44	8,18

**11. Datalaskun erittelysivut ovat selkeitä ja tarvittavat tiedot löytyvät helposti**

- Vastauksia yhteensä 44 kpl
- Keskiarvo 8,16

Arvosana	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Yhteensä	Keskiarvo
Vastausten määrä	0	0	0	1	1	1	1	4	16	15	5	44	8,16

**13. Ymmärrän helposti mitä tietoa erittelyistä löytyy.**

- Vastauksia yhteensä 44 kpl
- Keskiarvo 8,18

Arvosana	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Yhteensä	Keskiarvo
Vastausten määrä	0	0	0	0	2	1	0	3	21	12	5	44	8,18